

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，並明確表示，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)

截至二零一九年三月三十一日止年度 全年業績公告

摘要

- 本集團銷售淨額為1,426,900,000歐元，按固定匯率計算，增長8.7%，按匯報匯率計算，增長8.1%。
- 毛利率維持83.2%的高水平。
- 經營溢利增長6.9%。儘管受到不利品牌組合影響(主要來自Limelife)，經營利潤率仍保持穩定，為10.6%，原因為銷售勢頭增強且本集團的針對性投資。
- 撇除LimeLife，本集團之經營溢利率實際增長0.8個百分點。
- 純利增長21.8%至117,600,000歐元。
- 每股盈利增長22.7%，董事會建議派發末期股息每股0.0297歐元。

全年業績

L'Occitane International S.A. (「本公司」或「L'Occitane」) 董事會(「董事會」)欣然宣佈，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零一九年三月三十一日止年度(「二零一九年財政年度」)的經審核合併全年業績連同截至二零一八年三月三十一日止年度(「二零一八年財政年度」)的比較數字。以下財務資料(包括比較數字)乃根據歐盟所採納由國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製。

合併收益表

截至三月三十一日止年度	附註	二零一九年 千歐元	二零一八年 千歐元	變動 百分比
銷售淨額	2	1,426,874	1,319,366	8.1
銷售成本		(239,901)	(220,968)	8.6
毛利		1,186,973	1,098,398	8.1
佔銷售淨額百分比		83.2%	83.3%	
分銷開支		(700,374)	(639,457)	9.5
營銷開支		(186,042)	(179,195)	3.8
研發開支		(17,879)	(17,548)	1.9
一般及行政開支		(132,542)	(123,048)	7.7
採用權益法入賬的分佔合營公司溢利		—	150	-100.0
其他收益淨額	3	611	1,687	-63.8
經營溢利	4	150,747	140,987	6.9
財務成本淨額	5	(3,596)	(806)	346.2
匯兌收益／(虧損)		1,073	(4,222)	-125.4
除所得稅前溢利		148,224	135,959	9.0
所得稅開支	6	(30,655)	(39,453)	-22.3
年度溢利		117,569	96,506	21.8
下列人士應佔：				
本公司權益擁有人		118,186	96,313	22.7
非控股權益		(617)	193	-419.7
總計		117,569	96,506	21.8
實際稅率		20.7%	29.0%	
期間本公司權益擁有人應佔溢利的每股盈利(以每股歐元列示)				
基本		0.081	0.066	22.7
攤薄		0.081	0.066	22.7
計算每股盈利所用股份數目				
基本	7	1,461,052,171	1,460,682,471	0.0
攤薄	7	1,465,920,934	1,461,891,614	0.3

合併財務狀況表

於	附註	二零一九年 三月三十一日 千歐元	二零一八年 三月三十一日 千歐元
資產			
物業、廠房及設備淨額		198,662	175,920
商譽		1,011,139	226,646
無形資產淨額		80,109	76,556
遞延所得稅資產		61,051	62,882
其他非流動應收款項		57,581	40,253
非流動資產		1,408,542	582,257
存貨淨額	9	202,827	156,479
應收貿易賬款淨額	10	143,392	109,401
其他流動資產		64,758	68,485
衍生金融工具		50	155
現金及現金等價物		144,442	385,712
流動資產		555,469	720,232
總資產		1,964,011	1,302,489
權益及負債			
股本		44,309	44,309
額外實繳股本		342,851	342,851
其他儲備		(93,524)	(105,376)
保留盈利		724,132	649,189
權益擁有人應佔股本及儲備		1,017,768	930,973
非控股權益		66,464	7,828
總權益		1,084,232	938,801
借貸		569,378	80,595
遞延所得稅負債		4,050	3,473
其他財務負債		14,011	13,158
其他非流動負債		34,448	31,743
非流動負債		621,887	128,969
應付貿易賬款	11	141,247	125,455
薪金、工資、相關社交項目及其他稅項負債		70,078	68,785
流動所得稅負債		10,731	5,532
借貸		8,562	7,434
其他流動負債		19,301	17,330
衍生金融工具		849	493
其他負債及費用撥備		7,124	9,690
流動負債		257,892	234,719
權益及負債總額		1,964,011	1,302,489
流動資產淨額		297,577	485,513
總資產減流動負債		1,706,119	1,067,770

附註

1. 編製基準

合併收益表及合併財務狀況表已按國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製。

本集團截至二零一九年三月三十一日止財政年度首次生效的經修訂準則及詮釋並無對合併財務報表產生任何重大影響。

2. 銷售淨額及分部資料

管理層評估兩個經營分部的表現，即直銷及轉售：

- 直銷包括直接向終端客戶銷售產品。該等銷售主要於本集團的店舖及／或透過本集團的網站進行；
- 轉售包括向中介機構銷售產品。該等中介機構主要為分銷商、批發商及旅遊零售商。此分部亦包括向企業客戶、航空公司及酒店銷售產品。

2.1. 按經營分部劃分之表現

二零一九年財政年度

千歐元	直銷	轉售	其他 對賬項目	總計
銷售淨額	1,075,598	351,276	—	1,426,874
佔總額百分比	75.4%	24.6%	—	100.0%
毛利	935,670	251,800	(497)	1,186,973
佔銷售淨額百分比	87.0%	71.7%	—	83.2%
分銷開支	(583,324)	(59,714)	(57,336)	(700,374)
營銷開支	(55,611)	(11,451)	(118,980)	(186,042)
研發開支	—	—	(17,879)	(17,879)
一般及行政開支	—	—	(132,542)	(132,542)
其他(虧損)/收益淨額	466	(66)	211	611
經營溢利	297,201	180,569	(327,023)	150,747
佔銷售淨額百分比	27.6%	51.4%	—	10.6%

二零一八年財政年度

千歐元	直銷	轉售	其他 對賬項目	總計
銷售淨額	987,788	331,578	—	1,319,366
佔總額百分比	74.9%	25.1%	—	—
毛利	865,080	233,961	(643)	1,098,398
佔銷售淨額百分比	87.6%	70.6%	—	83.3%
分銷開支	(534,114)	(55,089)	(50,254)	(639,457)
營銷開支	(51,966)	(9,675)	(117,554)	(179,195)
研發開支	—	—	(17,548)	(17,548)
一般及行政開支	—	—	(123,048)	(123,048)
分佔共同經營溢利	—	—	150	150
其他(虧損)/收益淨額	797	(91)	981	1,687
經營溢利	279,797	169,106	(307,916)	140,987
佔銷售淨額百分比	28.3%	51.0%	—	10.7%

2.2. 按品牌劃分之表現

管理層亦對按品牌劃分之銷售表現進行評估。

	銷售及佔銷售總額百分比				增長	增長 ⁽¹⁾
	二零一九年財政年度		二零一八年財政年度			
	千歐元	%	千歐元	%	%	%
L'Occitane en Provence	1,247,153	87.4	1,210,610	91.8	3.0	3.5
LimeLife ⁽²⁾	83,780	5.9	19,119	1.4	338.2	325.6
其他 ⁽³⁾	95,941	6.7	89,637	6.8	7.0	10.8
總計	<u>1,426,874</u>	<u>100.0</u>	<u>1,319,366</u>	<u>100.0</u>	<u>8.1</u>	<u>8.7</u>

(1) 撇除外匯換算的影響。

(2) LimeLife之銷售額自二零一八年一月起綜合入賬。比較二零一八年財政年度(二零一七年四月至二零一八年三月)及二零一九年財政年度(二零一八年四月至二零一九年三月)兩個年度全年，LimeLife於美國按當地貨幣計算錄得銷售額增長18.2%(未經審核)。

