

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.

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)

截至二零一一年九月三十日止六個月期間 中期業績公佈

摘要

- 零售點總數1,899處 (於二零一零年九月三十日為1,642處)
- 銷售淨額增長11.3%至368,500,000歐元。按當地貨幣計算增長14.5%
- 中國的增長按當地貨幣計算為56.4%，於二零一一年九月三十日可比較店舖銷售增長為17.3%，並有85間自營店
- 溢利因作出投資以維持日後增長而減少1.3%
- 儘管市況嚴峻，我們仍可錄得可觀的營業額增長，同時繼續投資於未來發展。

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」) 截至二零一一年九月三十日止期間的合併中期業績連同截至二零一零年九月三十日止期間的比較數字。以下財務資料 (包括比較數字) 乃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

截至九月三十日止期間

	附註	二零一一年 千歐元	二零一零年 千歐元
銷售淨額	2	368,494	331,218
銷售成本		(65,213)	(62,636)
毛利		303,281	268,582
佔銷售淨額百分比		82.3%	81.1%
分銷開支		(180,328)	(154,938)
營銷開支		(43,400)	(38,661)
研發開支		(3,061)	(2,612)
一般及行政開支		(43,897)	(36,309)
其他(虧損)/收益－淨額	3	123	2,011
經營溢利	4	32,718	38,073
財務成本－淨額	5	(234)	(705)
滙兌收益/(虧損)		(2,492)	(2,771)
除所得稅前溢利		29,992	34,597
所得稅開支	6	(197)	(4,395)
期內溢利		29,795	30,202
下列人士應佔：			
本公司權益擁有人		28,952	29,846
非控股權益		843	356
總計		29,795	30,202
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	7	0.020	0.021
攤薄	7	0.020	0.021
計算每股盈利所用股份數目			
基本		1,476,964,891	1,434,761,916
攤薄		1,476,964,891	1,434,761,916

合併資產負債表

資產		二零一一年 九月三十日	二零一一年 三月三十一日
	附註	千歐元	千歐元
物業、廠房及設備淨額		104,243	91,258
商譽		103,636	89,382
無形資產淨值		51,922	48,390
遞延所得稅資產		51,543	40,701
可供出售財務資產		35	39
其他非流動應收款項		24,999	20,415
		<hr/>	<hr/>
非流動資產		336,378	290,185
		<hr/>	<hr/>
存貨淨額	9	131,993	101,339
應收貿易賬款淨額	10	65,824	59,629
其他流動資產		47,869	34,381
衍生金融工具		353	201
現金及現金等價物		255,393	300,125
		<hr/>	<hr/>
流動資產		501,432	495,675
		<hr/>	<hr/>
總資產		<u>837,810</u>	<u>785,860</u>

權益及負債	附註	二零一一年	二零一一年
		九月三十日	三月三十一日
		千歐元	千歐元
股本		44,309	44,309
額外實繳股本		342,851	342,851
其他儲備		4,200	5,831
保留盈利		176,898	167,275
權益擁有人應佔股本及儲備		568,258	560,266
非控股權益		243	4,998
總權益		568,501	565,264
借貸		70,832	54,003
遞延所得稅負債		1,217	1,253
衍生金融工具		516	554
其他財務負債		7,333	5,873
其他非流動負債		13,158	11,026
非流動負債		93,056	72,709
應付貿易賬款	11	75,971	72,483
薪金、工資、相關社交項目 及其他稅項負債		40,323	36,431
流動所得稅負債		18,031	22,782
借貸		9,135	6,015
其他流動負債		27,333	6,333
衍生金融工具		3,067	879
其他負債及費用撥備		2,393	2,964
流動負債		176,253	147,887
權益及負債總額		837,810	785,860
流動資產／(負債)淨值		325,179	347,788
總資產減流動負債		661,557	637,973

合併財務報表附註

1. 編製基準

本集團截至二零一一年九月三十日止六個月期間的合併中期財務資料乃按國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。合併中期財務資料應與按國際會計準則委員會頒布的國際財務報告準則編製的截至二零一一年三月三十一日止年度合併財務報表一併閱讀。

編製中期財務資料所用會計政策及計算方法與編製截至2011年3月31日止年度的年度合併財務報表採用者一致，惟在中期期間的所得稅乃採用適用於預期全年盈利總額的稅率累計。

本集團於二零一一年四月一日開始的財政期間首次生效的經修訂準則及詮釋不會對簡明合併財務報表有任何重大影響。

本公司於聯營公司或合營公司並無任何投資。

2. 銷售淨額及分部資料

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	二零一一年				
	直銷	轉售	企業	其他	總計
			對企業	對賬項目	
	千歐元	千歐元	千歐元	千歐元	千歐元
銷售淨額	269,905	84,246	14,342	—	368,494
所佔百分比	73.2%	22.9%	3.9%	—	100.0%
毛利	238,649	58,597	6,035	—	303,281
佔銷售百分比	88.4%	69.6%	42.1%	—	82.3%
分銷開支	(141,584)	(14,868)	(1,003)	(22,873)	(180,328)
營銷開支	(21,807)	(2,713)	(40)	(18,840)	(43,400)
研發開支	—	—	—	(3,061)	(3,061)
一般及行政開支	(1,178)	—	—	(42,719)	(43,897)
其他(虧損)/收益—淨額	478	—	—	(355)	123
經營溢利	74,558	41,016	4,992	(87,848)	32,718
佔銷售百分比	27.6%	48.7%	34.8%		8.9%
九月三十日	二零一零年				
	直銷	轉售	企業	其他	總計
	千歐元	千歐元	對企業	對賬項目	千歐元
	千歐元	千歐元	千歐元	千歐元	千歐元
銷售淨額	236,383	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)	(17,380)	(38,661)
研發開支	—	—	—	(2,612)	(2,612)
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)	38,073
佔銷售百分比	28.6%	48.8%	31.8%		11.5%

