

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。

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)

截至二零二四年三月三十一日止年度 全年業績公告

摘要

- 本集團的銷售淨額於二零二四財年按固定匯率計算增加24.1%，突破二十五億歐元的里程碑，達到2,541,900,000歐元。二零二四財年的增長是由Sol de Janeiro的強勁表現及L'OCCITANE en Provence的穩定表現推動。
- 匯報經營溢利達233,100,000歐元，經營利潤率為9.2%，主要是由於增加分配到主要品牌在戰略性市場及渠道中的營銷投資。
- 在管理基礎上，即撇除減值及分佔聯營公司溢利／虧損的特殊影響，二零二四財年經營溢利達308,400,000歐元，經營利潤率為12.1%，去年則為15.8%。

全年業績

L'Occitane International S.A. (「本公司」或「L'Occitane」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零二四年三月三十一日止年度(「二零二四財年」)的經審核合併全年業績連同截至二零二三年三月三十一日止年度(「二零二三財年」)的比較數字。以下財務資料(包括比較數字)乃根據歐盟所採納並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	二零二四年 千歐元	二零二三年 千歐元	% 變動
銷售淨額	2	2,541,941	2,134,689	19.1
銷售成本		<u>(525,630)</u>	<u>(416,548)</u>	26.2
毛利		2,016,311	1,718,141	17.4
佔銷售淨額百分比		<u>79.3%</u>	<u>80.5%</u>	
分銷開支		(857,682)	(784,702)	9.3
營銷開支		(578,346)	(367,709)	57.3
研發開支		(26,153)	(22,481)	16.3
一般及行政開支		(259,529)	(201,498)	28.8
其他經營收入	4	18,032	4,060	344.1
其他經營開支	5	(64,740)	(90,089)	-28.1
使用權益法入賬的分佔聯營公司及 合營企業溢利／(虧損)	3	<u>(14,807)</u>	<u>(16,590)</u>	-10.7
經營溢利	6	233,086	239,132	-2.5
財務收入	7	6,949	2,799	148.3
財務成本	7	(47,309)	(56,312)	-16.0
匯兌收益／(虧損)		<u>(3,516)</u>	<u>(6,002)</u>	-41.4
除所得稅前溢利		189,210	179,617	5.3
所得稅開支	8	<u>(87,387)</u>	<u>(61,424)</u>	42.3
年內溢利		101,823	118,193	-13.9
下列人士應佔：				
本公司權益擁有人		93,893	115,110	-18.4
非控股權益		<u>7,930</u>	<u>3,083</u>	157.2
總計		101,823	118,193	-13.9
實際稅率		46.2%	34.2%	
年度本公司權益擁有人應佔每股盈利 (以每股歐元列示)				
基本		0.064	0.078	-18.6
攤薄		<u>0.064</u>	<u>0.078</u>	-18.6
計算每股盈利所用股份數目				
基本	9	1,474,862,900	1,471,609,250	0.2
攤薄	9	<u>1,476,347,642</u>	<u>1,473,649,115</u>	0.2

合併財務狀況表

於		二零二四年 三月三十一日 千歐元	二零二三年 三月三十一日 千歐元
	附註		
資產			
物業、廠房及設備		137,636	125,234
使用權資產		292,177	271,656
商譽		957,017	893,542
無形資產		488,271	490,188
遞延所得稅資產		78,569	84,966
使用權益法入賬的投資		38,133	66,124
其他非流動資產		73,506	76,636
非流動資產		2,065,309	2,008,346
存貨	11	450,273	317,197
應收貿易賬款	12	305,344	256,553
其他流動資產		152,978	84,740
衍生金融工具		1,612	2,337
現金及現金等價物		139,519	147,255
流動資產		1,049,726	808,082
總資產		3,115,035	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		(698,474)	(368,342)
保留盈利		1,167,991	1,120,146
本公司權益擁有人應佔股本及儲備		856,677	1,138,964
非控股權益		54,835	48,037
總權益		911,512	1,187,001
借貸		11,934	324,819
租賃負債		213,088	193,309
其他財務負債		684,839	338,650
其他非流動負債		39,076	22,343
遞延所得稅負債		115,698	99,488
非流動負債		1,064,635	978,609
應付貿易賬款	13	308,987	210,103
薪金及稅項負債		124,522	98,461
流動所得稅負債		21,561	25,424
借貸		562,128	194,040
租賃負債		89,017	82,393
衍生金融工具		859	248
撥備		3,514	3,683
其他流動負債		28,300	36,466
流動負債		1,138,888	650,818
權益及負債總額		3,115,035	2,816,428
流動(負債)/資產淨額		(89,163)	157,264
總資產減流動負債		1,976,147	2,165,610

附註

1. 編製基準及會計原則變動

本集團的合併財務報表乃按照國際會計準則理事會頒佈及歐盟所採納的國際財務報告準則會計準則(「國際財務報告準則」)編製。國際財務報告準則可在歐洲聯盟委員會網站查閱。

合併財務報表根據歷史成本基準編製，惟若干以公平值列值的財務資產及財務負債(包括衍生金融工具)已重估列值。

根據國際財務報告準則編製的財務報表需要採納若干重要會計估計，亦需要管理層在應用本集團的會計政策時作出判斷。儘管該等估計乃根據管理層對現行事件及行動的最佳了解而作出，惟最終實際結果可能有別於該等估計。

新訂及經修訂準則

本集團已採用下列於二零二三年四月一日開始的財政期間對本集團首次生效的新訂及經修訂準則：

- 國際稅務改革 — 第二支柱規則範本 — 國際會計準則第12號之修訂為確認及披露第二支柱規則範本相關遞延稅項資產及負債的資料要求及受影響實體的針對性要求提供臨時減免。本集團屬於經合組織第二支柱規則範本所述範圍。由於截至報告日期，第二支柱法例尚未生效，故本集團並無錄得相關即期稅項開支。根據該法例，本集團有責任根據每個司法管轄區的GloBE實際稅率與15%最低稅率之間的差額繳納補充稅。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。於二零二四年三月三十一日，根據初步評估，國際稅務改革對本集團的影響被視為不重大，已於年報合併財務報表附註27.6披露。根據二零二三年五月發佈的國際會計準則第12號之修訂所規定，本集團就確認及披露第二支柱規則範本相關遞延稅項資產及負債的資料應用例外情況。
- 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。

其他新訂及經修訂準則

數項其他修訂於二零二三年四月一日或之後開始的年度報告期間生效，但並無對合併財務報表構成重大影響：

- 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。

2. 銷售淨額及分部資料

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。銷售主要透過消費者通過其網站(「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、專業水療及海運銷售(「批發及其他」渠道)驅動。
- 其他品牌 — 銷售Erborian、L'OCCITANE au Brésil、Grown Alchemist、LimeLife、Dr. Vranjes Firenze及Melvita的護膚品、化妝品、花水、美容油及其他產品。該等品牌大致上具有相同的經濟特點，主要體現於產品類別、客戶類別、分銷渠道(「零售」、「線上」渠道及「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。

