

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，並表明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.

股份有限公司

1, rue du Fort Rheinsheim L-2419 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

截至二零一零年九月三十日止半年度中期業績公佈

財務摘要

- 零售點總數1,642處
- 自營店數目達826間
- 淨開店數目達62間(去年同期為43間)
- 銷售淨額增長27.8%至331,200,000歐元。當地貨幣增長16.4%
- 擁有人應佔期內溢利增加19.1%

中期業績

L' Occitane International S.A. (「本公司」) 董事會 (「董事會」) 欣然宣佈，本公司及其附屬公司 (「本集團」) 截至二零一零年九月三十日止半年度的合併中期業績連同截至二零零九年九月三十日止半年度的比較數字。以下中期財務資料 (包括比較數字) 已根據國際財務報告準則 (「國際財務報告準則」) 編製。

合併收益表

截至九月三十日止半年度 (以千歐元計，每股數據除外)	附註	二零一零年	二零零九年
銷售淨額	2	331,218	259,261
銷售成本		(62,636)	(51,712)
毛利		268,582	207,549
佔銷售淨額百分比		81.1%	80.1%
分銷開支		(154,938)	(122,899)
營銷開支		(41,273)	(27,295)
一般及行政開支		(36,309)	(26,822)
其他(虧損)／收益－淨額		2,011	1,835
經營溢利	3	38,073	32,368
財務成本－淨額		(705)	(1,510)
滙兌收益／(虧損)		(2,771)	982
除所得稅前溢利		34,597	31,840
所得稅開支	4	(4,395)	(5,791)
期內溢利		30,202	26,049
下列人士應佔：			
本公司擁有人		29,846	25,066
少數股東權益		356	983
總計		30,202	26,049
每股盈利(以每股歐元列示)			
基本	5	0.021	0.020
攤薄	5	0.021	0.020

合併資產負債表

資產		二零一零年	二零一零年
以千歐元計	附註	九月三十日	三月三十一日
物業、廠房及設備淨額		82,332	76,680
商譽		90,311	86,184
無形資產淨值		47,133	41,098
遞延所得稅資產		38,778	26,252
可供出售財務資產		39	39
其他非流動應收款項		20,406	18,435
		<u>278,999</u>	<u>248,688</u>
非流動資產			
存貨淨額	7	86,149	67,479
應收貿易賬款淨額	8	55,932	47,871
其他流動資產		38,342	30,633
衍生金融工具		545	94
現金及現金等價物		273,632	41,825
		<u>454,600</u>	<u>187,902</u>
流動資產			
總資產		<u>733,599</u>	<u>436,590</u>

權益及負債		二零一零年	二零一零年
以千歐元計	附註	九月三十日	三月三十一日
股本		44,309	38,232
額外實繳股本		345,900	48,730
其他儲備		7,569	2,554
保留盈利		97,620	67,774
		<hr/>	<hr/>
本公司擁有人應佔股本及儲備		495,398	157,290
非控股權益		2,125	3,988
		<hr/>	<hr/>
總權益		497,523	161,278
		<hr/>	<hr/>
借貸		66,037	49,997
遞延所得稅負債		1,094	1,224
衍生金融工具		1,171	1,364
其他財務負債		5,689	5,504
其他非流動負債		10,684	9,591
		<hr/>	<hr/>
非流動負債		84,675	67,680
		<hr/>	<hr/>
應付貿易賬款	9	71,075	59,940
薪金、工資、相關社交項目 及其他稅項負債		29,881	29,523
流動所得稅負債		18,942	15,950
借貸		19,358	11,872
其他流動負債		5,667	84,490
衍生金融工具		2,997	1,646
其他負債及費用撥備		3,481	4,211
		<hr/>	<hr/>
流動負債		151,401	207,632
		<hr/>	<hr/>
權益及負債總額		733,599	436,590
		<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
流動資產／(負債) 淨值		303,199	(19,730)
		<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
總資產減流動負債		582,198	228,958
		<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

合併中期財務報表附註

1. 編製基準

本集團的合併中期財務報表已按國際財務報告準則編製。

- (a) 於截至二零一零年九月三十日止半年度已頒佈並有效，且與本集團業務有關的準則、準則修訂及詮釋：

		於以下日期 或之後開始的 會計期間生效
國際財務報告準則第3號	業務合併	二零零九年七月一日
國際會計準則第27號	合併及獨立財務報表	二零零九年七月一日

- (b) 於截至二零一零年九月三十日止半年度已頒佈並有效，並對本集團的財務資料並無重大影響的準則、準則修訂及詮釋：

		於以下日期 或之後開始的 會計期間生效
國際財務報告準則第8號(修訂本)	分類資產的信息披露	二零一零年一月一日
國際會計準則第7號(修訂本)	未確認資產開支的分類	二零一零年一月一日
國際會計準則第17號(修訂本)	土地及樓宇租賃分類	二零一零年一月一日
國際會計準則第38號(修訂本)	國際財務報告準則 第3號產生的其他修訂(經修訂)	二零一零年一月一日
國際會計準則第38號(修訂本)	業務合併中收購的 無形資產公平值計量	二零一零年一月一日

2. 營業額及分部資料

管理層評估三個經營分部的表現，即直銷、轉售及企業對企業分部：

- 直銷包括直接向終端客戶銷售本集團產品。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本集團產品。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。此分部亦包括向企業客戶銷售產品；