2.2. 地理區域

銷售淨額乃根據附屬公司所在的國家而分配。

九月三十日	二零一一年		二零一零年	
	總計 千歐元	所佔 百分比	總計 千歐元	所佔 百分比
日本	91,020	24.7%	83,830	25.3%
美國	38,697	10.5%	40,476	12.2%
法國	35,058	9.5%	36,097	10.9%
香港 ⁽¹⁾	35,333	9.6%	30,085	9.1%
盧森堡	21,472	5.8%	20,133	6.1%
巴西	19,259	5.2%	14,474	4.4%
中國	19,084	5.2%	12,844	3.9%
英國	17,741	4.8%	17,383	5.2%
俄羅斯	14,459	3.9%	12,173	3.7%
台灣	12,389	3.4%	11,525	3.5%
其他國家	63,982	17.4%	52,198	15.8%
銷售淨額	<u>368,494</u>	<u>100%</u>	<u>331,218</u>	<u>100%</u>

(1) 包括澳門的銷售。

3. 出售資產溢利／(虧損)淨額

九月三十日	二零一一年 千歐元	二零一零年 千歐元
出售資產的純利	<u>371</u>	<u>1,761</u>

4. 折舊、攤銷及減值

九月三十日	二零一一年 千歐元	二零一零年 千歐元
折舊、攤銷及減值	<u>16,419</u>	<u>14,385</u>

5. 財務成本淨額

九月三十日	二零一一年 千歐元	二零一零年 千歐元
現金及現金等價物利息	1,625	616
衍生工具公平值收益	—	83
財務收入	1,625	699
利息開支	(1,721)	(1,404)
衍生工具公平值虧損	(138)	—
財務成本	(1,859)	(1,404)
財務成本淨額	(234)	(705)

6. 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	二零一一年 千歐元	二零一零年 千歐元
除所得稅前溢利及分佔合營公司收益／(虧損)	29,992	34,597
按盧森堡企業稅率(於二零一一年九月三十日 及二零一零年九月三十日分別 為28.80%及28.59%)計算所得稅	(8,638)	(9,891)
外國不同稅率的影響	11,339	7,605
未確認稅項資產的影響	(1,819)	(401)
不可扣稅開支	(449)	(900)
未分派稅項盈利的影響	(630)	(808)
所得稅開支	(197)	(4,395)

7. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以截至二零一一年九月三十日止期間本公司權益擁有人應佔溢利28,952,000歐元(截至二零一零年九月三十日止期間則為29,846,000歐元)以及截至二零一一年九月三十日止期間及截至二零一零年九月三十日止期間已發行股份加權平均數分別1,476,964,891股及1,434,761,916股為基準計算。並無有關購股權的潛在普通股的攤薄效應。

8. 股息

為維持強勁的資產負債狀況以配合未來發展，於二零一一年十一月二十八日舉行的董事會議上，董事會不建議自溢利派付截至二零一一年九月三十日止期間的股息。

9. 存貨淨額

存貨淨額包括以下各項：

	二零一一年 九月三十日 千歐元	二零一一年 三月三十一日 千歐元	二零一零年 九月三十日 千歐元
原材料及供應物料	22,610	22,054	22,981
製成品及在製品	117,868	86,294	73,156
存貨總額	140,478	108,348	96,137
減撥備	(8,485)	(7,009)	(9,988)
存貨淨額	<u>131,993</u>	<u>101,339</u>	<u>86,149</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：

	二零一一年 九月三十日 千歐元	二零一一年 三月三十一日 千歐元	二零一零年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	63,662	58,269	54,738
逾期3至6個月	1,160	533	652
逾期6至12個月	647	185	292
逾期超過12個月	355	642	250
應收貿易賬款淨額	<u>65,824</u>	<u>59,629</u>	<u>55,932</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。就轉售及企業對企業分部的客戶，銷售的信貸期一般介乎60日至90日。

11. 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：

	二零一一年 九月三十日 千歐元	二零一一年 三月三十一日 千歐元	二零一零年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	75,380	71,825	70,093
逾期3至6個月	345	380	587
逾期6至12個月	162	270	212
逾期超過12個月	84	8	183
應付貿易賬款淨額	<u>75,971</u>	<u>72,483</u>	<u>71,075</u>

管理層討論與分析

概要：

- 零售點總數1,899處(於二零一零年九月三十日為1,642處)
- 自營店數目達967間，較於二零一零年九月三十日增加17.1%)
- 銷售淨額增長11.3%至368,500,000歐元。按當地貨幣計算增長14.5%
- 中國按當地貨幣計算增長56.4%，於二零一一年九月三十日可比較店舖銷售增長為17.3%，並有85間自營店
- 溢利因作出投資以維持日後增長而減少1.3%

儘管市況嚴峻，我們仍可錄得可觀的營業額增長，同時繼續投資於未來發展。

我們實現穩步銷售增長，以固定匯率計上升14.5%，而以實質匯率計則上升11.3%。我們在亞洲尤為成功，其中香港、韓國及中國獲得顯著增長，中國的增幅超過56%。我們亦在其他多個國家表現強勁，並見證美國的表现回升，令人鼓舞。

