

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)

截至二零一八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 1,319,400,000 歐元，按固定匯率計算，增長 4.6%，按匯報匯率計算，微跌 0.3%。
- 毛利率維持 83.3% 的高水平。
- 經營溢利及純利分別為 141,000,000 歐元及 96,500,000 歐元，均較去年下降，下降的部分原因為受不利的匯兌影響及美國稅務改革的後果。即使受到不利的匯兌影響，經營利潤率為 10.7%。
- 鑒於現金淨額狀況仍然穩健，達 297,700,000 歐元，董事會建議提高派息率至 45% (去年為 35%)，建議末期股息為每股 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」) 截至二零一八年三月三十一日止年度 (「二零一八年財政年度」) 的經審核合併全年業績連同截至二零一七年三月三十一日止年度 (「二零一七年財政年度」) 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	二零一八年 千歐元	二零一七年 千歐元	變動 百分比
銷售淨額	2	1,319,366	1,323,177	-0.3
銷售成本		(220,968)	(220,751)	0.1
毛利		1,098,398	1,102,426	-0.4
佔銷售淨額百分比		83.3%	83.3%	
分銷開支		(639,457)	(621,883)	2.8
營銷開支		(179,195)	(170,908)	4.8
研發開支		(17,548)	(15,622)	12.3
一般及行政開支		(123,048)	(127,862)	-3.8
採用權益法入賬的分佔合營公司 溢利／(虧損)		150	(27)	655.6
其他收益淨額	3	1,687	2,188	-22.9
經營溢利	4	140,987	168,312	-16.2
財務成本淨額	5	(806)	(819)	-1.6
匯兌(虧損)／收益		(4,222)	1,100	-483.8
除所得稅前溢利		135,959	168,593	-19.4
所得稅開支	6	(39,453)	(36,239)	8.9
年度溢利		96,506	132,354	-27.1
下列人士應佔：				
本公司權益擁有人		96,313	131,910	-27.0
非控股權益		193	444	-56.5
總計		96,506	132,354	-27.1
實際稅率		29.0%	21.5%	
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		0.066	0.090	-26.7
攤薄		0.066	0.090	-26.7
計算每股盈利所用股份數目				
基本	7	1,460,682,471	1,462,720,221	-0.1
攤薄	7	1,461,891,614	1,463,878,454	-0.1

合併財務狀況表

於	附註	二零一八年 三月三十一日 千歐元	二零一七年 三月三十一日 千歐元
資產			
物業、廠房及設備淨額		175,920	172,357
商譽		226,646	138,676
無形資產淨額		76,556	56,677
遞延所得稅資產		62,882	80,058
其他非流動應收款項		40,253	41,449
非流動資產		582,257	489,217
存貨淨額	9	156,479	138,096
應收貿易賬款淨額	10	109,401	107,983
其他流動資產		68,485	55,162
衍生金融工具		155	153
現金及現金等價物		385,712	452,751
流動資產		720,232	754,145
總資產		1,302,489	1,243,362
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		(105,376)	(66,125)
保留盈利		649,189	598,845
權益擁有人應佔股本及儲備		930,973	919,880
非控股權益		7,828	465
總權益		938,801	920,345
借貸		80,595	70,572
遞延所得稅負債		3,473	3,973
其他財務負債		13,158	5,603
其他非流動負債		31,743	31,405
非流動負債		128,969	111,553
應付貿易賬款	11	125,455	102,429
薪金、工資、相關社交項目及其他稅項負債		68,785	64,339
流動所得稅負債		5,532	9,496
借貸		7,434	2,468
其他流動負債		17,330	18,024
衍生金融工具		493	442
其他負債及費用撥備		9,690	14,266
流動負債		234,719	211,464
權益及負債總額		1,302,489	1,243,362
流動資產淨額		485,513	542,681
總資產減流動負債		1,067,770	1,031,898

合併財務報表附註

1. 編製基準

本集團的合併財務報表已按國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製。

本集團截至二零一八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。

從地理角度而言，管理層評估不同國家的表現。

2.1. 經營分部

二零一八年財政年度

	直銷 千歐元	轉售 千歐元	其他對賬項目 千歐元	總計 千歐元
銷售淨額	987,788	331,578	—	1,319,366
佔總額百分比	74.9%	25.1%	—	100.0%
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／(虧損)	—	—	150	150
其他(虧損)／收益淨額	797	(91)	981	1,687
	<u>279,797</u>	<u>169,106</u>	<u>(307,916)</u>	<u>140,987</u>
經營溢利	279,797	169,106	(307,916)	140,987
佔銷售淨額百分比	<u>28.3%</u>	<u>51.0%</u>	<u>不適用</u>	<u>10.7%</u>

二零一七年財政年度

	直銷 千歐元	轉售 千歐元	其他對賬項目 千歐元	總計 千歐元
銷售淨額	992,512	330,665	—	1,323,177
佔總額百分比	75.0%	25.0%	—	100.0%
毛利	871,032	231,394	—	1,102,426
佔銷售淨額百分比	87.8%	70.0%	—	83.3%
分銷開支	(515,732)	(57,394)	(48,757)	(621,883)
營銷開支	(54,853)	(10,622)	(105,433)	(170,908)
研發開支	—	—	(15,622)	(15,622)
一般及行政開支	13	—	(127,875)	(127,862)
分佔共同經營(虧損)	—	—	(27)	(27)
其他(虧損)/收益淨額	136	(105)	2,157	2,188
	<u>300,596</u>	<u>163,273</u>	<u>(295,557)</u>	<u>168,312</u>
經營溢利	300,596	163,273	(295,557)	168,312
佔銷售淨額百分比	<u>30.3%</u>	<u>49.4%</u>	<u>不適用</u>	<u>12.7%</u>

2.2. 地理區域

銷售淨額乃根據發單附屬公司所在的國家而分配。

千歐元	二零一八年財政年度		二零一七年財政年度	
	總計	佔總額百分比	總計	佔總額百分比
日本	218,932	16.6%	238,795	18.0%
美國	172,160	13.0%	171,198	12.9%
中國	159,118	12.1%	139,012	10.5%
香港 ⁽¹⁾	124,584	9.4%	124,329	9.4%
法國	102,177	7.7%	100,478	7.6%
盧森堡 ⁽²⁾	67,301	5.1%	65,907	5.0%
巴西	60,208	4.6%	56,509	4.3%
英國	59,837	4.5%	64,816	4.9%
俄羅斯	50,493	3.8%	48,973	3.7%
台灣	39,433	3.0%	41,555	3.1%
其他國家	265,123	20.1%	271,605	20.5%
銷售淨額	<u>1,319,366</u>	<u>100%</u>	<u>1,323,177</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. 出售資產溢利／(虧損)淨額