(3) 其他包括新興品牌Melvita、Erborian及L'Occitane au Brésil。

2.3. 按地理區域劃分之表現

從地理角度而言，管理層評估不同國家的表現。銷售淨額乃根據發單附屬公司所在的國家而分配。

千歐元	二零一九年財政年度		二零一八年財政年度	
	總計	佔總額百分比	總計	佔總額百分比
日本	222,119	15.6%	218,932	16.6%
美國	232,404	16.3%	172,160	13.0%
香港 ⁽¹⁾	136,973	9.6%	124,584	9.4%
中國	178,072	12.5%	159,118	12.1%
法國	102,952	7.2%	102,177	7.7%
英國	60,659	4.3%	59,837	4.5%
盧森堡 ⁽²⁾	65,495	4.6%	67,301	5.1%
俄羅斯	51,247	3.6%	50,493	3.8%
巴西	57,589	4.0%	60,208	4.6%
台灣	38,186	2.7%	39,433	3.0%
其他國家	281,178	19.7%	265,123	20.1%
銷售淨額	<u>1,426,874</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,319,366</u>	<u>100%</u>

(1) 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。

(2) 本公司向歐洲、中東及美洲分銷商及旅遊零售客戶出具發票的銷售額。

3. 其他收益淨額

	二零一九年 財政年度 千歐元	二零一八年 財政年度 千歐元
出售資產(虧損)/溢利	(781)	432
政府撥款	1,392	1,255
其他收益淨額	<u>611</u>	<u>1,687</u>

4. 經營溢利

經營溢利乃扣除下列項目後得出：

	二零一九年 財政年度 千歐元	二零一八年 財政年度 千歐元
僱員福利開支	402,464	385,098
租金及佔用	242,359	234,954
已耗原材料及易耗品	145,414	113,599
製成品及在製品的存貨變動	(28,762)	(13,822)
廣告成本	148,390	142,739
核數師酬金	1,695	1,574
專業費用*	131,295	90,638
折舊、攤銷及減值	65,660	64,309
運輸開支	61,686	51,713
其他開支	106,537	109,412
銷售成本、分銷開支、營銷開支、 研發開支與一般及行政開支總計	<u>1,276,738</u>	<u>1,180,216</u>

* 包括LimeLife美容指導的銷售佣金。

5. 財務成本淨額

	二零一九年 財政年度 千歐元	二零一八年 財政年度 千歐元
現金及現金等價物利息	<u>479</u>	<u>2,207</u>
財務收入	<u>479</u>	<u>2,207</u>
利息開支：		
— 借貸	(3,726)	(2,366)
— 融資租賃	—	(97)
— 財務負債折價回撥	<u>(349)</u>	<u>(550)</u>
財務成本	<u>(4,075)</u>	<u>(3,013)</u>
財務成本淨額	<u>(3,596)</u>	<u>(806)</u>

6. 稅項

所得稅開支組成部分如下：

	二零一九年 財政年度 千歐元	二零一八年 財政年度 千歐元
即期所得稅	(26,722)	(28,323)
遞延所得稅	<u>(3,933)</u>	<u>(11,130)</u>
所得稅開支總額	<u>(30,655)</u>	<u>(39,453)</u>

已呈報所得稅開支與利用標準稅率計算所得理論金額的對賬如下：

除所得稅前溢利	<u>148,224</u>	<u>135,809</u>
按企業稅率(於二零一九年及二零一八年三月三十一日的盧森堡稅率為26.01%)計算所得稅	(38,553)	(35,324)
外國不同稅率的影響	14,156	5,343
稅率變動	569	(5,484)
未確認稅項資產的影響	(7,200)	(1,588)
不可扣稅開支	649	(1,118)
稅務風險撥備	(250)	-
未分派稅項盈利的影響	(842)	(1,246)
確認過往未確認稅項資產	1,049	499
最低稅務付款	<u>(233)</u>	<u>(535)</u>
所得稅開支	<u>(30,655)</u>	<u>(39,453)</u>

於二零一九年財政年度，稅率變動的淨影響主要與美國有關，其已頒佈稅率由39.5%減少至27.7%。

7. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以二零一九年財政年度本公司權益擁有人應佔溢利118,200,000歐元(二零一八年財政年度則為96,300,000歐元)，以及截至二零一九年三月三十一日止年度已發行股份加權平均數1,461,052,171股(基本)及1,465,920,934股(攤薄)以及截至二零一八年三月三十一日止年度1,460,682,471股(基本)及1,461,891,614股(攤薄)為基準計算。

8. 股息

於二零一九年六月十七日舉行的董事會會議上，董事會建議派付總末期股息每股0.0297歐元，相當於總額為43,400,000歐元，或佔本公司權益擁有人應佔純利的36.7%。

擬派末期股息金額乃以於二零一九年六月十七日已發行的1,461,052,171股股份(不包括15,912,720股庫存股份)為基準。

9. 存貨淨額

存貨淨額包括以下各項：

於三月三十一日	二零一九年 千歐元	二零一八年 千歐元
原材料及供應物料	28,390	24,784
製成品及在製品	<u>184,059</u>	<u>140,528</u>
存貨總額	212,449	165,312
減：撥備	<u>(9,622)</u>	<u>(8,833)</u>
存貨淨額	<u>202,827</u>	<u>156,479</u>

10. 應收貿易賬款淨額

於各結算日應收貿易賬款自到期日的賬齡分析如下：

於三月三十一日	二零一九年 千歐元	二零一八年 千歐元
即期及逾期3個月內	142,249	108,816
逾期3至6個月	1,098	449
逾期6至12個月	36	47
逾期超過12個月	<u>9</u>	<u>89</u>
應收貿易賬款淨額	<u>143,392</u>	<u>109,401</u>

本集團向終端客戶進行的銷售為零售銷售，且並不授予終端客戶任何信貸期。就轉售分部的客戶而言，銷售的信貸期一般介乎60天至90天。

11. 應付貿易賬款

於各結算日應付貿易賬款自到期日的賬齡分析如下：

於三月三十一日	二零一九年 千歐元	二零一八年 千歐元
即期及逾期3個月內	140,323	123,591
逾期3至6個月	388	1,036
逾期6至12個月	462	801
逾期超過12個月	<u>74</u>	<u>27</u>
應付貿易賬款	<u>141,247</u>	<u>125,455</u>

管理層討論與分析

概要：

	二零一九年 財政年度 百萬歐元 或%	二零一八年 財政年度 百萬歐元 或%
銷售淨額	1,426.9	1,319.4
經營溢利	150.7	141.0
年內溢利	117.6	96.5
毛利率	83.2%	83.3%
經營溢利率	10.6%	10.7%
淨利潤率	8.2%	7.3%
經營產生的現金流入淨額	168.7	170.3

釋義：

可比較店舖指於上一財政年度開始前已開設的現有零售店(包括本公司所擁有的電子商務網站，但不包括翻新的店舖)。

不可比較店舖及其他指除可比較店舖外的所有店舖，即於過往或所討論的當前財政期間開設、關閉及翻新的店舖，連同網上商城、郵購及服務的其他銷售。

可比較店舖銷售指所討論財政期間可比較店舖的銷售淨額。除另有指明者外，有關可比較店舖銷售的討論均撇除外匯換算的影響。

不可比較店舖銷售指所討論財政期間不可比較店舖的銷售淨額。不可比較店舖銷售亦包括來自一般在購物商場暫設的公用地方舉行的有限數目推廣活動的銷售。除另有指明者外，有關不可比較店舖銷售的討論均撇除外匯換算的影響。

同店銷售增長指兩個財政期間內可比較店舖銷售的比較。除另有指明者外，有關同店銷售增長的討論均撇除外匯換算的影響。

整體增長指所示財政期間內全球總銷售淨額增長(撇除外匯換算影響)。

收益分析

截至二零一九年三月三十一日止年度，本集團的銷售淨額達1,426,900,000歐元，按固定匯率計算增長8.7%。按報告匯率計算的銷售額較去年增長8.1%。LimeLife by Alcone (「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。按可比基礎並按固定匯率計算(撇除LimeLife及Le Couvent des Minimes)，整體增長4.2%，較去年的3.7%有所改善。

