

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)

截至二零二零年三月三十一日止年度 全年業績公告

摘要

- 本集團銷售淨額為1,644,100,000歐元，按固定匯率計算，增長12.8%，按匯報匯率計算，增長15.2%。
- 經營溢利增長24.2%。雖然財政年度結束時受到COVID-19影響，經營利潤率增長0.8個百分點至11.4%。
- 純利為115,200,000歐元，較去年減少2.0%，主要由於國際財務報告準則第16號租賃會計法的名義財務開支及一次性稅務影響所致。倘不計國際財務報告準則第16號的影響，純利將增長2.8%。
- 自由現金流量(不包括國際財務報告準則第16號影響)錄得168,200,000歐元的新高，而去年為82,400,000歐元。
- 董事會建議派發末期股息每股0.02228歐元。

全年業績

L'Occitane International S.A. (「本公司」或「L'Occitane」) 董事會(「董事會」)欣然宣佈，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零二零年三月三十一日止年度(「二零二零年財政年度」)的經審核合併全年業績連同截至二零一九年三月三十一日止年度(「二零一九年財政年度」)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	二零二零年 千歐元	二零一九年 千歐元	變動 百分比
銷售淨額	2	1,644,083	1,426,874	15.2
銷售成本		(302,852)	(239,901)	26.2
毛利		1,341,231	1,186,973	13.0
佔銷售淨額百分比		81.6%	83.2%	
分銷開支		(765,569)	(700,374)	9.3
營銷開支		(206,622)	(186,042)	11.1
研發開支		(21,306)	(17,879)	19.2
一般及行政開支		(159,968)	(132,542)	20.7
其他(虧損)/收益淨額	3	(503)	611	-182.4
經營溢利	4	187,263	150,747	24.2
財務成本淨額	5	(22,167)	(3,596)	516.4
匯兌收益/(虧損)		(4,556)	1,073	-524.6
除所得稅前溢利		160,540	148,224	8.3
所得稅開支	6	(45,300)	(30,655)	47.8
期間溢利		115,240	117,569	-2.0
下列人士應佔：				
本公司權益擁有人		116,288	118,186	-1.6
非控股權益		(1,048)	(617)	69.9
總計		115,240	117,569	-2.0
實際稅率		28.2%	20.7%	
年度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		0.080	0.081	-1.2
攤薄		0.079	0.081	-2.5
計算每股盈利所用股份數目				
基本	7	1,461,732,521	1,461,052,171	0.0
攤薄	7	1,464,509,877	1,465,920,934	-0.1

合併財務狀況表

於	附註	二零二零年 三月三十一日 千歐元	二零一九年 三月三十一日 千歐元 (附註)
資產			
物業、廠房及設備淨額		180,505	198,662
使用權資產		429,451	–
商譽		761,926	750,671
無形資產淨額		341,577	366,535
遞延所得稅資產		76,521	74,620
其他非流動應收款項		65,331	57,581
非流動資產		1,855,311	1,448,069
存貨淨額	9	203,966	202,827
應收貿易賬款淨額	10	131,571	143,392
其他流動資產		50,565	66,307
衍生金融工具		604	50
現金及現金等價物		166,342	144,442
流動資產		553,048	557,018
總資產		2,408,359	2,005,087
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		(86,918)	(81,530)
保留盈利		798,238	724,132
權益擁有人應佔股本及儲備		1,098,480	1,029,762
非控股權益		76,855	67,461
總權益		1,175,335	1,097,223
借貸		361,493	569,378
租賃負債		322,426	–
其他財務負債		17,978	14,011
其他非流動負債		22,929	34,448
遞延所得稅負債		42,021	32,135
非流動負債		766,847	649,972
應付貿易賬款	11	145,994	141,247
薪金、工資、相關社交項目及其他稅項負債		72,809	70,078
流動所得稅負債		12,270	10,731
借貸		113,556	8,562
租賃負債國際財務報告準則第16號		99,206	–
衍生金融工具		208	849
撥備		1,525	7,124
其他流動負債		20,609	19,301
流動負債		466,177	257,892
權益及負債總額		2,408,359	2,005,087
流動資產淨額		86,871	299,126
總資產減流動負債		1,942,182	1,747,195

附註：於二零二零年財政年度釐定收購ELEMIS公平估值後，ELEMIS商譽連同二零一九年財政年度的若干資產、儲備及負債已於其後重列。

附註

1. 編製基準

本集團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編製合併財務報表及本公司一獨立資產負債表。

合併財務報表根據歷史成本法編製，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。涉及較高程度判斷或較為複雜的範疇，或假設及估計對合併財務報表而言屬重大的範疇已於下文披露：

本集團已採用下列於二零一九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：

多項新訂或經修訂準則自本報告期起適用。由於首次應用國際財務報告準則第16號租賃，本集團亦須變更其會計政策並進行調整。

應用此準則及相關新會計政策的影響於下文披露。其他經修訂準則對本集團的會計政策並無影響，且毋須作出追溯調整。

國際財務報告準則第16號租賃—首次應用影響

本集團自二零一九年四月一日起追溯採納國際財務報告準則第16號，但獲準則中特定過渡條款允許，未重列上一年度報告期間的比較數據。因此，新租賃規則導致的重新分類及調整已於二零一九年四月一日的期初資產負債表中確認。

作為承租人，本集團現確認：

- 合併資產負債表中的一項使用權資產(即其使用相關資產的權利)以及一項租賃負債(即其承擔未來租賃付款的義務)；
- 使用權資產及相關租賃負債利息之折舊，代替先前產生的經營租賃費用。

首次應用國際財務報告準則第16號確認的調整

本集團已就先前根據國際會計準則第17號租賃分類為經營租賃的租賃確認租賃負債。該等負債按租賃付款餘額的現值計量，並使用承租人截至二零一九年四月一日的增量借貸利率進行貼現。

於二零一九年四月一日，相關使用權資產按等同於租賃負債的金額計量，並根據與該租賃有關的任何預付款或應計付款以及於本集團合併財務報表中確認的有償租賃合約進行調整。

就此前分類為融資租賃的租賃而言，實體將租賃資產及租賃負債緊接過渡前的賬面值確認為使用權資產及租賃負債於首次應用日期的賬面值。國際財務報告準則第16號的計量原則僅在該日期之後適用。

可行權宜方法

於過渡日期，本集團已使用該準則允許的以下可行權宜方法：

- 對具有合理相似特徵的租賃資產組合使用單一貼現率；
- 倚賴有關租賃是否有償的先前評估；

- 於二零一九年四月一日，將剩餘租期少於12個月的經營租賃入賬列作短期租賃；
- 於首次應用日期計入使用權資產計量的初始直接成本；及
- 當合約包含延期或終止租約的選擇權時，以事後分析結果確定租期。

本集團亦已選擇不重新評估合約在首次應用日期是否屬於或包含租賃。相反，對於在過渡日期之前訂立的合約，本集團依據其應用國際會計準則第17號及國際財務報告詮釋委員會詮釋第4號釐定安排是否包含租賃作出的評估。

首次應用國際財務報告準則第16號的會計影響

下表呈列於二零一九年四月一日的合併資產負債表中的影響：

資產 千歐元	二零一九年 三月三十一日*	就國際財務 報告準則 第16號作出的 調整	二零一九年 四月一日
非流動資產			
物業、廠房及設備 ^(a)	198,662	(9,585)	189,077
無形資產 ^(b)	366,535	(30,782)	335,753
使用權資產 ^(c)	–	485,125	485,125
其他非流動資產 ^(d)	57,581	(1,906)	55,675
流動資產			
其他流動資產 ^(d)	64,758	(5,483)	59,275
對資產的總影響	687,536	437,369	1,124,905
權益及負債 千歐元			
非流動負債			
借貸 ^(e)	569,378	(4,669)	564,709
租賃負債 ^(c)	–	359,654	359,654
其他非流動負債 ^(e)	34,448	(15,772)	18,676
流動負債			
借貸 ^(e)	8,562	(2,277)	6,285
租賃負債 ^(c)	–	106,765	106,765
撥備 ^(f)	7,124	(4,489)	2,635
其他流動負債 ^(e)	19,301	(1,843)	17,458
對權益及負債的總影響	638,813	437,369	1,076,182

