

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佈的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部份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.

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)

(股份代號：973)

盈利警告 及 截至二零一五年九月三十日止六個月 未經審核經營資料

盈利警告

本公告乃由L' Occitane International S.A. (「本公司」)及其附屬公司(「本集團」)根據香港法例第571章證券及期貨條例第XIVA部之內幕消息條文及香港聯合交易所有限公司證券上市規則第13.09(2)條作出。

本公司董事會(「董事會」)謹此通知本公司股東(「股東」)及潛在投資者，根據董事會對本集團截至二零一五年九月三十日止六個月未經審核財務報表草稿之初步審閱，預期本集團所錄得之純利將較去年同期低百分之四十到五十。

董事會認為，本集團純利之預期減幅主要歸因於全球市況充滿挑戰，導致固定成本之負債比率減少，銷售增長速度持續放緩。此外，營銷開支(主要在數碼營銷範疇)增加亦影響本集團截至二零一五年九月三十日止六個月之利潤。

截至二零一五年九月三十日止六個月，平均匯率利好使本集團之毛利得以改善，同時經營溢利得以維持。然而，這主要受未變現之外匯虧損所抵銷，該虧損乃由於二零一五年九月歐元兌所有主要貨幣升值，導致公司間結餘貶值。

受季節性因素影響，各財政年度之上半年過往對本集團全年銷售、經營溢利及純利之影響均較各財政年度之下半年小。董事會預期，儘管本財政年度下半年之經營環境波動不定，該季節性趨勢將於本年度持續。

本公司尚未對本集團截至二零一五年九月三十日止六個月之未經審核中期業績定稿。本公告所載資料乃董事會參考現有資料而作出之初步評估，亦並非按照經本公司核數師審核或審閱的任何數字或資料為基礎。有關本集團表現之進一步詳情將於其截至二零一五年九月三十日止六個月之中期業績公告中披露，預期將於二零一五年十一月十六日刊發。

股東及潛在投資者於買賣本公司股份時務請審慎行事。

截至二零一五年九月三十日止六個月未經審核經營資料

本公司欣然呈列本集團截至二零一五年九月三十日止六個月之未經審核(二零一五/二零一六年(「二零一六年財政年度」)經營資料。

摘要

- 本集團二零一六年財政年度首六個月錄得銷售淨額為546.7百萬歐元，增長12.5%。當地貨幣增長為5.8%
- 按當地貨幣計算，中國錄得20.4%增長並為增長最快的國家，其次為法國、日本及俄羅斯
- 按當地貨幣計算，法國錄得11.1%整體增長，而同店銷售增長為6.4%
- 按固定匯率計算，日本錄得8.2%整體增長，而同店銷售增長為6.9%
- 於二零一六年財政年度首六個月，按固定匯率計算，電子商務渠道的增長為20.6%，繼續表現出眾
- 整體同店銷售增長為1.6%
- 新開設的店舖數目為57間，而去年同期則為38間新開設的店舖(通過收購取得的店舖除外)

業務分部

下表載列二零一五年九月三十日止六個月按業務分部劃分的銷售淨額及按年增長明細(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			
	二零一五年九月三十日		二零一四年九月三十日	
	千歐元	百分比	千歐元	百分比
直銷	398,180	72.8	353,716	72.8
轉售	148,519	27.2	132,159	27.2
總計	546,699	100.0	485,874	100.0

	按年增長			
	千歐元 增長	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	44,464	12.6	5.9	74.4
可比較店舖	22,370	8.2	1.6	15.8
不可比較店舖及其他 ⁽¹⁾	22,094	26.9	20.0	58.6
轉售	16,361	12.4	5.4	25.6
整體增長	60,825	12.5	5.8	100.0

(1) 包括郵購及其他銷售。

(2) 撇除外幣折算影響。

地區

下表呈列二零一五年九月三十日止六個月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)：

	銷售額及佔銷售總額百分比				增長 千歐元	增長 百分比	增長 百分比 ⁽¹⁾	對整體 增長的貢獻 百分比 ⁽¹⁾
	二零一五年九月三十日		二零一四年九月三十日					
	千歐元	百分比	千歐元	百分比				
日本	90,113	16.5	81,024	16.7	9,089	11.2	8.2	23.7
香港 ⁽²⁾	58,103	10.6	54,505	11.2	3,598	6.6	(12.0)	(23.4)
中國	51,438	9.4	35,673	7.3	15,765	44.2	20.4	26.0
台灣	16,658	3.0	14,747	3.0	1,911	13.0	(1.3)	(0.7)
法國	45,005	8.2	40,506	8.3	4,499	11.1	11.1	16.0
英國	31,648	5.8	27,016	5.6	4,632	17.1	4.9	4.7
美國	72,277	13.2	59,056	12.2	13,220	22.4	0.6	1.3
巴西	19,539	3.6	22,050	4.5	(2,511)	(11.4)	5.6	4.4
俄羅斯	17,969	3.3	22,006	4.5	(4,037)	(18.3)	8.1	6.4
其他國家 ⁽³⁾	143,950	26.3	129,291	26.6	14,659	11.3	9.0	41.6
所有國家	546,699	100.0	485,874	100.0	60,825	12.5	5.8	100.0