於二零一九年財政年度，直銷及轉售分部的銷售淨額分別佔總銷售淨額75.4%及24.6%，撇除外匯換算影響，分別增加9.4%及6.5%。本公司增加零售點總數，由二零一八年三月三十一日的3,285間，增加135間或4.1%至二零一九年三月三十一日的3,420間。本公司維持其選擇性全球零售網絡擴張，並將其自營零售店的數量由二零一八年三月三十一日的1,555間增加至二零一九年三月三十一日的1,572間，淨增17間自營店，或1.1%。淨開設自營店包括於亞太區開設9間及於美洲開設9間及於歐洲、中東及非洲關閉一間。本集團加快新興品牌的擴張，淨開設19間店舖，並淨關閉兩間L'Occitane en Provence店舖。於二零一九年三月底，新興品牌合共擁有159間自營店(Melvita：60間、L'Occitane au Brésil：86間及Erborian：13間)。

按固定匯率計算，可比較店舖、不可比較店舖及其他以及轉售分部的銷售分別增長1.8%、26.1%及6.5%。按地區而言，美國、中國、其他國家及香港是整體增長的主要貢獻市場。

按業務分部劃分之表現

下表載列於二零一九年財政年度按業務分部劃分的銷售淨額按年增長的明細分析(計入及撇除所示的外匯換算影響)：

按年增長

	增長 千歐元	增長 %	增長 ⁽²⁾ %	對整體 增長的 貢獻 ⁽²⁾ %
直銷	87,810	8.9	9.4	81.3
可比較店舖	5,871	0.9	1.8	10.7
不可比較店舖及其他 ⁽¹⁾	81,939	26.4	26.1	70.6
轉售	19,698	5.9	6.5	18.7
整體增長	107,508	8.1	8.7	100.0

(1) 其他包括網上商城、郵購、其他服務及LimeLife銷售。

(2) 撇除外匯換算影響。

直銷

直銷業務分部佔本集團銷售總額75.4%，達1,075,600,000歐元，較二零一八年財政年度增長8.9%，按固定匯率計算，增長為9.4%。該增長主要來自其他銷售，特別是來自Limelife，以及中國、美國及韓國的網上商城的銷售。由於二零一九年財政年度，新增設17間自營店舖，不可比較店舖於整體增長中之貢獻為9.6%。本集團於巴西淨增設16間(其中8間為L'Occitane au Brésil店)，於日本淨增設10間(包括3間Melvita)，於俄羅斯淨增設4間(均為Erborian)，於法國淨增設4間(包括3間Melvita及1間Erborian)，於香港淨增設2間(其中1間為Melvita)以及於台灣淨增設1間店舖。於美國，本集團已按計劃淨關閉12間店舖。於中國，本集團淨關閉7間店舖(包括4間Melvita店)。於其他國家淨關閉1間店舖。

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11.2%，相當於直銷銷售總額的13.9%。整體同店銷售增長較去年的1.7%改善至1.8%，對整體增長貢獻10.7%。主要貢獻市場為中國、其他國家、巴西及俄羅斯。於年內，中國錄得最高同店銷售增長率，為6.9%，其次為巴西，同店銷售增長為5.9%，此乃由於L'Occitane en Provence及L'Occitane au Brésil的貢獻。同時，俄羅斯也錄得良好增長率，為5.4%。

轉售

於二零一九年財政年度，轉售業務分部佔本集團總銷售的24.6%，達351,300,000歐元，較二零一八年財政年度增加5.9%，而按固定匯率計算，增幅為6.5%。轉售分部對整體增長貢獻18.7%。增長主要受L'Occitane en Provence品牌網上合作夥伴、旅遊零售及分銷商渠道的蓬勃發展所推動。Erborian及L'Occitane au Brésil品牌亦於該分部有所擴展。

按品牌劃分之表現

下表呈列截至二零一九年三月三十一日止年度，按品牌劃分之銷售淨額及銷售淨額增長(計入及撇除所示的外匯換算影響)：

	銷售及佔銷售總額百分比				增長	增長 ⁽¹⁾
	二零一九年財政年度		二零一八年財政年度			
	千歐元	%	千歐元	%	%	%
L'Occitane en Provence	1,247,153	87.4	1,210,610	91.8	3.0	3.5
LimeLife ⁽²⁾	83,780	5.9	19,119	1.4	338.2	325.6
其他 ⁽³⁾	95,941	6.7	89,637	6.8	7.0	10.8
總計	1,426,874	100.0	1,319,366	100.0	8.1	8.7

- (1) 撇除外匯換算的影響。
- (2) LimeLife之銷售額自二零一八年一月起綜合入賬。比較二零一八年財政年度(二零一七年四月至二零一八年三月)及二零一九年財政年度(二零一八年四月至二零一九年三月)兩個年度全年，LimeLife於美國按當地貨幣計算錄得銷售額增長18.2%(未經審核)。
- (3) 其他包括新興品牌Melvita、Erborian及L'Occitane au Brésil。

L'Occitane en Provence作為本集團核心品牌，佔總銷售淨額之87.4%。於二零一九年財政年度，按固定匯率計算之品牌銷售增長穩健，為3.5%，而二零一八年財政年度為2.7%。銷售勢頭自蠟菊煥活雙效精華於第三季度上市以來有所增強。主要貢獻渠道為零售、網上商城、網上合作夥伴及旅遊零售。LimeLife之銷售額自二零一八年財政年度最後一季度開始綜合入賬。品牌佔本集團總銷售淨額之5.9%。比較二零一八年財政年度(二零一七年四月至二零一八年三月)及二零一九年財政年度(二零一八年四月至二零一九年三月)兩個年度全年，LimeLife於美國按當地貨幣計算錄得銷售額增長18.2%(未經審計)。其他新興品牌合共佔本集團總銷售淨額的6.7%，按固定匯率錄得增長10.8%。Erborian及L'Occitane au Brésil兩個品牌表現尤佳。

按地區劃分之表現

下表呈列按地區劃分於二零一九年財政年度的銷售淨額增長及對整體銷售增長的貢獻(計入及撇除所示的外匯換算影響)：

	銷售及佔銷售總額百分比							
	二零一九年財政年度		二零一八年財政年度		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	222,119	15.6	218,932	16.6	3,187	1.5	0.1	0.3
香港 ⁽²⁾	136,973	9.6	124,584	9.4	12,389	9.9	8.6	9.4
中國	178,072	12.5	159,118	12.1	18,954	11.9	12.1	16.8
台灣	38,186	2.7	39,433	3.0	(1,247)	(3.2)	(2.7)	(0.9)
法國	102,952	7.2	102,177	7.7	775	0.8	0.8	0.7
英國	60,659	4.3	59,837	4.5	822	1.4	1.5	0.8
美國 ⁽³⁾	232,404	16.3	172,160	13.0	60,244	35.0	31.8	47.7
巴西	57,589	4.0	60,208	4.6	(2,619)	(4.4)	11.1	5.8
俄羅斯	51,247	3.6	50,493	3.8	754	1.5	12.2	5.4
其他國家 ⁽⁴⁾	346,673	24.3	332,424	25.2	14,249	4.3	4.9	14.1
所有國家	1,426,874	100.0	1,319,366	100.0	107,508	8.1	8.7	100.0

(1) 撇除外匯換算影響，並反映所有業務分部的增長(包括自營零售店銷售額的增長)。

(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) 撇除LimeLife及外匯換算影響後的美國增長為-2.0%。

