

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

Groupe L'OCCITANE

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)

(股份代號：973)

截至二零二零年九月三十日止期間 未經審核季度資料

L'Occitane International S.A. (「本公司」) 欣然提呈本公司及其附屬公司 (「本集團」) 截至二零二零年九月三十日止三個月 (「二零二一財年第二季度」) 及截至二零二零年九月三十日止六個月 (「二零二一財年上半年」) 的未經審核二零二零／二零二一年 (「二零二一財年」) 季度資料。本公告乃根據香港法例第571章證券及期貨條例第XIVA部及香港聯合交易所有限公司證券上市規則第13.09條而作出。

摘要

- 本集團的銷售勢頭在二零二一財年第二季度顯著改善，銷售下降幅度收窄至-4.5%，而二零二一財年第一季度則為-22.2%。
- 就按品牌劃分的表現而言，LimeLife及Erborian分別錄得17.6%及29.3%的強勁銷售增長，L'Occitane en Provence則改善至-4.1%。同時，在COVID-19背景之下，ELEMIS的表現步入正軌，網上增長強勁，並成功進駐中國及俄羅斯。
- 二零二一財年第二季度，中國、台灣及俄羅斯錄得令人鼓舞的銷售增長，分別增長35.4%、18.8%及11.9%。
- 二零二一財年第二季度，儘管全球零售店開始重開，但網上渠道仍然活躍，增長64.6%。

按品牌劃分的表現

下表載列於所示期間按品牌劃分的銷售淨額及銷售淨額增長：

	二零二一財年第二季度		二零二零財年第二季度		按報告匯率	按固定匯率	按固定匯率
	千歐元	%	千歐元	%	計算的增長	計算的增長	計算對整體
					%	%	增長的貢獻
							%
L'Occitane en Provence	264,253	77.2	287,492	76.7	(8.1)	(4.1)	(69.9)
ELEMIS	35,805	10.5	43,693	11.7	(18.1)	(15.7)	(40.2)
LimeLife	22,271	6.5	19,962	5.3	11.6	17.6	20.6
其他 ⁽¹⁾	20,135	5.8	23,518	6.3	(14.4)	(7.6)	(10.5)
總計	342,464	100.0	374,665	100.0	(8.6)	(4.5)	(100.0)
	二零二一財年上半年		二零二零財年上半年		按報告匯率	按固定匯率	按固定匯率
	千歐元	%	千歐元	%	計算的增長	計算的增長	計算對整體
					%	%	增長的貢獻
							%
L'Occitane en Provence	462,367	75.0	554,889	76.3	(16.7)	(14.6)	(84.8)
ELEMIS ⁽¹⁾	64,698	10.5	84,207	11.6	(23.2)	(22.0)	(19.4)
LimeLife	54,318	8.8	40,702	5.6	33.5	34.9	14.9
其他 ⁽²⁾	35,255	5.7	47,359	6.5	(25.6)	(21.5)	(10.7)
總計	616,638	100.0	727,157	100.0	(15.2)	(13.1)	(100.0)

(1) ELEMIS於二零二零財年上半年的銷售額包括二零一九年三月。撇除此月份，於二零二一財年上半年按固定匯率計算的銷售增長將為-11.1%。

(2) 其他包括Melvita、Erborian及L'Occitane au Brésil。

按地區劃分的表現

下表載列於所示期間按地區劃分的銷售淨額及銷售淨額增長：

	二零二一財年第二季度		二零二零財年第二季度		按報告匯率 計算的增長 %	按固定匯率 計算的增長 %	按固定匯率 計算對整體 增長的貢獻 %
	千歐元	%	千歐元	%			
日本	47,574	13.9	53,027	14.2	(10.3)	(6.9)	(21.6)
香港 ⁽¹⁾	23,025	6.7	34,437	9.2	(33.1)	(30.1)	(60.7)
中國	53,534	15.6	40,922	10.9	30.8	35.4	84.9
台灣	9,334	2.7	7,812	2.1	19.5	18.8	8.6
法國	21,816	6.4	24,882	6.6	(12.3)	(12.3)	(18.0)
英國	36,546	10.7	40,921	10.9	(10.7)	(10.1)	(24.3)
美國	54,241	15.8	65,535	17.5	(17.2)	(12.6)	(48.6)
巴西	7,024	2.1	12,524	3.3	(43.9)	(19.8)	(14.6)
俄羅斯	10,986	3.2	11,763	3.1	(6.6)	11.9	8.2
其他地區 ⁽²⁾	78,384	22.9	82,842	22.2	(5.4)	(2.9)	(13.9)
總計	342,464	100.0	374,665	100.0	(8.6)	(4.5)	(100.0)

