

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)

截至二零二一年三月三十一日止年度 全年業績公告

摘要

- 儘管一年間受到COVID-19嚴重影響，惟本集團憑藉靈活性及應變能力，於二零二一年財政年度仍取得超出預期的銷售及盈利成績。
- 銷售淨額為1,537,800,000歐元，在可比的基础上減幅為1.1% (包括美國附屬公司於二零二一年二月及三月的銷售額，惟不包括ELEMIS於二零二零年財政年度的二零一九年三月的銷售額)。
- 經營溢利增長17.6%至220,200,000歐元，而經營溢利率則上升2.9個百分點至14.3%。在可比的基础上(對L'Occitane, Inc.溢利及虧損項目的處理，猶如並無進行第11章法律訴訟)，經營溢利率為13.6%。
- 本集團的純利上升36.3%至157,000,000歐元，實現了有史以來的高位，佔銷售淨額的10.2%。
- 自由現金流量(不包括國際財務報告準則第16號影響)錄得278,100,000歐元的新高，而去年為170,500,000歐元。
- 董事會建議派發末期股息每股0.03687歐元，相當於派息率35.0%及上升65.5%。

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」)截至二零二一年三月三十一日止年度(「二零二一年財政年度」)的經審核合併全年業績連同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	二零二一年 千歐元	二零二零年 千歐元	變動 百分比
銷售淨額	2	1,537,845	1,644,083	-6.5
銷售成本		(260,711)	(302,853)	-13.9
毛利		1,277,134	1,341,231	-4.8
佔銷售淨額百分比		83.0%	81.6%	
分銷開支		(666,154)	(765,569)	-13.0
營銷開支		(213,772)	(206,622)	3.5
研發開支		(17,385)	(21,306)	-18.4
一般及行政開支		(147,837)	(159,968)	-7.6
分佔以權益法入賬的聯營公司及 合營企業(虧損)	3	(4,136)	-	-
其他(虧損)淨額		(125)	(503)	-75.1
不再將L'Occitane, Inc.綜合入賬 重組開支	4	5,756	-	-
		(13,246)	-	-
經營溢利	5	220,235	187,263	17.6
財務成本淨額	6	(18,339)	(22,167)	-17.3
匯兌(虧損)		(2,961)	(4,556)	-35.0
除所得稅前溢利		198,935	160,540	23.9
所得稅開支	7	(41,899)	(45,300)	-7.5
年度溢利		157,036	115,240	36.3
下列人士應佔：				
本公司權益擁有人		154,579	116,288	32.9
非控股權益		2,457	(1,048)	-334.4
總計		157,036	115,240	36.3
實際稅率		21.1%	28.2%	
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		0.105	0.080	32.5
攤薄		0.105	0.079	32.4
計算每股盈利所用股份數目				
基本	8	1,466,677,921	1,461,732,521	0.3
攤薄	8	1,470,779,165	1,464,509,877	0.4

合併財務狀況表

於	附註	二零二一年 三月三十一日 千歐元	二零二零年 三月三十一日 千歐元
資產			
物業、廠房及設備淨額		130,347	180,505
使用權資產		301,271	429,451
商譽		754,843	761,926
無形資產淨額		315,949	341,577
遞延所得稅資產		65,854	76,521
於聯營公司股份		53,636	—
其他非流動應收款項		66,696	65,331
非流動資產		1,688,596	1,855,311
存貨淨額	10	198,860	203,966
應收貿易賬款淨額	11	135,338	131,571
其他流動資產		52,798	50,565
衍生金融工具		72	604
現金及現金等價物		421,216	166,342
流動資產		808,284	553,048
總資產		2,496,880	2,408,359
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		(107,642)	(86,918)
保留盈利		920,661	798,238
權益擁有人應佔股本及儲備		1,200,179	1,098,480
非控股權益		78,699	76,855
總權益		1,278,878	1,175,335
借貸		19,622	361,493
租賃負債		216,189	322,426
遞延所得稅負債		52,786	42,021
其他財務負債		18,671	17,978
其他非流動負債		23,256	22,929
非流動負債		330,524	766,847
應付貿易賬款	12	161,658	145,994
薪金、工資、相關社交項目及其他稅項負債		93,539	72,809
流動所得稅負債		28,504	12,270
借貸		502,492	113,556
租賃負債		78,538	99,206
其他流動負債		20,357	20,609
衍生金融工具		713	208
撥備		1,677	1,525
流動負債		887,478	466,177
權益及負債總額		2,496,880	2,408,359
流動(負債)/資產淨額		(79,194)	86,871
總資產減流動負債		1,609,402	1,942,182

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。就本集團進行的業務而言，其與歐盟所採納的國際財務報告準則相似。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。

本集團已採用下列於二零二零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：

國際財務報告準則第16號—租賃—COVID-19相關租金優惠的修訂

本集團已選擇提早採納國際會計準則理事會於二零二零年五月二十八日採納及歐盟於二零二零年十月十二日採納的國際財務報告準則第16號—租賃的修訂。

本修訂旨在簡化國際財務報告準則第16號的若干條文，允許承租人將原定於二零二一年末到期的租金因衛生危機而獲授的優惠確認為負浮動租賃付款(即直接在收益表確認)，而毋須評估優惠是否根據監管履行所述租賃的合約或法律條款而授出。