- 企業對企業包括向中介機構銷售本集團的產品，而該等中介機構會將有關產品提供予其終端客戶作為免費用品。該等中介機構主要為航空公司及酒店。

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

九月三十日	二零一零年				
	以千歐元計	直銷	轉售	企業	其他
對企業				對賬項目	
銷售	266,383	82,291	12,544	—	331,218
所佔百分比	71.4%	24.8%	3.8%	—	100.0%
毛利	207,311	56,200	5,071	—	268,582
佔銷售百分比	87.7%	68.3%	40.4%	—	81.1%
分銷開支	(121,707)	(13,610)	(1,076)	(18,545)	(154,938)
營銷開支	(18,807)	(2,462)	(12)	(19,992)	(41,273)
一般及行政開支	(998)	—	—	(35,312)	(36,310)
其他(虧損)/收益—淨額	1,761	(2)	—	252	2,011
經營溢利	67,560	40,126	3,983	(73,597)	38,072
佔銷售百分比	28.6%	48.8%	31.8%	—	11.5%
九月三十日	二零零九年				
以千歐元計	直銷	轉售	企業	其他	總計
			對企業	對賬項目	
銷售	185,798	63,751	9,712	—	259,261
所佔百分比	71.7%	24.6%	3.7%	—	100.0%
毛利	162,525	42,217	2,807	—	207,549
佔銷售百分比	87.5%	66.2%	28.9%	—	80.1%
分銷開支	(97,129)	(10,312)	(968)	(14,490)	(122,899)
營銷開支	(13,908)	(2,338)	(29)	(11,020)	(27,295)
一般及行政開支	(861)	—	—	(25,961)	(26,822)
其他(虧損)/收益—淨額	1,645	(1)	—	191	1,835
經營溢利	52,272	29,566	1,810	(51,280)	32,368
佔銷售百分比	28.1%	46.4%	18.6%	—	12.5%

2.2. 地理區域

銷售乃根據附屬公司所在的國家而分配。

九月三十日 以千歐元計	二零一零年		二零零九年	
	總計	所佔百分比	總計	所佔百分比
日本	83,830	25.3%	64,376	24.8%
美國	40,476	12.2%	37,404	14.4%
法國	36,122	10.9%	36,375	14.0%
香港	30,085	9.1%	21,630	8.3%
英國	17,383	5.2%	12,381	4.8%
盧森堡－瑞士分部	20,133	6.1%	13,257	5.1%
巴西	14,474	4.4%	10,038	3.9%
台灣	11,525	3.5%	9,862	3.8%
其他國家	77,190	23.3%	53,938	20.8%
	<hr/>		<hr/>	
銷售	331,218	100%	259,261	100%
	<hr/> <hr/>		<hr/> <hr/>	

3. 經營溢利

經營溢利乃經扣除及(計入)以下各項後得出：

九月三十日 以千歐元計	二零一零年	二零零九年
僱員福利開支	95,208	72,705
租金及佔用	60,101	47,295
廣告成本	35,555	23,463
已耗原材料及易耗品	56,108	37,647
專業費用	17,988	13,371
折舊、攤銷及減值	14,385	12,281
運輸開支	12,858	7,013
製成品及在製品的存貨變動	(19,932)	(950)
其他開支	22,473	15,903
首次公開發售成本	412	—
	<hr/>	<hr/>
銷售成本、分銷開支、營銷開支、一般及行政費用 及首次公開發售有關成本總計－淨額	295,156	228,728
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

4. 稅項

已呈報所得稅開支與利用標準稅率計算理論稅額的對賬如下：

九月三十日 以千歐元計	二零一零年	二零零九年
除所得稅前溢利	34,597	31,840
按盧森堡企業稅率(於二零一零年三月三十一日及 二零一零年九月三十日為28.59%)計算所得稅	(9,891)	(8,730)
外國不同稅率的影響	8,150	4,316
未確認稅項資產的影響	(401)	(344)
不可扣稅開支	(900)	(774)
未分派稅項盈利的影響	(808)	(258)
新稅法的影響	(545)	—
所得稅開支	<u>(4,395)</u>	<u>(5,791)</u>

5. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以截至二零一零年九月三十日止半年度股東應佔溢利29,846,000歐元(截至二零零九年九月三十日止半年度則為25,066,000歐元)及截至二零一零年九月三十日止半年度及截至二零零九年九月三十日止半年度已發行股份加權平均數分別1,434,761,916及1,274,396,391股為基準計算。

6. 股息

為維持強勁的資產負債狀況以配合未來發展，於二零一零年十一月二十九日舉行的董事會議上，董事會不建議自溢利派付截至二零一零年九月三十日止期間的股息。

7. 存貨淨額

存貨淨額包括以下各項：

以千歐元計	二零一零年 九月三十日	二零一零年 三月三十一日	二零零九年 九月三十日
原材料及供應物料	22,981	15,942	15,282
製成品及在製品	<u>73,156</u>	<u>59,361</u>	<u>70,305</u>
存貨總額	96,137	75,303	85,587
減撥備	<u>(9,988)</u>	<u>(7,824)</u>	<u>(7,448)</u>
存貨淨額	<u>86,149</u>	<u>67,479</u>	<u>78,139</u>

8. 應收貿易賬款淨額

於各結算日應收貿易賬款淨額自到期日的賬齡分析如下：

以千歐元計	二零一零年 九月三十日	二零一零年 三月三十一日	二零零九年 九月三十日
即期及逾期3個月內	54,738	46,829	47,149
3至6個月	652	692	387
6至12個月	292	165	400
超過12個月	250	185	119
應收貿易賬款淨額	<u>55,932</u>	<u>47,871</u>	<u>48,055</u>

9. 應付貿易賬款

各結算日應付貿易賬款自到期日的賬齡分析如下：

以千歐元計	二零一零年 九月三十日	二零一零年 三月三十一日	二零零九年 九月三十日
即期及逾期3個月內	70,093	59,489	47,971
逾期3至6個月	587	233	241
逾期6至12個月	212	118	220
逾期超過12個月	183	100	35
應付貿易賬款	<u>71,075</u>	<u>59,940</u>	<u>48,467</u>

