

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)

截至二零二三年九月三十日止六個月 中期業績公告

摘要

- 本集團的銷售淨額按固定匯率計算增加24.9%，超過10億歐元，主要得益於Sol de Janeiro的強勁增長以及L'OCCITANE en Provence的可觀增長，尤其是在中國的增長。
- 毛利率維持在78.3%的高位，儘管與去年同期相比下跌1.9個百分點，主要由於Sol de Janeiro及ELEMIS等批發銷售佔比較高的品牌的銷售貢獻較高。
- 經營溢利達76,800,000歐元，較去年同期減少11.8%。這主要由於本集團大幅增加在戰略性市場及渠道中為主要品牌配置的營銷投資。
- 在管理基礎上，撇除於合營企業及聯營公司的虧損／溢利，二零二四財年上半年的經營溢利率為8.4%，較二零二三財年上半年管理層經營溢利率下跌3.1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」)截至二零二三年九月三十日止六個月(「二零二四財年上半年」)的合併中期業績連同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	二零二三年 千歐元	二零二二年 千歐元	% 變動
銷售淨額	2	1,072,024	900,505	19.0
銷售成本		(232,109)	(178,229)	30.2
毛利		839,915	722,276	16.3
佔銷售淨額百分比		78.3%	80.2%	
分銷開支		(391,722)	(353,072)	10.9
營銷開支		(237,475)	(160,620)	47.8
研發開支		(11,334)	(10,169)	11.5
一般及行政開支		(114,069)	(96,341)	18.4
其他經營收入	3	2,232	3,467	(35.6)
其他經營開支	4	(2,321)	(14,437)	(83.9)
使用權益法入賬的分佔聯營公司及 合營企業溢利／(虧損)	5	(8,464)	(4,073)	107.8
經營溢利		76,762	87,031	(11.8)
財務收入	7	2,651	1,064	149.2
財務成本	7	(26,388)	(15,528)	69.9
匯兌收益／(虧損)		(2,282)	(896)	154.7
除所得稅前溢利		50,743	71,671	(29.2)
所得稅開支	8	(11,113)	(7,781)	42.8
期內溢利		39,630	63,890	(38.0)
下列人士應佔：				
本公司權益擁有人		34,033	61,832	(45.0)
非控股權益		5,597	2,058	172.0
總計		39,630	63,890	(38.0)
實際稅率		21.9%	10.9%	
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		0.023	0.042	(45.0)
攤薄		0.023	0.042	(45.0)
計算每股盈利所用股份數目				
基本	9	1,472,169,550	1,471,333,800	0.1
攤薄	9	1,474,324,900	1,473,647,433	0.0

中期合併綜合收益表

截至九月三十日止六個月

二零二三年
千歐元

二零二二年
千歐元

期內溢利	39,630	63,890
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	(4,988)	(4,215)
其後可重新分類至損益的項目		
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*	35,467	124,367
其後可重新分類至損益的總項目	30,479	130,957
期內其他綜合收益(除稅)	30,479	130,957
期內綜合收益總額	70,109	194,847
下列人士應佔：		
本公司權益擁有人	63,550	183,261
非控股權益	6,559	11,586
期內綜合收益總額	70,109	194,847

* 貨幣換算差額主要由美元產生，尤其是有關商譽、商標及使用權資產。

中期合併資產負債表

於	附註	二零二三年 九月三十日 千歐元	二零二三年 三月三十一日 千歐元
資產			
物業、廠房及設備		129,728	125,234
使用權資產		260,046	271,656
商譽		910,593	893,542
無形資產		499,972	490,188
遞延所得稅資產		107,335	84,966
使用權益法入賬的投資		40,126	66,124
其他非流動資產		70,622	76,636
非流動資產		2,018,422	2,008,346
存貨	11	390,951	317,197
應收貿易賬款	12	297,827	256,553
其他流動資產		125,038	84,740
衍生金融工具		609	2,337
現金及現金等價物		104,040	147,255
流動資產		918,465	808,082
總資產		2,936,887	2,816,428
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		(596,222)	(368,342)
保留盈利		1,108,115	1,120,146
本公司權益擁有人應佔股本及儲備		899,053	1,138,964
非控股權益		53,094	48,037
總權益		952,147	1,187,001
借貸		312,969	324,819
租賃負債		182,790	193,309
其他財務負債		589,257	338,650
其他非流動負債		29,314	22,343
遞延所得稅負債		99,814	99,488
非流動負債		1,214,144	978,609
應付貿易賬款	13	265,408	210,103
薪金及稅項負債		110,580	98,461
流動所得稅負債		17,088	25,424
借貸		212,195	194,040
租賃負債		85,213	82,393
衍生金融工具		1,846	248
撥備		3,273	3,683
其他流動負債		74,993	36,466
流動負債		770,596	650,818
權益及負債總額		2,936,887	2,816,428
流動資產/(負債)淨額		147,869	157,264
總資產減流動負債		2,166,291	2,165,610

主要中期財務報表附註

1. 編製基準

截至二零二三年九月三十日止六個月期間(「截至二零二三年九月三十日止期間」)的本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二零二三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二零二三年三月三十一日止年度的年度合併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。

其他新訂及經修訂準則

下列於二零二三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。

- 會計政策披露 — 國際會計準則第1號之修訂要求實體披露其「重大會計政策資料」，而非其重大會計政策。該等修訂界定重大會計政策資料的意思，並解釋如何識別會計政策資料何時屬於重大。其進一步釐清，不重大會計政策資料無需披露，且如披露，不應掩蔽重大會計政策資料。
- 會計估計定義 — 國際會計準則第8號之修訂釐清公司應如何區分會計政策變動及會計估計變動。區分有關變動十分重要，原因乃會計估計變動預期應用於未來交易及其他未來事件，而會計政策變動一般追溯應用於過往交易及其他過往事件以及目前期間。
- 與單一交易產生的資產及負債相關的遞延稅項 — 國際會計準則第12號之修訂要求公司就初始確認時產生相等的應課稅及可扣稅暫時差異的交易確認遞延稅項。其一般適用於承租人確認的租賃及退役義務等交易，並需要確認額外的遞延稅項資產及負債。於二零二四年三月三十一日的合併財務報表中，本集團將分別披露有關租賃負債的遞延稅項資產及有關使用權資產的遞延稅項負債。