其他新訂及經修訂準則

若干其他新訂準則於二零二零年一月一日後強制生效，但並無對本集團合併財務報表構成重大影響：

- 重大之定義—國際會計準則第1號及國際會計準則第8號的修訂
- 業務之定義—國際財務報告準則第3號的修訂
- 經修訂財務報告概念框架

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。

自二零二零年財政年度開始，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。主席兼行政總裁及集團常務董事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。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。
- 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、專業水療及海運等轉售渠道驅動。
- LimeLife—銷售LimeLife的化妝品，其為一個美國天然護膚及個人化妝品牌。銷售乃透過美容顧問及網絡宣傳等直銷渠道驅動。

- 其他品牌 — 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(轉售及直銷)，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。

管理層使用收益及經營溢利/(虧損)計量來評估經營分部的表現。其他資料(包括按分部劃分的資產及負債)並無定期提供予主要營運決策人。

2.1. 銷售及分部資料

二零二一年財政年度

千歐元	L'Occitane en Provence	ELEMIS	LimeLife	其他品牌	總計
銷售淨額	1,194,227	158,910	102,155	82,553	1,537,845
佔總計百分比	77.7%	10.3%	6.6%	5.4%	100%
毛利	1,021,218	116,970	78,462	60,484	1,277,134
佔銷售淨額百分比	85.5%	73.6%	76.8%	73.3%	83.0%
分銷開支	(537,492)	(28,116)	(63,974)	(36,572)	(666,154)
營銷開支	(159,237)	(30,115)	(3,639)	(20,781)	(213,772)
研發開支	(13,545)	(1,464)	—	(2,376)	(17,385)
一般及行政開支	(118,128)	(14,707)	(9,032)	(5,970)	(147,837)
分佔合營業務的(虧損)	(4,136)	—	—	—	(4,136)
其他收益/(虧損)淨額	1,276	(597)	1	(805)	(125)
不再將L'Occitane, Inc. 綜合入賬	5,756	—	—	—	5,756
重組開支	(11,323)	(1,163)	—	(760)	(13,246)
經營溢利/(虧損)	184,389	40,808	1,818	(6,780)	220,235
佔銷售淨額百分比	15.4%	25.7%	1.8%	(8.2%)	14.3%

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。

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	二零二一年財政年度		二零二零年財政年度	
	總計	佔總額 百分比	總計	佔總額 百分比
中國	263,642	17.1%	197,159	12.0%
美國 ⁽¹⁾	242,101	15.7%	295,786	18.0%
日本	215,273	14.0%	231,870	14.1%
英國	154,445	10.0%	160,835	9.8%
香港 ⁽²⁾	94,589	6.2%	124,822	7.6%
法國	86,688	5.6%	104,148	6.3%
俄羅斯	50,966	3.3%	58,642	3.6%
台灣	47,464	3.1%	41,074	2.5%
盧森堡 ⁽³⁾	43,633	2.8%	70,702	4.3%
巴西	34,452	2.2%	57,591	3.5%
其他地區	304,592	19.8%	301,454	18.3%
銷售淨額	1,537,845	100.0%	1,644,083	100.0%

(1) 撇除二零二一年一月二十六日第11章法律訴訟申請後的銷售。

(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) 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. 分佔以權益法入賬的聯營公司及合營企業虧損

	二零二一年 財政年度 千歐元	二零二零年 財政年度 千歐元
L'Occitane, Inc. (二零二一年二月及三月)	(4,036)	—
L'Occitane Middle East	(99)	—
總計	<u>(4,136)</u>	<u>—</u>

4. 不再將L'Occitane, Inc. 綜合入賬

	二零二一年 財政年度 千歐元	二零二零年 財政年度 千歐元
終止確認L'Occitane, Inc.的資產及負債賬面值	2,727	—
先前於其他全面收益確認的匯兌差額	3,029	—
不再將L'Occitane, Inc. 綜合入賬的收益淨額	<u>5,756</u>	<u>—</u>

5. 經營溢利

經營溢利乃扣除下列項目後得出：

	二零二一年 財政年度 千歐元	二零二零年 財政年度 千歐元
僱員福利開支*	371,992	445,466
租金及佔用**	89,229	116,119
已耗原材料及易耗品	208,968	194,219
製成品及在製品的存貨變動	(18,495)	10,987
廣告成本	167,182	167,399
核數師酬金	1,798	1,712
專業費用	160,115	155,811
折舊、攤銷及減值***	190,701	200,810
運輸開支	76,060	68,232
其他開支	58,309	95,563
	<u>1,305,859</u>	<u>1,456,318</u>
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	<u>1,305,859</u>	<u>1,456,318</u>

* 包括因COVID-19危機而自本地政府收取的補助及補貼21,000,000歐元，以及全球重組計劃的僱員終止福利10,900,000歐元

** 包括因COVID-19危機收取的租金優惠10,500,000歐元

*** 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

6. 財務成本淨額

	二零二一年 財政年度 千歐元	二零二零年 財政年度 千歐元
現金及現金等價物利息	<u>2,847</u>	<u>2,614</u>
財務收入	2,847	2,614
借貸利息開支	(7,707)	(8,774)
就租賃負債的名義利息及財務開支	(11,533)	(14,032)
財務負債折現回撥	(1,946)	(120)
財務資產減值	<u>-</u>	<u>(1,855)</u>
財務成本	<u>(21,186)</u>	<u>(24,781)</u>
財務成本淨額	<u>(18,339)</u>	<u>(22,167)</u>

