

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佈的內容概不負責，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佈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)

截至二零一七年九月三十日止六個月 中期業績公佈

摘要

- 儘管零售環境具挑戰性，本集團在主要新興市場、新興品牌及網上渠道取得出色進展。本集團的銷售淨額達548,200,000歐元，按固定匯率計算增長1.1%，按可比基礎計算銷售增長2.3%。
- 中國及巴西位居增長最快國家之列，按固定匯率計算的銷售增長分別為22.7%及13.2%。
- 毛利率達82.8%，較去年同期高出0.6個百分點。
- 銷售淨額的經營利潤率下降1.0個百分點，主要由於不利的貨幣換算、一次性及階段性影響所致。
- 來自網絡及轉售渠道的收益、定價及生產成本彌補了零售環境疲弱對分銷成本的大部分影響。
- 由於本集團受較強季節性及階段性影響以及外匯虧損(大部分未變現)，期內溢利為10,700,000歐元。

中期業績

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」)截至二零一七年九月三十日止六個月的合併中期業績連同截至二零一六年九月三十日止六個月的比較數字。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

截至九月三十日止六個月

	附註	二零一七年 千歐元	二零一六年 千歐元
銷售淨額	2	548,210	551,663
銷售成本		(94,263)	(98,230)
毛利		453,947	453,433
佔銷售淨額百分比		82.8%	82.2%
分銷開支		(296,987)	(289,448)
營銷開支		(77,770)	(77,296)
研發開支		(7,682)	(7,476)
一般及行政開支		(58,601)	(60,647)
採用權益法入賬的分佔合營公司收益／(虧損)		405	(27)
其他收益淨額	3	468	832
經營溢利	4	13,780	19,371
財務成本－淨額	5	(809)	(118)
匯兌(虧損)／收益		(2,980)	649
除所得稅前溢利		9,991	19,902
所得稅抵免	6	736	6,545
持續經營業務的期內溢利		10,727	26,447
下列人士應佔：			
本公司權益擁有人		11,077	25,989
非控股權益		(350)	458
總計		10,727	26,447
實際稅率		-7.4%	-32.9%
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		0.008	0.018
攤薄		0.008	0.018
計算每股盈利所用股份數目			
基本	7	1,461,435,471	1,464,559,221
攤薄	7	1,463,011,450	1,466,793,552

簡明合併財務狀況表

於	附註	二零一七年 九月三十日 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		172,802	172,357
商譽		130,268	138,676
無形資產淨值		75,899	56,677
遞延所得稅資產		89,366	80,058
於聯營公司的投資		114,316	—
其他非流動應收款項		41,264	41,449
非流動資產		623,915	489,217
存貨淨額	9	156,760	138,096
應收貿易賬款淨額	10	99,014	107,983
其他流動資產		57,446	55,162
衍生金融工具		845	153
現金及現金等價物		303,203	452,751
流動資產		617,268	754,145
總資產		1,241,183	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		(88,359)	(66,125)
保留盈利		563,657	598,845
權益擁有人應佔股本及儲備		862,458	919,880
非控股權益		175	465
總權益		862,633	920,345
借貸		87,448	70,572
遞延所得稅負債		3,493	3,973
其他財務負債		6,033	5,603
其他非流動負債		30,478	31,405
非流動負債		127,452	111,553
應付貿易賬款	11	104,417	102,429
薪金、工資、相關社交項目及其他稅項負債		56,376	64,339
流動所得稅負債		6,904	9,496
借貸		2,424	2,468
其他流動負債		68,454	18,024
衍生金融工具		647	442
其他負債及費用撥備		11,876	14,266
流動負債		251,098	211,464
權益及負債總額		1,241,183	1,243,362
流動資產淨值		366,170	542,681
總資產減流動負債		990,085	1,031,898

簡明合併財務報表附註

1. 編製基準

截至二零一七年九月三十日止六個月期間(「截至二零一七年九月三十日止期間」)的簡明合併中期財務資料(「合併中期財務資料」)已按國際會計準則委員會頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。本合併中期財務資料應與按國際會計準則委員會頒佈的國際財務報告準則編製的截至二零一七年三月三十一日止年度合併年度財務報表一併閱讀。

編製本中期財務資料所用會計政策及計算方法與編製截至二零一七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採用適用於預期全年盈利總額的稅率累計。
- 於二零一七年四月一日開始的財政期間生效的國際財務報告準則的詮釋及修訂對合併財務報表並無任何重大影響。

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、航空公司及酒店銷售產品。

從地理角度而言，管理層評估各個國家的表現。

2.1. 經營分部

截至二零一七年九月三十日止六個月

千歐元	直銷	轉售	其他 對賬項目	總計
銷售淨額	397,077	151,133	—	548,210
所佔百分比	72.4%	27.6%	—	100.0%
毛利	349,525	104,422	—	453,947
佔銷售百分比	88.1%	69.1%	—	82.8%
分銷開支	(243,672)	(26,684)	(26,631)	(296,987)
營銷開支	(23,055)	(4,005)	(50,710)	(77,770)
研發開支	—	—	(7,682)	(7,682)
一般及行政開支	—	—	(58,601)	(58,601)
分佔合營公司經營溢利	—	—	405	405
其他收益／(虧損)淨額	46	(8)	430	468
	82,844	73,725	(142,789)	13,780
經營溢利	82,844	73,725	(142,789)	13,780
佔銷售百分比	20.9%	48.8%	—	2.5%

