

【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全年業績

銷售及盈利表現優於預期

經營溢利率上升 **2.9** 個百分點至 **14.3%**

純利增長 **36.3%** 至 **157** 百萬歐元創紀錄新高

1. 儘管過去一年受 COVID-19 嚴重影響，集團憑藉靈活性及應變能力，展現良好的抵禦能力，二零二一財年錄得優於預期的銷售及盈利表現。
2. 銷售淨額為 1,537.8 百萬歐元，在可比的基础上下跌 1.1%。
3. 經營溢利達到創紀錄的 220.2 百萬歐元，經營溢利率則上升 2.9 個百分點至 14.3%。
4. 集團純利增長 36.3% 至 157 百萬歐元，實現有史以來的高位，佔銷售淨額的 10.2%。
5. 撇除國際財務報告準則第 16 號 (IFRS 16) 的影響，自由現金流錄得 278.1 百萬歐元的新高，而去年為 170.5 百萬歐元。
6. 董事會建議派發末期股息每股 0.03687 歐元，增加 65.5%，相當於 35.0% 的派息比率。

財務摘要

截至三月三十一日止年度

(除另有說明，所有金額以百萬歐元為單位)

	二零二一年	二零二零年	變化
銷售淨額	1,537.8	1,644.1	-6.5% ⁽¹⁾
毛利	1,277.1	1,341.2	-4.8%
毛利率	83.0%	81.6%	+1.4 百分點
經營溢利	220.2	187.3	+17.6%
經營溢利率	14.3% ⁽²⁾	11.4%	+2.9 百分點
年內溢利	157.0	115.2	+36.3%
淨利潤率	10.2%	7.0%	+3.2 百分點
基本每股盈利 (歐元)	0.105	0.080	+32.5%
每股股息 (歐元)	0.03687	0.02228	+65.5%
派息比率 (%)	35.0%	27.9%	+7.1 百分點
債務淨額	(395.6)	(730.3)	-45.8%
自由現金流量，撇除 IFRS 16	278.1	170.5	+63.1%

⁽¹⁾ 在可比的基础上，銷售淨額下跌 1.1% (即包括美國附屬公司 L'Occitane, Inc. 於二零二一年二月及三月的銷售，並撇除 ELEMIS 在二零二零財年中於二零一九年三月的銷售)。

⁽²⁾ 假設 L'Occitane, Inc. 並無進行第 11 章法律程序，經營溢利率將為 13.6%。

(二零二一年六月二十八日，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) 今日公佈截至二零二一年三月三十一日止年度(「二零二一財年」)之全年業績。

儘管年內受到 COVID-19 疫情持續的挑戰，集團於二零二一財年仍實現強勁的業績表現，在銷售及盈利方面均優於預期。憑藉集團在全球實施社交距離措施下的靈活性及應變能力，下半年銷售的強勁復甦有助收復上半年銷售的失地。於二零二一財年，集團的銷售淨額為 1,537.8 百萬歐元，按固定匯率計算減少 6.5%，而在可比的基礎上(即計入集團美國附屬公司於二零二一年二月及三月的銷售，並撇除 ELEMIS 於二零二零財年中於二零一九年三月的銷售)則輕微下降 1.1%。

重要的是，集團在擴大利潤方面取得巨大的進展。雖然毛利減少 4.8%至 1,277.1 百萬歐元，但毛利率增加 1.4 個百分點至 83.0%。此一改善主要由於有利的渠道和國家組合，當中有較高毛利率的網上渠道以及亞洲市場比例增加。

此外，集團二零二一財年的經營溢利增長 17.6%至創紀錄的 220.2 百萬歐元，而經營溢利率上升 2.9 個百分點至 14.3%。此佳績主要由於集團積極管理 COVID-19 危機而降低成本、集團在亞洲強勁的表現、來自 ELEMIS 及 LimeLife 重要的利潤貢獻、網上銷售的增加，以及 L'Occitane, Inc.申請第 11 章程序後不再綜合入賬而導致的收益所致。假設 L'Occitane, Inc.並無進行第 11 章法律程序，經營溢利率將為 13.6%。

基於上述因素，集團純利增長 36.3%至 157.0 百萬歐元，實現有史以來高位，佔銷售淨額的 10.2%。

於二零二一財年，集團的網上渠道銷售上升 69.2%，佔集團銷售總額超過三分之一。在 COVID-19 全球疫情的高峰期間集團關閉了 75%的實體店，而強勁的網上銷售彌補了大部分於實體店舖損失的銷售。集團積極推行社交銷售奠定了成功轉向網上銷售的基礎，使其即使需要遵守社交距離的情況下仍能維持並加強集團對美容的人性化方針。在歐洲，集團推出 68 個社交銷售項目，同時在美國亦推出一個客戶服務試點計劃。與此同時，韓國於集團主要市場中擁有最高網上銷售比例之一，這得益於 L'OCCITANE en Provence 在 Kakao 送禮平台美容類別的龍頭地位。