7. 稅項

所得稅開支組成部分如下：

	二零二一年 財政年度 千歐元	二零二零年 財政年度 千歐元
即期所得稅	(44,227)	(37,943)
遞延所得稅	2,328	(7,357)
所得稅開支總額	(41,899)	(45,300)
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：		
除所得稅前溢利及分佔以權益法入賬的合營企業溢利	203,071	160,540
按企業稅率(於二零二一年三月三十一日及二零二零年三月三十一日 的盧森堡稅率為24.94%)計算所得稅		
外國不同稅率的影響	(50,646)	(40,039)
稅率變動	19,228	9,965
未確認稅項資產的影響	(79)	(518)
不可扣稅開支	(2,819)	(6,428)
稅務風險撥備	(5,072)	(6,389)
未分派稅項盈利的影響	–	(274)
最低稅務付款	(2,509)	(1,520)
	(2)	(97)
所得稅開支	(41,899)	(45,300)

8. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以二零二一年財政年度本公司權益擁有人應佔溢利154,600,000歐元(二零二零年財政年度則為116,300,000歐元)，以及截至二零二一年三月三十一日止年度已發行股份加權平均數1,466,677,921股(基本)及1,470,779,165股(攤薄)以及截至二零二零年三月三十一日止年度1,461,732,521股(基本)及1,464,509,877股(攤薄)為基準計算。

9. 股息

於二零二一年六月二十八日舉行的董事會會議上，董事會建議派付總末期股息每股0.03687歐元，相當於總額為54,100,000歐元，或佔本公司權益擁有人應佔純利的35.0%。

擬派末期股息金額乃以於二零二一年六月二十八日已發行的1,467,388,221股股份(不包括9,576,670股庫存股份)為基準。

10. 存貨淨額

存貨淨額包括以下各項：

於三月三十一日	二零二一年 千歐元	二零二零年 千歐元
原材料及供應物料	25,037	28,692
製成品及在製品	189,815	186,936
存貨總額	214,852	215,628
減：撥備	(15,992)	(11,662)
存貨淨額	198,860	203,966

11. 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	二零二一年 千歐元	二零二零年 千歐元
即期及逾期3個月內	132,102	129,257
逾期3至6個月	1,472	2,020
逾期6至12個月	1,032	282
逾期超過12個月	733	12
應收貿易賬款淨額	135,339	131,571

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。

12. 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	二零二一年 千歐元	二零二零年 千歐元
即期及逾期3個月內	156,259	144,761
逾期3至6個月	1,639	733
逾期6至12個月	2,555	497
逾期超過12個月	1,205	3
應付貿易賬款	161,658	145,994

管理層討論與分析

概要：

	匯報 ⁽¹⁾ 二零二一年 財政年度 百萬歐元 或%	管理層 ⁽²⁾ 二零二一年 財政年度 百萬歐元 或%	匯報 二零二零年 財政年度 百萬歐元 或%
銷售淨額	1,537.8	1,550.9	1,644.1
經營溢利	220.2	211.6	187.3
年內溢利	157.0	不適用	115.2
毛利率	83.0%	83.1%	81.6%
經營溢利率	14.3%	13.6%	11.4%
淨利潤率	10.2%	不適用	7.0%
經營產生的現金流入淨額 ⁽³⁾	429.5	不適用	369.5

(1) 匯報二零二一年財政年度 — 由於第11章法律訴訟，L'Occitane, Inc. 於二零二一年二月及三月的銷售及經營開支並無綜合入賬，而是於權益法下被視為聯營公司。

(2) 管理層二零二一年財政年度 — 假設L'Occitane, Inc. 仍為本集團一部分，則其於二零二一年二月及三月的業績會於本集團業績綜合入賬。管理層認為，該管理層版本更佳反映二零二一年財政年度的財務表現，故與二零二零年財政年度匯報業績更具可比性。

(3) 包括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、服務及LimeLife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

本集團於二零二一年財政年度的匯報銷售淨額為1,537,800,000歐元，較二零二零年財政年度下降6.5%。

部分銷售額減少13,100,000歐元或整體銷售額0.9%，乃完全由於L'Occitane, Inc. 於二零二一年二月及三月不再綜合入賬的會計影響所致。

本集團於本公司日期為二零二一年一月二十六日的公告中披露美國附屬公司L'Occitane, Inc.自願申請美國破產法第11章的個案。該附屬公司現正進行有關程序，其重組順利進行中。儘管美國業務照常運作，根據國際財務報告準則，自申請日期起至程序完成止，本集團不再將L'Occitane, Inc.綜合入賬。然而，為作出合適比較，於本公告內，L'Occitane, Inc.相關銷售額仍計入本集團收益分析。

撇除不再將L'Occitane, Inc.綜合入賬的會計影響，本集團於二零二一年財政年度的銷售淨額為1,550,900,000歐元，按固定匯率計算較二零二零年財政年度輕微下跌1.7%或在可比基礎上(包括L'Occitane, Inc.於二零二一年二月及三月的銷售額，惟不包括ELEMIS於二零二零年財政年度的二零一九年三月的銷售額)下跌1.1%。COVID-19疫情及其限制措施繼續對部分主要市場的業務營運及零售人流產生重大影響，尤其是二零二一年財政年度上半年。二零二一年財政年度下半年銷售勢頭增強，推動銷售額恢復增長。線上渠道全年表現出色。中國、台灣及俄羅斯尤其具抵禦能力，按固定匯率計算分別增長36.0%、15.5%及6.1%。