	二零二一財年上半年		二零二零財年上半年		按報告匯率 計算的增長 %	按固定匯率 計算的增長 %	按固定匯率 計算對整體 增長的貢獻 %
	千歐元	%	千歐元	%			
日本	88,308	14.3	107,255	14.7	(17.7)	(17.4)	(19.6)
香港 ⁽¹⁾	32,345	5.2	58,298	8.0	(44.5)	(43.2)	(26.4)
中國	97,445	15.8	76,653	10.5	27.1	30.5	24.6
台灣	17,936	2.9	15,067	2.1	19.0	15.3	2.4
法國	37,538	6.1	48,657	6.7	(22.9)	(22.9)	(11.7)
英國	65,545	10.6	76,810	10.6	(14.7)	(14.3)	(11.5)
美國	113,924	18.5	133,555	18.4	(14.7)	(13.4)	(18.8)
巴西	10,997	1.8	26,457	3.6	(58.4)	(41.8)	(11.6)
俄羅斯	17,106	2.8	22,370	3.1	(23.5)	(11.3)	(2.7)
其他地區 ⁽²⁾	135,494	22.0	162,035	22.3	(16.4)	(14.5)	(24.7)
總計	616,638	100.0	727,157	100.0	(15.2)	(13.1)	(100.0)

(1) 包括澳門的銷售額及對亞洲分銷商及旅遊零售客戶的銷售額。

(2) 包括盧森堡的銷售額。

下表載列二零二一財年上半年與去年同期比較按地區劃分有關自營零售店數目、其對整體增長的貢獻百分比以及同店銷售增長的明細分析：

	自營零售店				對整體增長的貢獻百分比 ⁽¹⁾⁽²⁾			
	二零二零年 九月三十日	截至 二零二零年 九月三十日 止六個月 淨開設	二零一九年 九月三十日	截至 二零一九年 九月三十日 止六個月 淨開設	不可比較 店舖	可比較 店舖	店舖總數	同店銷售 增長% ⁽²⁾
日本 ⁽³⁾	157	(6)	161	7	(5.4)	(12.6)	(17.9)	(14.3)
香港 ⁽⁴⁾	36	1	36	—	(2.2)	(3.0)	(5.2)	(30.1)
中國	204	1	194	4	3.9	5.3	9.2	11.3
台灣	54	(1)	52	(1)	1.5	1.7	3.2	17.1
法國 ⁽⁵⁾	87	—	87	1	(2.4)	(4.5)	(6.9)	(19.6)
英國	71	(1)	72	(2)	(0.4)	3.3	2.9	13.0
美國	174	2	178	(6)	(5.4)	(12.8)	(18.2)	(23.3)
巴西 ⁽⁶⁾	168	(31)	186	4	(2.5)	(5.9)	(8.4)	(31.8)
俄羅斯 ⁽⁷⁾	113	1	110	3	(0.4)	(2.1)	(2.5)	(14.0)
其他地區 ⁽⁸⁾	505	(5)	517	11	(3.5)	(8.4)	(11.9)	(10.0)
總計⁽⁹⁾	1,569	(39)	1,593	21	(16.8)	(38.9)	(55.7)	(10.4)