截至二零一六年九月三十日止六個月

千歐元	直銷	轉售	其他 對賬項目	總計
銷售淨額	400,549	151,114	—	551,663
所佔百分比	72.6%	27.4%	—	100.0%
毛利	349,712	103,721	—	453,433
佔銷售百分比	87.3%	68.6%	—	82.2%
分銷開支	(236,283)	(27,913)	(25,252)	(289,448)
營銷開支	(24,233)	(4,897)	(48,166)	(77,296)
研發開支	—	—	(7,476)	(7,476)
一般及行政開支	—	—	(60,647)	(60,647)
分佔合營公司經營虧損	—	—	(27)	(27)
其他收益淨額	308	1	523	832
	89,504	70,912	(141,045)	19,371
經營溢利	89,504	70,912	(141,045)	19,371
佔銷售百分比	22.3%	46.9%	—	3.5%

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。

九月三十日

千歐元	二零一七年		二零一六年	
	總計	所佔百分比	總計	所佔百分比
日本	99,448	18.1%	104,460	18.9%
美國	62,989	11.5%	70,838	12.8%
中國	60,041	11.0%	50,797	9.2%
香港 ⁽¹⁾	51,147	9.3%	50,927	9.2%
法國	44,664	8.1%	43,826	7.9%
盧森堡－瑞士分公司 ⁽²⁾	34,954	6.4%	36,027	6.5%
巴西	26,703	4.9%	22,478	4.1%
英國	23,470	4.3%	26,475	4.8%
俄羅斯	18,976	3.5%	17,248	3.1%
台灣	15,292	2.8%	15,871	2.9%
其他國家	110,526	20.2%	112,716	20.4%
銷售淨額	548,210	100%	551,663	100%

(1) 包括澳門的銷售及向亞洲分銷商及旅遊零售客戶的銷售。

(2) 本公司向位於歐洲、中東及美洲的分銷商及旅遊零售客戶出具發票的銷售額。

3. 出售資產收益／(虧損)淨額

九月三十日

出售資產的(虧損)／收益淨額

二零一七年
千歐元

二零一六年
千歐元

(238)

268

4. 折舊、攤銷及減值

經營溢利已扣除下列項目：

九月三十日

折舊、攤銷及減值

二零一七年
千歐元

二零一六年
千歐元

30,586

31,616

5. 財務成本淨額

九月三十日

現金及現金等價物利息

財務收入

利息開支

財務負債的折現回撥

財務成本

財務成本淨額

二零一七年
千歐元

二零一六年
千歐元

739

1,213

739

1,213

(1,118)

(953)

(430)

(378)

(1,548)

(1,331)

(809)

(118)

6. 稅項

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：

九月三十日

除所得稅及剔除合營公司業績前溢利

按盧森堡企業稅率計算(二零一七年九月三十日為27.08%，而
二零一六年九月三十日為29.22%)

外國不同稅率的影響

未確認稅項資產的影響

不可扣稅開支

未分派稅項盈利的影響

所得稅抵免

二零一七年
千歐元

二零一六年
千歐元

9,586

19,902

(2,596)

(5,815)

6,067

13,890

(1,465)

(1,599)

(1,242)

210

(28)

(141)

736

6,545

7. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以截至二零一七年九月三十日止六個月本公司權益擁有人應佔溢利11,100,000歐元(截至二零一六年九月三十日止六個月則為26,000,000歐元)以及截至二零一七年九月三十日止期間及截至二零一六年九月三十日止期間已發行股份加權平均數分別為1,461,435,471(基本)及1,463,011,450(攤薄)以及1,464,559,221(基本)及1,466,793,552(攤薄)為基準計算。

8. 股息

為配合僅宣派及派付每年的末期股息的政策，董事會不建議就截至二零一七年九月三十日止六個月的溢利作出任何分派。

9. 存貨淨額

存貨淨額包括以下各項：

	二零一七年 九月三十日 千歐元	二零一七年 三月三十一日 千歐元	二零一六年 九月三十日 千歐元
原材料及供應物料	22,406	22,120	20,350
製成品及在製品	145,265	127,856	147,494
存貨總額	167,671	149,976	167,844
減：撥備	(10,911)	(11,880)	(11,935)
存貨淨額	<u>156,760</u>	<u>138,096</u>	<u>155,909</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：

	二零一七年 九月三十日 千歐元	二零一七年 三月三十一日 千歐元	二零一六年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	98,749	108,670	102,441
逾期3至6個月	648	755	933
逾期6至12個月	296	33	509
逾期超過12個月	375	445	299
呆賬撥備	(1,054)	(1,920)	(1,346)
應收貿易賬款淨額	<u>99,014</u>	<u>107,983</u>	<u>102,836</u>

本集團認為，該等除呆賬撥備後應收款項淨額並不涉及無法收回的風險。

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：

	二零一七年 九月三十日 千歐元	二零一七年 三月三十一日 千歐元	二零一六年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	103,307	101,406	85,150
逾期3至6個月	993	339	47
逾期6至12個月	22	7	25
逾期超過12個月	95	677	352
應付貿易賬款	<u>104,417</u>	<u>102,429</u>	<u>85,574</u>

管理層討論與分析

概要：

截至九月三十日止六個月	二零一七年	二零一六年
銷售淨額(百萬歐元)	548.2	551.7
經營溢利(百萬歐元)	13.8	19.4
期內溢利(百萬歐元)	10.7	26.4
毛利率(銷售百分比)	82.8%	82.2%
經營溢利率(銷售百分比)	2.5%	3.5%
淨利潤率(銷售百分比)	2.0%	4.8%

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。

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。

同店銷售增長指兩個財政期間內可比較店舖銷售的比較。除另有指明者外，有關同店銷售增長的討論均撇除外匯換算的影響。

整體增長指所示財政期間內全球總銷售淨額增長(撇除外匯換算影響)。

營運的季節因素

本集團須面對銷售額的季節因素差異，本公司在第三財政季度(十月一日至十二月三十一日期間)聖誕假期之前並在該假期的期間，銷售額顯著增加。截至二零一六年九月三十日止六個月，銷售額佔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」)的年度銷售額的41.7%，而經營溢利佔截至二零一七年三月三十一日止年度的年度經營溢利的11.5%。然而，該等比率不能代表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」)的年度業績。