本集團的零售地點總數由二零二零年三月三十一日的3,486減至二零二一年三月三十一日的3,088，減少398個地點或11.4%。自營零售店數量由二零二零年三月三十一日的1,608間減至二零二一年三月三十一日的1,523間，淨減少85間或5.3%。本公司於二零二一年財政年度策略性地關閉表現欠佳的店舖，包括根據第11章重組計劃在美國關閉的25間店舖。於二零二一年三月底，1,523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 (1,389間；-54)、L'Occitane au Brésil (64間；-26)、Melvita (50間；-10)、Erborian (15間；-)及ELEMIS (5間；+5)。非自營店舖數量減少313間或16.7%，乃主要由於旅遊零售、分銷及特許經營地點減少。

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，包括L'Occitane, Inc.於二零二一年二月及三月的銷售額：

	二零二一年財政年度		二零二零年財政年度		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	1,207,505	77.9	1,295,188	78.8	(6.8)	(3.1)
ELEMIS ⁽¹⁾	158,910	10.2	165,809	10.1	(4.2)	(0.8)
LimeLife	102,155	6.6	84,790	5.2	20.5	25.7
其他 ⁽²⁾	82,313	5.3	98,296	5.9	(16.3)	(8.8)
總計⁽³⁾	1,550,883	100.0	1,644,083	100.0	(5.7)	(1.7)

⁽¹⁾ ELEMIS於二零二零年財政年度的銷售額包括二零一九年三月。撇除此月份，於二零二一年財政年度按固定匯率計算的銷售增長將為+5.8%。

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

⁽³⁾ 撇除二零二零年財政年度ELEMIS於二零一九年三月的銷售，本集團二零二一年財政年度的整體在可比的基礎上銷售增長為-1.1%。

L'Occitane en Provence佔本集團總銷售額的77.9%。在COVID-19相關限制措施實施期間，品牌的銷售勢頭於二零二一年財政年度上半年開始放緩。零售業務受到嚴重影響，尤其是歐洲及美洲。受惠於全球線上渠道的持續表現及亞洲的傑出貢獻，二零二一年財政年度下半年的銷售勢頭大幅改善並實現銷售增長。中國、韓國及台灣尤其強勁。按固定匯率計算。全年銷售下降3.1%。

ELEMIS 佔本集團總銷售額的 10.2%，按固定匯率計算錄得 0.8% 的輕微減幅。然而，ELEMIS 於二零二零年財政年度的銷售包括二零一九年三月。撇除此月份，二零二一年財政年度按固定匯率計算的銷售增長為 5.8%。線上及電視頻道表現出色，彌補了郵輪及批發業務的銷售虧損。於二零二一年財政年度，該品牌主要通過批發連鎖店成功進入中國及俄羅斯。

於二零二一年財政年度，LimeLife 按固定匯率計算之銷售增長 25.7%，全年呈現強勁的銷售勢頭。取得令人鼓舞的結果有賴於推出全新流動應用程序、全新時令產品以及美容顧問招聘業務成功。

其他品牌於二零二一年財政年度按固定匯率計算銷售減少 8.8%。與 L'Occitane en Provence 相似，銷售勢頭因二零二一年財政年度爆發 COVID-19 而受影響，上半年的零售及批發銷售低迷，而下半年則表現良好。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：

	二零二一年財政年度		二零二零年財政年度		按匯報匯率	按固定匯率	按固定匯率
	千歐元	%	千歐元	%	計算的增長	計算的增長	計算對整體增長的貢獻
					%	%	%
日本	215,273	13.8	231,870	14.1	(7.2)	(4.4)	(36.6)
香港 ⁽¹⁾	94,589	6.1	124,822	7.6	(24.2)	(20.2)	(89.5)
中國	263,642	17.0	197,159	11.9	33.7	36.0	252.7
台灣	47,464	3.1	41,074	2.5	15.6	15.5	22.7
法國	86,688	5.6	104,148	6.3	(16.8)	(16.8)	(62.1)
英國	154,444	10.0	160,835	9.8	(4.0)	(2.1)	(11.8)
美國	258,552	16.7	295,786	18.0	(12.6)	(8.0)	(83.9)
巴西	34,453	2.2	57,591	3.5	(40.2)	(15.9)	(32.6)
俄羅斯	50,966	3.3	58,642	3.6	(13.1)	6.1	12.7
其他地區 ⁽²⁾	344,812	22.2	372,156	22.7	(7.3)	(5.4)	(71.6)
總計	1,550,883	100.0	1,644,083	100.0	(5.7)	(1.7)	(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⁾ 包括盧森堡的銷售額。

下表載列二零二一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⁾			同店銷售增長百分比 ⁽²⁾
	二零二一年		二零二零年		不可比較店舖	可比較店舖	所有店舖	
	二零二一年三月三十一日	淨開設店舖	二零二零年三月三十一日	淨開設店舖				
日本 ⁽³⁾	157	(6)	163	9	(20.1)	(12.1)	(32.2)	(1.9)
香港 ⁽⁴⁾	33	(2)	35	(1)	(9.6)	(12.1)	(21.7)	(17.0)
中國	198	(5)	203	13	25.6	76.9	102.5	20.3
台灣	53	(2)	55	2	10.8	16.3	27.2	17.9
法國 ⁽⁵⁾	85	(2)	87	1	4.5	(43.0)	(38.5)	(22.1)
英國	70	(2)	72	(2)	(5.8)	18.0	12.2	8.4
美國	147	(25)	172	(12)	(54.0)	(35.9)	(90.0)	(8.7)
巴西 ⁽⁶⁾	176	(23)	199	17	(8.8)	(12.5)	(21.4)	(9.6)
俄羅斯 ⁽⁷⁾	112	-	112	5	0.5	0.9	1.4	0.6
其他地區 ⁽⁸⁾	492	(18)	510	4	(27.1)	(30.0)	(57.1)	(4.5)
總計⁽⁹⁾	1,523	(85)	1,608	36	(84.1)	(33.6)	(117.6)	(1.1)