* 包括基於收購最終公平值對ELEMIS商譽的追溯調整。

^(a) 將先前分類為物業、廠房及設備的融資租賃資產重新分類為使用權資產的增加。

^(b) 將先前分類為無形資產的支付予前承租人的頂手費重新分類為使用權資產的增加。

^(c) 於採納國際財務報告準則第16號後，已確認使用權資產為476,094,000歐元，已確認租賃負債(流動及非流動)為458,519,000歐元。

^(d) 將確認為預付費用且先前分類為其他流動資產及其他非流動資產的支付予出租人的頂手費重新分類為使用權資產的增加。

^(e) 將與先前分類為其他流動及非流動負債的經營租賃有關的負債重新分類為使用權資產的減少。

- ① 將有償租賃合約撥備重新分類為使用權資產的減少。
- ② 將流動及非流動融資租賃負債重新分類為租賃負債的增加。

2. 銷售淨額及分部資料

經營分部的報告方式與向主要營運決策者提供的內部報告的方式一致。主要營運決策者獲認定為作出策略決定的主席兼行政總裁以及常務董事，彼等負責分配資源及評估經營分部業績。

於過往財政年度，主席兼行政總裁及常務董事從分銷渠道及國家地理角度考慮業務。二者均可獲得財務資料，然而，分銷渠道為於綜合財務報表呈報的經營分部：

- 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。該分部亦包括向企業客戶銷售產品，有關企業客戶分派產品予其他人士(如其客戶或僱員)以作贈品。

由於ELEMIS及LimeLife的近期業務合併，本集團已修改其內部組織架構。主席兼行政總裁及常務董事現時主要審閱本集團的內部報告以從品牌角度評估業績及分配資源。因此，上一財政年度的分部呈報資料已予重列，以恰當反映該分部呈報資料變動。已識別四個經營分部：

- L'Occitane en Provence — 包括銷售L'Occitane en Provence品牌下各類香氛、護膚品、護髮產品及沐浴產品。
- ELEMIS — 包括銷售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、專業水療及海運等轉售渠道驅動。
- LimeLife — 包括銷售LimeLife的化妝品，其為一個美國天然護膚及個人化妝品牌。銷售乃透過美容指引及網絡宣傳等轉售渠道驅動。
- 其他品牌 — 包括銷售Erborian、L'Occitane au Brésil及Melvita品牌的護膚品、化妝品、花水、美容油及其他產品。該等品牌具有大致相同的經濟特點、相似的產品類別、客戶類別、分銷渠道(直售及轉售)，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. 按品牌劃分之表現

二零二零年財政年度

千歐元	L'Occitane en Provence	ELEMIS	LimeLife	其他品牌	總計
銷售淨額	1,295,199	165,809	84,790	98,285	1,644,083
佔總計百分比	78.8%	10.1%	5.2%	6.0%	100.0%
毛利	1,092,026	110,945	65,494	72,766	1,341,231
佔銷售淨額百分比	84.3%	66.9%	77.2%	74.0%	81.6%
分銷開支	(616,647)	(41,090)	(57,331)	(50,501)	(765,569)
營銷開支	(156,636)	(20,083)	(5,393)	(24,510)	(206,622)
研發開支	(15,660)	(2,451)	–	(3,195)	(21,306)
一般及行政開支	(121,886)	(18,240)	(11,516)	(8,326)	(159,968)
其他(虧損)淨額	(355)	–	–	(148)	(503)
經營溢利/(虧損)	180,842	29,081*	(8,746)	(13,914)	187,263
佔銷售淨額百分比	14.0%	17.5%	(10.3%)	(14.2%)	11.4%

* ELEMIS的經營開支包括收購成本5,294,000歐元及合約客戶關係攤銷3,568,000歐元。倘不計及該兩個項目，ELEMIS的經營溢利將為37,944,000歐元，佔銷售淨額的22.9%。

二零一九年財政年度

千歐元	L'Occitane en Provence	ELEMIS	LimeLife	其他品牌	總計
銷售淨額	1,247,153	–	83,780	95,941	1,426,874
佔總計百分比	87.4%	–	5.9%	6.7%	100.0%
毛利	1,052,051	–	65,065	69,857	1,186,973
佔銷售淨額百分比	84.4%	–	77.7%	72.8%	83.2%
分銷開支	(602,251)	–	(53,673)	(44,450)	(700,374)
營銷開支	(159,344)	–	(2,735)	(23,963)	(186,042)
研發開支	(14,892)	–	(35)	(2,952)	(17,879)
一般及行政開支	(111,478)	–	(13,566)	(7,498)	(132,542)
其他(虧損)/收益淨額	576	–	–	35	611
經營溢利/(虧損)	164,662	–	(4,944)	(8,971)	150,747
佔銷售淨額百分比	13.2%	–	(5.9%)	(9.4%)	10.6%

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。

千歐元	二零二零年財政年度		二零一九年財政年度	
	總計	佔總額 百分比	總計	佔總額 百分比
美國	295,786	18.0%	232,404	16.3%
日本	231,870	14.1%	222,119	15.6%
中國	197,159	12.0%	178,072	12.5%
英國	160,835	9.8%	60,659	4.3%
香港 ⁽¹⁾	124,822	7.6%	136,973	9.6%
法國	104,148	6.3%	102,952	7.2%
盧森堡 ⁽²⁾	70,702	4.3%	65,495	4.6%
俄羅斯	58,642	3.6%	51,247	3.6%
巴西	57,591	3.5%	57,589	4.0%
台灣	41,074	2.5%	38,186	2.7%
其他地區	301,454	18.3%	281,178	19.7%
銷售淨額	1,644,083	100.0%	1,426,874	100%

(1) 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。

(2) 本公司向歐洲、中東及美洲分銷商及旅遊零售客戶出具發票的銷售額。

3. 其他(虧損)/收益淨額

	二零二零年 財政年度 千歐元	二零一九年 財政年度 千歐元
出售資產(虧損)	(1,464)	(781)
政府撥款	1,252	1,392
其他項目	(291)	-
其他(虧損)/收益淨額	(503)	611

4. 經營溢利

經營溢利乃扣除下列項目後得出：

	二零二零年 財政年度 千歐元	二零一九年 財政年度 千歐元
僱員福利開支	445,466	402,464
租金及佔用	116,119	242,359
已耗原材料及易耗品	194,219	145,414
製成品及在製品的存貨變動	10,987	(28,762)
廣告成本	167,399	148,390
核數師酬金	1,389	1,695
專業費用*	155,811	131,295
折舊、攤銷及減值**	200,810	65,660
運輸開支	68,232	61,686
其他開支	95,886	106,537
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	1,456,318	1,276,738

* 包括二零二零年財政年度ELEMIS的收購成本

** 包括二零二零年財政年度根據國際財務報告準則第16號計算的使用權資產攤銷及ELEMIS合約客戶關係折舊

5. 財務成本淨額

	二零二零年 財政年度 千歐元	二零一九年 財政年度 千歐元
現金及現金等價物利息	2,614	479
財務收入	2,614	479
借貸利息開支	(8,774)	(3,726)
就租賃負債的名義利息及財務開支	(14,032)	–
財務負債折現回撥	(120)	(349)
財務資產減值	(1,855)	–
財務成本	(24,781)	(4,075)
財務成本淨額	(22,167)	(3,596)

6. 稅項

所得稅開支組成部分如下：

	二零二零年 財政年度 千歐元	二零一九年 財政年度 千歐元
即期所得稅	(37,943)	(26,722)
遞延所得稅	(7,357)	(3,933)
所得稅開支總額	(45,300)	(30,655)

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：

除所得稅前溢利	160,540	148,224
按企業稅率(於二零二零年三月三十一日及二零一九年三月三十一日 的盧森堡稅率分別為24.94%及26.01%)計算所得稅	(40,039)	(38,553)
外國不同稅率的影響	9,965	14,156
稅率變動	(518)	569
未確認稅項資產的影響	(6,428)	(7,200)
不可扣稅開支	(6,389)	649
稅務風險撥備	(274)	(250)
未分派稅項盈利的影響	(1,520)	(842)
確認過往未確認稅項資產	–	1,049
最低稅務付款	(97)	(233)
所得稅開支	(45,300)	(30,655)

於二零二零年財政年度，稅率變動的淨影響主要與瑞士有關。

7. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以二零二零年財政年度本公司權益擁有人應佔溢利116,300,000歐元(二零一九年財政年度則為118,200,000歐元)，以及截至二零二零年三月三十一日止年度已發行股份加權平均數1,461,732,521股(基本)及1,464,509,877股(攤薄)以及截至二零一九年三月三十一日止年度1,461,052,171股(基本)及1,465,920,934股(攤薄)為基準計算。

8. 股息

於二零二零年六月二十九日舉行的董事會會議上，董事會建議派付總末期股息每股0.02228歐元，相當於總額為32,600,000歐元，或佔本公司權益擁有人應佔純利的28.0%。

