

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。

Groupe L'OCCITANE

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)

截至二零一九年九月三十日止六個月 中期業績公佈

摘要

- 二零二零年財政年度上半年，本集團之銷售淨額按報告匯率增長22.1%，按固定匯率增長19.0%。
- 毛利率維持於81.2%的高水平。
- 經營利潤率增長4.7個百分點至銷售淨額的5.7%，主要由於ELEMIS、銷售增長整體改善及控制開支以及貨幣兌換的有利影響。
- 報告淨利潤率增長2.6個百分點至銷售淨額的3.5%。請注意，本公司自二零一九年四月起採納新的國際財務報告準則第16號租賃會計法，但未重列去年數據以作比較。倘撇除國際財務報告準則第16號租賃之影響，二零二零年財政年度上半年之純利將進一步增加4,100,000歐元至29,300,000歐元，佔銷售淨額的4.0%。

主要中期財務資料

L'Occitane International S.A. (「本公司」) 董事(「董事」) 會(「董事會」) 欣然公佈，本公司及其附屬公司(「本集團」) 截至二零一九年九月三十日止六個月(「二零二零年財政年度上半年」) 的合併中期業績連同截至二零一八年九月三十日止六個月(「二零一九年財政年度上半年」) 的比較數字。以下財務資料(包括比較數字) 乃根據國際會計準則理事會頒佈及歐盟採用的國際財務報告準則(「國際財務報告準則」) 編製。

合併中期收益表

截至九月三十日止期間	附註	二零一九年 千歐元	二零一八年 千歐元
銷售淨額	2	727,157	595,385
銷售成本		(137,047)	(104,857)
毛利		590,110	490,528
佔銷售淨額百分比		81.2%	82.4%
分銷開支		(366,245)	(327,346)
營銷開支		(92,703)	(87,068)
研發開支		(10,312)	(8,387)
一般及行政開支		(79,335)	(62,456)
其他收益淨額	3	256	541
經營溢利	4	41,771	5,812
財務成本淨額	5	(10,691)	(1,687)
匯兌收益／(虧損)		1,618	(1,536)
除所得稅前溢利		32,698	2,589
所得稅開支	6	(7,460)	2,999
期內溢利		25,238	5,588
下列人士應佔：			
本公司權益擁有人		24,992	6,814
非控股權益		246	(1,226)
總計		25,238	5,588
實際稅率		22.8%	-115.8%
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		0.017	0.005
攤薄		0.017	0.005
計算每股盈利所用股份數目			
基本	7	1,461,052,171	1,460,682,471
攤薄	7	1,465,920,083	1,462,556,482

合併中期資產負債表

於	附註	二零一九年 九月三十日 千歐元	二零一九年 三月三十一日 千歐元
資產			
物業、廠房及設備淨額		193,974	198,662
使用權資產		454,955	—
商譽		1,015,726	1,011,139
無形資產淨值		51,331	80,109
遞延所得稅資產		77,713	61,051
其他非流動應收款項		59,517	57,581
非流動資產		1,853,216	1,408,542
存貨淨額	9	226,313	202,827
應收貿易賬款淨額	10	161,429	143,392
其他流動資產		57,323	64,758
衍生金融工具		148	50
現金及現金等價物		80,379	144,442
流動資產		525,592	555,469
總資產		2,378,808	1,964,011
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		(88,486)	(93,524)
保留盈利		705,532	724,132
權益擁有人應佔股本及儲備		1,004,206	1,017,768
非控股權益		67,562	66,464
總權益		1,071,768	1,084,232
借貸		495,494	569,378
租賃負債		335,360	—
遞延所得稅負債		3,884	4,050
其他財務負債		4,233	14,011
其他非流動負債		22,624	34,448
非流動負債		861,595	621,887
應付貿易賬款	11	158,632	141,247
社會及稅項負債		68,994	70,078
流動所得稅負債		24,954	10,731
借貸		8,186	8,562
租賃負債		103,372	—
其他流動負債		77,729	19,301
衍生金融工具		1,625	849
撥備		1,953	7,124
流動負債		445,445	257,892
權益及負債總額		2,378,808	1,964,011
流動資產淨值		80,147	297,577
總資產減流動負債		1,933,363	1,706,119

主要中期財務報表附註

1. 編製基準

截至二零一九年九月三十日止六個月期間(「截至二零一九年九月三十日止期間」)的本簡明合併中期財務資料(「合併中期財務資料」)已按國際會計準則委員會頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。合併中期財務資料應與國際會計準則委員會頒佈及歐盟採用的國際財務報告準則編製的截至二零一九年三月三十一日止年度合併年度財務報表一併閱讀。

編製本中期合併財務資料所用會計政策及方法與用於編製截至二零一九年三月三十一日止年度的合併年度財務報表採用者一致，惟下列各項除外：

- 中期期間的所得稅乃根據全年估計稅率計算。

於二零一九年四月一日或之後開始的報告期間生效的國際財務報告準則的詮釋及修訂對合併中期財務資料並無重大影響。

多項新訂或經修訂準則自本報告期起適用。由於首次應用國際財務報告準則第16號租賃，本集團亦須變更其會計政策並進行調整。

應用此等準則及相關新會計政策的影響於下文披露。其他準則對本集團的會計政策並無影響，且毋須作出追溯調整。

國際財務報告準則第16號租賃—首次應用影響

本集團自二零一九年四月一日起追溯採納國際財務報告準則第16號，但獲準則中特定過渡條款允許，未重列上一年度報告期間的比較數據。因此，新租賃規則導致的重新分類及調整已於二零一九年四月一日的期初資產負債表中確認。

作為承租人，本集團現確認：

- 簡明合併資產負債表中的一項使用權資產(即其使用相關資產的權利)以及一項租賃負債(即其承擔未來租賃付款的義務)；
- 使用權資產及相關租賃負債利息之折舊，代替先前產生的經營租賃費用。

首次應用國際財務報告準則第16號確認的調整

本集團已就先前根據國際會計準則第17號租賃分類為經營租賃的租賃確認租賃負債。該等負債按租賃付款餘額的現值計量，並使用承租人截至二零一九年四月一日的增量借貸利率進行貼現。

於二零一九年四月一日，相關使用權資產按等同於租賃負債的金額計量，並根據與該租賃有關的任何預付款或應計付款以及於本集團合併財務報表中確認的有償租賃合約進行調整。

就此前分類為融資租賃的租賃而言，實體將租賃資產及租賃負債緊接過渡前的賬面值確認為使用權資產及租賃負債於首次應用日期的賬面值。國際財務報告準則第16號的計量原則僅在該日期之後適用。

可行權宜方法

於過渡日期，本集團已使用該準則允許的以下可行權宜方法：

- 對具有合理相似特徵的租賃資產組合使用單一貼現率；
- 倚賴有關租賃是否有償的先前評估；
- 於二零一九年四月一日，將剩餘租期少於12個月的經營租賃入賬列作短期租賃；
- 於首次應用日期計入使用權資產計量的初始直接成本；及
- 當合約包含延期或終止租約的選擇權時，以事後分析結果確定租期。