(4) 包括盧森堡的銷售額。

下表載列二零一九年財政年度與二零一八年財政年度相比，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⁾			同店銷售增長百分比 ⁽²⁾
	二零一九年 年初至 三月三十一日 期間淨 開設店舖	二零一八年 年初至 三月三十一日 期間淨 開設店舖	二零一九年 財政年度	二零一八年 財政年度	不可比較 店舖	可比較店舖	所有店舖	
日本 ⁽³⁾	154	10	144	10	4.1	(0.4)	3.8	(0.3)
香港 ⁽⁴⁾	36	2	34	-	(0.5)	(0.6)	(1.1)	(2.6)
中國 ⁽⁵⁾	190	(7)	197	(5)	(0.1)	6.2	6.1	6.9
台灣	53	1	52	(4)	(0.3)	(0.4)	(0.7)	(2.7)
法國 ⁽⁶⁾	86	4	82	2	3.6	(0.7)	2.9	(2.1)
英國	74	-	74	-	(0.8)	(0.0)	(0.8)	(0.1)
美國	184	(12)	196	(11)	(2.6)	(0.0)	(2.6)	(0.0)
巴西 ⁽⁷⁾	182	16	166	43	2.1	2.0	4.2	5.9
俄羅斯 ⁽⁸⁾	107	4	103	(1)	1.6	1.5	3.1	5.4
其他國家 ⁽⁹⁾	506	(1)	507	7	2.4	3.1	5.5	2.2
所有國家⁽¹⁰⁾	1,572	17	1,555	41	9.6	10.7	20.3	1.8

(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) 撇除外匯換算影響。

(3) 包括分別於二零一八年三月三十一日及二零一九年三月三十一日的33間及36間Melvita店。

(4) 包括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，以及於二零一九年三月三十一日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的9間Melvita店。

(5) 包括分別於二零一八年三月三十一日及二零一九年三月三十一日的7間及3間Melvita店。

(6) 包括於二零一八年三月三十一日的3間Melvita店及1間Erborian店及二零一九年三月三十一日的6間Melvita店及2間Erborian店。

(7) 包括分別於二零一八年三月三十一日及二零一九年三月三十一日的78間及86間L'Occitane au Brésil店。

(8) 包括分別於二零一八年三月三十一日及二零一九年三月三十一日的5間及9間Erborian店。

(9) 包括於二零一八年三月三十一日的4間Melvita店及1間Erborian店及於二零一九年三月三十一日的6間Melvita店及2間Erborian店。

(10) 包括於二零一八年三月三十一日的55間Melvita店、78間L'Occitane au Brésil及7間Erborian店及於二零一九年三月三十一日的60間Melvita店、86間L'Occitane au Brésil及13間Erborian店。

日本

於二零一九年財政年度，日本的銷售淨額為222,100,000歐元，較二零一八年財政年度增長1.5%。按當地貨幣計算，增長為0.1%。增長近乎持平乃受零售市場低迷影響。儘管如此，與去年相比，L'Occitane en Provence之零售銷售額仍實現低單位數增長，原因為於年內新開設若干店舖，舉行大規模「Balloon Journey」營銷活動以及成功舉行若干面部護理活動。蠟菊煥活雙效精華亦於市場上廣受歡迎。然而整體零售銷售受到咖啡館業務模式變動及撤出QVC的影響。Melvita仍保持雙位數增長率，但由於高基數及管理前線員工問題，其較去年面臨更加艱巨的挑戰。

香港

於二零一九年財政年度，香港的銷售淨額為137,000,000歐元，較二零一八年財政年度上升9.9%。按固定匯率計算，增長為8.6%，對整體增長貢獻9.4%。按固定匯率計算，直銷分部增長為-2.9%，其同店銷售增長為-2.6%。宏觀經濟不穩定因素繼續削弱消費情緒，該情況反映於香港零售市場於二零一九年財政年度第一季度後出現明顯下滑，特別是平均單價方面。同時，新增交通基礎設施所帶來的中國大陸旅客並未提升香港的零售銷售。但平均單價於接近年底時穩定，此乃得益於蠟菊煥活雙效精華持續的營銷。旅遊零售仍以約15%之增長率保持強勁增長，於韓國及大中華地區尤為活躍。

中國

於二零一九年財政年度，中國的銷售淨額為178,100,000歐元，較二零一八年財政年度增長11.9%。按固定匯率計算，增長為12.1%，對整體增長貢獻16.8%。中國銷售勢頭全年保持活躍。雖然店舖數量較去年減少7間，但直銷銷售仍保持強勁，按固定匯率計算之增長率為9.6%，其同店銷售增長達到6.9%。網上商城渠道持續推動增長，並於主要節日(如光棍節、春節及婦女節等)錄得傲人業績。由於開設JD.com以及活躍的B2B銷售，轉售亦取得良好業績，增長率超過30.0%。

台灣

於二零一九年財政年度，台灣的銷售淨額為38,200,000歐元，較二零一八年財政年度下降3.2% (按匯報匯率計算) 或2.7% (按固定匯率計算)。零售市場仍然競爭激烈。直銷下降乃主要由於同店銷售增長錄得-2.7%以及夏季颱風襲擊和惡劣天氣影響所致。然而，得益於更新後的自營電子商務平台以及網上商城的發展，網絡直銷渠道錄得雙位數增長。

法國

於二零一九年財政年度，法國的銷售淨額為103,000,000歐元，較二零一八年財政年度增加0.8%。按可比基礎計算(撇除Le Couvent des Minimes)，增長為2.3%。巴黎的零售店自二零一九年財政年度第三季度以來持續受到週末示威的影響。但得益於去年開設的旗艦店以及今年新開設的若干店舖，直銷保持活躍，錄得增長6.9%。然而L'Occitane en Provence及Melvita的批發銷售也受到了非盈利店舖關閉及批發團隊變動等影響。Erborian品牌發展順利，並於本年錄得雙位數增長。

英國

於二零一九年財政年度，英國的銷售淨額為60,700,000歐元，較二零一八年財政年度增加1.4%。按固定匯率計算，增長為1.5%。儘管美容市場環境整體下滑，但銷售額於年底有所改善。零售銷售持續低迷，同店銷售與去年持平。QVC項目成功進行，LimeLife發佈以及Erborian在批發及電子商務渠道上的進一步發展，推動了整體銷售增長。

美國

於二零一九年財政年度，美國的銷售淨額為232,400,000歐元，較二零一八年財政年度增加35.0%。按固定匯率計算，增長為31.8%，對整體增長貢獻47.7%。LimeLife之銷售額於去年最後一個季度綜合入賬。LimeLife二零一八年財政年度與二零一九年財政年度之全年銷售額相比較，未經審核銷售增長率為18.2%。就L'Occitane en Provence品牌而言，受惡劣天氣及消費者支出低迷影響，二零一九年第四個財政季度經營甚為艱難，全年銷售略有下降。有關減少主要由於關閉12間零售店。本年度同店銷售增長與去年持平。就轉售渠道而言，因本集團撤出Sephora USA，批發銷售下降，但銷售損失大部分由與亞馬遜的網上合作抵銷。

巴西

於二零一九年財政年度，巴西的銷售淨額為57,600,000歐元，較二零一八年財政年度減少4.4%。按固定匯率計算，增長為11.1%，對整體增長貢獻5.8%。直銷及轉售渠道均取得雙位數增長。同店銷售年內增長5.9%。因蠟菊煥活雙效精華及L'Occitane au Brésil全新香水系列備受歡迎，零售分部平均單價增勢良好。L'Occitane en Provence錄得穩健增長，L'Occitane au Brésil則全年保持強勁勢頭。截至二零一九年三月底，L'Occitane au Brésil擁有86間店舖。

俄羅斯

於二零一九年財政年度，俄羅斯的銷售淨額為51,200,000歐元，較二零一八年財政年度增長1.5%。按固定匯率計算，增長為12.2%，對整體增長貢獻5.4%。俄羅斯本年取得傲人增長乃得益於穩健的同店銷售增長、年內新開店舖以及蓬勃發展的批發及B2B渠道。L'Occitane en Provence的零售額穩健增長，客單數量及平均單價均有所增長。Erborian保持強勁表現，推動俄羅斯成為僅次於法國的第二大市場。目前，俄羅斯有9間Erborian店舖。

