

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)

截至二零二二年九月三十日止六個月 中期業績公告

摘要

- 本集團於二零二三財年上半年連續第二年實現創紀錄的中期淨利潤，達63,900,000歐元，相當於匯報銷售淨額的7.1%，較去年同期增長5.4%。
- 匯報銷售淨額增長29.3%至900,500,000歐元，主要得益於初始納入近期收購的品牌Sol de Janeiro及Grown Alchemist以及本集團主要品牌的可觀增長。
- 毛利率維持在80.2%的高位，較去年同期上升0.5個百分點，主要由於不再將L'Occitane, Inc.綜合入賬的一次性影響以及匯兌利好因素。
- 經營溢利達87,000,000歐元，較去年同期上升10.3%。
- 在管理基礎上，撇除本年度本集團在俄羅斯撤資及去年不再將美國附屬公司綜合入賬的特殊影響，二零二三財年上半年經營溢利率達11.3%，較二零二二財年上半年的10.3%增加1.0個百分點。

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」) 截至二零二二年九月三十日止六個月(「二零二三財年上半年」) 的合併中期業績連同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	二零二二年 千歐元	二零二一年 千歐元	% 變動
銷售淨額	2	900,505	696,435	29.3
銷售成本		(178,229)	(141,551)	25.9
毛利		722,276	554,884	30.2
佔銷售淨額百分比		80.2%	79.7%	-
分銷開支		(353,072)	(288,358)	22.4
營銷開支		(160,620)	(111,472)	44.1
研發開支		(10,169)	(8,439)	20.5
一般及行政開支		(96,341)	(71,588)	34.6
其他經營開支	3	(14,437)	(113)	n/m*
其他經營收入	4	3,467	13,333	(74.0)
使用權益法入賬的分佔聯營公司及合營企業溢利／(虧損)	5	(4,073)	(9,377)	(56.6)
經營溢利	6	87,031	78,870	10.3
財務成本淨額	7	(14,464)	(6,683)	116.4
匯兌收益／(虧損)		(896)	(708)	26.6
除所得稅前溢利		71,671	71,479	0.3
所得稅開支	8	(7,781)	(10,867)	(28.4)
期間溢利		63,890	60,612	5.4
下列人士應佔：				
本公司權益擁有人		61,832	59,888	3.2
非控股權益		2,058	724	184.3
總計		63,890	60,612	5.4
實際稅率		10.9%	15.2%	
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		0.042	0.041	3.0
攤薄		0.042	0.041	3.4
計算每股盈利所用股份數目				
基本	9	1,471,333,800	1,468,437,771	0.2
攤薄	9	1,473,647,433	1,475,276,213	(0.1)

* 無意義(「n/m」)

中期合併綜合收益表

截至九月三十日止六個月

二零二二年
千歐元

二零二一年
千歐元

期內溢利	63,890	60,612
不會重新分類至損益的項目		
按公平值列入其他綜合收益的股本投資公平值變動	(4,215)	(856)
其後可重新分類至損益的項目		
現金流量對沖公平值收益／(虧損)(除稅)	–	56
重新分類與出售L'Occitane Russia有關的貨幣換算差額	10,805	–
貨幣換算差額*	124,367	6,505
其後可重新分類至損益的總項目	130,957	5,705
期內其他綜合收益(除稅)	130,957	5,705
期內綜合收益總額	194,847	66,317
下列人士應佔：		
本公司權益擁有人	183,261	65,243
非控股權益	11,586	1,074
期內綜合收益總額	194,847	66,317

* 貨幣換算差額主要由美元產生，尤其是商譽、商標及使用權資產。

中期合併資產負債表

於	附註	二零二二年 九月三十日 千歐元	二零二二年 三月三十一日 千歐元
資產			
物業、廠房及設備淨額		126,567	128,724
使用權資產		246,504	264,934
商譽		1,032,334	990,489
無形資產淨額		545,393	487,355
遞延所得稅資產		123,051	94,005
使用權益法入賬的投資		84,037	67,239
其他非流動應收款項		101,541	67,778
非流動資產		2,259,427	2,100,524
存貨淨額	11	309,504	263,162
應收貿易賬款淨額	12	256,731	199,623
其他流動資產		92,765	82,935
衍生金融工具		1,408	1,931
現金及現金等價物		150,610	360,899
流動資產		811,018	908,550
總資產		3,070,445	3,009,074
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		(156,650)	(215,013)
保留盈利		1,066,768	1,097,881
權益擁有人應佔股本及儲備		1,297,278	1,270,028
非控股權益		55,675	44,578
總權益		1,352,953	1,314,606
借貸		449,787	381,319
租賃負債		163,670	180,510
遞延所得稅負債		107,986	96,196
其他財務負債		239,252	171,865
其他非流動負債		23,199	22,952
非流動負債		983,894	852,842
應付貿易賬款	13	216,010	209,903
社會及稅項負債		79,229	104,807
流動所得稅負債		35,553	39,477
借貸		175,050	289,611
租賃負債		88,082	93,722
其他流動負債		132,867	100,759
衍生金融工具		3,519	1,208
撥備		3,288	2,139
流動負債		733,598	841,626
權益及負債總額		3,070,445	3,009,074
流動資產／(負債)淨額		77,420	66,924
總資產減流動負債		2,336,847	2,167,448

主要中期財務報表附註

1. 編製基準

截至二零二二年九月三十日止六個月(「截至二零二二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二零二二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二零二二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。