本集團亦已選擇不重新評估合約在首次應用日期是否屬於或包含租賃。相反，對於在過渡日期之前訂立的合約，本集團依據其應用國際會計準則第17號及國際財務報告詮釋委員會詮釋第4號釐定安排是否包含租賃作出的評估。

首次應用國際財務報告準則第16號的會計影響

下表呈列於二零一九年四月一日的簡明合併資產負債表中的影響：

資產 千歐元	二零一九年 三月三十一日	就國際財務 報告準則 第16號 作出的調整	二零一九年 四月一日
非流動資產			
物業、廠房及設備(a)	198,662	(7,731)	190,931
無形資產(b)	80,109	(30,940)	49,169
使用權資產(c)	—	476,094	476,094
其他非流動資產(d)	57,581	(1,711)	55,870
流動資產			
其他流動資產(d)	64,758	(4,927)	59,831
對資產的總影響	401,110	430,785	831,895
資產及負債 千歐元	二零一九年 三月三十一日	就國際財務 報告準則 第16號 作出的調整	二零一九年 四月一日
非流動負債			
借貸(g)	569,378	(5,750)	563,628
租賃負債(c)	—	355,930	355,930
其他非流動負債(e)	34,448	(14,907)	19,541
流動負債			
借貸(g)	8,562	(1,205)	7,357
租賃負債(c)	—	102,589	102,589
撥備(f)	7,124	(4,456)	2,668
其他流動負債(e)	19,301	(1,416)	17,885
對權益及負債的總影響	638,813	430,785	1,069,598

- (a) 將先前分類為物業、廠房及設備的融資租賃資產重新分類為使用權資產的增加
- (b) 將先前分類為無形資產的支付予前承租人的頂手費重新分類為使用權資產的增加
- (c) 於採納國際財務報告準則第16號後，已確認使用權資產為476,210,000歐元，已確認租賃負債(流動及非流動)為458,519,000歐元
- (d) 將確認為預付費用且先前分類為其他流動資產及其他非流動資產的支付予出租人的頂手費重新分類為使用權資產的增加
- (e) 將與先前分類為其他流動及非流動負債的經營租賃有關的負債重新分類為使用權資產的減少
- (f) 將有償租賃合約撥備重新分類為使用權資產的減少
- (g) 將流動及非流動融資租賃負債重新分類為租賃負債的增加

2. 銷售淨額及分部資料

經營分部的報告方式與向主要營運決策者提供的內部報告的方式一致。主要營運決策者獲認定為作出策略決定的主席兼行政總裁以及常務董事，彼等負責分配資源及評估經營分部業績。

彼等審閱本集團的內部報告，以評估表現及分配資源。管理層根據該等報告釐定經營分部。

主席兼行政總裁及常務董事從渠道及國家地理角度考慮業務。二者均可獲得財務資料，然而，渠道為經營分部。

從渠道的角度而言，管理層評估兩個經營分部的表現，即直銷及轉售以及企業對企業分部：

- 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。該等中介機構主要包括分銷商、批發商、電視節目頻道及旅遊零售商；
- 企業對企業包括向中介機構銷售本集團的產品，而該等中介機構會將有關產品提供予其終端客戶作為免費用品。該等中介機構主要為航空公司及酒店。

由於分銷渠道及信貸風險相似，故經營分部轉售及企業對企業乃按國際財務報告準則第8號的累計準則合併為單一報告分部。

從地理角度而言，管理層評估不同國家的表現。

管理層亦按品牌評估銷售業績。

2.1 按經營分部劃分的表現

截至二零一九年九月三十日止期間

千歐元	直銷	轉售及 企業對企業	其他對賬項目	總計
銷售淨額	480,936	246,221	—	727,157
所佔百分比	66.1%	33.9%	—	100.0%
毛利	419,143	170,967	—	590,110
佔銷售百分比	87.2%	69.4%	—	81.2%
分銷開支	(286,661)	(45,896)	(33,688)	(366,245)
營銷開支	(29,206)	(7,027)	(56,470)	(92,703)
研發開支	—	—	(10,312)	(10,312)
一般及行政開支	—	—	(79,335)	(79,335)
其他收益／(虧損)淨額	(102)	(3)	361	256
經營溢利	<u>103,174</u>	<u>118,041</u>	<u>(179,444)</u>	<u>41,771</u>

截至二零一八年九月三十日止期間

千歐元	直銷	轉售及 企業對企業	其他對賬項目	總計
銷售淨額	435,924	159,461	—	595,385
所佔百分比	73.2%	26.8%	—	100.0%
毛利	378,919	111,609	—	490,528
佔銷售百分比	86.9%	70.0%	—	82.4%
分銷開支	(269,467)	(28,453)	(29,426)	(327,346)
營銷開支	(25,589)	(5,702)	(55,777)	(87,068)
研發開支	—	—	(8,387)	(8,387)
一般及行政開支	—	—	(62,456)	(62,456)
其他收益／(虧損)淨額	(240)	(29)	810	541
經營溢利	<u>83,623</u>	<u>77,425</u>	<u>(155,236)</u>	<u>5,812</u>

2.2 按地區劃分的表現

根據發單附屬公司的地理區域分配的销售淨額如下：

千歐元	截至九月三十日止期間			
	二零一九年		二零一八年	
	總計	所佔百分比	總計	所佔百分比
美國	133,555	18.4%	100,367	16.9%
日本	107,255	14.7%	96,164	16.2%
英國	76,810	10.6%	23,173	3.9%
中國	76,653	10.5%	67,845	11.4%
香港 ⁽¹⁾	58,298	8.0%	58,436	9.8%
法國	48,657	6.7%	45,450	7.6%
盧森堡－瑞士分公司 ⁽²⁾	36,863	5.1%	34,532	5.8%
巴西	26,457	3.6%	23,869	4.0%
俄羅斯	22,370	3.1%	18,614	3.1%
台灣	15,067	2.1%	14,360	2.4%
其他地區	125,172	17.2%	112,575	18.9%
銷售淨額	727,157	100%	595,385	100%

(1) 包括澳門的銷售及向亞洲分銷商及旅遊零售客戶的銷售。

(2) 本公司向位於歐洲、中東及美洲的分銷商及旅遊零售客戶出具發票的銷售額。

2.3 按品牌劃分的表現

根據產品品牌分配的销售淨額如下：

千歐元	截至九月三十日止期間			
	二零一九年		二零一八年	
	總計	所佔百分比	總計	所佔百分比
L'Occitane en Provence	554,889	76.3%	511,454	86.0%
ELEMIS ⁽¹⁾	84,207	11.6%	—	0.0%
LimeLife	40,702	5.6%	41,049	7.0%
其他品牌 ⁽²⁾	47,359	6.5%	42,882	7.0%
銷售淨額	727,157	100%	595,385	100%

(1) ELEMIS於二零一九年三月一日被收購，但其銷售額及溢利直至二零一九年四月方由本集團合併。ELEMIS於二零一九年三月的銷售額隨後於截至二零一九年六月的第一季度一併報告。

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

3. 其他收益淨額

九月三十日	二零一九年 千歐元	二零一八年 千歐元
銷售資產的(虧損)淨額	(447)	(271)
研發費用的政府撥款	703	696
其他項目	—	116
總計	256	541