2.1. 銷售及分部資料

二零二四年三月三十一日

千歐元	L'OCCITANE en Provence	Sol de Janeiro	ELEMIS	其他品牌	總計
銷售淨額	1,388,910	686,051	252,987	213,993	2,541,941
佔總計百分比	54.6%	27.0%	10.0%	8.4%	100.0%
毛利	1,173,738	503,718	186,808	152,047	2,016,311
佔銷售淨額百分比	84.5%	73.4%	73.8%	71.1%	79.3%
分銷開支	(587,303)	(112,696)	(71,120)	(86,563)	(857,682)
營銷開支	(271,937)	(168,036)	(72,807)	(65,566)	(578,346)
研發開支	(16,857)	(4,157)	(2,476)	(2,663)	(26,153)
一般及行政開支	(154,948)	(57,205)	(20,794)	(26,582)	(259,529)
使用權益法入賬的 分佔聯營公司及 合營企業溢利／(虧損)	(14,807)	—	—	—	(14,807)
其他經營收入	7,546	—	—	10,486	18,032
其他經營開支	(3,695)	—	—	(61,045)	(64,740)
經營溢利／(虧損)	131,737	161,624	19,611	(79,886)	233,086
佔銷售淨額百分比	9.5%	23.6%	7.8%	(37.3%)	9.2%

二零二三年三月三十一日

千歐元	L'OCCITANE en Provence	Sol de Janeiro	ELEMIS	其他品牌	總計
銷售淨額	1,421,214	266,989	255,945	190,541	2,134,689
佔總計百分比	66.6%	12.5%	12.0%	8.9%	100.0%
毛利	1,201,277	190,369	186,730	139,766	1,718,141
佔銷售淨額百分比	84.5%	71.3%	73.0%	73.4%	80.5%
分銷開支	(596,614)	(43,094)	(58,334)	(86,660)	(784,702)
營銷開支	(208,184)	(61,529)	(52,959)	(45,037)	(367,709)
研發開支	(15,544)	(1,267)	(2,236)	(3,434)	(22,481)
一般及行政開支	(144,682)	(18,815)	(21,523)	(16,478)	(201,498)
使用權益法入賬的 分佔聯營公司及 合營企業溢利／(虧損)	(16,590)	—	—	—	(16,590)
其他經營收入	3,211	—	64	785	4,060
其他經營開支	(14,709)	—	(39)	(75,341)	(90,089)
經營溢利／(虧損)	208,165	65,664	51,703	(86,399)	239,132
佔銷售淨額百分比	14.6%	24.6%	20.2%	(45.3%)	11.2%

2.2. 按地區劃分之表現

從地理角度而言，管理層評估不同地區的表現。銷售淨額乃根據發單附屬公司所在的地區而分配。

	二零二四財年 百萬歐元	二零二三財年 百萬歐元	按匯報匯率 計算的增長 %	按固定匯率 計算的增長 %
亞太地區	884.2	896.2	(1.3)	6.3
美洲	1,092.5	695.0	57.2	63.0
歐洲、中東及非洲	565.2	543.4	4.0	4.0
總計	2,541.9	2,134.7	19.1	24.1

3. 使用權益法入賬的分佔聯營公司及合營企業溢利／(虧損)

	二零二四財年 千歐元	二零二三財年 千歐元
Good Glamm Group	(17,464)	(9,419)
L'Occitane Middle East	2,189	(7,024)
CAPSUM	468	(147)
總計	(14,807)	(16,590)

4. 其他經營收入

	二零二四財年 千歐元	二零二三財年 千歐元
出售Grown Alchemist之收益淨額	10,486	—
聯營公司及合營企業權益百分比變動產生的資本收益 (Good Glamm Group)	4,750	1,700
政府補助	1,448	1,514
出售Duolab之收益淨額	1,320	—
其他項目	28	846
總計	18,032	4,060

5. 其他經營開支

	二零二四財年 千歐元	二零二三財年 千歐元
Melvita及LimeLife商譽減值	(61,045)	(75,364)
出售CAPSUM之虧損淨額	(1,993)	—
出售資產虧損	(1,700)	(288)
其他項目	(2)	—
將先前在其他綜合收益的費用重分類至收益表(貨幣換算差額)	—	(10,805)
重分類貨幣換算差額前出售L'Occitane Russia的資本虧損	—	(3,632)
總計	(64,740)	(90,089)

6. 經營溢利

	二零二四財年 千歐元	二零二三財年 千歐元
僱員福利開支	566,380	503,168
租金及佔用	119,059	115,974
已耗原材料及易耗品	516,140	355,994
製成品及在製品的存貨變動	(138,278)	(61,046)
廣告成本	494,673	305,758
核數師酬金	3,812	2,677
專業費用	282,887	205,897
折舊、攤銷及減值*	155,391	157,415
運輸開支	126,347	106,348
其他開支	120,929	100,753
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額	2,247,340	1,792,938

* 包括根據國際財務報告準則第16號計算的使用權資產攤銷

7. 財務成本淨額

	二零二四財年 千歐元	二零二三財年 千歐元
現金及現金等價物利息	6,949	2,799
財務收入	6,949	2,799
出售L'Occitane Russia的應收款項公平值變動	(8,645)	(35,901)
利息開支	(28,976)	(12,802)
租賃負債的已付／應付利息及財務費用	(9,688)	(7,609)
財務成本	(47,309)	(56,312)
財務成本淨額	(40,360)	(53,513)

8. 所得稅開支

	二零二四財年 千歐元	二零二三財年 千歐元
即期所得稅	(66,363)	(54,792)
遞延所得稅	(21,024)	(6,632)
所得稅開支總額	(87,387)	(61,424)
除所得稅前溢利及使用權益法入賬的分佔聯營公司及合營企業溢利／(虧損)	199,735	194,507
按企業稅率計算所得稅(於二零二四年三月三十一日及二零二三年三月三十一日的盧森堡稅率為24.94%)	(49,814)	(48,510)
外國不同稅率的影響	5,525	20,105
稅率變動	1,150	1,255
未確認稅項資產的影響	(11,859)	(12,746)
確認先前未確認稅項資產	37	366
不可扣稅開支	(14,711)	(20,706)
先前已確認稅項資產減值	(9,444)	—
未分派稅項盈利的影響	(8,291)	(1,208)
稅務風險撥備	—	30
最低稅務付款	20	(10)
所得稅開支	(87,387)	(61,424)

9. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以二零二四財年本公司權益擁有人應佔溢利93,900,000歐元(二零二三財年則為115,100,000歐元)以及截至二零二四年三月三十一日止年度已發行股份加權平均數1,474,862,900股(基本)及1,476,347,642股(攤薄)以及截至二零二三年三月三十一日止年度1,471,609,250股(基本)及1,473,649,115股(攤薄)為基準計算。

