

【即時發佈】



## L'Occitane International S.A.

49, Boulevard Prince Henri L-1724 Luxembourg

R.C.S. Luxembourg: B80359

(根據盧森堡法律註冊成立的有限公司)

### L'Occitane 公佈截至二零二零年六月三十日止三個月未經審核季度資料

網上渠道增長 **95.8%**，佔銷售總額 **52.6%**

受益於純網上模式，LimeLife 增長 **51.6%**

中國、韓國及台灣之銷售分別增長 **24.9%**、**27.4%**及 **11.5%**

(二零二零年七月二十一日，香港) 製造並銷售富含天然有機成分之美容及護理產品的國際集團 L'Occitane International S.A. (「L'Occitane」或「集團」；港交所股份代號：973) 今日公佈截至二零二零年六月三十日止三個月未經審核之季度資料。

由於 COVID-19 大流行在歐洲及美洲的持續導致封鎖及店舖關閉，零售銷售受到嚴重影響。截至二零二零年六月三十日止季度 (「二零二一財年第一季度」)，銷售淨額為 274.2 百萬歐元，按固定匯率及報告匯率計算均較去年同季下降 22.2%。

按品牌劃分之表現：

千歐元	第一季度		% 增長	% 增長 <sup>(1)</sup>
	二零二一財年	二零二零財年		
L'OCCITANE en Provence	<b>198,130</b>	267,397	(25.9)	(25.7)
ELEMIS <sup>(2)</sup>	<b>28,893</b>	40,514	(28.7)	(28.8)
LimeLife	<b>32,047</b>	20,739	54.5	51.6
其他 <sup>(3)</sup>	<b>15,104</b>	23,842	(36.6)	(35.3)
總計	<b>274,174</b>	352,492	(22.2)	(22.2)

<sup>(1)</sup> 撇除外幣換算影響。

<sup>(2)</sup> 倘剔除二零一九年三月的銷售額以與二零二一財年第一季度進行適當比較，ELEMIS 於二零二一財年第一季度的銷售額將減少約 4%。

<sup>(3)</sup> 其他包括 Melvita、Erborian 及 L'OCCITANE au Brésil。

按地區劃分之表現：

千歐元	第一季度		% 增長	% 增長 <sup>(1)</sup>	% 同店銷售增長 <sup>(1)</sup>
	二零二一財年	二零二零財年			
日本	<b>40,734</b>	54,228	(24.9)	(27.6)	(24.0)
香港	<b>9,320</b>	23,861	(60.9)	(62.1)	(37.3)
中國	<b>43,911</b>	35,731	22.9	24.9	0.1
台灣	<b>8,602</b>	7,255	18.6	11.5	14.6
法國	<b>15,722</b>	23,775	(33.9)	(33.9)	(34.7)
英國	<b>28,999</b>	35,888	(19.2)	(19.0)	7.8
美國	<b>59,683</b>	68,020	(12.3)	(14.2)	(30.8)
巴西	<b>3,973</b>	13,933	(71.5)	(61.6)	(54.0)
俄羅斯	<b>6,119</b>	10,608	(42.3)	(37.0)	(38.7)
其他地區	<b>57,111</b>	79,193	(27.9)	(26.7)	(20.1)
總計	<b>274,174</b>	352,492	(22.2)	(22.2)	(24.9)

<sup>(1)</sup> 撇除外幣換算影響。

於二零二一財年第一季度，全球遏制 COVID-19 的限制性措施繼續實行，人流及商業活動陷入癱瘓。然而，集團的網上渠道持續於所有市場表現良好。集團的網上渠道（包括自營電子商務、網上商城、數碼直銷及網上合作夥伴渠道）增長 95.8%，佔二零二一財年第一季度總銷售淨額的 52.6%（二零二零財年第一季度：20.9%）。

除 LimeLife 及 ELEMIS 外，集團數個品牌均受到旅遊禁令及封鎖嚴重影響，二零二一財年第一季度的銷售額下降約 25%到 35%。然而，得益於具抵禦能力的純網上業務模式、成功的新產品發佈、限時搶購活動及招募美容導購的措施，LimeLife 於二零二一財年第一季度按固定匯率計算錄得 51.6%的強勁增長。

按固定匯率計算，ELEMIS 的銷售錄得 28.8%的下降。然而，在可比的基礎上，ELEMIS 的銷售於二零二一財年第一季度下降 4.0%<sup>1</sup>。

就地區而言，日本、歐洲和美洲的銷售受店舖關閉及封鎖的影響最大。相反，亞洲其他地區在二零二一財年第一季度 COVID-19 疫情得到緩和後，銷售迅速反彈。中國、韓國及台灣分別錄得 24.9%、27.4%及 11.5%令人鼓舞的增長。中國超越了日本成為集團第二大市場及 L'OCCITANE en Provence 的最大市場。

L'Occitane 主席兼行政總裁 Reinold Geiger 先生表示：「儘管第一季度困難重重，仍有多個亮點。我們網上渠道的強勁增長大大緩和了 COVID-19 疫情對實體渠道的影響。LimeLife 的表現亦反映了我們網上渠道的相對實力，季內表現尤其出色。在可比的基礎上，ELEMIS 銷售亦只是輕度下降，預示該品牌最近在中國推出將有良好發展。」

「此外，我們的業務表現也有顯著的地區差異，當中亞洲市場復甦強勁。儘管歐洲和美洲在經濟解封重啟後能否實現同樣程度的復甦仍言之過早，英國於二零二一財年第一季度錄得 7.8%同店銷售增長，令人非常鼓舞。透過將全渠道策略列為優先要務，配合對主要市場及營銷活動的精準投資，我們正處於有利位置，能在危機後變得更強。」

- 完 -

## 關於 L'Occitane International S.A.

L'Occitane International S.A. 是以製造及銷售富含天然有機成分之美容及護理產品的國際集團。作為高端美容市場的全球領導者，集團擁有超過 3,000 個零售點，其中自營店超過 1,500 間，業務覆蓋 90 個國家。透過旗下 L'OCCITANE en Provence、Melvita、Erborian、L'OCCITANE au Brésil、LimeLife by Alcone 及 ELEMIS 六個品牌，集團以尊重自然、環境與人群的優質產品，提供新穎與非凡的美容體驗。

### 媒體聯絡人

#### 博譽顧問集團

Matthew Schultz / Henry Chow

電話：(852) 3481 1161

電郵：[loccitane@think-alliance.com](mailto:loccitane@think-alliance.com)

### 分析師聯絡人

#### L'Occitane International S.A.

賴沛欣

投資者關係總監

電話：(852) 2899 4106

電郵：[Janis.Lai@loccitane.com](mailto:Janis.Lai@loccitane.com)

<sup>1</sup> 下降的主要原因是由於二零二零財年第一季度呈報四個月的銷售額，而二零二一財年第一季度呈報三個月的銷售額。務請注意，由於緊隨收購後的截數問題，二零二零財年第一季度 ELEMIS 於二零一九年三月的銷售額與二零一九年四月至六月期間共同呈報。倘剔除二零一九年三月的銷售額以與二零二一財年第一季度進行適當比較，ELEMIS 於二零二一財年第一季度的銷售額將減少約 4%。