下列於二零二三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有重大影響。

- 國際稅務改革 — 第二支柱規則範本 — 國際會計準則第12號之修訂為因實施第二支柱規則範本而產生的遞延稅款的會計處理提供臨時減免。於二零二一年十二月，經濟合作暨發展組織發佈第二支柱規則範本，以改革國際公司稅，確保全球收入超過750,000,000歐元的跨國企業支付最低實際公司稅率15%。就本集團而言，第二支柱規則範本應自二零二五財年起適用。本集團目前正努力計量該改革的影響，並協調必要程序，以確保履行其義務。於二零二四年三月三十一日的合併財務報表，本集團將披露有關第二支柱影響的質化及量化資料。

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及行政總裁，彼等負責分配資源及評估經營分部業績。

主席及行政總裁主要審閱本集團的內部報告以便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。
- Sol de Janeiro — 銷售Sol de Janeiro品牌下各類香氛、護膚品、護髮產品及身體護理產品。銷售主要透過客戶通過其網站(「零售」及「線上」渠道)及多家優質零售商、網上商城及百貨店(「批發及其他」渠道)驅動。
- 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(「批發及其他」渠道)驅動。
- 其他品牌 — 銷售Erborian、L'OCCITANE au Brésil、Grown Alchemist、LimeLife及Melvita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(「零售」、「線上」及「批發及其他」渠道)，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。

管理層使用銷售淨額及經營溢利／(虧損)計量來評估經營分部的表現。其他資料(包括按分部劃分的資產及負債)並無定期提供予主要營運決策者。

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／(虧損)。經營分部資料如下：

截至二零二三年九月三十日 止六個月 千歐元	L'OCCITANE en Provence	Sol de Janerio	ELEMIS	其他品牌	總計
銷售淨額	595,638	269,988	109,156	97,242	1,072,024
所佔百分比	55.6%	25.2%	10.2%	9.1%	100.0%
毛利	496,114	189,408	82,837	71,556	839,915
佔銷售淨額百分比	83.3%	70.2%	75.9%	73.6%	78.3%
分銷開支	(276,385)	(41,249)	(32,559)	(41,529)	(391,722)
營銷開支	(129,026)	(50,699)	(30,351)	(27,399)	(237,475)
研發開支	(7,741)	(1,184)	(1,190)	(1,219)	(11,334)
一般及行政開支	(73,453)	(18,345)	(11,685)	(10,586)	(114,069)
使用權益法入賬的分佔聯營公司 及合營企業溢利／(虧損)	(8,464)	—	—	—	(8,464)
其他經營收入	2,022	—	—	210	2,232
其他經營開支	(2,321)	—	—	—	(2,321)
經營溢利／(虧損)	746	77,931	7,052	(8,967)	76,762
佔銷售淨額百分比	0.1%	28.9%	6.5%	(9.2)%	7.2%

截至二零二二年九月三十日 止六個月 千歐元	L'OCCITANE en Provence	Sol de Janeiro	ELEMIS	其他品牌	總計
銷售淨額	610,322	94,605	105,118	90,460	900,505
所佔百分比	67.8%	10.5%	11.7%	10.0%	100.0%
毛利	513,643	64,556	78,036	66,041	722,276
佔銷售淨額百分比	84.2%	68.2%	74.2%	73.0%	80.2%
分銷開支	(274,183)	(7,512)	(27,282)	(44,095)	(353,072)
營銷開支	(95,262)	(19,745)	(26,720)	(18,893)	(160,620)
研發開支	(7,230)	(279)	(969)	(1,691)	(10,169)
一般及行政開支	(66,181)	(10,105)	(11,704)	(8,351)	(96,341)
使用權益法入賬的分佔聯營公司 及合營企業溢利／(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	26,915	11,380	(6,636)	87,031
佔銷售淨額百分比	9.1%	28.4%	10.8%	(7.3)%	9.7%

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：

截至九月三十日止六個月 千歐元	二零二三年		二零二二年	
	總計	所佔百分比	總計	所佔百分比
亞太地區	371,361	34.6%	370,280	41.1%
包括中國	134,862	12.6%	117,380	13.0%
美洲	442,381	41.3%	280,990	31.2%
包括美國	389,920	36.4%	231,753	25.6%
歐洲、中東及非洲	258,282	24.1%	249,235	27.7%
銷售淨額	1,072,024	100.0%	900,505	100.0%

3. 其他經營收入

截至九月三十日止六個月	二零二三年 千歐元	二零二二年 千歐元
出售Duolab International SARL之收益淨額	1,320	—
政府補助	675	552
資產出售溢利	210	372
其他項目	27	843
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
總計	2,232	3,467

4. 其他經營開支

截至九月三十日止六個月	二零二三年 千歐元	二零二二年 千歐元
出售CAPSUM之虧損淨額	(1,993)	—
出售資產虧損	(328)	—
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)
重新分類貨幣換算差額前出售L'Occitane Russia的資本虧損	—	(3,632)
總計	(2,321)	(14,437)

5. 使用權益法入賬的分佔聯營公司及合營企業溢利／(虧損)

截至九月三十日止六個月	二零二三年 千歐元	二零二二年 千歐元
Good Glamm Group	(11,404)	(4,759)
CAPSUM	468	406
L'Occitane Middle East	2,472	280
總計	(8,464)	(4,073)

