【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 公佈截至二零二二年十二月三十一日止期間未經審核季度資料

**儘管主要市場存在不利因素，二零二三財年九個月的銷售增長 10.6%**
**Sol de Janeiro 增長加速至可觀的 96%**
**美洲為表現最佳地區，增長 53.7%**

（二零二三年一月三十一日，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十二月三十一日止期間未經審核之季度資料。

截至二零二二年十二月三十一日止九個月（「二零二三財年九個月」），集團銷售淨額達 1,602.3 百萬歐元，按報告匯率計算增長 16.5%，按固定匯率計算增長 10.6%。在可比的基礎上（即不計及集團於二零二二年六月撤出的俄羅斯、新近綜合入賬的品牌 Sol de Janeiro 與 Grown Alchemist、撇除去年不將美國附屬公司綜合入賬的影響，並按固定匯率計算），銷售增長為 2.3%。

由於若干主要市場的宏觀經濟狀況充滿挑戰，截至二零二二年十二月三十一日止三個月（「二零二三財年第三季度」），整體銷售按報告匯率計算增長 8.0%，按固定匯率計算增長 4.5%。

**按品牌劃分之表現：**

| 百萬歐元 | 第三季度 | | % 增長 | % 增長[1] |
|---|---|---|---|---|
| | **二零二三財年** | 二零二二財年 | | |
| L'OCCITANE en Provence | **506.3** | 524.9 | -3.5 | -5.5 |
| ELEMIS | **76.5** | 76.4 | 0.2 | -3.4 |
| Sol de Janeiro | **64.2** | - | 不適用 | 不適用 |
| 其他[2] | **54.8** | 48.7 | 12.4 | 6.6 |
| 總計 | **701.8** | 650.0 | 8.0 | 4.5 |

| 百萬歐元 | 九個月 | | % 增長 | % 增長[1] |
|---|---|---|---|---|
| | **二零二三財年** | 二零二二財年 | | |
| L'OCCITANE en Provence | **1,116.6** | 1,082.9 | 3.1 | -0.9 |
| ELEMIS | **181.6** | 163.2 | 11.3 | 5.3 |
| Sol de Janeiro | **158.8** | - | 不適用 | 不適用 |
| 其他[2] | **145.3** | 129.0 | 12.6 | 5.5 |
| 總計 | **1,602.3** | 1,375.1 | 16.5 | 10.6 |

*(1) 撇除外幣換算影響。*
*(2) 其他包括 LimeLife、Melvita、Erborian、L'OCCITANE au Brésil 及 Grown Alchemist。*

**按地區劃分之表現：**

| 百萬歐元 | 第三季度 | | % 增長 | % 增長[1] |
|---|---|---|---|---|
| | **二零二三財年** | 二零二二財年 | | |
| 亞太地區 | **316.1** | 324.8 | -2.7 | -3.2 |
| 美洲[3] | **211.2** | 128.8 | 63.9 | 46.5 |
| 歐洲、中東及非洲 | **174.6** | 196.4 | -11.1 | -10.2 |
| 總計 | **701.8** | 650.0 | 8.0 | 4.5 |

| 百萬歐元 | 九個月 | | % 增長 | % 增長[1] | % 同店銷售增長[1] |
|---|---|---|---|---|---|
| | **二零二三財年** | 二零二二財年 | | | |
| 亞太地區 | **686.4** | 668.3 | 2.7 | -0.6 | -6.5 |
| 美洲[3] | **492.2** | 281.1 | 75.1 | 53.7 | 7.8 |
| 歐洲、中東及非洲 | **423.8** | 425.6 | -0.4 | -0.3 | -0.5 |
| 總計 | **1,602.3** | 1,375.1 | 16.5 | 10.6 | -1.7 |

*[3] 包括美國附屬公司於二零二二財年進行第 11 章法律程序期間的銷售額。*

**按渠道劃分之表現：**

| 百萬歐元 | 第三季度 | | % 增長 | % 增長[1] |
|---|---|---|---|---|
| | **二零二三財年** | 二零二二財年 | | |
| 零售 | **269.4** | 288.9 | -6.8 | -8.0 |
| 線上渠道 | **236.0** | 222.4 | 6.1 | 2.5 |
| 批發及其他 | **196.4** | 138.7 | 41.6 | 33.8 |
| 總計 | **701.8** | 650.0 | 8.0 | 4.5 |

| 百萬歐元 | 九個月 | | % 增長 | % 增長[1] |
|---|---|---|---|---|
| | **二零二三財年** | 二零二二財年 | | |
| 零售 | **591.1** | 581.7 | 1.6 | -1.7 |
| 線上渠道 | **500.7** | 462.2 | 8.3 | 2.3 |
| 批發及其他 | **510.6** | 331.2 | 54.1 | 43.7 |
| 總計 | **1,602.3** | 1,375.1 | 16.5 | 10.6 |