擬派末期股息金額乃以於二零二零年六月二十九日已發行的1,461,732,521股股份(不包括15,232,370股庫存股份)為基準。

9. 存貨淨額

存貨淨額包括以下各項：

於三月三十一日	二零二零年 千歐元	二零一九年 千歐元
原材料及供應物料	28,692	28,390
製成品及在製品	<u>186,936</u>	<u>184,059</u>
存貨總額	215,628	212,449
減：撥備	<u>(11,662)</u>	<u>(9,622)</u>
存貨淨額	<u>203,966</u>	<u>202,827</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：

於三月三十一日	二零二零年 千歐元	二零一九年 千歐元
即期及逾期3個月內	129,257	142,249
逾期3至6個月	2,020	1,098
逾期6至12個月	282	36
逾期超過12個月	<u>12</u>	<u>9</u>
應收貿易賬款淨額	<u>131,571</u>	<u>143,392</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。就轉售分銷渠道的客戶而言，銷售的信貸期一般介乎60至90天。

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：

於三月三十一日	二零二零年 千歐元	二零一九年 千歐元
即期及逾期3個月內	144,761	140,323
逾期3至6個月	733	388
逾期6至12個月	497	462
逾期超過12個月	<u>3</u>	<u>74</u>
應付貿易賬款	<u>145,994</u>	<u>141,247</u>

管理層討論與分析

概要：

	二零二零年 財政年度 百萬歐元 或%	二零一九年 財政年度 百萬歐元 或%
銷售淨額	1,644.1	1,426.9
經營溢利	187.3	150.7
年內溢利	115.2	117.6
毛利率	81.6%	83.2%
經營溢利率	11.4%	10.6%
淨利潤率	7.0%	8.2%
經營產生的現金流入淨額 ⁽¹⁾	369.5	168.7

⁽¹⁾ 包括二零二零年財政年度國際財務報告準則第16號的影響

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)。

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、服務、LimeLife及ELEMIS的自營電子商務網站的其他銷售。

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)。

收益分析

於二零二零年財政年度，本集團的銷售淨額達1,644,100,000歐元，按匯報匯率計算增長15.2%，而按固定匯率計算則增長12.8%。ELEMIS於二零一九年三月成為本集團附屬公司，其銷售自二零一九年四月起綜合入賬。

經過三個強勁季度後，銷售動力於二零二零年一月持續。然而，隨後兩個月發生前所未見的COVID-19危機，多個主要市場實施相應限制措施，包括旅遊限制、封城及店舖停業，均對我們的業務營運造成重大影響。於二零二零年財政年度第四季度(「二零二零年財政年度第四季度」)，中國、香港及日本的影響最為明顯，全年增長因而放緩。

按品牌劃分之表現

下表呈列於所示期間按品牌劃分之銷售淨額及銷售淨額增長：

	二零二零年財政年度		二零一九年財政年度		按匯報 匯率計算 的增長 %	按固定 匯率計算 的增長 %
	千歐元	%	千歐元	%		
L'Occitane en Provence	1,295,199	78.8	1,247,153	87.4	3.9	1.7
ELEMIS ⁽¹⁾	165,809	10.1	–	–	不適用	不適用
LimeLife	84,790	5.1	83,780	5.9	1.2	(2.7)
其他 ⁽²⁾	98,285	6.0	95,941	6.7	2.4	1.0
總計	1,644,083	100.0	1,426,874	100.0	15.2	12.8

⁽¹⁾ ELEMIS於二零一九年三月一日被收購，但其銷售額及溢利直至二零一九年四月方併入本集團。ELEMIS二零一九年三月的銷售額於截至二零一九年六月三十日止第一季度一併報告。

⁽²⁾ 其他包括Melvita、Erborian及L'Occitane au Brésil品牌。

L'Occitane en Provence佔本集團總銷售額的78.8%。品牌的銷售勢頭於二零二零年財政年度首三個季度保持強勁，按固定匯率計算之增長為6.0%。然而，於二零二零年財政年度第四季度爆發COVID-19後，客流量急跌，重挫中國、香港及日本的零售業務以及該等地區的旅遊零售業務。二零二零年一月底開始在中國關閉店舖，隨後自二零二零年三月中起在歐洲及美洲大範圍關閉店舖。實體店的銷售損失部分被電子商務及網上商城的銷售增長彌補。按固定匯率計算，二零二零年財政年度第四季度的銷售減少12.1%，而全年銷售則稍為增長1.7%。

ELEMIS錄得銷售額165,800,000歐元，佔本集團總銷售額的10.1%。英國及美國於年內均有卓著表現，而全年電子商務銷售表現尤其出色，分別實現中雙位數增長及高雙位數增長。然而，海運業務跟隨二零二零年財政年度首三個季度的跌勢，並受到二零二零年財政年度第四季度爆發COVID-19的進一步影響，以致郵輪航線全部停運。ELEMIS於本年錄得約20%增長(未經審核)。

於二零二零年財政年度，LimeLife按固定匯率計算之銷售下跌2.7%，主要影響源於去年品牌重塑、拓展新市場的起步困難以及二零二零年財政年度第四季度於美國爆發COVID-19，令二零二零年三月下旬的銷售活動及產品交付癱瘓。LimeLife佔本集團銷售總額的5.1%。

其他品牌於二零二零年財政年度按固定匯率計算增長1.0%。一如本集團其他品牌，新興品牌的銷售勢頭因二零二零年財政年度第四季度爆發COVID-19而影響。在各個其他品牌中，Erborian表現維持強勁，年內實現雙位數增長。

按分銷渠道劃分之表現

於二零二零年財政年度，按固定匯率計算，直銷及轉售分銷渠道的銷售淨額分別佔總銷售淨額69.2%及30.8%，分別增加3.4%及41.6%。本公司增加零售點總數，由二零一九年三月三十一日的3,420間，增加66間或1.9%至二零二零年三月三十一日的3,486間。本公司維持其選擇性零售網絡擴張策略，並將其自營零售店的數量由二零一九年三月三十一日的1,572間增加至二零二零年三月三十一日的1,608間，淨增加36間自營店，或2.3%。淨開設自營店包括於亞太區開設25間，於美洲開設五間及於歐洲、中東及非洲開設六間。於二零二零年財政年度，本集團開設30間L'Occitane en Provence、4間L'Occitane au Brésil及2間Erborian店舖。於二零二零年三月底，1,608間自營店按品牌劃分的明細如下：L'Occitane en Provence(1,443間)、Melvita(60間)、L'Occitane au Brésil(90間)及Erborian(15間)。

按固定匯率計算，可比較店舖、不可比較店舖及其他以及轉售分銷渠道的銷售分別增長-2.9%、16.7%及41.6%。按地區而言，英國、美國、其他地區及中國是整體增長的主要貢獻市場。

下表載列於二零二零年財政年度按分銷渠道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

	增長 千歐元	按匯報匯率 增長 %	按固定匯率 增長 %	對整體增長 的貢獻 %
直銷	62,341	5.8	3.4	19.9
可比較店舖	(5,332)	(0.7)	(2.9)	(11.6)
不可比較店舖及其他 ⁽¹⁾	67,673	19.7	16.7	31.5
轉售	154,868	44.1	41.6	80.1
整體增長	217,209	15.2	12.8	100.0

⁽¹⁾ 其他包括來自網上商城、水療、咖啡店、LimeLife及ELEMIS的自營電子商務網站的銷售。

直銷

直銷業務分銷渠道佔本集團銷售總額69.2%，達1,137,900,000歐元，與二零一九年財政年度相比，按匯報匯率計算增長5.8%，而按固定匯率計算則增長3.4%。該增長部分來自不可比較店舖的銷售，主要是來自ELEMIS和最近兩年開設的新店舖之電子商務銷售，以及來自其他銷售，當中主要受惠於中國及韓國的L'Occitane en Provence網上商城渠道。於二零二零年財政年度，36間淨增設店舖包括：於巴西淨增設17間(其中13間為L'Occitane en Provence及4間為L'Occitane au Brésil)，於中國淨增設13間(其中增設16間L'Occitane en Provence及關閉3間Melvita)，於日本淨增設9間(其中增設10間L'Occitane en Provence及關閉1間Melvita)，於俄羅斯淨增設5間(其中3間為L'Occitane en Provence及2間為Erborian)，於台灣淨增設2間(均為L'Occitane en Provence)，於法國增設1間(為Melvita)以及於其他地區淨增設4間(其中2間為L'Occitane en Provence及2間為Melvita)；及於美國關閉12間店舖，於英國關閉2間店舖及於香港關閉1間店舖。