如首次公開發售時所示，我們繼續專注於本公司的長期發展。我們進一步加速開辦自有店舖，特別是於高增長潛力的金磚四國中國、巴西及俄羅斯，以及我們的規模仍相對較小的韓國。為應對日後增長，我們於包括總部在內的多個地區強化管理團隊。我們成功實施SAP，將可於未來為我們帶來更佳的生产率及效率。

然而，由於實際稅率較低，我們的純利基本穩定。

截至九月三十日止期間	二零一一年 百萬歐元 或百分比	二零一零年 百萬歐元 或百分比
銷售淨額	368.5	331.2
經營溢利	32.7	38.1
期間溢利	29.8	30.2
毛利率	82.3%	81.1%
經營溢利率	8.9%	11.5%
溢利率淨額	8.1%	9.1%

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銷售及網上銷售淨額。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(撇除外幣換算影響)。

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。截至二零一零年九月三十日止期間內，銷售額佔截至二零一一年三月三十一日止年度銷售額的42.9%，而經營溢利佔截至二零一一年三月三十一日止年度經營溢利的28.9%。該比率不能代表二零一二年的年度業績。

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

截至二零一一年九月三十日止期間，銷售淨額為368,500,000歐元，較截至二零一零年九月三十日止期間增加37,300,000歐元，增幅為11.3%，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。於截至二零一一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73.2%及22.9%，分別增加17.4%及5.8%。撇除外匯換算影響，銷售淨額增加14.5%。

本公司增加出售本公司產品的零售點總數，由二零一零年九月三十日的1,642間增加至二零一一年九月三十日的1,899間。同樣地，本公司淨增加自營零售店數目，由二零一零年九月三十日的826間增加至二零一一年九月三十日的967間，即增加141間自營L' Occitane及Melvita店，包括於亞洲增設72間、於歐洲增設46間及於美洲增設23間。撇除外匯換算影響，截至二零一一年九月三十日止期間的可比較店舖銷售佔整體增長26.8%，而期內不可比較店舖銷售佔整體增長57.7%，及本公司轉售分部佔整體增長的9.8%。

日本、香港、中國、巴西、俄羅斯、美國及其他國家乃推動截至二零一一年九月三十日止期間銷售淨額增長的主要因素。

業務分部

下表載列截至二零一一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)：

	千歐元	增長 百分比	增長 百分比 ⁽²⁾	對整體 增長的貢獻 百分比 ⁽²⁾
直銷	33,521	14.2	17.4	85.4
可比較店舖	6,682	3.2	6.1	26.8
不可比較店舖	26,490	129.6	135.7	57.7
其他 ⁽¹⁾	349	7.1	9.2	0.9
轉售	1,955	2.4	5.8	9.8
企業對企業	1,799	14.3	18.3	4.8
整體增長	37,275	11.3	14.5	100.0

(1) 包括郵購及其他銷售。

(2) 撇除外匯換算影響。

直銷分部

直銷銷售淨額增幅為17.4%，撇除外匯換算影響，主要由於二零一零年九月三十日至二零一一年九月三十日期間淨增設141間自營店舖，包括於中國淨增設24間；於巴西淨增設18間；於日本及俄羅斯淨增設13間；於英國淨增設11間；於韓國淨增設8間及於德國淨增設7間。此外，本公司於二零一一年八月收購我們在馬來西亞的分銷商後增設16間店舖。與截至二零一零年九月三十日止期間比較，截至二零一一年九月三十日止期間，本公司自營零售店及網上銷售的銷售淨額佔整體增長84.5%，不可比較店舖貢獻57.7%的增長，而可比較店舖及網上銷售則貢獻26.8%的增長。本公司錄得相同店舖銷售大幅增長至6.1%。截至二零一零年九月三十日止期間，此比率為4.0%。此增加乃由銷售交易平均值增長加上交易量增加所帶動。

轉售分部

撇除外匯換算影響，轉售分部於截至二零一一年九月三十日止期間較截至二零一零年九月三十日止期間增長5.8%，主要由於現有銷售點的銷售額提高以及發展批發客

戶與百貨店的銷售業務，以致旅遊零售客戶銷售增加24.6%。該增加已因時差對電視銷售渠道的影響而部分抵消。

企業對企業分部

由於酒店入住率高企，亞洲地區(尤其中國)的表現強勁，撇除外匯換算影響，企業對企業分部銷售淨額增加18.3%。

地區

下表呈列按地區劃分截至二零一一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			
	截至二零一一年九月三十日止期間與截至		二零一零年九月三十日止期間的比較	
	千歐元	增長 百分比	增長 百分比 ⁽¹⁾	對整體 增長的貢獻 百分比 ⁽¹⁾
日本	7,191	8.6	8.7	15.1
香港 ⁽²⁾	5,248	17.4	30.8	19.3
中國	6,240	48.6	56.4	15.0
台灣	865	7.5	8.7	2.1
法國	(1,039)	(2.9)	(2.9)	(2.2)
英國	358	2.1	6.8	2.5
美國	(1,780)	(4.4)	6.6	5.5
巴西	4,784	33.0	34.8	10.5
俄羅斯	2,286	18.8	23.8	6.0
其他國家 ⁽³⁾	13,122	18.1	17.5	26.2
所有國家	37,275	11.3	14.5	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) 包括盧森堡的銷售額。