	二零一八年 財政年度 千歐元	二零一七年 財政年度 千歐元
出售資產的收益／(虧損)淨額	432	(30)

4. 經營溢利

經營溢利乃扣除下列項目後得出：

	二零一八年 財政年度 千歐元	二零一七年 財政年度 千歐元
僱員福利開支	385,098	379,576
租金及佔用	234,954	240,777
已耗原材料及易耗品	113,599	98,342
製成品及在製品的存貨變動	(13,822)	2,623
廣告成本	142,739	134,715
專業費用	90,638	80,383
折舊、攤銷及減值	64,309	66,746
運輸開支	51,713	52,400
核數師酬金	1,574	1,677
其他開支	109,412	99,787
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	1,180,216	1,157,026

5. 財務成本淨額

	二零一八年 財政年度 千歐元	二零一七年 財政年度 千歐元
現金及現金等價物利息	2,207	2,222
財務收入	2,207	2,222
利息開支：		
— 借貸	(2,366)	(2,149)
— 融資租賃	(97)	(110)
— 財務負債折價回撥	(550)	(782)
財務成本	(3,013)	(3,041)
財務成本淨額	(806)	(819)

6. 稅項

所得稅開支組成部分如下：

	二零一八年 財政年度 千歐元	二零一七年 財政年度 千歐元
即期所得稅	(28,323)	(42,402)
遞延所得稅	(11,130)	6,163
所得稅開支總額	<u>(39,453)</u>	<u>(36,239)</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>135,809</u>	<u>168,620</u>
按企業稅率(於二零一八年三月三十一日及 二零一七年三月三十一日的盧森堡稅率 分別為26.01%及27.08%)計算所得稅	(35,324)	(45,662)
外國不同稅率的影響	5,343	13,842
稅率變動	(5,484)	(881)
未確認稅項資產的影響	(1,588)	(630)
不可扣稅開支	(1,118)	(1,034)
未分派稅項盈利的影響	(1,246)	(1,529)
確認過往未確認稅項資產	499	—
最低稅務付款	(535)	(345)
所得稅開支	<u>(39,453)</u>	<u>(36,239)</u>

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二零一八年財政年度本公司權益擁有人應佔溢利96,300,000歐元(二零一七年財政年度則為131,900,000歐元)，以及截至二零一八年三月三十一日止年度已發行股份加權平均數1,460,682,471股(基本)及1,461,891,614股(攤薄)以及截至二零一七年三月三十一日止年度1,462,720,221股(基本)及1,463,878,454股(攤薄)為基準計算。

8. 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45.0%。

擬派末期股息金額乃以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)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	二零一八年 千歐元	二零一七年 千歐元
原材料及供應物料	24,784	22,120
製成品及在製品	140,528	127,856
存貨總額	165,312	149,976
減：撥備	(8,833)	(11,880)
存貨淨額	<u>156,479</u>	<u>138,096</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	二零一八年 千歐元	二零一七年 千歐元
即期及逾期3個月內	108,816	107,585
逾期3至6個月	449	363
逾期6至12個月	47	1
逾期超過12個月	89	34
應收貿易賬款淨額	<u>109,401</u>	<u>107,983</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	二零一八年 千歐元	二零一七年 千歐元
即期及逾期3個月內	123,591	101,406
逾期3至6個月	1,036	339
逾期6至12個月	801	7
逾期超過12個月	27	677
應付貿易賬款	<u>125,455</u>	<u>102,429</u>

管理層討論與分析

概要：

	二零一八年 財政年度 百萬歐元 或百分比	二零一七年 財政年度 百萬歐元 或百分比
銷售淨額	1,319.4	1,323.2
經營溢利	141.0	168.3
年內溢利	96.5	132.4
毛利率	83.3%	83.3%
經營溢利率	10.7%	12.7%
淨利潤率	7.3%	10.0%
經營產生的現金流入淨額	170.3	194.1

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區域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

二零一八年財政年度，本集團的銷售淨額達1,319,400,000歐元，按固定匯率計算增長4.6%。受到不利的外匯匯率影響，按報告匯率計算的銷售淨額較去年微跌0.3%。於二零一七年財政年度，本公司出售Le Couvent des Minimes，並於二零一六年九月進行了L'Occitane au Brésil過時產品的一次性買賣。此外，LimeLife by Alcone（「LimeLife」，前稱LimeLight by Alcone）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。撇除Le Couvent des Minimes、該一次性買賣及LimeLife，本集團按可比基礎計算的銷售增長處於3.7%的穩健水平。

於二零一八年財政年度，直銷及轉售分部的銷售淨額分別佔總銷售淨額74.9%及25.1%，撇除外匯換算影響，分別增加4.8%及4.0%。本公司增加零售點總數，由二零一七年三月三十一日的3,037間，增加248間或8.2%至二零一八年三月三十一日的3,285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二零一七年三月三十一日的1,514間增加至二零一八年三月三十一日的1,555間，淨增41間自營店，或2.7%。淨開設自營店包括位於亞太區5間、位於美洲32間以及位於歐洲及南非4間。本集團加快新興品牌的擴張，淨開設45間店舖（包括28間重新分類為自營零售店的L'Occitane au Brésil店）。於二零一八年三月底，新興品牌合共擁有140間自營店（Melvita：55間、L'Occitane au Brésil：78間及Erborian：7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1.7%、12.4%及4.0%。按地區而言，中國、美國、巴西及香港是整體增長的主要貢獻市場。

業務分部

下表載列於二零一八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

按年增長	增長 千歐元	增長 百分比	增長 ⁽²⁾ 百分比	對整體 增長的貢獻 ⁽²⁾ 百分比
直銷	(4,723)	(0.5)	4.8	78.4
可比較店舖	(22,133)	(3.2)	1.7	19.6
不可比較店舖及其他 ⁽¹⁾	17,410	6.0	12.4	58.9
轉售	912	0.3	4.0	21.6
整體增長	<u>(3,811)</u>	<u>(0.3)</u>	<u>4.6</u>	<u>100.0</u>

