

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份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)

截至二零二一年九月三十日止六個月 中期業績公告

摘要

- 本集團欣然宣佈，二零二二財年上半年的財務業績傑出，中期淨利潤創下紀錄達60,600,000歐元，相當於匯報銷售淨額的8.7%，較去年同期增長262%。本集團的重組措施、對資本開支的審慎態度以及對主要渠道及國家的針對性投資均促成優異業績。
- 匯報銷售淨額增長12.9%，在可比的基础上銷售增長為18.6%*。
- 毛利率減少2.4%至79.7%，主要由於L'Occitane, Inc.的一次性終止綜合入賬，以及因批發及旅遊零售銷售反彈而轉變的渠道組合。
- 經營溢利達78,900,000歐元，佔匯報銷售淨額的11.3%。
- 於二零二一年十一月十五日，本集團宣佈收購全球高端身體護理市場的創新領導者Sol de Janeiro的大部分股權。此項收購符合本集團正在實施的戰略，以建立領先及地理平衡的高端美容品牌組合。

* 按固定匯率計算，並假設L'Occitane, Inc.仍為本集團的一部分

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」) 截至二零二一年九月三十日止六個月 (「二零二二財年上半年」) 的合併中期業績連同截至二零二零年九月三十日止六個月 (「二零二一財年上半年」) 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的國際財務報告準則 (「國際財務報告準則」) 編製。

中期合併收益表

截至九月三十日止六個月	附註	經重列*		% 變動
		二零二一年 千歐元	二零二零年 千歐元	
銷售淨額	2	696,435	616,637	12.9
銷售成本		(141,551)	(110,403)	28.2
毛利		554,884	506,234	9.6
佔銷售淨額百分比		79.7%	82.1%	-
分銷開支		(288,358)	(310,258)	(7.1)
營銷開支		(111,472)	(88,505)	25.9
研發開支		(8,439)	(7,843)	7.6
一般及行政開支		(71,588)	(69,126)	3.6
使用權益法入賬的分佔聯營公司及 合營企業溢利/(虧損)	3	(9,377)	814	(1252.0)
其他(虧損)/收益淨額		550	1,033	(46.8)
重新將L'Occitane, Inc.綜合入賬	4	12,783	-	不適用
重組開支		(113)	-	不適用
經營溢利	5	78,870	32,349	143.8
財務成本淨額	6	(6,683)	(10,393)	(35.7)
匯兌收益/(虧損)		(708)	(3,825)	(81.5)
除所得稅前溢利		71,479	18,131	294.2
所得稅開支	7	(10,867)	(1,413)	669.1
期間溢利		60,612	16,718	262.6
下列人士應佔：				
本公司權益擁有人		59,888	15,063	297.6
非控股權益		724	1,655	(56.3)
總計		60,612	16,718	262.6
實際稅率		15.2%	7.8%	
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		0.041	0.010	310.0
攤薄		0.041	0.010	310.0
計算每股盈利所用股份數目				
基本	8	1,468,437,771	1,461,732,521	0.5
攤薄	8	1,475,276,213	1,464,247,251	0.8

* 期內，MyGlamm的會計處理從按公平值計入其他綜合收益的金融投資更改為使用權益法入賬的聯營公司。因此，截至二零二零年九月三十日止六個月，使用權益法入賬的分佔聯營公司溢利予以重列，以計入MyGlamm招致的虧損550,000歐元。

中期合併資產負債表

於	附註	經重列*	
		二零二一年 九月三十日 千歐元	二零二一年 三月三十一日 千歐元
資產			
物業、廠房及設備淨額		129,247	130,347
使用權資產		356,710	301,271
無形資產淨額		315,637	315,949
商譽		763,705	754,843
遞延所得稅資產		96,099	65,854
使用權益法入賬的投資		47,918	62,175
其他非流動應收款項		64,698	50,816
非流動資產		1,774,014	1,681,255
存貨淨額	10	239,218	198,860
應收貿易賬款淨額	11	185,159	135,338
其他流動資產		63,069	52,798
衍生金融工具		283	72
現金及現金等價物		181,661	421,216
流動資產		669,390	808,284
總資產		2,443,404	2,489,539
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		(96,050)	(107,642)
保留盈利		918,819	913,320
權益擁有人應佔股本及儲備		1,209,929	1,192,838
非控股權益		80,874	78,699
總權益		1,290,803	1,271,537
借貸		54,690	19,622
租賃負債		260,254	216,189
遞延所得稅負債		54,342	52,786
其他財務負債		19,644	18,671
其他非流動負債		23,960	23,256
非流動負債		412,890	330,524
應付貿易賬款	12	191,733	161,658
薪金、工資、相關社會項目及其他稅項負債		76,992	93,539
流動所得稅負債		20,487	28,504
借貸		276,840	502,492
租賃負債		91,660	78,538
其他流動負債		78,045	20,357
衍生金融工具		2,425	713
撥備		1,529	1,677
流動負債		739,711	887,478
權益及負債總額		2,443,404	2,489,539
流動資產淨額		(70,321)	(79,194)
總資產減流動負債		1,703,693	1,602,061

* 截至二零二一年三月三十一日止期間的聯營公司投資、其他非流動資產及保留盈利已予重列，以反映MyGlamm的新會計處理。保留盈利減少7,341,000歐元。

主要中期財務報表附註

1. 編製基準

截至二零二一年九月三十日止六個月(「截至二零二一年九月三十日止期間」)的本中期簡明合併財務資料(「中期簡明合併財務資料」)已按國際會計準則理事會頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。中期簡明合併財務資料應與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編製的截至二零二一年三月三十一日止年度的年度合併財務報表一併閱讀。

編製本中期簡明合併財務資料所用會計政策及方法與用於編製截至二零二一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。

於二零二一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中期簡明合併財務資料並無重大影響。

國際財務報告準則第16號—租賃—COVID-19相關租金優惠的修訂

本集團已選擇提早採納國際會計準則理事會於二零二零年五月二十八日初步採納及歐盟於二零二零年十月十二日採納的國際財務報告準則第16號—租賃的修訂。該修訂延長一年，並允許承租人將有關COVID-19相關租金優惠的實際權宜方法應用於租金優惠，其中租賃付款的任何減少僅影響原於二零二二年六月三十日或之前到期的付款(而非僅影響原於二零二一年六月三十日或之前到期的付款)。

本修訂旨在簡化國際財務報告準則第16號的若干條文，允許承租人將原定於二零二一年末到期的租金因衛生危機而獲授的優惠確認為負浮動租賃付款(即直接在收益表確認)，而毋須評估優惠是否根據監管履行所述租賃的合約或法律條款而授出。