(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) 包括分別於二零二零年三月三十一日及二零二一年三月三十一日的35間及31間Melvita店。

(4) 包括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，以及於二零二一年三月三十一日在澳門的2間L'Occitane店、在香港的8間Melvita店及3間ELEMIS店。

(5) 包括於二零二零年三月三十一日的7間Melvita店及2間Erborian店及二零二一年三月三十一日的5間Melvita店及2間Erborian店。

(6) 包括分別於二零二零年三月三十一日及二零二一年三月三十一日的90間及64間L'Occitane au Brésil店。

(7) 包括於二零二零年三月三十一日及二零二一年三月三十一日的11間Erborian店。

(8) 包括於二零二零年三月三十一日的8間Melvita店及2間Erborian店及於二零二一年三月三十一日的6間Melvita店、2間Erborian店及2間ELEMIS店。

(9) 包括於二零二零年三月三十一日的60間Melvita店、90間L'Occitane au Brésil及15間Erborian店及於二零二一年三月三十一日的50間Melvita店、64間L'Occitane au Brésil店、15間Erborian店及5間ELEMIS店。

日本

於二零二一年財政年度，日本的銷售淨額為215,300,000歐元，較二零二零年財政年度減少7.2%。按固定匯率計算，跌幅為4.4%。年內，零售人流受到限制措施及緊急命令狀態所影響。然而，有賴於線上渠道的中雙位數增長，L'Occitane en Provence具抵禦能力並錄得低單位數跌幅。Melvita錄得低雙位數跌幅，部分原因是人流低，而部分原因則是店舖數量減少。二零二一年財政年度合共關閉6間店舖，包括2間L'Occitane en Provence店及4間Melvita店。

香港

於二零二一年財政年度，香港的銷售淨額為94,600,000歐元，較二零二零年財政年度下降24.2%。按固定匯率計算，跌幅為20.2%。香港零售業務主要受限制措施、遊客人流銳減及店舖關閉所影響。年內，本集團關閉3間L'Occitane en Provence店及2間Melvita店，並開設3個ELEMIS專櫃。國際及地區航空交通急劇下降，令亞洲旅遊零售業務面臨挑戰。然而，海南、濟州及沖繩等本地離岸島嶼的銷售良好。香港零售及旅遊零售的銷售額跌幅於年內大致相同。

中國

於二零二一年財政年度，中國的銷售淨額為263,600,000歐元，較二零二零年財政年度增長33.7%，使其成為本集團的最大市場。按固定匯率計算，增長為36.0%，對整體增長貢獻最多。線上及線下渠道均表現出色，此乃有賴產品供應具有吸引力且營銷活動成功。手部護理、身體護理及沐浴用品推動增長。年內同店銷售增長達20.3%，而線上渠道則錄得中雙位數增長。ELEMIS按計劃推出，並於年底滲透Sephora於中國的整個店舖網絡。

台灣

於二零二一年財政年度，台灣的銷售淨額為47,500,000歐元，較二零二零年財政年度增加15.6%（按匯報匯率計算）或15.5%（按固定匯率計算）。同店銷售增長錄得17.9%。台灣為本集團最具抵禦能力的市場之一。令人鼓舞的增長主要由面部及手部護理系列所推動。

法國

於二零二一年財政年度，法國的銷售淨額為86,700,000歐元，較二零二零年財政年度減少16.8%。受到COVID-19限制措施的干擾，零售人流最為受阻，尤其是旅遊區店舖。另一方面，線上渠道全年錄得高雙位數增長。L'Occitane en Provence及Melvita的銷售額均出現十數百分比的跌幅，而Erborian具抵禦能力，與二零二零年財政年度相比增長持平。

英國

於二零二一年財政年度，英國的銷售淨額為154,400,000歐元，較二零二零年財政年度減少4.0%。按固定匯率計算，下跌2.1%。年內零售渠道受到多次國家封鎖的嚴重影響。L'Occitane en Provenc受到的影響尤其大。儘管線上及電視渠道強勁，L'Occitane en Provence於年末仍錄得高單位數跌幅。本年度上半年ELEMIS受到相同程度的影響。然而，有賴營銷活動成功，下半年ELEMIS表現強勁，並能夠抵銷其水療及批發渠道的跌幅。由於線上渠道出現超過100%的驚人增長，ELEMIS全年錄得低單位數增長。

美國

於二零二一年財政年度，美國的銷售淨額為258,600,000歐元，較二零二零年財政年度減少12.6%。按固定匯率計算，下跌8.0%。根據國際財務報告準則規定，於第11章申請後，二零二一年財政年度的匯報銷售淨額（不再綜合入賬二零二一年二月及三月的銷售額後）為242,100,000歐元。限制措施對零售業務造成挑戰。零售銷售受到店舖關閉、營業時間縮短及客流量大幅下降所影響。L'Occitane en Provence於年末的銷售額錄得高十數百分比的跌幅。ELEMIS下跌約20%，主要是由於郵輪及批發業務大幅下滑。LimeLife的銷售額全年保持活躍，增長超過20%，其強勁表現乃有賴於招聘業務成功、發佈新產品及推出新流動應用程序。

