



## 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 公佈截至二零二一年十二月三十一日止期間未經審核季度資料

假日季節強勁表現帶動二零二二財年第三季度銷售增長 **9.5%**，較疫情前水平高出 **14.6%**  
全渠道策略同時支持網上及實體渠道增長

(二零二二年一月二十五日，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十二月三十一日止期間未經審核之季度資料。

儘管 COVID-19 在若干主要市場再度爆發，集團於截至二零二一年十二月三十一日止九個月 (「二零二二財年九個月」) 以及截至二零二一年十二月三十一日止三個月 (「二零二二財年第三季度」)，即年度最重要的季度，持續展現令人鼓舞的銷售增長勢頭。於二零二二財年九個月，銷售淨額為 **1,375.1** 百萬歐元，按固定匯率計算增長 **14.2%**。由於外幣匯率轉為利好因素，二零二二財年九個月報告銷售增長為 **15.6%**。

二零二二財年第三季度銷售淨額雖然與去年同一季度 **4.3%** 的相對良好的增長比較，但按報告匯率計算仍增長 **13.5%**，按固定匯率計算增長 **9.5%**。相比疫情前的二零二零財年 (即兩年前)，在可比的基礎上，二零二二財年第三季度銷售淨額增長加快至 **14.6%**。此一增長高於二零二二財年第一季度及二零二二財年第二季度較疫情前水平分別 **3.1%** 及 **7.0%** 的增長。

#### 按品牌劃分之表現：

千歐元	第三季度		% 增長	% 增長 <sup>(1)</sup>
	二零二二財年	二零二一財年		
L'OCCITANE en Provence	<b>524,913</b>	470,456	11.6	8.0
ELEMIS	<b>76,351</b>	51,817	47.3	39.4
LimeLife	<b>17,984</b>	24,782	(27.4)	(31.9)
其他 <sup>(2)</sup>	<b>30,759</b>	25,724	19.6	17.7
總計	<b>650,007</b>	572,779	13.5	9.5

千歐元	九個月		% 增長	% 增長 <sup>(1)</sup>
	二零二二財年	二零二一財年		
L'OCCITANE en Provence	<b>1,082,903</b>	932,851	16.1	14.8
ELEMIS	<b>163,156</b>	116,515	40.0	35.9
LimeLife	<b>55,243</b>	79,100	(30.2)	(29.7)
其他 <sup>(2)</sup>	<b>73,766</b>	60,950	21.0	21.7
總計	<b>1,375,068</b>	1,189,416	15.6	14.2

(1) 撇除外幣換算影響。

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

按地區劃分之表現：

千歐元	第三季度		% 增長	% 增長 <sup>(1)</sup>
	二零二二財年	二零二一財年		
日本	<b>65,951</b>	70,575	(6.6)	(2.9)
香港	<b>47,980</b>	46,420	3.4	(1.0)
中國	<b>124,597</b>	101,237	23.1	14.1
台灣	<b>21,511</b>	18,665	15.3	7.5
法國	<b>34,734</b>	30,413	14.2	14.2
英國	<b>73,803</b>	56,866	29.8	21.9
美國	<b>93,377</b>	84,883	10.0	5.1
巴西	<b>18,811</b>	16,435	14.5	13.6
俄羅斯	<b>22,338</b>	18,123	23.3	11.8
其他地區	<b>146,905</b>	129,162	13.7	12.4
總計	<b>650,007</b>	572,779	13.5	9.5

千歐元	九個月		% 增長	% 增長 <sup>(1)</sup>	% 同店銷售增長 <sup>(1)</sup>
	二零二二財年	二零二一財年			
日本	<b>154,913</b>	158,882	(2.5)	3.3	3.8
香港	<b>99,381</b>	78,765	26.2	25.7	7.8
中國	<b>248,712</b>	198,682	25.2	18.5	9.9
台灣	<b>38,212</b>	36,601	4.4	(0.1)	0.7
法國	<b>75,480</b>	67,950	11.1	11.1	(1.0)
英國	<b>151,818</b>	122,411	24.0	17.5	7.5
美國 <sup>(2)</sup>	<b>207,484</b>	198,807	4.4	5.2	23.9
巴西	<b>38,472</b>	27,432	40.2	40.7	26.7
俄羅斯	<b>45,983</b>	35,229	30.5	28.1	19.8
其他地區	<b>314,614</b>	264,656	18.9	17.7	8.0
總計	<b>1,375,068</b>	1,189,416	15.6	14.2	9.6

(1) 撇除外幣換算影響。

(2) 為作出合適比較，包括於二零二一年四月至二零二一年八月第 11 章法律程序期間的銷售額，合共 28.6 百萬歐元。

集團核心品牌 L'OCCITANE en Provence 按固定匯率計算錄得 14.8% 的強勁增長，對二零二二財年九個月整體增長貢獻 81.4%。二零二二財年九個月按固定匯率計算，ELEMIS 的增長加快至 35.9%，主要受水療及批發業務反彈、美國及英國網上渠道加快以及持續拓展新市場所帶動。然而，LimeLife 的銷售下跌 29.7%，此乃由於去年的高基數及本年度美容顧問的招聘疲弱。所有主要市場持續改善，於二零二二財年九個月錄得令人鼓舞的增長。按固定匯率計算，巴西、俄羅斯、香港、及中國分別增長 40.7%、28.1%、25.7% 及 18.5%。

集團在二零二二年第三季度穩健的表現亦受益於其核心品牌的抵禦能力（按固定匯率計算增長 8.0%），以及 ELEMIS 的增長加快（按固定匯率計算增長 39.4%）。於二零二二財年第三季度，中國對整體增長的貢獻仍然最大，這歸功於活躍的網上及實體店銷售。

二零二二財年第三季度的零售、批發及網上渠道強勁復甦。於重要假日季節期間，零售表現尤其強勁，與去年同一季度比較，二零二二財年第三季度增長約 13%。儘管實體渠道復甦，網上渠道仍保持蓬勃，與二零二一財年第三季度 62.1% 的優秀增長比較，二零二二財年第三季度增長 4.1%。倘不計及 LimeLife，二零二二財年第三季度網上渠道錄得約 9% 的增長，主要受惠於網上合作夥伴及網上商城渠道表現出眾。

L'Occitane 副主席兼行政總裁 André Hoffmann 表示：「儘管 Omicron 變種病毒的快速傳播令人擔憂，我們大部分的主要市場在假日季節均表現強勁，所有地區包括亞太、歐洲及美洲均貢獻增長。另外，即使各地購物環境已逐漸正常化，得益於我們長期努力加強全渠道版圖，假日季節的氣氛不僅限於實體渠道，網上銷售亦保持良好增長。」

Hoffmann 先生總結表示：「隨著我們邁入二零二二財年最後一個季度，我們主要品牌的穩健表現將繼續推動我們的盈利能力。Sol de Janeiro 加入我們的品牌組合亦將提升我們的業績，並將支持我們於短期及中期的健康及盈利增長，同時進一步促進我們轉型至多品牌且地理平衡的集團。」

- 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 90 個國家。透過旗下 L'OCCITANE en Provence、Melvita、Erborian、L'OCCITANE au Brésil、LimeLife by Alcone、ELEMIS 及 Sol de Janeiro 七個品牌，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)