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計算增長41.8%，相當於直銷銷售總額的19.0%。增長主要動力為英國及美國的ELEMIS，以及中國及韓國的網上商城渠道。撇除ELEMIS，網絡直銷增長為21.9%，較去年增長強勁。整體同店銷售增長由截至二零一九年十二月止九個月增長0.8%轉差至二零二零年財政年度的-2.9%，主要由於二零二零年財政年度第四季度爆發COVID-19以致店舖關閉及零售市道轉淡。受到嚴重打擊的主要市場為中國、香港、美國及歐洲，幸而電子商務表現出色，彌補可比較零售店舖的部分銷售跌幅。

轉售

於二零二零年財政年度，轉售分銷渠道佔本集團總銷售的30.8%，達506,200,000歐元，按匯報匯率計算較二零一九年財政年度增加44.1%，而按固定匯率計算，增幅為41.6%，對整體增長貢獻80.1%。增長的主要推動力來自英國及美國的ELEMIS、L'Occitane en Provence的網上合作夥伴及Erborian的批發。

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及銷售淨額增長：

	二零二零年財政年度		二零一九年財政年度		按匯報	按固定	按固定
	千歐元	%	千歐元	%	匯率計算 的增長	匯率計算 的增長	匯率計算 對整體增長 的貢獻
					%	%	%
日本	231,870	14.1	222,119	15.6	4.4	(1.7)	(2.0)
香港 ⁽¹⁾	124,822	7.6	136,973	9.6	(8.9)	(12.6)	(9.5)
中國	197,159	11.9	178,072	12.5	10.7	10.5	10.2
台灣	41,074	2.5	38,186	2.7	7.6	3.6	0.8
法國	104,148	6.3	102,952	7.2	1.2	1.2	0.7
英國 ⁽²⁾	160,835	9.8	60,659	4.3	165.1	163.0	54.2
美國	295,786	18.0	232,404	16.3	27.3	22.3	28.4
巴西	57,591	3.5	57,589	4.0	0.0	3.3	1.0
俄羅斯	58,642	3.6	51,247	3.6	14.4	9.5	2.7
其他地區 ⁽³⁾	372,156	22.7	346,673	24.2	7.4	7.1	13.5
總計	1,644,083	100.0	1,426,874	100.0	15.2	12.8	100.0

(1) 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。

(2) 英國及美國的增長包括來自ELEMIS的貢獻。

(3) 包括盧森堡的銷售額。

下表載列二零二零年財政年度與去年同期相比，按地區劃分有關自營零售店數目、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⁾			
	二零二零年		二零一九年		不可 比較店舖	可 比較店舖	所有店舖	同店銷售 增長百分比 ⁽²⁾
	二零二零年 三月三十一日	二零二零年 三月三十一日 淨開設店舖	二零一九年 三月三十一日	二零一九年 三月三十一日 淨開設店舖				
日本 ⁽³⁾	163	9	154	10	1.0	(3.7)	(2.7)	(4.5)
香港 ⁽⁴⁾	35	(1)	36	2	(3.6)	(4.0)	(7.6)	(32.3)
中國 ⁽⁵⁾	203	13	190	(7)	0.4	(2.0)	(1.5)	(3.3)
台灣	55	2	53	1	0.6	0.3	0.9	2.9
法國 ⁽⁶⁾	87	1	86	4	0.5	(0.6)	(0.1)	(2.1)
英國	72	(2)	74	-	8.6	(0.1)	8.6	(0.3)
美國	172	(12)	184	(12)	5.6	(3.2)	2.4	(5.7)
巴西 ⁽⁷⁾	199	17	182	16	2.2	(0.7)	1.6	(3.2)
俄羅斯 ⁽⁸⁾	112	5	107	4	0.6	0.3	0.8	1.5
其他地區 ⁽⁹⁾	510	4	506	(1)	1.7	2.0	3.7	2.1
總計⁽¹⁰⁾	1,608	36	1,572	17	17.7	(11.6)	6.1	(2.9)

(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) 包括分別於二零一九年三月三十一日及二零二零年三月三十一日的36間及35間Melvita店。
- (4) 包括於二零一九年三月三十一日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的9間Melvita店，以及於二零二零年三月三十一日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的10間Melvita店。
- (5) 包括於二零一九年三月三十一日的3間Melvita店。
- (6) 包括於二零一九年三月三十一日的6間Melvita店及2間Erborian店及二零二零年三月三十一日的7間Melvita店及2間Erborian店。
- (7) 包括分別於二零一九年三月三十一日及二零二零年三月三十一日的86間及90間L'Occitane au Brésil店。
- (8) 包括分別於二零一九年三月三十一日及二零二零年三月三十一日的9間及11間Erborian店。
- (9) 包括於二零一九年三月三十一日的6間Melvita店及2間Erborian店及於二零二零年三月三十一日的8間Melvita店及2間Erborian店。
- (10) 包括於二零一九年三月三十一日的60間Melvita店、86間L'Occitane au Brésil及13間Erborian店及於二零二零年三月三十一日的60間Melvita店、90間L'Occitane au Brésil店及15間Erborian店。

日本

於二零二零年財政年度，日本的銷售淨額為231,900,000歐元，較二零一九年財政年度增長4.4%。按當地貨幣計算，增長為-1.7%。二零二零年財政年度第三季度銷售稅上調後，零售市道尤其低迷。在COVID-19對零售人流及營運的衝擊下，二零二零年財政年度第四季度的零售市道進一步惡化。儘管如此，電子商務則依然強勁。

香港

於二零二零年財政年度，香港的銷售淨額為124,800,000歐元，較二零一九年財政年度下降8.9%。按固定匯率計算，跌幅為12.6%。二零二零年財政年度第二季度以來的社會動盪嚴重影響零售人流及消費。於二零二零年財政年度第四季度，因應COVID-19實施的限制性措施進一步窒礙本地及遊客消費。旅遊零售業務亦深受停止出遊及航空交通大幅下滑所影響。

中國

於二零二零年財政年度，中國的銷售淨額為197,200,000歐元，較二零一九年財政年度增長10.7%。按固定匯率計算，增長為10.5%，對整體增長貢獻10.2%。二零二零年財政年度首三個季度，中國的銷售勢頭強勁，此乃有賴各類明星宣傳及對網絡渠道的高度關注。天貓、京東及微信小程序的業務尤其活躍。然而，二零二零年一月爆發COVID-19後，銷售急劇下降。由於部分省份的封城措施逐步放寬，故零售銷量於二零二零年三月方開始回升。然而，網絡渠道回彈迅速。雖然二零二零年財政年度第四季度的整體跌幅為18.1%，網絡合作夥伴、自營電子商務及網上商城卻錄得強勁增幅。

台灣

於二零二零年財政年度，台灣的銷售淨額為41,100,000歐元，較二零一九年財政年度增加7.6%（按匯報匯率計算）或3.6%（按固定匯率計算）。同店銷售增長2.9%。台灣市場為最具抵禦能力的市場之一，全年錄得銷售增長，此乃有賴面部及手部護理產品的營銷活動頗有成效。

法國

於二零二零年財政年度，法國的銷售淨額為104,100,000歐元，較二零一九年財政年度增加1.2%。二零二零年財政年度上半年，銷售勢頭有出色起步。電子商務及零售尤其活躍。然而，罷工、社會動盪及其後爆發COVID-19均嚴重影響二零二零年財政年度下半年的零售市道。法國的增幅主要源自電子商務及Erborian及L'Occitane en Provence批發。

英國

於二零二零年財政年度，英國的銷售淨額為160,800,000歐元，較二零一九年財政年度增加165.1%。按固定匯率計算，增長163.0%，貢獻整體增長的54.2%。該顯著增長主要源自ELEMIS。倘不計ELEMIS，銷售增長為1.5%，受惠於二零二零年財政年度上半年的強勁勢頭。就英國之ELEMIS而言，銷售增長達雙位數，有賴於其電子商務、電視頻道及水療批發銷售渠道於整個年度的表現維持強勁。

美國

於二零二零年財政年度，美國的銷售淨額為295,800,000歐元，較二零一九年財政年度增加27.3%。按固定匯率計算，增長22.3%。有關增長主要由ELEMIS貢獻。ELEMIS持續迅速發展，專注於電子商務、電視頻道及網上合作夥伴。新批發客戶的發展亦推動增長。然而，海運業務因一名主要客戶消除庫存積壓而受到影響。年底，COVID-19危機對郵輪業務的進一步負面影響開始浮現。倘不計ELEMIS，美國的銷售下跌5.5%，主要由於12間店舖的經營額較去年減少及COVID-19對零售業務的影響。

