



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 公佈二零二二財政年度中期業績

中期經營溢利達到創紀錄的 **78.9** 百萬歐元
 純利飆升 **262.6%** 至 **60.6** 百萬歐元，亦創新紀錄
 經營溢利率及淨利潤率蓬勃升高，分別達 **11.3%** 及 **8.7%**

1. 雖然仍受到 COVID-19 疫情陰霾影響，集團二零二二財年上半年錄得強勁業績。創紀錄的盈利表現得益於重組措施、對資本支出的審慎態度以及對主要渠道及國家的精準投資。
2. 匯報銷售淨額增長 12.9% 至 696.4 百萬歐元，在可比的基礎上銷售增長為 18.6%*。
3. 經營溢利達 78.9 百萬歐元，佔銷售淨額 11.3%。
4. 純利為 60.6 百萬歐元，佔銷售淨額 8.7%。
5. 於二零二一年十一月十五日，集團宣佈收購全球高端身體護理市場的創新領導者 Sol de Janeiro 大部分股權。此項收購符合集團當前建立領先及地理平衡的高端美容品牌組合的策略。

*按固定匯率計算，並假設 L'Occitane, Inc. 仍為集團的一部分。

財務摘要

(除另有說明，皆以百萬歐元為單位)	二零二二財年	二零二一財年	變化
	上半年 匯報	上半年 經重列*	
銷售淨額	696.4	616.6	+12.9%
毛利	554.9	506.2	+9.6%
毛利率	79.7%	82.1%	-2.4 百分點
經營溢利	78.9	32.3	+143.8%
經營溢利率	11.3%	5.2%	+6.1 百分點
期內溢利	60.6	16.7	+262.6%
淨利潤率	8.7%	2.7%	+6.0 百分點
每股基本盈利 (歐元)	0.041	0.010	+310.0%
資本回報率 (%)	3.6%	1.5%	+2.1 百分點
股權回報率 (%)	4.9%	1.5%	+3.4 百分點
資產負債比率 (%)	28.0%	37.9%	-9.9 百分點
債務淨額	(556.0)	(698.7)	-20.4%

* MyGlamm 的會計處理從按公平值計入其他綜合收益的金融投資，於期內更改為使用權益法入賬的聯營公司。因此，截至二零二零年九月三十日止六個月，使用權益法入賬的分估聯營公司溢利予以重列，以計入 MyGlamm 招致的虧損 550,000 歐元。

(二零二一年十一月二十九日，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) 今日公佈截至二零二一年九月三十日止六個月(「二零二二財年上半年」)之中期業績。

雖然 COVID-19 疫情的影響持續，集團在二零二二財年上半年錄得強勁業績，二零二二財年第二季度銷售增長加快至高於疫情前水平 7.0%。更重要的是，集團再度提高盈利能力，其經營溢利及純利雙雙創新紀錄。

於二零二二財年上半年，集團的匯報銷售淨額為 696.4 百萬歐元，較二零二一財年同期增長 12.9%。撇除不再將 L'Occitane, Inc. 綜合入賬的會計影響，集團的銷售淨額為 725.1 百萬歐元，按固定匯率計算增長 18.6%。可觀增長主要由於 COVID-19 限制性措施放寬，以及若干市場的零售人流恢復正常所致。零售、旅遊零售、批發渠道均顯著反彈。

最令人注目的是，集團的經營溢利創下歷史新高，上升 143.8% 至 78.9 百萬歐元。經營溢利率增加 6.1 個百分點至 11.3%，受益於集團在固定成本及分銷成本在較高銷售下的槓桿效應、不再綜合入賬及重新綜合入賬 L'Occitane, Inc. 的一次性收益，以及早前關店與重組措施所帶來的效率收益。撇除 L'Occitane, Inc. 不再綜合入賬及重新綜合入賬的收益，經營溢利率仍然強勁，為 10.3%。

綜合上述因素，集團純利錄得創紀錄的 60.6 百萬歐元，上升 262.6% 並佔銷售淨額的 8.7%。

儘管零售店舖重開，消費者與疫情共存兩年後，部分行為變化已成習慣。網上渠道於二零二二財年第二季度仍強勁增長 11.6%，而去年同期更是大幅增長 64.6%，這證明了集團全渠道策略繼續成功且有效。值得一提的是，集團的整體銷售已超越疫情前水平，惟其網上銷售佔比仍維持相對較高水平，約佔總銷售的三分之一。

集團核心品牌 L'OCCITANE en Provence 為二零二二財年上半年作出最大增長貢獻。全球各地業績均告改善，亞洲、北美及歐洲的溢利佔比均衡。期內，集團大額投資於中國，即核心品牌的最大市場。因此，L'OCCITANE en Provence 於線上及線下的增長均優於市場表現，並繼續位列高端身體護理及護髮類別的頂級品牌之一。除主要產品類別外，L'OCCITANE en Provence 亦透過於其他產品類別中推出新品以創造新意，例如最近推出的桂花香水在中國成績驕人，並於推出期間佔該品牌銷售額的 10%。

在數碼優先的全球擴張策略引領下，ELEMIS 於二零二二財年上半年加快了銷售增長。其在亞洲及其他市場繼續快速擴張，在中國、新加坡、馬來西亞、阿聯酋及俄羅斯開設旗艦店，同時初步進軍日本等主要亞洲市場，於大型節慶前提升品牌形象。ELEMIS 亦在其既有市場表現強勁。在美國郵輪業務恢復，以及在英國封鎖措施結束後，ELEMIS 均展現持續的增長勢頭，而其網上及家居購物渠道亦表現穩健。在疫情期間大幅削減其成本基礎後，ELEMIS 維持精簡及靈活的架構，同時合理地提高營銷及新地區投資。其繼續錄得穩健的 17.3% 經營溢利率，是集團提高經營溢利率的另一個主要因素。

於二零二一年十一月十五日，集團宣佈收購 Sol de Janeiro 的大部分股權，其為全球高端身體護理市場的創新領導品牌。此項收購符合集團建立領先且地理平衡的高端美容品牌組合的策略。就品牌知名度及形象、產品質素、管理層能力，以及在增長、盈利及現金產生前景方面，該品牌十分契合集團策略。

L'Occitane 副主席兼行政總裁 André Hoffmann 先生表示：「對於在不確定的宏觀經濟背景下仍能錄得強勁業績，讓我們感到非常滿意。集團完成重大重組行動及管理團隊轉變的同一時期，亦創下期內溢利新高，證明集團以均衡的方針重構專注力及秩序，兼顧營業額及溢利的方式奏效。最近，得益於高現金產生業務及盈利增長，加快了我們轉型至多品牌且地理平衡的集團。長遠來看，我們現在處於有利位置，可透過創新及令人振奮的產品及品牌進軍新市場並開拓更多不同的年齡層 — 這些將繼續反映我們的價值及高端美容的形象。」

「儘管如此，最近世界不同地區再度實施 COVID-19 限制措施證明疫情離結束尚早。這可能在短期造成不利因素，但我們的靈敏性及適應能力已久經粹煉，加上旗下品牌的內在優勢，已充分體現在我們網上渠道的表現，我們因此滿懷樂觀，預期能迎來一個亮麗的節日旺季，並為股東帶來長遠的價值。」

- 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，其中自營店約 1,500 間，業務覆蓋個國家。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