

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)

截至二零一八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」)截至二零一八年三月三十一日止年度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4.6%及按報告匯率計算下降0.3%，相比二零一八年財政年度首九個月均見改善
- LimeLife的銷售額在其於二零一八年財政年度最後一季內成為本集團附屬公司後綜合入賬
- 在可比的基礎上，銷售額按固定匯率計算增長3.7%及按報告匯率計算下降1.0%
- 中國繼續以20.5%的增長(以當地貨幣計算)領先，並錄得15.1%的強勁同店銷售增長
- 巴西按當地貨幣計算增長11.3%，其同店增長則為4.5%
- 美國銷售轉為正數，主要由於LimeLife的貢獻以及零售於二零一八年財政年度最後一季顯著回升
- 香港按固定匯率計算增長8.3%，由區內旅遊零售業務及零售銷售進一步改善所帶動
- 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19.2%，達到直銷銷售總額的13.7%

業務分部

下表載列二零一八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

	二零一八年財政年度		二零一七年財政年度	
	千歐元	%	千歐元	%
直銷	987,789	74.9	992,512	75.0
轉售	331,578	25.1	330,665	25.0
總計	1,319,366	100.0	1,323,177	100.0

按年增長

	增長	增長	增長 ⁽²⁾	對整體增長
	千歐元	%	%	的貢獻 ⁽²⁾
直銷	(4,723)	(0.5)	4.8	78.4
可比較店舖	(22,133)	(3.2)	1.7	19.6
不可比較店舖及其他 ⁽¹⁾	17,410	6.0	12.4	58.9
轉售	912	0.3	4.0	21.6
整體增長	(3,811)	(0.3)	4.6	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

下表呈列二零一八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							
	二零一八年 財政年度		二零一七年 財政年度		增長	增長	增長 ⁽¹⁾	對整體增長 的貢獻 ⁽¹⁾
	千歐元	%	千歐元	%	千歐元	%	%	%
日本	218,932	16.6	238,795	18.0	(19,862)	(8.3)	0.1	0.2
香港 ⁽²⁾	124,584	9.4	124,329	9.4	255	0.2	8.3	17.0
中國	159,118	12.1	139,012	10.5	20,106	14.5	20.5	46.6
台灣	39,433	3.0	41,555	3.1	(2,122)	(5.1)	(3.3)	(2.2)
法國	102,177	7.7	100,478	7.6	1,699	1.7	1.7	2.8
英國	59,837	4.5	64,816	4.9	(4,979)	(7.7)	(3.5)	(3.7)
美國	172,160	13.0	171,198	12.9	962	0.6	8.8	24.6
巴西	60,208	4.6	56,509	4.3	3,698	6.5	11.3	10.5
俄羅斯	50,493	3.8	48,973	3.7	1,520	3.1	3.6	2.9
其他國家 ⁽³⁾	332,425	25.2	337,513	25.5	(5,088)	(1.5)	0.2	1.4
所有國家	1,319,366	100.0	1,323,177	100.0	(3,811)	(0.3)	4.6	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。

下表載列二零一八年財政年度與二零一七年財政年度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⁾			
	截至 二零一八年 三月 二零一八年 三月 三十一日		截至 二零一七年 三月 二零一七年 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⁾
	二零一八年 三月 三十一日	淨開設	二零一七年 三月 三十一日	淨開設				
日本 ⁽³⁾	144	10	134	11	7.2	0.7	7.9	0.3
香港 ⁽⁴⁾	34	—	34	(2)	(2.9)	0.8	(2.2)	1.5
中國 ⁽⁵⁾	197	(5)	202	15	3.5	22.9	26.4	15.1
台灣 ⁽⁶⁾	52	(4)	56	1	(0.5)	(1.1)	(1.6)	(2.7)
法國 ⁽⁷⁾	82	2	80	(1)	4.6	(1.8)	2.8	(2.9)
英國	74	—	74	(1)	(0.9)	0.2	(0.8)	0.2
美國	196	(11)	207	(10)	(8.2)	(4.5)	(12.7)	(2.7)
巴西 ⁽⁸⁾	166	43	123	31	6.3	2.7	9.0	4.5
俄羅斯 ⁽⁹⁾	103	(1)	104	1	0.8	0.2	1.0	0.4
其他國家 ⁽¹⁰⁾	507	7	500	6	(0.2)	(0.5)	(0.6)	(0.2)
所有國家⁽¹¹⁾	1,555	41	1,514	51	9.7	19.6	29.2	1.7