其他國家

於二零一九年財政年度，其他國家的銷售淨額為346,700,000歐元，按固定匯率計算，增長為4.9%，對整體增長貢獻14.1%。直銷分部增長5.9%，主要得益於LimeLife於若干國家之發展、韓國網上商城渠道之傲人增長以及同店銷售穩健增長2.2%。馬來西亞、加拿大及澳洲對整體增長貢獻最大，增長率出眾，分別為33.0%、14.5%及9.4%。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

於二零一九年財政年度，銷售成本增加18,900,000歐元至239,900,000歐元，增幅為8.6%。毛利率保持較高水平，為83.2%，較二零一八年財政年度略微減少0.1個百分點，反映了以下因素：

- 生產成本及貨運及海關費用減少，佔0.3個百分點；及
- 價格增長及產品組合影響，佔0.1個百分點。

該毛利率上升為下列各項所抵銷：

- 迷你產品及包裝袋(「MPP」)及包裝盒的使用增加，佔0.1個百分點；
- 不利的品牌組合(主要來自LimeLife)，佔0.2個百分點；及
- 其他因素及捨入，佔0.2個百分點。

分銷開支

於二零一九年財政年度，分銷開支增加60,900,000歐元至700,400,000歐元，增幅為9.5%。按佔銷售淨額百分比計算，分銷開支增加0.6個百分點至49.1%。此成本百分比提高乃由於以下各項所致：

- 來自LimeLife的不利的品牌組合，佔0.6個百分點；
- 投資於零售團隊及旅遊零售人員之薪酬及獎勵，佔0.4個百分點；
- 對大型店舖租賃之投資及咖啡館之減值，佔0.3個百分點；
- 促銷工具及其他事項增加，佔0.2個百分點；及
- 亞洲倉庫物流成本和日本運費成本增加，佔0.1個百分點。

成本不斷上漲的不利狀況部分被以下因素抵銷：

- 零售渠道佔比減少及轉售渠道銷售的穩健增長，形成有利的渠道組合，佔0.5個百分點；及
- 本年度店舖開業前及關閉店舖的成本降低，佔0.5個百分點。

營銷開支

於二零一九年財政年度，營銷開支增加6,800,000歐元至186,000,000歐元，增幅為3.8%。按佔銷售淨額百分比計算，營銷開支減少0.6個百分點至佔銷售淨額的13.0%。減少乃由於以下各項所致：

- 有利的品牌組合影響，佔0.3個百分點(LimeLife應佔0.4個百分點，被其他品牌部分抵銷0.1個百分點)；
- 儘管於中國的投資增加，但廣告、營銷活動及促銷工具整體支出降低，佔0.2個百分點；及
- 銷售槓桿升高，佔0.2個百分點。

該營銷開支減少部分被以下各項所抵銷：

- 重新分類，佔0.1個百分點。

研發開支

於二零一九年財政年度，研究與開發（「研發」）開支增加300,000歐元至17,900,000歐元，增幅為1.9%，主要由於對新創新實驗室、生態認證、可持續性改進和專用IT系統之投資所致。研發開支佔銷售淨額之百分比保持穩定，為1.3%。

一般及行政開支

於二零一九年財政年度，一般及行政開支增加9,500,000歐元至132,500,000歐元，增幅為7.7%。一般及行政開支佔銷售淨額的百分比保持為9.3%，主要由於以下各項因素：

- 槓桿升高（尤其來自L'Occitane en Provence品牌），佔0.2個百分點；
- 由於花紅、股份激勵及溢利分成減少，人員激勵成本降低，佔0.2個百分點；
- 重新分類及捨入，佔0.2個百分點；及
- 有利的匯率，佔0.1個百分點。

該等改善被LimeLife的不利品牌組合（佔0.6個百分點）及其他事項（佔0.1個百分點）抵銷。

其他收益及虧損

於二零一九年財政年度，其他收益為600,000歐元（即研究開支的稅項抵免部分被資本虧損抵銷）。於二零一八年財政年度，其他收益淨額為1,700,000歐元。

經營溢利

經營溢利增加9,800,000歐元至150,700,000歐元，增幅為6.9%。經營溢利率下降至10.6%，降幅佔銷售淨額的0.1個百分點。經營溢利率略微下降的原因為：

- 不利的品牌組合（主要為LimeLife），佔1.1個百分點；及
- 大型店舖投資以及美容顧問工資及獎勵，佔0.7個百分點。

成本增加大部分由以下各項抵銷：

- 槓桿及效率提升，佔0.5個百分點；
- 店舖開業前成本較去年下降，佔0.5個百分點；
- 有利的渠道組合，佔0.4個百分點，此乃由於零售及咖啡館(其營運成本較高)佔比減少所致；
- 因更有效地使用樣品及免費產品以及降低營銷活動支出，營銷活動開支整體降低且更有針對性，佔0.1個百分點；
- 有利的價格及產品組合，佔0.1個百分點；及
- 有利的外匯影響，佔0.1個百分點。

財務成本淨額

二零一九年財政年度之財務成本淨額為3,600,000歐元，包括3,200,000歐元之借貸利息開支淨額(扣除現金結餘利息收入)以及400,000歐元之非現金應計款項及調整。利息開支淨額增加主要由現金結餘減少及因若干附屬公司的現金需求而增加循環融資及定期貸款之銀行借貸所致。

於二零一八年財政年度，財務成本淨額包括借貸利息開支200,000歐元(經扣除現金結餘利息收入)及非現金應計款項600,000歐元。

外幣收益／虧損

於二零一九年財政年度，外幣收益淨額為1,100,000歐元(二零一八年財政年度：虧損淨額為4,200,000歐元)，包括400,000歐元已實現收益及700,000歐元未實現收益。

已實現收益乃融資活動若干收益之淨結果(包括美元對沖的一次性收益)，扣除年內公司間貿易及往來賬結算產生的虧損，特別是人民幣、加元及港元。

未實現收益乃年末將外幣銀行賬戶、公司間貿易及融資結餘以及未償還銀團貸款金額轉換為歐元之淨結果。未實現收益主要與美元、瑞士法郎、加元及韓圓有關，部分被南非蘭特、人民幣、墨西哥比索及俄羅斯盧布之未實現虧損所抵銷。

所得稅開支

實際稅率由二零一八年財政年度的29.0%下降至二零一九年財政年度的20.7%，下降8.3個百分點，此乃由於以下各項所致：

- 二零一八年財政年度的一次性影響，主要由於美國稅務改革，佔5.5個百分點；
- 有利國家綜合影響，佔3.2個百分點；
- 有利匯率影響對與存貨的公司間利潤抵銷相關的遞延稅項資產的影響，佔1.0個百分點；及
- 其他影響，佔0.8個百分點。

有關有利影響被未確認之遞延稅項資產變動-2.2個百分點所抵銷，而有關變動的主要原因為終止確認巴西若干稅項抵免。

年內溢利

鑒於上述原因，於二零一九年財政年度的溢利較二零一八年財政年度增加21,100,000歐元至117,600,000歐元，增幅為21.8%。於二零一九年財政年度的每股基本及攤薄盈利均上升22.7%至0.081歐元(二零一八年財政年度：0.066歐元)。於二零一九年財政年度，計算每股盈利時所用基本及攤薄股份數目分別為1,461,052,171股及1,465,920,934股(二零一八年財政年度：基本1,460,682,471股及攤薄1,461,891,614股)。

資產負債表及現金流量回顧

流動資金及資本資源

於二零一九年三月三十一日，本集團的現金及現金等價物為144,400,000歐元，於二零一八年三月三十一日則為385,700,000歐元。該減少乃主要由於為收購Elemis使用資金所致。於二零一九年三月三十一日，借貸總額(包括定期貸款、循環貸款、銀行借貸、融資租賃負債以及與少數股東及關聯方的往來賬)達577,900,000歐元。於二零一九年三月三十一日，未提取借貸融資總額為161,900,000歐元。

