

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)

**截至二零一七年九月三十日止六個月
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」)截至二零一七年九月三十日止六個月的未經審核二零一七／二零一八年(「二零一八年財政年度」)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

- 本集團的銷售淨額按固定匯率計算增長1.1%及按報告匯率計算增長-0.6%
- 在可比的基礎上(即撇除Le Couvent des Minimes及去年L'Occitane au Brésil的一次性買賣)，銷售額按固定匯率計算增長2.3%及按報告匯率計算增長0.5%
- 中國延續第一季度的勢頭，以22.7%的增長(以當地貨幣計算)領先，同店銷售增長加快至15.8%
- 巴西按當地貨幣計算增長13.2%及按報告匯率計算增長18.8%
- 網絡直銷渠道(自營電子商務及網上商城)取得令人鼓舞的成績，增長22.6%，達到直銷銷售總額的12.9%

業務分部

下表載列截至二零一七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

	二零一七年九月三十日		二零一六年九月三十日	
	千歐元	%	千歐元	%
直銷	397,077	72.4	400,549	72.6
轉售	151,133	27.6	151,114	27.4
總計	548,210	100.0	551,663	100.0

按年增長

	增長	增長	增長 ⁽²⁾	對整體增長 的貢獻 ⁽²⁾
	千歐元	%	%	%
直銷	(3,473)	(0.9)	1.1	74.2
可比較店舖	(6,355)	(2.0)	(0.1)	(6.6)
不可比較店舖及其他 ⁽¹⁾	2,883	3.2	5.2	80.8
轉售	19	0.0	1.0	25.8
整體增長	(3,453)	(0.6)	1.1	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

下表呈列截至二零一七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換算影響)：

銷售額及佔銷售總額百分比

	二零一七年九月三十日		二零一六年九月三十日		增長		對整體增長 的貢獻 ⁽¹⁾	
	千歐元	%	千歐元	%	千歐元	%	增長 ⁽¹⁾ %	的貢獻 ⁽¹⁾ %
日本	99,448	18.1	104,460	18.9	(5,012)	(4.8)	1.8	31.7
香港 ⁽²⁾	51,147	9.3	50,927	9.2	220	0.4	2.6	22.6
中國	60,041	11.0	50,797	9.2	9,244	18.2	22.7	197.9
台灣	15,292	2.8	15,871	2.9	(578)	(3.6)	(7.1)	(19.4)
法國	44,664	8.1	43,826	7.9	838	1.9	1.9	14.4
英國	23,470	4.3	26,475	4.8	(3,005)	(11.4)	(4.7)	(21.2)
美國	62,989	11.5	70,838	12.8	(7,849)	(11.1)	(10.2)	(123.8)
巴西	26,703	4.9	22,478	4.1	4,225	18.8	13.2	51.1
俄羅斯	18,976	3.5	17,248	3.1	1,727	10.0	(0.8)	(2.5)
其他國家 ⁽³⁾	145,480	26.5	148,742	27.0	(3,262)	(2.2)	(2.0)	(50.7)
所有國家	548,210	100.0	551,663	100.0	(3,453)	(0.6)	1.1	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。

下表載列截至二零一七年九月三十日止六個月與截至二零一六年九月三十日止六個月比較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				對整體增長的貢獻百分比 ⁽¹⁾⁽²⁾			同店 銷售增長 百分比 ⁽²⁾
	二零一七年 九月三十日	截至 二零一七年 九月三十日 淨開設	二零一六年 九月三十日	截至 二零一六年 九月三十日 淨開設	不可比較 店舖	可比較店舖	所有店舖	
日本 ⁽³⁾	141	7	130	7	50.1	17.2	67.2	1.4
香港 ⁽⁴⁾	35	1	34	(2)	(30.3)	(11.1)	(41.5)	(5.1)
中國 ⁽⁵⁾	197	(5)	195	8	20.3	93.8	114.1	15.8
台灣 ⁽⁶⁾	54	(2)	56	1	(2.8)	(13.6)	(16.4)	(7.9)
法國 ⁽⁷⁾	82	2	81	—	8.7	(15.0)	(6.3)	(4.9)
英國	76	2	75	—	(5.2)	(5.6)	(10.8)	(1.9)
美國	205	(2)	215	(2)	(54.3)	(48.3)	(102.6)	(6.1)
巴西 ⁽⁸⁾	122	(1)	101	9	35.3	9.8	45.1	3.6
俄羅斯 ⁽⁹⁾	103	(1)	107	4	(1.0)	(8.5)	(9.5)	(4.8)
其他國家 ⁽¹⁰⁾	504	4	501	7	(0.2)	(25.4)	(25.6)	(2.0)
所有國家⁽¹¹⁾	1,519	5	1,495	32	20.6	(6.6)	13.9	(0.1)