管理層討論與分析

概要：

- 整體銷售額達331,200,000歐元（截至二零零九年九月三十日止期間：259,300,000歐元）
- 整體銷售增長27.8%，或16.4%（撇除外匯換算影響）
- 經營溢利為38,100,000歐元，或佔銷售總額11.5%（截至二零零九年九月三十日止期間：32,400,000歐元，或佔銷售總額12.5%）
- 除稅前溢利為34,600,000歐元（截至二零零九年九月三十日止期間：31,800,000歐元）
- 實際稅率為12.7%（截至二零零九年九月三十日止期間：18.2%）

- 本公司擁有人應佔期內溢利為29,800,000歐元，或佔銷售總額9.0% (截至二零零九年九月三十日止期間：25,100,000歐元，或佔銷售總額9.7%)

截至九月三十日止六個月期間	二零一零年	二零零九年
銷售淨額	331.2百萬歐元	259.3百萬歐元
經營溢利	38.1百萬歐元	32.4百萬歐元
本公司擁有人應佔淨利潤	29.8百萬歐元	25.1百萬歐元
毛利率	81.1%	80.1%
經營溢利率	11.5%	12.5%
溢利率淨額 (根據本公司擁有人應佔淨利潤計算)	9.0%	9.7%

釋義：

可比較店舖指所討論的財政期間結束前最少24個月已開設的現有零售店。

不可比較店舖指所討論的財政期間結束前24個月內開設的新零售店及在本期間內關閉的店舖。

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。

相同店舖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，有關相同店舖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

本公司須面對銷售額的季節因素差異，本公司仍在第三財政季度(十月一日至十二月三十一日期間)聖誕假期節日之前並在該假期的期間，銷售額顯著增加。截至二零零九年九月三十日止半年內，銷售額佔截至二零一零年三月三十一日止年度銷售額的42.3%，而經營溢利佔截至二零一零年三月三十一日止年度經營溢利的29.4%。該比率不能代表二零一一年年度業績。

季節因素亦對本公司的生產時間表及營運資金的使用構成影響。本公司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節日增加的銷售及推出新產品。

收益分析

於截至二零一零年九月三十日止期間，銷售淨額為331,200,000歐元，較截至二零零九年九月三十日止期間增加72,000,000歐元，增幅為27.8%，此乃反映本公司大部分業務分部及地區的銷售淨額錄得增長。於截至二零一零年九月三十日止期間，本公司的直銷及轉售業務分部的銷售淨額分別佔總銷售淨額71.4%及24.8%，分別增加27.2%及29.1%。撇除外匯換算影響，銷售淨額增加16.4%。

本公司增加出售本公司產品的零售點總數，由二零零九年九月三十日的1,507間增加至二零一零年九月三十日的1,642間。同樣地，本公司淨增加自營零售店數目，由二零零九年九月三十日的730間增加至二零一零年九月三十日的826間，其中增加105間自營L'Occitane及Melvita店，並扣除在美國關閉9間Oliviers & Co.店。新增自營店包括於亞洲增設42間；於歐洲增設49間及於美洲增設14間。撇除外匯換算影響，截至二零一零年九月三十日止期間的可比較店舖銷售佔整體增長12.8%，而期內不可比較店舖銷售佔整體增長45.5%，及本公司轉售分部佔整體增長的35.2%。

於日本、香港、英國、法國、巴西及其他國家(包括中國及俄羅斯)的轉售分部及直銷分部銷售額乃推動截至二零一零年九月三十日止期間銷售淨額增長的因素。

業務分部

下表載列截至二零一零年九月三十日止六個月期間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)：

		增長	增長	對整體 增長的貢獻
	(千歐元)	百分比	百分比 ⁽²⁾	百分比 ⁽²⁾
直銷	50,585	27.2	13.9	60.5
可比較店鋪	23,136	15.3	3.6	12.8
不可比較店鋪	24,877	110.9	86.5	45.5
其他 ⁽¹⁾	2,572	20.6	7.6	2.2
轉售	18,541	29.1	23.5	35.2
企業對企業	2,831	29.1	18.9	4.3
整體增長	71,957	27.8	16.4	100.0

(1) 包括郵購、網上銷售及其他銷售。

(2) 撇除外匯換算影響。

直銷分部

截至二零一零年九月三十日止期間，直銷銷售淨額較截至二零零九年九月三十日止期間增加50,600,000歐元至236,400,000歐元，增幅為27.2%。撇除外匯換算影響，其主要由於二零零九年九月三十日至二零一零年九月三十日期間淨增設96間店鋪，包括於日本淨增設6間；於香港淨增設5間；於英國淨增設6間及於其他國家淨增設67間；以及於美國終止9間Oliviers & Co.店的營運。在其他國家，本公司主要於中國增設17間店鋪；於俄羅斯及德國各增設8間；於韓國及西班牙各增設7間。此外，本公司於二零一零年九月收購我們在荷蘭的分銷商後增設6間店鋪。與截至二零零九年九月三十日止期間比較，截至二零一零年九月三十日止期間，本公司自營零售店的銷售淨額佔整體增長58.3%，而不可比較店鋪貢獻45.5%的增長，而可比較店鋪則貢獻12.8%的增長。本公司錄得相同店鋪銷售大幅增長至3.6%。就截至二零一零年三月三十一日止財政年度，此比率為1.0%。此增加乃主要由銷售交易平均值增加所推動，並抵銷了交易量輕微減少。其他直銷活動主要受惠於網上銷售強勁發展，其增加了23.6%。