巴西

於二零二一年財政年度，巴西的銷售淨額為34,500,000歐元，較二零二零年財政年度減少40.2%。按固定匯率計算，下跌15.9%。L'Occitane en Provence及L'Occitane au Brésil均受到限制措施、週末店舖關閉及零售人流低所影響。此外，於二零二一年財政年度，23間店舖永久關閉，其中大部分是L'Occitane au Brésil表現欠佳的售貨亭。

俄羅斯

於二零二一年財政年度，俄羅斯的銷售淨額為51,000,000歐元，較二零二零年財政年度減少13.1%。按固定匯率計算，增長6.1%，得益於年內Erborian錄得的雙位數增長。線上及線下渠道均錄得良好增長。L'Occitane en Provence因限制措施而受到的影響更大。年內，本集團亦主要透過批發連鎖店成功推出ELEMIS。

其他地區

於二零二一年財政年度，其他地區的銷售淨額為344,800,000歐元，按固定匯率計算，減少5.4%，貢獻表現強勁積極的國家為韓國、馬來西亞、泰國及加拿大，該等國家於本年度均錄得低至中雙位數增長。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

匯報銷售成本減少13.9%或42,100,000歐元至二零二一年財政年度的260,700,000歐元。毛利率增加至83.0%，較二零二零年財政年度增加1.4個百分點。此改善乃歸因於以下因素：

- 有利的渠道、產品及國家組合效應，佔1.5個百分點，主要是由於具有較高毛利率的線上渠道及亞洲國家比例較高；
- 價格上漲及折扣降低，佔0.2個百分點；及
- 減少使用迷你產品及包裝袋（「MPP」），佔0.1個百分點，尤其是旅遊零售渠道。

毛利率增加被以下各項部分抵銷：

- 過時產品及存貨折舊，佔0.2個百分點；
- 不利的匯率，佔0.1個百分點；及
- 運費上漲及其他因素，另外佔0.1個百分點。

分銷開支

匯報分銷開支減少13.0%或99,400,000歐元至二零二一年財政年度的666,200,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，分銷開支減少3.3個百分點至43.3%。此改善乃由於以下各項的綜合影響：

- 有利的品牌及渠道組合，佔3.8個百分點，乃因線上渠道的分銷成本較低；
- 因應COVID-19而削減租金、人手、差旅及其他成本，佔2.4個百分點；
- 政府補貼及補助，佔1.9個百分點；及
- 外匯匯兌（「匯兌」）、一次性及其他因素，佔0.2個百分點。

此改善被以下因素部分抵銷：

- 人員成本、租金及固定資產折舊槓桿效應減低，佔5.0個百分點。

營銷開支

匯報營銷開支增加3.5%或7,200,000歐元至二零二一年財政年度的213,800,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，營銷開支增加1.3個百分點至13.9%。此增加乃歸因於以下因素：

- 由於線上渠道快速增長導致不利的渠道組合，其營銷結構成本高於實體店渠道，被有利的品牌組合部分抵銷，佔0.6個百分點；
- 加大對數碼營銷、線上搜索及社交媒體的投資，以加速線上銷售，尤其是日本、韓國、法國、中國及英國，佔0.4個百分點；
- ELEMIS於已開發市場的國際營銷架構及線上營銷方面的投資，佔0.4個百分點；
- 去槓桿效應、不利的匯兌影響及其他，另外佔0.2個百分點；及
- 增加使用樣本及促銷工具，佔0.2個百分點。

此增長被差旅開支及國際營銷研討會節省的費用、零售渠道中減少的客戶關係管理(CRM)支出以及與COVID-19限制措施相關的政府補貼合共佔0.5個百分點所部分抵銷。

研發開支

匯報研發(「研發」)開支減少18.1%或3,900,000歐元至二零二一年財政年度的17,400,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，研發開支減少0.2個百分點至1.1%。

研發開支降低乃由於我們部分較小的品牌節省費用及重組、重新分類至其他開支類別以及為應對COVID-19而削減成本。同時，我們繼續投資發展增長速度最快的品牌，包括ELEMIS。

一般及行政開支

匯報一般及行政開支減少7.6%或12,100,000歐元至二零二一年財政年度的147,800,000歐元。按佔銷售淨額百分比計算，一般及行政開支減少0.1個百分點至9.6%。此改善乃歸因於以下因素：

- 因應COVID-19而削減成本、消耗品、差旅及人手，佔0.7個百分點；及
- 當地政府提供的COVID-19補助、補貼及休假計劃，佔0.5個百分點。

此改善主要被以下因素所抵銷：

- 員工獎勵增加，佔0.6個百分點；
- 槓桿效應減低，佔0.2個百分點；
- 投資於ELEMIS的國際團隊、管理及長期獎勵，佔0.2個百分點；及
- 資訊科技投資、匯兌及其他，佔0.1個百分點。

分佔以權益法入賬的聯營公司及合營企業(虧損)

於二零二一年財政年度，分佔以權益法入賬的聯營公司及合營企業虧損總額4,100,000歐元主要來自二零二一年二月及三月L'Occitane, Inc.的虧損4,000,000歐元，及來自L'Occitane Middle East的虧損100,000歐元。