6. 折舊、攤銷及減值

截至九月三十日止六個月	二零二三年 千歐元	二零二二年 千歐元
折舊、攤銷及減值	76,711	76,816

7. 財務收入及成本

截至九月三十日止六個月	二零二三年 千歐元	二零二二年 千歐元
現金及現金等價物利息	2,651	1,064
財務收入	2,651	1,064
出售L'Occitane Russia的所得款項公平值變動	(8,645)	(7,885)
利息開支	(13,546)	(4,088)
租賃負債的已付／應付利息及財務費用	(4,197)	(3,555)
財務成本	(26,388)	(15,528)
財務成本淨額	(23,737)	(14,464)

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：

	二零二三年 千歐元	二零二二年 千歐元
除所得稅前溢利(撇除於聯營公司及合營企業的溢利／(虧損))	59,207	74,044
按企業稅率(於二零二三年及二零二二年九月三十日的盧森堡稅率為24.94%)計算的所得稅	(14,766)	(18,467)
外國不同稅率的影響	9,714	19,132
未確認稅項資產的影響	(6,472)	(8,199)
不可扣減開支	(1,552)	(1,335)
未分派稅項盈利的影響	1,963	1,088
所得稅(開支)	(11,113)	(7,781)

9. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以截至二零二三年九月三十日止六個月本公司權益擁有人應佔溢利34,000,000歐元(截至二零二二年九月三十日止六個月則為61,800,000歐元)以及截至二零二三年九月三十日止期間及截至二零二二年九月三十日止期間已發行股份加權平均數分別1,472,169,550(基本)及1,474,324,900(攤薄)以及1,471,333,800(基本)及1,473,647,433(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二零二三年九月三十日止六個月的溢利作出任何分派。

11. 存貨

存貨包括以下各項：

	二零二三年 九月三十日 千歐元	二零二三年 三月三十一日 千歐元	二零二二年 九月三十日 千歐元
原材料及供應物料	64,884	55,104	44,423
製成品及在製品	354,695	285,379	282,071
存貨總額	419,579	340,483	326,494
減：撥備	(28,628)	(23,286)	(16,990)
存貨	390,951	317,197	309,504

12. 應收貿易賬款

於各結算日應收貿易賬款按到期日劃分的賬齡分析如下：

	二零二三年 九月三十日 千歐元	二零二三年 三月三十一日 千歐元	二零二二年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	278,490	236,155	249,967
逾期3至6個月	13,726	15,333	3,660
逾期6至12個月	5,408	3,464	4,867
逾期超過12個月	5,039	6,104	3,434
減：呆賬撥備	(4,836)	(4,503)	(5,197)
應收貿易賬款	297,827	256,553	256,731

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按到期日劃分的賬齡分析如下：

	二零二三年 九月三十日 千歐元	二零二三年 三月三十一日 千歐元	二零二二年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	261,795	208,063	212,613
逾期3至6個月	1,762	812	397
逾期6至12個月	1,051	32	797
逾期超過12個月	800	1,196	2,203
應付貿易賬款	265,408	210,103	216,010

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
	二零二三年 百萬歐元 或%	二零二三年 百萬歐元 或%	二零二二年 百萬歐元 或%	二零二二年 百萬歐元 或%
銷售淨額	1,072.0	1,072.0	904.5	900.5
經營溢利	89.7	76.8	104.1	87.0
期內溢利	不適用	39.6	不適用	63.9
毛利率(佔銷售淨額百分比)	78.3%	78.3%	80.3%	80.2%
經營溢利率(佔銷售淨額百分比)	8.4%	7.2%	11.5%	9.7%
淨利潤率(佔銷售淨額百分比)	不適用	3.7%	不適用	7.1%

(1) 管理層二零二三年一將匯報業績撇除於合營企業及聯營公司(Good Glamm Group及CAPSUM)的虧損/溢利，以進行合適比較。管理層相信該等成本與去年同期的管理層業績相比應予以撇除。

(2) 管理層二零二二年一將匯報業績撇除特殊項目，包括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。其他一次性項目，即於合營企業及聯營公司(Good Glamm Group及CAPSUM)的虧損/溢利，亦已撇除以進行合適比較。銷售淨額包括Sol de Janeiro品牌重新分類網上商城渠道中的銷售以適當記錄直銷銷售價值。管理層認為，此管理層版本能更真實地反映二零二二年的營運表現。

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重大季節因素差異，本集團在第三財政季度(十月一日至十二月三十一日期間)聖誕節假期之前並在該假期的期間，銷售額顯著增加。截至二零二二年九月三十日止期間，該期間產生銷售額佔本集團截至二零二三年三月三十一日止年度(「二零二三財年」)的年度銷售額的42.2%，而該期間的經營溢利佔本集團二零二三財年的年度經營溢利的36.4%。該等比率不能代表截至二零二四年三月三十一日止年度(「二零二四財年」)預計的銷售額及經營溢利。

季節因素亦對生產時間表及營運資金的使用構成影響。本集團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。

收益分析

本集團於二零二四財年上半年的匯報銷售淨額為1,072,000,000歐元，較二零二三財年上半年的匯報銷售淨額900,500,000歐元按匯報匯率計算增長19.0%。Sol de Janeiro於二零二三財年上半年修訂銷售額，乃由於重新分類網上商城渠道中的銷售額，因此本集團於二零二三財年上半年的可比較銷售淨額為904,500,000歐元。收益分析使用經修訂數據作為比較基礎。因此，本集團按匯報匯率計算錄得銷售增長18.5%或按固定匯率計算增長24.9%，而二零二三財年上半年的銷售淨額為904,500,000歐元。截至二零二三年九月三十日止三個月(「二零二四財年第二季」)的銷售額按匯報匯率計算增長17.1%或按固定匯率計算增長25.3%。儘管市場環境艱難，有關增長主要由Sol de Janeiro出色表現以及L'OCCITANE en Provence穩步增長，尤其中國市場復甦趨勢推動。

本集團的零售地點總數由二零二三年三月三十一日的2,774個增加至二零二三年九月三十日的3,292個，增加518個地點或18.7%。自營零售店數量由二零二三年三月三十一日的1,362間增加至二零二三年九月三十日的1,364間，增加2間或0.1%。於二零二三年九月底，1,364間自營店按品牌劃分的明細及與二零二三年三月底相比的變動如下：L'OCCITANE en Provence (1,234間；-2)、Melvita (34間；-1)、Erborian (2間；無)、L'OCCITANE au Brésil (68間；+3) 及ELEMIS (26間；+2)。