於二零二二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。

其他新訂及經修訂準則

其他數項修訂於二零二二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：

- 虧損合約 — 國際會計準則第37號的修訂明確規定，履行合約的直接成本包括履行有關合約的增量成本及與履行合約直接有關的其他成本的分攤。確認虧損合約的單獨撥備前，實體確認履約所用資產發生的任何減值虧損。
- 業務合併 — 國際財務報告準則第3號的修訂確認或然資產不應在收購日確認。
- 物業、廠房及設備 — 國際會計準則第16號物業、廠房及設備(物業、廠房及設備)的修訂禁止實體自物業、廠房及設備項目成本內扣減該實體準備將該項資產用於指定用途期間銷售其產物之任何所得款項。其亦明確規定，當實體評估有關資產之技術與實際表現時，即「測試有關資產是否正當運行」。資產之財務表現與該評估無關。實體須單獨披露不屬於有關實體日常活動產出的產物之所得款項金額及成本。

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、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。

由於本集團目前經營8個品牌，主要營運決策者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。
- Sol de Janeiro — 銷售優質身體護理、護髮及香氛產品。銷售主要透過連鎖批發及分銷的轉售渠道以及電商及網上商城等直銷渠道驅動。
- 其他品牌 — 銷售LimeLife、Erborian、L'OCCITANE au Brésil、Melvita及Grown Alchemist品牌的護膚品、化妝品、花水、美容油及其他產品。除具有獨特數碼直銷模式的LimeLife外，所有其他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。

截至二零二二年三月三十一日止財政年度，LimeLife呈列為單獨經營分部。考慮到Elemis及Sol de Janeiro的貢獻增加，LimeLife的相對貢獻相關性下降，管理層決定將LimeLife與其他品牌歸入經營分部「其他品牌」。

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。主要營運決策者亦從分銷渠道角度評估業務的銷售業績，即：

- 零售—本集團直接營運的實體零售店的銷售；
- 線上渠道—自營電商網站、數碼直銷、網上商城及網絡合作夥伴的銷售；及
- 批發及其他—向批發商、分銷商、B2B、郵輪、電視及旅遊零售營運商及其他的銷售。

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：

截至二零二二年九月三十日 止六個月 千歐元	L'OCCITANE en Provence	ELEMIS	Sol de Janerio	其他品牌	總計
銷售淨額	610,322	105,118	94,605	90,460	900,505
佔總計百分比	67.8%	11.7%	10.5%	10.0%	100.0%
毛利	513,643	78,036	64,556	66,041	722,276
佔銷售淨額百分比	84.2%	74.2%	68.2%	73.0%	80.2%
分銷開支	(274,183)	(27,282)	(7,512)	(44,095)	(353,072)
營銷開支	(95,262)	(26,720)	(19,745)	(18,893)	(160,620)
研發開支	(7,230)	(969)	(279)	(1,691)	(10,169)
一般及行政開支	(66,181)	(11,704)	(10,105)	(8,351)	(96,341)
分佔合營業務的溢利／(虧損)	(4,073)	—	—	—	(4,073)
其他經營收入	3,095	19	—	353	3,467
其他經營開支	(14,437)	—	—	—	(14,437)
經營溢利／(虧損)	55,372	11,380	26,915	(6,636)	87,031
佔銷售淨額百分比	9.1%	10.8%	28.4%	(7.3%)	9.7%
管理層溢利／(虧損)	69,803	11,381	26,916	(6,633)	101,467
佔管理層銷售百分比*	11.4%	10.8%	28.5%	(7.3%)	11.3%

截至二零二一年九月三十日止六個月 千歐元	L'OCCITANE en Provence	ELEMIS	其他品牌	總計
銷售淨額	529,807	86,805	79,823	696,435
所佔百分比	76.1%	12.5%	11.5%	100.0%
毛利	431,420	64,058	59,406	554,884
佔銷售淨額百分比	81.4%	73.8%	74.4%	79.7%
分銷開支	(227,234)	(19,060)	(42,064)	(288,358)
營銷開支	(79,444)	(19,869)	(12,159)	(111,472)
研發開支	(6,586)	(759)	(1,094)	(8,439)
一般及行政開支	(55,141)	(9,376)	(7,071)	(71,588)
分佔合營業務的溢利／(虧損)	(9,377)	—	—	(9,377)
其他經營收入	13,333	—	—	13,333
其他經營開支	(113)	—	—	(113)
經營溢利／(虧損)	66,858	14,994	(2,982)	78,870
佔銷售淨額百分比	12.6%	17.3%	(3.7%)	11.3%
管理層溢利／(虧損)	62,616	14,994	(3,192)	74,418
佔管理層銷售百分比**	11.2%	17.3%	(4.0%)	10.3%

* 與匯報銷售淨額相同

** 包括第11章法律訴訟期間美國附屬公司28,700,000歐元的銷售額

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	截至九月三十日止期間			
	二零二二年		二零二一年	
	總計	所佔百分比	總計	所佔百分比
亞太地區	370,280	41.1%	343,550	49.4%
包括中國	117,380	13.0%	124,115	17.8%
美洲	280,990	31.2%	110,371	15.7%
包括美國 ⁽¹⁾	231,753	25.7%	72,147	10.4%
歐洲、中東及非洲	249,235	27.7%	242,513	34.8%
銷售淨額	900,505	100.0%	696,435	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。

3. 其他經營開支

截至九月三十日止六個月	二零二二年 千歐元	二零二一年 千歐元
重組開支	-	(113)
貨幣換算差額重新分類前出售L'Occitane Russia的資本虧損	(3,632)	-
將先前在其他綜合收益確認的費用重新分類至收益表(貨幣換算差額)	(10,805)	-
其他經營開支	(14,437)	(113)

失去L'Occitane Russia的獨家控制權，導致不再將該附屬公司綜合入賬，導致資本虧損14,400,000歐元，主要是由於貨幣換算差額。

4. 其他經營收入

截至九月三十日止六個月	二零二二年 千歐元	二零二一年 千歐元
重新將L'Occitane, Inc.綜合入賬	-	12,783
聯營公司及合營企業權益百分比變動產生的資本收益	1,700	-
資產出售溢利	372	28
政府補助	552	522
其他項目	843	-
其他經營收入	3,467	13,333