其他新訂及經修訂準則

其他數項修訂於二零二一年一月一日或之後開始的年度報告期間生效，但對中期簡明合併財務資料並無重大影響：

- 利率基準改革—國際財務報告準則第9號、國際會計準則第39號、國際財務報告準則第7號、國際財務報告準則第4號及國際財務報告準則第16號的修訂。該等修訂處理基準利率改革過程中出現的問題，包括以另一種基準利率取代一種基準利率。

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。

於過往財政年度，主席兼行政總裁及常務董事從分銷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，分銷渠道為於合併財務報表呈報的經營分部：

- 直銷分部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；
- 轉售分部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。該分部亦包括向企業客戶銷售產品，有關企業客戶分派產品予其他人士(如其客戶或僱員)以作贈品。

由於ELEMIS及LimeLife的近期業務合併，本集團已修改其內部組織架構。主席兼行政總裁及常務董事現時主要審閱本集團的內部報告以從品牌角度評估業績及分配資源。已識別四個經營分部：

- L'OCCITANE en Provence — 銷售L'OCCITANE en Provence品牌下各類香氛、護膚品、護髮產品及沐浴產品。
- ELEMIS — 銷售ELEMIS護膚產品，其為於美容及護膚領域分銷及創新的品牌。銷售主要透過批發、電商、百貨商場、QVC、專業水療及海運等轉售渠道驅動。
- LimeLife — 銷售LimeLife的化妝品及護膚品，其為一個美國天然護膚及個人化妝品牌。銷售乃透過美容顧問及網絡宣傳等直銷渠道驅動。
- 其他品牌 — 銷售Erborian、L'OCCITANE au Brésil及Melvita品牌的護膚品、化妝品、花水、美容油及其他產品。該等品牌具有大致相同的經濟特點、相似的產品類別、客戶類別、分銷渠道（轉售及直銷），及財務表現，且個別及匯總計算均未超出國際財務報告準則第8號的量化標準。

管理層使用收益及經營溢利／（虧損）計量來評估經營分部的表現。

2.1 按經營分部劃分的表現

各經營分部的損益計量為其經營溢利。經營分部資料如下：

二零二一年九月三十日

千歐元	L'OCCITANE en Provence	ELEMIS	LimeLife	其他品牌	總計
銷售淨額	529,807	86,805	37,259	42,565	696,435
佔總計百分比	76.1%	12.5%	5.3%	6.1%	100.0%
毛利	431,420	64,058	27,977	31,430	554,884
佔銷售淨額百分比	81.4%	73.8%	75.1%	73.8%	79.7%
分銷開支	(227,234)	(19,060)	(24,832)	(17,232)	(288,359)
營銷開支	(79,444)	(19,869)	(1,483)	(10,676)	(111,471)
研發開支	(6,586)	(759)	(186)	(908)	(8,439)
一般及行政開支	(55,141)	(9,376)	(3,532)	(3,539)	(71,588)
分佔合營業務的溢利／（虧損）	(9,377)	—	—	—	(9,377)
重新將L'Occitane, Inc.綜合入賬	12,783	—	—	—	12,783
重組開支	(113)	—	—	—	(113)
其他（虧損）／收益淨額	550	—	—	—	550
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
經營溢利	66,858	14,994	(2,056)	(926)	78,870
佔銷售淨額百分比	12.6%	17.3%	(5.5%)	(2.2%)	11.3%
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>

二零二零年九月三十日

千歐元	L'OCCITANE en Provence	ELEMIS	LimeLife	其他品牌	總計
銷售淨額	462,367	64,698	54,318	35,254	616,637
佔總計百分比	75.0%	10.5%	8.8%	5.7%	100.0%
毛利	390,038	49,655	41,619	24,922	506,234
佔銷售淨額百分比	84.4%	76.7%	76.6%	70.7%	82.1%
分銷開支	(244,939)	(12,466)	(33,425)	(19,428)	(310,258)
營銷開支	(68,461)	(8,774)	(1,607)	(9,663)	(88,505)
研發開支	(5,880)	(727)	–	(1,236)	(7,843)
一般及行政開支	(53,284)	(7,627)	(4,384)	(3,831)	(69,126)
分佔合營業務的溢利／(虧損)	814	–	–	–	814
其他(虧損)／收益淨額	1,386	(348)	–	(5)	1,033
經營溢利	19,674	19,713	2,203	(9,241)	32,349
佔銷售淨額百分比	4.3%	30.5%	4.1%	(26.2%)	5.2%

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銷售淨額如下：

千歐元	截至九月三十日止六個月			
	二零二一年		二零二零年	
	總計	所佔百分比	總計	所佔百分比
中國	124,115	17.8%	97,445	15.8%
日本	88,962	12.8%	88,308	14.3%
英國	78,015	11.2%	65,545	10.6%
美國 ⁽¹⁾	72,147	10.4%	113,924	18.5%
香港 ⁽²⁾	51,401	7.4%	32,345	5.2%
盧森堡—瑞士分公司 ⁽³⁾	44,110	6.3%	18,739	3.0%
法國	40,746	5.9%	37,538	6.1%
俄羅斯	23,645	3.4%	17,106	2.8%
巴西	19,661	2.8%	10,997	1.8%
台灣	16,700	2.4%	17,936	2.9%
其他地區	136,933	19.6%	116,754	19.0%
銷售淨額	696,435	100.0%	616,637	100.0%

⁽¹⁾ 撇除第11章法律訴訟期間(即二零二一年四月一日至八月三十一日)的銷售。

⁽²⁾ 包括澳門的銷售額及向亞洲分銷商及旅遊零售客戶的銷售額。

⁽³⁾ 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。

3. 使用權益法入賬的分佔聯營公司及合營企業溢利／(虧損)

截至二零二一年九月三十日止期間	二零二一年 千歐元	經重列 二零二零年 千歐元
L'Occitane, Inc. (二零二一年四月至八月)	(8,920)	–
MyGlamm	(790)	(550)
CAPSUM	(436)	–
L'Occitane Middle East	769	1,364
總計	(9,377)	814

4. 重新將L'Occitane, Inc. 綜合入賬

於第11章法律訴訟期間(即二零二一年四月一日至八月三十一日), L'Occitane, Inc. 的虧損已採用權益法入賬。L'Occitane, Inc. 分佔虧損8,900,000歐元, 在資產負債表中入賬為為聯營公司投資的賬面值減少。

自二零二一年八月三十一日起, 第11章法律訴訟已告完結, 本集團重奪L'Occitane, Inc. 的獨家控制權並將該實體重新綜合入賬。

於二零二一年八月三十一日, L'Occitane, Inc. 重新綜合入賬的影響導致淨收益12,783,000歐元, 相當於L'Occitane, Inc. 的公平值與該聯營公司投資的賬面值(包括本集團授予L'Occitane, Inc. 的19,948,000歐元的往來賬戶, 乃視為L'Occitane, Inc. 投資淨額的一部分)之間的差額。