季節因素亦對生產時間表及營運資金的使用構成影響。我們一般於四月至十一月運用大部分的營運資金增加生產，以應付將會在聖誕假期增加的銷售及推出新產品。

收益分析

本集團按報告匯率計算的銷售淨額為548,200,000歐元，較去年同期下降0.6%。按固定匯率計算，銷售增長為1.1%。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的一次性交易。在可比的基礎上(即撇除Le Couvent des Minimes及一次性交易)，銷售額按固定匯率計算增長2.3%及按報告匯率計算增長0.5%。

本集團將銷售產品的零售點總數由二零一七年三月三十一日的3,037間增至二零一七年九月三十日的3,104間，增加67個地點或2.2%。本集團維持其選擇性的全球零售擴張策略，並將其自營零售店的數目由二零一七年三月三十一日的1,514間增至二零一七年九月三十日的1,519間，淨增加5間店舖或0.3%。

按地區劃分，中國、巴西、日本、香港及法國為整體增長的主要貢獻國家。

業務分部

下表載列截至二零一七年九月三十日止六個月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			對整體 增長的貢獻 百分比 ⁽²⁾
	增長 千歐元	增長 百分比	增長 百分比 ⁽²⁾	
直銷	(3,473)	(0.9)	1.1	74.2
可比較店舖	(6,355)	(2.0)	(0.1)	(6.6)
不可比較店舖及其他 ⁽¹⁾	2,883	3.2	5.2	80.8
轉售	19	0.0	1.0	25.8
整體增長	<u>(3,453)</u>	<u>(0.6)</u>	<u>1.1</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

於二零一八年財政年度上半年，直銷銷售額佔銷售淨額的72.4%，達397,100,000歐元，按報告匯率較去年同期下降0.9%。按固定匯率計算，增長為1.1%。此增長主要受惠於不可比較店舖及其他銷售，包括去年和今年新開設的店舖及經翻新的店舖、網上商城及水療業務，按固定匯率合共增長5.2%。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增長22.6%，相當於直銷銷售總額的12.9%。本集團截至二零一七年九月三十日止六個月的同店銷售額下降0.1%，但仍較二零一八年財政年度第一季度的-0.6%及去年同期的-2.5%有所改善，乃由於中國錄得雙位數的同店銷售增長及主要國家實現整體改善。

截至二零一七年九月三十日止六個月淨增設5間自營店舖。期內，亞太區店舖數量並無變動，日本增設7間店舖，澳洲及印度各增設2間店舖，澳門增設1間店舖，並由該地區關閉若干店舖所抵銷。中國淨關閉3間Melvita店舖及2間L'Occitane en Provence店舖，乃由於表現問題所致。美洲淨關閉3間店舖，其中美國2間店舖於租期末關閉及巴西一間L'Occitane au Brésil店舖轉型為加盟店。歐洲及非洲淨增設8間店舖，其中法國及英國各增設2間店舖，德國、西班牙、比利時及南非各增設一間店舖。本集團持續更新零售網絡，於截至二零一七年九月三十日止六個月翻新78間店舖，較去年同期的39間店舖明顯加速。

轉售

轉售銷售額佔本集團銷售總額的27.6%，達151,100,000歐元，按固定匯率較去年增長1.0%。以可比的基礎計算的增長率為5.4%。該增長主要受到L'Occitane en Provence品牌的旅遊零售、分銷、B2B及網上夥伴渠道的蓬勃增長所推動。二零一八年財政年度上半年，旅遊零售取得良好增長，尤其是中國、日本、德國、北美及機艙銷售。此外，新興品牌Melvita及Erborian亦帶動整體銷售增長，均實現雙位數增長。撇除去年的一次性交易，L'Occitane au Brésil保持了中雙位數的強勁增長。

地區

下表呈列按地區劃分截至二零一七年九月三十日止六個月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)：

	銷售及佔銷售總額百分比								
	於		於		增長		增長 ⁽¹⁾		對整體增長 的貢獻 ⁽¹⁾
	二零一七年九月三十日	二零一六年九月三十日	二零一七年九月三十日	二零一六年九月三十日	千歐元	%	%	%	
	千歐元	%	千歐元	%	千歐元	%	%	%	%
日本	99,448	18.1	104,460	18.9	(5,012)	(4.8)	1.8	31.7	
香港 ⁽²⁾	51,147	9.3	50,927	9.2	220	0.4	2.6	22.6	
中國	60,041	11.0	50,797	9.2	9,244	18.2	22.7	197.9	
台灣	15,292	2.8	15,871	2.9	(578)	(3.6)	(7.1)	(19.4)	
法國	44,664	8.1	43,826	7.9	838	1.9	1.9	14.4	
英國	23,470	4.3	26,475	4.8	(3,005)	(11.4)	(4.7)	(21.2)	
美國	62,989	11.5	70,838	12.8	(7,849)	(11.1)	(10.2)	(123.8)	
巴西	26,703	4.9	22,478	4.1	4,225	18.8	13.2	51.1	
俄羅斯	18,976	3.5	17,248	3.1	1,727	10.0	(0.8)	(2.5)	
其他國家 ⁽³⁾	145,480	26.5	148,742	27.0	(3,262)	(2.2)	(2.0)	(50.7)	
所有國家	548,210	100.0	551,663	100.0	(3,453)	(0.6)	1.1	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。

