

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

L'OCCITANE

EN PROVENCE

L'OCCITANE INTERNATIONAL S.A.

1, rue du Fort Rheinsheim L-2419 Luxembourg

R.C.S. Luxembourg: B80359

(根據盧森堡法律註冊成立的有限公司)

(股份代號：973)

截至二零一三年六月三十日止三個月 未經審核經營資料

L'Occitane International S.A. (「本公司」)欣然提呈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零一三年六月三十日止三個月的未經審核二零一三／二零一四年(「二零一四年財政年度」)第一季經營資料。本公告乃根據證券及期貨條例(香港法例第571章)第XIVA部及香港聯合交易所有限公司證券上市規則第13.09條而作出。

摘要

- 本集團的銷售淨額為220.6百萬歐元，較截至二零一二年六月三十日止三個月錄得1.9%增長。按當地貨幣計算增長7.5%
- 增長主要受中國、法國、美國、香港及俄羅斯所推動。中國及俄羅斯仍為增長最快的國家(分別為28%及16%)
- 整體同店銷售增長為0.8%(去年同期為0.7%)
- 撇除收購自分銷商的店舖，截至二零一三年六月三十日止三個月新開設自營店數為32間(去年同期為33間)

業務分部

下表載列截至二零一三年六月三十日止三個月按業務分部劃分的銷售淨額及按年增長的明細分析(計入及撇除所示的外幣折算影響)：

| | 銷售額及佔銷售總額百分比 | | | |
|-------------------|----------------|--------------|----------------------|----------------------------|
| | 二零一三年六月三十日 | | 二零一二年六月三十日 | |
| | 千歐元 | 百分比 | 千歐元 | 百分比 |
| 直銷 | 163,606 | 74.2 | 161,647 | 74.7 |
| 轉售 | 56,968 | 25.8 | 54,860 | 25.3 |
| 總計 | 220,574 | 100.0 | 216,507 | 100.0 |
| | 千歐元 | 增長百分比 | 增長百分比 ⁽²⁾ | 對整體增長的貢獻百分比 ⁽²⁾ |
| 直銷 | 1,958 | 1.2 | 8.2 | 81.2 |
| 可比較店舖 | -7,342 | -5.5 | 0.8 | 6.5 |
| 不可比較店舖 | 9,432 | 36.5 | 45.7 | 72.5 |
| 其他 ⁽¹⁾ | -132 | -4.0 | 10.9 | 2.2 |
| 轉售 | 2,109 | 3.8 | 5.6 | 18.8 |
| 整體增長 | 4,067 | 1.9 | 7.5 | 100.0 |

(1) 包括郵購及其他銷售。

(2) 撇除外幣折算影響。

地區

下表呈列截至二零一三年六月三十日止三個月我們按地區劃分的銷售淨額及銷售淨額增長以及對整體銷售增長的貢獻(計入及撇除所示的外幣折算影響)：

| 千歐元 | 銷售額及佔銷售總額百分比 | | | | 增長 | 增長百分比 | 增長百分比 ⁽¹⁾ | 對整體增長的貢獻百分比 ⁽¹⁾ |
|---------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|--------------|------------|----------------------|----------------------------|
| | 二零一三年六月三十日 | 二零一二年六月三十日 | 增長 | 增長 | | | | |
| 日本 | 38,620 | 17.5 | 52,235 | 24.1 | (13,615) | (26.1) | (7.0) | (22.6) |
| 香港 ⁽²⁾ | 22,581 | 10.2 | 20,883 | 9.6 | 1,698 | 8.1 | 7.4 | 9.5 |
| 中國 | 14,607 | 6.6 | 11,319 | 5.2 | 3,288 | 29.0 | 28.0 | 19.5 |
| 台灣 | 7,293 | 3.3 | 6,894 | 3.2 | 398 | 5.8 | 6.4 | 2.7 |
| 法國 | 20,465 | 9.3 | 17,980 | 8.3 | 2,485 | 13.8 | 13.8 | 15.3 |
| 英國 | 11,636 | 5.3 | 11,497 | 5.3 | 139 | 1.2 | 6.4 | 4.5 |
| 美國 | 27,101 | 12.3 | 25,323 | 11.7 | 1,778 | 7.0 | 9.0 | 14.0 |
| 巴西 | 10,565 | 4.8 | 10,160 | 4.7 | 405 | 4.0 | 11.8 | 7.3 |
| 俄羅斯 | 10,543 | 4.8 | 9,420 | 4.4 | 1,123 | 11.9 | 16.0 | 9.3 |
| 其他國家 ⁽³⁾ | 57,163 | 25.9 | 50,796 | 23.5 | 6,368 | 12.5 | 13.0 | 40.5 |
| 所有國家 | 220,574 | 100.0 | 216,507 | 100.0 | 4,067 | 1.9 | 7.5 | 100.0 |