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：

	截至二零一一年九月三十日止期間與截至二零一零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⁾				
	二零一一年 九月三十日	二零一零年 九月三十日	變動	不可比較店舖	可比較店舖及 電子商貿	所有店舖及 電子商貿	相同店舖 銷售增長 ⁽²⁾
日本 ⁽³⁾	87	74	13	15.4	(1.6)	13.8	(1.1)
香港 ⁽⁴⁾	23	21	2	3.9	5.9	9.8	35.6
中國	85	61	24	8.8	3.0	11.8	17.3
台灣 ⁽⁵⁾	56	51	5	0.3	1.2	1.4	7.1
法國 ⁽⁶⁾	63	66	(3)	(0.5)	1.3	0.8	4.1
英國 ⁽⁷⁾	55	44	11	3.4	2.7	6.1	12.2
美國 ⁽⁸⁾	168	170	(2)	(0.8)	6.5	5.6	9.5
巴西	53	35	18	6.0	3.2	9.2	13.4
俄羅斯 ⁽⁹⁾	61	48	13	3.3	1.3	4.7	7.2
其他國家 ⁽¹⁰⁾	316	256	60	17.8	3.4	21.2	4.3
所有國家	967	826	141	57.7	26.8	84.5	6.1

(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) 包括於二零一一年九月三十日的4間Melvita店。

(4) 包括在澳門的1間L' Occitane店及包括於二零一零年九月三十日及二零一一年九月三十日在香港的分別3間及4間Melvita店。

(5) 包括於二零一一年九月三十日的5間Melvita店。

(6) 包括於二零一零年九月三十日及二零一一年九月三十日的分別5間及4間Melvita店。

(7) 包括於二零一一年九月三十日的2間Melvita店。

(8) 包括於二零一零年九月三十日及二零一一年九月三十日的分別3間Melvita店。

(9) 包括於二零一零年九月三十日及二零一一年九月三十日的分別1間及3間Melvita店。

(10) 包括於二零一零年九月三十日及二零一一年九月三十日的分別3間及4間Melvita店。

由於相同客戶日益傾向於在網絡及店舖購買，本公司目前將電子商務銷售計入本公司可比較店舖銷售。下表載列於所示期間包括及不包括電子商務銷售的本公司相同店舖銷售增長的比較：

	相同店舖銷售增長 ⁽¹⁾			
	二零一一年九月三十日		二零一零年九月三十日	
	包括 電子商務	不包括 電子商務	包括 電子商務	不包括 電子商務
	%	%	%	%
日本	(1.1)	(1.9)	1.7	1.2
香港 ⁽²⁾	35.6	35.6	12.4	12.4
中國	17.3	15.8	4.0	3.7
台灣	7.1	6.9	0.1	(0.6)
法國	4.1	3.6	5.2	5.3
英國	12.2	10.3	12.1	12.0
美國	9.5	8.9	1.1	1.4
巴西	13.4	10.8	5.9	5.9
俄羅斯	7.2	4.7	16.5	12.4
其他國家	4.3	3.0	4.2	3.1
所有國家	6.1	5.2	4.0	3.6

(1) 撇除外匯換算影響。

(2) 包括澳門的銷售額。

日本

於截至二零一一年九月三十日止期間，日本的銷售淨額較截至二零一零年九月三十日止期間增加8.7%，佔整體增長的15.1%。該增長主要是由於本公司直銷分部的發展。由於回顧期內新增13間店舖（包括4間Melvita店），不可比較店舖銷售對整體銷售增長貢獻15.4%。可比較店舖銷售輕微下降1.1%，部分由於地震及海嘯對日本經濟的影響。此外，由於在九州地區及大阪開設新店，該等地區整體銷售大幅增長，但同時難免出現相食效應。排除發生後者影響的店舖，同店銷售增長為2.8%。

香港

香港的銷售淨額按當地貨幣計算的增長為30.8%，佔整體增長的19.3%。直銷分部對整體銷售增長貢獻9.9%，主要是來自不可比較店舖的3.9%及可比較店舖的5.9%，乃主要由於當地消費活動強勁及訪港購物的中國內地客戶數目增加以交易宗數增加。可比較店舖增長35.6%，是由於交易量增加及每項交易的平均銷售值增加共同推動所致。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，主要是因韓國免稅銷售發展及航空業務增加所推動。

中國

中國是本公司的主要國家中增長最快的國家，按當地貨幣計算的增長為56.4%，可比較店舖銷售及不可比較店舖銷售分別為本公司整體銷售增長貢獻3.0%及8.8%。不可比較店舖銷售因於回顧期間淨增設24間店舖所推動。相同店舖銷售增長為17.3%，遠高於二零一一年財政年度，證明二零一一年財政年度下半年顯著改善，乃因本公司可進口新產品令存貨狀況大幅改善所致。中國的總銷售淨額亦受益於轉售及企業對企業分部的大幅增長（分別增長76.7%及43.6%），分別為本公司整體銷售增長貢獻1.5%及1.8%。

台灣

台灣的銷售淨額按當地貨幣計算增加8.7%，主要受益於可比較店舖銷售加強，於截至二零一一年九月三十日止期間增至7.1%，而截至二零一零年九月三十日止期間為0.1%，乃由於消費環境更理想以及母親節、週年大減價及VIP客戶優先減價等策略成功運作的結果。在該地發展分銷活動為我們的整體增長貢獻0.7%，已因企業禮品銷售下降而在轉售分部內部分抵消。

法國

法國的銷售淨額因轉售及企業對企業分部的銷售下降而減少2.9%。該減少是由於：

- 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，並不影響我們的整體銷售額；

- 計劃減少銷售我們的Lagorce工廠生產的第三方品牌產品，以專注於生產自有品牌；
- 減少對分銷商及批發商的銷售，乃由於我們客戶的部分謹慎訂購影響到L'Occitane及Melvita品牌，以及傳統內在零售網絡相對較弱影響到Melvita。