下表載列於截至二零一七年九月三十日止六個月對比截至二零一六年九月三十日止六個月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⁾			
	二零一七年		二零一六年		不可比較 店舖	可比較 店舖	所有店舖	同店 銷售增長 ⁽²⁾
	於 二零一七年 九月三十日	於 二零一六年 九月三十日	於 二零一六年 九月初至 九月三十日 期間 淨開設店舖	於 二零一七年 九月初至 九月三十日 期間 淨開設店舖				
日本 ⁽³⁾	141	7	130	7	50.1	17.2	67.2	1.4
香港 ⁽⁴⁾	35	1	34	(2)	(30.3)	(11.1)	(41.5)	(5.1)
中國 ⁽⁵⁾	197	(5)	195	8	20.3	93.8	114.1	15.8
台灣 ⁽⁶⁾	54	(2)	56	1	(2.8)	(13.6)	(16.4)	(7.9)
法國 ⁽⁷⁾	82	2	81	—	8.7	(15.0)	(6.3)	(4.9)
英國	76	2	75	—	(5.2)	(5.6)	(10.8)	(1.9)
美國	205	(2)	215	(2)	(54.3)	(48.3)	(102.6)	(6.1)
巴西 ⁽⁸⁾	122	(1)	101	9	35.3	9.8	45.1	3.6
俄羅斯 ⁽⁹⁾	103	(1)	107	4	(1.0)	(8.5)	(9.5)	(4.8)
其他國家 ⁽¹⁰⁾	504	4	501	7	(0.2)	(25.4)	(25.6)	(2.0)
所有國家⁽¹¹⁾	1,519	5	1,495	32	20.6	(6.6)	13.9	(0.1)

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

(2) 撇除外匯換算影響。

(3) 包括分別於二零一六年九月三十日及二零一七年九月三十日的22間及30間Melvita店。

(4) 包括於二零一六年九月三十日在澳門的2間L'Occitane店及在香港的9間Melvita店，以及於二零一七年九月三十日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的10間Melvita店。

(5) 包括分別於二零一六年九月三十日及二零一七年九月三十日的10間及7間Melvita店。

(6) 包括於二零一六年九月三十日的1間Erborian店。

(7) 包括於二零一六年九月三十日的4間Melvita店及1間Erborian店以及二零一七年九月三十日的3間Melvita店及1間Erborian店。

(8) 包括分別於二零一六年九月三十日及二零一七年九月三十日的18間及35間L'Occitane au Brésil店。

(9) 包括分別於二零一六年九月三十日及二零一七年九月三十日的1間及3間Erborian店。

(10) 包括於二零一六年九月三十日的9間Melvita店及2間Erborian店以及二零一七年九月三十日的2間Melvita店及1間Erborian店。

(11) 包括於二零一六年九月三十日的54間Melvita店、18間L'Occitane au Brésil店及5間Erborian店以及二零一七年九月三十日的52間Melvita店、35間L'Occitane au Brésil店及5間Erborian店。

日本

截至二零一七年九月三十日止六個月，日本的銷售淨額為99,400,000歐元，較去年同期下降4.8%。按固定匯率計算，增長為1.8%。同店銷售增長為1.4%。二零一八年財政年度第二季較第一季有所放緩，主要是由於夏季營銷窗口遜於預期以及多次颱風襲擊導致店舖關閉數日所致。然而，電子商務表現良好，錄得低雙位數增長。Melvita仍為日本增長推動力，錄得中雙位數增長，主要歸功於雙位數同店增長及新店舖。於二零一七年九月底，日本擁有30間Melvita店舖。

香港

截至二零一七年九月三十日止六個月，香港的銷售淨額為51,100,000歐元，較去年同期增長0.4%。按固定匯率計算，增長為2.6%。增長主要受旅遊零售渠道帶動。二零一八年財政年度上半年，旅遊零售渠道在中國及日本免稅店運營商及航空公司銷售方面取得良好增長。另一方面，在流量疲軟的大環境下，零售市場仍不景氣，且零售銷售亦受兩間店舖因表現欠佳而關閉及若干店舖因翻新而暫時關閉所影響。

中國

截至二零一七年九月三十日止六個月，中國的銷售淨額為60,000,000歐元，較去年同期增長18.2%。按固定匯率計算，增長為22.7%。強勁增長主要由同店銷售增長15.8%所帶動，受惠於零售市場復甦以及中國藝人鹿晗參與的成功市場推廣活動在線上線下持續吸引流量。在天貓商城的銷售繼續以三位數增長，並超出計劃預期。B2B亦表現出色，歸功於來自獨立酒店及香格里拉的訂單增加。

台灣

截至二零一七年九月三十日止六個月，台灣的銷售淨額為15,300,000歐元，較去年同期下降3.6%。按固定匯率計算，降幅為7.1%。相較二零一八年財政年度第一季，同店銷售下降至-7.9%。零售銷售因百貨店夏季促銷力度減少、數個推出的產品反應平庸及百貨店週年慶銷售時間差異而受阻。然而，護膚品銷售仍然強勁，尤其是Immortelle及Reine Blanche系列。

法國

截至二零一七年九月三十日止六個月，法國的銷售淨額為44,700,000歐元，較去年同期增長1.9%。撇除Le Couvent des Minimes，按可比基礎計算的增長為4.0%。增長主要由Melvita及Erborian帶動。L'Occitane en Provence亦恢復增長，歸功於批發及分銷渠道。第二季零售環境及銷售有所改善，取得正面增長，而去年同季則受恐怖威脅所影響。同店銷售增長由上一季的-7.8%改善為二零一八年財政年度上半年的-4.9%。轉售錄得7.0%的可喜增長。兩個新興品牌Melvita及Erborian透過現有批發網絡及新店舖繼續增長。

英國

截至二零一七年九月三十日止六個月，英國的銷售淨額為23,500,000歐元，較去年同期下降11.4%。此乃主要受英鎊弱勢所影響。按固定匯率計算，增長為-4.7%。英國第二季零售銷售略為改善。自營電子商務及B2B仍保持穩健增長。由於活動減少，電視購物渠道銷售下降。