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. 使用權益法入賬的分佔聯營公司及合營企業溢利/(虧損)

截至九月三十日止期間	二零二二年 千歐元	二零二一年 千歐元
L'Occitane, Inc. (二零二一年四月至八月)	-	(8,920)
Good Glamm Group	(4,759)	(790)
CAPSUM	406	(436)
L'Occitane Middle East	280	769
總計	(4,073)	(9,377)

6. 折舊、攤銷及減值

截至九月三十日止期間	二零二二年 千歐元	二零二一年 千歐元
折舊、攤銷及減值	<u>76,816</u>	<u>80,528</u>

7. 財務成本淨額

截至九月三十日止期間	二零二二年 千歐元	二零二一年 千歐元
現金及現金等價物利息	<u>1,064</u>	<u>1,022</u>
財務收入	1,064	1,022
利息開支	(4,088)	(2,779)
租賃負債的已付／應付利息及財務費用	(3,555)	(3,953)
出售L'Occitane Russia的所得款項公平值變動	(7,885)	-
其他	<u>-</u>	<u>(973)</u>
財務成本	<u>(15,528)</u>	<u>(7,705)</u>
財務成本淨額	<u>(14,464)</u>	<u>(6,683)</u>

8. 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	二零二二年 千歐元	二零二一年 千歐元
剔除合營企業溢利／(虧損)的除所得稅前溢利	74,044	80,856
按企業稅率(於二零二二年及二零二一年九月三十日的盧森堡稅率為24.94%)計算的所得稅	(18,467)	(20,165)
外國不同稅率的影響	19,132	13,368
未確認稅項資產的影響	(6,038)	(2,128)
不可扣減開支	(3,496)	(1,976)
未分派稅項盈利的影響	<u>1,088</u>	<u>34</u>
所得稅(開支)	<u>(7,781)</u>	<u>(10,867)</u>

9. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以截至二零二二年九月三十日止六個月本公司權益擁有人應佔溢利61,800,000歐元(截至二零二一年九月三十日止六個月則為59,900,000歐元)以及截至二零二二年九月三十日止期間及截至二零二一年九月三十日止期間已發行股份加權平均數分別1,471,333,800(基本)及1,473,647,433(攤薄)以及1,468,437,771(基本)及1,475,276,213(攤薄)為基準計算。

10. 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二零二二年九月三十日止六個月的溢利作出任何分派。

11. 存貨淨額

存貨淨額包括以下各項：

	二零二二年 九月三十日 千歐元	二零二二年 三月三十一日 千歐元	二零二一年 九月三十日 千歐元
原材料及供應物料	44,423	37,480	23,604
製成品及在製品	<u>282,071</u>	<u>249,304</u>	<u>236,039</u>
存貨總額	326,494	286,784	259,643
減：撥備	<u>(16,990)</u>	<u>(23,622)</u>	<u>(20,425)</u>
存貨淨額	<u>309,504</u>	<u>263,162</u>	<u>239,218</u>

12. 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：

	二零二二年 九月三十日 千歐元	二零二二年 三月三十一日 千歐元	二零二一年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	249,967	191,999	183,043
逾期3至6個月	3,660	7,872	3,780
逾期6至12個月	4,867	2,337	1,030
逾期超過12個月	3,434	2,731	2,212
呆賬撥備	<u>(5,197)</u>	<u>(5,316)</u>	<u>(4,906)</u>
應收貿易賬款淨額	<u>256,731</u>	<u>199,623</u>	<u>185,159</u>

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。

13. 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：

	二零二二年 九月三十日 千歐元	二零二二年 三月三十一日 千歐元	二零二一年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	212,613	204,349	175,883
逾期3至6個月	397	1,272	2,492
逾期6至12個月	797	1,093	7,761
逾期超過12個月	<u>2,203</u>	<u>3,189</u>	<u>5,597</u>
應付貿易賬款	<u>216,010</u>	<u>209,903</u>	<u>191,733</u>

管理層討論與分析

概要：

截至九月三十日止六個月	管理層 ⁽¹⁾	匯報	管理層 ⁽²⁾	匯報 ⁽³⁾
	二零二二年 百萬歐元 或%	二零二二年 百萬歐元 或%	二零二一年 百萬歐元 或%	二零二一年 百萬歐元 或%
銷售淨額	900.5	900.5	725.1	696.4
經營溢利	101.5	87.0	74.4*	78.9*
期內溢利	86.2	63.9	不適用	60.6
毛利率(佔銷售淨額百分比)	80.2%	80.2%	81.0%	79.7%
經營溢利率(佔銷售淨額百分比)	11.3%	9.7%	10.3%	11.3%
淨利潤率(佔銷售淨額百分比)	9.6%	7.1%	7.7%	8.7%

(1) 管理層二零二二年一將匯報業績剔除本集團在俄羅斯的業務撤資的影響，即二零二二年六月撤資時的資本虧損產生的其他經營虧損14,400,000歐元以及財務成本7,900,000歐元，乃與撤資時與本期末之間主要由匯率波動造成的撤資應收款項公平值變動及採用較高流動性貼現有關。管理層認為該兩項成本屬於會計調整，與去年同期的管理層業績相比應予以剔除。

(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，此管理層版本能更好地反映期內的財務業績，因此是更合適的比較基礎。

(3) 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成，因此L'Occitane, Inc.於二零二一年九月的銷售及經營開支以及收益表的其他項目已於二零二一年九月一日至九月三十日期間綜合入賬。

* 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：

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。於二零二二財年上半年，銷售額佔截至二零二二年三月三十一日止年度(「二零二二財年」)的年度銷售額的39.1%，而經營溢利佔二零二二財年的年度經營溢利的25.4%。然而，該等比率不能代表截至二零二三年三月三十一日止年度(「二零二三財年」)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