撇除外匯換算影響，截至二零一零年九月三十日止期間，直銷銷售淨額較截至二零零九年九月三十日止期間增加13.9%，而上述增加佔整體銷售淨額增長60.5%。

轉售分部

截至二零一零年九月三十日止期間，轉售銷售淨額較截至二零零九年九月三十日止期間增加18,500,000歐元至82,300,000歐元，增幅為29.1%，主要由於下列各項：

- 旅遊零售客戶銷售增加，由於機場旅客量逐漸恢復，銷售增加6,700,000歐元至23,800,000歐元，增幅為39.5%。截至二零一零年九月三十日止期間，本公司客戶新開設57間旅遊零售店銷售點，出售本公司產品；
- 向批發客戶及百貨公司（不包括Melvita）的銷售增加4,800,000歐元，增幅為24.7%，主要由於本公司於二零零九財政年度向一名分銷商收購意大利的批發業務，以及本公司於俄羅斯、中國、德國及英國以及Le Couvent des Minimes品牌均取得積極發展所致；及
- 本公司於亞洲、歐洲及中東的分銷商的銷售淨額強勁增長，增加4,300,000歐元至17,600,000歐元，增幅為30.8%。上述增加是由於本公司大部分分銷商所處的業務環境有所改善，導致彼等客戶的銷售增加，並預計於即將到來的假期取得增長。
- 電視銷售營運商QVC的銷售額大幅增加2,500,000歐元，增幅為56.7%，尤其是在英國。

撇除外匯換算影響，截至二零一零年九月三十日止期間的轉售分部增長23.5%，佔整體銷售淨額增長35.2%。

企業對企業分部

由於酒店入住率及機場的旅客量有所提高，截至二零一零年九月三十日止期間，企業對企業銷售淨額較截至二零零九年九月三十日止期間增加2,800,000歐元至12,500,000歐元，增幅為29.1%。本公司於大部分國家（尤其在亞洲）的企業對企業銷售有所增加。撇除外匯換算影響，截至二零一零年九月三十日止期間，企業對企業分部銷售淨額增加18.9%，為整體銷售淨額增長貢獻4.3%。

地區

下表呈列按地區劃分截至二零一零年九月三十日止期間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)：

	銷售淨額增長			對整體
	截至二零一零年九月三十日止期間與截至 二零零九年九月三十日止期間的比較			增長的貢獻
	增長	增長	增長	增長的貢獻
	(千歐元)	百分比	百分比 ⁽¹⁾	百分比 ⁽¹⁾
日本	19,454	30.2	11.1	16.8
美國	3,072	8.2	(0.7)	(0.6)
法國	(253)	(0.7)	(0.7)	(0.6)
香港 ⁽²⁾	8,455	39.1	28.2	14.3
英國	5,002	40.4	35.0	10.2
巴西	4,437	44.2	19.5	4.6
台灣	1,663	16.9	4.2	1.0
其他國家 ⁽³⁾	30,128	44.8	34.5	54.3
所有國家	71,957	27.8	16.4	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。

(3) 使用組成國家的加權平均數計算。

下表載列於所示期間按地區劃分有關本公司自營零售店數目、其對整體增長的貢獻百分比以及相同店舖銷售增長的明細分析：

	截至二零一零年九月三十日止期間與截至二零零九年九月三十日止期間的比較						
	零售店數目			整體增長百分比 ⁽¹⁾⁽²⁾			相同店舖 銷售增長 ⁽²⁾
	二零一零年 九月	二零零九年 九月	變動	不可比較 店舖	可比較 店舖	所有店舖	
日本	74	68	6	13.9	1.2	15.1	1.2
美國 ⁽³⁾	170	175	(5)	(2.2)	0.9	(1.3)	1.4
法國 ⁽⁴⁾	66	64	2	1.8	1.8	3.6	5.3
香港 ⁽⁵⁾	21	16	5	2.9	2.0	4.9	12.4
英國	44	38	6	2.3	2.0	4.4	12.0
巴西	35	32	3	3.0	1.1	4.1	5.9
台灣	51	48	3	1.0	(0.1)	0.9	(0.6)
其他國家 ⁽⁶⁾⁽⁷⁾	365	289	76	22.8	3.9	26.7	4.5
所有國家	826	730	96	45.5	12.8	58.3	3.6

(1) 指所示地區及期間不可比較店舖、可比較店舖及零售店佔整體銷售淨額增長的百分比。

(2) 撇除外匯換算影響。

(3) 包括於二零零九年九月三十日9間Oliviers & Co.店及於二零一零年九月三十日並無店舖。包括於二零一零年九月三十日的3間Melvita店。

(4) 包括於二零零九年及二零一零年九月三十日分別4間及5間Melvita店。

(5) 包括於二零一零年九月三十日澳門1間L'Occitane店及香港3間Melvita店。

(6) 包括於二零一零年九月三十日4間Melvita店。

(7) 使用組成國家的加權平均數計算。

日本

截至二零一零年九月三十日止期間，日本的銷售淨額較截至二零零九年九月三十日止期間增加19,500,000歐元至83,800,000歐元，增幅為30.2%。按本地貨幣計算的增長為11.1%，該增長主要是由於本公司直銷分部的發展。由於於回顧期內新增6間店鋪，不可比較店鋪銷售對整體銷售增長貢獻13.9%。儘管日本消費疲弱，但可比較店鋪銷售仍增長1.2%。

香港

香港的銷售淨額增加8,500,000歐元至30,100,000歐元，增幅為39.1%。由於直銷與轉售分部的貢獻，按本地貨幣計算的增長為28.2%。本公司的直銷分部對整體銷售增長貢獻5.1%，主要是由於來自不可比較店鋪的2.9%及可比較店鋪的2.0%。本公司的可比較店鋪增長12.4%，是由於交易量增加及每項交易的平均銷售額增加共同推動所致。本公司的轉售銷售的增加主要是由於向旅遊零售客戶的銷售增長強勁所致，部份是因回顧期內新增15家旅遊零售店所推動。