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

(2) 包括澳門的銷售額。

(3) 包括盧森堡的銷售額。

下表呈列截至二零一五年九月三十日止六個月與截至二零一四年九月三十日止六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明細的比較：

	自營零售店數目				對整體增長貢獻百分比 ⁽¹⁾⁽²⁾			
	截至二零一五年		截至二零一四年		不可比較店舖	可比較店舖	所有店舖	同店銷售增長百分比 ⁽²⁾
	二零一五年九月三十日	九月三十日止年度新開設	二零一四年九月三十日	九月三十日止年度新開設				
日本 ⁽³⁾	117	6	108	2	9.4	12.9	22.4	6.9
香港 ⁽⁴⁾	38	2	35	3	(3.7)	(8.2)	(12.0)	(16.2)
中國 ⁽⁵⁾	180	19	145	9	11.3	2.3	13.6	2.5
台灣	55	—	55	1	(0.7)	(2.0)	(2.8)	(6.2)
法置 ⁽⁶⁾	81	—	80	5	2.8	4.6	7.4	6.4
英國	75	2	72	4	2.0	1.2	3.2	2.4
美國	216	2	208	11	5.0	(2.8)	2.2	(1.8)
巴西	88	7	80	2	2.4	2.4	4.8	5.1
俄羅斯 ⁽⁷⁾	106	(1)	111	1	1.0	3.3	4.3	7.0
其他國家 ⁽⁸⁾	485	20	446	7	15.9	2.2	18.0	0.9
所有國家	1,441	57	1,340	45	45.3	15.8	61.2	1.6

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

(2) 撇除外幣折算影響。

(3) 包括於二零一四年九月三十日及二零一五年九月三十日的 11 間及 17 間 Melvita 店。

(4) 包括於二零一四年九月三十日及二零一五年九月三十日在澳門的 3 間 L'Occitane 店及在香港的 10 間 Melvita 店

(5) 包括於二零一五年九月三十日的 8 間 Melvita 店。

(6) 包括於二零一四年九月三十日的 4 間 Melvita 店及二零一五年九月三十日的 5 間 Melvita 店及 1 間 Erborian 店。

(7) 包括於二零一四年九月三十日的 4 間 Melvita 店。

(8) 包括於二零一四年九月三十日的 7 間 Melvita 店及收購挪威的分銷商的 7 間 L'Occitane 店。及二零一五年九月三十日的 8 間 Melvita 店及 1 間 Erborian 店。

於二零一六年財政年度首六個月，本集團銷售淨額為 546.7 百萬歐元，較去年同期上升 12.5%。按固定匯率計算，本集團錄得銷售增長 5.8%。經濟環境的不確定性持續影響本集團的銷售表現，而淨有利外匯影響佔增長 6.7%。

於二零一六年財政年度首六個月，直銷銷售額佔銷售淨額 72.8%，達 398.2 百萬歐元，較去年同期上升 12.6% (按固定匯率計算為 5.9%)。該增長主要受惠於不可比較店舖及其他的貢獻。二零一六年財政年度首六個月，同店銷售增長為 1.6%。按固定匯率計算，本集團於二零一六年財政年度首六個月的電子商貿渠道表現依然出眾，較去年同期增長 20.6%，表現繼續出眾。

轉售銷售額佔本集團銷售總額的 27.2%，達 148.5 百萬歐元，較去年同期上升 12.4% (按固定匯率計算為 5.4%) 並受惠於 (B2B)、批發及分銷渠道的龐大貢獻。

按地區劃分及按固定匯率計算，中國、法國、日本及俄羅斯為銷售增長最高的國家。於二零一六年財政年度首半年，中國的銷售增長為 20.4% (以當地貨幣計算)，為本集團內最高，其主要受惠於去年及本年度首半年新開設的不可比較店舖，同時本集團於天貓的銷售亦帶動了於中國的直銷的增長。

法國錄得銷售增長11.1%及同店銷售增長6.4%。增長主要受包括當地新客戶招募計劃、新產品成功於夏季上市、旅客人數上升及新興品牌加速增長的綜合因素帶動。

日本的銷售增長為8.2%，歸功於6.9%的強勁同店銷售增長。期內的強勁的同店銷售表現主要受惠於新產品成功上市及有效的營銷活動。於二零一六年財政年度第二季度，銷售增長及同店銷售增長百分比所達到表現均較同一財政年度的第一季度出眾。

於香港，零售營運仍然受疲弱市場及中國大陸旅客數目下降影響。於二零一六年財政年度第二季度，香港的旅遊零售銷售率因韓國中東呼吸綜合症的滯後效應及前往香港與澳門旅遊的旅客數目大幅下降而表現疲弱。

於截至二零一五年九月三十日止六個月，本集團繼續在全球進行選擇性零售擴張，新開設的店舖數目為57間，而去年同期的新開設店舖數目為38間(不包括收購挪威的分銷商的7間店舖)。於二零一六年財政年度首六個月，本集團繼續升級其零售網絡，並已翻新或搬遷64間店舖。

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

香港，二零一五年十月二十七日

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)、André 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)、Domenico Trizio先生(首席營運總監)、Karl Guénard先生(聯席公司秘書)及Nicolas Veto先生(集團人力資源執行副總裁)；本公司的非執行董事為Martial Lopez先生；本公司的獨立非執行董事為Valérie Bernis女士、Charles Mark Broadley先生、Pierre 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。