10. 股息

由於二零二四年四月二十九日公佈的私有化建議，董事會不建議就截至二零二四年三月三十一日止年度的溢利作出分派。

11. 存貨

於三月三十一日

	二零二四年 千歐元	二零二三年 千歐元
原材料及供應物料	80,238	55,104
製成品及在製品	<u>398,355</u>	<u>285,379</u>
存貨總額	478,593	340,483
減：撥備	<u>(28,320)</u>	<u>(23,286)</u>
存貨淨額	<u>450,273</u>	<u>317,197</u>

12. 應收貿易賬款

於各結算日應收貿易賬款淨額自到期日的賬齡分析如下：

於三月三十一日

	二零二四年 千歐元	二零二三年 千歐元
即期及逾期3個月內	280,563	235,152
逾期3至6個月	12,152	14,718
逾期6至12個月	8,130	3,129
逾期超過12個月	<u>4,499</u>	<u>3,554</u>
應收貿易賬款淨額	<u>305,344</u>	<u>256,553</u>

就零售銷售而言，不授予終端客戶任何信貸期。就轉售分銷渠道的客戶而言，銷售的信貸期一般介乎60至90天。

13. 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

	二零二四年 千歐元	二零二三年 千歐元
即期及逾期3個月內	306,915	208,063
逾期3至6個月	335	812
逾期6至12個月	263	32
逾期超過12個月	<u>1,474</u>	<u>1,196</u>
應付貿易賬款	<u>308,987</u>	<u>210,103</u>

管理層討論與分析

概要：

	二零二四財年 管理層 ⁽¹⁾ 百萬歐元 或%	二零二四財年 匯報 百萬歐元 或%	二零二三財年 管理層 ⁽²⁾ 百萬歐元 或%	二零二三財年 匯報 百萬歐元 或%
銷售淨額	2,541.9	2,541.9	2,134.7	2,134.7
經營溢利	308.4	233.1	336.8	239.1
年內溢利	不適用	101.8	不適用	118.2
毛利率	79.3%	79.3%	80.5%	80.5%
經營溢利率	12.1%	9.2%	15.8%	11.2%
淨利潤率	不適用	4.0%	不適用	5.5%

(1) 管理層二零二四財年一將匯報業績撇除一次性項目，即LimeLife品牌減值以及分佔聯營公司(Good Glamm Group及CAPSUM)溢利／虧損亦已撇除以進行合適比較。CAPSUM參與出售的虧損亦已從其他經營開支中撇除。管理層認為該等成本屬於會計調整及重大一次性項目，與去年同期的管理層業績相比應予以剔除。

(2) 管理層二零二三財年一將匯報業績剔除特殊項目，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Melvita及LimeLife品牌減值以及分佔合營企業(Good Glamm Group及CAPSUM)虧損，亦已撇除以進行合適比較。管理層認為該等成本屬於會計調整及重大一次性項目應予以剔除以更真實地反映二零二三財年的營運表現。

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)。

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

本集團保持強勁的銷售勢頭，超越二零二三財年的銷售淨額，達到2,541,900,000歐元。與二零二三財年的匯報銷售淨額2,134,700,000歐元相比，按匯報匯率計算銷售增長為19.1%，按固定匯率計算則為24.1%。增長乃主要受Sol de Janeiro的持續領先表現及L'OCCITANE en Provence的穩定表現(乃中國市場持續穩定增長所致)帶動。

本公司的零售地點總數由二零二三年三月三十一日的2,774個增至二零二四年三月三十一日的3,040個，增加266個或9.6%。自營零售店數量由二零二三年三月三十一日的1,362個增至二零二四年三月三十一日的1,363個，淨增加1間。於二零二四年三月底，1,363間自營店按品牌劃分的明細及與去年相比的變動如下：L'OCCITANE en Provence (1,221間；-15)、L'OCCITANE au Brésil (75間；+10)、Melvita (32間；-3)、Erborian (2間；無)、ELEMIS (24間；無)及Dr. Vranjes Firenze (9間；+9)。

按品牌劃分之表現

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 百萬歐元	二零二三財年 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	1,388.9	1,421.2	-2.3	2.7
ELEMIS	253.0	255.9	-1.2	1.3
Sol de Janeiro ⁽¹⁾	686.1	267.0	157.0	167.1
其他 ⁽²⁾	214.0	190.5	12.3	14.7
總計	2,541.9	2,134.7	19.1	24.1

⁽¹⁾ Sol de Janeiro於二零二三財年的季度銷售修訂如下：第一季42,600,000歐元(+1,800,000歐元)、第二季56,000,000歐元(+2,100,000歐元)、第三季68,300,000歐元(+4,100,000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品牌。

L'OCCITANE en Provence表現穩定，按固定匯率計算增長2.7%，主要由中國的雙位數銷售增長推動。於二零二四財年，中國所有渠道均實現雙位數銷售增長，乃由於額外營銷投資吸引了新的線上店鋪流量及在中國新推出的網上商城渠道抖音，該品牌針對高價值身體保濕產品的靈活產品策略提高平均每宗銷售額，有助於彌補線下渠道的人流下降。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按固定匯率計算錄得3.2%銷售增長。

ELEMIS銷售額於二零二四財年第四季有所下降，在二零二四財年結束時按固定匯率計算則持平。英國二零二四財年第四季的銷售增長較二零二四財年第三季的雙位數銷售增長有所放緩，原因是二零二四財年止兩個季度之間階段性的影響按固定匯率計算增長8.2%，主要受電商及批發業務推動。其被海運渠道客戶的庫存重新平衡計劃導致美國銷售下跌所抵銷。撇除海運渠道，二零二四財年美國國內業務增長15.7%。此增長主要是由線上渠道的雙位數銷售增長推動，關鍵驅動因素是網絡合作夥伴之一透過成功的銷售活動、消費者定位及增加營銷活動的光環效應而取得成功。二零二四財年ELEMIS在中國的銷售實現高雙位數增長，乃由於加快社交媒體渠道的營銷投資以及如二零二四年第四季玫瑰銷售活動(Rose Campaign)等成功的營銷活動。

Sol de Janeiro維持其銷售勢頭，按固定匯率計算增長167.1%至686,100,000歐元。增長乃受惠於成功推出新產品、持續策略性擴張分銷(包括進入美國重要的多品牌合作夥伴)以及批發渠道表現出色。

於二零二四財年，其他品牌按固定匯率計算合共錄得14.7%的良好增長。Erborian及L'OCCITANE au Brésil表現尤其出色，於二零二四財年分別按固定匯率計算增長35.5%及37.2%。Melvita按季表現持續改善，收報單位數銷售增長。LimeLife表現平淡，表現持續低於預期，二零二四財年錄得高雙位數跌幅。