(1) 其他包括網上商城、郵購及其他服務銷售。

(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74.9%，達987,800,000歐元，較二零一七年財政年度減少0.5%，按固定匯率計算，增長為4.8%。該增長乃來自可比較店舖以及不可比較店舖及其他作出的貢獻。於二零一八年財政年度淨增設41間自營店舖，包括於巴西淨增設43間(其中42間為L'Occitane au Brésil店)；於日本淨增設10間(包括7間Melvita店)及於其他國家增設7間自營店舖。於美國，本集團已按計劃淨關閉11間店舖。於中國，由於租約屆滿及表現欠佳而淨關閉5間店舖(包括3間Melvita店)。於台灣及俄羅斯分別淨關閉4間及1間店舖。

於二零一八年財政年度，直銷分部對整體增長貢獻78.4%，主要來自不可比較店舖及其他，其由中國及韓國的網上商城平台以及過去兩年內開設的新店舖及翻新的店舖所推動。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19.2%，相當於直銷銷售總額的13.7%。本集團於二零一八年財政年度的同店銷售增長進一步改善至1.7%，而截至二零一七年十二月三十一日止九個月的同店銷售增長為1.4%，主要受中國的強勁增長以及香港、法國、英國、美國、俄羅斯及其他國家的同店銷售趨於穩定所推動。

轉售

於二零一八年財政年度，轉售業務分部佔本集團總銷售的25.1%，達331,600,000歐元，較二零一七年財政年度增加0.3%，而按固定匯率計算，增幅為4.0%。轉售分部對整體增長貢獻21.6%。按可比基礎計算的增長為7.0%。增長主要受旅遊零售、B2B、網上合作夥伴及分銷商渠道的蓬勃發展所推動。

地區

下表呈列按地區劃分於二零一八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)：

	銷售淨額增長						對整體	
	二零一八年財政年度與二零一七年財政年度的比較						增長的貢獻 ⁽¹⁾	
	二零一八年財政年度		二零一七年財政年度		增長	增長	增長 ⁽¹⁾	增長的貢獻 ⁽¹⁾
	千歐元	百分比	千歐元	百分比	千歐元	百分比	百分比	百分比
日本	218,932	16.6	238,795	18.0	(19,862)	(8.3)	0.1	0.2
香港 ⁽²⁾	124,584	9.4	124,329	9.4	255	0.2	8.3	17.0
中國	159,118	12.1	139,012	10.5	20,106	14.5	20.5	46.6
台灣	39,433	3.0	41,555	3.1	(2,122)	(5.1)	(3.3)	(2.2)
法國	102,177	7.7	100,478	7.6	1,699	1.7	1.7	2.8
英國	59,837	4.5	64,816	4.9	(4,979)	(7.7)	(3.5)	(3.7)
美國	172,160	13.0	171,198	12.9	962	0.6	8.8	24.6
巴西	60,208	4.6	56,509	4.3	3,698	6.5	11.3	10.5
俄羅斯	50,493	3.8	48,973	3.7	1,520	3.1	3.6	2.9
其他國家 ⁽³⁾	332,425	25.2	337,513	25.5	(5,088)	(1.5)	0.2	1.4
所有國家	1,319,366	100.0	1,323,177	100.0	(3,811)	(0.3)	4.6	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) 包括盧森堡的銷售額。

下表載列二零一八年財政年度與二零一七年財政年度相比，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⁾			
	二零一八年		二零一七年		不可比較店鋪	可比較店鋪	所有店鋪	同店銷售 增長百分比 ⁽²⁾
	二零一八年 三十一日期間 三月三十一日	年初至三月 三十一日期間 淨開設店鋪	二零一七年 三十一日期間	年初至三月 三十一日期間 淨開設店鋪				
日本 ⁽³⁾	144	10	134	11	7.2	0.7	7.9	0.3
香港 ⁽⁴⁾	34	—	34	(2)	(2.9)	0.8	(2.2)	1.5
中國 ⁽⁵⁾	197	(5)	202	15	3.5	22.9	26.4	15.1
台灣 ⁽⁶⁾	52	(4)	56	1	(0.5)	(1.1)	(1.6)	(2.7)
法國 ⁽⁷⁾	82	2	80	(1)	4.6	(1.8)	2.8	(2.9)
英國	74	—	74	(1)	(0.9)	0.2	(0.8)	0.2
美國	196	(11)	207	(10)	(8.2)	(4.5)	(12.7)	(2.7)
巴西 ⁽⁸⁾	166	43	123	31	6.3	2.7	9.0	4.5
俄羅斯 ⁽⁹⁾	103	(1)	104	1	0.8	0.2	1.0	0.4
其他國家 ⁽¹⁰⁾	507	7	500	6	(0.2)	(0.5)	(0.6)	(0.2)
所有國家⁽¹¹⁾	1,555	41	1,514	51	9.7	19.6	29.2	1.7

(1) 指所示地區及期間不可比較店鋪、可比較店鋪及所有店鋪佔整體銷售淨額增長的百分比。

(2) 撇除外匯換算影響。

(3) 包括分別於二零一七年三月三十一日及二零一八年三月三十一日的26間及33間Melvita店。

(4) 包括於二零一七年三月三十一日在澳門的2間L'Occitane店及在香港的10間Melvita店，以及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。

(5) 包括分別於二零一七年三月三十一日及二零一八年三月三十一日的10間及7間Melvita店。

(6) 包括於二零一七年三月三十一日的1間Erborian店。

(7) 包括於二零一七年三月三十一日及二零一八年三月三十一日的3間Melvita店及1間Erborian店。

(8) 包括分別於二零一七年三月三十一日及二零一八年三月三十一日的36間及78間L'Occitane au Brésil店。

(9) 包括分別於二零一七年三月三十一日及二零一八年三月三十一日的2間及5間Erborian店。

(10) 包括於二零一七年三月三十一日的5間Melvita店及1間Erborian店，以及於二零一八年三月三十一日的4間Melvita店及1間Erborian店。

(11) 包括於二零一七年三月三十一日的54間Melvita店、36間L'Occitane au Brésil店及5間Erborian店，以及於二零一八年三月三十一日的55間Melvita店、78間L'Occitane au Brésil店及7間Erborian店。