4. 折舊、攤銷及減值

經營溢利已扣除下列項目：

九月三十日	二零一九年 千歐元	二零一八年 千歐元
折舊、攤銷及減值	95,427*	30,717

* 撇除與國際財務報告準則第16號有關的金額63,082,000歐元，折舊、攤銷及減值總額為32,345,000歐元。

5. 財務成本淨額

九月三十日	二零一九年 千歐元	二零一八年 千歐元
現金及現金等價物利息	915	589
財務收入	915	589
利息開支	(4,588)	(2,101)
租賃負債的已付/應付利息及財務費用(國際財務報告準則第16號)	(6,843)	—
回撥貼現及財務負債	(175)	(175)
財務成本	(11,606)	(2,276)
財務成本淨額	(10,691)	(1,687)

6. 稅項

已報告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：

截至九月三十日止期間	二零一九年 千歐元	二零一八年 千歐元
剔除合營公司溢利/(虧損)的除所得稅前溢利	32,968	2,589
按盧森堡企業稅率(二零一九年九月三十日為24.94%， 而二零一八年九月三十日為26.01%)計算的所得稅	(8,155)	(673)
外國不同稅率的影響	7,479	8,031
未確認稅項資產的影響	(6,310)	(2,259)
不可扣稅開支	(572)	(2,234)
未分派稅項盈利的影響	98	134
所得稅(開支)/抵免	(7,460)	2,999

7. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以截至二零一九年九月三十日止六個月本公司權益擁有人應佔溢利25,000,000歐元(截至二零一八年九月三十日止六個月則為6,800,000歐元)以及截至二零一九年九月三十日止期間及截至二零一八年九月三十日止期間已發行股份加權平均數分別為1,461,052,171(基本)及1,465,920,083(攤薄)以及1,460,682,471(基本)及1,462,556,482(攤薄)為基準計算。

8. 股息

為配合每年僅宣派及派付末期股息的政策，董事會不建議就截至二零一九年九月三十日止六個月的溢利作出任何分派。

9. 存貨淨額

存貨淨額包括以下各項：

	二零一九年 九月三十日 千歐元	二零一九年 三月三十一日 千歐元	二零一八年 九月三十日 千歐元
原材料及供應物料	28,415	28,390	28,293
製成品及在製品	208,713	184,059	171,709
存貨總額	237,128	212,449	200,002
減：撥備	(10,815)	(9,622)	(9,941)
存貨淨額	226,313	202,827	190,061

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：

	二零一九年 九月三十日 千歐元	二零一九年 三月三十一日 千歐元	二零一八年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	162,909	143,086	108,494
逾期3至6個月	376	1,335	846
逾期6至12個月	251	114	211
逾期超過12個月	337	310	391
呆賬撥備	(2,444)	(1,453)	(1,270)
應收貿易賬款淨額	161,429	143,392	108,672

本集團認為，該等呆賬撥備後應收款項淨額並不涉及無法收回的風險。

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：

	二零一九年 九月三十日 千歐元	二零一九年 三月三十一日 千歐元	二零一八年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	157,555	140,323	107,937
逾期3至6個月	682	388	469
逾期6至12個月	59	462	172
逾期超過12個月	336	74	500
應付貿易賬款	158,632	141,247	109,078

管理層討論與分析

概要：

截至九月三十日止六個月

二零一九年
(百萬歐元或%)

二零一八年
(百萬歐元或%)

銷售淨額	727.2	595.4
經營溢利	41.8	5.8
期內溢利	25.2	5.6
毛利率(銷售百分比)	81.2%	82.4%
經營溢利率(銷售百分比)	5.7%	1.0%
淨利潤率(銷售百分比)	3.5%	0.9%

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)。

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、服務、LimeLife及ELEMIS的自營電子商務網站。

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)。

營運的季節因素

本集團須面對銷售額的季節因素差異，本公司在第三財政季度(十月一日至十二月三十一日期間)聖誕假期之前並在該假期的期間，銷售額顯著增加。截至二零一八年九月三十日止六個月，銷售額佔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」)的年度銷售額的41.7%，而經營溢利佔二零一九年財政年度的年度經營溢利的3.9%。然而，該等比率不能代表截至二零二零年三月三十一日止年度(「二零二零年財政年度」)的年度業績。

季節因素亦對生產時間表及營運資金的使用構成影響。我們一般於四月至十一月運用大部分的營運資金增加生產，以應付將會在聖誕假期增加的銷售及推出新產品。

收益分析

二零二零年財政年度上半年，本集團之銷售淨額按報告匯率增長22.1%，按固定匯率增長19.0%。令人鼓舞的業績乃得益於所有品牌及所有主要地區於二零二零年財政年度第二季度(「二零二零年財政年度第二季度」)的良好增長。主要渠道亦錄得增長，其中零售、網上商城、網上合作夥伴及批發銷售作出重要貢獻。

本集團銷售產品的零售點總數由二零一九年三月三十一日的3,420間增至二零一九年九月三十日的3,428間，增加8個地點或0.2%。本集團維持其選擇性的全球零售擴張策略，並將自營零售店數目由二零一九年三月三十一日的1,572間增至二零一九年九月三十日的1,593間。

就地區而言，增長最快的市場為英國，增長逾200%，主要來自ELEMIS的貢獻。撇除ELEMIS，英國以當地貨幣計算的增長率為10.8%。二零二零年財政年度上半年，美國增長26.0%，主要來自ELEMIS的貢獻。撇除ELEMIS，美國的增長為-5.1%，乃由於關閉12間L'Occitane en Provence店以及LimeLife的高基數影響所致。中國、巴西及俄羅斯於二零二零年財政年度上半年均錄得雙位數增長。

按業務分部劃分的表現

下表載列二零二零年財政年度上半年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	按實際 匯率增長 %	按固定 匯率增長 %	按固定 匯率對整體 增長的貢獻 %
直銷	45,012	10.3	7.1	27.4
可比較店舖	13,780	4.5	1.7	4.5
不可比較店舖及其他 ⁽¹⁾	31,232	24.0	19.8	22.9
轉售	86,760	54.4	51.5	72.6
整體增長	131,772	22.1	19.0	100.0

⁽¹⁾ 其他包括來自網上商城、水療、咖啡店、LimeLife及ELEMIS的自營電子商務網站的銷售。

直銷

於二零二零年財政年度上半年，直銷銷售額佔銷售淨額的66.1%，達480,900,000歐元，按固定匯率增長7.1%。此增長主要來自不可比較店舖及其他銷售，包括去年及今年開設或翻新的店舖、網上商城、水療、咖啡店、LimeLife及ELEMIS的自營電子商務(二零二零年財政年度不可比較)，彼等按固定匯率計算合共增長19.8%。於二零二零年財政年度上半年，本集團網絡直銷渠道的銷售額按固定匯率增長40.8%(包括ELEMIS)，相當於直銷銷售總額的16.2%。撇除ELEMIS後，本集團網絡直銷渠道的銷售額按固定匯率增長17.0%，相當於直銷銷售總額的13.8%。本集團二零二零年財政年度上半年之同店銷售增長為1.7%。

