

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)

**截至二零一二年六月三十日止三個月
未經審核二零一二／二零一三年度第一季經營資料**

L' Occitane International S.A. (「本公司」) 欣然提呈本公司及其附屬公司 (「本集團」) 截至二零一二年六月三十日止三個月的未經審核二零一二／二零一三年度第一季資料。本公告乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則第13.09條作出。

摘要

- 銷售淨額增長18.8% (去年同期為12.1%) 至216.5百萬歐元，來自於匯率的貢獻較大。按當地貨幣計算增長10.7%
- 增長主要受美國、香港、俄羅斯、英國及中國所推動。俄羅斯及中國均在增長速度最快的國家之列 (按當地貨幣計算的增長分別為29.6%及22.7%)
- 截至二零一二年六月三十日止三個月新開設33間自營店 (去年同期為25間)

業務分部

下表載列截至二零一二年六月三十日止三個月期間按業務分部劃分的銷售淨額及按年增長的明細分析(計入及撇除外幣折算影響(如所示者))：

| | 銷售額及佔銷售總額百分比 | | | |
|-------------------|----------------|--------------|--------------------|--------------------|
| | 二零一二年 六月三十日 | | 二零一一年 六月三十日 | |
| | 千歐元 | % | 千歐元 | % |
| 直銷 | 161,647 | 74.7 | 133,096 | 73.0 |
| 轉售 | 54,860 | 25.3 | 49,215 | 27.0 |
| 總計 | 216,507 | 100.0 | 182,311 | 100.0 |
| | | 增長 | 增長 | 對整體 |
| | 千歐元 | 百分比 | 百分比 ⁽²⁾ | 增長的 |
| 直銷 | 28,551 | 21.5 | 12.5 | 貢獻 |
| 可比較店舖 | 10,780 | 8.9 | 0.8 | 百分比 ⁽²⁾ |
| 不可比較店舖 | 17,129 | 182.8 | 162.7 | |
| 其他 ⁽¹⁾ | 643 | 24.2 | 12.4 | |
| 轉售 | 5,645 | 11.5 | 6.0 | |
| 整體增長 | 34,196 | 18.8 | 10.7 | 100.0 |

(1) 包括郵購及其他銷售。

(2) 撇除外幣折算影響。

地區

下表呈列按地區劃分截至二零一二年六月三十日止三個月期間的銷售淨額及銷售淨額增長以及對整體銷售增長的貢獻(計入及撇除外幣折算影響(如所示者))：

| 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⁾ |
|---------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|---------------|-------------|--------------------------|--|
| | 二零一二年 | | 二零一一年 | | | | | |
| | 六月三十日 | 六月三十日 | 六月三十日 | 六月三十日 | | | | |
| 日本 | 52,235 | 24.1 | 45,190 | 24.8 | 7,045 | 15.6 | 1.0 | 2.3 |
| 香港 ⁽²⁾ | 20,883 | 9.6 | 17,125 | 9.4 | 3,758 | 21.9 | 8.9 | 7.8 |
| 中國 | 11,319 | 5.2 | 8,003 | 4.4 | 3,316 | 41.4 | 22.7 | 9.3 |
| 台灣 | 6,894 | 3.2 | 6,029 | 3.3 | 866 | 14.4 | 4.9 | 1.5 |
| 法國 | 17,980 | 8.3 | 18,372 | 10.1 | (392) | (2.1) | (2.1) | (2.0) |
| 英國 | 11,497 | 5.3 | 8,527 | 4.7 | 2,970 | 34.8 | 23.5 | 10.2 |
| 美國 | 25,323 | 11.7 | 20,034 | 11.0 | 5,289 | 26.4 | 12.7 | 13.0 |
| 巴西 | 10,160 | 4.7 | 9,361 | 5.1 | 799 | 8.5 | 19.0 | 9.1 |
| 俄羅斯 | 9,420 | 4.4 | 7,190 | 3.9 | 2,230 | 31.0 | 29.6 | 10.9 |
| 其他國家 ⁽³⁾ | 50,796 | 23.5 | 42,481 | 23.3 | 8,314 | 19.6 | 17.4 | 37.9 |
| 所有國家 | 216,507 | 100.0 | 182,311 | 100.0 | 34,196 | 18.8 | 10.7 | 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。