(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) 包括分別於二零一六年九月三十日及二零一七年九月三十日的22間及30間Melvita店。

(4) 包括於二零一六年九月三十日在澳門的2間L'Occitane店及在香港的9間Melvita店，以及於二零一七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) 包括分別於二零一六年九月三十日及二零一七年九月三十日的10間及7間Melvita店。

(6) 包括於二零一六年九月三十日的1間Erborian店。

(7) 包括於二零一六年九月三十日的4間Melvita店及1間Erborian店以及二零一七年九月三十日的3間Melvita店及1間Erborian店。

(8) 包括分別於二零一六年九月三十日及二零一七年九月三十日的18間及35間L'Occitane au Brésil店。

(9) 包括分別於二零一六年九月三十日及二零一七年九月三十日的1間及3間Erborian店。

(10) 包括於二零一六年九月三十日的9間Melvita店及2間Erborian店以及二零一七年九月三十日的2間Melvita店及1間Erborian店。

(11) 包括於二零一六年九月三十日的54間Melvita店、18間L'Occitane au Brésil店及5間Erborian店以及二零一七年九月三十日的52間Melvita店、35間L'Occitane au Brésil店及5間Erborian店。

本集團按報告匯率計算的銷售淨額為548.2百萬歐元，較去年同期下降0.6%。按固定匯率計算，銷售增長為1.1%。於截至二零一七年三月三十一日止財政年度，本公司出售Le Couvent des Minimes，並於二零一六年九月進行了L'Occitane au Brésil的一次性交易。撇除Le Couvent des Minimes及一次性交易，本集團按報告匯率及固定匯率計的銷售增長分別為0.5%及2.3%。

於二零一八年財政年度上半年，直銷銷售額佔銷售淨額的72.4%，達397.1百萬歐元，按報告匯率較去年同期下降0.9%。按固定匯率計算，增長為1.1%。此增長主要受惠於不可比較店舖及其他銷售，包括去年和今年新開設的店舖及經翻新的店舖、網上商城及水療業務，按固定匯率合共增長5.2%。與去年相比，本集團網絡直銷渠道(包括自營電子商務及網上商城)的銷售額按固定匯率增長22.6%，達直銷銷售總額的12.9%*。本集團截至二零一七年九月三十日止六個月的同店銷售額下降0.1%，但仍較二零一八年財政年度第一季度的-0.6%及去年同期的-2.5%有所改善，乃由於中國錄得雙位數的同店銷售增長及主要國家實現整體改善。

轉售銷售額佔本集團銷售總額的27.6%，達151.1百萬歐元，按固定匯率較去年增長1.0%。以可比的基礎計算的增長率為5.4%。該增長主要受到L'Occitane en Provence品牌的旅遊零售、分銷、B2B及網上夥伴渠道的蓬勃增長所推動。新興品牌Melvita及Erborian亦帶動整體銷售增長，均實現雙位數增長。撇除去年的一次性交易，L'Occitane au Brésil保持了中雙位數的強勁增長。

按地區劃分及以當地貨幣計算，中國及巴西為銷售增長最高的國家。截至二零一七年九月三十日止六個月，以當地貨幣計算，中國錄得22.7%的顯著增長，同店增長15.8%，受惠於零售市場復甦以及中國藝人鹿晗參與的成功市場推廣活動在線上線下持續吸引流量。在天貓商城的銷售繼續以三位數增長，並超出計劃預期。以當地貨幣計算，巴西的銷售增長13.2%，受轉售和直銷渠道所推動。增長由L'Occitane en Provence及L'Occitane au Brésil共同帶動。

於二零一八年財政年度上半年，本集團仍選擇性地淨開設5間店舖，並翻新了78間店舖(去年同期：淨開設32間店舖及翻新39間店舖)。

* 在過往的通訊中，本集團慣常披露其自營電子商務的銷售增長及其零售銷售比率，於截至二零一七年九月三十日止六個月有關數字分別為12.3%及11.4%。

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

香港，二零一七年十月二十四日

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(副主席兼亞太區常務董事)、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。