法國的可比較店舖銷售額穩健增長4.1%，對我們的整體增長貢獻1.3%，其中L'Occitane及Melvita可比較店舖的銷售業績理想。應該指出，該數字乃與截至二零一零年九月三十日止期間的強勁表現比較，印證了本公司品牌在法國實力雄厚。撇除截至二零一一年九月三十日止期間裝修的8間店舖，L'Occitane品牌在法國的可比較店舖銷售是7.9%。不可比較店舖銷售對我們的整體增長貢獻為負0.5%，乃由於3間表現欠佳的店舖結業所致。

英國

由於直銷分部強勢發展，英國的銷售淨額按當地貨幣計算增長6.8%。直銷分部對本公司的整體增長貢獻6.0%，乃同時受可比較店舖銷售（按當地貨幣計算的銷售額增長12.2%，對整體增長貢獻2.7%）及不可比較店舖（因回顧期內新增11間店舖而對整體增長貢獻3.4%）推動。我們的直銷受益於特別是創新的營銷方法及Divine Cream（該產品榮獲一項重要消費者獎項）等產品成功推出。轉售分部對整體增長貢獻負3.4%，主要是由於向電視銷售營運商QVC銷售的時差所致，乃因該等銷售大部分於二零一一年財政年度上半年進行，於二零一二年財政年度下半年方實現所致。

美國

美國的銷售淨額按當地貨幣計算增長了6.6%，主要得益於直銷業務增加，可比較店舖銷售額增長可觀，為9.5%，佔整體增長6.5%。這要由於我們的店舖組合及管理團隊較加強，以致錄得令人鼓舞的交易宗數增長。撇除二零一一年九月三十日止期間裝修的店舖，可比較店舖銷售為10.0%。不可比較店舖銷售的貢獻為負0.8%，乃由

於回顧期間淨結束2家店舖所致。然而，由於本公司現時更能夠地找到及開設店舖，本公司計劃在本財政年度的第二部分開設超過6間店舖。與英國情況相似，由於向電視銷售營運商QVC銷售的時差所致，轉售分部的銷售受影響，因而抵銷我們向美國的百貨公司銷售的增長的76.7%。

巴西

巴西的銷售淨額按當地貨幣計算增長了34.8%。於截至二零一一年九月三十日止期間，我們的直銷分部為整體增長貢獻了9.0%，相較二零一零年九月三十日止期間的5.9%，可比較店舖銷售錄得13.4%的強勁增長。不可比較店舖銷售額對我們的整體增長貢獻為6.0%，開設新店速度更快：二零一一年九月三十日止12個月期間淨增設18間店舖，而二零一零年九月三十日止12個月期間淨增設3間店舖。轉售分部的銷售額增加34.5%，對整體銷售增長貢獻1.4%，乃由於本公司與兩間主要連鎖藥店合作發展批發分銷業務所致。

俄羅斯

俄羅斯銷售淨額按當地貨幣計算增長23.8%，乃受我們的銷售分部增長所帶動，對整體增長貢獻4.8%。可比較店舖銷售於截至二零一一年九月三十日止期間增長7.2%，而於截至二零一零年九月三十日止期間則為16.5%，乃因為於二零一零年財政年度上半年可比較店舖銷售的差勁情況於當時俄羅斯經濟疲弱環境下復甦。不可比較店舖銷售對整體增長貢獻為3.3%，於回顧期間淨增設13間店舖。轉售銷售額增長22.5%，對整體增長貢獻為0.9%，乃因我們發展批發業務並在莫斯科及聖彼得堡以外城市向分銷商進行銷售所致。

其他國家

其他國家的銷售淨額按當地貨幣計算增長17.5%。直銷分部為本公司整體增長貢獻21.1%。憑藉相同店舖銷售增長4.3%，可比較店舖銷售佔本公司整體增長的3.4%。不可比較店舖銷售因我們的店舖網絡擴展而為整體增長貢獻17.8%。於回顧期間，我們於其他國家增加60間零售店：其中韓國8間、德國7間、加拿大6間、印度及西班牙

及意大利各5間，及我們因在馬來西亞收購本公司分銷商而在該國家新增16間。於韓國、德國、西班牙、加拿大及意大利的銷售額分別增長42.8%、22.2%、16.8%、36.7%及36.0%，撇除外匯換算的影響。由於對旅遊零售客戶及百貨店的銷售增加，轉售銷售增長6.6%，為本公司的整體增長貢獻3.8%。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

截至二零一一年九月三十日止期間，銷售成本較截至二零一零年九月三十日止期間增加2,600,000歐元至65,200,000歐元，增幅為4.1%。截至二零一一年九月三十日止期間，毛利率增至82.3%，上升1.2個百分點。毛利率增加反映下列各項：

- 0.5個百分點來自渠道組合影響改善，此乃因我們直銷分部的銷售於截至二零一一年九月三十日止期間增加，而其他分部銷售的毛利率低於直銷分部所致；
- 銷售價提高0.5百分點，而產品組合改善0.1個百分點；
- 生產成本及其他影響相對較低，佔0.8個百分點，此乃由於截至二零一一年九月三十日止期間生產水平較高所產生的固定成本攤薄效應，超過生產力較高有關的若干負面影響抵銷額，如與分包及臨時工比例較高有關的成本；