美國

截至二零一七年九月三十日止六個月，美國的銷售淨額為63,000,000歐元，較去年同期下降11.1%。按固定匯率計算，增長為-10.2%。按固定匯率計算，直銷渠道錄得9.4%下降，主要是由於關閉10間表現不佳的店舖以及同店銷售增長疲軟所致。由於客流量下降及競爭激烈，零售市場仍面對挑戰。批發銷售受到階段性推廣活動影響。相反，網上渠道(如網上商城)及網上合作夥伴渠道增長強勁，尤其是在Amazon Direct。

巴西

截至二零一七年九月三十日止六個月，巴西的銷售淨額為26,700,000歐元，較去年同期增加18.8%。按固定匯率計算，增長為13.2%。巴西為本集團增長最快的國家之一，增長來自所有主要渠道及自L'Occitane en Provence及L'Occitane au Brésil品牌。直銷增長15.0%，來自於最近兩年的新增設及翻新店舖。於二零一七年九月底，我們於巴西擁有122間店舖，包括35間L'Occitane au Brésil店舖。自營電子商務繼續推動兩個品牌的增長。取得如此可喜的業績是由於營銷及客戶關係管理(CRM)活動刺激了網上客流量並提升了轉換率及平均客單價。

俄羅斯

截至二零一七年九月三十日止六個月，俄羅斯的銷售淨額為19,000,000歐元，較去年同期增加10.0%。銷售淨額增加乃由於有利的匯率變動(即俄羅斯盧布兌歐元升值)。按固定匯率計算，增長率為-0.8%。直銷銷售受競爭激烈的市場情緒及零售商之間大打折扣影響。此外，店舖較去年同期少4間。然而，轉售銷售取得良好的成績，連鎖批發及B2B均取得穩健增長。

其他國家

截至二零一七年九月三十日止六個月，其他國家的銷售淨額為145,500,000歐元，減少2.2%。按固定匯率計算，增長為2.0%。按固定匯率計算，直銷分部錄得1.1%下降。同店銷售增長為-2.0%。澳洲、墨西哥及馬來西亞取得良好的成績。截至二零一七年九月三十日止六個月，其他國家的自營店舖數目由501間增加至504間。按固定匯率計算，轉售分部增長-3.4%。此減少主要是由於二零一六年九月盧森堡瑞士分公司錄得L'Occitane au Brésil一次性交易。撇除去年的該一次性交易以及Le Couvent des Minimes，轉售分部實際增長5.3%，來自分銷、旅遊零售及B2B渠道。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

截至二零一七年九月三十日止六個月，銷售成本較去年同期減少4,000,000歐元至94,300,000歐元，減幅為4.0%。截至二零一七年九月三十日止六個月期間，毛利率上升0.6個百分點至82.8%，乃主要由於以下因素所致：

- 生產成本減少，佔0.5個百分點；
- 若干主要國家價格上漲，佔0.3個百分點；及
- 滙換產品減少，佔0.2個百分點。

毛利率上升部分被不利的匯兌影響(佔0.2個百分點)、Le Couvent des Minimes的出售後生產利潤率下降(佔0.1個百分點)及去年L'Occitane au Brésil的一次性交易(另佔0.1個百分點)所抵銷。

分銷開支

截至二零一七年九月三十日止期間，分銷開支增加7,500,000歐元至297,000,000歐元，較去年同期增幅為2.6%。截至二零一七年九月三十日止期間，分銷開支佔銷售淨額的百分比增長1.7個百分點至54.2%。此增加乃由於下列各項的綜合影響：

- 在艱難的零售環境下去槓桿作用，尤其是來自租金及人員成本，佔1.2個百分點；
- 旗艦店的開業前成本及關閉表現不佳店舖，佔0.5個百分點；
- 投資及運營亞洲中央倉庫，佔0.3個百分點；及
- 品牌組合影響(佔0.1個百分點)及匯率影響及其他(另佔0.1個百分點)。

經營壓力部分被下列各項所抵銷：

- 有利渠道組合，此乃由於網上及轉售渠道的份額增加，佔0.4個百分點；及
- 其他(包括出售Le Couvent des Minimes)，佔0.1個百分點。

營銷開支

截至二零一七年九月三十日止期間，營銷開支增加500,000歐元至77,800,000歐元，較去年同期增幅為0.6%。截至二零一七年九月三十日止六個月，營銷開支佔銷售淨額的百分比增加0.2個百分點至14.2%。此增加乃由於以下各項所致：

- 營銷投資，尤其是對中國品牌大使、美國媒體影響力人物及推出新產品(如Divine Youth Oil及Terre de Lumière)的投資，合共佔0.2個百分點。該等投資部分被節省的直接郵件、電郵及花展所抵銷；
- 於節假日前運至附屬公司的營銷材料的階段性影響，另佔0.2個百分點；
- 對營銷團隊進行進一步投資，佔0.1個百分點。

開支的增加大致被以下各項所抵銷：

- 新興品牌銷售增加的槓桿作用，佔0.2個百分點；及
- 專業費用減少，佔0.1個百分點。

研發開支

截至二零一七年九月三十日止期間，研究及開發(「研發」)開支增加200,000歐元至7,700,000歐元，較去年同期增幅為2.8%。截至二零一七年九月三十日止期間，研發開支佔銷售淨額的百分比維持於1.4%。

一般及行政開支

一般及行政開支減少2,000,000歐元至58,600,000歐元，較去年同期減幅為3.4%。截至二零一七年九月三十日止期間，一般及行政開支佔銷售淨額的百分比減少0.3個百分點至10.7%。此改善乃由於下列各項的綜合影響：

- 集團及附屬公司層面的多個重組項目後，人員成本減少，佔0.2個百分點；
- 資訊科技開支減少，尤其是美國及總部，佔0.1個百分點；及
- 一筆過稅項減免、補貼、訴訟及信貸收回及其他項目，佔0.2個百分點。