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：

	二零二四財年 上半年 百萬歐元	二零二三財年 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 %
L'OCCITANE en Provence	595.6	610.3	(2.4)	3.5
ELEMIS	109.2	105.1	3.8	7.6
Sol de Janeiro ⁽¹⁾	270.0	98.6	173.9	188.8
其他 ⁽²⁾	97.2	90.5	7.5	10.7
總計	1,072.0	904.5	18.5	24.9

⁽¹⁾ Sol de Janeiro於二零二三財年的季度銷售修訂如下：第一季度42,600,000歐元(+1,800,000歐元)及第二季度56,000,000歐元(+2,100,000歐元)，乃由於重新分類網上商城渠道中的銷售額以適當記錄直銷銷售價值。

⁽²⁾ 其他包括LimeLife、Melvita、Erborian、L'OCCITANE au Brésil及Grown Alchemist。

本集團於二零二四財年上半年維持穩健的銷售勢頭。L'OCCITANE en Provence於二零二四財年上半年表現穩定，按固定匯率計算增長3.5%，主要由於中國的雙位數銷售增長。中國的穩健增長由於專注於面部護理、身體護理及頭髮護理等主要產品類別的額外營銷投資。該品牌針對高價值身體護理暢銷產品的靈活產品策略，旨在提高平均每宗銷售額，有助於彌補線下渠道的人流下降。最近在中國推出的網上商城渠道抖音亦吸引了新的線上流量。撇除本集團於二零二二年六月在俄羅斯撤資，該品牌於二零二四財年上半年按固定匯率計算錄得4.8%的銷售增長。

ELEMIS於二零二四財年上半年按固定匯率計算增長7.6%。於二零二四財年第二季，ELEMIS在英國及美國的整體銷售額下降，與管理層的預期一致，原因是該品牌繼續實施高端化策略。這導致該品牌於二零二四財年第二季按固定匯率計算的銷售額下降2.4%。在英國，ELEMIS按計劃減少對若干網絡合作夥伴的投資，策略性地帶動其電子商務渠道的流量，實現雙位數增長。同時，由於訂單付運時間轉移至二零二四年財年下半年，美國受到海運業務預期短缺的影響。撇除海運渠道，美國國內業務於二零二四財年第二季按固定匯率計算增長18.3%。兩個市場的電子商貿渠道繼續增長良好，並持續專注於減少折扣深度及次數，與策略相符。ELEMIS在中國取得良好進展，二零二四財年上半年的銷售增長超過200%，此乃由於加快社交媒體渠道的營銷投資，以推動其全球暢銷產品之一骨膠原卸妝膏(Pro-Collagen Cleansing Balm)。

Sol de Janeiro繼續保持強勁的銷售勢頭，按固定匯率計算增長188.8%，於二零二四財年上半年達到270,000,000歐元的銷售額，超過二零二三財年的年度銷售額。該品牌在所有地區均錄得三位數增長，此乃由於夏季銷售活動非常成功，以及同樣受到追捧的核心產品及新產品。

於二零二四財年上半年，其他品牌按固定匯率計算合共錄得10.7%的穩健增長。Erborian及L'OCCITANE au Brésil表現尤其出色，於二零二四財年上半年分別按固定匯率計算增長44.3%及35.7%。於二零二四財年上半年，Melvita的銷售額跌幅收窄至單位數百分比，而LimeLife則繼續低迷，跌幅超過20%。

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：

	二零二四財年 上半年 百萬歐元	二零二三財年 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 ⁽¹⁾ %
亞太地區	371.4	371.1	0.1	9.2	4.4
美洲	442.4	284.1	55.7	63.6	15.8
歐洲、中東及非洲	258.3	249.2	3.6	4.1	4.1
總計	1,072.0	904.5	18.5	24.9	7.8

⁽¹⁾ 撇除俄羅斯(本集團於二零二三財年撤資)。

本集團的地區銷售組合仍頗為平衡。美洲為最大地區，佔本集團銷售額41.3%。亞太地區為第二大地區，佔銷售淨額34.6%，而歐洲、中東及非洲則佔餘下24.1%。就單一市場而言，美國為最大市場，佔本集團銷售淨額的36.4%，主要由於Sol de Janeiro快速增長。第二大市場為中國，佔12.6%，其次為英國，佔7.6%。

於二零二四財年上半年，美洲繼續按固定匯率計算以63.6%帶領增長，有關增長主要受Sol de Janeiro於美國表現所帶動。亞太地區於二零二四財年上半年按固定匯率計算增長9.2%。此乃主要由於L'OCCITANE en Provence的貢獻及ELEMIS持續發展，致使中國按固定匯率計算大幅增長28.0%。於二零二四財年上半年，歐洲、中東及非洲按固定匯率計算增長4.1%，主要是由於Sol de Janeiro大幅增長及Erborian業績理想。撇除俄羅斯，歐洲、中東及非洲按固定匯率計算增長8.7%。

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：

	二零二四財年 上半年 百萬歐元	二零二三財年 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 %
零售	313.2	321.7	(2.6)	3.7
線上渠道	321.1	268.6	19.5	26.9
批發及其他	437.7	314.2	39.3	44.9
總計	1,072.0	904.5	18.5	24.9

於二零二四財年上半年，批發及其他帶領增長，按固定匯率計算增長44.9%，批發連鎖店及國際分銷均有強勁增長。此渠道佔本集團銷售淨額的40.8%，較去年同期的34.7%大幅增加，主要由於本集團的組合新增了新品牌，如ELEMIS及Sol de Janeiro，其批發銷售佔比較L'OCCITANE en Provence為高。