5. 折舊、攤銷及減值

經營溢利已扣除下列項目:

截至九月三十日止期間	二零二一年 千歐元	二零二零年 千歐元
折舊、攤銷及減值	80,528	100,843

6. 財務成本淨額

截至九月三十日止期間	二零二一年 千歐元	二零二零年 千歐元
現金及現金等價物利息	1,022	829
財務收入	1,022	829
利息開支	(2,779)	(3,850)
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)	(3,953)	(6,384)
回撥貼現及其他財務負債	(973)	(988)
財務成本	(7,705)	(11,222)
財務成本淨額	(6,683)	(10,393)

7. 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	二零二一年 千歐元	二零二零年 千歐元
剔除合營公司溢利/(虧損)的除所得稅前溢利	80,856	17,317
按企業稅率(二零二一年及二零二零年九月三十日的盧森堡稅率為24.94%)計算的所得稅	(20,165)	(4,319)
外國不同稅率的影響	13,368	8,553
未確認稅項資產的影響	(2,128)	(3,478)
不可扣稅開支	(1,976)	(2,002)
未分派稅項盈利的影響	34	(167)
所得稅(開支)	(10,867)	(1,413)

8. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以截至二零二一年九月三十日止六個月本公司權益擁有人應佔溢利59,900,000歐元(截至二零二零年九月三十日止六個月則為15,100,000歐元(經重列))以及截至二零二一年九月三十日止期間及截至二零二零年九月三十日止期間已發行股份加權平均數分別1,468,437,771(基本)及1,475,276,213(攤薄)以及1,461,732,521(基本)及1,464,247,251(攤薄)為基準計算。

9. 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二零二一年九月三十日止六個月的溢利作出任何分派。

10. 存貨淨額

存貨淨額包括以下各項：

	二零二一年 九月三十日 千歐元	二零二一年 三月三十一日 千歐元	二零二零年 九月三十日 千歐元
原材料及供應物料	23,604	25,037	26,322
製成品及在製品	236,039	189,815	208,333
存貨總額	259,643	214,852	234,655
減：撥備	(20,425)	(15,992)	(19,529)
存貨淨額	239,218	198,860	215,126

11. 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：

	二零二一年 九月三十日 千歐元	二零二一年 三月三十一日 千歐元	二零二零年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	183,043	133,162	143,773
逾期3至6個月	3,780	2,321	2,000
逾期6至12個月	1,030	1,746	996
逾期超過12個月	2,212	2,092	-
呆賬撥備	(4,906)	(3,983)	(2,624)
應收貿易賬款淨額	185,159	135,338	144,145

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。

12. 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：

	二零二一年 九月三十日 千歐元	二零二一年 三月三十一日 千歐元	二零二零年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	175,883	156,259	145,566
逾期3至6個月	2,492	1,639	7,466
逾期6至12個月	7,761	2,555	1,474
逾期超過12個月	5,597	1,205	85
應付貿易賬款	191,733	161,658	154,591

管理層討論與分析

概要：

截至九月三十日止六個月	匯報 ⁽¹⁾	管理層 ⁽²⁾	經重列
	二零二一年 百萬歐元 或%	二零二一年 百萬歐元 或%	二零二零年 百萬歐元 或%
銷售淨額	696.4	725.1	616.6
經營溢利	78.9*	74.4*	32.3
期內溢利	60.6	不適用	16.7
毛利率(佔銷售淨額百分比)	79.7%	81.0%	82.1%
經營溢利率(佔銷售淨額百分比)	11.3%	10.3%	5.2%
淨利潤率(佔銷售淨額百分比)	8.7%	不適用	2.7%

(1) 匯報二零二一年一由於第11章法律訴訟，L'Occitane, Inc.於二零二一年四月至八月的銷售及經營開支並無綜合入賬，而是根據權益法被視為聯營公司。法律訴訟於二零二一年八月底完結，因此L'Occitane, Inc.於二零二一年九月的銷售及經營開支以及收入表的其他項目已於二零二一年九月一日至九月三十日綜合入賬。

(2) 管理層二零二一年一假設L'Occitane, Inc.仍然完全於本集團綜合入賬，其截至二零二一年九月三十日止六個月的業績於本集團的業績綜合入賬。管理層認為，此管理版本能更好地反映期內的財務業績，因此與二零二零年同期的業績更具可比性。

(3) 經重列二零二零年一期內，MyGlamm的會計處理從按公平值計入其他綜合收益的金融投資更改為使用權益法入賬的聯營公司。因此，截至二零二零年九月三十日止六個月，使用權益法入賬的分佔聯營公司溢利／(虧損)予以重列，以計入MyGlamm招致的虧損550,000歐元。

* 匯報版本及管理層版本之間的經營溢利差額4,500,000歐元乃由於L'Occitane, Inc.不再綜合入賬及重新綜合入賬所致。

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、服務及LimeLife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)。

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，銷售額通常有所增加。截至二零二零年九月三十日止六個月，銷售額佔截至二零二一年三月三十一日止年度(「二零二一財年」)的年度銷售額的40.1%，而經營溢利佔二零二一財年的年度經營溢利的14.9%。然而，該等比率不能代表截至二零二二年三月三十一日止年度(「二零二二財年」)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

二零二二財年上半年，本集團的匯報銷售淨額為696,400,000歐元，較二零二一財年上半年增加12.9%

二零二一年一月，本集團的美國附屬公司L'Occitane, Inc.自願申請美國破產法第11章的個案。根據國際財務報告準則，本集團已自提交日期至法律訴訟程序完成期間不再將L'Occitane, Inc.的業績綜合入賬。然而，為作出合適比較，L'Occitane, Inc.自二零二一年四月至二零二一年八月的相關銷售總額28,600,000歐元仍計入本業績公告的本集團收益分析中。

撇除不再將L'Occitane, Inc.綜合入賬的會計影響，本集團的銷售淨額為725,100,000歐元，按匯報匯率計算增長17.6%，按固定匯率計算增長18.6%。可觀增長主要由於COVID-19限制措施結束及零售人流恢復正常。零售、旅遊零售、批發渠道均出現強勁反彈。儘管零售店重新開張，但線上渠道仍然強勁，佔整體銷售額的33.1%。

本集團的零售地點總數由二零二一年三月三十一日的3,088個減至二零二一年九月三十日的3,074個，減少14個地點或0.5%。自營零售店數量由二零二一年三月三十一日的1,523間減至二零二一年九月三十日的1,501間，淨減少22間或1.4%。本集團於二零二二財年上半年策略性關閉表現欠佳的店舖，包括根據第11章重組計劃在美國關閉的14間店舖。