本集團於二零二三財年上半年的匯報銷售淨額為900,500,000歐元，較二零二二財年上半年的匯報銷售淨額696,400,000歐元按匯報匯率計算增長29.3%或按固定匯率計算增長20.8%。為提供適當比較，自此收益分析不包括二零二二財年上半年第11章法律訴訟的美國附屬公司不再綜合入賬的影響。撇除此影響，二零二二財年上半年的銷售淨額為725,100,000歐元。因此，本集團於二零二三財年上半年銷售淨額增長按匯報匯率及固定匯率計算分別為24.2%及16.1%。

截至二零二二年九月三十日止三個月(「二零二三財年第二季」)的銷售額按固定匯率計算增長16.2%，較截至二零二二年六月三十日止三個月(「二零二三財年第一季」)的15.8%強勁增長有所加快，乃得益於充滿活力的新品牌、旅遊零售及分銷反彈以及匯兌利好因素。中國的情況在二零二三財年第二季亦有所改善。在可比的基礎上，即撇除新綜合入賬的品牌Sol de Janeiro(於二零二一年十二月二十三日收購)及Grown Alchemist(於二零二二年四月一日收購)、本集團於二零二二年六月三日撤資的俄羅斯以及美國附屬公司於二零二一年八月三十一日重新綜合入賬，按固定匯率計算，二零二三財年上半年銷售額增長為5.9%，由二零二三財年第一季的5.1%增加至二零二三財年第二季的6.7%。

本集團的零售地點總數由二零二二年三月三十一日的3,068個減少至二零二二年九月三十日的2,896個，減少172個地點或5.6%。自營零售店數量由二零二二年三月三十一日的1,490間減少至二零二二年九月三十日的1,380間，淨減少110間或7.4%。減少主要與俄羅斯撤資有關。

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：

	二零二三財年 上半年 百萬歐元	二零二二財年 上半年 ⁽²⁾ 百萬歐元	按匯報匯率 計算的增長 %	按固定匯率 計算的增長 %
L'OCCITANE en Provence	610.3	558.0	9.4	3.4
ELEMIS	105.1	86.8	21.1	13.1
Sol de Janeiro	94.6	-	不適用	不適用
其他 ⁽¹⁾	90.5	80.3	12.7	4.9
總計	900.5	725.1	24.2	16.1

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

⁽²⁾ 包括二零二二財年美國附屬公司於第11章法律訴訟期間的銷售額。

所有主要品牌在二零二三財年上半年均有增長，對整體增長的主要貢獻來自Sol de Janeiro、ELEMIS及L'OCCITANE en Provence。L'OCCITANE en Provence於二零二三財年上半年按匯報匯率計算增長9.4%，按固定匯率計算增長3.4%。旅遊零售比計劃更強勁及更早反彈。實體渠道活躍，線上渠道則正常化。儘管中國市場形勢充滿挑戰以及俄羅斯業務撤資，L'OCCITANE en Provence在二零二三財年第二季維持1.3%增長。撇除俄羅斯，增長率為4.2%。ELEMIS於二零二三財年上半年亦表現良好，按匯報匯率計算增長21.1%，按固定匯率計算增長13.1%，主要得益於美國的強勁增長及進一步的國際擴展。郵輪業務持續回暖，線上線下渠道保持活躍。Sol de Janeiro於二零二三財年上半年結束時錄得銷售額94,600,000歐元，以當地貨幣計算較去年同期大幅增長超過65%。所有渠道均實現令人鼓舞的增長，尤其是連鎖批發、分銷及網上商城，乃憑藉廣受歡迎的夏季香氛及Beija Flor系列，以及在亞太地區及歐洲、中東及非洲地區的成功國際擴展。其他品牌按匯報匯率計算共錄得12.7%的增長，或按固定匯率計算共錄得4.9%的增長。Grown Alchemist、Erborian及L'OCCITANE au Brésil保持活躍，而LimeLife及Melvita則表現疲弱。

按地區劃分的表現

下表呈列於所示期間按地區劃分的銷售淨額、銷售淨額增長及同店銷售增長：

	二零二三財年 上半年 百萬歐元	二零二二財年 上半年 百萬歐元	按匯報匯率 計算的增長 %	按固定匯率 計算的增長 %	同店銷售增長 %
亞太地區	370.3	343.6	7.8	1.9	(4.3)
美洲 ⁽¹⁾	281.0	152.3	84.5	59.8	11.2
歐洲、中東及非洲	249.2	229.2	8.8	8.2	2.2
總計	900.5	725.1	24.2	16.1	0.7

⁽¹⁾ 包括二零二二財年美國附屬公司於第11章法律訴訟期間的銷售額。

就地區表現而言，亞太地區於二零二三財年上半年按匯報匯率計算增長7.8%，按固定匯率計算增長1.9%，二零二三財年第二季表現略佳。大多數市場錄得雙位數增長，以香港、澳洲及馬來西亞居首。香港錄得雙位數增長，該地區的旅遊零售及分銷顯著增長以及跨境線上業務取得成功。該地區的增長部分被中國按固定匯率計算的十數百分比跌幅所抵銷，但二零二三財年第二季的跌幅較二零二三財年第一季度有所收窄。中國為我們在亞太地區的最大市場，佔二零二三財年上半年整體銷售的13.0%。美洲於二零二三財年上半年按匯報匯率計算增長84.5%，或按固定匯率計算增長59.8%，Sol de Janeiro及ELEMIS增長加快。L'OCCITANE en Provence亦錄得可觀增長。美國目前是本集團的最大市場，經營本集團8個品牌中的6個，佔二零二三財年上半年本集團銷售額的25.7%。歐洲、中東及非洲於二零二三財年上半年出現反彈，按固定匯率計算增長8.2%，該地區的旅遊零售及分銷銷售貢獻強勁。撇除俄羅斯，該地區按固定匯率計算增長15.9%。於法國的銷售充滿活力，在二零二三財年上半年增長超過25%，主要貢獻來自L'OCCITANE en Provence及Erborian。零售及批發均表現良好。