這部分被多個項目的諮詢、稅務及法律費用增加(佔0.1個百分點)及不利匯率(佔0.1個百分點)所抵銷。

經營溢利

截至二零一七年九月三十日止期間，經營溢利降低5,600,000歐元至13,800,000歐元，降幅為28.9%，以及經營溢利率降低1.0個百分點至佔銷售淨額的2.5%。經營溢利率降低乃由於以下各項的綜合影響：

- 一次性影響，主要由於開業前及關店成本以及去年的L'Occitane au Brésil交易，佔0.5個百分點；
- 匯兌及其他，佔0.4個百分點；
- 零售的不利槓桿作用，大致被生產及一般及行政開支的效率增益所抵銷，佔0.3個百分點；
- 階段性影響，佔0.2個百分點；
- 廣告及營銷增加，部分被新興品牌現有架構的槓桿作用所平衡，淨佔0.1個百分點；
- 本質上與實施新亞洲倉庫有關的其他投資，佔0.3個百分點。

這部分被以下各項抵銷：

- 有利的渠道組合，佔0.4個百分點；
- 正面價格及產品組合，佔0.3個百分點；及
- 來自與Limelight的合營公司的收益，佔0.1個百分點。

財務成本淨額

截至二零一七年九月三十日止期間，財務成本淨額為800,000歐元，較去年同期增加700,000歐元。主要原因為投資於LimeLight及我們的旗艦店。

外幣收益／虧損

截至二零一七年九月三十日止六個月的外幣虧損淨額為3,000,000歐元，而去年同期則產生外幣收益淨額600,000歐元。本年度的虧損大部分未實現，且乃來自期末將銀行及公司間貿易結餘作兌換所致。期內，外幣虧損主要來自美元、韓圓、人民幣、俄羅斯盧布及台幣，其部分被巴西雷亞爾收益所抵銷。

所得稅開支

截至二零一七年九月三十日止期間，所得稅稅項抵免為700,000歐元，去年同期稅項抵免為6,500,000歐元，截至二零一七年九月三十日止期間的實際所得稅率為-7.4%。本年度的所得稅抵免減少主要乃由於逐步進行公司間銷售及匯率影響，令與公司間利率相關的遞延稅項資產減少所致。

期內溢利

基於上述原因，與去年同期相比，截至二零一七年九月三十日止六個月的純利減少59.4%或15,700,000歐元至10,700,000歐元。截至二零一七年九月三十日止期間，每股基本及攤薄盈利均減少55.6%。

資產負債表回顧

流動資金及資本資源

於二零一七年九月三十日，本集團的現金及現金等價物為303,200,000歐元，於二零一六年九月三十日則為390,300,000歐元，而於二零一七年三月三十一日為452,800,000歐元。

於二零一七年九月三十日，未提取借貸融資的總額為327,300,000歐元。於二零一七年九月三十日，借貸總額(包括融資租賃負債、與少數股東的往來賬及銀行透支)達89,900,000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。

融資主要來自商業銀行，按歐洲銀行同業拆息或倫敦銀行同業拆息加利差計息。並無融資按固定利率計息。

投資活動

截至二零一七年九月三十日止六個月投資活動所用的現金淨額為176,800,000歐元，較去年同期的24,800,000歐元增加151,900,000歐元。增加主要與投資Limelight by Alcone、巴黎香榭麗舍大街一間將開業的旗艦店的頂手費及為巴西及馬諾斯克的工廠添置機器及設備有關。

期內的資本開支主要與下列各項有關：

- 收購Limelight USA的40%所用的114,200,000歐元；
- 投資L'Occitane Innovation Lab(一間從事收購及投資生物技術及數字化領域初創企業的全資附屬公司)所用的5,000,000歐元；
- 添置與店舖有關的頂手費、租賃物業裝修及其他有形資產所用的40,500,000歐元；及
- 半成品及為巴西及馬諾斯克的工廠購買機器及設備所用的9,100,000歐元。

融資活動

截至二零一七年九月三十日止六個月，融資活動導致流入淨額14,800,000歐元。而去年同期，則產生現金流出淨額6,100,000歐元。本年度的流入淨額主要由於附屬公司的現金需求增加(反映在期末尚未償還借款較高)。去年的流出淨額主要由於二零一六年在六月及七月購回7,300,000歐元的庫存股份。

存貨

下表概述於所示期間的平均存貨周轉天數：

截至九月三十日止期間	二零一七年	二零一六年
平均存貨周轉日天數 ⁽¹⁾	285	272

⁽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。

於二零一七年九月三十日的存貨的淨值為 156,800,000 歐元，較二零一六年九月三十日的 155,900,000 歐元增加 900,000 歐元或 0.5%。存貨周轉天數增加 13 天，乃由於：

- 工廠原材料及半成品存貨淨增加 6 天；
- 亞洲分銷中心、工廠及日本及巴西製成品存貨增加，合共佔 6 天；
- 迷你產品及包裝袋（「MPP」）及包裝盒存貨增加，佔 5 天；

而部分由以下所抵銷：

- 有利的外匯匯率影響，佔 4 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：

截至九月三十日止期間	二零一七年	二零一六年
應收貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	34	33

⁽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。

截至二零一七年九月三十日止期間的應收貿易賬款周轉天數略為增加 1 天。此增加主要來自轉售分部的貢獻。

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：

截至九月三十日止期間	二零一七年	二零一六年
應付貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	200	165

⁽¹⁾ 應付貿易賬款周轉天數等於平均應付貿易賬款除以銷售成本，再乘以 182.5。平均應付貿易賬款等於某一期間期初及期終應付貿易賬款的平均值。

截至二零一七年九月三十日止期間的應付貿易賬款周轉天數增加，乃主要由於工廠及部分主要附屬公司的應付貿易賬款及應計開支增加所致。

資產負債比率

截至二零一七年九月三十日止六個月本集團的盈利能力比率較去年同期有所轉差。截至二零一七年九月三十日止六個月的資本回報率降至1.7%，而去年同期為4.5%。該下降乃主要由於期內純利減少。由於處於高現金淨額狀況，本集團的流動資金及資本充足比率仍然穩健。