按地區劃分之表現

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 百萬歐元	二零二三財年 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 %
亞太地區	884.2	896.2	-1.3	6.3	4.5
美洲	1,092.5	695.0	57.2	63.0	14.4
歐洲、中東及非洲	565.2	543.4	4.0	4.0	4.8
總計	2,541.9	2,134.7	19.1	24.1	7.6

本集團的地區銷售組合較去年輕微變動，美洲成為最大地區，佔銷售淨額43.0%，在二零二四財年突破10億歐元。亞太地區為第二大地區，佔銷售淨額34.8%，而歐洲、中東及非洲則佔銷售淨額餘下22.2%。就單一市場而言，美國為最大市場，佔本集團銷售淨額的38.0%，較二零二三財年強勁增長10.8%，主要由於Sol de Janeiro在美國錄得三位數銷售增長。第二大市場為中國，佔本集團銷售淨額的12.9%，其次為英國，佔7.7%。

於二零二四財年，美洲繼續按固定匯率計算以63.0%增長作為增長最快地區，乃受惠於Sol de Janeiro加快增長。亞太地區在二零二四財年按固定匯率計算實現6.3%可觀增長，主要是由於中國市場按固定匯率計算強勁增長19.3%，其乃受惠於L'OCCITANE en Provence以及ELEMIS的持續發展。歐洲、中東及非洲於二零二四財年按固定匯率計算增長4.0%，主要是由於Erborian及Sol de Janeiro業績極為理想。撇除俄羅斯，歐洲、中東及非洲按固定匯率計算增長6.0%。

按渠道劃分之表現

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 百萬歐元	二零二三財年 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	745.2	761.5	-2.1	3.0
線上渠道	784.9	657.6	19.4	25.2
批發及其他	1,011.8	715.6	41.4	45.7
總計	2,541.9	2,134.7	19.1	24.1

批發及其他於二零二四財年帶領增長，按固定匯率計算增長45.7%，批發鏈、國際分銷及旅遊零售均有強勁增長。此渠道佔本集團銷售淨額的39.8%，較二零二三財年的33.5%輕微增加，主要由於Sol de Janeiro批發銷售組合較高。

線上渠道於二零二四財年按固定匯率計算增長25.2%，主要由Sol de Janeiro及ELEMIS的強勁表現以及L'OCCITANE en Provence在中國的抖音上推出。零售銷售按固定匯率計算穩定增長3.0%，貢獻主要來自中國。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

匯報銷售成本增加26.2%或109,100,000歐元至二零二四財年的525,600,000歐元。毛利率較二零二三財年減少1.2個百分點至79.3%。減少乃歸因於以下因素：

- 不利的品牌組合，佔1.6個百分點，主要由於Sol de Janeiro的銷售佔比增加，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；及
- 轉售比例較高的不利渠道組合，佔0.1個百分點。

毛利率減少被以下各項部分抵銷：

- 提升價格，佔0.5個百分點；
- 原料及包裝工業成本下降，佔0.4個百分點；
- 由於正面的數量及價格影響(較去年減少)及空運減少導致運費及關稅成本下降，佔0.3個百分點；及
- 一次性項目，主要是存貨重估列值、重列及其他，佔0.1個百分點。

分銷開支

匯報分銷開支增加9.3%或73,000,000歐元至二零二四財年的857,700,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，分銷開支減少3.1個百分點至33.7%。此改善乃由於以下各項的綜合影響：

- 有利的品牌組合，佔3.7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；及
- 效率改善，此乃受益於零售網絡優化及較少翻新、運費成本減少及銷售額上升的固定成本槓桿，佔1.1個百分點。

此改善被以下各項部分抵銷：

- 組織及員工投資上升、倉儲成本上漲、差旅及應酬(「**差旅及應酬**」)費用增加以及海運渠道One Spa World折舊增加，佔1.5個百分點；及
- 一次性項目，主要來自北美新配送中心的啟用成本以及去年的政府COVID-19補貼及租金優惠，佔0.2個百分點；

營銷開支

匯報營銷開支增加57.3%或210,600,000歐元至二零二四財年的578,300,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，營銷開支增加5.6個百分點至22.8%。增加乃歸因於以下因素：

- 加大對傳統及社交媒體的營銷投資，以及營銷活動，佔4.0個百分點，其中：
 - 2.5個百分點乃由於L'OCCITANE en Provence主要專注於主要產品類別在中國(推出抖音)、美國及日本透過網絡紅人、數碼媒體及戶外廣告進行戰略投資；及
 - 1.5個百分點乃由於其他品牌，其中0.7個百分點為Sol de Janeiro及0.5個百分點為ELEMIS(集中在中國)。
- 品牌組合，佔1.2個百分點，主要由營銷率較高的Sol de Janeiro及Erborian帶動；
- 營銷組織人員配備，佔0.2個百分點；及
- 促銷工具庫存增加，佔0.2個百分點。

研發開支

匯報研發(「研發」)開支增加16.3%或3,700,000歐元至二零二四財年的26,200,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，研發開支減少至1.0%，主要由於銷售槓桿增加。

一般及行政開支

匯報一般及行政開支增加28.8%或58,000,000歐元至二零二四財年的259,500,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，一般及行政開支增加0.8個百分點至10.2%。增加乃歸因於以下因素：

- 組織及員工就新招聘及加薪的投資上升以及資訊科技成本，佔0.8個百分點；
- 花紅及長期激勵增加，主要關於Sol de Janeiro的表現，佔0.7個百分點；
- 差旅及應酬增加、招聘及法律費用以及通脹等經營成本上升，佔0.6個百分點；
- 一次性項目及其他，主要關於Dr. Vranjes Firenze收購成本，佔0.4個百分點；及
- 不利的匯兌影響，佔0.2個百分點。

增加被以下各項部分抵銷：

- 有利的品牌組合及銷售上升的槓桿效應，佔1.9個百分點。

使用權益法入賬的分佔聯營公司及合營企業溢利／(虧損)

於二零二四財年使用權益法入賬的分佔聯營公司及合營企業虧損淨額14,800,000歐元詳情如下：

- Good Glamm Group的虧損17,500,000歐元；
- L'Occitane Middle East的溢利2,200,000歐元；及
- CAPSUM的溢利500,000歐元。

其他經營收入

於二零二四財年其他經營收入18,000,000歐元詳情如下：

- 截至二零二四年三月二十八日出售Grown Alchemist產生的收益淨額10,500,000歐元；
- 於聯營公司及合營企業(Good Glamm Group)的權益百分比變動導致資本收益4,800,000歐元；
- 出售Duolab產生的收益淨額1,300,000歐元；及
- 政府研發補助1,400,000歐元。

其他經營開支

於二零二四財年其他經營開支64,700,000歐元詳情如下：

- LimeLife商譽減值虧損61,000,000歐元；
- 出售CAPSUM產生的虧損淨額2,000,000歐元；及
- 出售資產虧損1,700,000歐元。

