

【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 公佈二零二一財政年度中期業績

儘管經營環境極具挑戰，仍取得穩健表現  
毛利率提升至 **82.1%**，經營溢利率達 **5.3%**

1. 集團二零二一財年上半年的業績繼續受到 COVID-19 的限制性措施影響。然而，得益於集團的抵禦能力、適應力及線上實力，銷售淨額的跌幅由二零二一財年第一季度的-22.2%顯著收窄至二零二一財年第二季度的-4.5%。因此，二零二一財年上半年的銷售淨額按固定匯率計算下跌 13.1%至 616.6 百萬歐元。
2. 毛利率提升 0.9 個百分點至 82.1%，乃受益於有利渠道組合中線上渠道比例增加。
3. 儘管經營環境充滿挑戰，集團的經營溢利仍維持正值，經營溢利率僅下跌 0.4 個百分點至銷售淨額的 5.3%。此乃歸因於集團在亞洲的強勁表現、來自 ELEMIS 及 LimeLife 的穩健溢利貢獻、線上銷售增長及迅速的成本控制措施。
4. 集團的財務狀況仍然穩健，自由現金流量增加 28.4 百萬歐元至 107.6 百萬歐元，而債務淨額下降 206.7 百萬歐元至 698.7 百萬歐元。

#### 財務摘要

(除另有說明，皆以百萬歐元為單位)	二零二一財年 上半年	二零二零財年 上半年	變化
銷售淨額	<b>616.6</b>	727.2	-15.2%
毛利	<b>506.2</b>	590.1	-14.2%
<i>毛利率</i>	<b>82.1%</b>	81.2%	+0.9 百分點
經營溢利	<b>32.9</b>	41.8	-21.2%
<i>經營溢利率</i>	<b>5.3%</b>	5.7%	-0.4 百分點
期內溢利	<b>17.3</b>	25.2	-31.6%
<i>淨利潤率</i>	<b>2.8%</b>	3.5%	-0.7 百分點
每股基本盈利 (歐元)	<b>0.011</b>	0.017	-35.3%
資本回報率 (%)	<b>1.5%</b>	1.7%	-0.2 百分點
股權回報率 (%)	<b>1.5%</b>	2.5%	-1.0 百分點
資產負債比率 (%)	<b>37.8%</b>	39.6%	-1.8 百分點
債務淨額	<b>(698.7)</b>	(905.4)	-22.8%
自由現金流量	<b>107.6</b>	79.2	+35.9%

(二零二零年十一月三十日，香港) 製造並銷售富含天然有機成分之美容與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九月三十日止六個月 (「二零二一財年上半年」) 之中期業績。

儘管 COVID-19 疫情帶來重重挑戰，集團於二零二一財年上半年實現穩健的財務表現，超越管理層的預期。得益於集團的抵禦能力、適應力及線上實力，銷售淨額的跌幅由二零二一財年第一季度的-22.2%顯著收窄至二零二一財年第二季度的-4.5%。因此，銷售淨額於二零二一財年上半年達 616.6 百萬歐元，較去年同期按固定匯率計算減少 13.1%。集團仍維持盈利，毛利率亦有所提升。

儘管二零二一財年上半年的毛利減少 14.2%至 506.2 百萬歐元，其毛利率增加 0.9 個百分點至 82.1%。此改善主要由於有利的渠道組合中線上渠道比例增加。

集團的現行策略減輕了全球疫情對其盈利的影響，其經營溢利仍為正值，達 32.9 百萬歐元，而經營溢利率僅減少 0.4 個百分點至 5.3%。此乃歸因於集團在亞洲的強勁表現、來自 ELEMIS 及 LimeLife 的穩健溢利貢獻、線上銷售的增加，以及迅速的成本控制措施。純利為 17.3 百萬歐元，佔銷售淨額的 2.8%。

在整個二零二一財年上半年，COVID-19 疫情造成大規模的店舖關閉、社交距離及其他限制性措施，在這個狀況下，線上及全渠道銷售成為策略重心。線上銷售增長 80.8%，佔集團二零二一財年上半年銷售淨額的 40.7%，社交銷售及客戶服務成為集團營運的重要一環。截至二零二零年九月底，集團已在全球開展近 50 個社交銷售計劃。值得注意的是，集團在其最大市場的美國，推出了客戶體驗試點計劃，讓店內美容顧問與客戶在線上交流。該計劃取得良好的成果，有關客戶服務佔零售銷售額超過 10%。