現金流量表概要

截至三月三十一日止年度	二零一九年 千歐元	二零一八年 千歐元
除稅前溢利(經調整非現金項目)	219,786	202,111
營運資金變動	(33,859)	1,926
已付所得稅	(17,240)	(33,703)
經營活動產生的現金流入淨額	168,687	170,334
資本開支產生的現金流出淨額	(86,302)	(92,894)
自由現金流量	82,385	77,440
投資於新業務產生的現金(流出)淨額	(814,216)	(109,834)
融資活動產生的現金流入/(流出)淨額	501,451	(35,104)
匯率變動的影響	(10,890)	459
現金、現金等價物及銀行結餘(減少)淨額	(241,270)	(67,039)

年內產生的自由現金流量為82,400,000歐元，而二零一八年財政年度則為77,400,000歐元。投資於新業務產生的現金流出淨額為814,200,000歐元，而去年則為109,800,000歐元。本年度大幅上升乃主要由於收購Elemis所致。於二零一九年財政年度，融資活動產生的現金流入淨額達501,500,000歐元，而於二零一八年財政年度現金流出淨額為35,100,000歐元。現金流入淨額主要由於二零一九年財政年度借貸增加所致，該借貸主要用於為收購Elemis撥資。

資本開支

於二零一九年財政年度，資本開支所用的現金淨額為86,300,000歐元，而二零一八年財政年度則為92,900,000歐元，減少6,600,000歐元。二零一九年財政年度的資本開支主要與以下各項有關：

- 添置租賃物業裝修、其他有形資產、頂手費及與店舖相關按金變動所用的41,800,000歐元；
- 添置機器及設備、增強新產品的生產線、於巴西新建工廠，以及改善附屬公司的倉庫及辦公室所用的合共24,400,000歐元；及
- 添置資訊科技軟件、牌照及設備所用的18,600,000歐元，包括客戶關係管理(CRM)各項目、電子商務、銷售及佣金系統，以及現有系統升級。

投資新業務

於二零一九年財政年度，投資新業務所用現金淨額為814,200,000歐元，而二零一八年財政年度則為109,800,000歐元，增加704,400,000歐元。二零一九年財政年度的投資活動主要與收購附屬公司(包括Elemis及其附屬公司)有關，合共800,500,000歐元。

融資活動

二零一九年財政年度融資活動現金流入淨額為501,500,000歐元(二零一八年財政年度：流出為35,100,000歐元)。年內現金流入淨額主要反映以下各項：

- 定期貸款及循環融資項下取款之流入淨額合共為489,400,000歐元，主要用於為收購Elemis撥資；
- 有關出售Elemis 7.7%非控股權益之各項交易金額為55,800,000歐元；

部分被流出抵銷：

- 支付股息43,400,000歐元。

存貨

下表概述於所示期間的平均存貨周轉天數：

	二零一九年 財政年度	二零一八年 財政年度
平均存貨周轉天數 ⁽¹⁾	<u>273</u>	<u>243</u>

⁽¹⁾ 平均存貨周轉天數等於平均存貨除以銷售成本，再乘以365。平均存貨等於某一期間期初及期終存貨淨額的平均值。

存貨價值增加46,300,000歐元至二零一九年三月三十一日的202,800,000歐元，增幅為29.6%。存貨周轉天數增加30天的原因如下：

- LimeLife存貨增加佔17天，主要由於預計未來銷售增長及去年為將LimeLight品牌重塑為LimeLife而清理庫存，導致存貨較低所致；
- 年終計入Elemis附屬公司之存貨但未綜合入賬當年之銷售成本，導致增加12天，包括外匯影響(請注意，Elemis收購於二零一九年三月完成，故其資產負債表於二零一九年財政年度併入本集團，但損益表未予合併)；及
- 對於現有品牌，原材料、成品及MPP之存貨實際上減少7天，但是此項改善被存貨撥備減少及捨入(佔3天)及外匯不利影響(佔5天)所抵銷，最終周轉天數淨增加1天。

應收貿易賬款

下表概述於所示期間的應收貿易賬款周轉天數：

	二零一九年 財政年度	二零一八年 財政年度
應收貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	<u>32</u>	<u>30</u>

⁽¹⁾ 應收貿易賬款周轉天數等於平均應收貿易賬款除以銷售淨額，再乘以365。平均應收貿易賬款等於某一期間期初及期終應收貿易賬款淨額的平均值。

二零一九年財政年度應收貿易賬款周轉天數較二零一八年財政年度增加2天至32天。該增加主要由於年內計入與Elemis相關之應收貿易賬款，但沒有計入相應的銷售額所致。

應付貿易賬款

下表概述於所示期間的平均應付貿易賬款天數：

	二零一九年 財政年度	二零一八年 財政年度
應付貿易賬款的周轉天數 ⁽¹⁾	<u>203</u>	<u>188</u>

⁽¹⁾ 應付貿易賬款周轉天數等於平均應付貿易賬款除以銷售成本，再乘以365。平均應付貿易賬款等於某一期間期初及期終應付貿易賬款的平均值。

應付貿易賬款周轉天數增加15天主要由於年末計入Elemis之應付貿易賬款而沒有計入本年度之相應銷售成本所致。應付貿易賬款周轉天數所增加的15天中，Elemis佔13天，外匯對現有品牌之影響佔2天。

資產負債表比率

二零一九年財政年度已動用資本回報為15.9%，較二零一八年財政年度增加0.8個百分點，該增加乃由於除稅後經營溢利淨額增加24.0%，而已動用資本則增加17.8%（撇除Elemis之商譽）。請留意，收購Elemis於二零一九年三月完成，其資產負債表項目於年底綜合入賬；然而，其溢利及虧損項目僅在二零二零年財政年度後綜合入賬。因此，已動用資本回報率撇除Elemis之商譽以免失真。於截至二零一九年三月三十一日止年度，權益擁有人應佔資本及儲備增加86,700,000歐元，主要由於本年度保留之溢利及外幣換算所需準備金減少所致。二零一九年財政年度股權回報率為11.6%，較二零一八年財政年度增加1.3個百分點。

於二零一九年財政年度，於為Elemis收購撥資後，本集團由淨現金狀況轉為淨負債狀況。由於同一原因，資產負債比率亦增加至29.4%。

		二零一九年 財政年度	二零一八年 財政年度
盈利能力			
未計利息、稅項、折舊及攤銷之盈利	千歐元	217,480	201,074
除稅後經營溢利淨額 ⁽¹⁾	千歐元	120,421	97,078
已動用資本 ⁽²⁾	千歐元	755,397	641,118
已動用資本回報 ⁽³⁾		15.9%	15.1%
股權回報 ⁽⁴⁾		11.6%	10.3%
流動資金			
流動比率(倍) ⁽⁵⁾		2.2	3.1
速動比率(倍) ⁽⁶⁾		1.4	2.4
資本充足			
資產負債比率 ⁽⁷⁾		29.4%	6.8%
債權比率 ⁽⁸⁾		40.0%	淨現金狀況

(1) (經營溢利 + 外匯淨收益或虧損) × (1 - 實際稅率)

(2) 非流動資產* - (遞延稅項負債 + 其他非流動負債) + 營運資金**

* 不包括Elemis之商譽

** 不包括流動金融負債，以僅列示與運營有關的營運資金

(3) 除稅後經營溢利淨額 / 已動用資本

(4) 年末本公司權益擁有人應佔純利 / 股東股權 (不包括少數股東權益)

(5) 流動資產 / 流動負債

(6) (流動資產 - 存貨) / 流動負債

(7) 總負債 / 總資產

(8) 債項淨額 / (總資產 - 總負債)

外匯風險管理

本公司訂立遠期外匯合約，目的是就與已識別風險一致的各期間為預期交易以及並非以呈列貨幣(即歐元)列值的應收款項及應付款項進行對沖。於二零一九年三月三十一日，根據國際財務報告準則的公平市場估值規定，本公司有遠期外匯合約的外匯衍生負債淨額為800,000歐元。於二零一九年三月三十一日，未結算的遠期外匯衍生工具的名義本金額主要為出售22,600,000歐元等值港元、17,200,000歐元等值日圓、15,100,000歐元等值人民幣、3,300,000歐元等值英鎊、2,600,000歐元等值泰銖、2,500,000歐元等值俄羅斯盧布以及2,300,000歐元等值巴西雷亞爾。