經營溢利

匯報經營溢利減少2.5%或6,000,000歐元至233,100,000歐元。按照銷售淨額計算的匯報經營利潤率下跌2.0個百分點至9.2%。

經營利潤率減少是由於以下因素所致：

- 增加營銷投資以維持品牌發展，佔4.0個百分點；
- 經營成本、一次性項目及其他增加，佔1.5個百分點；及
- 花紅及長期激勵增加，佔0.7個百分點。

此減少被以下因素部分抵銷：

- 特殊項目，佔2.5個百分點；及
- 品牌組合及增長，佔1.7個百分點。

在管理基礎上，本年度的經營利潤率為12.1% (不包括一次性項目，即LimeLife減值、分佔聯營公司溢利／虧損以及CAPSUM股本投資出售的虧損，佔2.0個百分點)，而去年的經營利潤率為15.8% (不包括一次性項目，即本集團在俄羅斯的業務撤資、Melvita及LimeLife減值以及分佔聯營公司虧損，佔4.6個百分點)。

下表呈列本集團二零二四財年及二零二三財年管理層經營溢利及匯報經營溢利之對賬。

	二零二四財年		二零二三財年	
匯報銷售淨額	2,541.9		2,134.7	
銷售淨額	2,541.9		2,134.7	
銷售成本	(525.6)	-20.7%	(416.5)	-19.5%
毛利	2,016.3	79.3%	1,718.1	80.5%
分銷開支	(857.7)	-33.7%	(784.7)	-36.8%
營銷開支	(578.3)	-22.8%	(367.7)	-17.2%
研發開支	(26.2)	-1.0%	(22.5)	-1.1%
一般及行政開支	(259.5)	-10.2%	(201.5)	-9.4%
使用權益法入賬的分佔合營企業溢利／(虧損)	2.2	0.1%	(7.0)	-0.3%
其他經營收入／(開支)	11.6	0.5%	2.1	0.1%
管理層經營溢利 ⁽¹⁾	308.4	12.1%	336.8	15.8%
俄羅斯撤資	—		(14.4)	
LimeLife品牌減值虧損(二零二三財年： LimeLife及Melvita品牌)	(61.0)		(75.4)	
Good Glamm Group及CAPSUM的 估值及分佔溢利／(虧損)	(14.2)		(7.9)	
匯報經營溢利	233.1	9.2%	239.1	11.2%

⁽¹⁾ 管理層二零二四財年一將匯報業績撇除一次性項目，即LimeLife品牌減值以及分佔聯營公司(Good Glamm Group及CAPSUM)溢利／虧損亦已撇除以進行合適比較。CAPSUM參與出售的虧損亦已從其他經營開支中撇除。管理層認為該等成本屬於會計調整及重大一次性項目，與去年同期的管理層業績相比應予以剔除。

管理層二零二三財年一將匯報業績剔除特殊項目，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Melvita及LimeLife品牌減值以及分佔聯營公司(Good Glamm Group及CAPSUM)虧損，亦已撇除以進行合適比較。管理層認為此管理層版本真實地反映二零二三財年的營運表現。

財務成本淨額

於二零二四財年，財務成本淨額為40,400,000歐元，包括現金及現金等價物的利息收入6,900,000歐元及以下開支項目：

- 出售L'Occitane Russia的應收款項公平值變動8,600,000歐元；
- 國際財務報告準則第16號租賃負債相關利息及財務開支9,700,000歐元；及
- 與銀行借貸、循環貸款及外部融資有關的利息開支29,000,000歐元。

與二零二三財年相比，財務成本淨額減少13,200,000歐元，乃由於對L'Occitane Russia的應收款項公平值變動的影響降低，部分被淨利息開支增加所抵銷。

外幣收益／虧損

於二零二四財年，外幣虧損淨額為3,500,000歐元(二零二三財年：6,000,000歐元)，包括已變現虧損5,200,000歐元、未變現收益2,100,000歐元及與國際財務報告準則第16號有關的虧損400,000歐元。

所得稅開支

實際稅率由二零二三財年的34.2%增加12.0個百分點至二零二四財年的46.2%。此增加主要由於以下不利因素：

- LimeLife美國稅項虧損減值，佔5.1個百分點；
- 未分派稅項盈利(主要在美國)，佔3.7個百分點；
- 部分當地稅率增加，佔3.3個百分點；及
- 不利的國家組合影響，佔2.0個百分點。

部分被以下有利影響抵銷：

- 不可扣減開支減少(主要為LimeLife商譽減值虧損)及出售Grown Alchemist的收益淨額，佔2.1個百分點。

年內溢利

由於前述原因，二零二四財年的純利為101,800,000歐元，較二零二三財年(118,200,000歐元)減少13.9%或16,400,000歐元。二零二四財年的每股基本及攤薄盈利分別為0.064歐元及0.064歐元(二零二三財年：基本0.078歐元及攤薄0.078歐元)，減少18.6%。用於計算二零二四財年每股盈利的基本及攤薄股份數目分別為1,474,862,900股及1,476,347,642股(二零二三財年：基本1,471,609,250股及攤薄1,473,649,115股)。

資產負債表及現金流量回顧

流動資金及資本資源

於二零二四年三月三十一日，本集團的現金及現金等價物為139,500,000歐元，而二零二三年三月三十一日則為147,300,000歐元。於二零二四年三月三十一日，借貸總額(包括定期貸款、循環貸款、銀行借貸、銀行透支)達574,100,000歐元。於二零二四年三月三十一日，未提取借貸融資總額為425,600,000歐元。

現金流量表概要

截至三月三十一日止年度	二零二四年 千歐元	二零二三年 千歐元
除稅前溢利(經調整非現金項目)	431,943	491,008
營運資金變動	(95,146)	(121,190)
已付所得稅	(76,254)	(69,610)
經營活動產生的現金流入淨額	260,543	300,208
資本開支產生的現金流出淨額	(66,274)	(46,335)
自由現金流量⁽¹⁾	194,269	253,873
投資於新業務及金融資產產生的現金(流出)淨額	(109,243)	(35,725)
融資活動產生的現金(流出)淨額	(124,905)	(436,795)
匯率變動的影響	10,153	5,003
現金、現金等價物及銀行結餘(減少)淨額	(29,726)	(213,644)

⁽¹⁾ 二零二四財年產生的自由現金流量為194,300,000歐元，而二零二三財年則為253,900,000歐元。減少乃由於集團架構變動的影響、部分國家稅率提高導致已付稅款增加、若干品牌利潤強勁及對門店網絡的投資。

資本開支

於二零二四財年，資本開支所用現金淨額為66,300,000歐元，較二零二三財年的46,300,000歐元增加20,000,000歐元。二零二四財年的資本開支主要與以下各項有關：