截至有關日期止期間	二零一七年 九月三十日 千歐元	二零一七年 三月三十一日 千歐元	二零一六年 九月三十日 千歐元
盈利能力			
除稅後經營溢利淨額 ⁽¹⁾	11,596	132,997	26,604
已動用資本 ⁽²⁾	695,483	540,634	587,069
已動用資本回報 ⁽³⁾	1.7%	24.6%	4.5%
股權回報 ⁽⁴⁾	1.3%	14.3%	3.1%
流動資金			
流動比率(倍) ⁽⁵⁾	2.46	3.57	3.08
速動比率(倍) ⁽⁶⁾	1.83	2.91	2.40
資本充足			
資產負債比率 ⁽⁷⁾	7.2%	5.9%	7.5%
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+外匯淨收益或虧損)×(1-實際稅率)

(2) 非流動資產-(遞延稅項負債+其他財務負債+其他非流動負債)+營運資金。應注意，營運資金不包括股息及收購付款等財務負債。

(3) 除稅後經營溢利淨額/已動用資本

(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。於二零一七年九月三十日，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的外匯衍生資產淨額為200,000歐元。未結算的銷售遠期外匯衍生工具及未結算的購買遠期外匯衍生工具的名義本金額分別為81,400,000歐元及5,100,000歐元。

股息

於二零一七年六月十二日舉行的董事會會議上，董事會建議分派總末期股息每股0.0316歐元，總金額達46,200,000歐元，佔本公司股權擁有人應佔純利的35.0%。末期股息金額以於二零一七年九月二十七日已發行的1,461,435,471股股份(不包括15,529,420股庫存股份)為基準。本公司股東已於二零一七年九月二十七日舉行的股東週年大會上批准末期股息。股息已於二零一七年十月十九日派付。

為配合每年僅宣派及派付末期股息的政策，董事會不建議就截至二零一七年九月三十日止六個月的溢利作出任何分派。

結算日後事項

並無須予呈報的結算日後事項。

策略回顧

截至二零一七年九月三十日止首六個月(「二零一八年財政年度上半年」)，本集團以提升品牌魅力、透過提供非凡的線上線下體驗吸引更多顧客及提高營運效率這三個主要目標為支撐，繼續專注於多重策略以實現長遠增長。

儘管遇到時令不正、部分主要市場的零售環境日益艱難及不利的匯兌帶來的一些短期挑戰，但本集團仍在上述各領域取得長足發展。本集團亦繼續在亞洲及南美州的主要增長市場以及網上渠道取得良好的業績，有利在未來實現可持續增長。

由於L'Occitane的品牌形象擁有強烈的禮品及節日氣色，臨近第三財政季度(十月一日至十二月三十一日)的銷售額通常陡然升高。此顯著的季節性亦反映在生產時間表及營運資金的使用上，同時在零售環境亦具挑戰性之際，放大了較低經營槓桿的影響。因此，本集團於本財政年度上半年的表現不應作為年度業績的指標。

提升品牌魅力

本集團繼續完善其商品企劃策略，宣傳過往在吸引新顧客及留住現有顧客方面高度有效的標誌性暢銷產品。這包括透過精簡活動的數目但增加每個的可見度，在所有分銷模式中展示精挑細選的「皇牌產品」。

該策略最近的一個例子是於二零一八年財政年度上半年重新推出「Divine Youth Oil」(一款新改良配方的現有產品)。該款產品在推出後的短短幾週內便在亞洲帶動亮麗的增長，顯示出該策略的初步成功，同時深化了我們的護膚專業形象。

憑藉近期對LimeLight by Alcone的投資，本集團亦繼續開拓新的產品流，如彩妝系列，以吸引更廣的受眾(包括年輕消費者)。

以非凡的全渠道體驗吸引顧客

本集團繼續投資於升級實體店、自營電子商務網站、第三方網上商城及社交媒體平台，以為顧客帶來無縫、驚喜及難忘的線上線下購物體驗。

本集團全渠道銷售策略的核心是「陽光概念」，旨在將普羅旺斯的精髓帶入本集團的店舖及網上渠道。新理念在保留使用本集團的標誌性黃色的同時，加入使用亮光為顧客帶來法國南部中心的感覺，使店面呈現現代化的外觀及更簡易的購物體驗。

本集團亦將在倫敦攝政街及巴黎香榭麗舍大街開設兩間新的旗艦店，後者更是一間與著名的法國甜點大師Pierre Hermé合作的獨一無二的概念店。

「陽光概念」的元素亦已加入本集團的新電子商務網站(於八月底上線，並已顯示出日益提高的轉換率)。該網上足跡，配合與天貓等第三方網上商城的密切合作，使本集團的網上直銷銷售額強勁增長22.6%，相當於二零一八年財政年度上半年直銷銷售總額的12.9%。

選擇性地擴展網絡，加大翻新力度

本集團的店舖網絡仍是有選擇性地擴展，在具發展潛力的市場甄選優越位置，同時將其他市場的店舖網絡合理化，以適應日益轉變的購物行為。於二零一八年財政年度上半年，本集團淨開設5間自營店舖，全球店舖共達1,519間。同時，本集團顯著加大翻新力度，於二零一八年財政年度上半年共翻新店舖78間，而去年同期為39間。通過這些翻新，形象煥然一新，加入更多數字化特色及店內科技，帶動更多返回客流。

本集團亦繼續培育一個日益壯大的新興品牌網絡，例如，期內在法國淨開設4間Melvita店。

多品牌策略取得積極成果

本集團的多品牌策略繼續取得成果，每個新興品牌(Melvita、L'Occitane au Brésil及Erborian)均實現雙位數的增長。該增長主要出現在對優質、價位合理產品需求殷切的日本、法國及巴西市場。