於二零二零年財政年度上半年，自營店舖增加21間，主要來自L'Occitane en Provence。

轉售

轉售銷售佔本集團銷售總額的33.9%，達246,200,000歐元，按固定匯率較去年增長51.5%。此增長的主要推動力來自ELEMIS的批發以及L'Occitane en Provence及Erborian的網上合作夥伴、電視及百貨商店渠道的強勁增長。

按品牌劃分的表現

下表呈列各品牌於所示期間的銷售淨額及銷售淨額增長：

	二零二零年 財政年度上半年		二零一九年 財政年度上半年		按報告 匯率的 增長	按固定 匯率的 增長
	千歐元	%	千歐元	%	%	%
L'Occitane en Provence	554,889	76.3	511,454	85.9	8.5	5.7
ELEMIS ⁽¹⁾	84,207	11.6	—	—	不適用	不適用
LimeLife	40,702	5.6	41,049	6.9	(0.8)	(5.9)
其他 ⁽²⁾	47,359	6.5	42,882	7.2	10.4	7.6
總計	727,157	100.0	595,385	100.0	22.1	19.0

⁽¹⁾ ELEMIS於二零一九年三月一日被收購，但其銷售額及溢利直至二零一九年四月方併入本集團。ELEMIS於二零一九年三月的銷售額於截至二零一九年六月三十日止第一季度一併報告。

⁽²⁾ 其他包括新興品牌Melvita、Erborian及L'Occitane au Brésil。

L'Occitane en Provence仍為我們的核心品牌，銷售額約為554,900,000歐元，佔本集團總銷售額的76.3%。在Herbae香水及Infusion系列等備受青睞的新品發佈的強力支持下，得益於蠟菊煥活雙效精華在全球範圍內的持續成功，二零二零年財政年度上半年繼續保持銷售勢頭。二零二零年財政年度上半年最終增長5.7%。

ELEMIS目前乃第二大品牌，銷售額逾84,200,000歐元，佔本集團銷售額11.6%。二零二零年財政年度上半年，ELEMIS的未經審核增長率約為25.0%。此強勁增長得益於其數碼優先策略，該策略推動網上銷售，於英國實現中雙位數增長，於美國則實現高雙位數增長。與英國航空公司推出的頭等艙個人護理套裝計劃以及百貨商店合作夥伴關係的發展進一步推動期內的增長。

繼二零二零年財政年度第一季度緩慢增長後，LimeLife於二零二零年財政年度第二季度恢復增長，此乃得益於新品發佈的良好業績以及去年品牌重塑所帶來的高基數影響逐漸減褪。

新興品牌於二零二零年財政年度上半年合共增長7.6%。該等品牌延續其良好勢頭，其中Erborian表現尤其出色，於二零二零年財政年度上半年按固定匯率錄得逾35.0%的增長。

按地區劃分的表現

下表呈列按地區劃分二零二零年財政年度上半年的銷售淨額增長及對銷售淨額增長的貢獻(計入及撇除所示的外匯換算影響)：

	二零二零年 財政年度上半年		二零一九年 財政年度上半年		按報告 匯率的 增長	按固定 匯率的 增長	按固定 匯率對 整體增長 的貢獻
	千歐元	%	千歐元	%	%	%	%
日本	107,255	14.7	96,164	16.2	11.5	4.2	3.6
香港 ⁽¹⁾	58,298	8.0	58,436	9.8	(0.2)	(5.6)	(2.9)
中國	76,653	10.5	67,845	11.4	13.0	12.7	7.6
台灣	15,067	2.1	14,360	2.4	4.9	2.5	0.3
法國	48,657	6.7	45,450	7.6	7.1	7.1	2.8
英國 ⁽²⁾	76,810	10.6	23,173	3.9	231.5	234.7	48.1
美國	133,555	18.4	100,367	16.9	33.1	26.0	23.1
巴西	26,457	3.6	23,869	4.0	10.8	10.2	2.2
俄羅斯	22,370	3.1	18,614	3.1	20.2	15.3	2.5
其他地區 ⁽³⁾	162,036	22.3	147,107	24.7	10.1	9.8	12.7
總計	727,157	100.0	595,385	100.0	22.1	19.0	100.0

(1) 包括澳門的銷售及向亞洲分銷商及旅遊零售客戶的銷售。

(2) 英國的增長包括來自ELEMIS的貢獻。

(3) 包括盧森堡的銷售額。

下表呈列於二零二零年財政年度上半年對比二零一九年財政年度上半年按地區劃分的自營零售店數目、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				對整體增長貢獻百分比 ⁽¹⁾⁽²⁾			同店銷售 增長 百分比 ⁽²⁾
	二零一九年 九月三十日	截至 二零一九年 九月初至今 淨開設數	二零一八年 九月三十日	截至 二零一八年 九月初至今 淨開設數	不可比較 店舖	可比較 店舖	所有店舖	
日本 ⁽³⁾	161	7	151	7	2.7	(0.2)	2.6	(0.3)
香港 ⁽⁴⁾	36	—	34	—	(0.8)	(1.7)	(2.5)	(19.0)
中國 ⁽⁵⁾	194	4	194	(3)	(0.2)	2.1	1.9	5.7
台灣	52	(1)	51	(1)	0.3	0.1	0.4	1.9
法國 ⁽⁶⁾	87	1	82	—	0.7	1.2	1.8	6.7
英國	72	(2)	74	—	6.2	0.4	6.6	2.7
美國	178	(6)	190	(6)	4.3	(1.5)	2.8	(4.0)
巴西 ⁽⁷⁾	186	4	164	(2)	1.7	0.1	1.8	1.0
俄羅斯 ⁽⁸⁾	110	3	104	1	0.6	0.4	1.1	4.1
其他地區 ⁽⁹⁾	517	11	511	4	1.5	3.4	5.0	5.4
總計⁽¹⁰⁾	1,593	21	1,555	—	17.0	4.5	21.5	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) 撇除外匯換算影響。
- (3) 包括分別於二零一八年九月三十日及二零一九年九月三十日的34間及35間Melvita店。
- (4) 包括於二零一八年九月三十日在澳門的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) 包括截至二零一八年九月三十日的5間Melvita店舖。
- (6) 包括於二零一八年九月三十日的4間Melvita店及1間Erborian店以及二零一九年九月三十日的7間Melvita店及2間Erborian店。
- (7) 包括分別於二零一八年九月三十日及二零一九年九月三十日的75間及84間L'Occitane au Brésil店。
- (8) 包括分別於二零一八年九月三十日及二零一九年九月三十日的8間及11間Erborian店。
- (9) 包括於二零一八年九月三十日的5間Melvita店及2間Erborian店以及二零一八年九月三十日的9間Melvita店及2間Erborian店。
- (10) 包括於二零一八年九月三十日的56間Melvita店、75間L'Occitane au Brésil店及11間Erborian店以及二零一九年九月三十日的61間Melvita店、84間L'Occitane au Brésil店及15間Erborian店。