- 租賃物業裝修及其他有關銷售點的有形資產(主要為L'OCCITANE en Provence及ELEMIS) 21,800,000歐元；
- 投資生產線、倉庫及辦公室24,300,000歐元，較二零二三財年增加12,100,000歐元，乃由於新的美國倉庫以及於法國工廠／倉庫投資增加；
- 資訊科技設備、軟件及項目15,800,000歐元；及
- 於Mirova fund Sicav的投資4,400,000歐元。

投資附屬公司、聯營公司及金融資產

於二零二四財年，投資附屬公司、聯營公司及金融資產的現金流出淨額為109,200,000歐元，而去年為35,700,000歐元。本年度的流出主要用於收購Dr. Vranjes Firenze Group淨額116,700,000歐元、於Good Glamm Group聯營公司的額外投資9,400,000歐元，部分被出售CAPSUM的25,000,000歐元所抵銷。於二零二三財年，主要流出主要與收購Grown Alchemist的3,500,000歐元及於L'Occitane Middle East的權益增加13,400,000歐元有關。

融資活動

於二零二四財年，融資活動的現金流出淨額為124,900,000歐元(二零二三財年：流出436,800,000歐元)。年內現金流出淨額主要反映以下各項：

- 根據國際財務報告準則第16號，租賃所得款項的主要組成部分104,700,000歐元；
- 派付股息46,400,000歐元；及

- 與ELEMIS及Grown Alchemist非控股權益的交易11,600,000歐元。

此部分被以下現金流入抵銷：

- 銀行借貸所得款項淨額32,200,000歐元；及
- 償付購股權淨額5,600,000歐元。

存貨

下表概述於所示期間的平均存貨天數：

	二零二四財年	二零二三財年
平均存貨周轉天數 ⁽¹⁾	<u>267</u>	<u>255</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365。平均存貨等於某一期間期初及期終存貨淨額的平均值。

於二零二四年三月三十一日，存貨淨值為450,300,000歐元，較二零二三年三月三十一日增加42.0%或133,100,000歐元。存貨淨值增加主要源於Sol de Janeiro擴張。

二零二四財年平均存貨周轉天數增加12天，乃由於與去年相比銷售增長及銷售成本因而增加以及Sol de Janeiro擴張。存貨周轉天數增加12天乃歸因於以下各項：

- 可比較品牌製成品增加，佔+13天；
- 原材料及在製品增加，佔+5天；及
- 存貨撥備增加，佔+3天；

被以下因素部分抵銷：

- 可比較品牌的迷你產品及包裝袋減少，佔-8天；及
- 有利匯兌影響，佔-1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：

	二零二四財年	二零二三財年
應收貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	<u>41</u>	<u>40</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。

二零二四財年的應收貿易賬款周轉天數較二零二三財年增加1天至41天。增加乃Sol de Janeiro的轉售銷售增加的淨結果，部分被ELEMIS及L'OCCITANE en Provence以及直銷渠道周轉天數減少所抵銷。

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：

	二零二四財年	二零二三財年
應付貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	63	67

⁽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，但不包括攤銷、減值及僱員福利)，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。二零二三財年已更新以反映目前的計算方法。

減少4天主要是由於開支增加33%。撇除Sol de Janeiro，減少主要乃應付貿易賬款減少12天及應計開支減少2天，導致減少14天。另一方面，Sol de Janeiro迅速擴張帶動全球周轉天數增加10天。

資產負債表比率

二零二四財年已動用資本回報為7.5%，較二零二三財年減少0.9個百分點，乃由於除稅後經營溢利淨額減少13.9%，而已動用資本減少10.1%，乃主要由於授予Sol de Janeiro非控股權益的認沽期權的估值大幅增加，此與該品牌增長有關。

於二零二四財年，權益擁有人應佔資本及儲備減少282,300,000歐元，即年內綜合收益、股息分派及Sol de Janeiro非控股權益的認沽期權大幅增加而其他儲備減少的淨結果。

本集團資產負債比率由二零二三財年的28.2%輕微減少至二零二四財年的28.1%。倘撇除國際財務報告準則第16號的影響，二零二四財年資產負債比率為20.3%。

	匯報 二零二四財年	匯報 二零二三財年
盈利能力		
未計利息、稅項、折舊及攤銷之盈利 ⁽¹⁾	446,006	465,973
除稅後經營溢利淨額 ⁽²⁾	123,543	153,406
已動用資本 ⁽³⁾	1,648,160	1,834,307
已動用資本回報 ⁽⁴⁾	7.5%	8.4%
股權回報 ⁽⁵⁾	11.0%	10.1%
流動資金		
流動比率(倍) ⁽⁶⁾	0.9	1.2
速動比率(倍) ⁽⁷⁾	0.5	0.8
資本充足		
資產負債比率 ⁽⁸⁾	28.1%	28.2%
債權比率 ⁽⁹⁾	80.8%	54.5%

⁽¹⁾ 未計利息、稅項、折舊、攤銷及減值之盈利

⁽²⁾ (經營溢利 + 外匯淨收益或虧損) x (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。請注意，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⁾ 年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) 總負債／總資產
- (9) 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及貨幣期權，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。於二零二四年三月三十一日，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資產淨額為800,000歐元。於二零二四年三月三十一日，未結算的遠期外匯衍生工具的名義本金額主要為出售91,700,000歐元等值人民幣元、31,500,000歐元等值港元、19,800,000歐元等值日圓、15,700,000歐元等值美元、10,200,000歐元等值巴西雷亞爾、9,100,000歐元等值澳元、8,100,000歐元等值英鎊、6,400,000歐元等值墨西哥披索及5,600,000歐元等值瑞士法郎。

股息

於二零二三年六月二十六日舉行的董事會會議上，董事會建議分派總股息每股0.03129歐元，總金額達46,000,000歐元，或二零二三財年本公司權益擁有人應佔純利的40.0%。末期股息金額按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)計算。本公司股東(「股東」)已於二零二三年九月二十七日舉行的會議上批准該股息。股息已於二零二三年十月二十日派付。

本公司已於二零二四年四月二十九日於同日發佈的聯合公告中確認，在股份要約結束之前，其(a)並無宣派任何尚未支付的股息或分派；及(b)並無計劃宣派、建議或支付任何股息或進行任何其他分派。

財政年度結束後事項

於二零二四年三月十五日簽訂契約函後，L'Occitane International S.A.於二零二四年四月七日參與由Good Glamm Group進行的一輪集資(使用權益法入賬)，出資8,036,000歐元，權益百分比達15.83%。於二零二四年三月三十一日，該契約為按公平值確認的衍生工具，其金額為零。

於二零二四年四月二日，L'Occitane International S.A.以6,800,000歐元收購Dr. Vranjes Japan KK。Dr. Vranjes Japan KK為一間在日本管理Dr. Vranjes品牌門店的公司。