日本

於二零一八年財政年度，日本的銷售淨額為218,900,000歐元，較二零一七年財政年度下降8.3%。按當地貨幣計算，增長為0.1%。其表現受財政年度下半年低迷的零售市場、關閉兩間表現欠佳的大型店舖以及去年的高基數所影響。按當地貨幣計算，直銷銷售增長為0.1%，同店銷售增長為0.3%。日本亦終止郵購業務，惟已被網絡直銷渠道強勁的雙位數增長抵銷。有賴強勁的同店銷售增長及近期開設新店，Melvita依然保持雙位數的增長。於二零一八年財政年度，淨開設10間店舖，其中包括7間Melvita店。因電視購物及批發銷售下降，而網上合作夥伴及B2B發展強勁，令轉售銷售額持平。

香港

於二零一八年財政年度，香港的銷售淨額為124,600,000歐元，較二零一七年財政年度上升0.2%。按固定匯率計算，增長為8.3%，對整體增長貢獻17.0%。按固定匯率計算，直銷分部增長為-2.9%，但同店銷售恢復至1.5%的穩健增長。香港零售市場於二零一八年財政年度下半年出現反彈，本地及中國遊客客戶情況均有所改善。蠟菊極致再生精華油的产品活動成功推動銷售及平均客單價。在區內蓬勃的旅遊零售業務帶動下，按固定匯率計算，轉售銷售額增長15.6%。

中國

於二零一八年財政年度，中國的銷售淨額為159,100,000歐元，較二零一七年財政年度增長14.5%。按固定匯率計算，增長為20.5%，對整體增長貢獻46.6%。按固定匯率計算，直銷銷售增長為21.6%，同店銷售增長為15.1%，網上商城增長為75.0%。得益於與藝人鹿晗合作成功的市場推廣活動，將L'Occitane的吸引力擴大至年輕消費者，全年線上線下銷售勢頭依然強勁。櫻花系列的增長尤為強勁，其中部分需求更於該地區內其他市場及旅遊零售渠道浮現。於二零一八年財政年度末，有197間店舖，即淨關閉5間店舖。因來自B2B、百貨商店及網上合作夥伴的貢獻，轉售渠道亦取得良好業績。

台灣

於二零一八年財政年度，台灣的銷售淨額較二零一七年財政年度下跌5.1%至39,400,000歐元，按固定匯率計算，則下跌3.3%。在充滿挑戰和競爭的零售市場的背景之下，直銷下降主要由於在二零一八年財政年度關閉4間店舖及同店銷售負增長所致。轉售下降乃由於B2B銷售疲弱。然而，台灣仍然為本集團回購率最高的市場之一，而新產品系列Aqua Réotier於二零一八年財政年度最後一個月錄得令人鼓舞的初步表現。與此同時，本集團在二零一八年財政年度下半年完善了電子商務平台與客戶關係管理之間的接口，為我們台灣的尊貴客戶帶來更優越的全渠道體驗做好準備。

法國

於二零一八年財政年度，法國的銷售淨額為102,200,000歐元，較二零一七年財政年度增加1.7%，對整體增長貢獻2.8%。按可比基礎計算(Le Couvent des Minimes除外)，增長為4.6%。增長受到直銷及轉售以及所有品牌帶動。下半年零售情況好轉，得益於旅遊銷售的復甦、新Aqua Réotier產品推出後的良好表現以及La Vallée Village與Forum des Halles等新店舖及翻新店舖的出色業績。本集團亦高興看到巴黎香榭麗舍大街概念旗艦店的開幕引起熱議且提升品牌形象。按可比基礎計算，轉售銷售額增長5.4%，主要受到批發、網上合作夥伴及B2B的推動。

英國

於二零一八年財政年度，英國的銷售淨額為59,800,000歐元，較二零一七年財政年度減少7.7%。按固定匯率計算，增長為-3.5%。直銷銷售下降0.9%。零售銷售受到市場低迷的影響，加上關閉部分表現欠佳的店舖以及裝修期間損失銷售。然而，受惠於電子商務的穩健發展，同店銷售增長為0.2%。倫敦攝政街的旗艦店亦以獨特的店內特色及體驗為客戶創造了驚喜。轉售銷售減少12.1%，主要由於去年電視購物渠道的基數較高。B2B及網上合作夥伴錄得雙位數增長。

美國

於二零一八年財政年度，美國的銷售淨額為172,200,000歐元，較二零一七年財政年度增加0.6%。按固定匯率計算，增長為8.8%，對整體增長貢獻24.6%。按可比基礎計算的增長(LimeLife除外)為-4.1%。按固定匯率計算，年末直銷銷售額(LimeLife除外)與二零一七年財政年度相比為-4.9%，此乃主要由於按照理順店舖的計劃關閉11間表現欠佳的店舖。儘管上半年的市場環境艱難，但得益於與Rifle Paper Co.合作的乳木果系列，及Friends & Family以及「Refer a Friend」等成功的活動，在二零一八年財政年度下半年，零售銷售額呈現增長，同店銷售增長更轉為正數。隨著網上合作夥伴及電視購物渠道取得令人鼓舞的增長，轉售渠道增長1.2%。

巴西

於二零一八年財政年度，巴西的銷售淨額為60,200,000歐元，較二零一七年財政年度增長6.5%。按固定匯率計算，增長為11.3%，對整體增長貢獻10.5%。儘管市場在複雜的政治環境下滿佈挑戰，但得益於L'Occitane au Brésil的雙位數增長，本集團於直銷及轉售分部均實現了強勁的增長。由於來自穩健的同店銷售增長4.5%及於今年和去年開設的店舖的貢獻，按固定匯率計算，直銷增長12.2%。電子商務趨勢依然穩固，錄得中雙位數的增幅。轉售增長7.1%，主要來自L'Occitane au Brésil的分銷商。L'Occitane au Brésil於同店銷售、電子商務及分銷方面取得強勁增長。於二零一八年財政年度，有43間淨開設店舖，包括28間L'Occitane au Brésil店(基於銷售表現出色，已由臨時售貨亭重新分類為自營零售店)。於二零一八年財政年度末，巴西的166間自營零售店包括88間L'Occitane en Provence及78間L'Occitane au Brésil店。

俄羅斯

於二零一八年財政年度，俄羅斯的銷售淨額為50,500,000歐元，較二零一七年財政年度增長3.1%。按固定匯率計算，增長為3.6%，對整體增長貢獻2.9%。在競爭激烈且促銷氣氛濃厚的環境下，零售市場依然艱難。由於電子商務的蓬勃發展，同店銷售增長略為正數，直銷增長1.4%。然而，轉售仍然穩健，增長13.0%，主要來自B2B、批發及網上合作夥伴的貢獻。Erborian令人鼓舞的發展亦有助於平淡市場取得增長。於二零一八年財政年度末，共有103間自營零售店，其中包括5間Erborian店。

