

AASTOCKS (2022年6月17日)

<http://www.aastocks.com/tc/stocks/news/comment.aspx?id=32082>

歐舒丹整固後有望再上

分析員：黃德凡 (研究部執行董事, 金利豐證券有限公司)



2022/06/17 09:03

A⁻ A⁺

歐舒丹 (973) 為天然護膚產品銷售商，採用多品牌策略，以L' OCCITANE en Provence為核心品牌。截至今年3月底止年度，集團銷售額18.1億歐元，按報告匯率計算增長16.7%，按固定匯率計算上升14.6%。去年度，銷售額13.89億歐元，按固定匯率計算的增長13.2%，對整體增長的貢獻70%。另一個成為推動業務增長之一的ELEMIS，按固定匯率計算的增長37.4%至2.26億歐元，主要受水療和批發業務反彈、美國和英國網上銷售表現強勁，以及隨著放寬旅遊限制，以致海運和航空業務復甦所帶動。

單計截至今年3月底止2022年第四財季，受惠於Sol de Janeiro開始綜合入賬，其貢獻2,610萬歐元，帶動整體銷售額4.35億歐元，按固定匯率計算增長16%，按報告匯率計算增長20.3%；在可比的基礎上，整體銷售額增長9%。今年3月底，集團的自營零售店總數1,490間，2022財年淨減少33間，同店銷售增長8.3%。集團的網絡渠道依然強勁，2022財年第四季度的網上銷售增長5.8%，雖然2022財年十二個月的零售及批發銷售額迅速反彈，但網上渠道仍佔整體銷售額的33.1%。

以地區劃分，2022財年，大部份市場的銷售淨額錄得顯著升幅，其中以巴西、俄羅斯、香港、英國和中國為首，按固定匯率計算的增長分別為37%、24.8%、24%、21.4%和16.8%；當中，中國對2022財年十二個月的整體增長貢獻最大。內地疫情緩和，料對集團業務影響正面，惟俄烏戰事持續，或對集團的銷售帶來不確定性。走勢上，目前失守各主要平均線，MACD維持熊差距擴大，惟STC%K線回升至接近%D線，宜候低22.8元以下吸納，反彈阻力26.7元，不跌穿20.5元續持有。

筆者為證監會持牌人士
本人並無持有上述股份