於二零二四財年上半年，線上渠道按固定匯率計算錄得26.9%的增長，主要由於Sol de Janeiro及ELEMIS的強勁表現，以及L'OCCITANE en Provence近期在中國推出的網上商城渠道所致。受惠於中國市況改善，零售銷售按固定匯率計算維持穩健增長3.7%。撇除俄羅斯，按固定匯率計算的零售增長為5.5%。

盈利能力分析

本節的所有分析乃基於二零二四財年上半年的匯報數字與二零二三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30.2%或53,900,000歐元至二零二四財年上半年的232,100,000歐元。毛利率減少1.9個百分點至二零二四財年上半年的78.3%，主要由於以下因素：

- 不利的品牌組合，佔2.0個百分點，主要由於Sol de Janeiro品牌的銷售佔比增加，原因是其批發銷售佔比較高；
- 不利的匯兌(「匯兌」)影響，佔0.5個百分點；
- 因流轉緩慢的產品增加導致報廢增加，佔0.3個百分點；
- 增加使用迷你產品及盒子，佔0.3個百分點；及
- 不利的渠道組合及工業成本上升，佔0.2個百分點。

毛利率惡化被以下因素部分抵銷：

- 本集團轉售客戶的商業條款改善，佔0.8個百分點；
- 提升價格，佔0.3個百分點；及
- 將銷售佣金重新分類至分銷開支，佔0.3個百分點。

分銷開支

分銷開支較去年同期增加10.9%或38,600,000歐元至二零二四財年上半年的391,700,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，分銷開支改善2.7個百分點至佔二零二四財年上半年銷售淨額的36.5%。此改善乃由於以下各項的綜合影響：

- 有利的品牌組合，佔5.6個百分點，主要由於分銷成本較低的Sol de Janeiro及Erborian品牌的份額增加；
- 銷售槓桿增加、渠道組合及匯兌，佔0.7個百分點；及
- 效率改善，此乃受益於網絡優化及較少翻新，以及運費減少，佔0.5個百分點。

此改善被以下因素部分抵銷：

- 於組織及員工、資訊科技及其他方面的投資增加，佔1.5個百分點；
- 成本增加，與轉售合作夥伴的佣金率上升有關，主要由於中國網上商城渠道的銷售增長及額外直播活動所致，佔1.2個百分點；
- 旅遊及娛樂(「旅遊及娛樂」)增加、去年的一次性正面影響(包括已收政府的COVID-19補貼及二零二二年三月進行的店舖租賃合約減值)及其他一次性項目，佔0.8個百分點；及
- 將銷售佣金由毛利重新分類及其他，佔0.6個百分點。

營銷開支

營銷開支較去年同期增加47.8%或76,900,000歐元至二零二四財年上半年的237,500,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，營銷開支增加4.4個百分點至佔二零二四財年上半年銷售淨額的22.2%。此增加乃基於以下因素：

- 加大對傳統及社交媒體的戰略營銷投資，佔4.0個百分點，其中：
 - 3.6個百分點乃由於L'OCCITANE en Provence品牌，其中2.2個百分點分配至中國，其專注主要產品類別以及為推出抖音，1.4個百分點分配至美國、日本、韓國及旅遊零售等其他主要策略市場及渠道；及
 - 0.4個百分點乃由於其他品牌，其中0.2個百分點分配至ELEMIS在中國專注於全球暢銷產品。
- 員工投資、薪金升幅及費用增加，佔0.7個百分點；及
- 品牌組合，佔0.7個百分點。

此增加被以下因素部分抵銷：

- 銷售槓桿增加，佔0.8個百分點；及
- 匯兌及渠道影響，佔0.2個百分點。

研發開支

研發(「研發」)開支較去年同期增加11.5%或1,200,000歐元至二零二四財年上半年的11,300,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，研發開支幾乎持平，於二零二四財年上半年維持在1.1%，主要由於銷售槓桿增加。

一般及行政開支

一般及行政開支較去年同期增加18.4%或17,700,000歐元至二零二四財年上半年的114,100,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，一般及行政開支減少0.1個百分點至二零二四財年上半年的10.6%。此減少乃基於以下因素：

- 銷售槓桿增加，佔2.1個百分點；及
- 有利的品牌組合及階段性影響，佔0.3個百分點。

此改善被以下因素幾乎全部抵銷：

- 花紅及獎勵增加，佔0.7個百分點；
- 營運成本較高，如薪金以及旅遊及娛樂增加，以及招聘費用及其他，佔0.7個百分點；
- 於組織及員工、資訊科技及其他方面的投資增加，佔0.7個百分點；及
- 匯兌，佔0.2個百分點。

其他經營收入／開支及分佔聯營公司及合營企業虧損淨額

於二零二四財年上半年，其他經營收入為2,200,000歐元，而二零二三財年上半年則為3,500,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，其他經營收入減少0.2個百分點至二零二四財年上半年的0.2%。去年收入乃主要與Good Glamm Group權益百分比變動產生的資本收益有關。

於二零二四財年上半年，其他經營開支為2,300,000歐元，而二零二三財年上半年則為14,400,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，其他經營開支減少1.4個百分點至二零二四財年上半年的0.2%。去年開支乃由於俄羅斯撤資的貨幣換算導致資本虧損。

於二零二四財年上半年，分佔聯營公司及合營企業虧損淨額為8,500,000歐元，而二零二三財年上半年則為4,100,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，二零二四財年上半年及二零二三財年上半年的比率分別為0.8%及0.5%。該惡化乃由於分佔Good Glamm Group的虧損增加，部分被本集團於中東的合營企業今年的溢利增加所抵銷，佔二零二四財年上半年銷售比率的0.2個百分點。

經營溢利

與去年同期相比，經營溢利減少11.8%或10,300,000歐元至二零二四財年上半年的76,800,000歐元，銷售淨額的經營溢利率減少2.5個百分點至7.2%。