集團核心品牌 **L'OCCITANE en Provence** 的銷售於二零二三財年九個月及二零二三財年第三季度分別錄得 0.9%及 5.5%的跌幅，部分由於撤出俄羅斯及部分由於在中國及日本等主要市場的持續宏觀經濟挑戰。英國及法國等部分市場的消費者持謹慎態度，加上集團持續減少促銷活動亦影響了該品牌的節日銷售表現。撇除中國及俄羅斯市場，該品牌的銷售於二零二三財年九個月及二零二三財年第三季度按固定匯率計算分別增長 5.9%及 1.3%。**ELEMIS** 於二零二三財年九個月按報告匯率計算增長 11.3%，按固定匯率計算增長 5.3%，較二零二三財年上半年的雙位數增長有所放緩。二零二三財年第三季度錄得銷售下降，主要由於策略性決策減少若干英國網絡合作夥伴的銷售，以優先採用適應疫情後消費趨勢及提升品牌資產的全渠道模式。美國於二零二三財年九個月表現強勁，增長 22.9%，主要受到強勁的電子商務、遊輪及批發業務所帶動。

**Sol de Janeiro** 於二零二三財年第三季度的強勁增長勢頭加快，季度銷售額達記錄新高 64.2 百萬歐元，截至二零二三財年九個月銷售額達 158.8 百萬歐元。二零二三財年第三季度及二零二三財年九個月的增長分別加快至 170%及 96%，乃由於其節日營銷活動取得成功，其中熱銷產品為 *Bum Bum Cream* 及廣受歡迎的香氛噴霧。**其他品牌**於二零二三財年九個月按報告匯率計算增長 12.6%，按固定匯率計算增長 5.5%，與二零二三財年上半年的銷售勢頭一致。Erborian 及 L'OCCITANE au Brésil 於二零二三財年九個月表現尤其出色，按固定匯率計算分別增長 28.3%及 38.1%。

地區表現方面，**美洲**於二零二三財年九個月帶領增長，按報告匯率計算增長 75.1%，按固定匯率計算增長 53.7%，主要受 Sol de Janeiro 的增長加快及 ELEMIS 於美國的強勁表現所帶動。**亞太地區**於二零二三財

年九個月按報告匯率計算錄得增長 2.7%，按固定匯率計算下降 0.6%。大部分的國家錄得增長，惟中國及日本除外，其受到 COVID-19 疫情影響。中國於二零二三財年第三季度的銷售按固定匯率計算下降低十數百分比。撇除中國，亞太地區於二零二三財年九個月按固定匯率計算增長 7.0%。**歐洲、中東及非洲地區**於二零二三財年九個月的銷售按固定匯率計算輕微下降 0.3%，主要由於二零二二年六月撤出俄羅斯。撇除俄羅斯，歐洲、中東及非洲地區按固定匯率計算增長 9.2%，主要貢獻來自該地區的分銷及旅遊零售的銷售。

渠道表現方面，**批發及其他**在二零二三財年九個月帶領增長，按固定匯率計算增長 43.7%，其中連鎖批發商、國際分銷及旅遊零售蓬勃增長。**線上渠道**於二零二三財年九個月按報告匯率計算錄得 8.3%的可觀增長，按固定匯率計算增長 2.3%，佔集團銷售額的 31.2%。**零售**銷售輕微下降 1.7%，主要受到中國店舖因 COVID-19 疫情而關閉、撤出俄羅斯及關閉集團自營店的影響。撇除中國及俄羅斯市場，零售銷售於二零二三財年九個月按固定匯率計算增長 6.9%。於二零二二年十二月三十一日，自營零售店總數為 1,386 間，相比於二零二一年十二月三十一日的 1,515 間。

L'Occitane 副主席兼行政總裁 André Hoffmann 先生表示：「與許多其他零售覆蓋面廣的品牌運營者一樣，我們正經歷中國取消 COVID-19 限制措施，以及全球其他市場消費意欲更為謹慎的影響。然而，憑藉我們歷經考驗的往績所展現的抵禦能力，以及增加品牌及地理區域多元化方面的努力，我們度過了極具挑戰性的季度，維持整體良好的增長。」

Hoffmann 先生總結表示：「當前最強勁的逆風或將終究是短期的。在邁向二零二四財年之際，透過將旗下一些較新的品牌擴展到新的市場及渠道，我們看到相當不錯的增長機會。對於作為一個多品牌及地理平衡集團的長期策略，我們仍然感到樂觀。」

– 完 –

**關於 L'Occitane International S.A.**
L'Occitane International S.A.是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 1,400 間，業務覆蓋 90 個國家。透過旗下 L'OCCITANE en Provence、Melvita、Erborian、L'OCCITANE au Brésil、LimeLife、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