下表載列於所示期間按地區劃分有關本公司自營零售店數目、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⁾ | | | |
|----------------------|--------------|----------------|-------------|-----------|-------------------------------|------------|-------------|---------------------------|
| | 截至 | | 截至 | | 不可比較 店舖 | 可比較 店舖 | 所有店舖 | 同店 銷售增長 ⁽²⁾ |
| | 二零一二年 | | 二零一一年 | | | | | |
| | 六月三十日 | | 六月三十日 | | | | | |
| 二零一二年 六月三十日 | 止三個月 新開設 | 二零一一年 六月三十日 | 止三個月 新開設 | | | | | |
| 日本 ⁽³⁾ | 99 | 9 | 87 | 4 | 14.4 | (17.0) | (2.6) | (9.0) |
| 香港 ⁽⁴⁾ | 30 | 1 | 24 | 2 | 5.2 | 1.8 | 7.0 | 7.5 |
| 中國 | 95 | 2 | 79 | 8 | 7.2 | 2.1 | 9.3 | 6.8 |
| 台灣 ⁽⁵⁾ | 63 | 1 | 52 | — | 2.5 | (2.3) | 0.2 | (9.2) |
| 法國 ⁽⁶⁾ | 67 | 1 | 65 | (1) | 0.8 | 0.9 | 1.6 | 1.9 |
| 英國 ⁽⁷⁾ | 58 | 1 | 52 | 4 | 3.7 | 3.6 | 7.3 | 11.7 |
| 美國 ⁽⁸⁾ | 172 | 2 | 165 | (2) | 5.4 | 9.3 | 14.8 | 11.1 |
| 巴西 | 64 | 1 | 50 | 4 | 7.4 | (0.4) | 7.1 | (1.0) |
| 俄羅斯 ⁽⁹⁾ | 84 | 8 | 60 | 3 | 6.2 | 3.4 | 9.6 | 11.8 |
| 其他國家 ⁽¹⁰⁾ | 354 | 7 | 286 | 3 | 25.2 | 3.8 | 29.0 | 3.1 |
| 所有國家 | 1,086 | 33 | 920 | 25 | 78.0 | 5.1 | 83.1 | 0.8 |

(1) 指所示地區及期間不可比較店舖、可比較店舖及零售店佔整體銷售淨額增長的百分比。

(2) 撇除外幣折算影響。

(3) 包括於二零一一年六月三十日及二零一二年六月三十日的分別4間及11間Melvita店。

(4) 包括於二零一一年六月三十日及二零一二年六月三十日在澳門的1間L' Occitane店及在香港的分別4間及8間Melvita店。

(5) 包括於二零一一年六月三十日及二零一二年六月三十日的分別2間及9間Melvita店。

(6) 包括於二零一一年六月三十日及二零一二年六月三十日的5間Melvita店。

(7) 包括於二零一一年六月三十日及二零一二年六月三十日的2間Melvita店。

(8) 包括於二零一一年六月三十日及二零一二年六月三十日的3間Melvita店。

(9) 包括於二零一一年六月三十日及二零一二年六月三十日的分別3間及7間Melvita店。

(10) 包括於二零一一年六月三十日及二零一二年六月三十日的分別4間及9間Melvita店。

受全球經濟放緩下，我們在一些國家的銷售受到影響。當中包括日本、台灣及巴西。然而，我們的經營遍佈全球，使得我們能夠利用若干國家較優越的經營環境，而我們在美國、英國及俄羅斯等國家的強勁增長勢頭亦有助於維持穩定的增長。此外，伴隨經濟波動發生的匯率變化於我們有益，並令我們平穩實現強勁的整體增長。

就同店銷售增長而言，歐洲的表現受到去年首季表現強勁相比，然而有幾個國家於六月份的表現較回顧季度首兩個月強。

香港的同店銷售增長受相食效應所影響，影響到三間店舖，但同時促使該等地區的整體銷售大幅增長。此外，於回顧季度內，我們對香港的兩間店舖進行翻新。排除發生後者影響的店舖，同店銷售增長為18.6%。

由於最近新開設店舖，巴西的同店銷售增長在里約熱內盧及聖保羅等城市同樣受相食效應所影響，影響到三間現有店舖。排除發生後者影響的店舖，同店銷售增長為2.1%。

承董事會命
L'Occitane International S.A.
主席
Reinold Geiger

香港，二零一二年七月二十七日

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）、Domenico Trizio（行政總裁）及Thomas Levilion先生（集團財務及行政管理部副總經理）；本公司的非執行董事為Karl Guénard先生、Martial Thierry Lopez先生及Pierre Maurice Georges Milet先生；本公司的獨立非執行董事為Charles Mark Broadley先生、Susan Saltzbarth Kilsby女士及吳植森先生。