(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) 包括分別於二零一七年三月三十一日及二零一八年三月三十一日的26間及33間Melvita店。

(4) 包括於二零一七年三月三十一日在澳門的2間L'Occitane店及在香港的10間Melvita店，以及於二零一八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) 包括分別於二零一七年三月三十一日及二零一八年三月三十一日的10間及7間Melvita店。

(6) 包括於二零一七年三月三十一日的1間Erborian店。

(7) 包括於二零一七年三月三十一日及二零一八年三月三十一日的3間Melvita店及1間Erborian店。

(8) 包括分別於二零一七年三月三十一日及二零一八年三月三十一日的36間及78間L'Occitane au Brésil店。

(9) 包括分別於二零一七年三月三十一日及二零一八年三月三十一日的2間及5間Erborian店。

(10) 包括於二零一七年三月三十一日的5間Melvita店及1間Erborian店，以及於二零一八年三月三十一日的4間Melvita店及1間Erborian店。

(11) 包括於二零一七年三月三十一日的54間Melvita店、36間L'Occitane au Brésil店及5間Erborian店，以及於二零一八年三月三十一日的55間Melvita店、78間L'Occitane au Brésil店及7間Erborian店。

二零一八年財政年度，本集團的銷售淨額達13億歐元，按固定匯率計算增長4.6%。由於不利的外匯匯率，按報告匯率計算的銷售淨額較去年減少0.3%。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的一次性買賣。此外，LimeLife於二零一八年一月成為本集團附屬公司而其銷售額自此綜合入賬。撇除Le Couvent des Minimes、該一次性買賣及LimeLife，本集團按報告匯率及固定匯率計的銷售額增長分別為-1.0%及3.7%。新興品牌Melvita、Erborian及L'Occitane au Brésil(撇除一次性買賣)保持了雙位數增長。

於二零一八年財政年度，直銷銷售額佔銷售淨額的74.9%，達987.8百萬歐元，按報告匯率計算，較去年下降0.5%。按固定匯率計算，增長為4.8%。此增長主要受惠於正數同店銷售增長及不可比較店舖以及其他銷售，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。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計算增長19.2%，達直銷銷售總額的13.7%*。本集團二零一八年財政年度的同店銷售增長進一步改善至1.7%，截至二零一七年十二月三十一日止九個月的同店銷售額增長為1.4%。有關改善主要由中國帶動，以及由香港、法國、英國、美國、俄羅斯及其他國家的同店銷售回穩所致。

轉售銷售額佔本集團銷售總額的25.1%，達331.6百萬歐元，按固定匯率計算較去年增長4.0%。以可比的基礎計算的增長率為7.0%。該增長主要受到L'Occitane en Provence品牌的旅遊零售、B2B、網上夥伴及分銷渠道的蓬勃增長所推動。

按地區劃分及以當地貨幣計算，中國、巴西、美國及香港為銷售增長最快的市場。以當地貨幣計算，中國錄得20.5%的顯著增長，同店銷售增長15.1%，乃由於線上線下均保持強勁勢頭。以當地貨幣計算，巴西的銷售增長11.3%，乃由L'Occitane en Provence及L'Occitane au Brésil共同帶動。美國取得正數增長，主要由LimeLife、強勁的網絡直銷及於二零一八年財政年度最後一季改善的零售表現所貢獻。香港按固定匯率計算增長8.3%，乃由亞洲的強勁旅遊零售銷售及零售市場反彈帶動。

於二零一八年財政年度，本集團維持選擇性地淨開設41間**店舖，並翻新了153間店舖(去年：淨開設51間店舖及翻新104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，於截至二零一八年三月三十一日止年度有關數字分別為10.9%及12.0%。

** 包括28間被重新分類為自營零售店的L'Occitane au Brésil店。

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

香港，二零一八年四月二十三日

於本公告日期，本公司執行董事為Reinold Geiger先生(主席兼行政總裁)、André Hoffmann先生(副主席)、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)；本公司非執行董事為Martial Lopez先生；本公司獨立非執行董事為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。