日本

於二零二零年財政年度上半年，日本的銷售淨額為107,300,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增長4.2%。繼二零二零年財政年度第一季度表現強勁後，儘管我們開設若干新店舖，包括於表參道令人興奮的水療—咖啡店—店舖，日本的零售業務於二零一九年七月及八月仍然更為艱難。零售銷售在二零一九年十月一日消費稅上調之前於二零一九年九月有所改善。另一方面，轉售表現良好，尤其是在本地網上合作夥伴及亞馬遜。

香港

於二零二零年財政年度上半年，香港的銷售淨額為58,300,000歐元，按固定匯率計算較去年同期減少5.6%。於二零二零年財政年度第二季度，持續的社會動盪嚴重影響人流及消費情緒，導致零售銷售下滑。然而，零售銷售下滑被該地區其他地方的旅遊零售銷售增長所抵銷，尤其於中國大陸及韓國。

中國

於二零二零年財政年度上半年，中國的銷售淨額為76,700,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增長12.7%。得益於零售業企業禮品業務的復甦，以及在天貓及京東的有效宣傳活動以及推出微信小程序及新官方網站所帶來的強勁網上業務，二零二零年財政年度第二季度的銷售增長加速。蠟菊煥活雙效精華廣受市場歡迎。

台灣

於二零二零年財政年度上半年，台灣的銷售淨額為15,100,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增長2.5%。得益於二零二零年財政年度第二季度對蠟菊煥活雙效精華、蠟菊及馬鞭草系列的成功推廣，同店銷售增長達1.9%。透過教育及培訓投資，店舖員工的生產率亦得到提高。

法國

於二零二零年財政年度上半年，法國的銷售淨額為48,700,000歐元，較去年同期增長7.1%。零售銷售保持強勁，同店銷售增長達6.7%；得益於Herbae及馬鞭草系列的成功推廣以及蠟菊青春活肌系列的重新推出，電子商務表現尤為活躍。二零二零年財政年度第二季度的轉售銷售從第一季度的緩慢增長中復甦，主要來自Erborian以及L'Occitane en Provence品牌的批發的貢獻。

英國

於二零二零年財政年度上半年，英國的銷售淨額為76,800,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增長234.7%。英國的飛速增長主要得益於ELEMIS。ELEMIS於二零二零年財政年度上半年較去年同期(未經審核)增長逾30%。撇除ELEMIS，增長依然強勁，達10.8%，顯示二零二零年財政年度第二季度進一步加速增長。儘管零售仍然疲弱，但得益於QVC活動大獲成功及百貨商店的蓬勃態勢，轉售錄得穩健增長。

美國

於二零二零年財政年度上半年，美國的銷售淨額為133,600,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增長26.0%。此增長主要由ELEMIS推動。數碼優先策略取得了令人鼓舞的初步成果，ELEMIS的電子商務銷售實現高雙位數增長。百貨商店渠道的進一步擴張亦為良好的整體業績作出貢獻。撇除ELEMIS，二零二零年財政年度上半年美國的增長為-5.1%，主要受關閉12間L'Occitane en Provence店以及LimeLife的高基數影響所致。

巴西

於二零二零年財政年度上半年，巴西的銷售淨額為26,500,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增長10.2%。由於經濟低迷以及零售及網上流量疲軟，繼第一季度蓬勃發展後，L'Occitane en Provence及L'Occitane au Brésil品牌於二零二零年財政年度第二季度均有所放緩。

俄羅斯

於二零二零年財政年度上半年，俄羅斯的銷售淨額為22,400,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增長15.3%。Erborian繼續保持其卓越增長，在零售及批發渠道均實現高雙位數增長。L'Occitane en Provence於直銷及轉售亦保持穩健增長。轉售銷售於二零二零年財政年度第二季度錄得良好增長，主要來自企業對企業、分銷及連鎖批發的貢獻。

其他地區

於二零二零年財政年度上半年，其他地區的銷售淨額為162,000,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增長9.8%。零售及直銷銷售保持強勁，同店銷售增長達5.4%。L'Occitane en Provence銷售於歐洲大陸及東南亞蓬勃發展。貢獻最大的市場為韓國、馬來西亞、德國及意大利，按固定匯率增長率分別為出眾的19.4%、25.4%、12.6%及16.8%。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

於二零二零年財政年度上半年，銷售成本較去年同期增加32,200,000歐元至137,000,000歐元，增幅為30.7%。於二零二零年財政年度上半年，毛利率降低1.2個百分點至81.2%，乃主要由於以下因素所致：

- 品牌組合效應，主要來自於納入ELEMIS的影響，其毛利率略低於本集團，佔1.7個百分點；
- 促銷工具的使用增加，特別是迷你產品及包裝袋(「MPP」)及包裝盒，佔0.2個百分點；及
- 巴西的新工廠及其他，佔0.1個百分點。

毛利率的下跌被以下有利因素部分抵銷：

- 有利的外匯匯率(「匯兌」)影響，佔0.4個百分點；
- 生產效率持續提升及運費降低，佔0.2個百分點；
- 有利的價格及產品組合，佔0.1個百分點；及
- 過時產品改善及其他，另外佔0.1個百分點。

分銷開支

於二零二零年財政年度上半年，分銷開支增加38,900,000歐元至366,200,000歐元，較去年同期增幅為11.9%。於二零二零年財政年度上半年，分銷開支佔銷售淨額的百分比減少4.6個百分點至50.4%。此改善乃由於下列各項的綜合影響：

- 有利的品牌組合，主要來自ELEMIS的貢獻，佔3.6個百分點。ELEMIS的批發業務模式分銷成本較本集團低；
- 有利的渠道組合，此乃由於電子商務、網上商城及轉售渠道的佔比增加，佔0.5個百分點；
- 人員成本增長降低而固定成本槓桿升高，共佔0.3個百分點；
- 採納國際財務報告準則第16號租賃導致二零二零年財政年度上半年的分銷成本降低，佔0.3個百分點；
- 耗材、包裝材料及包裝袋的階段性影響，佔0.2個百分點；及
- 店舖開業及關閉成本降低及其他，佔0.1個百分點。

此改善被以下各項部分抵銷：

- 對LimeLife分銷網絡的投資，佔0.3點個百分點；及
- 不利的匯兌影響，佔0.1個百分點。

營銷開支

於二零二零年財政年度上半年，營銷開支增加5,600,000歐元至92,700,000歐元，較去年同期增幅為6.5%。於二零二零年財政年度上半年，營銷開支佔銷售淨額的百分比減少1.9個百分點至12.7%。此改善乃由於下列各項所致：

- 得益於資源分配改善及成本控制趨緊，對廣告、營銷活動、推廣工具及客戶關係管理工具的有針對性及審慎的投資，尤其是在中國、旅遊零售及美國，故合共減少0.8個百分點；
- 現有品牌銷售額提高的槓桿作用，佔0.6個百分點；
- 階段性影響佔0.3個百分點；及
- 品牌組合效應另外佔0.3個百分點。

此項改善被其他及約整部分抵銷，佔0.1點個百分點。

研發開支

於二零二零年財政年度上半年，研究及開發（「研發」）開支增加1,900,000歐元至10,300,000歐元，較去年同期增幅為23.0%。於二零二零年財政年度上半年，研發開支佔銷售淨額的百分比維持於1.4%。