巴西

於二零二零年財政年度，巴西的銷售淨額為57,600,000歐元，與二零一九年財政年度相比持平。按固定匯率計算，增長3.3%。增長主要由該兩個年度開設的新店舖所推動。L'Occitane en Provence及L'Occitane au Brésil品牌均受到二零二零年財政年度第四季度之COVID-19疫情所影響。

俄羅斯

於二零二零年財政年度，俄羅斯的銷售淨額為58,600,000歐元，較二零一九年財政年度增加14.4%。按固定匯率計算，增長9.5%。俄羅斯年內增長穩健，有賴於Erborian及L'Occitane en Provence的蓬勃發展。批發、分銷及網上合作夥伴的增長尤為強勁。Erborian的表現持續向好，並於年末達致中雙位數增長。

其他地區

於二零二零年財政年度，其他地區的銷售淨額為372,200,000歐元，按固定匯率計算，增長7.1%，貢獻整體增長的13.5%。所有品牌及渠道增長穩健。L'Occitane en Provence為整體增長貢獻最多，於南韓、澳洲、馬來西亞及德國的業績亮麗。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

銷售成本增加26.2%或63,000,000歐元至二零二零年財政年度的302,900,000歐元。毛利率維持81.6%的高位，惟較二零一九年財政年度減少1.6個百分點，歸因於以下因素：

- 品牌組合影響佔1.6個百分點，主要源自ELEMIS的加入，該品牌整體主要以批發銷售業務模式經營，毛利率較本集團低；
- 產品組合佔0.2個百分點，因年內的創新產品及重新推出的產品毛利率略低；
- 生產、運費及關稅增加佔0.1個百分點；及
- 過時產品佔0.1個百分點。

毛利率減少被以下各項部分抵銷：

- 有利的外匯匯兌(「匯兌」)影響佔0.3個百分點；及
- 提升價格佔0.1個百分點。

分銷開支

於二零二零年財政年度，分銷開支增加65,200,000歐元至765,600,000歐元，增幅為9.3%。按佔銷售淨額百分比計算，分銷開支減少2.5個百分點至46.6%。此改善乃由於以下各項的綜合影響：

- 有利的品牌組合，主要來自ELEMIS，佔2.7個百分點；
- 現有品牌的有利渠道組合，乃因線上渠道表現強勢，佔0.8個百分點；及
- 國際財務報告準則第16號的有利影響，佔0.5個百分點。

此改善被以下因素部分抵銷：

- 零售人員成本及租金槓桿效應減低，佔1.2個百分點；
- 投資LimeLife倉庫及物流網絡，佔0.2個百分點；及
- 四捨五入及其他，佔0.1個百分點。

營銷開支

營銷開支於二零二零年財政年度增加20,600,000歐元至206,600,000歐元，增幅為11.1%。營銷開支佔銷售淨額百分比減少0.4個百分點至12.6%。該營銷開支減少主要由於：

- 廣告、廣告牌及公關活動減少0.4個百分點，部分被網絡廣告增加所抵銷；
- 宣傳工具及樣品成本減少0.2個百分點；及
- 四捨五入及其他佔0.1個百分點。

此改善被以下因素部分抵銷：

- 不利的渠道組合佔0.2個百分點，主要來自網上商城增長加快；及
- 客戶服務部由分銷開支重新分類至營銷開支，以及加大對LimeLife營銷團隊的投資，佔0.1個百分點。

研發開支

於二零二零年財政年度，研究與開發(「研發」)開支增加3,400,000歐元至21,300,000歐元，增幅為19.2%，主要由於加入ELEMIS，以及L'Occitane對DuoLab，一個創新實驗室及一個可持續性改進計劃的投資所致。研發開支佔銷售淨額之百分比保持穩定，為1.3%。

一般及行政開支

一般及行政開支於二零二零年財政年度增加27,400,000歐元至160,000,000歐元，增幅為20.7%。一般及行政開支佔銷售淨額百分比增加0.4個百分點至9.7%。佔銷售額百分比增加主要由於以下因素所致：

- 對資訊科技及人力資源的投資，合共佔0.5個百分點；及
- 收購ELEMIS所產生的成本佔0.3個百分點。

該增加部分被以下各項所抵銷：

- 有利的品牌組合，佔0.2個百分點；
- 有利的外匯影響，佔0.1個百分點；及
- 國際財務報告準則第16號的影響，另外佔0.1個百分點。

其他收益及虧損

於二零二零年財政年度，其他虧損淨額為500,000歐元(即資本虧損，被研究開支的稅項抵免部分抵銷)。於二零一九年財政年度，其他收益淨額為600,000歐元。

經營溢利

經營溢利增加36,500,000歐元至187,300,000歐元，增幅為24.2%。銷售淨額的經營利潤率改善0.8個百分點至11.4%。該經營利潤率改善是由於以下因素所致：

- 品牌組合的貢獻主要來自ELEMIS，佔1.3個百分點；
- 有利的渠道組合，佔0.7個百分點，因有較高盈利能力的網上商城、網上合作夥伴及自營電子商務渠道的銷售組合增加；
- 具針對性的營銷投資，包括將投資由公共關係、營銷活動及廣告轉移至更加著重線上渠道，佔0.6個百分點；
- 國際財務報告準則第16號，佔0.5個百分點；及
- 有利的匯兌，佔0.4個百分點。

該改善部分被以下各項所抵銷：

- 租賃及零售人員成本以及其他的槓桿及效率下降，部分是由於COVID-19的影響，佔1.5個百分點；
- 對LimeLife、研發、人力資源及資訊科技的投資，佔0.9個百分點；及
- 一次性ELEMIS收購成本，佔0.3個百分點。

財務成本淨額

於二零二零年財政年度，財務成本淨額為22,200,000歐元，包括現金及現金等價物的利息收入2,600,000歐元及以下開支項目：

- 與國際財務報告準則第16號租賃負債相關的利息及財務開支14,000,000歐元；
- 有關銀行借貸、透支及與非控股權益及關聯方的往來賬的利息開支8,800,000歐元；
- 金融資產減值1,900,000歐元；及
- 其他金融資產折價回撥100,000歐元。

利息開支增加主要由於為收購ELEMIS提取的貸款及信貸融資涉及的利息及成本所致。

於二零一九年財政年度，財務成本淨額為3,600,000歐元，包括借貸的利息開支3,700,000歐元，扣除銀行結餘的利息收入500,000歐元，以及非現金應計款項400,000歐元。務請注意本公司由二零二零年財政年度起採納國際財務報告準則第16號租賃會計，而並不會重列去年的數字，因此，就此方面並無二零一九年財政年度的比較數字。

外幣收益／虧損

於二零二零年財政年度，外幣虧損淨額為4,600,000歐元(二零一九年財政年度：收益淨額為1,100,000歐元)，包括1,000,000歐元已實現收益及5,600,000歐元未實現虧損。

已實現收益乃集團層面上公司間融資若干收益之淨結果，扣除附屬公司層面上年內公司間貿易及往來賬結算產生之虧損，主要以美元計值。

未實現虧損乃年末將未償還外幣款項轉換為歐元之淨結果，大部分來自銀行結餘、貸款及循環貸款、公司間貿易及融資結餘以及與國際財務報告準則第16號相關的使用權資產及租賃負債結餘。未實現虧損主要與巴西雷亞爾、美元、瑞士法郎、俄羅斯盧布及澳元有關，部分被日圓之未實現收益所抵銷。

所得稅開支

實際稅率由二零一九年財政年度的20.7%增加至二零二零年財政年度的28.2%，增幅為7.5個百分點，主要由於合共4.0個百分點的一次性影響。

一次性影響包括以下各項：

- 約三分之二(或2.6個百分點)乃由於LimeLife商譽攤銷處理方式變動，其並無現金影響(錄得遞延稅項負債及抵銷美國商譽的稅項折舊一見下文)；及
- 約三分之一(或1.4個百分點)的原因為就承前至二零一九年財政年度的稅項虧損確認先前未確認的遞延稅項資產的有利影響與若干其他不利過往年度調整之淨影響。

倘不計及一次性影響，二零二零年財政年度的實際稅率將為24.2%。

3.5個百分點的其他影響包括：

- 稅率增加(主要為瑞士)的後果，佔1.4個百分點；
- 不利的匯率影響，佔0.7個百分點；及
- 雜項開支影響，佔1.4個百分點。

LimeLife及ELEMIS於美國的商譽及商標按15年的期間於當地實體的會計賬冊內攤銷。由於攤銷可扣稅，於二零二零年財政年度本地稅務減省的估值為6,700,000歐元(或本集團除稅前收入的4.0%)。然而，於本集團根據國際財務報告準則編製的綜合賬目內，商譽並無攤銷。因此，有關減省作為遞延稅項負債的相應非現金撥備撥回。