上述各項乃由下列各項所部分抵銷：

- 不利外幣影響銷售淨額0.5個百分點，乃由於截至二零一一年九月三十日止期間歐元轉強，特別是兌美元及與美元掛鈎貨幣；及
- 運費及關稅增加0.2個百分點，此乃與附屬公司的存貨增加有關。

分銷開支

截至二零一一年九月三十日止期間，分銷開支較截至二零一零年九月三十日止期間增加25,400,000歐元至180,300,000歐元，增幅為16.4%。截至二零一一年九月三十日止期間，分銷開支佔銷售淨額的百分比增至48.9%，較截至二零一零年九月三十日止期間增加2.2個百分點。此增加乃由於下列各項：

- 1.0個百分點來自渠道組合影響改善，此乃因我們直銷分部的銷售於截至二零一一年九月三十日止期間增加，而其他分部銷售的毛利率低於直銷分部所致；
- 鑒於預期財政年度第二期間及其後銷售增長而提高存貨水平，故物流成本增加，佔0.5個百分點；
- 鑒於本公司日後增長產生額外成本0.4個百分點，乃有關開設新店舖、投資網上銷售平台、建立Melvita的自身銷售團隊，以及發展Le Couvent des Minimes銷售；及
- 因預期銷售增長而提高促銷貨品成本，主要涉及袋、包裝材料及禮品盒，佔0.3個百分點。

營銷開支

截至二零一一年九月三十日止期間，營銷開支較截至二零一零年九月三十日止期間增加4,700,000歐元至43,400,000歐元，增幅為12.3%。截至二零一一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11.8%，較截至二零一零年九月三十日止期間增加0.1個百分點，主要由於下列各項：

- 投資新項目及加強在產品開發、通信及業務營銷的資源，佔0.5個百分點；
- 廣告、直接市場推廣開支及相關費用增加0.4個百分點，主要於日本及歐洲；
- 對L'Occitane Foundation三年承擔的全面影響，佔0.3個百分點；

- 不利渠道組合的影響佔0.1個百分點，乃由於截至二零一一年九月三十日止期間直銷分部的銷售額相對於營銷費用低於直銷分部的其他分部有所增加；
- 不利匯率影響，佔0.2個百分點；

上述各項因下列各項而部分抵銷：

- 通訊工具(樣品、目錄、窗戶)及迷你產品及包裝袋(「MPP」)的成本降低淨1.2個百分點。由於我們的MPP現時主要與常規產品捆綁，其為銷售一部分而不能作為營銷費用(在國際會計準則38號項下)入賬。由於該項分析結果，MPP對我們的營銷費用作出有利貢獻，佔銷售1.5個百分點。自二零一一年四月一日起，MPP的成本入賬列作銷售成本，而手頭MPP為存貨的一部分；及
- 其他影響，佔0.2個百分點。

研發開支

於截至二零一一年九月三十日止期間，研究及開發(「研發」)開支較截至二零一零年九月三十日止期間增加400,000歐元至3,100,000歐元，增幅為17.2%，主要因為設立研究小組專注於策略發展(植物提取、基因組學、專利)。研發開支佔銷售淨額的百分比於截至二零一一年九月三十日止期間與截至二零一零年九月三十日止期間相比保持穩定，為0.8%。

一般及行政開支

截至二零一一年九月三十日止期間，一般及行政開支較截至二零一零年九月三十日止期間增加7,600,000歐元至43,900,000歐元，增幅為20.9%，而佔銷售淨額增加0.9個百分點。該佔銷售淨額的百分比增加是由於：

- 匯率的不利影響，佔0.1個百分點；
- 年內產生非經常性成本，佔0.1個百分點，主要有關遣散費；
- 投資於本公司流程，佔0.7個百分點，主要因推行SAP及SAP全面上線；

- 強化管理架構(特別是財務及一般管理)導致因擴充而開設新辦公室的租金增加，合共佔0.6個百分點；及
- 其他影響，佔0.1個百分點，主要因於二零一一年四月授出購股權所致；

以上各項因下列各項而部分抵銷：

- 上一個財政年度產生非經常性費用，對截至二零一一年九月三十日止期間與截至二零一零年九月三十日止期間的比較造成有利影響，佔0.4個百分點；及
- 銷售額增加對現有架構成本造成有利的槓桿影響，佔0.3個百分點。

其他收益

其他收益於截至二零一一年九月三十日止期間為100,000歐元，而於截至二零一零年九月三十日止期間為2,000,000歐元。該減少主要是由於截至二零一零年九月三十日止期間就出售店舖(主要是於巴黎的Sèvres店)及出售於美國的Oliviers & Co.業務收取額外代價而錄得高收益所致。二零一一年九月三十日止期間亦因就以往年度泰國的業績作出調整700,000歐元而受到影響。

經營溢利

截至二零一一年九月三十日止期間，經營溢利較截至二零一零年九月三十日止期間減少5,400,000歐元至32,700,000歐元，減幅為14.1%，而本公司的經營溢利率減少至8.9%，減幅為佔銷售淨額2.6個百分點。經營溢利率減少可分析如下：

- 不利的匯率影響，佔0.8個百分點；
- 不利渠道組合影響，佔0.6個百分點；
- 投資於未來銷售增長及架構，佔2.6個百分點；及
- 不利的非經常性影響，佔0.3個百分點；

以上各項因下列各項而部分抵銷：

- 價格及產品組合增加的影響，佔0.5個百分點；及
- 生產成本降低及充分利用現有架構佔1.0個百分點。

財務成本淨額

截至二零一一年九月三十日止期間，財務成本淨額較截至二零一零年九月三十日止期間減少500,000歐元至200,000歐元。該減少主要因我們正現金結餘的財務收入於截至二零一一年九月三十日止整個期間增加有關，而由於我們在二零一零年五月七日進行首次公開發售，故截至二零一零年九月三十日止期間期前期我們未能錄得相若的財務收入。