(1) 撇除外幣折算影響，並反映所有業務分部的增長(包括自營零售店銷售額的增長)。

(2) 包括澳門的銷售額。

(3) 包括盧森堡的銷售額。

下表載列於所示三個月按地區劃分有關自營零售店數目、其對整體增長的貢獻百分比以及同店銷售增長的明細分析：

| | 自營零售店數目 | | | | 對整體增長的貢獻百分比 ⁽¹⁾⁽²⁾ | | | |
|----------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|-------------------------------|------------|-------------|-----------------------|
| | 二零一三年六月三十日 | 截至二零一三年六月三十日止三個月新開設 | 二零一二年六月三十日 | 截至二零一二年六月三十日止三個月新開設 | 不可比較店鋪 | 可比較店鋪 | 所有店鋪 | 同店銷售增長 ⁽²⁾ |
| 日本 ⁽³⁾ | 101 | 1 | 99 | 9 | (3.5) | (20.7) | (24.2) | (9.4) |
| 香港 ⁽⁴⁾ | 31 | — | 30 | 1 | 2.6 | 4.0 | 6.6 | 13.0 |
| 中國 | 129 | 10 | 95 | 2 | 15.0 | 4.0 | 19.0 | 8.1 |
| 台灣 ⁽⁵⁾ | 61 | — | 63 | 1 | 1.4 | 1.2 | 2.6 | 4.4 |
| 法國 ⁽⁶⁾ | 72 | 2 | 67 | 1 | 3.1 | 2.9 | 6.0 | 6.1 |
| 英國 ⁽⁷⁾ | 65 | 3 | 58 | 1 | 4.3 | 1.3 | 5.6 | 2.5 |
| 美國 ⁽⁸⁾ | 188 | 2 | 172 | 2 | 9.5 | 4.5 | 14.0 | 3.7 |
| 巴西 | 71 | 1 | 64 | 1 | 4.3 | 2.6 | 6.9 | 5.6 |
| 俄羅斯 ⁽⁹⁾ | 101 | 2 | 84 | 8 | 5.8 | (0.4) | 5.4 | (1.0) |
| 其他國家 ⁽¹⁰⁾ | 417 | 17 | 354 | 7 | 30.1 | 7.1 | 37.2 | 4.0 |
| 所有國家 | 1,236 | 38 | 1,086 | 33 | 72.5 | 6.5 | 79.0 | 0.8 |

(1) 指所示地區及期間不可比較店鋪、可比較店鋪及所有店鋪佔整體銷售淨額增長的百分比。

(2) 撇除外幣折算影響。

(3) 包括於二零一二年六月三十日及二零一三年六月三十日的分別 11 間及 12 間 Melvita 店。

(4) 包括在澳門的 1 間 L'Occitane 店及包括於二零一二年六月三十日及二零一三年六月三十日在香港的分別 8 間及 9 間 Melvita 店。

(5) 包括於二零一二年六月三十日及二零一三年六月三十日的 9 間 Melvita 店。

(6) 包括於二零一二年六月三十日及二零一三年六月三十日的分別 5 間及 4 間 Melvita 店。

(7) 包括於二零一二年六月三十日及二零一三年六月三十日的分別 2 間及 1 間 Melvita 店。

(8) 包括於二零一二年六月三十日及二零一三年六月三十日的分別 3 間及 1 間 Melvita 店。

(9) 包括於二零一二年六月三十日及二零一三年六月三十日的 7 間 Melvita 店。

(10) 包括於二零一二年六月三十日及二零一三年六月三十日的分別 9 間及 7 間 Melvita 店。新開設店鋪包括於二零一三年六月三十日收購我們於南非的分銷商的 6 間店鋪。