就地區而言，除台灣外，所有市場於二零二二財年上半年均有增長。二零二二財年上半年的整體增長主要由中國、香港(包括亞洲旅遊零售業務的貢獻)、英國及巴西推動，按固定匯率計算，分別有23.2%、64.2%、13.8%及81.3%的驚人增長。台灣受到新一波限制措施的影響，且數據乃與二零二一財年上半年的強勢表現比較而言。

按品牌劃分的表現

下表呈列於所示期間按品牌劃分的銷售淨額及銷售淨額增長：

	二零二二財年上半年		二零二一財年上半年		按報告匯率 的增長	按固定匯率 的增長	按固定匯率 計算對整體 增長的貢獻
	千歐元	%	千歐元	%	%	%	%
L'OCCITANE en							
Provence	557,990	77.0	462,395	75.0	20.7	21.7	87.4
ELEMIS	86,805	12.0	64,698	10.5	34.2	33.1	18.6
LimeLife	37,259	5.1	54,318	8.8	(31.4)	(28.7)	(13.6)
其他 ⁽¹⁾	43,007	5.9	35,227	5.7	22.1	24.6	7.6
總計	725,061	100.0	616,638	100.0	17.6	18.6	100.0

⁽¹⁾ 其他包括Melvita、Erborian及L'OCCITANE au Brésil。

L'OCCITANE en Provence於二零二二財年上半年按固定匯率計算增長21.7%。在店舖重新開張及人流開始恢復正常後，零售銷售強勁反彈。旅遊零售、網絡合作夥伴、批發及市場渠道亦錄得強勁增長。對增長貢獻最大的市場為香港(由亞洲的旅遊零售銷售帶動)、中國、美國及日本。

ELEMIS於二零二二財年上半年的銷售淨額按固定匯率計算增長33.1%。可觀增長主要來自美國，因為遊輪業務逐漸恢復，而英國則因為封鎖措施結束，水療業務強勢反彈。ELEMIS在中國及俄羅斯等國家的成功推廣亦促進增長。

LimeLife於封鎖結束及美國就業市場復甦後，在招聘及挽留美容顧問方面面臨困難。二零二二財年上半年的銷售淨額下降28.7%，而二零二一財年上半年則增長34.9%。

其他品牌於二零二二財年上半年按固定匯率計算共錄得24.6%的增長，從二零二一財年上半年的21.5%減幅中強勁反彈。Erborian表現突出，增長接近50%。L'OCCITANE au Brésil強勁反彈，實現三位數的增長。然而，Melvita在其主要市場法國及日本受到COVID-19的影響。

按地區劃分的表現

下表呈列按地區劃分二零二二財年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)：

	二零二二財年上半年		二零二一財年上半年		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	88,962	12.3	88,308	14.3	0.7	8.2	6.3
香港 ⁽¹⁾	51,401	7.1	32,345	5.2	58.9	64.2	18.1
中國	124,115	17.1	97,445	15.8	27.4	23.2	19.7
台灣	16,700	2.3	17,936	2.9	(6.9)	(8.0)	(1.3)
法國	40,746	5.6	37,538	6.1	8.5	8.5	2.8
英國	78,015	10.8	65,545	10.6	19.0	13.8	7.9
美國	114,106	15.7	113,924	18.5	0.2	5.3	5.3
巴西	19,661	2.7	10,997	1.8	78.8	81.3	7.8
俄羅斯	23,645	3.3	17,106	2.8	38.2	45.2	6.7
其他地區 ⁽²⁾	167,710	23.1	135,494	22.0	23.8	22.7	26.7
總計	725,061	100.0	616,638	100.0	17.6	18.6	100.0

⁽¹⁾ 包括澳門的銷售額及向亞洲分銷商及旅遊零售客戶的銷售額。

⁽²⁾ 包括盧森堡的銷售額。

下表呈列於二零二二財年上半年對比二零二一財年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 ⁽³⁾
	截至二零二一年九月三十日		截至二零二零年九月三十日		不可比較店舖	可比較店舖	所有店舖	
	二零二一年九月三十日	之年初至今淨開設數	二零二零年九月三十日	之年初至今淨開設數				
日本 ⁽³⁾	153	(4)	157	(6)	0.6	5.8	6.4	8.8
香港 ⁽⁴⁾	30	(3)	36	1	(0.3)	0.1	(0.2)	1.7
中國	199	1	204	1	(2.6)	7.2	4.5	16.2
台灣	51	(2)	54	(1)	(0.7)	(0.7)	(1.4)	(6.3)
法國 ⁽⁵⁾	83	(2)	87	-	1.1	(0.9)	0.2	(5.7)
英國 ⁽⁶⁾	72	2	71	(1)	0.5	(0.2)	0.3	(1.0)
美國	133	(14)	174	2	(0.4)	10.7	10.3	31.3
巴西 ⁽⁷⁾	179	3	168	(31)	1.7	4.5	6.1	59.2
俄羅斯 ⁽⁸⁾	110	(2)	113	1	0.3	2.8	3.1	29.4
其他地區 ⁽⁹⁾	491	(1)	505	(5)	0.1	4.3	4.4	6.9
總計⁽¹⁰⁾	1,501	(22)	1,569	(39)	0.3	33.5	33.8	11.9

(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) 包括分別於二零二零年九月三十日及二零二一年九月三十日的31間及28間Melvita店。

(4) 包括於二零二零年九月三十日在澳門的2間L'OCCITANE en Provence店及在香港的11間Melvita店及3間ELEMIS店，以及二零二一年九月三十日在澳門的2間L'OCCITANE en Provence店、在香港的5間Melvita店及3間ELEMIS店。

(5) 包括於二零二零年九月三十日的7間Melvita店及2間Erborian店，以及於二零二一年九月三十日的4間Melvita店及2間Erborian店。

(6) 包括於二零二一年九月三十日的1間ELEMIS店。

(7) 包括分別於二零二零年九月三十日及二零二一年九月三十日的60間及70間L'OCCITANE au Brésil店。

(8) 包括於二零二零年九月三十日及二零二一年九月三十日的11間Erborian店。

(9) 包括於二零二零年九月三十日的8間Melvita店、2間ELEMIS店及2間Erborian店，以及於二零二一年九月三十日的6間Melvita店、7間ELEMIS店及2間Erborian店。

(10) 包括於二零二零年九月三十日的57間Melvita店、60間L'OCCITANE au Brésil店、5間ELEMIS店及15間Erborian店，以及於二零二一年九月三十日的43間Melvita店、70間L'OCCITANE au Brésil店、11間ELEMIS店及15間Erborian店。

日本

於二零二二財年上半年，日本的銷售淨額為89,000,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增加8.2%。二零二二財年第一季度銷售強勁，但於二零二二財年第二季度因各種緊急命令狀態而放緩。