一般及行政開支

於二零二零年財政年度上半年一般及行政開支增加16,900,000歐元至79,300,000歐元，較去年同期增幅為27.0%。於二零二零年財政年度上半年，一般及行政開支佔銷售淨額的百分比增加0.4個百分點至10.9%。此增加乃由於下列各項的綜合影響：

- ELEMIS的收購成本，佔0.7個百分點；
- 對新興品牌、IT項目及可持續發展項目的投資，佔0.3個百分點；及
- 去年的一次性項目及訴訟撤銷，佔0.1個百分點。

此項被有利的品牌組合（佔0.5個百分點）以及匯兌影響及其他（佔0.2個百分點）部分抵銷。

經營溢利

於二零二零年財政年度上半年，經營溢利增加36,000,000歐元至41,800,000歐元，增幅為618.7%，而經營溢利率增加4.7個百分點至佔銷售淨額的5.7%。經營溢利率增加乃由於以下各項的綜合影響：

- 品牌組合效應佔2.3個百分點，主要來自ELEMIS，其批發業務模式利潤更高；
- 槓桿效應及效率佔1.4個百分點，主要來自銷售提高對人員成本及租金的槓桿效應；
- 營銷投資更有針對性及克制，佔1.2個百分點；
- 有利匯兌影響，佔0.5個百分點；
- 有利渠道組合，佔0.4個百分點；
- 階段性影響佔0.4個百分點；及
- 國際財務報告準則第16號影響，佔0.3個百分點。

此項部分被對LimeLife、研發、人力資源及IT方面的進一步投資所抵銷，佔0.9個百分點；ELEMIS的一次性收購成本及費用佔0.8個百分點以及其他因素及約整佔0.1個百分點。

財務成本淨額

於二零二零年財政年度上半年，財務成本淨額為10,700,000歐元，較去年同期增加9,000,000歐元。財務成本淨額包括與國際財務報告準則第16號租賃相關的6,800,000歐元，與貸款及循環信貸的利息費開支及財務成本淨額相關的3,700,000歐元及與撥回其他財務負債貼現相關的200,000歐元。

請注意，本公司自二零一九年四月一日起採納國際財務報告準則第16號租賃會計但並無重列去年數據，因此在此方面並無去年同期的比較數據。

利息開支及財務成本從二零一九年財政年度上半年的1,500,000歐元增加到二零二零年財政年度上半年的3,700,000歐元，主要由與收購ELEMIS的貸款及信貸融通相關的利息及成本所致。

外幣收益／虧損

二零二零年財政年度上半年的外幣收益淨額為1,600,000歐元，而二零一九年財政年度上半年的貨幣虧損淨額為1,500,000歐元。外幣收益淨額包括300,000歐元的已實現虧損，與國際財務報告準則第16號租賃相關的400,000歐元未實現虧損及2,300,000歐元的未實現收益。

未實現收益為2,300,000歐元，主要來自以英鎊、日元及新台幣計價的資產負債表內與貿易相關的項目兌換。

所得稅開支

於二零二零年財政年度上半年，所得稅稅項開支為7,500,000歐元，去年同期稅項抵免為3,000,000歐元，反映於二零二零年財政年度上半年的實際稅率為22.8%。本年所得稅的增加主要由於除所得稅前溢利增加、巴西的若干稅務調整以及去年的一次性收益所致。

期內溢利

於二零二零年財政年度上半年之純利較去年同期增長19,700,000歐元至25,200,000歐元，漲幅為351.6%。本集團自二零一九年四月一日起追溯採納國際財務報告準則第16號，但獲準則中特定過渡條款允許，未重列上一年度報告期間的比較數據。倘撇除國際財務報告準則第16號之影響，二零二零年財政年度上半年之純利將進一步增加4,100,000歐元至29,300,000歐元。詳情參見下表：

截至九月三十日止期間	二零一八年 報告 千歐元	二零一九年 報告 千歐元	二零一九年 撇除 國際財務 報告準則 第16號 影響 千歐元		報告增長率	撇除 國際財務 報告準則 第16號的 增長率
			國際財務 報告準則 第16號 影響 千歐元	國際財務 報告準則 第16號 影響 千歐元		
銷售淨額	595,385	727,157		727,157	22.1%	22.1%
銷售成本	(104,857)	(137,047)		(137,047)		
毛利	490,528	590,110		590,110	20.3%	20.3%
分銷開支	(327,346)	(366,245)	1,891	(368,136)		
營銷開支	(87,068)	(92,703)		(92,703)		
研發開支	(8,387)	(10,312)		(10,312)		
一般及行政開支	(62,456)	(79,335)	60	(79,395)		
其他收益淨額	541	256		256		
經營溢利	5,812	41,771	1,951	39,820	618.7%	585.1%
財務成本淨額	(1,687)	(10,691)	(6,843)	(3,848)		
匯兌收益／(虧損)	(1,536)	1,618	(405)	2,023		
除所得稅前溢利	2,589	32,698	(5,297)	37,995	1163.0%	1367.6%
所得稅開支	2,999	(7,460)	1,208	(8,668)*	-348.7%	-389.0%
純利	5,588	25,238	(4,089)	29,327	351.6%	424.8%

* 假設與二零二零年財政年度上半年的報告溢利中的有效稅率百分比相同。

資產負債表回顧

流動資金及資本資源

於二零一九年九月三十日，本集團的現金及現金等價物為80,400,000歐元，於二零一八年九月三十日則為299,400,000歐元，而於二零一九年三月三十一日為144,400,000歐元。

於二零一九年九月三十日，未提取借貸融資的總額為228,200,000歐元；而借貸總額(包括定期貸款、銀行借貸及循環信貸、與少數股東及關聯方的往來賬)達503,700,000歐元，於二零一九年三月三十一日的借貸總額為577,900,000歐元。

融資主要來自商業銀行，按歐洲銀行同業拆息或倫敦銀行同業拆息加利差計息。有一筆與一間銀行安排的11年期定期貸款，金額為21,000,000歐元，每年固定利率為0.97%。該定期貸款以質押與86 Champs-Élysées店舖有關的業務資產作抵押。

投資活動

於二零二零年財政年度上半年投資活動所用的現金淨額為38,700,000歐元，較去年同期的55,900,000歐元減少17,200,000歐元。此減少主要與去年財務投資10,800,000歐元有關。資本開支亦減少6,300,000歐元。

期內的資本開支主要與下列各項有關：

- 與店舖有關的額外頂手費、租賃物業裝修及其他有形資產所用的17,800,000歐元；
- 半成品及為巴西及馬諾斯克的工廠購買機器及設備以及創業培育中心的設立成本所用的12,100,000歐元；及
- 為店舖多個資訊科技項目、電子商務、訂單管理、網站重新設計及硬件設備投資所用的8,800,000歐元。

融資活動

融資活動導致二零二零年財政年度上半年流出淨額67,600,000歐元(撇除國際財務報告準則第16號的影響)，而去年同期則產生現金流出淨額1,900,000歐元。本年度的流出淨額與期內償還借貸淨額有關。