年內溢利

由於前述原因，二零二零年財政年度的純利為115,200,000歐元，較二零一九年財政年度減少2.0%或2,300,000歐元。二零二零年財政年度的每股基本及攤薄盈利分別為0.080歐元及0.079歐元(二零一九年財政年度：基本0.081歐元及攤薄0.081歐元)，分別減少1.2%及2.5%。用於計算二零二零年財政年度每股盈利的基本及攤薄股份數目分別為1,461,732,521股及1,464,509,877股(二零一九年財政年度：基本1,461,052,171股及攤薄1,465,920,934股)。

本集團自二零一九年四月一日起回溯性採納國際財務報告準則第16號，但如該準則的特定過渡條文所允許，並無重列上一年度呈報期間的比較數字。倘不計及國際財務報告準則第16號的影響，二零二零年財政年度的純利將較二零一九年財政年度增加2.8%或3,300,000歐元至120,800,000歐元。詳情見下表：

截至三月三十一日止年度	二零一九年 財政年度匯報 千歐元	二零二零年 財政年度匯報 千歐元	二零二零年 財政年度 國際財務 報告準則 第16號影響 千歐元		增長百分比 (不包括國際 財務報告準則 第16號影響)	匯報增長 百分比
			國際財務 報告準則 第16號影響 千歐元	(不包括國際 財務報告準則 第16號影響) 千歐元		
銷售淨額	1,426,874	1,644,083		1,644,083		15.2%
銷售成本	(239,901)	(302,852)		(302,852)		15.2%
毛利	1,186,973	1,341,231		1,341,231		13.0%
分銷開支	(700,374)	(765,569)	6,175	(771,744)		
營銷開支	(186,042)	(206,622)		(206,622)		
研發開支	(17,879)	(21,306)		(21,306)		
一般及行政開支	(132,542)	(159,968)	1,373	(161,341)		
其他收益淨額	611	(503)	78	(581)		
經營溢利	150,747	187,263	7,626	179,637		24.2%
財務成本淨額	(3,596)	(22,167)	(14,032)	(8,135)		
匯兌收益/(虧損)	1,073	(4,556)	(1,408)	(3,148)		
除所得稅前溢利	148,224	160,540	(7,814)	168,354		8.3%
所得稅開支	(30,655)	(45,300)	2,205	(47,505)*		47.8%
純利	117,569	115,241	(5,609)	120,850		-2.0%

* 假設與二零二零年財政年度的匯報溢利的實際稅率相同。

COVID-19的影響

COVID-19危機及我們若干主要市場內相應的限制措施(如外遊禁令、封關及關閉店鋪)對我們的業務營運影響極大。於二零二零年財政年度第四季度，影響主要集中於亞洲，直至二零二零年三月中，其後日本、歐洲及美洲亦大範圍關閉店鋪。

根據大流行之前的銷售勢頭及趨勢、內部預測、關閉店鋪數量、開店時段縮短及轉銷客戶的訂單中止，本公司估計COVID-19所導致的銷售損失總額為約56,000,000歐元(或二零二零年財政年度第四季度銷售總額的約18%或二零二零年財政年度銷售總額的3.4%)。根據內部預測，相應的經營溢利損失為約34,000,000歐元(或二零二零年財政年度報告經營溢利約18%)。

考慮到COVID-19未來發展無法預測，本集團於二零二零年財政年度所受影響並不反映截至二零二一年三月三十一日止財政年度(「二零二一年財政年度」)的影響。本公司將繼續密切監控有關情況。估計財務影響(如有)將於本集團的未來財務報表內反映。

資產負債表及現金流量回顧

流動資金及資本資源

於二零二零年三月三十一日，本集團的現金及現金等價物為166,300,000歐元，而二零一九年三月三十一日則為144,400,000歐元。增幅主要由於經營活動產生的現金流入淨額增加所致。於二零二零年三月三十一日，借貸總額(包括定期貸款、循環貸款、銀行借貸、融資租賃負債以及與少數股東及關聯方的往來賬)達475,000,000歐元。於二零二零年三月三十一日，未提取借貸融資總額為230,700,000歐元。

現金流量表概要

截至三月三十一日止年度	不包括 國際財務 報告準則 第16號		
	二零二零年 千歐元	二零二零年 千歐元	二零一九年 千歐元
除稅前溢利(經調整非現金項目)	385,810	255,170	219,786
營運資金變動	18,013	14,154	(33,859)
已付所得稅	(34,347)	(34,347)	(17,240)
經營活動產生的現金流入淨額	369,476	234,977	168,687
資本開支產生的現金流出淨額	(66,783)	(66,783)	(86,302)
自由現金流量	302,693	168,193	82,385
投資於新業務及金融資產產生的現金(流出)淨額	(4,803)	(4,803)	(814,216)
融資活動產生的現金(流出)／流入淨額	(275,399)	(141,793)	501,451
匯率變動的影響	(591)	303	(10,890)
現金、現金等價物及銀行結餘 增加／(減少)淨額	21,900	21,900	(241,270)

二零二零年財政年度內產生的自由現金流量為302,700,000歐元(撇除國際財務報告準則第16號的影響則為168,200,000歐元)，而二零一九年財政年度則為82,400,000歐元。急劇上升部分由於根據本集團自本年度起採納的國際財務報告準則第16號(並無重列二零一九年財政年度)的租賃攤銷130,200,000歐元。營運資金改善及資本支出減少亦由於自由現金流量增加。

於二零二零年財政年度，融資活動產生的現金流出淨額為275,400,000歐元，而二零一九年財政年度則為現金流入淨額501,500,000歐元。本年度的流出淨額主要受根據國際財務報告準則第16號的租賃付款本金部分133,600,000歐元及償還借貸淨額96,200,000歐元所影響。

資本開支

於二零二零年財政年度，資本開支所用的現金淨額為66,800,000歐元，而二零一九年財政年度則為86,300,000歐元，減少19,500,000歐元。二零二零年財政年度的資本開支主要與以下各項有關：

- 添置租賃物業裝修及與新店舖及店舖翻修有關的其他有形資產25,700,000歐元；
- 為巴西新工廠添置土地、樓宇、機器及設備；增強馬諾斯克工廠及倉存設施的生產線、研發及防火標準；裝修附屬公司的倉庫及辦公室，合共23,200,000歐元；及

- 添置軟硬件及開發成本15,100,000歐元，包括有關電子商務、客戶關係管理(CRM)及全渠道平台以及微信小程序開發等多項增強項目。

投資新業務及金融資產

投資於新業務及金融資產產生的現金流出為4,800,000歐元，而去年為814,200,000歐元。去年流出主要由於收購ELEMIS。

融資活動

二零二零年財政年度融資活動現金流出淨額為275,400,000歐元(二零一九年財政年度：流入為501,500,000歐元)。年內現金流出淨額主要反映以下各項：

- 國際財務報告準則第16號項下的租賃付款之本金部分135,100,000歐元；
- 支付股息43,600,000歐元；
- 與非控股權益進行的支付交易淨額1,200,000歐元；及
- 償還借貸淨額96,200,000歐元。

該金額被根據購股權計劃向僱員轉出庫存股份的流入700,000歐元部分抵銷。

存貨

下表概述於所示期間的平均存貨周轉天數：

	二零二零年 財政年度	二零一九年 財政年度
平均存貨周轉天數 ⁽¹⁾	245	273

⁽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。

存貨價值增加1,100,000歐元至二零二零年三月三十一日的204,000,000歐元，增幅為0.6%。平均存貨周轉天數減少28天主要由於ELEMIS的存貨周轉天數遠較本集團低，令平均存貨周轉天數減少39天。有關改善情況被現有品牌增加9天及不利匯兌影響2天部分抵銷。

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：

	二零二零年 財政年度	二零一九年 財政年度
應收貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	31	32

⁽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。

應收貿易賬款周轉天數由二零一九年財政年度減少1天至二零二零年財政年度31天。減幅主要由於現有品牌平均應收貿易賬款減少，惟被ELEMIS平均應收貿易賬款較高及匯兌影響部分抵銷。

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：

	二零二零年 財政年度	二零一九年 財政年度
應付貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	173	203

⁽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。

應付貿易賬款周轉天數減少30天主要由於現有品牌及工廠減少相關採購，尤其是接近財政年度末之時，合共41天。匯兌影響亦令周轉天數減少5天。另一方面，ELEMIS增加其蓬勃發展的業務活動的相關採購，因此令周轉天數增加16天。