按渠道劃分的表現

下表呈列於所示期間按渠道劃分的銷售淨額及銷售淨額增長：

	二零二三財年 上半年 百萬歐元	二零二二財年 上半年 ⁽¹⁾ 百萬歐元	按匯報匯率 計算的增長 %	按固定匯率 計算的增長 %
零售	321.7	292.7	9.9	4.4
線上渠道	264.7	239.8	10.4	2.2
批發及其他	314.2	192.6	63.1	50.9
總計	900.5	725.1	24.2	16.1

⁽¹⁾ 包括二零二二財年美國附屬公司於第11章法律訴訟期間的銷售額。

二零二三財年上半年所有三個主要渠道均實現增長。批發及其他按固定匯率計算增長50.9%，批發連鎖店、國際分銷及旅遊零售增長強勁。零售客流量及旅客銷售額亦有所增加，儘管店舖減少121間，按固定匯率計算增長4.4%。於二零二二年九月三十日自營零售店總數為1,380間，年初至今淨關閉121間，其中在俄羅斯關閉110間。同時，本集團的線上銷售額在二零二三財年上半年按固定匯率計算增長2.2%。線上銷售額增長放緩乃由於LimeLife的數碼直銷疲軟及隨着COVID-19於大部分市場的情況得以緩解，導致零售渠道反彈。然而，線上渠道組合仍然顯著，佔本集團銷售額的29.4%。

盈利能力分析

本節的所有分析乃基於二零二三財年上半年的匯報數字與二零二二財年上半年的匯報數字進行比較。

銷售成本及毛利

銷售成本較去年同期增加25.9%或36,700,000歐元至二零二三財年上半年的178,200,000歐元。毛利率增加0.5個百分點至二零二三財年上半年的80.2%，主要由於以下因素：

- 去年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1.3個百分點；
- 去年過時產品減少及生產設備加速折舊，佔0.9個百分點；
- 有利的匯兌(「匯兌」)影響，佔0.5個百分點；及
- 提升價格，佔0.3個百分點。

毛利率改善被以下因素部分抵銷：

- 來自新品牌的不利品牌組合，佔1.5個百分點；
- 轉售及B2B銷售比例較高導致不利的渠道組合，佔0.7個百分點；及
- 運費及關稅增加，佔0.3個百分點。

分銷開支

分銷開支較去年同期增加22.4%或64,700,000歐元至二零二三財年上半年的353,100,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，分銷開支改善2.2個百分點至佔二零二三財年上半年銷售淨額的39.2%。此改善乃由於以下各項的綜合影響：

- 品牌組合，佔4.3個百分點，其中3.4個百分點來自分銷成本較低的新品牌；
- 銷售槓桿增加，佔0.8個百分點；
- 去年關閉部分無利可圖的店舖及減少裝修後，折舊成本減少，佔0.7個百分點；及
- 有利的匯兌影響，佔0.4個百分點。

此改善被以下因素部分抵銷：

- 去年不再將美國附屬公司綜合入賬，佔1.6個百分點；
- 第三方物流供應商費用、其他轉售合作夥伴費用及其他增加，佔0.8個百分點；
- 人員成本增加，佔0.7個百分點，策略性地改善零售員工薪酬；
- 人員及租金成本的政府補貼減少，佔0.6個百分點；及
- 由於通貨膨脹，銷售運費增加，佔0.3個百分點。

營銷開支

營銷開支較去年同期增加44.1%或49,100,000歐元至二零二三財年上半年的160,600,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，營銷開支增加1.8個百分點至佔二零二三財年上半年銷售淨額的17.8%。此增加乃歸因於以下因素：

- 對傳統媒體及數碼媒體的投資增加，佔1.0個百分點，其中在美國、日本、法國及韓國等具有高增長潛力的主要策略市場中對核心品牌L'OCCITANE en Provence的投資佔0.6個百分點，而對其他品牌(包括ELEMIS)在新市場的品牌知名度的投資則佔0.4個百分點；
- 品牌組合，佔0.6個百分點，其中0.4個百分點來自營銷成本較高的新品牌；及
- 去年不再將美國附屬公司綜合入賬、匯兌、渠道組合、分階段及重新分類，佔0.4個百分點。

此增加被以下因素部分抵銷：

- 銷售槓桿增加，佔0.2個百分點。

研發開支

研發(「研發」)開支較去年同期增加20.5%或1,700,000歐元至二零二三財年上半年的10,200,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，研發開支輕微下跌0.1個百分點至二零二三財年上半年的1.1%，主要由於銷售槓桿增加及匯兌。

一般及行政開支

一般及行政開支較去年同期增加34.6%或24,800,000歐元至二零二三財年上半年的96,300,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，一般及行政開支增加0.4個百分點至二零二三財年上半年的10.7%。此增加乃歸因於以下因素：

- 對人員、招聘費用及其他方面的投資增加，佔1.1個百分點；
- 去年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0.4個百分點；
- 去年收取COVID-19補貼，佔0.3個百分點；及
- 本集團在俄羅斯的業務撤資，佔0.2個百分點。

此增加被以下因素部分抵銷：

- 銷售槓桿增加，佔0.6個百分點；
- 花紅及獎勵減少，佔0.6個百分點；
- 有利的品牌組合，佔0.2個百分點；及
- 一次性項目，佔0.2個百分點。

其他經營收入／開支及分佔合營企業淨虧損

於二零二三財年上半年，其他經營收入為3,500,000歐元，而二零二二財年上半年則為13,300,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，其他經營收入減少1.5個百分點至二零二三財年上半年的0.4%。去年收入乃主要與L'Occitane, Inc. 重新綜合入賬有關。

於二零二三財年上半年，其他經營開支為14,400,000歐元，而二零二二財年上半年則為100,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，其他經營開支增加1.6個百分點至二零二三財年上半年的1.6%。本年度開支與俄羅斯撤資的貨幣換算導致資本虧損有關。