外幣收益／虧損

我們於截至二零一一年九月三十日止期間的外幣虧損淨額為2,500,000歐元，主要與集團內公司間融資以及集團內公司間與外部貿易有關，並由於：

- 貿易活動收益1,200,000歐元，主要因相比二零一一年三月三十日，美元於二零一零年九月三十日較強；
- 集團內公司間融資虧損3,700,000歐元（大部分未實現），主要由於我們為在巴西、俄羅斯、墨西哥及韓國的附屬公司提供融資所致。

所得稅開支

截至二零一一年九月三十日止期間的實際所得稅率為0.7%，截至二零一零年九月三十日止期間為12.7%。實際稅率降低的主要原因是，我們在部分高稅率國家（包括法國、美國及巴西）的活動的季節性帶來稅前負貢獻，而期間大部分稅前貢獻是在較低稅率的國家實現。有效稅率從截至二零一零年九月三十日止期間下降，普遍是因最高稅率的國家的稅前溢利降低，而較低稅率的國家的稅前溢利增加。

期內溢利

鑑於上述種種原因，截至二零一一年九月三十日止期間的期內溢利較截至二零一零年九月三十日止期間減少400,000歐元至29,800,000歐元，減幅為1.3%。每股基本及攤薄盈利於截至二零一一年九月三十日止期間較截至二零一零年九月三十日止期間減少5.8%，由0.021歐元減至0.020歐元，計算時所用股份數目增加2.9%，至1,476,964,891股。

資產負債表回顧

流動資金及資本資源

於二零一一年九月三十日，我們的現金及現金等價物為255,400,000歐元，於二零一一年三月三十一日則為300,100,000歐元。

於二零一一年九月三十日，未提取借貸融資的總額為303,000,000歐元。於截至二零一一年九月三十日止期間，我們簽訂10,000,000歐元的14年到期新銀行貸款協議，以融資興建我們於諾斯克的新國際倉庫。於二零一一年九月三十日，該融資中2,900,000歐元已經動用。

於二零一一年九月三十日，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80,000,000歐元，而於二零一一年三月三十一日的借貸總額為60,000,000歐元。該增加是因外幣借貸增加以抵消資產負債表的外幣風險增加、新倉庫融資以及於二零一零年就擴展Lagorce設施所訂融資租賃最終增加所致。

投資活動

截至二零一一年九月三十日止期間投資活動所用的現金淨額為52,700,000歐元，而截至二零一零年九月三十日止期間則為23,900,000歐元，即增加28,700,000歐元。這反映主要有關以下各項的資本開支：

- 收購我們馬來西亞分銷商及我們在瑞士與韓國的聯屬人士的非控股權益所用的22,200,000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16,000,000歐元；

- 添置資訊科技軟件所用的5,500,000歐元，包括實施SAP作為我們的企業資源規劃系統所用的2,400,000歐元；
- 添置機器、設備、施工、配件及我們的其他工廠、研發及倉儲設施所用的6,200,000歐元(扣除出售於馬諾斯克的前歐洲倉庫後)。

融資活動

截至二零一一年九月三十日止期間融資活動所得的現金淨額為9,600,000歐元，而截至二零一零年九月三十日止期間融資活動所得的現金則為239,400,000歐元(如我們於二零一零年五月的首次公開發售所標明)，回顧期間所產生現金淨額主要反映以下各項：

- 如上文所討論，銀行借貸及其他融資租賃淨增加；
- 向附屬公司非控股權益支付股息合共5,000,000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	二零一一年	二零一零年
平均存貨周轉日數 ⁽¹⁾	326	224

(1) 平均存貨周轉日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。

由於季節性因素，我們的存貨通常於九月前後達到頂峰，從截至二零一零年九月三十日的低水平86,100,000歐元增加45,800,000歐元至二零一一年九月三十日的132,000,000歐元。存貨亦因迷你產品及包裝袋(「MPP」)的使用有變而受到影響，該產品基本上用作出售，因此入賬列作存貨。該變動對我們存貨的影響於二零一一年九月三十日為8,500,000歐元，或19個存貨周轉日數。

平均存貨周轉日數增加的主要成份，與我們的節日產品預期銷售增加及提早交付有關，為45日。據管理層分析，其他增加如下：

- 重新調整安全存貨以確保服務市場，為18日；
- 增加附屬公司及工廠的存貨覆蓋(與去年極低水平相比)，為12日；
- 臨時增加在SAP的交付準備交貨時間以及其他變動，為8日。

由於平均存貨周轉日數比率有關過往銷售的存貨，故我們就管理而言使用內部存貨比率預計銷售。這排除MPP影響的存貨覆蓋率估計約為9.0個月，而截至二零零八年、二零零九年及二零一零年九月三十日分別為8.8個月、7.6個月及6.9個月。

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：

截至九月三十日止期間	二零一一年	二零一零年
應收貿易賬款周轉日數 ⁽¹⁾	31	29

(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。

截至二零一一年九月三十日止期間應收貿易賬款周轉日數較截至二零一零年九月三十日止期間增加2日，主要由於在中國及韓國的百貨公司發展直銷銷售所致。

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：

截至九月三十日止期間	二零一一年	二零一零年
應付貿易賬款的周轉日數 ⁽¹⁾	61	62

(1) 使用期內的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。採購總額乃從總經營成本及開支扣除僱員福利、折舊及撥備變動後估計。