存貨

下表概述於所示期間的平均存貨周轉天數：

截至九月三十日止六個月	二零一九年	二零一八年
平均存貨周轉日天數 ⁽¹⁾	<u>286</u>	<u>302</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182.5。平均存貨等於某一期間期初及期終存貨淨額的平均值。

於二零一九年九月三十日的存貨的淨值為226,300,000歐元，較二零一八年九月三十日的190,100,000歐元增加36,200,000歐元或19.0%。庫存周轉天數減少16天乃主要由於ELEMIS的存貨周轉天數(主要是批發業務)遠低於本集團，貢獻40天。

此改善被以下各項抵銷：

- L'Occitane en Provence、LimeLife及其他的較高成品、MPP及包裝盒等產品，佔11天；及
- 不利匯兌影響，佔13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：

截至九月三十日止六個月	二零一九年	二零一八年
應收貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	<u>38</u>	<u>33</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182.5。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。

於二零二零年財政年度上半年，應收貿易賬款周轉天數增加5天，乃由於納入ELEMIS（主要是與本集團具有類似貿易條款的批發銷售）（佔7天）及不利匯兌影響（佔2天）所致，並被可比較品牌較低的周轉天數（佔4天）部分抵銷。

應付貿易賬款

下表概述於所示期間的應付貿易賬款周轉天數：

截至九月三十日止六個月	二零一九年	二零一八年
應付貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	<u>200</u>	<u>204</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182.5。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。

於二零二零年財政年度上半年，應付貿易賬款周轉天數減少4天，乃由於現有品牌之減少（佔28天）所致，並被納入ELEMIS（佔9天）及不利匯兌影響（佔15天）部分抵銷。

資產負債比率

於二零二零年財政年度上半年本集團的盈利能力比率較去年同期大幅改善。於二零二零年財政年度上半年的資本回報率增至1.7%，而去年同期為1.3%。該增加乃純利增加以及所動用資本增加之淨結果。為收購ELEMIS進行融資後，本集團的流動資金及資本充足率轉差，但仍保持健康。

截至有關日期止期間	報告	撤除國際 財務報告 準則第16號	報告	報告
	二零一九年 九月三十日 千歐元	二零一九年 九月三十日 千歐元	二零一九年 三月三十一日 千歐元	二零一八年 九月三十日 千歐元
盈利能力				
EBITDA	138,816	77,563	217,480	34,993
除稅後經營溢利淨額 ⁽¹⁾	33,490	32,297	120,421	9,229
已動用資本 ⁽²⁾	1,977,201	1,549,669	755,397	735,721
已動用資本回報 ⁽³⁾	1.7%	2.1%	15.9%	1.3%
股權回報 ⁽⁴⁾	2.5%	2.9%	11.6%	0.8%
流動資金				
流動比率(倍) ⁽⁵⁾	1.2	1.5	2.2	2.6
速動比率(倍) ⁽⁶⁾	0.7	0.9	1.4	1.8
資本充足				
資產負債比率 ⁽⁷⁾	39.6%	25.9%	29.4%	7.1%
債權比率 ⁽⁸⁾	84.5%	44.0%	40.0%	現金淨額狀況

- (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 + 其他財務負債 + 其他非流動負債) + 營運資金。應注意，營運資金不包括股息及收購付款等財務負債。
- (3) 除稅後經營溢利淨額 / 已動用資本
- (4) 期末本公司股權擁有人應佔純利 / 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) 總債項 / 總資產
- (8) 債項淨額 / (總資產 - 總負債)

外匯風險管理

本集團訂立遠期外匯合約，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。於二零一九年九月三十日，根據國際財務報告準則的公平市場估值規定，本集團有遠期外匯合約及利率衍生工具的外匯衍生負債淨額為1,500,000歐元。未結算的銷售遠期外匯衍生工具的名義本金額為108,100,000歐元。

股息

於二零一九年六月十七日舉行的董事會會議上，董事會建議分派總末期股息每股0.0297歐元，總金額達43,400,000歐元，佔二零一九年財政年度本公司股權擁有人應佔純利的36.7%。末期股息金額以於二零一九年九月二十五日已發行的1,461,052,171股股份(不包括15,912,720股庫存股份)為基準。本公司股東已於二零一九年九月二十五日舉行的股東週年大會上批准末期股息。股息已於二零一九年十月十八日派付。

為配合每年僅宣派及派付末期股息的政策，董事會不建議就於二零二零年財政年度上半年的溢利作出任何分派。

結算日後事項

於二零一九年十月十七日，本集團與中東地區現有分銷商簽署意向書，成立一家新公司，該公司將由L'Occitane International S.A.持有51%股權，由分銷商持有49%股權。目的乃收購分銷商之現有業務並發展該地區業務。收購現有業務的成本將由新公司承擔，估計為74,500,000美元。

自二零一九年十月十七日起，已於NEU CP市場(由法國銀行(Banque de France)管理的歐元區商業票據市場)發起新一輪融資。L'Occitane International S.A.將發行的最大金額約為300,000,000歐元。

策略回顧

本集團於二零二零年財政年度上半年取得明顯進展。與二零一九年財政年度同期相比，銷售額快速增長，尤其在第二季度。最重要的是，本集團的每個品牌及地區均為這一業績做出積極貢獻。

本集團已實施第二年的「Pulse」策略使這一廣泛的結果得以實現，使本集團得以建立信任、追求可持續增長並提高盈利能力。該策略有五個支柱：賦能團隊；執行基本面(尤其是在零售方面)；採取全渠道、流動及數碼化方式；增加與顧客的互動；及加強品牌承諾。

此外，本集團迄今為止最大型的收購—ELEMIS，成為強大的推動力。它開闢了全新的高利潤市場及銷售渠道，同時為本集團蓬勃發展的護膚形象做出貢獻。另一個重要的推動力為本集團同名品牌L'OCCITANE en Provence在全球宏觀經濟存在眾多不利因素的情況下取得持續增長。

儘管本集團於二零二零年財政年度上半年已取得強勁財務業績，但假日季節處於其第三個財務季度(十月一日至十二月三十一日)，過往其銷售額於該季度通常陡然升高。因此，本集團於二零二零年財政年度上半年的表現不應作為年度業績的指標。

ELEMIS令人鼓舞的表現證明有針對性的護膚投資行之有效

ELEMIS對本集團二零二零年財政年度上半年增長作出最大貢獻，第二季度的銷售額更超出預期。作為高端美容及護膚產品的全球分銷商及創新者，ELEMIS的批發及分銷渠道(包括數碼、零售分銷、QVC、專業水療及海運)均補充並擴展本集團的現有全渠道策略。

該品牌亦在美國及英國的發達市場中提供全新且不斷增長的收入來源(目前佔其收益的80%)，而英國的增長率逾30%。得益於該品牌「數碼優先」策略，於美國的銷售增長甚至更快，而本集團有信心維持該增長。

ELEMIS亦以務實的態度實現與L'OCCITANE en Provence現有分銷的協同效應(特別是開始實施時於亞洲及俄羅斯)，進一步促進本集團的增長。例如，本集團計劃將ELEMIS成功的「數碼優先」策略擴展至亞洲多個市場，已於天貓環球(TMall Global)開設一間店舖(計劃於二零二零年內於中國國內推出)，同時在不久的將來選擇性地佈局零售業務。