由於本集團將加快實施其店舖翻新政策，同店銷售增長目前按撇除經翻新店舖計算。下表載列本集團於所示期間撇除與包括經翻新店舖的同店銷售增長比較：

| | 同店銷售增長 ⁽¹⁾ | | | |
|-------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| | 二零一三年六月三十日 | | 二零一二年六月三十日 | |
| | 撇除 經翻新店舖 | 包括 經翻新店舖 | 撇除 經翻新店舖 | 包括 經翻新店舖 |
| 日本 | (9.4) | (10.1) | (9.0) | (9.0) |
| 香港 | 13.0 | 9.8 | 12.3 | 7.5 |
| 中國 | 8.1 | 7.8 | 7.7 | 6.8 |
| 台灣 | 4.4 | 2.9 | (9.1) | (9.2) |
| 法國 | 6.1 | 5.7 | (0.3) | 1.9 |
| 英國 | 2.5 | 2.5 | 11.7 | 11.7 |
| 美國 | 3.7 | 3.8 | 10.9 | 11.1 |
| 巴西 | 5.6 | 4.8 | (1.2) | (1.0) |
| 俄羅斯 | (1.0) | (0.5) | 12.0 | 11.8 |
| 其他國家 | 4.0 | 4.3 | 3.4 | 3.1 |
| 所有國家 | 0.8 | 0.7 | 0.7 | 0.8 |

⁽¹⁾ 撇除外幣折算影響。

截至二零一三年六月三十日止首三個月，本集團繼續面對充滿挑戰的全球經營環境。本集團於二零一四年財政年度第一季的銷售淨額為220.6百萬歐元，較去年同期增長1.9%。按當地貨幣計算增長7.5%。

於二零一四年財政年度第一季，直銷業務分部繼續推動本集團業務，並佔本集團整體增長的81.2%。直銷業務分部佔本集團銷售總額的74.2%，達163.6百萬歐元，較去年同期增長1.2%，按固定匯率計算增長8.2%。不可比較店舖及現有可比較店舖均對該增長作出貢獻，但以不可比較店舖的貢獻為主，第一季的同店銷售增長為0.8%。

於二零一四年財政年度第一季，本集團的網店零售額依然保持其勢頭，按當地貨幣計算較去年同期增長22.0%。

轉售業務較去年同期錄得3.8%的增長，按固定匯率計算增長5.6%。按固定匯率計算，二零一四年財政年度第一季的增長可媲美去年同期的6.0%。就表現而言，轉售業務在具挑戰的營商環境下均保持強勁，佔本集團整體增長的18.8%。

整體而言，業務增長受中國、法國、美國、香港及俄羅斯的強勁表現所支持。日本市場的表現仍然疲弱並維持同店銷售負增長。台灣及巴西市場表現出良好進展，同店銷售錄得正增長。由於全球經濟不明朗因素日益增加，俄羅斯的同店銷售錄得輕微負增長。

本集團依然保持其全球零售擴充的步伐，於二零一四年財政年度第一季的新開設店舖數目為32間，而去年同期為33間(不包括收購於南非的分銷商的店舖)。本集團繼續其零售網絡升級，於二零一四年財政年度第一季翻新或搬遷28間店舖，而去年同期則為18間。

承董事會命

L'Occitane International S.A.

主席

Reinold Geiger

香港，二零一三年七月二十五日

於本公告日期，本公司的執行董事為Reinold Geiger先生(主席兼行政總裁)、Emmanuel Laurent Jacques Osti先生(常務董事)、André Joseph Hoffmann先生(亞太區常務董事)、Thomas Levilion先生(集團財務及行政管理部副總經理)及Domenico Luigi Trizio先生(首席營運總監)；本公司的非執行董事為Karl Guénard先生及Martial Thierry Lopez先生；本公司的獨立非執行董事為Valérie Irène Amélie Monique Bernis女士、Charles Mark Broadley先生、Pierre Maurice Georges Milet先生及吳植森先生。

免責聲明

在多個表格內呈列的財務資料及若干其他資料已四捨五入至最接近的整數或最接近的小數。因此，欄內數字的總和未必與該欄所示的總數完全一致。此外，表格內呈列的若干百分比反映在四捨五入前根據相關資料計算所得結果，故未必與假使相關結果乃以經四捨五入的數字計算而得出的百分比完全一致。