於二零二三財年上半年，分佔合營企業淨虧損4,100,000歐元，而二零二二財年上半年則為9,400,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，二零二三財年上半年及二零二二財年上半年的比率分別為0.5%及1.3%。本年度虧損主要涉及分佔Good Glamm Group的虧損，而去年虧損主要涉及L'Occitane, Inc.不再綜合入賬。

經營溢利

經營溢利增加10.3%或8,200,000歐元至二零二三財年上半年的87,000,000歐元，銷售淨額的經營溢利率減少1.6個百分點至9.7%。

經營溢利率減少是由於以下因素所致：

- 供應鏈成本因通貨膨脹、招聘費用、分階段及其他而增加，佔2.1個百分點；
- 增加營銷及組織投資以維持品牌發展，佔1.7個百分點；
- 本集團在俄羅斯的業務撤資，佔1.6個百分點；
- 去年不再將美國附屬公司綜合入賬，佔1.0個百分點；
- 去年收取政府COVID-19補貼，佔0.9個百分點；及
- 渠道組合，原因是轉售及B2B渠道反彈，佔0.6個百分點。

此減少被以下因素部分抵銷：

- 品牌組合，佔2.4個百分點，主要受新品牌帶動；
- 銷售額上升的固定成本槓桿，佔1.5個百分點；
- 一次性項目、獎勵減少及提升價格，佔1.2個百分點；及
- 有利的匯兌影響，佔1.2個百分點。

在管理基礎上，本年度的經營溢利率為11.3%（撇除本集團在俄羅斯的業務撤資，其帶來的負面影響為1.6%），而去年的經營溢利率為10.3%（撇除不再將美國附屬公司綜合入賬及重新綜合入賬的1.0個百分點增長）。二零二三財年上半年的經營溢利率實際上提高了1.0個百分點。

財務成本淨額

於二零二三財年上半年，財務成本淨額為14,500,000歐元，較去年同期增加7,800,000歐元。財務成本增加主要是由於出售本集團俄羅斯業務的應收款項公平值變動相關的財務成本7,900,000歐元。

外幣收益／虧損

於二零二三財年上半年，外幣虧損淨額為900,000歐元，而二零二二財年上半年則為外幣虧損淨額700,000歐元。外幣虧損淨額包括已變現收益2,000,000歐元及未變現虧損2,900,000歐元。

外幣虧損淨額900,000歐元主要與國際財務報告準則第16號的影響有關。

所得稅開支

於二零二三財年上半年，所得稅開支為7,800,000歐元，實際稅率為10.9%，而二零二二財年上半年的所得稅開支為10,900,000歐元，實際稅率為15.2%。倘撇除分佔聯營公司損益，二零二三財年上半年及二零二二財年上半年的實際稅率分別為10.5%及13.4%。所得稅開支及實際稅率減少乃主要由於在稅率較低的地域錄得的應課稅收入比例較高。

期內溢利

二零二三財年上半年的純利較去年同期增加3,300,000歐元或5.4%至63,900,000歐元。每股基本及攤薄盈利為0.042歐元，較去年同期每股盈利增加分別為3.0%及3.4%。

在管理基礎上，二零二三財年上半年的淨利潤率為9.6%，較二零二二財年上半年的7.7%增加1.9個百分點。

資產負債表回顧

流動資金及資本資源

於二零二二年九月三十日，本集團的現金及現金等價物為150,600,000歐元，而於二零二一年九月三十日為181,700,000歐元及於二零二二年三月三十一日為360,900,000歐元。

於二零二二年九月三十日，借貸總額(包括定期貸款、銀行借貸、循環貸款及其他借貸)為624,800,000歐元，而於二零二一年九月三十日為331,500,000歐元及於二零二二年三月三十一日為670,900,000歐元。截至二零二二年九月三十日止六個月，本集團借貸淨減少46,100,000歐元。

於二零二二年九月三十日，淨債務(包括租賃負債及應付股息)為823,100,000歐元，較二零二一年九月三十日的556,000,000歐元增加267,200,000歐元或48.1%。增加主要與收購Sol de Janeiro的融資有關。

於二零二二年九月三十日，未提取借貸融資總額為343,200,000歐元，而於二零二一年九月三十日為360,900,000歐元及於二零二二年三月三十一日為268,200,000歐元。

投資活動

二零二三財年上半年的投資活動所用現金淨額為50,900,000歐元，而去年同期為10,200,000歐元，增加40,700,000歐元。增加乃由於財務投資29,700,000歐元，主要涉及Chalhoub、Grown Alchemist及Obratori進一步投資以及L'Occitane Russia不再綜合入賬而終止確認現金11,700,000歐元。

二零二三財年上半年的資本開支為21,200,000歐元，而去年同期為15,000,000歐元。資本開支指投資於以下各項：

- 在建租賃物業裝修及有關店舖的其他有形資產7,500,000歐元；
- 投資生產線、倉庫及辦公室7,200,000歐元；
- 資訊科技設備、軟件及計劃6,200,000歐元；及
- 其他計劃及項目300,000歐元。

融資活動

於二零二三財年上半年，融資活動產生流出淨額175,900,000歐元，去年同期流出淨額為241,600,000歐元。本年度的流出淨額主要源於收購非全資附屬公司非控股權益付款76,600,000歐元、租賃付款的主要組成部分55,500,000歐元及淨償還借貸46,000,000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	二零二二年	二零二一年
平均存貨周轉天數 ⁽¹⁾	<u>293</u>	<u>282</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。

二零二二年九月三十日的存貨淨值為309,500,000歐元，較二零二一年九月三十日的239,200,000歐元增加70,300,000歐元或29.4%。存貨淨值增加主要源於初始納入Sol de Janeiro及Grown Alchemist以及第三季節日季銷售預期。