其他國家

於二零一八年財政年度，其他國家(包括盧森堡)的銷售淨額為332,400,000歐元，按固定匯率計算，增長為0.2%，對整體增長貢獻1.4%。按可比基礎計算(Le Couvent des Minimes及關於L'Occitane au Brésil的一次性買賣除外)，增長為1.9%。直銷分部增長0.5%，同店銷售增長基本持平。澳洲、馬來西亞及墨西哥的增長良好。轉售(按可比基礎計算)增長4.7%，主要受益於歐洲及美洲的分銷商、B2B及旅遊零售。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

於二零一八年財政年度，銷售成本增加200,000歐元至221,000,000歐元，增幅為0.1%。毛利率保持83.3%，反映了以下因素：

- 生產及貨運成本減少，佔0.6個百分點；
- 有利的價格及產品組合影響，佔0.3個百分點；及
- 過時產品及其他因素，佔0.3個百分點。

毛利率上升被不利的匯兌(「匯兌」)影響(佔0.7個百分點)、不利的品牌組合(佔0.2個百分點)、更多使用迷你產品及包裝袋(「MPPs」)及包裝盒(佔0.2個百分點)以及自一般及行政開支重新分類(佔0.1個百分點)所抵銷。

分銷開支

於二零一八年財政年度，分銷開支增加17,600,000歐元至639,500,000歐元，增幅為2.8%。按佔銷售淨額百分比計算，分銷開支增加1.5個百分點至48.5%。此成本百分比提高乃由於以下各項所致：

- 在艱難的零售環境下，租金及人員成本槓桿降低，佔1.1個百分點；
- 旗艦店的一次性開業前成本，佔0.4個百分點；
- 不利的品牌組合，佔0.1個百分點；

- 於亞洲中央倉庫的投資，佔0.1個百分點；及
- 自一般及行政開支重新分類及捨入，約佔0.2個百分點。

成本不斷上漲的不利狀況部分被以下因素抵銷：

- 網上渠道的較高增長及轉售渠道銷售的穩健增長，形成有利的渠道組合，佔0.4個百分點。

營銷開支

於二零一八年財政年度，營銷開支增加8,300,000歐元至179,200,000歐元，增幅為4.8%。按佔銷售淨額百分比計算，營銷開支增加0.7個百分點至佔銷售淨額的13.6%。增加乃由於以下各項所致：

- 在主要國家對名人、具影響力人物及廣告的投資，佔1.1個百分點；
- 不利的匯兌影響，佔0.1個百分點；及
- 自一般及行政開支重新分類，另外佔0.1個百分點。

營銷開支的部分上升主要由銷售額較高的新興品牌(佔0.3個百分點)，以及有利的品牌及渠道組合(另外佔0.3個百分點)帶來的槓桿效應所抵銷。

研發開支

於二零一八年財政年度，研究及發展(「研發」)開支增加1,900,000歐元至17,500,000歐元，增幅為12.3%，主要由於L'Occitane en Provence品牌的新項目投資增加及不利的匯率所致。該等額外投資佔銷售淨額的百分比為0.1個百分點，導致研發開支佔銷售淨額的1.4%。

一般及行政開支

於二零一八年財政年度，一般及行政開支減少4,800,000歐元至123,000,000歐元，降幅為3.8%。一般及行政開支佔銷售淨額的百分比減少0.4個百分點至9.3%。此改善主要來自以下各項：

- 若干IT開支重新分類至其他開支類別，佔0.4個百分點；
- 精簡組織架構帶來更高的槓桿作用，合共佔0.3個百分點；及
- 有利的品牌組合，佔0.1個百分點。

部分的改善被增加的IT投資(佔0.3個百分點)及不利的外匯匯率影響(佔0.1個百分點)所抵銷。

其他收益及虧損

於二零一八年財政年度，其他收益為1,600,000歐元(即研究開支的稅項抵免加店舖關閉的收益淨額)。於二零一七年財政年度，其他收益淨額為2,200,000歐元，包括出售Le Couvent des Minimés品牌的溢利。

經營溢利

於二零一八年財政年度，經營溢利減少27,300,000歐元至141,000,000歐元，降幅為16.2%。經營溢利率下降至10.7%，降幅佔銷售淨額的2.0個百分點。經營溢利率下降的原因為：

- 不利的匯兌影響，佔1.1個百分點；
- 疲弱的零售銷售額令槓桿降低，佔0.6個百分點；
- 於推出新產品及節日期間加大在主要國家對名人、具影響力人物及廣告的投資，合共佔1.3個百分點；
- 新旗艦店的一次性開業前成本，佔0.4個百分點；及
- 投資基礎設施，包括IT及亞洲中央倉庫，合共佔0.4個百分點。

此乃部分被以下各項所抵銷：

- 更高的生產效率、貨運成本及行政槓桿，佔0.9個百分點；
- 在網絡及轉售渠道發展的推動下，有利的渠道組合，佔0.6個百分點；及
- 有利的價格及產品組合，佔0.3個百分點；

財務成本淨額

於二零一八年財政年度，財務成本淨額為800,000歐元，與二零一七年財政年度持平。

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

於二零一八年財政年度，外幣虧損淨額為4,200,000歐元(二零一七年財政年度：收益淨額為1,100,000歐元)，包括3,100,000歐元已實現虧損及1,100,000歐元未實現虧損。

已實現虧損主要來自年內公司間貿易及往來賬結算所致，尤其是人民幣、港元、俄羅斯盧布及韓圓，部分則被日圓、瑞士法郎及澳元的收益所抵銷。未實現虧損主要來自年末將外幣銀行及公司間融資結餘兌換為歐元，而於二零一八年三月底歐元兌多種外幣的匯率較於二零一七年三月底的有關匯率相對較強，導致集團層面的該等外幣結餘的未實現匯兌虧損（主要與美元、澳元、瑞士法郎及日圓有關）部分被港元、巴西雷亞爾及人民幣的未實現收益所抵銷。

所得稅開支

實際稅率由二零一七年財政年度的21.5%增加至二零一八年財政年度的29.0%，上升7.5個百分點，此乃由於以下各項所致：

- 稅率變化的一次性影響，主要由於美國稅務改革，導致美國遞延稅項資產貶值，佔4.1個百分點；
- 不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2.5個百分點；及
- 其他影響，佔0.9個百分點。

