

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.

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)

截至二零一六年三月三十一日止年度 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」) 截至二零一六年三月三十一日止財政年度的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。本公告乃根據香港法例第571章證券及期貨條例第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

- 本集團二零一六年財政年度錄得銷售淨額1,282.7百萬歐元，增長8.9%。按固定匯率計算，增長為5.0%
- 增長主要受中國、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 (分別為16.8%、11.5%、11.0%及10.0%)
- 自營電子商務銷售增長依然強勁，按固定匯率計算增長為14.5%，與零售銷售數據相比達9.8%
- 整體同店銷售增長為1.2%

業務分部

下表載列二零一六年財政年度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換算影響)：

銷售額及佔銷售總額百分比

	二零一六年財政年度		二零一五年財政年度	
	千歐元	%	千歐元	%
直銷	962,436	75.0	883,381	75.0
轉售	320,240	25.0	294,496	25.0
總計	1,282,676	100.0	1,177,877	100.0

按年增長

	增長		增長 ⁽²⁾		對整體增長 的貢獻百分比 ⁽²⁾	
	千歐元	%	千歐元	%	%	%
直銷	79,055	8.9	5.1	5.1	77.1	77.1
可比較店舖	32,733	5.2	1.2	1.2	13.2	13.2
不可比較店舖及其他 ⁽¹⁾	46,322	18.3	14.9	14.9	63.9	63.9
轉售	25,744	8.7	4.6	4.6	22.9	22.9
整體增長	104,799	8.9	5.0	5.0	100.0	100.0

(1) 其他包括網上商城、郵購及其他服務銷售。

(2) 撇除外幣換算影響。

地區

下表呈列二零一六年財政年度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換算影響)：

	銷售額及佔銷售總額百分比							
	二零一六年 財政年度 千歐元		二零一五年 財政年度 千歐元		增長 千歐元	增長 %	增長 ⁽¹⁾ %	對整體 增長的貢獻 ⁽¹⁾ %
日本	206,696	16.1	188,325	16.0	18,371	9.8	4.5	14.2
香港 ⁽²⁾	138,566	10.8	134,180	11.4	4,386	3.3	(9.3)	(21.0)
中國	131,319	10.2	102,975	8.7	28,344	27.5	16.8	29.4
台灣	41,460	3.2	38,985	3.3	2,475	6.3	(0.7)	(0.5)
法國	101,355	7.9	91,279	7.7	10,076	11.0	11.0	17.1
英國	74,839	5.8	67,198	5.7	7,641	11.4	3.2	3.6
美國	173,115	13.5	153,578	13.0	19,537	12.7	(1.3)	(3.5)
巴西	43,473	3.4	49,265	4.2	(5,792)	(11.8)	11.5	9.6
俄羅斯	44,940	3.5	50,400	4.3	(5,461)	(10.8)	10.0	8.6
其他國家 ⁽³⁾	326,912	25.5	301,691	25.6	25,221	8.4	8.3	42.5
所有國家	1,282,676	100.0	1,177,877	100.0	104,799	8.9	5.0	100.0

(1) 撇除外幣換算影響，並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) 包括澳門的銷售額及對亞洲分銷商及旅遊零售客戶的銷售額。

(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 二零一六年 三月三十一日		截至 二零一五年 三月三十一日		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⁾
二零一六年 三月三十一日	止年度 淨開設	二零一五年 三月三十一日	止年度 淨開設					
日本 ⁽³⁾	123	12	111	5	11.2	3.5	14.6	1.8
香港 ⁽⁴⁾	36	—	36	4	(5.5)	(9.8)	(15.2)	(17.2)
中國 ⁽⁵⁾	187	26	161	25	12.4	2.5	14.9	2.1
台灣	55	—	55	1	(0.8)	(1.1)	(1.9)	(2.8)
法國 ⁽⁶⁾	81	—	81	6	2.4	4.8	7.1	6.8
英國	75	2	73	5	2.2	1.2	3.3	1.9
美國	217	3	214	17	2.0	(2.4)	(0.4)	(1.3)
巴西 ⁽⁷⁾	92	11	81	3	4.2	4.0	8.2	9.1
俄羅斯 ⁽⁸⁾	103	(4)	107	(3)	2.9	3.9	6.8	8.1
其他國家 ⁽⁹⁾	494	29	465	26	17.4	6.7	24.1	2.6
所有國家	1,463	79	1,384	89	48.4	13.2	61.5	1.2

(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) 撇除外幣換算影響。

(3) 包括分別於二零一五年三月三十一日及二零一六年三月三十一日的13間及20間Melvita店。

(4) 包括於二零一五年三月三十一日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的10間Melvita店，以及於二零一六年三月三十一日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的8間Melvita店。