各品牌獨特性支撐多品牌策略

本集團旗下擁有6個品牌，L'OCCITANE en Provence於二零二零年財政年度上半年佔本集團銷售額的76%，低於去年同期的86%。隨著每個品牌繼續建立屬於自己的獨特身份，這一多樣化態勢有望繼續。

就L'OCCITANE en Provence而言，本集團利用蠟菊煥活雙效精華皇牌產品在全球範圍取得的成功，繼續加強其面部護理形象。其最近推出50毫升版本，以重新激活該系列，並為回購客提供價值主張。於二零二零年財政年度上半年，本集團售出500,000件蠟菊煥活雙效精華，預計全年將逾100萬件。該品牌強勁的銷售增長還得益於備受青睞的新產品，如*Herbae*及*Cherry Blossom*系列。

LimeLife克服其先前品牌重塑影響以及與其增長及向新市場擴張有關的其他挑戰後，於第二個財政季度恢復增長。本集團繼續對LimeLife的創新及可擴展的基於社交媒體的業務模型持樂觀態度。

同時，本集團的新興品牌Melvita、Erborian及L'OCCITANE au Brésil繼續按計劃發展。由於Melvita具有專門的產品組合，在招聘前線員工及新客戶方面存在一些個別問題，因此上半年表現較為艱難。然而，其標誌性護理油及花露水(例如Argan Oil及Rose Floral Water)仍然備受粉絲青睞，並錄得高回購率。

Erborian的韓國根源及法國氣息持續在西方國家大受歡迎。該品牌具有銜接護膚及化妝品的小眾定位，幫助其於二零二零年財政年度上半年實現逾35%的增長，並保持其盈利能力。

與此同時，L'OCCITANE au Brésil推動本集團二零二零年財政年度上半年於巴西的整體銷售增長。該品牌繼續以其喚起共鳴的視覺品牌形象吸引客戶，其靈感來自巴西人營造舒適、簡單而好客的家居的方法。該品牌亦作為限量系列引入日本，受到客戶熱烈歡迎並提高流量。

互動的內容創造及協作

本集團繼續透過備受矚目及創新的營銷活動以增強其在主要市場的表現。本年，本集團舉辦新版「Balloon Journey」品牌活動，將L'OCCITANE en Provence的真實故事及天然成分帶入更多的城市。在中國，該活動目前在武漢舉行第三站，到二零二零年一月，該活動將在中國合共五個城市進行。本集團邀請其品牌大使陳都靈及朱一龍與關鍵意見領袖們一道於上海及杭州站露面，吸引人群並獲得廣泛媒體曝光。同樣，在日本，本集團今年在橫濱舉行「Balloon Journey」活動，並邀請一位日本導演製作第二部迷你電影來展示普羅旺斯的奇觀。

在北美，本集團推出以內容主導的活動，打趣「L'Occitane」一詞的常見發音錯誤。該活動主打吸引人的視頻及「品牌迷因」，並以本集團的零售及企業員工為主角。

本集團亦繼續與美容博主及視頻博主以及社交媒體平台密切合作，以接觸不同的客戶群體。

提供難忘的顧客全渠道體驗

本集團繼續投資於全渠道分銷，旨在為顧客帶來無縫體驗，讓其發掘本集團的產品及品牌，令購物過程更有趣、難忘及方便。

儘管實體店的擴張日益謹慎，但本集團繼續營造新穎而令人興奮的零售體驗。在日本，本集團最近在東京時尚的購物大道表參道開設了一間設有精品咖啡廳和水療服務的店舖。在世界另一邊的倫敦，攝政街的旗艦店近期與EL&N攜手打造獨特的咖啡廳，而EL&N以全粉內飾及頗為上鏡的拿鐵聞名。同時，在紐約，第五大道的旗艦店定期隨著季節打造特色，目前是帶著客戶往魔法森林探尋節日限量版。

本集團亦拓展其網上業務，如開展有效的天貓活動、引入微信小程序及推出針對中國市場的新官方網站開拓中國網上市場。於二零二零年財政年度上半年，本集團網絡直銷渠道按固定匯率增長40.8%，相當於直銷銷售總額的16.2%。

透過有針對性的投資提升盈利能力

作為Pulse策略下聚焦盈利能力的一部分，本集團亦有意針對主要項目進行集中營銷投資。於二零二零年財政年度上半年，接近其營銷開支總額的一半用作投資於主要活動，如節日活動及名人活動；主要產品——蠟菊煥活雙效精華及蠟菊青春活肌系列；及主要渠道，如中國天貓及京東。

本集團致力於以自律及針對性的方式進行投資，且其盈利能力已於二零二零年財政年度上半年有所改善。不論不可預見情形，本集團預期二零二零年財政年度及往後年度的盈利能力將有所提升。

L'OCCITANE注重可持續發展

本集團仍堅定致力於減少塑料使用、尊重生物多樣性、支持公平貿易、弘揚工藝、關愛視覺及女性賦權，其源自於40多年以來一直對自然的深切熱愛及尊重。

於二零一九年二月，本集團與Loop Industries簽訂多年供應協議，以便到二零二五年過渡至100%可持續PET塑料包裝。近期，於二零一九年十一月，該供應協議有所擴充，致令本集團可早於預期達成其100%可循環再造瓶的目標。這表明本集團在實現循環經濟方面邁進了一大步，賦予污染材料第二次生命。

有關本集團於社會責任與環境可持續性方面的更多資料，請參閱其每年公佈的「環境、社會及管治報告」。

前景

展望二零二零年財政年度下半年，本集團將繼續對其每個品牌實施差異化策略，鼓勵彼等於保持靈活自主的同時，亦可利用協同效應。本集團將配合其Pulse策略，進一步擴大在實現可持續增長及盈利能力方面取得的初步成果。

憑藉強勁的營銷安排及精準的投資，本集團深信即將來臨的節日旺季將有助於激活其盈利能力。

儘管宏觀經濟發展給消費者信心帶來持續風險，但本集團堅信其已採取措施改善基本面、優先採用全渠道方法並賦能團隊，能維護其未來盈利能力及為股東帶來價值。

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（「審核委員會」），其中兩名為獨立非執行董事。審核委員會已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，包括審閱本集團截至二零一九年九月三十日止六個月的綜合業績。

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業務道德，堅信其對維持股東回報極其重要。

於截至二零一九年九月三十日止六個月，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**」)。經向全體董事作出具體查詢後，全體董事確認已於截至二零一九年九月三十日止六個月遵守標準守則。

購買、出售及贖回本公司的上市證券

於回顧期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

一般資料

本集團截至二零一九年九月三十日止六個月的中期綜合財務報表已由審核委員會審閱。

刊登中期報告

本公司中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。中期報告將寄發予本公司股東，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。

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

香港，二零一九年十一月二十五日

於本公告日期，執行董事為Reinold Geiger先生(主席兼行政總裁)、André Hoffmann先生(副主席)、Silvain Desjonquères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(公司秘書)，非執行董事為Martial Lopez先生及獨立非執行董事為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。