於二零一八年財政年度上半年，LimeLight by Alcone (本集團獲得少數股權的美國天然護膚及個人化彩妝公司)在保持盈利的同時，繼續迅速增長。本集團繼續在產品開發、基礎設施建設及具競爭力謀劃方面為該日益崛起的品牌提供支持，最終實現全球化部署。在堅持既定策略的同時，本集團還將繼續尋找其他潛在的投資與併購機會以及增加新興品牌的貢獻。

數碼營銷及品牌知名度投資的回報加快

本集團持續的數碼營銷及品牌知名度投入的回報開始有所增加。最為顯著的是在中國大獲成功的品牌大使活動，由歌手鹿晗擔任品牌大使，是二零一八年財政年度上半年網上直銷渠道(尤其是在天貓)實現快速增長的推動力之一。該活動的成功顯示出本集團能夠吸引新興市場新一代的網民消費者。

本集團亦繼續提升與美容博客及影片博客的合作以瞄準該新一代消費者，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。

營運效率

本集團於二零一八年財政年度進一步優化管理架構及營運，以控制成本及提高效率。儘管持續投入創新，本集團仍提升了毛利率。同時，本集團繼續實施管制價格及折扣策略以保護及加強其品牌誠信、定位及盈利能力。本集團亦繼續物色新的增長機遇及方式，以優化營運效益。

深明企業社會責任

本集團深明其尊重人類與環境的責任，致力使用以可持續及對生態減少影響的方式獲取及生產的天然及有機成份。

本集團亦認真承擔起保護其僱員利益及其靈感來源地之自然遺產的責任。本集團亦積極參與各種慈善公益事業。

有關本集團於社會責任與環境可持續性方面的商業道德、價值觀及負責任的採購政策的更多資料，請參閱其每年公佈的「環境、社會及管治報告」。

前景

展望二零一八年財政年度下半年及未來的時間，本集團將按計劃實施其營銷、店舖翻新及效率提升策略。本集團的全渠道擴展仍將是其業務的重中之重，力求使實體與網上購物體驗無縫銜接，同時提高旗下品牌的可見度。這反映在「網上下單，到店取貨」服務擴展至更多亞洲及美洲的其他市場，顧客可在新的電子商務網站上在線體驗也可在「陽光概念」店舖線下體驗一致的品牌之旅。同時，本集團將繼續利用其新的「學習管理系統」——一個針對店內美容顧問的數字化培訓平台，以進一步強化以顧客為中心。

本集團策略的另一目標是重振品牌吸引力。實現這一目標的關鍵是持續投資於新品牌大使及其他營銷活動，以利用本集團近期在提高新興市場線上線下銷售額方面取得的成功。本集團近期與鹿晗就二零一八年度續約，以於中國宣傳本集團的身體護理產品，並將會與一位新的女性品牌大使簽約，以於三個主要的大中華市場(中國大陸、香港及台灣)以及其旅遊零售渠道宣傳其面部護理產品。

鑒於營運的季節性，本集團已作好準備，透過本年下半年(尤其是即將到來的假期)集中進行的精彩營銷活動吸引顧客。本集團將尋求利用旗下新款「Divine Youth Oil」及「Terre de Lumière」香水初步取得的成功以及廣受歡迎的聖誕日曆，進一步加強其在自然美容市場的地位。

本集團亦將繼續利用其對LimeLight by Alcone的投資，配合其為擴大產品範圍(如彩妝系列)以及進軍在線直銷或「社交商務」業務模式所作努力。

這些選定措施連同本集團於提高營運效率的決心，將繼續支持其為投資者帶來長期可持續的價值。

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本公司非執行董事組成的審核委員會(「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二零一七年九月三十日止六個月的綜合業績。

企業管治

董事會定時檢討企業管治常規，藉以滿足股東不斷提升的期望、遵守日益嚴格的監管規定，並履行其良好企業管治的承諾。董事會致力於維持高標準的企業管治常規及本公司業務道德，堅信其對維持股東回報極其重要。

於截至二零一七年九月三十日止六個月，除下文所披露者外，本公司一直遵守上市規則附錄十四所載企業管治守則及企業管治報告(「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先生獲得亞太區常務董事兼董事會副主席André Hoffmann先生以及本公司集團首席營運總監兼集團常務董事Domenico Trizio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。

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」)。經向全體董事作出具體查詢後，全體董事確認已於截至二零一七年九月三十日止六個月遵守標準守則。

購買、出售及贖回本公司的上市證券

於二零一七年四月一日，本公司持有14,244,670股庫存股份。於二零一八年財政年度上半年，本公司以總金額20,365,960.68港元在香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)購回合共1,284,750股股份，該等股份已於二零一七年九月二十七日轉撥為庫存股份。

於期內購回的股份詳情載列如下：

購回月份	購回的股份數目	每股支付的價格		已付的總代價
		最高	最低	
二零一七年六月	1,284,750	16.14 港元	15.62 港元	20,365,960.68 港元

於二零一七年九月三十日，本公司持有15,529,420股庫存股份。

除上文所披露者外，於截至二零一七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、贖回或出售本公司任何上市證券。

一般資料

本集團截至二零一七年九月三十日止六個月的綜合財務報表已由審核委員會審閱。

刊登中期報告

本公司中期業績公告於香港聯交所網站(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。

承董事會命
L'Occitane International S.A.
主席
Reinold Geiger

香港，二零一七年十一月二十日

於本公告日期，執行董事為Reinold Geiger先生(主席兼行政總裁)、André Hoffmann先生(副主席兼亞太區常務董事)、Domenico Trizio先生(集團常務董事)、Thomas Levilion先生(集團財務及行政管理部副總經理)及Karl Guénard先生(聯席公司秘書)，非執行董事為Martial Lopez先生及獨立非執行董事為Valérie Bernis女士、Charles Mark Broadley先生、Pierre Milet先生及吳植森先生。

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。