(5) 包括於二零一六年三月三十一日的8間Melvita店。

(6) 包括於二零一五年三月三十一日的5間Melvita店及二零一六年三月三十一日的4間Melvita店及1間Erborian店。

(7) 包括於二零一五年三月三十一日的6間L'Occitane au Brésil店及二零一六年三月三十一日的12間L'Occitane au Brésil店。

(8) 包括於二零一六年三月三十一日的1間Erborian店。

(9) 包括於二零一五年三月三十一日收購挪威的分銷商的7間L'Occitane店及6間Melvita店以及二零一六年三月三十一日的10間Melvita店及2間Erborian店。

於二零一六年財政年度，本集團銷售淨額為1,282.7百萬歐元，較截至二零一五年三月三十一日止年度（「二零一五年財政年度」）上升8.9%。按固定匯率計算，銷售額增長為5.0%。在全球經濟下滑及市場波動下，透過選擇性擴充零售及批發網絡、著重數碼渠道及平台、成功推出新產品、提升CRM能力及有關L'Occitane及新興品牌的綜合線上／線下市場推廣活動，本集團得以達致不俗銷售增長。回顧年內，匯率依然大幅波動，並對本集團若干關鍵國家的銷售額增長帶來負面影響。儘管如此，整體外匯於二零一六年財政年度仍錄得3.9%的正面影響。

於二零一六年財政年度，直銷銷售額佔銷售淨額75.0%，達962.4百萬歐元，較二零一五年財政年度上升8.9%（按固定匯率計算為5.1%）。該增長主要受惠於不可比較店舖的貢獻（包括於近兩年內新開設的店舖及經翻新的店舖）。自營電子商務渠道以及中國的天貓及韓國的網上商城亦貢獻增長。二零一六年財政年度的同店銷售增長為1.2%。本集團的自營電子商務渠道於二零一六年財政年度達致14.5%的增長（按固定匯率計算），相比零售銷售達9.8%。

轉售銷售額佔本集團淨銷售總額的25.0%，達320.2百萬歐元，較二零一五年財政年度上升8.7%（按固定匯率計算為4.6%），並受惠於批發、分銷、企業對企業(B2B)及網上銷售平台的合作夥伴的強勁貢獻。

按地區劃分及按固定匯率計算，中國、巴西、法國及俄羅斯為銷售增長最快的國家。於二零一六年財政年度，中國的銷售額增長為16.8%（以當地貨幣計算），為本集團增長最快的國家，主要受惠於不可比較店舖以及其他銷售渠道包括於天貓的銷售的貢獻。

於二零一六年財政年度，在經濟動盪及貨幣貶值的背景下，巴西增長11.5%（按當地匯率計算），為本集團同店銷售增長最快的國家，達9.1%。良好業績受新店舖開業及成功推出產品以及CRM及L'Occitane en Provence及L'Occitane au Brésil品牌的數碼營銷所貢獻。推出的新產品及節日限定產品亦廣受市場歡迎。本集團於年內加快L'Occitane au Brésil網絡擴充，淨開設6間自營店及特許經營店大幅增長。

法國於二零一六年財政年度錄得銷售增長11.0%，較截至二零一五年十二月三十一日止九個月的12.9%輕微下跌。這主要受上一個季度巴黎遊客區人流減少所影響，並與恐嚇襲擊後巴黎遊客整體下跌狀況一致。儘管如此，同店銷售仍有6.8%的穩健增長。轉售分部亦於百貨公司、藥房、網上銷售平台的合作夥伴及分銷商等主要批發渠道取得良好表現。在批發網絡進取擴張下，本集團新興品牌亦為法國轉售增長的主要動力。

儘管俄羅斯的經濟環境充滿挑戰，俄羅斯錄得淨銷售增長10.0%（按當地匯率計算）。增長主要受強勁的8.1%同店銷售增長及過去兩年新開業的店舖所帶動。於上一個季度，銷售增長加快受惠於成功推出產品及價格溫和上升。對分銷商的銷售亦有所上升。

日本錄得淨銷售增長4.5%（按當地匯率計算），並對整體增長貢獻14.2%。不俗增長勝於疲弱及平緩的市場環境，主要受過去兩年開業的店舖所貢獻。

受中國大陸旅客減少及港元匯率相對強勢所影響，香港的零售依然疲弱。香港及澳門的零售銷售總額下跌15.2%。香港旅遊零售業務亦受到大中華地區旅客減少所影響。

於二零一六年財政年度，本集團繼續在全球選擇性地擴展其零售網絡，淨開設店舖數目為79間（去年為淨開設82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，本集團繼續升級零售網絡，翻新或搬遷了116間店舖（二零一五年財政年度為108間）。增幅反映集團持續努力合理化零售網絡，當中透過在中國、日本及加拿大等若干前景亮麗的國家開設新店舖及關閉若干表現不達標的店舖。對於新興品牌，本集團於年內加快擴張，淨開設店舖26間。於二零一六年三月底，新興品牌合共有66間自營店。

承董事會命

L'Occitane International S.A.

主席

Reinold Geiger

香港，二零一六年四月十九日

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)、Domenico Trizio先生(集團常務董事)、Thomas Levilion先生(集團財務及行政管理部副總經理)及Karl Guénard先生(聯席公司秘書)；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近的整數或最近的小數。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。