年內溢利

鑒於上述原因，於二零一八年財政年度的溢利較二零一七年財政年度減少35,800,000歐元至96,500,000歐元，降幅為27.1%。於二零一八年財政年度的每股基本及攤薄盈利均下降26.7%至0.066歐元（二零一七年財政年度：0.090歐元）。於二零一八年財政年度，計算每股盈利時所用基本及攤薄股份數目分別為1,460,682,471股及1,461,891,614股（二零一七年財政年度：基本1,462,720,221股及攤薄1,463,878,454股）。

資產負債表及現金流量回顧

流動資金及資本資源

於二零一八年三月三十一日，本集團的現金及現金等價物為385,700,000歐元，於二零一七年三月三十一日則為452,800,000歐元。於二零一八年三月三十一日，未提取借貸融資的總額為332,400,000歐元。於二零一八年三月三十一日，借貸總額（包括融資租賃負債、與非控股權益及關聯方的往來賬及銀行透支）達88,000,000歐元，而於二零一七年三月三十一日的借貸總額為73,000,000歐元，該增加主要由於提取更多的循環銀行融資。

現金流量表概要

截至三月三十一日止年度	二零一八年 千歐元	二零一七年 千歐元
除稅前溢利(經調整非現金項目)	202,111	233,246
營運資金變動	1,926	635
已付所得稅	(33,703)	(39,753)
經營活動產生的現金流入淨額	170,334	194,128
投資活動產生的現金(流出)淨額	(202,728)	(52,045)
(負)／正自由現金流量	(32,394)	142,083
融資活動產生的現金(流出)淨額	(35,104)	(110,466)
匯率變動的影響	459	(3,684)
現金、現金等價物及銀行透支(減少)增加淨額	(67,039)	27,933

年內產生的負自由現金流量為32,400,000歐元，主要是由於投資活動產生的現金流出淨額自去年的52,000,000歐元增加至今年的202,700,000歐元所致。現金流出淨額遞增乃因收購LimeLife的股份及於旗艦店、工廠生產線及各項IT項目的投資所致。於二零一八年財政年度，融資活動產生的現金流出淨額達35,100,000歐元，較二零一七年財政年度減少75,400,000歐元，該減少的部分原因為向台灣附屬公司的非控股股東購回股份的付款以及於二零一七年財政年度償還的借款淨額，導致二零一八年財政年度的借款增加。

投資活動

二零一八年財政年度，投資活動所用的現金淨額為202,700,000歐元，而二零一七年財政年度則為52,000,000歐元，增加150,700,000歐元。二零一八年財政年度的投資活動主要與以下各項有關：

- 進一步收購於業務及財務資產，主要是LimeLife，合共價值109,800,000歐元。
- 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62,100,000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16,400,000歐元；及
- 添置資訊科技軟件、牌照及設備所用的14,000,000歐元，包括各國的工廠、伺服器中心、辦公室及店舖的電腦硬件及伺服器升級。

融資活動

二零一八年財政年度融資活動所用的現金淨額為35,100,000歐元(二零一七年財政年度：110,500,000歐元－因收購台灣少數股東權益動用36,600,000歐元及償還借貸淨額14,400,000歐元而受影響)。年內所用現金淨額主要反映以下各項：

- 年內支付末期股息46,300,000歐元；
- 購買庫存股份合共4,400,000歐元；及
- 用作附屬公司層面現金需求的借貸淨額16,800,000歐元。

存貨

下表概述於所示期間的平均存貨周轉天數：

	二零一八年 財政年度	二零一七年 財政年度
平均存貨周轉天數 ⁽¹⁾	243	227

⁽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18,400,000歐元至二零一八年三月三十一日的156,500,000歐元，增幅為13.3%。然而，存貨周轉天數增加16天的原因如下：

- 亞洲中央倉庫的產品儲備，佔7天；
- 計入LimeLife，佔6天；
- 若干附屬公司(即巴西、日本及中國)的存貨增加，佔6天；
- 廠房的原材料增加，佔3天；及
- 存貨撥備減少，佔2天。

存貨周轉天數的增加部分由有利匯率減輕，佔8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：

	二零一八年 財政年度	二零一七年 財政年度
應收貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	30	28

⁽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。

二零一八年財政年度應收貿易賬款周轉天數較二零一七年財政年度增加2天，周轉天數增加至30天。該增加主要由於轉售及直銷賬戶中的應收賬款增加所致。

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：

	二零一八年 財政年度	二零一七年 財政年度
應付貿易賬款的周轉天數 ⁽¹⁾	188	161

⁽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乃主要由於工廠、中國、法國及美國的應付貿易賬款增加所致。

資產負債表比率

二零一八年財政年度已動用資本回報為15.1%，較二零一七年財政年度減少9.5個百分點，該減少乃由於除稅後經營溢利淨額減少27.0%，而已動用資本則增加18.6%（因營運資金及非流動資產增加）。於二零一七年三月三十一日至二零一八年三月三十一日，股權擁有人應佔資本及儲備增加11,200,000歐元。相較去年，年底按相對強勁的歐元兌換產生重大外匯儲備撥備而導致應佔資本及儲備增加。隨後股權回報率受到影響並於二零一八年財政年度下降至10.3%。

本集團維持高淨現金水平以及穩健流動資金及資本充足比率。資產負債比率微升至6.8%，主要由於用作附屬公司層面融資需求的借貸淨額增加所致。

		二零一八年 財政年度	二零一七年 財政年度
盈利能力			
除稅後經營溢利淨額 ⁽¹⁾	千歐元	97,078	132,997
已動用資本 ⁽²⁾	千歐元	641,118	540,634
已動用資本回報 ⁽³⁾		15.1%	24.6%
股權回報 ⁽⁴⁾		10.3%	14.3%
流動資金			
流動比率(倍) ⁽⁵⁾		3.1	3.6
速動比率(倍) ⁽⁶⁾		2.4	2.9
資本充足			
資產負債比率 ⁽⁷⁾		6.8%	5.9%
債權比率 ⁽⁸⁾		現金淨額狀況	現金淨額狀況

- (1) $(\text{經營溢利} + \text{外匯淨收益或虧損}) \times (1 - \text{實際稅率})$
- (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) $(\text{流動資產} - \text{存貨}) / \text{流動負債}$
- (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。於二零一八年三月三十一日，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300,000歐元。於二零一八年三月三十一日，未結算的遠期外匯衍生工具的名義本金額主要為出售22,800,000歐元等值日圓、16,100,000歐元等值人民幣、4,800,000歐元等值英鎊、2,400,000歐元等值泰銖及2,300,000歐元等值美元。