- (1) 指所示地區及期間不可比較店舖、可比較店舖及所有店舖佔整體銷售淨額增長的百分比。
- (2) 撇除外幣換算影響。
- (3) 包括分別於二零一九年九月三十日及二零二零年九月三十日的35間及31間Melvita店。
- (4) 包括於二零一九年九月三十日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的10間Melvita店，以及於二零二零年九月三十日在澳門的2間L'Occitane店及在香港的11間Melvita店及3間ELEMIS店。
- (5) 包括於二零一九年九月三十日及二零二零年九月三十日的7間Melvita店及2間Erborian店。
- (6) 包括分別於二零一九年九月三十日及二零二零年九月三十日的84間及60間L'Occitane au Brésil店。
- (7) 包括分別於二零一九年九月三十日及二零二零年九月三十日的11間Erborian店。
- (8) 包括於二零一九年九月三十日的9間Melvita店及2間Erborian店，以及於二零二零年九月三十日的8間Melvita店、2間Erborian店及2間ELEMIS店。
- (9) 包括於二零一九年九月三十日的61間Melvita店、84間L'Occitane au Brésil店及15間Erborian店，以及於二零二零年九月三十日的57間Melvita店、60間L'Occitane au Brésil店、15間Erborian店及5間ELEMIS店。

二零二一財年上半年，本集團的銷售淨額為616,600,000歐元，按固定匯率計算下降13.1%，較二零二一財年第一季度的-22.2%明顯改善。本集團的網上渠道(包括自營電子商務、網上商城、數字直銷及網上合作夥伴渠道)繼續表現更佳，截至二零二一財年上半年錄得80.8%的可觀增長，佔總銷售淨額的40.7%(二零二零財年上半年：19.5%)。二零二一財年第二季度歐洲及美洲店舖逐步重開後，零售銷售適度回升。二零二一財年第一季度在亞洲的強勁銷售勢頭得以持續。截至二零二一財年上半年，中國、韓國及台灣分別錄得30.5%、37.4%和15.3%令人鼓舞的增長。

與二零二一財年第一季度相比，所有品牌在二零二一財年第二季度的銷售勢頭均實現顯著改善。L'Occitane en Provence恢復尤其迅速——銷售下降幅度從二零二一財年第一季度的-25.7%收窄至二零二一財年第二季度的-4.1%。儘管大多數實體店重開，但其所有地區的網上渠道仍然顯示活躍增長。此外，旅遊零售業務顯示一定程度的回升，特別是在亞洲。同時，ELEMIS的銷售額在二零二一財年第二季度下降15.7%，在COVID-19背景之下符合預期，因為其水療及海運渠道受到嚴重影響。本季度內，ELEMIS的網上渠道保持高速增長，並且該品牌成功進駐中國及俄羅斯。LimeLife表現出色，在二零二一財年第二季度增長17.6%，這歸功於產品發布及全新為美容顧問而設的手機應用程式。其他品牌在二零二一財年第二季度下降7.6%(二零二一財年第一季度為-35.3%)，這歸功於強勁的網上渠道以及隨著店舖重開而恢復的零售銷售。Erborian表現出色，於二零二一財年第二季度增長29.3%。

本集團繼續進行調整，以加快轉型並尋求削減成本及精簡運營的方法。本集團最近開始進行重組，以提高效率及靈活性。此重組過程或會導致從本集團全球9,000名員工中減去大約300個職位。重組將主要涉及辦公室職位。

承董事會命
L'Occitane International S.A.
主席
Reinold Geiger

香港，二零二零年十月二十七日

於本公告日期，本公司的執行董事為Reinold Geiger先生(主席兼行政總裁)、André Hoffmann先生(副主席)、Silvain Desjonquères先生(集團常務董事)、Thomas Levilion先生(集團財務及行政管理部副總經理)、Karl Guénard先生(公司秘書)及Séan Harrington先生；本公司的非執行董事為Martial Lopez先生及本公司的獨立非執行董事為Valérie Bernis女士、Charles Mark Broadley先生、Pierre Milet先生及吳植森先生。

免責聲明

在多個表格內呈列的財務資料及若干其他資料已四捨五入至最接近的整數或最接近的小數。因此，欄內數字的總和未必與該欄所示的總數完全一致。此外，表格內呈列的若干百分比反映在四捨五入前根據相關資料計算所得結果，故未必與假使相關結果乃以經四捨五入的數字計算而得出的百分比完全一致。