經營溢利率減少是由於以下因素所致：

- 增加營銷及組織投資以維持品牌發展，佔7.0個百分點；
- 成本上漲及通脹，主要由於佣金率及供應鏈成本增加，佔1.6個百分點；
- 一次性項目，階段性影響及其他，佔1.2個百分點；
- 不利的匯兌影響，佔0.8個百分點；
- 非管理一次性項目，主要來自Good Glamm Group去年的資本收益及今年出售CAPSUM的虧損，佔0.4個百分點；及
- 分佔聯營公司及合營企業虧損擴大，主要來自Good Glamm Group，部分被L'Occitane Middle East所抵銷，佔0.3個百分點。

此減少被以下因素部分抵銷：

- 銷售額上升的固定成本槓桿，佔3.3個百分點；
- 品牌組合，主要受新品牌帶動，佔3.1個百分點；
- 本集團去年在俄羅斯的業務撤資，佔1.6個百分點；
- 由於轉售渠道反彈，渠道組合佔0.5個百分點；及
- 零售網絡效益、貨運及提升價格，被薪金增加及激勵增加所抵銷，佔0.3個百分點。

在管理基礎上，本年度的經營溢利率為8.4%（不包括Good Glamm Group及CAPSUM分佔虧損及出售CAPSUM的虧損，佔1.2個百分點），而去年的經營溢利率為11.5%（不包括本集團在俄羅斯的業務撤資、分佔Good Glamm Group及CAPSUM的虧損及Good Glamm Group的資本收益，佔1.9個百分點）。

財務成本淨額

於二零二四財年上半年，財務成本淨額為23,700,000歐元，較去年同期增加9,300,000歐元。財務成本增加主要是由於借貸利息開支相關的財務成本7,900,000歐元。

外幣收益／虧損

於二零二四財年上半年，外幣虧損淨額為2,300,000歐元，而二零二三財年上半年則為外幣虧損淨額900,000歐元。外幣虧損淨額包括已變現虧損2,900,000歐元及未變現收益1,300,000歐元。

外幣虧損淨額700,000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

於二零二四財年上半年，所得稅開支為11,100,000歐元，實際稅率為21.9%，而二零二三財年上半年的所得稅開支為7,800,000歐元，實際稅率為10.9%。倘撇除於聯營公司和合營企業的損益，二零二四財年上半年及二零二三財年上半年的實際稅率分別為18.8%及10.5%。所得稅開支及實際稅率增加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

二零二四財年上半年的純利較去年同期減少24,300,000歐元或38.0%至39,600,000歐元。每股基本及攤薄盈利為0.023歐元，均較去年同期每股盈利減少45.0%。

資產負債表回顧

流動資金及資本資源

於二零二三年九月三十日，本集團的現金及現金等價物為104,000,000歐元，而於二零二二年九月三十日為150,600,000歐元及於二零二三年三月三十一日為147,300,000歐元。

於二零二三年九月三十日，借貸總額(包括定期貸款、銀行借貸、循環貸款及其他借貸)為525,200,000歐元，而於二零二二年九月三十日為624,800,000歐元及於二零二三年三月三十一日為518,900,000歐元。截至二零二三年九月三十日止六個月，本集團借貸較截至二零二三年三月三十一日淨增加6,300,000歐元。

於二零二三年九月三十日，淨債務(包括租賃負債及應付股息)為735,200,000歐元，較二零二二年九月三十日的823,100,000歐元減少87,900,000歐元或10.7%。

於二零二三年九月三十日，未提取借貸融資總額為465,300,000歐元，而於二零二二年九月三十日為343,200,000歐元及於二零二三年三月三十一日為461,500,000歐元。

投資活動

二零二四財年上半年的投資活動所用現金淨額為21,000,000歐元，而去年同期為50,900,000歐元，減少29,900,000歐元。該減少乃由於以總代價25,000,000歐元出售CAPSUM(以權益法入賬)股份所致。

二零二四財年上半年的資本開支為28,700,000歐元，而去年同期為21,200,000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銷售點的其他有形資產11,300,000歐元；
- 投資生產線、倉庫及辦公室9,400,000歐元；
- 資訊科技設備、軟件及計劃7,900,000歐元；及
- 其他計劃及項目100,000歐元。

融資活動

於二零二四財年上半年，融資活動產生流出淨額61,300,000歐元，去年同期流出淨額為176,000,000歐元。本年度的流出淨額主要源於租賃付款之本金部分49,400,000歐元、收購非全資附屬公司非控股權益付款11,100,000歐元及淨償還借貸1,500,000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	二零二三年	二零二二年
平均存貨周轉天數 ⁽¹⁾	<u>278</u>	<u>293</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。

二零二三年九月三十日的存貨淨值為391,000,000歐元，較二零二二年九月三十日的309,500,000歐元增加81,500,000歐元或26.3%。存貨淨值增加主要源於Sol de Janeiro的強勁增長以及第三季節日季銷售預期。

存貨周轉天數減少15天乃歸因於以下各項：

- 製成品以及迷你產品及包裝袋(「迷你產品及包裝袋」)，佔-12天；及
- 有利匯兌影響，佔-10天。

此被以下因素部分抵銷：

- 原材料及在製品，佔+7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	二零二三年	二零二二年
應收貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	<u>47</u>	<u>46</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。

二零二四財年上半年應收貿易賬款周轉天數增加1天乃主要由於轉售銷售增加，尤其是強勁增長的Sol de Janeiro主要銷售予付款期較長的轉售客戶。

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	二零二三年	二零二二年
應付貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	<u>68</u>	<u>80</u>

⁽¹⁾ 應付貿易賬款周轉天數等於平均應付貿易賬款除以開支(包括銷售成本，以及不包括攤銷、折舊及僱員福利的開支)，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已更新以反映目前的計算方法。

二零二四財年上半年應付貿易賬款周轉天數減少12天乃由於應計開支、應付貿易賬款及其他負債減少(佔2天)及匯兌影響(佔10天)。

資產負債表比率

於二零二四財年上半年本集團的盈利能力比率較去年同期輕微變動。已動用資本較二零二三財年上半年變化488,700,000歐元，主要由於授予Sol de Janeiro非控股權益的認沽期權的估值大幅增加，此與該品牌強勁增長有關。