股息

於二零一七年六月十二日舉行的董事會會議上，董事會建議派付每股0.0316歐元的股息，相當於股息總額46,200,000歐元，或本公司股權擁有人應佔純利的35.0%。末期股息金額按於二零一七年六月十二日已發行的1,462,720,221股股份(不包括14,244,670股庫存股份)計算。本公司股東(「股東」)已於二零一七年九月二十七日舉行的會議上批准該股息。股息已於二零一七年十月十九日派付。

本集團維持穩健的經營現金流量，且收購LimeLife時能以自行融資方式支付大部分款項。基於現金狀況穩健，董事會欣然建議將分派比率由本公司股權持有人應佔純利的35%增加至45%，總末期股息為每股0.0297歐元(「末期股息」)。股息總額為43,400,000歐元。

末期股息以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)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

於二零一八年財政年度，本集團繼續專注於實施以實現長期增長的策略，即吸引顧客體驗核心品牌的魅力、提供非凡的線上及線下顧客體驗及提高營運效率。這三管齊下的策略有助本集團實現穩健增長，為本集團成為可負擔高端板塊的領導天然品牌做好進一步準備。

儘管外匯逆風依舊，主要市場零售環境挑戰重重，二零一八年財政年度仍錄得穩健的表現。本集團在新興市場表現強勁，線上渠道亦繼續穩步向前。

無縫及非凡的全渠道顧客體驗

本集團重視以無縫及互補的方式在線上及線下渠道與顧客建立長期關係。儘管實體店面仍對顧客熟悉產品及品牌不可或缺，但向線上零售轉移已成不可逆轉的趨勢。

本集團繼續將實體店網絡重新定向，以為顧客提供更加難忘的購物體驗。該策略的重點之一是「陽光概念」，旨在將L'Occitane靈感來源地普羅旺斯的精髓帶入店舖。陽光概念在保留使用本集團的標誌性黃色的同時，賦予店面現代化元素及更簡易的購物體驗。自主要市場的首家陽光概念試點門店獲得珍貴的反饋及可改進之處後，本集團正修改及調整該概念，以作未來翻新之用。

年內，本集團亦在主要城市開設數家備受矚目的旗艦店，以進一步激發顧客對核心品牌L'Occitane en Provence的熱情。其中最受矚目的旗艦店86 Champs開設在本集團的本土市場法國，名字取自其在巴黎的地址Avenue des Champs-Élysées。該獨一無二的旗艦店是與法國著名糕點大師Pierre Hermé合作開設的概念店。第二間旗艦店開設在倫敦攝政街，特色服務包括雕刻、禮品包裝、定制信息以及手及手臂按摩。第三間旗艦店開設在多倫多約克戴爾購物中心，為顧客提供沉浸式的數碼體驗及關聯購物模式，並已入選2018 World Retail Awards決賽名單。

這些旗艦店在表現L'Occitane en Provence品牌身份時思路一致的同時，各旗艦店均提供令顧客著迷的獨特元素及體驗。

於二零一八年財政年度，本集團仍然選擇性地擴展店舖網絡，年內淨增設41間店舖，自營店舖總數達1,555家。新增店舖主要為新興品牌，在經甄選市場開設(即L'Occitane au Brésil品牌店、在日本開設的Melvita品牌店及在俄羅斯開設的Erborian品牌店)。除旗艦店外，本集團亦於日本、澳洲及歐洲的精選位置開設L'Occitane en Provence店舖，並理順美國的店舖網絡，以適應不斷變化的消費者行為。同時，本集團翻新153間店舖，加入更多數碼化特色及店內科技，提升形象並帶動更多返回客流。

為實現打造流暢的線上及線下顧客之旅的目標，本集團於二零一八年財政年度上線新的電商網站，新網站更易用、對手機用戶更兼容並加入特別美容建議部分及自動補充訂購服務等特色內容，部分市場還設有「網購店取」功能，轉化率因此有所提升。

以策略性及皇牌產品提高品牌吸引力

於二零一八年財政年度，本集團繼續集中資源在所有國家及銷售渠道同步推出更少但規模更大的產品發佈活動。這些策略性產品包括重新推出的蠟菊極致再生精華油及全新 Aqua Réotier 系列，大大提高了本集團在面部護理產品類別的關注度及聲譽，並有效地令現有顧客的消費升級，同時亦吸引了新顧客，尤其是年輕顧客。

展望未來，本集團將繼續專注於這些皇牌或標誌性產品，同時與不僅產生銷量，亦產生人氣及忠誠度的經典暢銷產品及限量產品之間取得平衡。

創新市場推廣 – 品牌聯合及名人活動

具創新性的品牌聯合及品牌大使活動亦是本集團成功提高於主要市場的品牌知名度及流行度的有力支撐。

該成功在中國尤其明顯，本集團聘請當地名人鹿晗開展品牌大使活動，受益於其代言，線上及線下銷售在整個年度內保持亮麗，本集團因而錄得強勁的業績。該活動亦令大中華區的其他市場獲益。該活動的成功凸顯本集團對新興市場新一代線上消費者的了解。

另一項成功舉措是本集團與生活品牌 Rifle Paper Co. 合作若干產品的包裝，以精美的手繪設計凸顯產品的植物淵源。該限量版產品系列在多個市場獲得廣泛的關注，尤其在美國，是該市場在二零一八年財政年度第四季度錄得正數的同店銷售增長的主要推動因素之一。此外，靈感來自法國復古品牌 Citroën H 的輕型貨車及本集團的標誌性黃色的 L'Occi Truck 亦作為展示產品的移動互動站在北美上路。該兩項舉措表明即使在競爭激烈及挑戰重重的零售市場，本集團也有能力挖掘顧客需求。

本集團繼續擴大與美容及視頻博客的合作，以瞄準新一代消費者，同時加大對社交媒體平台(包括中國的微信、日本的 Line 及韓國的 Kakao Talk)的使用力度。

多品牌策略取得驕人成績

本集團新興品牌 Melvita、L'Occitane au Brésil 及 Erborian 於二零一八年財政年度的表現顯著造好，各品牌均錄得雙位數的增長。該增長主要表現於對價格合理的優質產品有強烈需求的日本、法國及巴西市場。