資產負債表比率

二零二零年財政年度已動用資本回報為6.9%，較二零一九年財政年度減少4.7百分點，該增加乃由於除稅後經營溢利淨額增加8.9%，而已動用資本則急增83.7%。請留意，收購ELEMIS於二零一九年三月完成，及其資產負債表項目於二零一九年財政年度綜合入賬；然而，其溢利及虧損項目僅在二零二零年財政年度後綜合入賬。因此，二零一九年財政年度的已動用資本回報率撇除ELEMIS之商譽以免失真。此外，本集團自二零一九年四月一日起追溯採納國際財務報告準則第16號，但獲準則中特定過渡條款允許，未重列上一年度報告期間的比較數據。倘撇除國際財務報告準則第16號之影響，二零二零年財政年度的已動用資本回報率將為8.5%。

於二零二零年財政年度，權益擁有人應佔資本及儲備增加68,700,000歐元，主要由於本年度保留之溢利及與ELEMIS有關的認沽期權所致。二零二零年財政年度股權回報率為10.6%（撇除國際財務報告準則第16號影響：11.0%），而二零一九年財政年度為11.5%。

本集團資產負債比率亦受新採納的國際財務報告準則第16號所影響，由二零一九年財政年度的28.8%升至二零二零年財政年度的37.2%。倘撇除國際財務報告準則第16號之影響，二零二零年財政年度資產負債比率將會降至23.8%。

	匯報 二零二零年 財政年度	撇除國際 財務報告準則 第16號 二零二零年 財政年度	重列 ⁽⁹⁾ 二零一九年 財政年度
盈利能力			
未計利息、稅項、折舊及攤銷之盈利	383,517	252,877	217,480
除稅後經營溢利淨額 ⁽¹⁾	131,153	126,689	120,421
已動用資本 ⁽²⁾	1,905,674	1,496,509	1,037,221
已動用資本回報 ⁽³⁾	6.9%	8.5%	11.6%
股權回報 ⁽⁴⁾	10.6%	11.0%	11.5%
流動資金			
流動比率(倍) ⁽⁵⁾	1.2	1.5	2.2
速動比率(倍) ⁽⁶⁾	0.7	0.9	1.4
資本充足			
資產負債比率 ⁽⁷⁾	37.2%	23.8%	28.8%
債權比率 ⁽⁸⁾	62.1%	26.6%	39.5%

⁽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 + 其他非流動負債) + 營運資金**

* 不包括二零一九年財政年度ELEMIS之商譽

** 不包括流動金融負債，以僅列示與運營有關的營運資金

- (3) 除稅後經營溢利淨額／已動用資本
- (4) 年末本公司權益擁有人應佔純利／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)
- (9) 於二零二零年財政年度審定收購ELEMIS的公平估值後，二零一九年財政年度的ELEMIS商譽(連同若干資產、儲備及負債)其後重列。

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。於二零二零年三月三十一日，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負債淨額為200,000歐元。於二零二零年三月三十一日，未結算的遠期外匯衍生工具的名義本金額主要為出售27,600,000歐元等值人民幣元、16,600,000歐元等值日圓、4,600,000歐元等值港元、3,200,000歐元等值巴西雷亞爾、2,400,000歐元等值俄羅斯盧布、2,300,000歐元等值英鎊、2,300,000歐元等值泰銖以及2,000,000歐元等值墨西哥披索。

股息

於二零一九年六月十七日舉行的董事會會議上，董事會建議派付每股0.0297歐元的股息，相當於股息總額43,400,000歐元，或本公司權益擁有人應佔純利的36.7%。末期股息金額按於二零一九年六月十七日已發行的1,461,052,171股股份(不包括15,912,720股庫存股份)計算。本公司股東(「股東」)已於二零一九年九月二十五日舉行的會議上批准該股息。股息已於二零一九年十月十八日派付。

儘管業務營運受到COVID-19影響，本集團維持穩定的經營現金流入。為了維持穩健的現金狀況及與股東分享盈利，董事會欣然建議末期股息每股0.02228歐元(「末期股息」)，為二零一九年財政年度的股息約75%。末期股息總額為32,600,000歐元。

末期股息以於二零二零年六月二十九日已發行的1,461,732,521股股份(不包括15,232,370股庫存股份)為基準。

財政年度結束後事項

於中東地區設立一間合營公司

於二零一九年十月十七日，本集團與中東地區現有分銷商簽署意向書，成立一家新公司，該公司將由L'Occitane International S.A.持有51%股權，由分銷商持有49%股權。股東及分銷協議於二零二零年六月三日簽立。

合營協議要求所有相關活動須經各方一致同意。因此，本集團確定，雖然其持有51%的投票權，其對該實體擁有合營控制權。

COVID-19疫情流動資金安排

於二零二零年三月三十一日，除了100,000,000歐元現金及現金等價物外，本集團的循環信貸融資下有230,000,000歐元未提取款項。

作為預防措施，及為了應對COVID-19危機對業務的影響，本集團於二零二零年四月自現有循環信貸融資(二零一五年財政年度循環融資)提取100,000,000歐元。

此外，於二零二零年五月，本團成功取得253,000,000歐元新融資承擔，以確保現時危機下擁有流動資金及快速籌備業務重啟：L'Occitane International S.A.的203,000,000歐元新循環信貸融資及Laboratoires M&L的50,000,000歐元新定期貸款，由法國政府擔保90%（「Prêt Garanti par l'Etat」）。

策略回顧

二零二零年財政年度，本集團以建立信任、追求可持續增長並提高盈利能力為目標的「Pulse」策略繼續取得成果。本集團三個季度均錄得蓬勃增長，當中核心品牌L'OCCITANE en Provence錄得中等水平的個位數增長，而事實證明ELEMIS為強勁增長及盈利驅動力。

然而，自二零二零年財政年度最後一季起，全球各地受前所未有的危機所衝擊。COVID-19疫情令全球各地實施重大管制措施，例如旅遊限制、封城及關閉店舖。本集團於二零二零年二月及三月的銷售表現受到嚴重衝擊，零售、旅遊零售及B2B渠道最受影響。另一方面，電子商務、網上商城、網上合作夥伴及電視渠道全部錄得顯著增長，彌補實體店渠道的部分減幅。二零二零年財政年度內，業務影響主要於中國、香港及日本。

基於已改變的格局，本集團迅速適應新客戶需求及與客戶保持緊密聯繫的方式。本集團的「Pulse」策略下的五大支柱仍然與當下息息相關：賦能團隊；執行基本面（尤其在零售方面）；採取全渠道、移動式及數碼化方法；與客戶互動；以及增強品牌承諾。儘管年內最後一季受挫，本集團錄得銷售增長淨額15.2%（按匯報匯率計算），而經營利潤率改善0.8百分點至11.4%。

產品策略平衡皇牌護膚產品及著名身體護理產品

L'OCCITANE en Provence於二零二零年財政年度按報告匯率錄得3.9%的不俗增長，此乃部分由於其線上及線下產品組合具吸引力，於節慶期間尤其突出。主要貢獻因素為專注於護膚產品的皇牌產品策略一廣受歡迎的蠟菊煥活雙效精華經重新推出，增設50毫升版本，對回購客戶而言物超所值。於二零二零年財政年度，本集團達成銷售逾1百萬支蠟菊煥活雙效精華的目標。近期推出蠟菊煥活雙效眼部精華後，該皇牌產品系列有望維持佳績。

與此同時，COVID-19大流行讓大眾對衛生及個人護理的重要性有了新的認識。鑑於L'OCCITANE en Provence於高端身體及手部護理的標誌性地位，本集團於該等分部錄得銷售佔比上升。本集團亦採取迅速行動及把握機會於主要市場推出潔手液，以補足其現有產品組合。

本集團將繼續實踐平衡的產品策略，透過皇牌護膚產品提升其於面部護理領域的品牌形象、以歷久不衰的身體及手部護理產品維持忠誠度，以及增加具吸引力的季節產品組合以招徠客戶及提振購物意欲。

專注多品牌策略以繼續使銷售多樣化

本集團同名品牌L'OCCITANE en Provence於二零二零年財政年度佔本集團銷售額的約79%，低於二零一九年財政年度的約87%。隨著每個品牌繼續建立屬於自己的獨特身份，這一多樣化態勢有望繼續。

ELEMIS是二零二零年財政年度的最大增長動力及本集團的第二大品牌，佔整體銷售的10%。儘管COVID-19嚴重影響其海運渠道，惟該品牌維持正面銷售增長，即使於二零二零年財政年度最後一季亦然，此乃有賴於電子商務及電視渠道的強勢表現。該堅實表現證明本集團專注護膚產品的投資奏效，該美容市場分部於COVID-19封鎖措施期間的抵禦能力較強。