台灣

台灣的銷售淨額增加1,700,000歐元至11,500,000歐元，增幅為16.9%。按本地貨幣計算的增長為4.2%，而不可比較店鋪銷售對本公司的整體增長銷售貢獻1.0%，但因可比較銷售輕微減少0.6%抵銷，其負面影響本公司整體增長0.1%。台灣電子商務網站的成功增設彌補了該減少，並為本公司的整體增長貢獻0.1%。

法國

法國銷售淨額減少300,000歐元至36,100,000歐元，減幅為0.7%。該減少主要是由於國際企業對企業客戶的發票轉讓予本集團的其他實體所致。因此，法國的企業對企業已發出發票的銷售額減少1,200,000歐元，但全球的企業對企業銷售額增加2,800,000歐元。由於我們正在重組我們的銷售團隊，以便於更好的控制我們的批發分銷及通過其他更廣泛的分銷網絡(如藥房)獲利，故Melvita品牌產品的銷售額減少1.9%。按全球基準計，Melvita品牌產品的銷售增加6.8%，對我們的整體增長貢獻0.7%。

私人標籤銷售額減少300,000歐元，是由於我們專注於L'Occitane及Melvita品牌產品的產能。

撇除國際企業對企業的销售而言，L'Occitane品牌產品於法國的销售增長7.4%，而向法國客戶的直銷、轉售及企業對企業的大幅貢獻，其為本公司整體增長的貢獻分別為2.8%，0.6%及0.8%。L'Occitane品牌的直銷銷售額主要受惠於相同店鋪銷售額的復甦，其增長5.4%。不可比較店鋪銷售額佔本公司整體增長的1.6%。

英國

英國的销售淨額增加5,000,000歐元至17,400,000歐元，增幅為40.4%。由於電視銷售營運商QVC比對去年同期提早推廣營運導致本公司轉售銷售強勁增長，按本地貨幣計算的增長為35.0%。因此，轉售分部對本公司整體增長貢獻5.1%。直銷分部對本公司的整體增長強勁貢獻，4.7%來自可比較店鋪銷售增長12.0%，及不可比較店鋪因回顧年度內新增6間店鋪而對整體增長貢獻2.3%。

美國

美國的销售增長為13.3%，或4,800,000歐元，而美國的按本地貨幣計算的增長為3.9%，不包括Oliviers & Co(其已於上一財政年度末關閉)。Oliviers & Co的關閉負面影響本公司整體增長1,700,000歐元，或3.9%。

撇除Oliviers & Co，美國的销售主要受惠於直銷分部的增加，儘管經濟整體上缺乏活力，但可比較店鋪銷售增長1.4%，而不可比較店鋪銷售對本公司的整體增長貢獻1.3%。本公司轉售分部的銷售主要受惠於批發及百貨店銷售按本地貨幣計算增加16.7%，為本公司整體增長貢獻0.4%。企業對企業的销售受惠於酒店的強勁需求，增長11.2%，對整體增長貢獻0.6%。

巴西

巴西的銷售淨額增加4,400,000歐元至14,500,000歐元，增幅為44.2%。按本地貨幣計算的增長為19.5%，主要是由於直銷分部的增長所致，憑藉相同店鋪銷售增長5.9%及不可比較店鋪銷售對本公司整體增長貢獻3.0%，其為整體增長貢獻3.7%。不可比較店鋪的銷售受惠於回顧期內新增3間店鋪。

其他國家

其他國家的銷售淨額增加30,100,000歐元至97,300,000歐元，增幅為44.8%。按本地貨幣計算的增長為34.5%，其主要是由於直銷分部為本公司整體增長貢獻28.6%所致。憑藉相同店鋪銷售增長4.5%（使用按國家劃分的加權平均數計算），可比較店鋪銷售佔本公司整體增長的3.9%。不可比較店鋪銷售因我們的擴展策略而為整體增長貢獻22.8%。於回顧期間，我們在多個國家增加零售店：包括中國17間、俄羅斯及德國各8間、韓國及西班牙各7間，及我們因在荷蘭收購本公司分銷商而在該國家新增6間。俄羅斯、中國、墨西哥、韓國及德國的當地貨幣銷售額分別增長44.1%、43.5%、18.3%、32.6%及44.4%。

由於對旅遊零售客戶的銷售增加，本公司於歐洲及中東的銷售淨額強勁增長，按本地貨幣計算的轉售銷售增加8,700,000歐元，增幅為41.2%，為本公司的整體增長貢獻20.4%。該轉售分部亦受惠於批發客戶及百貨店銷售的增加，部分由於本公司於二零零九年財政年度內向一家分銷商收購於意大利的批發業務，亦在若干國家（如俄羅斯及德國）及Le Couvent des Minimes品牌均積極發展，其銷售增加61.3%。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

於截至二零一零年九月三十日止期間，銷售成本較截至二零零九年九月三十日止期間增加10,900,000歐元至62,600,000歐元，增幅為21.1%。截至二零一零年九月三十日止期間，毛利率增至81.1%，上升1.0個百分點。毛利率增加主要反映下列各項：

- 外匯有利影響相當於銷售淨額1.8個百分點，主要由於於截至二零一零年九月三十日止期間歐元疲弱所致；

- 0.4個百分點來自品牌組合影響改善，此乃因L'Occitane品牌產品的銷售於截至二零一零年九月三十日止期間增加，而其他品牌銷售的毛利率通常低於L'Occitane品牌產品所致；
- 不利的渠道組合影響佔銷售淨額的0.2個百分點，此乃由於轉售及企業對企業分部的強勁發展所致；
- 運費及關稅增加0.6個百分點，此乃與附屬公司的存貨增加有關；及
- 零售價折扣微升0.3個百分點。