於二零二四年四月二十九日，董事會宣佈，L'Occitane Groupe S.A.提呈收購其並未擁有的本公司的全部股份，旨在私有化本公司並從香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)除牌。原因是讓現有管理團隊(將會留任)繼續按照原樣經營本公司業務，並以私營公司投資於長期可持續增長計劃。

策略回顧

於二零二四財年，本集團發展勢頭穩健，銷售額按固定匯率計算增長24.1%，超過25億歐元。儘管宏觀經濟面臨持續挑戰，包括歐洲、中東及非洲以及亞太地區整體消費趨勢疲軟，但仍實現了增長。增長乃受到Sol de Janeiro的強勁表現及L'OCCITANE en Provence的穩定表現所帶動，尤其是在嚴峻的中國市場中表現出色。

在管理的基礎上，本集團的經營利潤率為12.1%，與管理層的期望一致。在此之前，本公司有悉心考慮決定增加對關鍵市場和渠道的營銷投資，以維持其品牌的銷售增長、把握新高端化趨勢，並鞏固其作為具競爭力的多品牌、具有吸引力及地理平衡的集團地位，從而實現「員工、地球及盈利能力」三重收益。

本集團的全渠道策略持續帶來更平衡的渠道組合並完善客戶線上線下的購物體驗。批發銷售佔比較高的Sol de Janeiro貢獻擴大，批發及其他渠道成為本集團的最大渠道。其為總銷售淨額貢獻近40.0%，於二零二四財年按固定匯率計算增長45.7%。同時，線上渠道按固定匯率計算增長25.2%，主要由Sol de Janeiro、ELEMIS以及L'OCCITANE en Provence在中國抖音上新推出的網上商城渠道所推動。全球零售銷售額按固定匯率計算增長3.0%，主要來自中國零售環境較二零二三財年相對改善。

按品牌劃分，儘管在競爭日益激烈的環境中獲得最大部分的營銷預算以把握增長機會並保持市場份額，L'OCCITANE en Provence在全球增長及盈利能力方面相對於本集團其他品牌表現落後。Sol de Janeiro專注於擴大分銷渠道並進入新產品類別，開發針對高補充、高使用頻率子類別的全身護理產品，以維持其增長往績。同時，ELEMIS繼續專注於高端化策略，同時亦加快營銷投資，推動所有渠道擴張並為可持續增長奠定基礎。

L'OCCITANE en Provence努力把握機會並維持市場份額

L'OCCITANE en Provence正持續努力提升其品牌定位，投資加強品牌價值、重新設計包裝以及升級零售和數碼體驗。於二零二四財年，L'OCCITANE en Provence在中國以及美國、日本和旅遊零售渠道進行大量投資，以維持和擴大市場份額。儘管二零二四財年經營利潤率不理想，但此等重大營銷投資推動了按固定匯率計算穩定增長2.7%，主要由於中國的雙位數銷售增長。

在中國，儘管整體經濟消費增長乏力，但該品牌加強營銷工作，實現了高於市場水平的增長。於二零二三年「雙十一」的主要銷售活動提高了L'OCCITANE en Provence的杏仁(Almond)和乳木果(Shea Butter)系列的受歡迎程度。兩個系列均實現正增長，在社交媒體搜尋和銷售方面維持品牌在護手霜和沐浴露類別中排名第一的領導地位。

在中國的聖誕節和農曆新年假期活動充分利用該品牌獨特的禮品價值。社交媒體以名人為主題，並輔以全國路演，為線下消費者提供獨特體驗。因此，二零二三年十二月，該品牌在中國的銷售額實現雙位數增長。同時，農曆新年活動有助推動蠟菊極致修護精華霜(Immortelle Divine Cream)成為線上線下渠道面霜第一位。

在其他主要市場，L'OCCITANE en Provence在成功的社交媒體策略以及與亞馬遜、絲芙蘭和Nordstrom等主要合作夥伴增加營銷支出後，二零二四財年在美國實現高單位數增長，使得轉售銷售持續增長。在其標誌性乳木果護手霜(Shea Butter Hand Cream)在社交媒體上走紅下，L'OCCITANE en Provence在美國贏得媒體價值排名前十位的品牌地位。

在日本，蠟菊煥活雙效精華(Immortelle Overnight Reset Oil-In-Serum)的連續兩場電視宣傳活動成功推動新用家增長155%，而二零二四財年最後一季在面部護理類別的銷售額排名亦較二零二四財年上半年提升兩位。此外，L'OCCITANE en Provence的草本療法防掉髮頭皮護理精華(Anti-Hair Loss Advanced Scalp Treatment)榮獲多項大獎，成為全國排名前三的護髮庫存單位之一。

在旅遊零售渠道，L'OCCITANE en Provence錄得單位數跌幅，主要是由於在中國市場面臨的挑戰。二零二四財年第三季嚴格執行監管合規導致訂單被擱置，但本公司能夠遵守要求並恢復其在中國的旅遊零售銷售管道。為進一步將本集團品牌推向全球舞台並推動優質美容旅遊零售領域的持續增長及成功，本集團組建新的旅遊零售團隊，包括委任全球及地區的重要職位。

Sol de Janeiro 保持強勁表現

Sol de Janeiro 持續表現強勁，於二零二四財年按固定匯率計算增長167.1%，並在所有地區實現三位數增長。現為本集團第二大品牌，亦為盈利最大貢獻因素，經營利潤率為23.6%。

該品牌的表現受 *Brazilian Bum Bum Cream* 持續取得成功，以及香水噴霧類別的重磅產品推出所帶動。其受限量系列發佈所進一步推動，例如該品牌的首款秋季香水噴霧，以及 *Delicia Drench Body Butter* 及 *Cheirosa 59* 香水系列等新產品，此等產品的成功奠定了該品牌全年的吸引力。該品牌近期亦發佈新的增長動力，包括 *Rio Radiance SPF 50* 系列。

Sol de Janeiro 亦成功拓展分銷渠道及市場。該品牌已成為關鍵市場主要美容零售商的首選合作夥伴。目前是美國絲芙蘭、德國 Douglas 及澳洲 Mecca 第一大護膚品牌。推出之初亦為絲芙蘭在東南亞市場排名第一的護膚品牌。該品牌亦於二零二四年一月透過與 Ulta 合作進一步滲透其於美國的本土市場。

在旅遊零售領域，該品牌實行成效強勁的視覺行銷策略，吸引機場旅客的注意力，與內部計劃相比實現了三位數的銷售增長。

ELEMIS 持續實施高端化策略

繼二零二四財年第四季英國和美國銷售額顯著下降後，二零二四財年 ELEMIS 銷售額持平，情況符合管理層預期，原因是其持續實施高端化策略、減少折扣深度和頻率，以加強其護膚和抗衰老專家地位。