香港

於二零二二財年上半年，香港的銷售淨額為51,400,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增加64.2%。強勁反彈主要由該地區的旅遊零售銷售所推動。香港網上合作夥伴的發展及亞洲地區分銷銷售的反彈亦促成期內增長。

中國

於二零二二財年上半年，中國的銷售淨額為124,100,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增加23.2%。儘管期內若干省份爆發零星的COVID-19疫情及自然災害，且數據乃與二零二一財年上半年35.4%的高增長對比，但銷售勢頭依然強勁。所有渠道均實現利好增長，尤其是網上合作夥伴、零售及市場。

台灣

於二零二二財年上半年，台灣的銷售淨額為16,700,000歐元，按固定匯率計算較去年同期減少8.0%。台灣於期內面臨著新一波的COVID-19個案，相應的限制措施阻礙零售業的發展。值得注意的是，二零二二財年上半年乃與去年非常強勁的15.3%的增長作出比較。

法國

於二零二二財年上半年，法國的銷售淨額為40,700,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增加8.5%。店舖重開後，二零二二財年第一季度的零售額明顯提高，然而，由於COVID-19對旅遊業的影響，零售人流仍然不多，二零二二財年第二季度轉為疲軟。增長主要由Erborian推動。

英國

於二零二二財年上半年，英國的銷售淨額為78,000,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增加13.8%。封鎖結束後，零售、水療、批發及網上合作夥伴業務出現強勁反彈。ELEMIS及L'OCCITANE en Provence繼續表現強韌，並錄得可喜的增長。

美國

於二零二二財年上半年，美國的銷售淨額為114,100,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增加5.3%。限制措施結束後，L'OCCITANE en Provence及ELEMIS均表現出色。儘管與去年同期相比，L'OCCITANE en Provence店舖減少41間，但在電子商務恢復正常之時，L'OCCITANE en Provence的增長勢頭強勁。ELEMIS亦受益於封鎖措施的結束，並錄得兩位數的增長，這歸功於遊輪業務的恢復及電子商務銷售活躍。但另一方面，LimeLife在封鎖結束及就業市場強勁復甦後，在招聘及挽留美容顧問方面面臨困難。

巴西

於二零二二財年上半年，巴西的銷售淨額為19,700,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增加81.3%。L'OCCITANE en Provence及L'OCCITANE au Brésil均出現強勁反彈。增長亦得益於消費稅的變動及收購部分特許經營店。

俄羅斯

於二零二二財年上半年，俄羅斯的銷售淨額為23,600,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增加45.2%。除L'OCCITANE en Provence及Erborian錄得振奮人心的增長外，ELEMIS的進一步推廣亦促成業務於俄羅斯大幅增長。

其他地區

於二零二二財年上半年，其他地區的銷售淨額為167,700,000歐元，按固定匯率計算較去年同期增加22.7%。大多數地區出現強勁復甦。增長主要由於歐洲分銷銷售強勁反彈、韓國的驚人增長，以及歐洲及美洲的旅遊零售銷售逐步恢復。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

銷售成本較去年同期增加28.2%或31,100,000歐元至二零二二財年上半年的141,600,000歐元。毛利率下跌2.4個百分點至二零二二財年上半年的79.7%，主要由於以下因素：

- 二零二一年四月至二零二一年八月不再將美國附屬公司綜合入賬，佔1.2個百分點；
- 不利的渠道組合，佔0.7個百分點，原因是批發比例上升；
- 貨運量及關稅增加，佔0.4個百分點；
- 過時產品及生產設備加速折舊，佔0.4個百分點；及
- 不利的匯兌及其他因素，被價格上調部分抵銷，佔0.2個百分點。

毛利率下跌被以下因素部分緩和：

- 生產成本下跌及減少使用迷你產品及包裝袋(「MPPs」)，佔0.5個百分點。

分銷開支

分銷開支較去年同期減少7.1%或21,900,000歐元至二零二二財年上半年的288,400,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，分銷開支改善8.9個百分點至佔二零二二財年上半年銷售淨額的41.4%。此大幅改善乃歸因於以下因素：

- 銷售槓桿增加，佔8.0個百分點；
- 二零二一年四月至二零二一年八月不再將美國附屬公司綜合入賬，佔1.6個百分點；
- 去年關閉部分無盈路店舖後效率提升，加上其他效率提升措施，佔0.7個百分點；及
- 匯兌、一次性影響、租賃會計處理及其他，佔0.6個百分點。

此改善被以下因素部分抵銷：

- 去年收到政府對人員成本及租金的補貼，佔2.0個百分點。

營銷開支

營銷開支較去年同期增加25.9%或23,000,000歐元至二零二二財年上半年的111,500,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，營銷開支增加1.6個百分點至佔二零二一財年上半年銷售淨額的16.0%。此增加乃歸因於以下因素：

- 於現有市場增加ELEMIS的營銷投資及開發新市場、電子商務及商城，佔1.4個百分點；
- 重新分配L'OCCITANE en Provence的營銷投資至增長及盈利潛力較高的市場(如中國)，特別是商城及特別活動，佔1.3個百分點；及
- 不利的品牌組合，佔0.6個百分點，因為L'OCCITANE en Provence及ELEMIS的銷售組合增加。

此增加被以下因素部分抵銷：

- 銷售槓桿增加，佔1.5個百分點；
- 減少促銷工具、有利的渠道組合及其他因素，佔0.2個百分點。

研發開支

研發(「研發」)開支較去年同期增加7.6%或600,000歐元至二零二二財年上半年的8,400,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，研發開支輕微下跌0.1個百分點至二零二二財年上半年的1.2%，主要由於槓桿效應增加。

一般及行政開支

一般及行政開支較去年同期增加3.6%或2,500,000歐元至二零二二財年上半年的71,600,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，一般及行政開支減少0.9個百分點至二零二二財年上半年的10.3%。此改善乃歸因於以下因素：

- 銷售槓桿增加，佔1.8個百分點；
- 二零二一年四月至二零二一年八月不再將美國附屬公司綜合入賬，佔0.3個百分點；及
- 一次性影響及其他因素，佔0.1個百分點。

此改善被以下因素部分抵銷：

- 長期獎勵及提供花紅增加，佔0.7個百分點，原因是本年度財務成績穩健及去年不穩定的COVID-19環境下減少花紅；及
- 去年收到政府一次性休假及補貼，佔0.6個百分點。

使用權益法入賬的分佔聯營公司及合營企業溢利／(虧損)

使用權益法入賬的分佔聯營公司及合營企業虧損為9,400,000歐元，主要由於二零二二財年上半年，於四月一日至八月三十一日的L'Occitane, Inc.投資虧損8,900,000歐元。

