



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全年業績

經營溢利創紀錄達 **310.7** 百萬歐元

經營溢利率為上市以來最高

董事會建議將派息率由 **35%** 增至 **40%**

1. 儘管經營環境持續動盪，集團仍取得優秀業績。
2. 匯報銷售淨額增長 **15.8%** 至 **1,781.4** 百萬歐元。
3. 經營溢利創紀錄達 **310.7** 百萬歐元，佔銷售淨額 **17.4%**，由經營槓桿改善、重組工作產生的收益，以及在關鍵渠道與國家的精準投資所帶動。純利增長 **57.5%** 至創紀錄的 **241.9** 百萬歐元，佔銷售淨額 **13.6%**。
4. 創紀錄的業績成果來自 L'OCCITANE en Provence 強勁的營運表現，以及集團其他品牌（尤其是 ELEMIS）的發展。
5. 優異的業績加上對集團未來前景充滿信心，董事會建議將派息率由 **35%** 提高至 **40%**，相當於末期股息每股 **0.06585** 歐元，上升 **78.6%**。

財務摘要

(除另有說明，所有金額以百萬歐元為單位)	二零二二財年 匯報	二零二一財年 經重列*	變化
銷售淨額	1,781.4	1,537.8	+15.8%
毛利	1,463.4	1,277.1	+14.6%
毛利率	82.2%	83.0%	-0.8 百分點
經營溢利	310.7	216.8	+43.3%
經營溢利率	17.4%	14.1%	+3.3 百分點
年內溢利	241.9	153.6	+57.5%
淨利潤率	13.6%	10.0%	+3.6 百分點
基本每股盈利（歐元）	0.165	0.103	+60.2%
每股股息（歐元）	0.06585	0.03687	+78.6%
資本回報率（%）	12.8%	10.1%	+2.7 百分點
股權回報率（%）	19.1%	12.7%	+6.4 百分點
資產負債比率（%）	34.0%	32.8%	+1.2 百分點
債務淨額	(660.8)	(395.6)	+67.0%

* 於二零二二財年，Good Glamm Group 的會計處理從按公平值計入其他綜合收益的金融投資更改為使用權益法入賬的聯營公司。因此，二零二一財年使用權益法入賬的分佔聯營公司溢利予以重列，以計入 Good Glamm Group 招致的虧損 3,399,000 歐元。

(二零二二年六月二十七日，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) 今日公佈截至二零二二年三月三十一日止年度(「二零二二財年」)之全年業績。

儘管宏觀經濟環境持續動盪，集團於二零二二財年仍取得優秀的業績。銷售穩健增長 15.8%，達 1,781.4 百萬歐元。撇除 L'Occitane, Inc. 不再綜合入賬的會計影響，集團二零二二財年的銷售淨額為 1,810.0 百萬歐元，按匯報匯率計算增長 16.7%，按固定匯率計算增長 14.6%，或在可比的基础上(即撇除 Sol de Janeiro 於二零二二年一月至三月的銷售額)增長 13.0%。

更重要的是，集團的盈利能力創紀錄，經營溢利及經營溢利率均達至集團上市以來最高的水平，分別為 310.7 百萬歐元及 17.4%。集團純利亦創紀錄達 241.9 百萬歐元，上升 57.5%，佔銷售淨額 13.6%。

隨著歐洲及美洲國家開始解除 COVID-19 疫情相關限制措施，集團營商環境持續改善，銷售勢頭在二零二二財年大部分時間保持良好。零售渠道客流量強勁反彈，而網上渠道仍然活躍，並在二零二二財年維持增長。然而，於二零二二財年第四季度，宏觀經濟形勢變得充滿挑戰，包括作為集團最大市場的中國因 COVID-19 疫情回升再次實行封鎖措施，以及烏克蘭與俄羅斯的地緣政治局勢。

透過收緊分銷開支管控及經營槓桿效應，加上明智地加大對盈利能力良好且具前景的品牌與市場的營銷投資，經營盈利表現優異。經營業績亦受惠於若干一次性項目，包括第 11 章法律程序產生的收益。撇除一次性項目，經營溢利率仍然強勁，為 17.0%。

集團核心品牌 L'OCCITANE en Provence 於二零二二財年仍然對集團增長貢獻最大。所有地區的貢獻均衡，各個產品類別亦錄得增長，反映核心品牌的基礎廣泛改善。集團年度媒體及營銷投資預算近半用於重大的活動及特殊項目，與其高度針對性的營銷策略一致。此外，得益於經營槓桿改善、有利的渠道組合以及來自重組工作的收益，核心品牌的經營利潤率達至 19.8% 的世界級水平。

儘管多個關鍵市場的線下人流進一步正常化，受惠於集團全渠道覆蓋所有接觸點的客戶，網上銷售繼續增長。隨著以數碼為中心或數碼原生品牌(包括 ELEMIS、LimeLife 及 Sol de Janeiro)增長，集團預計其網上銷售仍將保持在目前約佔銷售總額三分之一的高水平。透過各渠道之間協調一致的推廣策略，持續的網上發展將帶來正面貢獻，並進一步支持集團的全渠道策略。

ELEMIS 的銷售增長於二零二二財年加快，主要受水療及批發業務反彈、美國及英國網上銷售強勁，以及海運與航空業務復甦所帶動。隨著與零售合作夥伴的獨家銷售期即將結束，ELEMIS 亦正為在中國的下一階段發展做準備。在疫情期間大幅削減成本後，ELEMIS 維持精簡靈敏的架構，同時明智地恢復營銷投資以及新市場的推廣活動。儘管在品牌成長階段進行此等投資，ELEMIS 在二零二二財年繼續實現 22.8% 出色的經營溢利率。

與此同時，集團繼續鞏固為實現可持續增長及盈利能力奠定的基礎。在品牌組合加入 Sol de Janeiro 提供了新的盈利增長來源，連同最近收購的 Grown Alchemist，集團朝向轉型至多品牌和地域平衡的集團。

最後，隨著集團為可持續發展的未來做好準備，已按計劃完成管理層過渡。於二零二二財年較早前，André Hoffmann 先生接替 Reinold Geiger 先生擔任集團的行政總裁，Geiger 先生則仍是集團主席兼執行董事。此外，自二零二二年六月三十日起，Thomas Levilion 先生將退任集團財務總監。集團謹此衷心感謝 Levilion 先生於任職期間所作出之寶貴貢獻，並期待他在留任集團非執行董事繼續提供指導。集團亦熱烈歡迎 Christian-Matthias Klever 先生接替 Levilion 先生。

L'Occitane 副主席兼行政總裁 André Hoffmann 先生表示：「我們很自豪公佈集團是次亮麗的業績表現，出色的成果再次體現集團品牌與團隊的韌性，以及抵禦並克服市場動盪的能力。同時，我們繼續著眼於未來發展，於二零二二財年收購兩個強大的品牌，有助加快我們進軍新市場並吸引更多年輕的消費者。」

「鑑於我們創紀錄的業績及明朗的前景，董事會欣然建議提高派息率，以回報長期股東。展望二零二三財年，儘管全球經濟仍面臨許多不確定性，管理層高度專注於為股東提供可持續價值。於二零一三財年突破 10 億歐元銷售額大關後，我們預期二零二三財年的銷售額能突破 20 億歐元的里程碑，同時保持穩健的盈利能力。」

- 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、Sol de Janeiro 及 Grown Alchemist 八個品牌，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