股息

於二零一八年六月十一日舉行的董事會會議上，董事會建議派付每股0.0297歐元的股息，相當於股息總額43,400,000歐元，或本公司權益擁有人應佔純利的45.0%（而本集團通常派付35.0%）。末期股息金額按於二零一八年六月十一日已發行的1,460,682,471股股份（不包括16,282,420股庫存股份）計算。本公司股東（「股東」）已於二零一八年九月二十六日舉行的會議上批准該股息。股息已於二零一八年十月十九日派付。

本集團維持穩定的經營現金流入。基於現金狀況穩健，董事會欣然建議總股息每股0.0297歐元（「末期股息」），與二零一八年財政年度相同。末期股息總額為43,400,000歐元。

末期股息以於二零一九年六月十七日已發行的1,461,052,171股股份（不包括15,912,720股庫存股份）為基準。

財政年度結束後事項

並無須予呈報的財政年度結束後事項。

策略回顧

二零一九年財政年度乃本集團分水嶺之年。本年，我們迎來新管理層、新策略、新品牌，最重要的是，我們重新專注於可持續增長及盈利能力。

年內，本集團實行新的「Pulse」策略，以實現長期增長。該策略由五大支柱支撐：賦權團隊；執行基本面（尤其在零售方面）；採取全渠道、流動式及數碼式方法；與顧客互動；加強品牌承諾。Pulse策略透過集體專注於上述每個首要事項，激發本集團之未來盈利能力及實現可持續增長，同時建立顧客信賴感及品牌認同。

在實施Pulse策略的第一年，本集團初見成效。本集團加快同名品牌L'OCCITANE en Provence的銷售增長，在廣泛宏觀經濟不明朗的形勢下仍保持盈利能力及投資發展LimeLife。撇除LimeLife，經營溢利率實際上大幅增長0.8個百分點。取得這一成就有賴於集團整體努力，進行節制而精準的投資，追求效率增益。

除改善現有業務的舉措外，本集團亦透過收購ELEMIS（迄今為止最大收購）尋求開拓新市場及銷售渠道，不斷致力於打造領先的高端美容品牌組合。

ELEMIS收購增強多品牌戰略及護膚領域定位

本集團於二零一九年一月收購全球性高端美容及護膚品分銷商及創新企業ELEMIS，為其多品牌戰略增添新的維度。該品牌透過其網站直接向消費者銷售，亦批發銷往各分銷渠道，包括數碼、零售分銷、QVC、專業水療及海運。這一定位補充並拓展本集團現有全渠道以及日益增強的護膚領域定位。該品牌亦具備很強的盈利能力，在現有市場(目前只有北美及歐洲)之外亦有很大增長空間，尤其在亞太地區。

依憑成功發佈全新皇牌產品蠟菊煥活雙效精華，本集團亦加強其核心品牌L'OCCITANE en Provence於面部護理領域的品牌形象，推動該品牌二零一九年財政年度的銷售勢頭增強增強。

於二零一九年財政年度，本集團所有其他新興品牌(Melvita、Erborian、L'OCCITANE au Brésil及LimeLife)均保持良好增長勢頭，尤其是在日本、法國、巴西及美國等市場。

Melvita專注於其標誌性護理油及花水，如堅果油及玫瑰花水，故此儘管二零一九年財政年度末出現短期挑戰，Melvita仍維持良好的同店銷售增長，使本集團能夠全面利用該品牌的高回購率。

Erborian扎根韓國，帶有法國風情，繼續向西方國家證明其魅力。該品牌定位於護膚品和化妝品之間的專營市場，從而取得雙位數的銷售增長並連續兩年保持盈利。

同時，L'OCCITANE au Brésil助力推動本集團於二零一九年財政年度在巴西的整體銷售增長。在聖保羅開設新旗艦店後，該品牌圍繞「Casa Brasileira」理念打造全新視覺品牌形象。該理念靈感源自於巴西人營造溫馨、簡單而舒適家居的方式。該品牌亦持續推出新產品，點燃消費者激情，幫助其錄得雙位數銷售增長。

於二零一九年財政年度，LimeLife亦在美國本土市場之外開拓了加拿大、英國、法國、意大利及巴西等新市場。LimeLife採取結合網上銷售與點對點互動營銷的業務模式，而受Facebook近期演算法變動影響，擴展步伐有所減緩。儘管如此，LimeLife在美國仍增長強勁，令本集團深信該品牌擁有龐大的全球增長潛力。

皇牌產品創空前佳績，助力L'OCCITANE en Provence銷售勢頭轉強

本集團透過「皇牌產品」策略，繼續推動其核心品牌L'OCCITANE en Provence之表現。該策略在減少產品發佈數量的同時提升其規模，並在不同國家及銷售渠道同步推出。作為該策略的核心，蠟菊煥活雙效精華的發佈大獲成功，於二零一九年財政年度全球售出逾800,000支，成為本集團有史以來銷量最佳的面部護理產品。

最重要的是，蠟菊煥活雙效精華的發佈實現「皇牌產品」策略的主要目標，即招攬及連接，使許多顧客繼續購買其他類別產品。該產品發佈亦極大增強L'OCCITANE en Provence與護膚產品的關聯，這亦是另一個主要目標。

鑒於新產品大獲成功，本集團正計劃發佈更多新皇牌產品以鞏固其於護膚領域的定位。本集團亦將繼續在創新產品發佈及經典暢銷產品之間保持平衡，從而既保持L'OCCITANE en Provence品牌的新鮮度，又能最大程度促進客流量及忠誠度。

透過內容創建及協作與顧客互動

本集團採用精準及創新的營銷活動推動其於主要市場的表現。在美國等文化多樣的國家，本集團圍繞內容創建開展營銷活動，如為SPF霜系列(包括蠟菊極致防曬精華日霜及蠟菊珍貴防曬活顏日霜)開展的大獲成功的#摒棄濾鏡(NoFilterNeeded)活動。該活動展現十名真實的北美僱員的容貌及獨特故事，鼓勵女性以不加修飾的態度對待人生。

在大中華地區(包括其主要旅遊零售渠道)，本集團使用中國人氣明星鹿晗和劉詩詩與360度全方面營銷活動結合，極大提高其品牌曝光度和與目標受眾的關聯度。透過使用引人注目且切身相關的營銷活動，中國繼續成為本集團增長最快的市場之一，整體增長12%，網絡直銷渠道增長近30%。

本集團亦繼續與美容博主及視頻博主以及包括中國微信、韓國Kakao Talk及日本Line在內的社交媒體平台緊密合作，以接觸不同的客戶群。

難忘的全渠道客戶體驗提供購買途徑

本集團繼續投資於難忘的線上及線下客戶體驗，提供便利、無縫的購買途徑。於二零一九年整個財政年度，本集團於紐約、東京及新加坡等主要城市展現L'OCCITANE en Provence的獨特零售概念，融入新的咖啡館概念、互動虛擬現實體驗及藝術作品等創新元素，將本集團旗艦店打造成世界頂級購物區必到之地。

本集團繼續投資於其自營電子商務網站以及網上平台，特別是在中國。本集團在中國最大的電子商務網站之一JD.com上開設官方店，進一步推動於該主要市場內的銷售增長。於二零一九年財政年度，本集團網上直銷渠道的銷售按固定匯率增長11.2%，相當於直銷銷售總額的13.9%。

著眼未來投資的高效組織

Pulse策略的主要目標之一是在內部營造有企業家精神的文化，將激勵措施與增長及盈利能力掛鉤，賦予團隊根據當地專業知識作出決策的權利。通過於二零一九年財政年度在法國馬賽成立初創工作室OBRATORI，本集團亦以另一種方式支持企業家精神。OBRATORI鼓勵創新概念、想法、產品、服務和品牌，目標是培育化妝品和保健領域的初創企業，以及尋求數碼化零售解決方案的企業。