收購 LimeLife 為本集團於二零一八年財政年度涉足彩妝領域的關鍵一步。該品牌業績增長斐然，銷售額於過去曆年增長逾三倍。LimeLife 現已走出美國市場，積極向外擴展，以相同的可擴展及可控制直銷模式，分別於二零一八年三月及二零一八年六月登陸加拿大及英國。該品牌正引領本集團探索開拓新產品系列之餘亦保持盈利之路。

本集團將持續尋求符合其多品牌策略的其他潛在投資及併購機會，以促進其非核心品牌貢獻的增長。

提高營運效率及靈活性

本集團於二零一八年財政年度進一步優化其管理架構及營運，以控制成本及提高效率。其於新加坡開設的亞洲中央配送中心為區域市場帶來更優越的產品分配、提高向分銷商及附屬公司的配送靈活度，以及繼續提供幾乎全部海運服務及例如配套、質量控制及加標籤等其他增值服務。本集團計劃於下個財政年度在歐洲推出類似的中央配送中心。

與此同時，本集團巴西工廠的建設進展順利。預期其不僅有利於 L'Occitane au Brésil 品牌的生產效率，於下個財政年度開始營運後亦將帶來可觀的稅項優惠。

本集團亦繼續實施價格管制及折扣策略以保護及加強其品牌誠信、定位及盈利能力，同時尋求更多優化營運的方法。

不遺餘力奉獻社會及履行環境責任

本集團十分重視其於自然環境及社會中肩負的角色。L'Occitane 一直珍惜令其深受啟發之地的天然資源，並旨在對供應商及僱員等圍繞集團的各方帶來正面影響。

本集團在促進公平貿易與工藝、保護生物多樣性、減用塑料，並積極防範預防性失明，在有關範疇的善心舉措，本集團深感自豪。透過 L'Occitane 基金會，本集團與聯合國兒童基金會、奧比斯、美國國際開發署 (USAID)、RONGEAD 及 Global Shea Alliance (GSA) 等非政府組織及機構合作。本集團亦持續努力實現其二零二零年目標，將營運轉換為 100% 可再生能源。本集團於法國的全線生產基地及自營店現時均全面採用可再生能源，且目前正著手應用於美國及英國的店舖，探索使其主要附屬公司脫離使用二氧化碳排放能源的方式。

有關本集團於社會責任及環境可持續性方面的更多資料，請參閱其年度「環境、社會及管治」報告。

前景

展望二零一九年財政年度，本集團將持續透過凸顯其產品真實故事及根源的嶄新店面、極具創意的市場營銷活動及新產品提升吸引力。其全新Aqua Réotier系列，及將於二零一八年九月推出的新皇牌產品，預期將進一步提升本集團於面部護理方面的形象及聲譽。

為專注於提高客戶參與度及統一化其全渠道體驗，本集團正投資於更強大及更靈活的在線平台，設有智能預測及訂單管理等功能。本集團亦透過中央數據管理及綜合現有渠道，不懈地深入研究對客戶了解，將為提高客戶盈利能力的關鍵(從吸引客戶到保持忠誠度)。本集團近期亦改善其會員計劃並於西班牙試行。除購買積分外，優秀客戶將獲得獨家體驗及驚喜，務求將客戶與品牌建立感情、加強親密度及參與度。本集團亦於亞洲推出相關計劃，逐步為尊貴客戶推出升級版的客戶關係管理(CRM)界面，以便在線使用店內積分。

同時，本集團將繼續投資於發展新興品牌，作為其多品牌策略的一部分。本集團將主力開拓LimeLife的國際業務，以捕捉「社交商務」以及彩妝分部的急速增長。本集團亦正培育其他新興品牌，特別在日本的Melvita、美國及俄羅斯的Erborian以及L'Occitane au Brésil。例如，Melvita近期推出的新店舖形象，賦予品牌更時尚的外觀並為客戶提供更豐富的體驗。本集團最近亦為品牌於天貓(TMall)推出新專門店，以更有效的方式於中國市場建立品牌知名度。L'Occitane au Brésil近期於護髮類別中推出三個產品系列。

通過新公司架構，本集團以管理層及持份者之間的利益更為一致營運。在本集團常務董事的領導下，本集團將發揮其企業家精神，並利用數碼技術，在保持盈利能力的同時實現長遠的增長目標。

本集團目標明確，並抱著將資源集中於主要市場及產品的決心，將繼續為股東取得盈利增長及持久價值。

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，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，包括審閱本集團於二零一八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二零一八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。

於整個二零一八年財政年度，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Sylvain 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先生與Geiger先生在所有重要董事會事務上密切合作。Hoffmann先生與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。

本公司聯席公司秘書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。本公司另一聯席公司秘書莫明慧女士(「莫女士」)常駐於香港。莫女士履行所有公司秘書的職責時與Guénard先生協調。

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，全體董事確認已於二零一八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

於二零一八年財政年度，本公司以總金額39,453,723港元在香港聯交所購回合共2,583,250股股份。於二零一七年六月及二零一七年十一月購回之股份已分別於二零一七年九月二十七日及二零一八年三月二十九日轉撥為庫存股份。

於二零一八年財政年度購回的股份詳情載列如下：

購回月份	購回的 股份數目	每股已付價格		已付總代價 (港元)
		最高 (港元)	最低 (港元)	
二零一七年六月	1,284,750	16.14	15.62	20,365,960.68
二零一七年十一月	1,298,500	15.00	14.54	19,087,762.35

根據本公司的僱員購股權計劃，年內轉出合共545,500股庫存股份。

於二零一八年三月三十一日，本公司持有16,282,420股庫存股份。

除上文所披露者外，於二零一八年財政年度，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。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於二零一八年九月二十日(星期四)至二零一八年九月二十六日(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二零一八年九月二十六日(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二零一八年九月十九日(星期三)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，該等末期股息將於二零一八年十月十九日(星期五)派付予於二零一八年十月九日(星期二)(「股息記錄日期」)名列本公司股東名冊的股東。為釐定收取末期股息的資格，本公司將於二零一八年十月三日(星期三)至二零一八年十月九日(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，所有過戶文件連同相關股票須於二零一八年十月二日(星期二)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。

刊登末期業績及二零一八年財政年度年報

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

本公司將於二零一八年九月二十六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)

Thomas Levilion (集團財務及行政管理部副總經理)

Karl Guénard (聯席公司秘書)

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，二零一八年六月十一日

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。