於二零二一年一月二十六日，本集團的美國附屬公司L'Occitane, Inc.自願申請美國破產法第11章個案。儘管本集團仍擁有L'Occitane, Inc.的100%權益，惟根據適用於第11章法律訴訟的法律限制，L'Occitane, Inc.的營運活動乃通過必須由法院批准的動議以進行管理。法院授予L'Occitane, Inc.經營業務的動議可被同一法院推翻。因此，本集團不再控制相關活動。一旦申請破產程序，則會失去L'Occitane, Inc.的獨家控制權。因此，L'Occitane, Inc.必須於向法院提起訴訟之日不再綜合入賬。終止確認L'Occitane, Inc.的資產及負債後，本集團於L'Occitane, Inc.的投資採用權益法入賬。

不再將L'OCCITANE, INC.綜合入賬

L'Occitane, Inc.不再綜合入賬產生的5,800,000歐元收益主要來自終止確認L'Occitane, Inc.的資產及負債賬面值2,700,000歐元連同貨幣匯兌差額3,000,000歐元。

當第11章法律訴訟完成並作出最終法院判決時，本集團將重新獲得L'Occitane, Inc.的獨家控制權，該實體將重新合併。

重組成本

重組開支主要包括全球重組計劃下的一次性裁員成本10,900,000歐元及與第11章法律訴訟相關的專業費用2,300,000歐元。

經營溢利

經營溢利增加17.6%或33,000,000歐元至220,200,000歐元。銷售淨額的經營溢利率改善2.9個百分點至14.3%。此改善是由於以下因素所致：

- 積極管理COVID-19危機而降低成本，佔5.6個百分點，包括通過重組及削減非必要開支而節省的費用，以及自當地政府收取的補助及補貼；
- 有利的渠道、品牌及產品組合，佔4.9個百分點，因有較高盈利能力的線上渠道(網上商城、網上合作夥伴及自營電子商務)的比例急劇增加；及
- 第11章法律訴訟後，L'Occitane, Inc.不再綜合入賬的收益，佔0.4個百分點。

此改善被以下各項所部分抵銷：

- 租賃及零售人員成本及其他的槓桿效應及效率降低，主要由於COVID-19的影響，佔5.3個百分點；
- 加強對ELEMIS的數碼營銷、資訊科技以及國際架構及營銷的投資，合共佔1.4個百分點；
- 全球重組計劃下的一次性裁員成本及第11章總部成本，佔0.9個百分點；及
- 其他因素，佔0.4個百分點。

下表概述L'Occitane, Inc.的會計處理對本集團整體經營溢利率的影響。

	匯報 ⁽¹⁾		管理層 ⁽²⁾		匯報	
	二零二一年財政年度 估銷售額 百萬歐元	百分比	二零二一年財政年度 估銷售額 百萬歐元	百分比	二零二零年財政年度 估銷售額 百萬歐元	百分比
銷售	1,537.8		1,550.9		1,644.1	
銷售成本	(260.7)	-17.0%	(261.6)	-16.9%	(302.9)	-18.4%
毛利	1,277.1	83.0%	1,289.2	83.1%	1,341.2	81.6%
分銷開支	(666.2)	-43.3%	(675.7)	-43.6%	(765.6)	-46.6%
營銷開支	(213.8)	-13.9%	(216.2)	-13.9%	(206.6)	-12.6%
研發開支	(17.4)	-1.1%	(17.4)	-1.1%	(21.3)	-1.3%
一般及行政開支	(147.8)	-9.6%	(151.0)	-9.7%	(160.0)	-9.7%
分佔以權益法入賬的 聯營公司及合營企業 溢利／(虧損)	(4.1)	-0.3%	(0.1)	0.0%	-	0.0%
其他收益／(虧損)淨額	(0.1)	0.0%	(0.4)	0.0%	(0.5)	0.0%
不再將L'Occitane Inc. 公司綜合入賬	5.8	0.4%	-	0.0%	-	0.0%
重組開支	(13.2)	-0.9%	(16.9)	-1.1%	-	0.0%
經營溢利	220.2	14.3%	211.6	13.6%	187.2	11.4%

(1) 匯報二零二一年財政年度—由於第11章法律訴訟，L'Occitane, Inc.於二零二一年二月及三月的銷售及經營開支並無綜合入賬，而是於權益法下被視為聯營公司。

(2) 管理層二零二一年財政年度—假設L'Occitane, Inc.仍為本集團一部分，則其於二零二一年二月及三月的業績會於本集團業績綜合入賬。管理層認為，該管理層版本更真實地反映二零二一年財政年度的財務表現，故與二零二零年財政年度匯報業績更具可比性。

財務成本淨額

於二零二一年財政年度，財務成本淨額為18,400,000歐元，包括現金及現金等價物的利息收入2,800,000歐元及以下開支項目：

- 國際財務報告準則第16號租賃負債相關利息及財務開支11,500,000歐元；
- 與銀行借款、透支及非控股權益及關聯方的往來賬有關的利息開支7,600,000歐元；及
- 若干金融負債及其他的平倉折扣2,100,000歐元。

與二零二零年財政年度相比，利息開支淨額減少3,800,000歐元，主要由於國際財務報告準則第16號相關利息開支減少以及與銀行貸款及借款相關的利息開支減少所致。

外幣收益／虧損

於二零二一年財政年度，外幣虧損淨額為3,000,000歐元(二零二零年財政年度：虧損淨額4,600,000歐元)，包括已變現虧損5,500,000歐元、未變現收益2,200,000歐元及與國際財務報告準則第16號有關的收益300,000歐元。