於二零一九年財政年度，本集團在西歐推出了「門店直運」新策劃(即通過門店運送網絡訂單)。本集團廣泛的門店網絡讓其有能力規劃最高效的運輸路線，從而提供當日送達，並可讓客戶靈活選擇兩小時時段的具體交付時間。本集團通過該全渠道服務在增強客戶體驗的同時降低物流成本。在即將到來的一年裡，本集團計劃於西歐及北美其他國家擴展該項完善服務。

與此同時，二零一八年財政年度開業的亞洲中央配送中心開始全面營運，首次為該地區的分銷商及附屬公司提供成本節約及完善服務。本集團亦開始營運L'OCCITANE au Brésil品牌的巴西新工廠，為該市場帶來更佳的生产效率及稅務優勢。

可持續發展有利於業務和品牌推廣

本集團仍孜孜不倦地致力於實現在減少塑料使用、生物多樣性、公平貿易、工藝、視覺及女性賦權等方面的宏大目標，這一追求源自於40多年來一直對自然的深切熱愛及尊重。

於二零一九年財政年度，本集團力求透過具體舉措更好地彰顯此承諾，如與Loop Industries簽訂多年供應協議，作為其到二零二五年過渡至100%可持續PET塑料包裝的一部分。作為實現此目標的舉措之一，本集團最近還簽署艾倫·麥克阿瑟基金會(Ellen MacArthur Foundation)的新塑料經濟全球承諾書，進一步落實其減少塑料污染和促進循環經濟的承諾。

有關本集團社會責任及環境可持續發展的更多資料，請參閱其年度「環境、社會及管治」報告。

展望

本集團現以多品牌集團形式營運，倡導獨特品牌標識，同時秉持共同價值觀——尊重自然，打造真實體驗，促進企業家精神，為美容領域引入人性化方法。本集團鼓勵旗下品牌保持敏捷性及自主能力，同時發掘及利用協同效應。

憑藉L'OCCITANE en Provence核心品牌的顯著改進，加上ELEMIS的增值性整合，本集團預計盈利能力於二零二零年財政年度及以後有所提升。

本集團亦期待即將推出的產品(作為持續開展的皇牌產品策略的一部分)，包括蠟菊煥活眼部精華、86香榭麗舍奢華香水以及全新護髮系列，該等產品將繼續為其旗下品牌注入活力並推動其可持續增長。

儘管宏觀經濟發展令消費者情緒面臨持續風險，但本集團已採取措施以改善其基本面、優先採用全渠道方法並賦予其團隊權力，本集團堅信該等措施將保障其未來盈利能力及為股東創造價值的能力。

審核委員會

根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)的規定，本公司已成立由三名非執行董事組成的審核委員會，其中兩名為獨立非執行董事。審核委員會與外聘核數師已共同審閱本集團採用的會計原則及慣例，並已討論審核、內部監控及財務申報事宜，包括審閱本集團於二零一九年財政年度的綜合業績及綜合財務報表。本年度業績公告基於本集團截至二零一九年三月三十一日止年度的經審核綜合財務報表，該報表已獲本公司核數師認同。

企業管治

董事會定時檢討企業管治常規，藉以滿足股東不斷提升的期望、遵守日益嚴格的監管規定，並履行其良好企業管治的承諾。董事會致力於維持高標準的企業管治常規及本公司業務道德，堅信其對維持股東回報極其重要。

於二零一九財政年度，除下文所披露者外，本公司一直遵守上市規則附錄十四所載企業管治守則及企業管治報告(「企業管治守則」)的所有守則條文：

企業管治守則的守則條文第A.2.1條規定，主席與最高行政人員的職能須分開，且不得由一個人同時兼任。

本集團行政總裁(「行政總裁」)一職一直由董事會主席Reinold Geiger先生(「Geiger先生」)兼任。我們認為這一偏離屬適當，因為我們認為，同一人士同時擔任本公司主席並履行行政總裁的行政職責效率更高，能使本集團獲得更強大且一致的領導。董事會認為，權力及授權的平衡已由經驗豐富人士組成的董事會運作得到充分保證。董事會設有四名極具獨立性的獨立非執行董事，因此，董事會認為，本公司已具備充分利益平衡及保障。另外，Geiger先生並非任何委員會(即審核委員會、提名委員會及薪酬委員會)的成員，而各委員會的大部分成員均為獨立非執行董事。然而，董事會將定期檢討管理架構，確保其符合本集團的業務發展需要。

此外，Geiger先生獲得集團常務董事Silvain Desjonquères先生(「Desjonquères先生」，於二零一八年四月二十五日獲委任)的支持。Geiger先生向董事會負責，專注於本集團的策略及董事會事務，確保董事會與管理層成員之間保持緊密團結的工作關係。董事會副主席André Hoffmann先生(「Hoffmann先生」)就一切重要的董事會事務與Geiger先生密切合作。Hoffmann先生及Desjonquères先生在其各自職責下的業務單位的業務方向及經營效率方面承擔全部執行責任，並向Geiger先生負責。

企業管治守則的守則條文第F.1.3條規定公司秘書應向主席及行政總裁匯報。

本公司公司秘書Karl Guénard先生(「Guénard先生」)常駐於盧森堡，須向執行董事兼本集團副總經理Thomas Levilion先生(「Levilion先生」)(主要負責監督本集團全球財務職能)匯報。本公司相信此舉屬合適，乃因Guénard先生與Levilion先生有日常緊密合作，包括處理有關企業管治事宜及其他與董事會相關事宜。

董事證券交易

本公司已採納上市規則附錄十所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)作為本公司董事進行本公司證券交易的行為守則。經向全體董事作出具體查詢後，全體董事確認已於二零一九年財政年度遵守標準守則。

購買、出售及贖回本公司的上市證券

於二零一九年財政年度，本公司根據本公司的僱員無償股份計劃轉出合共369,700股庫存股份。於二零一九年三月三十一日，本公司持有15,912,720股庫存股份。除上文所披露者外，於二零一九年財政年度，本公司或其附屬公司概無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於二零一九年九月二十日(星期五)至二零一九年九月二十五日(星期三)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，期間不會辦理股份過戶登記。釐定合資格出席本公司應屆股東週年大會(「股東週年大會」)並於會上投票的股東名單的記錄日期為二零一九年九月二十五日(星期三)(「股東週年大會記錄日期」)。所有過戶文件連同有關股票必須於二零一九年九月十九日(星期四)下午四時三十分前送達本公司的香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712至1716號舖。

待股東於股東週年大會上批准建議末期股息(如有)後，該等末期股息將於二零一九年十月十八日(星期五)派付予於二零一九年十月八日(星期二)(「股息記錄日期」)名列股東名冊的股東。為確定收取末期股息的資格，本公司將於二零一九年十月二日(星期三)至二零一九年十月八日(星期二)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，期間不會辦理股份過戶登記。為符合資格收取末期股息，所有過戶文件連同有關股票須於二零一九年九月三十日(星期一)下午四時三十分前送達本公司的香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712至1716號舖。

刊登末期業績及二零一九年財政年度年報

本公司末期業績公告於香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(group.loccitane.com)公佈。年報將寄發予股東，並可於適當時候在香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(group.loccitane.com)查閱。

股東週年大會

本公司將於二零一九年九月二十五日舉行股東週年大會。召開股東週年大會的通告將刊登於香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(group.loccitane.com)並將寄發予股東。

董事會

於本公告日期，本公司董事為：

執行董事

Reinold Geiger (主席兼行政總裁)

André Hoffmann (副主席)

Silvain Desjonquères (集團常務董事)

Thomas Levilion (集團財務及行政管理部副總經理)

Karl Guénard (公司秘書)

非執行董事

Martial Lopez

獨立非執行董事

Valérie Bernis

Charles Mark Broadley

Pierre Milet

吳植森

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

盧森堡，二零一九年六月十七日

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。