【請即時發放】

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 公佈截至二零一六年三月三十一日止年度未經審核銷售數據

銷售額按實際匯率計算增長 8.9%　按固定匯率計算增長 5.0%
自營電子商貿渠道按年增長 14.5%　與零售銷售相比達 9.8%

*** * ***

中國市場快速增長 16.8%　為主要增長貢獻

（二零一六年四月十九日 — 香港）一間源自世界各地真實故事、以天然成份生產化妝品及優質生活產品的全球領先企業 — L'Occitane International S.A.（「L'Occitane」或及其附屬公司，統稱為「集團」，股份代號：973），欣然公佈其截至二零一六年三月三十一日止全年未經審核銷售數據。

截至二零一六年三月三十一日止年度的銷售淨額達 1,282.7 百萬歐元，按實際匯率計算增長 8.9%，而按固定匯率計算增長 5.0%。增長主要由中國、法國、日本、巴西及俄羅斯所帶動。按固定匯率計算，中國、巴西、法國及俄羅斯為增長最快的國家（增長率依序為 16.8%、11.5%、11.0%及 10.0%）。

儘管全球經濟增長放緩及市場波動下，集團透過於零售及批發網絡的選擇性擴張、數碼渠道及平台的蓬勃發展、新產品的成功推出、強化客戶關係管理能力及 L'Occitane en Provence 和新興品牌的綜合線上/線下市場營銷活動，令集團在主要市場的消費需求仍然保持良好勢頭。

按地區劃分銷售淨額、銷售淨額增幅及同店銷售增長：

千歐元	**二零一六年度**	二零一五年度	% 增長	% 增長[1]	% 同店銷售增長[1]
日本	**206,696**	188,325	9.8	4.5	1.8
香港	**138,566**	134,180	3.3	(9.3)	(17.2)
中國	**131,319**	102,975	27.5	16.8	2.1
台灣	**41,460**	38,985	6.3	(0.7)	(2.8)
法國	**101,355**	91,279	11.0	11.0	6.8
英國	**74,839**	67,198	11.4	3.2	1.9
美國	**173,115**	153,578	12.7	(1.3)	(1.3)
巴西	**43,473**	49,265	(11.8)	11.5	9.1
俄羅斯	**44,940**	50,400	(10.8)	10.0	8.1
其他國家	**326,912**	301,691	8.4	8.3	2.6
所有國家	**1,282,676**	1,177,877	8.9	5.0	1.2

[1] 撇除外匯換算影響；同店銷售包括自營電子商貿渠道

在中國，消費者信心在最後一個季度持續疲弱，而集團以優質的店面擴張與翻新及於天貓平台上的良好銷售表現保持強勁的增長勢頭，銷售淨額上升 16.8%。儘管面對經濟轉弱及貨幣走勢波動，巴西仍錄得強勁的 11.5%銷售增長，其 9.1%的同店銷售增長乃所有國家中最高。巴西的增長受惠於 L'Occitane en Provence 及 L'Occitane au Brésil 品牌的店舖擴展、成功的新產品推出及數碼營銷計劃。在法國，恐怖襲擊所造成的人流減少的負面影響被穩健的本地需求和電子商貿渠道的快速增長所大抵抵消。加上節日期間推出的成功產品線，以及增長快速的新興品牌，進一步支持當地銷售，於零售和批發渠道皆錄得良好需求。受強勁的 8.1%同店銷售增長、門店擴張和優質的產品供應驅動，俄羅斯的增長加速至 10.0%。集團在日本的銷售也跑贏了持平的零售市場，按本地貨幣計算增長 4.5%。儘管下滑速度放緩，香港的整體銷售額仍然受疲弱的零售業務和亞太地區的旅遊零售表現影響而錄得 9.3%的跌幅。受中國遊客繼續探索其他購物目的地影響，香港及澳門的零售銷售持續疲軟，下降了 15.2%。大中華區的旅遊零售客流持續緩慢，拖累集團於旅遊零售的增長。

直銷分部佔集團總銷售淨額 75.0%，達 962.4 百萬歐元，按固定匯率計算增長為 8.9%。該分部的增長主要由店舖擴展及翻新，以及活躍的電子商貿業務所帶動。於疲軟的環球經濟狀況下，可比店舖銷售增長了 1.2%。

集團的自營電子商貿平台表現依然亮麗，按固定匯率計算增長 14.5%，與零售銷售相比達 9.8%。集團於中國和韓國的網上商城銷售平台之強勁布局，亦於年內推動了整體零售增長。

轉售分部佔集團總銷售淨額 25.0%，達 320.2 百萬歐元，按固定匯率計算增長 8.7%。批發、分銷、企業對企業(B2B)及網上合作夥伴渠道的強勁表現，抵消了旅遊零售市場低迷的負面影響。

回顧年內，集團加強其全方位渠道策略，選擇性地增設 79 間自營店，翻新或搬遷 116 家門店，以自營零售網絡為消費者帶來更優質的消費體驗。集團在中國、日本和加拿大開設新的店舖，同時關閉表現較弱的門店，體現了集團於優化零售網絡的平衡策略。

以新興品牌推動長遠增長是集團品牌多元化策略的一部份，集團於 2016 財年於巴黎、首爾及莫斯科等時尚之都增設 4 間 Erborian 專門店。以該精緻細膩，融合了韓法精粹的品牌，捕捉市場對優質天然化妝品日益增長的需求。集團位於台灣的 Erborian 精品店日前盛大開幕時，正值集團的 40 週年路演，掀起市場關注熱潮。於 2016 財年，集團亦擴大了 Melvita 及 L'Occitane au Brésil 銷售網絡。集團於年內加快了新興品牌的擴張，門店數目淨增 26 間，使三個新興品牌的總門店數目增加至 66 間。

L'Occitane 主席兼行政總裁 Reinold Geiger 先生表示：「對我們來說，2016 年度是集團關鍵蛻變的一年。我們透過數碼化及對推廣品牌知名度的投入，於客戶服務方面進行升級。我們亦擴展了產品種類，以嶄新的 Reine Blance 白皇后亮白系列和 Shea Face 乳木果面部護理，顧及到顧客的喜好和增強了我們與面部護理的關聯性。憑藉我們敬業的團隊以及秉承平衡的增長策略，L'Occitane 成功保持良好的銷售表現，特別體現於俄羅斯此等經營環境困難的市場。」

「過去 40 年的旅程是 L'Occitane 長期成功的耀眼見證。我們充分相信精準的擴張策略、對品牌知名度推廣長期的投入，以及成本節約舉措，將幫助集團實現長期而可持續的盈利增長。」

— 完 —

關於 **L'Occitane International S.A.**

L'Occitane International S.A 是一間全球領先，以天然成份生產的化妝品及優質生活產品企業，每件產品均滿載源自世界各地的真實故事。作為全球高檔美容市場的領先者，集團以尖端技術生產最優質的產品，旗下有 L'Occitane en Provence, L'Occitane au Brésil, Melvita, Le Couvent des Minimes 及 Erborian 五個品牌。集團致力開發和銷售優質、採用可追溯起源且尊重環境的天然成分之產品。

如有垂詢，請聯絡：

媒體聯絡人
iPR 奧美公關
陸詠詩 / 陳熹楠 / 陳穎彤
電話：（852）2169 0467 / 3920 7651 / 3920 7678
傳真：（852）3170 6606
電郵：loccitane@iprogilvy.com

分析師聯絡人
L'Occitane International S.A.
王 琦
投資者關係部主管
電話:（852）2899 4106
電郵：Olivia.WANG@loccitane.com