其他收益淨額

二零二二財年上半年的其他收益淨額為600,000歐元，即研發開支的稅務減免及銷售固定資產的溢利。二零二一財年上半年的其他收益淨額為1,000,000歐元。

經營溢利

經營溢利增加143.8%或46,500,000歐元至二零二二財年上半年的78,900,000歐元及銷售淨額的經營溢利率上升6.1個百分點至11.3%。經營溢利率上升是由於以下因素所致：

- 固定成本及渠道分銷成本(主要為零售)對較高銷售的槓桿效應，佔11.5個百分點；
- 不再綜合入賬及重新綜合入賬L'Occitane, Inc.的一次性收益，佔1.1個百分點；及
- 去年關閉店舖、重組、其他效率上升及生產成本收益，惟運費增加，佔0.8個百分點。

此增加被以下因素部分抵銷：

- 去年向政府取得COVID-19補貼，佔3.2個百分點；
- ELEMIS對人員及廣告的投資增加以推動於新市場及現有市場的擴張，佔3.0個百分點；及
- 渠道組成(因批發渠道復甦)及品牌組合(因L'OCCITANE en Provence佔整體銷售的份額上升)，佔1.1個百分比。

財務成本淨額

於二零二二財年上半年，財務成本淨額為6,700,000歐元，較去年同期減少3,700,000歐元。財務成本減少乃由於貸款及信貸融資的利息成本減少及有關國際財務報告準則第16號租賃的財務成本減少。

外幣收益／虧損

於二零二二財年上半年，外幣虧損淨額為700,000歐元，而二零二一財年上半年則為外幣虧損淨額為3,800,000歐元。外幣虧損淨額包括已變現收益1,000,000歐元、未變現虧損1,700,000歐元及與國際財務報告準則第16號有關的撥備。

至於貨幣種類，外幣虧損淨額700,000歐元主要產生自人民幣、瑞士法郎、英鎊及韓圓。

所得稅開支

於二零二二財年上半年，所得稅開支為10,900,000歐元，實際稅率為15.2%，而去年同期的所得稅開支為1,400,000歐元或實際稅率7.8%。所得稅開支增加乃主要由於本年度的除稅前溢利較高。實際稅率上升乃主要由於在稅率較高的地域錄得的應課稅收入比例較高。

期內溢利

二零二二財年上半年的純利較去年同期增加43,900,000歐元或262.6%至60,600,000歐元。每股基本及攤薄盈利為0.041歐元，較去年同期經重列每股盈利分別增加295.8%及294.6%。

COVID-19 疫情的影響

二零二二財年上半年，COVID-19 疫情對客流量及業務營運影響持續，惟幅度遠低於二零二一財年上半年。限制措施放寬後，零售及批發業務強勢反彈，但若干市場的業務營運仍因零星地區封鎖或限制措施收緊而受到影響(例如於美國、法國、俄羅斯、日本及中國)。歐洲及美洲的旅遊零售業務有所改善，惟銷售仍然因國際航班流量大幅下跌而受到嚴重影響。

本集團保持警惕及積極管理其全球業務營運，一方面實施成本節約措施、關閉表現遜色的店舖及控制資本開支，另一方面加強投資盈利能力較高及有潛力的渠道、品牌及市場。

本集團錄得強勢的可比銷售增長18.6%及於二零二二財年上半年結束時錄得中期溢利新高60,600,000 歐元。

由於COVID-19的未來發展難以預測，其於二零二二財年上半年對本集團的影響並不反映截至二零二二年三月三十一日止年度的影響。

資產負債表回顧

流動資金及資本資源

於二零二一年九月三十日，本集團的現金及現金等價物為181,700,000 歐元，而於二零二零年九月三十日為252,800,000 歐元及於二零二一年三月三十一日為421,200,000 歐元。

於二零二一年九月三十日，借貸總額(包括定期貸款、銀行借貸及循環貸款及其他借貸)為331,500,000 歐元，而於二零二零年九月三十日為525,700,000 歐元及於二零二一年三月三十一日為522,100,000 歐元。

於二零二一年九月三十日，淨債務(包括租賃負債及應付股息)為556,000,000 歐元，較二零二零年九月三十日的698,700,000 歐元減少142,700,000 歐元或20.4%。

於二零二一年九月三十日，未提取借貸融資總額為360,900,000 歐元，而於二零二零年九月三十日為445,800,000 歐元及於二零二一年三月三十一日為433,300,000 歐元。

於二零二二財年上半年，本集團繼續償還其銀行借貸：

- 於二零二一年六月，二零二一財年PGE銀行借貸50,000,000 歐元已償還。
- 於二零二一年七月，二零一九財年定期貸款275,000,000 歐元已償還。

投資活動

二零二二財年上半年的投資活動所用現金淨額為10,200,000 歐元，而去年同期為23,500,000 歐元，減少13,300,000 歐元。該大幅減少乃由於自L'Occitane, Inc. 重新綜合入賬計入手頭現金20,900,000 歐元。撇除重新綜合入賬的有關現金，投資活動淨額增加7,600,000 歐元至31,100,000 歐元，代表財務投資16,100,000 歐元(主要涉及Carbios及MyGlamm)及資本開支15,000,000 歐元，涉及：

- 在建租賃物業裝修及有關店舖的其他有形資產6,100,000 歐元；
- 多個資訊科技項目的投資5,700,000 歐元；及
- 廠房及倉庫的裝修及替換3,200,000 歐元。

融資活動

於二零二二財年上半年，融資活動產生流出淨額241,600,000歐元。於去年同期，流出淨額為10,100,000歐元。本年度的流出淨額主要源於借貸還款淨額190,800,000歐元。

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	二零二一年	二零二零年
平均存貨周轉天數 ⁽¹⁾	<u>282</u>	<u>346</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。

二零二一年九月三十日的存貨淨值為239,200,000歐元，較二零二零年九月三十日的215,100,000歐元增加24,100,000歐元或11.2%。存貨淨值增加主要源於ELEMIS的擴張及LimeLife銷售放緩。L'OCCITANE en Provence及其他品牌的存貨價值實際上較去年同期減少。

二零二二財年上半年存貨周轉天數減少64天，乃主要由於與去年同期相比銷售改善及銷售成本因而增加，加上存貨控制收緊。

存貨周轉天數減少64天乃歸因於以下各項：

- 製成品以及MPPs，佔-63天；及
- 原材料及在製品，佔-16天。

被以下因素部分抵銷：

- 不利匯兌影響，佔+15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	二零二一年	二零二零年
應收貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	<u>40</u>	<u>41</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。