分銷開支

截至二零一零年九月三十日止期間，分銷開支較截至二零零九年九月三十日止期間增加32,000,000歐元至154,900,000歐元，增幅為26.0%。截至二零一零年九月三十日止期間，分銷開支佔銷售淨額的百分比減至46.8%，較截至二零零九年九月三十日止期間減少0.6個百分點。此減少乃由於下列各項：

- 有利渠道組合影響佔0.3個百分點，此乃由於本公司轉售及企業對企業分部的強勁發展；
- 員工福利降低0.7個百分點，此乃由於我們更善用零售及有利國家組合（亞洲及俄羅斯有較強勁發展），而亞洲及俄羅斯的員工福利佔銷售百分比而言皆較其他國家為低。此外，部分管理成本獲分類為營銷及一般及行政開支；及
- 租金、佔用成本及折舊減低0.6個百分點，此乃主要由於亞洲區的平均租金及折舊較低及槓桿較佳，以及對就法國經營開支的營業稅的影響較低所致。

上述乃由下列各項所部分抵銷：

- 上年撥回未用的應計金額對本年度造成不利影響，佔0.4個百分點；
- L'Occitane及Melvita新店的開業前成本增加，佔0.2個百分點；及
- Melvita店及建立Melvita的自身銷售團隊的成本佔銷售淨額百分比上升，佔0.3個百分點。

營銷開支

截至二零一零年九月三十日止期間，營銷開支較截至二零零九年九月三十日止期間增加14,000,000歐元至41,300,000歐元，增幅為51.2%。截至二零一零年九月三十日止期間，本公司的營銷開支佔銷售淨額的百分比增加至12.5%，較截至二零零九年九月三十日止期間增加1.9個百分點，主要由於下列各項：

- 通信工具成本增加佔1.2個百分點，主要因推廣貨品(包括樣品及試用裝)存貨增加所致；
- 主要有關擴大專門推廣Melvita品牌的國際及本地團隊的員工福利增加0.3個百分點；
- 廣告開支增加佔0.1個百分點，主要用於法國、巴西及推廣Melvita品牌；
- 直接營銷開支(主要為日本)增加，佔0.1個百分點；及
- 公共關係開支增加佔0.1個百分點，此與在多個國家推廣Melvita品牌及成立Melvita Foundation有關。

一般及行政開支

於截至二零一零年九月三十日止期間，一般及行政開支較截至二零零九年九月三十日止期間增加9,500,000歐元至36,300,000歐元，增幅為35.4%，而佔銷售淨額增加0.6個百分點。該佔銷售淨額的百分比增加，主要由於：

- 因就巴西經營稅風險的應計金額而產生的非經常性成本及我們首次公開發售的營銷成本增加，佔0.4個百分點；
- 強化管理架構(特別是於美國及Melvita)導致因擴充而開設新辦公室的租金增加，合共佔0.3個百分點；
- 分銷、財務及人力資源的過程改善項目的顧問費用，佔0.2個百分點；
- SAP維修費用佔0.1個百分點；及
- 上述由優惠匯率影響達0.4個百分點所部分抵銷。

經營溢利

於截至二零一零年九月三十日止期間，經營溢利較截至二零零九年九月三十日止期間增加5,700,000歐元至38,100,000歐元，增幅為17.6%，而本公司的經營毛利率減少至11.5%，減幅為佔銷售淨額1.0個百分點。經營溢利率減少，主要由於毛利率改善1.0個百分點由經營開支增加1.9個百分點抵銷所致。我們的經營溢利亦受益於資本收益，主要由於出售於法國及美國店舖及於美國終止Oliviers & Co.營運的相關額外補償所致。

財務成本淨額

於截至二零一零年九月三十日止期間，財務成本淨額較截至二零零九年九月三十日止期間減少800,000歐元至700,000歐元。該減少主要與我們正現金結餘取得財務收入有關，而正現金結餘乃因為我們首次公開發售導致現金大幅增加所致。

外幣收益／虧損

我們截至二零一零年九月三十日止期間的外幣虧損淨額為2,800,000歐元，主要與公司之間及外部貿易有關，並由於：

- 已變現虧損淨額100,000歐元，而日元虧損達1,900,000歐元並抵消了部份由其他貨幣(特別是美元)獲取的收益；
- 未變現虧損淨額，就美元及其他貨幣產生，負面影響達2,700,000歐元。

所得稅開支

中期所得稅使用適用於預期年度盈利的稅率計算。截至二零一零年九月三十日止期間的實際所得稅率為12.7%，截至二零零九年九月三十日止期間為18.2%。實際稅率降低的主要原因是，我們於截至二零一零年九月三十日止期間分銷附屬公司的存貨增加。為達到此目的，我們於生產及中央分銷實體進行更多生產及產生更多溢利(其溢利需繳納的稅率較我們若干主要分銷附屬公司所得溢利需繳納者低，實際稅率因而有所降低)。

期內溢利

鑑於上述種種原因，截至二零一零年九月三十日止期間的期內溢利較截至二零零九年九月三十日止期間增加4,200,000歐元至30,200,000歐元，增幅為15.9%。少數股東權益應佔期內溢利減少600,000歐元，此乃由於外圍變動（如上年於巴西收購少數股東權益以及於印度創立合營企業），以及本公司的韓國及墨西哥合營企業的溢利減少所致。因此，本公司股權持有人應佔的期間溢利增長19.1%或4,800,000歐元。每股基本及攤薄盈利由0.020歐元增長5.8%至0.021歐元，於計算二零一零年九月三十日較二零零九年九月三十日使用的股份數目增加12.6%，至1,434,761,916股，乃由於我們首次公開發售情況下發行160,365,525股新股份所致。