按地區劃分，集團持續在亞洲保持強勁的增長勢頭，尤其在中國、台灣和韓國，銷售於二零二一財年上半年按固定匯率分別增長 30.5%、15.3%及 37.4%。中國在各渠道均增長亮麗，其實體店舖渠道人流增加，而線上業務表現優異，於天貓的銷售錄得中雙位數的增長，而京東的銷售則增長超過 100%。台灣市場的銷售得到蠟菊煥活雙效精華、蠟菊極致修護系列等皇牌產品，以及手部護理產品推廣活動的成功帶動。此外，儘管香港的銷售繼續因持續的限制性措施及旅遊禁令受挫，中國及韓國的旅遊零售業務開始復甦，分別受惠於海南省的旅遊熱潮以及韓國免稅營運商的線上購物合作。

集團的核心品牌 L'OCCITANE en Provence 在 COVID-19 危機中尤其具抵禦能力，按固定匯率計算，銷售跌幅由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%，於二零二一財年上半年，銷售按固定匯率計算下跌 14.6%。其所有地區的線上渠道均顯示活躍增長，於二零二一財年上半年增長 107.0%。該品牌的表現亦受惠於其在高端身體護理及手部護理的標誌性地位，相關產品在 COVID-19 疫情期間需求增加。該品牌在此等關鍵產品分部的領導地位在中國雙十一活動期間獲得進一步鞏固，期間銷售較去年增長超過 40%，並在整個天貓平台的身體護理及手部護理領域均排名第一。

於二零二一財年上半年，集團的第二大品牌 ELEMIS 的銷售按固定匯率計算減少 22.0%。跌幅的其中一半乃由於去年不可比較的基數，當中納入二零一九年三月。撇除該月，二零二一財年上半年的銷售按固定匯率計算減少 11.1%。跌幅的另一半，乃因英國及美國的旅遊禁令及限制性措施嚴重影響水療及郵輪渠道，造成其銷售停滯。

儘管 COVID-19 疫情使 ELEMIS 銷售受挫，該品牌繼續專注於數碼優先策略，並隨著進入全球新市場實現與 L'OCCITANE en Provence 的協同效應。ELEMIS 進駐中國市場為主要焦點，在 Sephora 線上及線下 125 間實體店獨家推出。自二零二零年七月推出以來，ELEMIS 於中國的表現極為令人鼓舞。於二零二一財年上半年，ELEMIS 亦迅速擴展到新市場，於歐洲（例如法國、德國及意大利）及亞洲（包括香港、台灣、新加坡及泰國）的重要市場推出電子商務網站。與此同時，ELEMIS 精簡且靈敏的架構使其能在全全球疫情下及早採取行動並削減成本，經營溢利率達到創紀錄的 30.5%。

LimeLife 的銷售於二零二一財年上半年強勁反彈，按固定匯率計算錄得 34.9%令人鼓舞的增長並轉虧為盈。除了在封城期間利用基於社交媒體的業務模式外，其增長亦歸功於產品發佈、成功的閃購促銷活動以及為美容顧問推出的全新手機應用程式。

集團的其他品牌銷售於二零二一財年上半年按固定匯率計算合共下跌 21.5%，較二零二一財年第一季度下跌 35.3% 顯著改善。各品牌承受危機帶來的不同程度影響，其中 Erborian 具抵禦能力，於二零二一財年上半年保持盈利。

儘管集團在多方面取得令人鼓舞的進展，二零二一財年餘下時間的經營環境同樣充滿挑戰。為保障集團的抵禦能力及財務靈活性，集團正進行重組程序以加快轉型，這或會導致全球 9,000 名員工中流失約 300 個職位。集團亦積極處理虧損領域，L'OCCITANE au Brésil 及 Melvita 正進行重組，並可能加快美國等市場的店舖整合。此等行動將使集團能更有效率並更靈活應對瞬息萬變的經營狀況。

同時，鑑於節日旺季對集團的盈利能力及營銷日程至關重要，集團正密切監察全球各地最近對 COVID-19 疫情宣佈封城的時間及嚴重程度。集團不懈地預測並為後續加快轉向線上的銷售作準備。集團的資訊科技及物流與客戶服務及線上團隊協調良好，團隊繼續借助社交銷售計劃，把握線上需求急增並推動節日旺季的業績。

集團維持產生高現金流的能力，自由現金流量增加 28.4 百萬歐元至 107.6 百萬歐元。集團的債務淨額亦下降 206.7 百萬歐元至 698.7 百萬歐元。

L'Occitane 主席兼行政總裁 Reinold Geiger 先生表示：「COVID-19 是全球迄今面臨最具挑戰的事件之一。然而，憑藉我們的適應力及團隊精神，我們於期內實現多個亮點，並將繼續為此加倍努力。」

「目前全球多個地區正在經歷新一波的 COVID-19 疫情，我們線上活動的成功仍至關重要。我們堅信我們精準投資的成效、轉向線上的營銷活動以及旗下品牌的內在優勢，將使我們順利渡過當前的挑戰。結合我們對提高效率的專注與決心，賦權團隊並優先採用全渠道方法，我們有信心可從此加快增長並提升盈利能力。」

- 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 和 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)