二零二二財年上半年應收貿易賬款周轉天數減少1天乃主要歸因於直銷渠道周轉天數輕微減少。

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	二零二一年	二零二零年
應付貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	<u>228</u>	<u>248</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。

二零二一財年上半年應付貿易賬款周轉天數減少20天乃歸因於應付貿易賬款及應計開支周轉天數減少(佔42天)，部分被匯兌影響(佔22天)所抵銷。

資產負債表比率

於二零二二財年上半年本集團的盈利能力比率較去年同期大幅改善。於二零二二財年上半年的資本回報率上升至3.6%，而去年同期為1.5%。該顯著增加乃純利顯著增加以及所動用資本輕微增加之淨結果。資產負債比率減少9.9個百分點，乃由於債務減少。

截至所示日期止六個月	二零二一年	經重列 ⁽¹⁰⁾
	二零二一年 九月三十日 千歐元	二零二零年 九月三十日 千歐元
盈利能力		
EBITDA ⁽¹⁾	158,690	129,367
除稅後經營溢利淨額 ⁽²⁾	66,278	26,301
已動用資本 ⁽³⁾	1,846,775	1,799,448
已動用資本回報 ⁽⁴⁾	3.6%	1.5%
股權回報 ⁽⁵⁾	4.9%	1.5%
流動資金		
流動比率(倍) ⁽⁶⁾	0.9	1.0
速動比率(倍) ⁽⁷⁾	0.6	0.7
資本充足		
資產負債比率 ⁽⁸⁾	28.0%	37.9%
債權比率 ⁽⁹⁾	43.1%	63.5%

(1) 扣除利息、稅項、折舊及攤銷前的盈利

(2) (經營溢利 + 外匯淨收益或虧損) × (1 - 實際稅率)

(3) 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。

(4) 除稅後經營溢利淨額 / 已動用資本

(5) 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)

(6) 流動資產 / 流動負債

(7) (流動資產 - 存貨) / 流動負債

(8) 總債項 / 總資產

(9) 債項淨額 / (總資產 - 總負債)

(10) 截至二零二零年九月三十日止期間使用權益法入賬的投資、其他非流動資產及保留盈利已重列以反映MyGlamm的正確會計處理。

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。於二零二一年九月三十日，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2,100,000歐元。未結算的銷售遠期外匯衍生工具的名義本金額為114,000,000歐元。

股息

於二零二一年六月二十八日舉行的董事會會議上，董事會建議分派總末期股息每股0.03687歐元，總金額達54,100,000歐元，佔二零二一財年本公司股權擁有人應佔純利的35.0%。末期股息金額以於二零二一年六月二十八日已發行的1,467,388,221股股份(不包括9,576,670股庫存股份)為基準。本公司股東已於二零二一年九月二十九日舉行的股東週年大會上批准末期股息。股息已於二零二一年十月二十二日派付。

為配合每年僅宣派及派付末期股息的政策，董事會不建議就於二零二二財年上半年的溢利作出任何分派。

結算日後事項

於二零二一年十月一日，本集團對L'Occitane Middle East額外投資4,924,138歐元以發展於杜拜的業務。

於二零二一年十一月十五日，本集團同意收購Sol de Janeiro的約83%間接股權。本公司根據合併協議應付的現金代價總額乃基於Sol de Janeiro普通股股份的100%的股權價值450,000,000美元。

策略回顧

本集團於二零二二財年上半年錄得強勁業績，第二季的銷售增長加速至高於疫情前水平7.0%。COVID-19影響持續導致全球多個主要市場的部分店舖關閉，惟仍能錄得如此表現。更重要的是本集團再次提高盈利能力，其經營溢利達到新高78,900,000歐元及其經營溢利率上升至11.3%，而二零二一財年上半年為5.2%(經重列)。撇除本集團美國附屬公司重新綜合入賬的收益，其經營溢利率仍大幅上升至10.3%。

本集團繼續堅守建立信任、可持續增長及盈利能力的策略，有助其克服持續困境。其於加快轉型為多品牌及地區覆蓋均衡的集團方面亦有顯著進展。

具體而言，由於本集團既靈敏且適應力強，在線下零售渠道在復甦之時，其線上渠道仍表現理想。核心L'OCCITANE en Provence品牌再次於COVID-19影響持續下展現韌力，於亞洲、北美及歐洲均錄得穩健業績。本集團於全球推出ELEMIS，加上近期收購Sol de Janeiro，以鞏固其多品牌架構。完成重大重組行動使本集團更加高效及靈敏，同時亦創下期內溢利新高，證明本集團以均衡的方針重構專注力及秩序，兼顧營業額及溢利。

全渠道策略開闢新徑，奠定較高線上佔比

本集團一直投資全渠道版圖以於線上及線下所有匯點接觸客戶。COVID-19期間，客流量瞬即轉投線上渠道，而此全渠道策略證明了其重要性，使本集團得以把握需求。與疫情共存近兩年後，部分消費者行為變化已成習慣。儘管線下渠道於北美及歐洲主要市場重開，線上渠道於二零二二財年第二季仍然穩健增長11.6%，而去年同期已大幅增長65%。值得一提的是本集團的整體銷售已超越疫情前水平，惟其線上銷售佔比仍維持較高水平，佔總銷售約三分之一。銷售活動由線下轉移至線上渠道亦是本集團盈利能力上升的貢獻因素。

COVID-19情況已從疫情高峰回落並靠穩，但全球仍然面對零星爆發。期內，北美、歐洲及亞洲不同地區頒佈店舖關閉要求。同時，全球本地及旅客流量持續受到嚴重影響。於此背景下，本集團的全渠道策略舉足輕重，有助保持遙距客戶聯繫及保持對美容的人性化服務。

核心品牌展現強大韌力及推動全球增長

本集團的核心品牌L'OCCITANE en Provence於二零二二財年上半年的增長迅猛及佔期內整體增長的87.4%。全球各地的業績均告改善，亞洲、北美及歐洲的同樣有所溢利貢獻。期內，本集團大額投資於中國，即該核心品牌的最大市場。故此，L'OCCITANE en Provence於線上及線下增長方面跑贏市場，且仍為高端身體護理及護髮類別的最大品牌之一。除主要類別外，L'OCCITANE en Provence透過於其他產品類別推出新品以創造新意。舉例而言，於中國推出桂花香水成績驕人。透過於精心構思的活動中聘用名人以帶動社交媒體反響及招攬新客戶，該品類於推出期間佔該品牌在中國的總銷售的10%。於二零二二財年下半年，本集團將繼續大額投資中國，以於此競爭激烈的市場維持動力。

於亞洲其他地區，韓國為表現最佳的市場之一，銷售增長近30%。L'OCCITANE en Provence仍然是主要美容品牌之一，枕頭香薰噴霧等產品廣受支持者歡迎。疫情之後，L'OCCITANE en Provence一直受益於衛生意識提高，完美切合其於高端身體及手部護理的標誌性地位。