由截至二零一零年九月三十日止期間至截至二零一一年九月三十日止期間，我們的平均貿易應付賬款增加8,700,000歐元，而貿易應付賬款周轉日數則減少1天。該減少主要由於我們的應計費用降低及與我們的法國實體的總採購量有關的應付貿易賬款稍為降低所致，已因在日本及中國的應付貿易賬款周轉日數增加而部分抵銷。

資產負債比率

我們所用資本回報及股權回報率通常受我們的季節性所影響。該等比率於截至二零一一年九月三十日與截至二零一零年九月三十日相比略有下降，乃由於期間的除稅後經營溢利及溢利淨額接近固定，而我們所用的資本及權益每期有所增加。我們所用資金增加是因我們的資本開支及營運資金增加。我們的權益由二零一零年九月三十日至二零一一年九月三十日增加71,000,000歐元，主要由於合期內我們的溢利所致，該增加已因我們在瑞士及韓國收購非控股權益以及2011年派付股息而部分抵銷。由於我們的高淨現金狀況，我們的流動資金及資本充足比率仍然非常可觀。

截至有關日期止期間	二零一一年 九月三十日 千歐元	二零一一年 三月三十一日 千歐元	二零一零年 九月三十日 千歐元
盈利能力			
除稅後經營溢利總額(NOPAT) ⁽¹⁾	30,027	103,876	30,817
所用資本 ⁽²⁾	433,364	341,559	327,746
所用資本回報(ROCE) ⁽³⁾	6.9%	30.4%	9.4%
股權回報(ROE) ⁽⁴⁾	5.1%	17.8%	6.0%
流動資金			
流動比率(倍) ⁽⁵⁾	2.84	3.35	3.00
速動比率(倍) ⁽⁶⁾	2.10	2.67	2.43
資本充足			
資產負債比率 ⁽⁷⁾	9.5%	7.6%	11.6%
債權比率 ⁽⁸⁾	現金淨額 狀況	現金淨額 狀況	現金淨額 狀況

(1) (經營溢利+外匯收益或虧損淨額) × (1 - 有效稅率)

(2) 非流動資產 - (遞延所得稅負債+其他非流動負債) + 營運資金

(3) NOPAT / 所用資本

(4) 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)

(5) 流動資產 / 流動負債

(6) (流動資產 - 存貨) / 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。於二零一一年九月三十日，根據國際財務報告準則的公平市場估值規定，本公司有遠期外匯合約的外匯衍生負債淨額為2,500,000歐元。於二零一一年九月三十日，未結算的遠期外匯衍生工具的名義本金額主要為20,800,000歐元等值日圓、6,000,000歐元等值巴西雷亞爾、5,600,000歐元等值美元及2,700,000歐元等值英磅。

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。於二零一一年九月三十日，本公司的利率衍生工具負債為700,000歐元。於二零一一年九月三十日，未結算的利率衍生工具的名義本金額為25,800,000歐元。

股息

於二零一一年六月二十七日，董事會建議就普通股派付每股0.0135歐元的股息，相當於股息總額19,900,000歐元，或本公司權益擁有人應佔溢利的20%，以於二零一一年三月三十一日可供分派儲備180,000,000歐元派付有關股息。股東已於二零一一年九月三十日舉行的會議上批准該股息。股息已於二零一一年十月二十一日派付。

結算日後事項

並無須予呈報的結算日後事項。

策略回顧及前景

期內活動概要：

日本及部分歐洲國家的經濟不景氣，但我們仍有所作為，增加於所有這些國家的銷售額。我們專注於具有最高增長潛力的國家：中國、巴西、俄羅斯及韓國，我們增加新店舖及翻新工程的投資，12個月內淨開設141間店舖及進行29項翻新工程。

我們亦加大直接市場推廣、網站及廣告等推廣力度，擴大研發、市場推廣及國際管理等基礎設施。SAP系統實施良好，將可於未來為我們帶來更佳的生产率及效率。

儘管有機市場放緩，惟我們仍會繼續於Melvita的投資。

由於作出該等投資，期內我們的經營溢利下降，並因季節性而加大。如我們於首次公開發售時所述，我們正從長遠角度發展公司，並堅信這一策略。

下半年的前景：

我們將繼續投資新興及快速發展國家的新店舖，翻新其他國家的店舖，並將側重假日，以獲得這一關鍵時期的成功銷售額。我們亦將繼續發掘策略收購機會。

從經營效率的觀點出發，我們將在其他歐洲國家實施SAP核心模式及籌備於香港推出，並準備連同相關新生產執行系統將SAP用於製造。我們將進一步致力改進供應鏈管理，在持續滿足需求的同時減少存貨，並將在工廠啟動綜合後台功能。中央倉庫樓宇將於明年春季投入使用，我們將開始重新設計及擴充馬諾斯克工廠。

今年下半年，我們將繼續進行架構及運營以及店舖網絡投資。然而，我們將利用季節性較高銷售額及投資的正面影響。

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二零一一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）。自本公司上市日期二零一零年五月七日起，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上市發行人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，全體董事確認已於截至二零一一年九月三十日止期間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

本集團截至二零一一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

本公司中期業績公告於香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.loccitane.com)公佈。中期報告將寄發予本公司股東，並可於適當時候在香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.loccitane.com)查閱。

董事會

於本公佈日期，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)

Domenico Trizio (行政總裁)

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

L'Occitane International S.A.

主席

Reinold Geiger

香港，二零一一年十一月二十八日