除了銷售表現強大之外，ELEMIS的精簡及高效架構有助其於三月爆發COVID-19的影響下保持卓越盈利能力，錄得經營溢利率17.5%。撇除收購成本及商譽折舊部分，其經營溢利率應為22.9%。ELEMIS亦循序漸進地與L'OCCITANE en Provence的現行分銷實現協同效應，特別是以亞洲及俄羅斯為起點。遵循其成功的數碼優先策略，ELEMIS於二零二零年財政年度在天貓國際開設線上店(並計劃於二零二零年較後期間在中國國內開業)及計劃於不久將來在亞洲多個其他市場開業。

LimeLife的表現因去年的品牌重塑活動、增長及擴張至新市場的起步困難及二零二零年財政年度末的COVID-19而受挫。儘管面臨短期困境，本集團仍然深信LimeLife以社交媒體為本的業務模式的潛力，考慮到當今情況，此模式可能較以往發揮更大作用。成功推出「Fierce by Aly」證明了有力及可引起共鳴的榜樣的影響力，該化妝品系列為與奧運體操金牌得主Aly Raisman合作於節慶期間推出，開拓了本集團對年輕消費者的吸引力。

此外，本集團的新興品牌Melvita、L'OCCITANE au Brésil及Erborian一同於二零二零年財政年度錄得正面銷售增長，惟其業績各異及錄得重大經營虧損13,900,000歐元。於二零二零年財政年度，Melvita的銷售表現因其各個主要市場的宏觀經濟困境而受到打擊。然而，基於新管理層的改良策略，Melvita於法國及日本收復部分失地，並繼續於亞洲有序擴張。另一方面，L'OCCITANE au Brésil幫助本集團推動於巴西的整體銷售增長，但基於其分銷、營銷及工業投資，其經營虧損於二零二零年財政年度擴大。L'OCCITANE au Brésil的重組措施已於二零二零年四月展開以提升有關投資的效率，例如關閉無法獲利的分銷點。另一方面，Erborian受惠於設有明顯國家優次順序的成功分銷策略——其分別於西歐及俄羅斯建立堅實的批發業務及零售版圖，於二零二零年財政年度錄得雙位數銷售增長及保持其盈利能力。

重新構思客戶連繫及全渠道體驗

本集團的其中一個宗旨是為顧客帶來無縫全渠道體驗，讓其發掘本集團的產品及品牌，令購物過程更有趣、難忘及方便。

COVID-19爆發前，本集團對開設實體店日益選擇性，同時繼續於全球主要購物地點營造令人興奮的零售體驗，如東京表參道、倫敦攝政街及紐約第五大道。其利用自家電子商務網站、第三方網上商城及社交媒體和通訊應用程式來配合其廣泛的實體店分銷。線上渠道日益重要，隨著消費者行為的改變一同增長。於二零二零年財政年度，網絡直銷渠道按固定匯率增長41.8%，相當於直銷銷售總額的19.0%。

隨著COVID-19變成全球威脅，本集團多達75%的店舖停業。本集團須重新構思如何與客戶保持連繫，同時維持人性化的美容方針。儘管電子商務於二零二零年財政年度最後一季錄得可觀增長，惟並不足以抵銷店舖停業造成的銷售損失。本集團恪守其企業家精神，鼓勵推行各種地區舉措以促進社交或數碼銷售。有關舉措包括授權店舖美容顧問透過視像諮詢及直播等數碼方式維持客戶關係、提供禮賓私人購物服務及起用名人及KOL以盡量提高於熱門社交應用程式的曝光率。部分市場已開始重啟，惟數碼銷售將仍然為主軸。

與此同時，隨著本集團的實體店逐漸恢復營業，其已實施嚴格的安全措施，專注於100%無接觸客戶體驗，為其員工及客戶盡可能維持最高安全水平，同時繼續提供新穎難忘的購物體驗。

積極支持全球對抗COVID-19

面對這一全球性危機，本集團義不容辭，全力支持全球醫療機構及醫療人員，共同對抗COVID-19。本集團將馬諾斯克的若干製造設施調配至生產消毒搓手液，並向多個歐洲國家捐贈300,000瓶，同時向中國、日本、巴西、俄羅斯及美國的機構捐贈700,000件手部清潔產品。

本集團亦支持其產品所用天然成分的生產商，繼續其長期合約及於收成前預先融資50%至80%成本，此舉對生產商實為重要。在布吉納法索，防疫相關政府限制令到乳木果收成的最後工序受到影響，本集團亦延後若干交付日期，以於維持女性生產商社群現金流的同時確保其安全。在普羅旺斯，生產商因COVID-19難以招募工人，本集團的員工自願協助彼等進行橙花收成工作。

無論是否面臨危機，本集團一向力求以良知引領業界並堅持承諾。作為一間從大自然汲取靈感及資源的集團，本集團有義務承擔社會責任及對環境可持續發展作出貢獻。有關本集團工作的更多資料披露於其年度「環境、社會及管治」報告。

展望

考慮到經濟環境不明朗，本集團將實施多項措施減省成本及提高財政靈活度，包括減少董事及高級管理層的基本薪酬及降低股息；及透過重新磋商商業租金、通過臨時無薪假或休假及短期工作計劃減少員工成本、優化或推遲營銷及宣傳活動及減少店舖開張及翻修等資本開支的方式控制成本。

本集團將繼續為其各品牌實施不同的策略，鼓勵品牌保持靈敏性及自主能力，同時利用協同效應。同樣重要的工作還有繼續作出精準投資以支持主要活動、產品及市場，貫徹追求可持續增長及盈利的Pulse策略。

雖然消費者情緒將在一段時間內受COVID-19衝擊，但本集團堅信，在其品牌、產品的固有實力及以網絡為基礎的有效活動以及周全的管理及熱忱的支持下，其能夠靈活應對。於渡過危機之際，本集團將繼續以多品牌策略及全渠道方針為重心，改善其中長期基礎、維持未來盈利及為股東帶來價值。

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，包括審閱本集團於二零二零年財政年度的綜合業績及綜合財務報表。本年度業績公告基於本集團截至二零二零年三月三十一日止年度的經審核綜合財務報表，該報表已獲本公司核數師認同。

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。

於二零二零年財政年度，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先生獲得集團常務董事Silvain Desjonquères先生(「Desjonquères先生」，於二零一八年四月二十五日獲委任)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。董事會副主席André Hoffmann先生(「Hoffmann先生」)就一切重要的董事會事務與Geiger先生密切合作。Hoffmann先生及Desjonquères先生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。

企業管治守則的守則條文第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。

董事證券交易

本公司已採納上市規則附錄十所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)作為本公司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，全體董事確認已於二零二零年財政年度遵守標準守則。

購買、出售及贖回本公司的上市證券

於二零二零年財政年度，本公司根據本公司的僱員無償股份計劃及購股權計劃轉出合共680,350股庫存股份。於二零二零年三月三十一日，本公司持有15,232,370股庫存股份。除上文所披露者外，於二零二零年財政年度，本公司或其附屬公司概無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於二零二零年九月二十五日(星期五)至二零二零年九月三十日(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二零二零年九月三十日(星期三)(「股東週年大會記錄日期」)。所有過戶文件連同有關股票必須於二零二零年九月二十四日(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。

待股東於股東週年大會上批准建議末期股息(如有)後，該等末期股息將於二零二零年十月二十三日(星期五)派付予於二零二零年十月十三日(星期二)(「股息記錄日期」)名列股東名冊的股東。為確定收取末期股息的資格，本公司將於二零二零年十月八日(星期四)至二零二零年十月十三日(星期二)(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。為符合資格收取末期股息，所有過戶文件連同有關股票須於二零二零年十月七日(星期三)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。

刊登末期業績及二零二零年財政年度年報

本公司末期業績公告於香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(group.loccitane.com)公佈。年報將寄發予股東，並可於適當時候在香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(group.loccitane.com)查閱。

股東週年大會

本公司將於二零二零年九月三十日舉行股東週年大會。召開股東週年大會的通告將刊登於香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(group.loccitane.com)並將寄發予股東。

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)

André Hoffmann (副主席)

Silvain Desjonquères (集團常務董事)

Thomas Levilion (集團財務及行政管理部副總經理)

Karl Guénard (公司秘書)

非執行董事

Martial Lopez

獨立非執行董事

Valérie Bernis

Charles Mark Broadley

Pierre Milet

吳植森

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

盧森堡，二零二零年六月二十九日

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。