在英國，銷售受到部分網路合作夥伴分階段銷售的進一步影響。美國整體銷售下降主要是由於海運渠道客戶的庫存重新平衡計劃。然而，渠道的直銷銷售全年上升了32.0%。撇除海運渠道，二零二四財年美國國內業務增長15.7%。截至二零二四財年底，作為加快高端化策略的一部分，ELEMIS 美國網站上已停止提供所有直接折扣。

值得注意的是，ELEMIS 在中國實現雙位數增長。加快社交媒體渠道營銷投資去突顯其 *骨膠原卸妝膏 (Pro-Collagen Cleansing Balm)* 等全球暢銷產品，加上抖音上的 KOL 直播支持了品牌的銷售增長。其亦繼續探索小紅書的營銷和業務發展機會。

儘管整體銷售勢頭放緩，成功的節日活動、加大營銷投資以及新產品推出使 ELEMIS 躋身英國前5名面部護理品牌及美國前15名面部護理品牌之列，並分別在該兩個市場贏得媒體價值排名第一和第二位。

ELEMIS 在二零二四年二月在美國絲芙蘭的90家門市推出，擴大了其分銷範圍，同時亦在該市場開展迄今為止規模最大的營銷活動之一。此外，作為其高端化策略的一部分，ELEMIS 將於倫敦開設第一家獨立商店，並計劃在英國開設更多特選門店。

收購 Dr. Vranjes Firenze 及 Melvita 重新定位加強本集團的多品牌模式

近年，加快併購活動使本集團擴大其領先的高端美容品牌組合，在地域上更加平衡，對千禧一代和Z世代消費者更具吸引力。

於二零二四年三月，本集團收購意大利奢華家居香氛品牌 Dr. Vranjes Firenze。該品牌結合佛羅倫薩工藝與香水科學的創新。此收購標誌著本集團建構均衡品牌組合策略又邁進一步。Dr. Vranjes Firenze 將工藝與創新相結合，加上精幹的管理團隊、具盈利的財務業績以及著重可持續發展，使其豐富了本集團的品牌組合，同時鞏固其在利基家用擴香器市場的地位。

同時，本集團多個其他品牌在二零二四財年實現穩健增長，其中以L'OCCITANE au Brésil和Erborian按固定匯率計算銷售增長逾35.0%領先。儘管Melvita依然虧損，但透過成功的品牌重塑其表現亦顯著改善，對比上半年度的銷售下跌，於年底實現約3.0%增長。該品牌重新定位為有機和有效美容的先鋒，同時以全新、充滿活力和清新的品牌形象吸引年輕受眾。此等表現部分被LimeLife的欠佳表現抵銷。該品牌銷售跌幅較去年收窄，但表現仍不理想。

組織在管理層換屆後已為增長做好準備

為使本集團為未來增長及地域擴張做好準備，其已完成領導層改革。於二零二四年四月一日，前董事總經理Laurent Marteau接替André Joseph Hoffmann擔任本集團行政總裁。本集團謹此衷心感謝Hoffmann先生在擔任行政總裁期間作出的寶貴貢獻，彼指導本公司實現其策略目標，包括地理擴張及成功收購新品牌。彼將留任執行董事及董事會成員。此外，自二零二三年六月三十日起，Samuel Antunes已晉升為財務總監。彼擁有豐富的企業融資經驗，自二零一零年起加入本集團。

共益企業™加強對三重收益的承諾

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，本集團成為獲認證的共益企業™，乃同等規模公司的獨特領導力標誌。此里程碑建基於本集團致力賦權社區保護生物多樣性和減緩氣候變化的承諾。每個共益企業必須每三年重新認證一次，鼓勵本集團不斷改進其營運方式並尋求提高所有領域的高標準。本集團致力確保其新收購的品牌Sol de Janeiro及Dr. Vranjes Firenze在二零二六年前獲得共益企業認證。

本集團的目標是在二零二六財年前向全球每位團隊成員支付生活工資。此外，本集團繼續致力於減少碳足跡及塑膠污染，促進塑膠循環經濟，並加強與供應商合作，確保在整個價值鏈中進行負責任的社會和環境影響管理。在生物多樣性方面，本集團在植物原料的可追溯性方面進展順利。目前，L'OCCITANE en Provence和Melvita的植物原料中的81%可追溯至植物原產國，目標是在二零二六財年前達致90%。

前景

展望未來，本集團對二零二五財年的表現持審慎樂觀態度。然而，本集團在營銷、門店翻新、資訊科技基礎設施和吸引人才方面進行額外投資，將在未來幾個月和幾年繼續影響其利潤率。隨著新的國際和本地品牌加入，全球護膚品和化妝品行業的競爭繼續加劇，此等投資對於鞏固其所有品牌的現有優勢仍然是必要的，每個品牌都需要針對品牌和特定地理位置的策略來發展或維持其市場地位。

於二零二四年四月二十九日，董事會接獲L'Occitane Groupe S.A.（「要約人」，本公司的控股股東並由其主席Reinold Geiger最終控制）的建議，表示擬收購要約人並未擁有的本公司的全部已發行及發行在外股份，旨在將本公司從香港聯交所除牌並將本集團完全私有化。該建議由要約人加快本集團轉型及增長的願景所推動。透過轉型為私營企業，本集團將獲得更大的策略投資自主權並更有效地實施策略。

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(其中兩名為獨立非執行董事)組成的審核委員會。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，包括審閱本集團於二零二四財年的合併業績及合併財務報表。本年度業績公告基於本集團截至二零二四年三月三十一日止年度的經審核合併財務報表。

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。

於二零二四財年，本公司一直遵守上市規則附錄C1所載企業管治守則的所有適用守則條文。

董事證券交易

本公司已採納上市規則附錄C3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，全體董事確認已於二零二四財年遵守標準守則。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

於二零二四財年，本公司根據本公司的僱員無償股份及購股權計劃轉出於庫存持有的合共3,253,650股庫存股份。於二零二四年三月三十一日，本公司持有2,101,991股庫存股份。除上文所披露者外，於二零二四財年，本公司或其附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於二零二四年九月二十日(星期五)至二零二四年九月二十五日(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二零二四年九月二十五日(星期三)。所有過戶文件連同有關股票必須於二零二四年九月十九日(星期四)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。

刊登末期業績及二零二四財年年報

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。年報將適時發送予股東，並可於香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(group.loccitane.com)查閱。

股東週年大會

本公司將於二零二四年九月二十五日舉行股東週年大會。召開股東週年大會的通告將適時刊登於香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(group.loccitane.com)並發送予股東。

董事會

於本公告日期，董事為：

執行董事

Reinold Geiger (主席)

Laurent Marteau (行政總裁)

André Hoffmann

Karl Guénard (公司秘書)

Séan Harrington (ELEMIS 行政總裁)

非執行董事

Thomas Levilion

獨立非執行董事

Christèle Hiss Holliger

Charles Mark Broadley

劉文思

吳植森

承董事會命

L'Occitane International S.A.

主席

Reinold Geiger

盧森堡，二零二四年六月二十四日

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。