資產負債表回顧

流動資金及資本資源

於二零一零年九月三十日，我們於二零一零年五月首次公開發售後，我們的現金及現金等價物為273,600,000歐元，於二零一零年三月三十一日則為41,800,000歐元。

於二零一零年九月三十日，未提取借貸融資的總額為311,700,000歐元。自我們首次公開發售起，我們已償還或終止於二零一零年三月三十一日的全部現有融資並以350,000,000歐元的新銀團融資替代。於二零一零年九月三十日，我們已提取63,700,000歐元，而於二零一零年三月三十一日提取36,500,000歐元，主要用作償還我們的過往信貸額度及我們母公司LOG的融資。我們的借貸總額（包括融資租賃負債、與少數股東及關聯方的往來賬及銀行透支）達85,400,000歐元，而於二零零九年九月三十日的借貸總額為61,900,000歐元。

投資活動

截至二零一零年九月三十日止期間投資活動所用的現金淨額為23,900,000歐元，截至二零零九年九月三十日止期間則為16,300,000歐元。這反映以下各項相關的資本開支：

- 收購我們荷蘭分銷商的2,500,000歐元；
- 添置租賃物業裝修、其他有形資產、頂手費及與店鋪相關按金變動所用的14,500,000歐元；

- 添置資訊科技軟件所用的3,200,000歐元，主要與實施SAP有關；
- 與擴充馬諾斯克物業及我們於日內瓦新辦公室有關的在建有形資產所用的2,100,000歐元；及
- 其他添置(經扣減出售)所用的1,600,000歐元。

截至二零一零年九月三十日止期間所產生的與店鋪相關資本開支為14,500,000歐元，而截至二零零九年九月三十日止期間所產生者合共為8,100,000歐元。該增長的原因為我們於二零一零年四月一日至二零一零年九月三十日期間增設62間店鋪，而去年同期增設43間，以及翻新美國24間店鋪產生重大開支合共2,200,000歐元。

融資活動

截至二零一零年九月三十日止期間融資活動所得的現金淨額為239,400,000歐元，截至二零零九年九月三十日止期間融資活動所得的現金則為5,800,000歐元，並主要反映以下各項：

- 我們首次公開發售產生的所得款項淨額及相關稅務影響299,000,000歐元；
- 合共80,800,000歐元股息(包括於二零一零年五月支付予LOG的特別股息80,000,000歐元)；
- 如上文所討論，銀行借貸及其他融資租賃淨增加21,100,000歐元。

存貨

下表概述我們於所示期間的平均存貨周轉日數：

截至九月三十日止六個月期間	二零一零年	二零零九年
平均存貨周轉日數 ⁽¹⁾	224	275

⁽¹⁾ 平均存貨周轉日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平均存貨淨額。

存貨周轉日數較二零零九年九月三十日大幅減少，乃由於二零一零財政年度全年進行存貨減少所致。然而，我們預期於二零一一財政年度下半年及之後銷售額增長，我們已開始於二零一一財政年度上半年重建較高存貨。因此，我們的存貨淨額由二零一零年三月三十一日的67,500,000歐元增至二零一零年九月三十日的86,100,000歐元，或較二零零九年九月三十日的存貨淨額增長10.3%。

應收貿易賬款

下表概述我們於所示期間的應收貿易賬款周轉日數：

截至九月三十日止六個月期間	二零一零年	二零零九年
應收貿易賬款周轉日數 ⁽¹⁾	29	32

⁽¹⁾ 應收貿易賬款周轉日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等於某一期間期初及期終應收貿易賬款的平均值。

截至二零一零年九月三十日止期間應收貿易賬款周轉日數較截至二零零九年九月三十日止期間減少3日，縱使在加強發展轉售分部帶來不利的渠道組合影響情況下，各分部的應收貿易賬款的收款仍有改善所致。

應付貿易賬款

下表概述我們於所示期間的平均應付貿易賬款、採購總額及應付貿易賬款周轉日數：

截至九月三十日止六個月期間 (千歐元)	二零一零年	二零零九年
平均應付貿易賬款 ⁽¹⁾	65,508	55,321
採購總額	189,664	142,185
應付貿易賬款周轉日數 ⁽²⁾	63	71

⁽¹⁾ 平均應付貿易賬款相等於各自期間應付貿易賬款的期初及期終結餘的平均數。

⁽²⁾ 使用期內期初及期終應付貿易賬款結餘的平均數除以期內採購總額，並乘以182.5計算。計算應付貿易賬款的周轉日數時，本公司使用採購總額而非銷售成本，因為銷售成本並不計入包括在應付貿易賬款的若干分銷和一般及行政開支，而採購總額包括支付予供應商的所有付款。

截至二零零九年九月三十日止期間至截至二零一零年九月三十日止期間，我們的應付貿易賬款增加10,200,000歐元。增加主要與預期以後月份的產量較高，接近期末時L'Occitane SA的應付款項增加有關。

資產負債比率

我們首次公開發售致使我們資產負債表比率變動，導致二零一零年九月三十日的流動資產及股權較二零零九年九月三十日大幅提高。於二零一零年九月三十日的盈利能力比率與二零一零年三月三十一日的比率相比，亦受到季節性的影響，且於上半年一般會較低。