ELEMIS備受注目，加快全球推廣

在線上先行的全球擴張策略引領下，ELEMIS於二零二二財年上半年加快了銷售增長，對本集團由單品牌公司轉化為跨國多品牌集團有重大作用。其於亞洲及其他市場繼續快速擴張；於中國、新加坡、馬來西亞、阿聯酋及俄羅斯開設旗艦店；及初步進軍日本等主要亞洲市場，於大型節慶前提升品牌形象。

ELEMIS保持第一英國護膚品牌的地位，其暢銷Pro-Collagen骨膠原品類及Ultra Smart極緻骨膠原系列(其最高端抗衰老面部護理系列)均有新產品推出。其亦於既有市場錄得持續增長動力，特別是美國的郵輪業務恢復及英國的封鎖措施結束後，而其線上及在家購物渠道亦有穩定表現。

疫情期間大幅削減其成本基礎後，ELEMIS維持簡約及靈活的架構，同時合理地提高營銷及新地區投資。其繼續錄得穩健的17.3%經營溢利率，是本集團提高經營溢利率的另一主要因素。

收購策略突顯本集團持續轉型為多品牌集團

於二零二一年十一月十五日，本集團宣佈收購Sol de Janeiro的大部分股權，其為全球高端身體護理市場的創新領導品牌。Sol de Janeiro於美國成立及靈感源於自愛及歡樂的真實巴西哲學，是快速增長、屢獲殊榮的生活時尚護膚品牌，廣受多個年齡層、時尚及全球消費者歡迎，包括Z世代及千禧世代。該品牌成立僅僅數年已取得跨類別佳績，透過其網站及全球多個高端零售商向消費者銷售高端身體護理、香水及護髮產品。

此項收購符合本集團建立高端美容品牌的領先組合的策略，且在品牌知名度及形象、產品質素、管理層能力、增長、盈利能力及現金產生前景方面是完美的策略契合。

同時，本集團繼續發展其他品牌，其於二零二二財年上半年合共錄得25%增長。Erborian於期內錄得近50%的卓越增長，L'OCCITANE au Brésil則大幅反彈及錄得三位數增長。加上ELEMIS，該等品牌的增長持續推動本集團轉型為多品牌集團及豐富其收益及溢利來源至核心品牌之外。另一方面，隨著封鎖措施解除及美國就業市場復甦，LimeLife(為二零二一財年本集團增速最快的品牌)因基數較高而受挫。

隨著完成重組及領導層革新創下溢利新高

於二零二一年八月，本集團的美國附屬公司成功完成其自願申請的第11章個案，讓其得以加快店舖理順過程。本集團於美國的經完善版圖包括133間L'OCCITANE en Provence店舖，帶來可靠的實體版圖以於多個渠道為客戶提供最佳服務。本集團預期於未來數年，此成功的第11章個案可每年節省約9,000,000歐元至10,000,000歐元。

本集團近期亦修改其管理架構以支援持續轉型，André Hoffmann先生於二零二一年九月十六日成為本集團的行政總裁。Reinold Geiger先生繼續擔任本集團的主席及執行董事，彼決定後退一步以專注其他承擔。在新的組織架構下，Hoffmann先生將推動本集團的策略規劃，利用核心業務的優勢擴大創新及建設大規模新業務，並持續加強各品牌的獨特形象。

近期收購Sol de Janeiro的大部分股權後，本集團在L'OCCITANE en Provence及ELEMIS品牌的強大現金產生能力支援下，對其他收購機遇仍抱持開放態度。

將長遠可持續發展融入各業務層面

本集團推進其可持續發展策略，以其三個優先事項為基礎，即努力邁進淨零碳排放、構建自然增值及公平包容的世界。於二零二一年九月，本集團在馬賽舉行的國際自然保護聯盟(IUCN)大會上宣佈其生物多樣性策略的指導原則。配合其對「自然增值」世界的願景，本集團擬制定可影響整個價值鏈(包括其自身商業生態系統內外)的行動方案。

本集團亦定立遠大的目標，即到二零二三年前獲得B Corp共益企業認證。B Corp共益企業框架將有助本集團確定其路線圖，加快其在上述三個優先事項上的行動，並在本集團內貫徹加強可持續發展的做法。重要的是，本集團最近將可持續發展的進展作為評估及激勵各地員工的指標之一，以確保利益的一致性及其目的與利益之間的平衡。同時，在董事會層面成立可持續發展委員會，使本集團能以統一及更有條理的方式推進其可持續發展之征程，最終實現更大的影響。

前景

展望未來，即使全球消費者重拾於實體店購物的喜悅(特別是節慶前期間)，本集團仍預期全渠道銷售會繼續穩健。結合本集團核心品牌及ELEMIS的堅實業績，本集團預期可於二零二二財年餘下期間錄得盈利能力增長。

在新領導層下及完成全球重組後，本集團積極展望將來，繼續發揮其品牌的固有優勢及賦能團隊進一步提高其營運效率及為股東帶來長遠價值。

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獨立非執行董事組成的審核委員會(「審核委員會」)。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二零二一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。

於截至二零二一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。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。於二零二一年九月十六日，Geiger先生辭任行政總裁一職以專注其他承擔，而本集團副主席André Joseph Hoffmann先生(「Hoffmann先生」)獲委任為本集團行政總裁。Geiger先生繼續為董事會主席及執行董事。於委任Hoffmann先生為新行政總裁後，本公司已遵守企業管治守則的守則條文第A.2.1條的規定。

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，全體董事確認已於截至二零二一年九月三十日止六個月遵守標準守則。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

於截至二零二一年九月三十日止六個月，本公司於香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)以總額67,966,605.39港元購回合共2,646,000股股份，已於二零二一年九月三十日轉移至庫存。

於截至二零二一年九月三十日止六個月購回的股份詳情列載如下：

購回月份	購買 股份數目	每股已付價格		合計 已付代價 港元
		最高 港元	最低 港元	
二零二一年九月	2,646,000	27.00	24.80	67,966,605.39

於二零二一年九月三十日，本公司於庫存持有8,527,120股股份。除上文所披露者外，於截至二零二一年九月三十日止六個月，本公司或其任何附屬公司概無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

一般資料

本集團截至二零二一年九月三十日止六個月的中期簡明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，二零二一年十一月二十九日

於本公告日期，執行董事為Reinold Geiger先生(主席)、André Hoffmann先生(副主席兼行政總裁)、Yves Blouin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)、Karl Guénard先生(公司秘書)及Séan Harrington先生(ELEMIS的行政總裁)；及獨立非執行董事為Valérie Bernis女士、Charles Mark Broadley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。