截至所示日期止六個月	二零二三年 九月三十日 千歐元	二零二二年 九月三十日 千歐元
盈利能力		
EBITDA ⁽¹⁾	151,191	162,953
除稅後經營溢利淨額 ⁽²⁾	58,168	76,784
已動用資本 ⁽³⁾	1,687,361	2,176,100
已動用資本回報 ⁽⁴⁾	3.4%	3.5%
股權回報 ⁽⁵⁾	3.8%	4.8%
流動資金		
流動比率(倍) ⁽⁶⁾	1.2	1.1
速動比率(倍) ⁽⁷⁾	0.7	0.7
資本充足		
資產負債比率 ⁽⁸⁾	27.0%	28.5%
債權比率 ⁽⁹⁾	77.2%	60.8%

(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) 期末本公司權益擁有人應佔純利 / 股東股權(不包括非控股權益)

(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。於二零二三年九月三十日，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1,200,000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211,000,000歐元及126,800,000歐元。

股息

於二零二三年六月二十六日舉行的董事會會議上，董事會建議分派總末期股息每股0.03129歐元，總金額達46,000,000歐元，佔二零二三財年本公司權益擁有人應佔純利的40.0%。末期股息金額以於二零二三年六月二十六日已發行的1,471,665,650股股份(不包括5,299,241股庫存股份)為基準。本公司股東已於二零二三年九月二十八日舉行的股東週年大會上批准末期股息。股息已於二零二三年十月二十日派付。

為配合每年僅宣派及派付末期股息的政策，董事會不建議就二零二四財年上半年的溢利作出任何分派。

結算日後事項

於二零二三年六月六日，本集團就位於美國的倉庫簽訂租賃合約。估計於二零二三年十二月一日開始，使用權資產及租賃負債的最佳估計為37,000,000歐元。協議期限為10年。

以色列與巴勒斯坦的衝突始於二零二三年十月七日，管理層認為不會對中東業務產生重大影響。管理層將繼續關注衝突的發展，適當評估其對合併財務資料的潛在影響。

策略回顧

本集團於二零二四財年上半年錄得穩健的銷售勢頭，銷售淨額按固定匯率計算增長24.9%，超過10億歐元。該增長乃由於Sol de Janeiro表現持續優異，各地區均錄得三位數增長，以及其核心品牌L'OCCITANE en Provence的表現穩定，儘管市場環境艱難，但其於中國的增長穩健。

在管理基礎上，本集團的經營溢利率為8.4%，主要由於其所有品牌在主要市場及渠道的營銷投資大幅增加，使本集團能夠在日益激烈的競爭環境中充分把握新的增長機會及保護其市場份額。

本集團繼續鞏固其作為具競爭力的多品牌、具有代際吸引力及地理平衡組織的地位。本集團正將Sol de Janeiro擴展至與核心產品一同樣受追捧的新產品類別，積極為ELEMIS實施高端化計劃，以提升其長期增長及盈利能力，並調整其業務的渠道策略，以提升其品牌形象。

有力的營銷推廣及靈活的產品策略，以提高核心品牌在主要市場的知名度及相關性

本集團正積極投資，以於未來數年鞏固其作為數十億歐元集團的地位。於二零二四財年，本集團大幅增加其於主要優先事項的投資，以符合其3P模式—員工、地球及盈利能力—主要用於核心品牌的營銷，亦用於提升其客戶關係管理能力、數據安全及升級工廠以提高用水及能源效率等。

L'OCCITANE en Provence的營銷預算最大，以投資於主要市場，尤其是中國，亦投資於其他策略市場及渠道，如美國、日本、南韓及旅遊零售。儘管消費者對整體經濟的信心減弱，但中國的核心品牌銷售額於二零二四財年上半年仍按固定匯率計算增長22%，已取得顯著成效。

於中國的額外投資專注於主要面部護理、身體護理及頭髮護理類別，包括對其暢銷產品進行極具影響力的營銷活動，從而提高品牌知名度及提高平均每宗銷售額，以彌補線下人流減少。

於二零二四財年上半年在中國舉行的主要營銷活動之一是圍繞最暢銷的Almond系列提高知名度及建立相關性，該系列以生活時尚內容營銷及基於場合的KOL內容為特色，與社交平台小紅書合作營銷，並與高級瑜伽室跨界合作營銷。該活動於二零二三年一月至九月期間為該產品系列帶來強勁的雙位數銷售增長，並確立了Almond Shower Oil作為社交媒體平台上搜索的第一沐浴產品。

另一項活動為推出 *White Lavender* 系列，利用全渠道參與來講述獨特的普羅旺斯度假故事，包括名人及 KOL 內容以推動社交媒體話題、實體公關活動的沉浸式體驗及快閃咖啡店，以及天貓超級品牌日期間的三次直播。此舉實現了 65% 的招聘率、超過 430,000,000 次的線上展示以及天貓和小紅書搜索指數超過 100% 的增長。

為配合該品牌持續專注於面部護理，其重新推出其標誌性的蠟菊極致修護精華霜 (*Immortelle Divine Cream*)，透過大眾 KOL 參與產生以產品為重點的內容，以提高知名度及建立口碑，包括邀請中國頂尖的直播者之一前往科西嘉島追蹤及發現產品的獨特性、與小紅書合作營銷及曝光率高的戶外廣告活動。於二零二三年七月至九月季度，蠟菊極致修護精華霜錄得強勁的三位數銷售增長，於同季度在面霜類別的銷售排名提升三位及社交媒體熱議程度錄得三位數百分比增長。

憑藉核心產品成功及新產品推出，Sol de Janeiro 的表現出色

Sol de Janeiro 於二零二四財年上半年保持強勁勢頭，銷售額按固定匯率計算增長 188.8%，所有地區均錄得三位數增長，為本集團溢利作出重大貢獻，經營溢利率達 28.9%。該品牌現為第二大品牌，佔本集團銷售淨額的 25.2%。