集團的核心品牌 L'OCCITANE en Provence 在二零二一財年尤其具抵禦能力。COVID-19 疫情刺激全球衛生意識提高，對肥皂、手部及身體潤膚霜等產品的需求激增。與此同時，亞洲主要市場，尤其是中國、台灣及韓國，在二零二一財年仍實現增長。整體而言，中國無疑是集團表現最好的市場，亦是最早在 COVID-19 疫情中回穩的市場之一。於二零二一財年，中國的銷售增長 36.0%並成為集團最大的市場。此外，香港的銷售則仍受 COVID-19 的限制性措施、旅客人流銳減及店舖關閉所影響。亞洲的旅遊零售業務亦面臨挑戰，但年度後期由於國內旅遊熱潮而有所改善。

二零二一財年見證了 ELEMIS 在數碼優先策略下迅速進軍新市場，並在可行的情況下實現與 L'OCCITANE en Provence 的協同效應。亮點之一在中國，ELEMIS 於其零售夥伴 Sephora 的所有店舖，共 269 間，獨家推出。自二零二零年七月推出以來，ELEMIS 在中國的業績蒸蒸日上，利潤可觀。於其他地區，ELEMIS 繼續進駐亞洲、歐洲及中東的新市場，並同時在包括法國、德國、意大利、香港、台灣、新加坡及泰國等關鍵市場，推出十多個電子商務網站。

ELEMIS 亦在其傳統的美國及英國市場實現強勁的業績，在當地的網上及家居購物渠道的勢頭大幅抵銷了實體業務的嚴重影響。該品牌在二零二一財年良好的業績表現突顯集團多品牌策略的穩健性，其精簡且靈活的架構使其能夠在全球疫情的早期迅速削減成本，並貢獻於經營溢利率達至出色的 25.7%。

LimeLife 是集團增長最快的品牌，按固定匯率計算，於二零二一財年錄得 25.7% 的增長並轉虧為盈，乃受益於只限網上及以社交媒體為基礎的業務模式。集團新興品牌 Melvita、L'OCCITANE au Brésil 及 Erborian 的整體業績隨著二零二一財年的推進亦有所改善，按固定匯率計算，整體下跌 8.8%。此改善主要由 Erborian 帶動，其於二零二一財年增長 14% 並保持盈利。L'OCCITANE au Brésil 透過專注於主要客戶群、招聘及發展新渠道，在年底亦出現好轉跡象，於二零二一財年第四季恢復增長。Melvita 則繼續面臨挑戰，惟銷售亦於每個季度有所改善。L'OCCITANE au Brésil 及 Melvita 均旨在改善盈利能力，兩者的重整計劃進展良好，年內繼續關閉表現欠佳的店舖。

除了推動銷售表現外，集團於二零二一財年亦進行兩項重大重組行動，以加快轉型、處理虧損領域並提高投資效率。在未來幾年，這將使集團成為更具效率及更靈活的組織。

於二零二零年十月，集團宣佈進行重組，導致全球 9,000 名員工中流失約 300 個職位，主要是辦公室的職務。其後於二零二一年一月，集團的美國附屬公司 L'Occitane, Inc. 自願申請美國破產法第 11 章的個案，以加快店舖整合。於二零二一財年末，其重組進展順利並淨關閉 25 間表現欠佳的店舖。集團預期第 11 章個案順利完成後，未來四至五年可每年節省約 9 百萬至 10 百萬歐元。

踏入二零二二財年，COVID-19 全球抗疫仍備受關注。隨著歐洲實體店於二零二一年初的新一波疫情後重新開業，日本、台灣及馬來西亞等亞洲市場的店舖卻因新的封城措施而關閉。然而，集團的業績應仍具抵禦性，由於集團繼續受益於全球加快轉向網上渠道，以及在個人護理、面部及手部護理上無與倫比的形象。

儘管 COVID-19 繼續對集團業務營運帶來影響，集團仍有高的現金流產生能力。自由現金流（撇除 IFRS 16 影響）創下 278.1 百萬歐元的新高，去年為 170.5 百萬歐元。董事會欣然建議派發末期股息每股 0.03687 歐元，增加 65.5% 及相當於 35.0% 的派息比率。

L'Occitane 主席兼行政總裁 Reinold Geiger 先生表示：「面對 COVID-19 所帶來前所未見的挑戰，我們的抵禦能力及適應力帶領業務在發展及盈利上取得成果。這要歸功於我們全球團隊的團結及熱情。」

「儘管 COVID-19 疫情陰霾仍持續，我們預期網上銷售及於快速增長的亞洲市場的銷售仍將保持強勁。憑藉我們品牌的內在優勢、管理團隊的決心和專注，以及我們的精準投資，相信已為未來幾年的加速增長及進一步擴大盈利能力奠立堅實的基礎。」

- 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

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