存貨周轉天數增加11天乃歸因於以下各項：

- 不利匯兌影響，佔+10天；
- 原材料及在製品，佔+7天；及
- 存貨撥備低，佔+6天。

被以下因素部分抵銷：

- 製成品以及迷你產品及包裝袋(「MPPs」)，佔-12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	二零二二年	二零二一年
應收貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	<u>46</u>	<u>40</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。

二零二三財年上半年應收貿易賬款周轉天數增加6天乃主要歸因於轉售銷售增加，尤其是初始納入Sol de Janeiro(佔淨3天)、匯兌影響(佔另外2天)及撥備減少(佔1天)。

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	二零二二年	二零二一年
應付貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	<u>218</u>	<u>228</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。

二零二三財年上半年應付貿易賬款周轉天數減少10天乃由於應計開支、應付貿易賬款及其他負債減少(佔14天)，部分被匯兌影響(佔4天)所抵銷。

資產負債表比率

於二零二三財年上半年本集團的盈利能力比率較去年同期輕微變動。於二零二三財年上半年的資本回報率輕微減少至3.5%，而去年同期為3.6%。減少乃純利增加以及所動用資本增加之淨結果。資產負債比率輕微增加0.5個百分點，乃總債務及總資產增加之淨結果。

截至所示日期止六個月	二零二二年 九月三十日 千歐元	二零二一年 九月三十日 千歐元
盈利能力		
EBITDA ⁽¹⁾	162,953	158,690
除稅後經營溢利淨額 ⁽²⁾	76,784	66,278
已動用資本 ⁽³⁾	2,176,100	1,846,775
已動用資本回報 ⁽⁴⁾	3.5%	3.6%
股權回報 ⁽⁵⁾	4.8%	4.9%
流動資金		
流動比率(倍) ⁽⁶⁾	1.1	0.9
速動比率(倍) ⁽⁷⁾	0.7	0.6
資本充足		
資產負債比率 ⁽⁸⁾	28.5%	28.0%
債權比率 ⁽⁹⁾	60.8%	43.1%

(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)

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。於二零二二年九月三十日，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。未結算的銷售及購買遠期外匯衍生工具的名義本金額分別為236,800,000歐元及65,000,000歐元。

股息

於二零二二年六月二十七日舉行的董事會會議上，董事會建議分派總末期股息每股0.06585歐元，總金額達96,800,000歐元，佔二零二二財年本公司股權擁有人應佔純利的40.0%。末期股息金額以於二零二二年六月二十七日已發行的1,470,135,821股股份(不包括6,829,070股庫存股份)為基準。本公司股東已於二零二二年九月二十八日舉行的股東週年大會上批准末期股息。股息已於二零二二年十月二十一日派付。

為配合每年僅宣派及派付末期股息的 policy，董事會不建議就二零二三財年上半年的溢利作出任何分派。

結算日後事項

概無結算日後事項。

策略回顧

儘管宏觀經濟形勢充滿挑戰，本集團在二零二三財年上半年保持強勁的增長勢頭，銷售淨額增加16.1%至超過900,000,000歐元。業績廣泛改善，增長來自所有主要品牌、所有三個地區及所有三個主要渠道。

重要的是，儘管通貨膨脹、能源價格飆升及中國擴大疫情封鎖措施對全球零售業構成壓力，本集團的盈利能力依然強勁。本集團連續第二年實現創紀錄的中期淨利潤，達到63,900,000歐元。撇除與本集團在俄羅斯撤資及去年不再將美國附屬公司綜合入賬有關的會計調整，經營溢利率擴大1.0個百分點至11.3%。

本集團專注於進一步加強其長期增長及盈利能力，繼續推進向轉型為多品牌、具有代際吸引力及地理平衡的組織。在進入大型節慶之際，本集團將發揮其高效的營運架構、富有創業精神的優秀員工團隊以及全球可持續發展努力的優勢，進一步加強面對不利因素日益增多的韌力。

核心品牌彰顯商業活力和全球靈敏度

本集團核心品牌L'OCCITANE en Provence積極致力於建立信任，繼續利用其歷久不衰的信譽及為客戶帶來驚喜及招攬客戶的能力，維持在高端身體護理類別中的頂級品牌地位。

其亦展現出靈敏度，為核心品牌的另一個優勢。中國的增長勢頭是其近年主要增長動力之一，但由於當地封鎖措施及店舖關閉數量增加而暫時停滯，核心品牌巧妙地調整營銷投資的時機和力度，以保護其盈利能力，並將重點轉移到更成熟和傳統市場出現的新增長機會。

雖然亞洲的增長相對緩慢，但本集團廣泛的地理分佈使其免受地區特定干擾的影響。其借助其他市場(尤其是歐洲)的國內及國際旅遊強勁且較預期早的反彈。於二零二三財年上半年，L'OCCITANE en Provence的發源地及精神所在地法國因此超越了本集團在亞洲長期的收益領先地位，成為本集團整體增長的第二大貢獻因素。核心品牌亦在北美錄得勝過預期的增長，實體渠道的活力復甦，從近期的重組及淘汰表現欠佳店舖中釋放更多價值。

結合起來，核心品牌快速重新定向及鎖定資源的能力帶動營業額增長3.4%，抵銷中國的十數百分比跌幅，並錄得強勁的經營溢利率11.4%(撇除特殊項目)。

有效的全渠道策略見證了線下及線上渠道的同步增長

憑藉本集團的獨特分銷佈局，全球客流量持續強勁回升，客戶熱衷於親自重新發現產品以及天然及有機成分的感官樂趣。隨著大多數全球市場全面重新開放，本集團看到客流量及旅客明顯復甦，儘管較去年同期店舖減少121間，期內零售銷售額按固定匯率計算增長4.4%。倘撇除本集團在二零二二年六月全面撤資的俄羅斯，零售銷售額增加約7%。