該品牌的表現因美國本土市場的重大夏季活動而有所提升，其中 Sol de Janeiro 在絲芙蘭北美維持護膚品牌第一的排名，亦在 Kohl's 維持整體品牌第一的排名。該品牌亦以其限量版的秋季香水噴霧 *After Hours* 展現全年吸引力，其銷售表現強勁，銷售水平與其非常成功的夏季噴霧系列 (擁有三個庫存單位) 相若。

繼 *Brazilian Bum Bum Cream* 皇牌產品持續取得成功，以及香水噴霧類別的重磅產品上市後，Sol de Janeiro 將於二零二三年十二月推出新的身體潤膚霜，進一步填補其產品組合的空白，滿足身體護理類別的消費者需求。

ELEMIS 推進高端化策略

ELEMIS 於二零二四財年上半年按固定匯率計算增長 7.6%。儘管二零二四財年第二季的銷售增長放緩，但其繼續實施高端化策略符合管理層的預期。在此策略下，該品牌減少與英國若干網絡合作夥伴的投資，以帶動其自營網站的流量，並在持續專注於減少折扣深度及次數的情況下實現雙位數增長。ELEMIS 於美國的電子商貿渠道亦繼續增長良好，與相同策略一致。其於美國的表現受到其郵輪業務的影響，乃由於訂單付運由二零二四財年第二季略有延遲至二零二四年財年下半年。撇除該渠道，美國國內業務於本季度穩健增長 18%。

在中國，ELEMIS 的銷售增長超過 200%，乃由於其加快在社交媒體渠道的營銷投資，特別是其全球暢銷產品 (如 *骨膠原卸妝膏*)。KOL 透過抖音進行直播亦對品牌的銷售增長產生強大影響。

儘管二零二四財年第二季增長疲軟，ELEMIS 仍有望實現其年度目標，於二零二四財年上半年，美國的直銷增長超過 40%，而其英國及郵輪業務的直銷亦錄得雙位數增長，顯示該品牌的持續優勢。

完善全渠道策略，提升品牌形象

與 ELEMIS 相似，本集團採取措施完善其核心品牌的全渠道策略，並重新專注於其自營直銷渠道以提升品牌形象，停止 L'OCCITANE en Provence 在法國藥房渠道分銷。

近年來，本集團的渠道組合變得更加多元化，並與批發銷售組合較高的Sol de Janeiro及ELEMIS的快速增長相平衡。該等較新的品牌，加上Sol de Janeiro及Grown Alchemist有助帶領的旅遊零售渠道擴展及增長，令到二零二四財年上半年批發及其他渠道銷售額按固定匯率計算增長44.9%。其目前為本集團的最大渠道，佔銷售淨額的40.8%。

線上渠道按固定匯率計算錄得26.9%的穩健增長，主要是由於Sol de Janeiro及ELEMIS，以及本集團在中國新推出的抖音網上商城渠道，與知名直播者的互動促進了核心品牌及ELEMIS的銷售增長及新流量。全球零售額按固定匯率計算穩健增長3.7%，主要由於中國的情況較去年同期有所改善。

獲認證的共益企業™

本集團明確專注於「員工、地球及盈利能力」三重收益。於二零二三年八月，本集團成為獲認證的共益企業™，彰顯其持續承諾，並進一步鞏固其作為優質可持續美容及保健先驅的地位。

作為全球公認的標準，共益企業標準衡量和驗證一間公司的整體社會和環境績效，並確保透明度和問責制。於其兩年認證過程中，本集團使用共益企業框架，嚴格評估其對所有持份者的影響，涵蓋五大支柱—管治、員工、環境、社區及客戶。

共益企業認證將配合其透過授權對人類產生正面影響並重建自然的使命，有助本集團在追求其創建自然正能量世界的長遠目標的同時，不斷追求更好。作為共益企業社群的一部分，本集團亦將能夠利用其作為全球公司的地位，推動其價值鏈內外的積極變化。

前景

展望未來，本集團對二零二四財年下半年踏入假期及送禮季節的前景持審慎樂觀態度。儘管本集團於本財政年度的額外營銷投資將對其溢利率造成壓力，但亦需要建立其所有品牌的現有優勢，並充分把握主要戰略市場及渠道的機遇。專注於全球暢銷產品的針對性活動已提高品牌知名度及參與度的成果，對支持核心品牌超越中國整體高端美容市場的能力至關重要。

儘管宏觀經濟環境仍不明朗，但本集團強大而獨特的優質美容品牌組合及長期投資承諾將為其股東及持份者帶來可持續增長及盈利能力。

審核委員會

根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）的規定，本公司已成立由三名非執行董事（其中兩人為獨立非執行董事）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二零二三年九月三十日止六個月的合併業績。

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。

於截至二零二三年九月三十日止六個月，本公司一直遵守上市規則附錄十四所載企業管治守則的所有適用守則條文。

本公司提述其於二零二三年七月三十一日刊發的二零二三財年年報。就根據二零一六年購股權計劃於二零二三財年行使的購股權而言，於緊接行使日期前的加權平均每股收市價為23.89港元(就於二零一七年二月十日授出的購股權而言)及24.91港元(就於二零一八年三月二十九日授出的購股權而言)。

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二零二三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

於截至二零二三年九月三十日止六個月，本公司根據本公司僱員無償股份及購股權計劃轉出於庫存持有的合共560,300股庫存股份。於二零二三年九月三十日，本公司持有4,795,341股庫存股份。除上文所披露者外，於截至二零二三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

本集團截至二零二三年九月三十日止六個月的中期簡明合併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，二零二三年十一月二十八日

於本公告日期，本公司的執行董事為Reinold Geiger先生(主席)、André Hoffmann先生(副主席兼行政總裁)、Karl Guénard先生(公司秘書)、Séan Harrington先生(ELEMIS行政總裁)及Laurent Marteau先生(集團常務董事)；本公司非執行董事為Thomas Levilion先生；及本公司的獨立非執行董事為Christèle Hiss Holliger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。