截至有關日期止期間	二零一零年 九月三十日	二零一零年 三月三十一日
盈利能力		
總資產回報 ⁽¹⁾	4.1%	19.4%
股權回報 ⁽²⁾	6.0%	51.9%
流動資金		
流動比率(倍) ⁽³⁾	3.00	0.90
速動比率(倍) ⁽⁴⁾	2.43	0.58
資本充足		
資產負債比率 ⁽⁵⁾	11.6%	14.2%
債權比率 ⁽⁶⁾	現金淨額狀況	12.4%

(1) 純利／總資產

(2) 本公司股權持有人應佔純利／股東股權(不包括少數股東權益)

(3) 流動資產／流動負債

(4) (流動資產－存貨)／流動負債

(5) 總負債／總資產

(6) 債項淨額／(總資產－總負債)乘100%

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。於二零一零年九月三十日，根據國際財務報告準則的公平市場估值規定，本公司有遠期外匯合約的外匯衍生負債淨額為2,300,000歐元。於二零一零年九月三十日，未結算的遠期外匯衍生工具的名義本金額主要為41,600,000歐元等值日圓、4,800,000歐元等值美元、3,800,000歐元等值英鎊及1,400,000歐元等值澳元。

利率風險管理

本公司訂立利率衍生工具合約，以管理利率波動對長期借貸利率的風險。於二零一零年九月三十日，本公司的利率衍生工具負債為1,400,000歐元。於二零一零年九月三十日，未結算的利率衍生工具的名義本金額為3,700,000歐元。

股息

於二零一零年四月九日，董事會批准就我們當時現有股東所持普通股派付每股0.063歐元的特別股息，相當於股息總額80,000,000萬歐元，本公司利用按盧森堡公認會計原則計算於二零零九年三月三十一日可供分派儲備135,800,000歐元派付有關股息。有關股息以本公司內部財務資源撥付。股東已於二零一零年三月三十一日舉行的會議上批准該股息。股息已於二零一零年五月四日派付。

策略回顧及前景

於財政年度的上半年，本集團繼續實施其策略計劃：

- 透過以下取得銷售增長：
 - 可比較店鋪銷售大幅增加，顯示我們的產品及創新能適應競爭激烈的消費環境；
 - Travel Retail(該分部均持續擁有盈利增長的巨大潛力)及企業對企業的發展強勁。該兩個分部為進一步加強我們目標客戶基礎的主要目標。

- **投資於未來銷售增長：**與上年同期增設43間店鋪比較，憑藉增設62間新店鋪，我們加快了開設新店的步伐(尤其於新興市場)，並同時大幅度投資於發達國家的店鋪翻新工程(尤其我們於期內在美國翻新了24間店鋪)。我們亦強化自有營銷資源，尤其集中加強推廣工具以改善店鋪內的客流量及轉變，並且透過增加廣告宣傳提升品牌知名度。我們為Melvita集中注入其所需人力及市場推廣的資源，旨在刺激並促進我們Melvita品牌的未來銷售。於回顧期間，我們於多個主要國家(如美國、俄羅斯及香港)推出Melvita及開設多間新店鋪，並吸納該開辦階段所需的投資。
- **投資於我們的基建，為未來發展作好準備：**
 - 投放更多資源在我們的市場推廣及研發團隊中，及加強我們總部及聯營公司的管理團隊並使之國際化
 - 按照預期計劃落實執行我們的SAP項目，以及重組廠房及中央倉庫項目

此外，我們於回顧期間的第二階段一直重設存貨，以確保我們能達到於假期及其後的預期銷售增長。

我們擬繼續按原定計劃執行我們的策略。於未來數個月內，我們擬重點投放在於新興國家開辦大量新店鋪、進一步發展及提升我們的品牌以及優化我們的供應鏈。

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，本公司已成立由本公司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。審核委員會已審閱本集團採用的會計原則及慣例，並已討論審核、內部監控及財務申報事宜，包括審閱本集團截至二零一零年九月三十日止期間的綜合末期業績。

企業管治

董事會不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。董事會致力於維持良好的企業管治常規及本公司業務道德標準的理念，堅信其對維持股東回報至關重要。

如上市規則附錄十四「企業管治常規守則」（「守則」）所載，企業管治常規分為兩個層面：強制性守則條文（上市公司必須遵守，或須就未能遵守解釋原因）及建議最佳常規（鼓勵上市公司遵守，但倘未能遵守就毋須進行披露）。

由於截至二零零九年九月三十日止財政期間本公司尚未於聯交所上市，故上述期間守則並不適用於本公司。自二零一零年五月七日（上市日期）起，除下文所披露者外，本公司已遵守守則的所有強制性守則條文：

本集團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，原因是，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。董事會設有三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先生獲得常務董事Emmanuel Osti先生及亞太區常務董事André Hoffmann先生的支持。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。兩名常務董事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。

董事證券交易

本公司已採納上市規則附錄十所載的董事進行證券交易的標準守則。經向全體董事作出具體查詢後，全體董事確認已於二零一零年五月七日(上市日期)起遵守標準守則所規定的標準。

購買、出售及贖回本公司的上市證券

於回顧期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

一般資料

本集團截至二零一零年九月三十日止期間的綜合財務報表已由本公司審核委員會審閱。

刊登中期報告

中期報告將寄發予股東，並可於二零一零年十二月二十九日或前後在聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.loccitane.com)查閱。

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)

Emmanuel Laurent Jacques Osti (常務董事)

André Joseph Hoffmann (亞太區常務董事)

Thomas Levilion (集團財務及行政管理部副總經理)

非執行董事

Karl Guenard

Martial Thierry Lopez

Pierre Maurice Georges Milet

獨立非執行董事

Charles Mark Broadley

Susan Saltzbart Kilsby

吳植森

承董事會命

聯席公司秘書

蔡義慶

聯席公司秘書

Sylvie Duvieusart-Marquant

香港，二零一零年十一月二十九日