重要的是，本集團有效的全渠道策略確保本集團零售渠道的復甦不會過度蠶食其在線上銷售。在疫情前已為所有品牌及地區設置方便的線上及線下接觸點，把握許多客戶的購物偏好轉向線上銷售。這進一步受到將ELEMIS及Sol de Janeiro等以數碼為中心或數碼原生品牌納入本集團品牌組合所支持。於二零二三財年上半年，線上銷售增加2.2%，線上銷售組合維持穩定在29.4%。

踏入今年下半年，本集團的全渠道仍將是支持銷售增長及與客戶互動的關鍵。本集團將繼續專注於完善所有接觸點的客戶征程，以提升其客戶關係管理能力並激勵員工，盡量將客戶終身價值提升至最高。

多品牌模式釋放新品牌潛力

在多品牌策略下，本集團為具創意的創業型美容企業提供一個歸宿，加快建立領先的高端美容品牌組合。本集團的銷售從核心品牌L'OCCITANE en Provence品牌進一步多元化，原因是另外兩個主要品牌ELEMIS及Sol de Janeiro已增長至各佔本集團銷售額超過10%。

事實證明，本集團在讓新品牌創始人保留股權的同時自主經營品牌的獨特方法非常成功。新品牌在本集團的支持下蓬勃發展，滲透現有市場並尋求新的市場機會。

同時，正在創造協同效應。透過利用多品牌優勢，本集團將加強其全球旅遊零售業務。於二零二二年十月在康城舉行的世界免稅協會世界展覽與會議上，本集團首次向重要的全球旅遊零售合作夥伴展示其完整的旅遊零售組合。本集團的品牌ELEMIS、Grown Alchemist、Erborian及Sol de Janeiro與L'OCCITANE en Provence及Melvita一同亮相。

ELEMIS繼續茁壯成長

ELEMIS的銷售額按固定匯率計算穩健增長13.1%，乃得益於美國的強勁增長及進一步的國際擴展。ELEMIS的郵輪業務持續回暖，線上線下渠道保持活躍，包括英國在今年第二季恢復增長的海外市場。作為數碼優先擴張戰略的一部分，其目前在九個國家擁有21間自營店舖。

儘管中國目前情況特殊，但仍然是ELEMIS最具潛力的增長市場之一。隨著與零售合作夥伴的獨家銷售期結束，ELEMIS已開展直營電商，並於二零二二年七月底及八月初在其天貓旗艦店開展一場活動。ELEMIS的皇牌骨膠原海洋面霜在此高峰期內在天貓面霜類別中排名第二。

面對日益增多的不利因素，ELEMIS亦維持精簡靈敏的架構。儘管在增長階段繼續投資，其仍然是提高本集團經營溢利率的主要因素。

Sol de Janeiro將愛與歡樂的巴西哲學帶到國外

Sol de Janeiro繼續打破銷售紀錄，以當地貨幣計算的銷售額較去年同期大幅增長65%。在繼續建立強大的品牌追隨者的同時，Sol de Janeiro的業務管理無可挑剔，在本集團品牌中取得最高的經營溢利率28.4%。

廣受歡迎的夏季系列及*Beija Flor*系列帶動所有渠道的穩健增長，尤其是連鎖批發、分銷及網上商城。

該系列亦進一步推動該品牌的受歡迎程度，使其在絲芙蘭的美國及加拿大排名達到第一位。

引入新的公司使命，重點關注三重收益

作為一個在各個地區均有業務的集團，其能夠以統一和結構性方式產生真正的正面影響。本集團公佈新的公司使命：透過賦權，我們對人類產生正面影響並重建自然。使命代表了本集團轉型為多品牌集團的下一階段，並作為指導整個組織行動的明燈。為配合這一使命，本集團已訂立明確、集體關注的三重收益——員工、地球及盈利能力。

三重收益是近期按地區及品牌劃分的全體經理領導會議上強調的主題，管理層在會上承諾擴大努力，尋找更可持續的工作方式。同時，本集團繼續在可持續發展方面取得進展，以其三大優先事項為基礎，即為一個淨零碳排放、有利自然、公平及包容的世界作出貢獻。其亦有實現宏大目標，在二零二三年獲得B Corp認證。

前景

展望未來，本集團對二零二三財年下半年持謹慎樂觀態度。宏觀經濟環境仍不明朗，當前的不利因素將持續甚至加劇。尤其是持續通貨膨脹正導致其業務所有部分的成本影響。

然而，本集團在面對各種宏觀經濟挑戰方面具有良好韌力。其仍然高度專注於大型節慶取得良好成績，繼續充分致力於利用其品牌的內在優勢，實現可持續增長及盈利。

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二零二二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。

於截至二零二二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（「企業管治守則」）的所有適用守則條文：

企業管治守則的守則條文第C.6.3條規定公司秘書應向主席及行政總裁匯報。

本公司的公司秘書Karl Guénard先生(「**Guénard先生**」)常駐於盧森堡。Guénard先生過往向本集團的前財務總監兼執行董事Thomas Levilion先生(「**Levilion先生**」)匯報。Levilion先生自二零二二年七月一日由執行董事調任為非執行董事後，Guénard先生目前向本集團主席Reinold Geiger先生匯報，本公司已遵守企業管治守則的守則條文第C.6.3條。

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二零二二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

截至二零二二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、出售或贖回本公司任何上市證券。

一般資料

本集團截至二零二二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合交易所有限公司(「**香港聯交所**」)網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(group.loccitane.com)公佈。中期報告將於適當時候寄發予本公司股東，並可在香港聯交所網站(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，二零二二年十一月二十八日

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)、Karl Guénard(公司秘書)及Séan Harrington先生(ELEMIS行政總裁)；非執行董事為Thomas Levilion先生；及獨立非執行董事為Valérie Bernis女士、Charles Mark Broadley先生、劉文思女士及吳植森先生。

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。