已變現虧損主要與集團層面的公司間貿易及融資安排有關。虧損主要來自英鎊及人民幣的貿易及融資安排。未變現收益主要與集團層面以英鎊及瑞士法郎計值的公司間應收款項有關。

所得稅開支

實際稅率由二零二零年財政年度的28.2%減少7.1個百分點至二零二一年財政年度的21.1%，主要由於一次性影響，合共4.2個百分點。

一次性影響包括以下各項：

- 去年的不利影響佔1.8個百分點，主要由於LimeLife商譽攤銷的處理方法變動所致；及
- 於二零二一年財政年度，已付稅項超出過往財政年度金額的補償及其他一次性影響，佔2.4個百分點。

實際稅率下降乃由於有利的國家組合影響(佔0.7個百分點)及稅率下降(尤其是法國及瑞士，佔其他影響2.2個百分點)所致。

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，於二零二一年財政年度本地稅務減省的估值為5,400,000歐元(或本集團除稅前收入的2.7%)。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，有關減省作為相應非現金遞延稅項負債撥回。

年內溢利

由於前述原因，二零二一年財政年度的純利為157,000,000歐元，較二零二零年財政年度增加36.3%或41,800,000歐元。二零二一年財政年度的每股基本及攤薄盈利分別為0.105歐元及0.105歐元(二零二零年財政年度：基本0.080歐元及攤薄0.079歐元)，分別增加32.5%及32.4%。用於計算二零二一年財政年度每股盈利的基本及攤薄股份數目分別為1,466,677,921股及1,470,779,165股(二零二零年財政年度：基本1,461,732,521股及攤薄1,464,509,877股)。

COVID-19疫情的影響

自二零二零年財政年度第四季度以來，COVID-19疫情於二零二一年財政年度一直對全球營商環境造成嚴重威脅。旅遊禁令、封鎖及店舖關閉已延伸至我們的大部分主要市場，並嚴重影響我們全年的業務營運。本集團的零售及旅遊零售渠道尤其受到大部分主要市場的航空交通低迷、間歇性封鎖及店舖關閉的影響。因此，零售及旅遊零售渠道的銷售及盈利能力大幅下降。

然而，本集團積極應對危機，重新調配資源至線上渠道及亞洲主要市場、理順個別國家的零售網絡、削減非必要開支及延遲資本開支。

COVID-19疫情產生的所有財務影響已於收益表確認，並基本上影響經常性經營收入。尤其是，已採取的衛生措施(購買消毒搓手液及口罩、定期消毒處所的特殊措施等)相關成本入賬列為開支。自當地政府收取的補助及補貼入賬列為相應開支的扣減。

本集團於二零二一年財政年度的銷售淨額較二零二零年財政年度在可比的基础上略減1.1%。線上渠道尤其強勁，錄得超過69%的增長。本集團於二零二一年財政年度錄得純利157,000,000歐元，為有史以來的高位。

考慮到COVID-19未來發展無法預測，本集團於二零二一年財政年度所受影響並不反映截至二零二二年三月三十一日止財政年度(「二零二二年財政年度」)的影響。

資產負債表及現金流量回顧

流動資金及資本資源

於二零二一年三月三十一日，本集團的現金及現金等價物為421,200,000歐元，而二零二零年三月三十一日則為166,300,000歐元。大幅增加主要由於純利創新高導致經營活動產生的現金流入淨額增加所致。於二零二一年三月三十一日，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522,100,000歐元。於二零二一年三月三十一日，未提取借貸融資總額為433,000,000歐元。

現金流量表概要

截至三月三十一日止年度	二零二一年 千歐元	二零二零年 千歐元
除稅前溢利(經調整非現金項目)	421,201	385,810
營運資金變動	36,316	18,013
已付所得稅	(28,006)	(34,347)
經營活動產生的現金流入淨額	429,511	369,476
資本開支產生的現金流出淨額	(27,838)	(67,455)
自由現金流量⁽¹⁾	401,673	302,021
投資於新業務及金融資產產生的現金(流出)淨額	(50,585)	(4,131)
融資活動產生的現金(流出)淨額	(97,177)	(275,399)
匯率變動的影響	963	(591)
現金、現金等價物及銀行結餘增加/(減少)淨額	254,874	21,900

⁽¹⁾ 二零二一年財政年度產生的自由現金流量為401,700,000歐元，而二零二零年財政年度則為302,000,000歐元。倘撇除國際財務報告準則第16號非現金項目，二零二一年財政年度及二零二零年財政年度產生的自由現金流量將分別為278,100,000歐元及170,500,000歐元。該增加部分由於除稅前溢利增加及部分由於資本開支減少所致。營運資金改善亦令自由現金流量增加。

資本開支

於二零二一年財政年度，資本開支所用現金淨額為27,800,000歐元，較二零二零年財政年度的67,500,000歐元減少39,700,000歐元。大幅減少主要為零售店及工廠相關資本開支。二零二一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其他有形資產(與ELEMIS批發客戶及L'Occitane en Provence新店舖有關) 5,400,000歐元；
- 工廠及倉庫設施的機械及設備以及研發的最低替代總額7,000,000歐元；及
- 添置硬件、軟件及開發成本14,500,000歐元，包括電子商務、客戶關係管理(CRM)及全渠道平台的多項增強項目。

投資新業務、聯營公司及金融資產

於二零二一年財政年度，投資新業務、聯營公司及金融資產的現金流出淨額為50,600,000歐元，而去年為4,100,000歐元。本年度的流出主要用於投資Capsum(一間專門開發應用於美容產品的高科技工序的公司)及一間中東合營企業。

融資活動

於二零二一年財政年度，融資活動的現金流出淨額為97,200,000歐元(二零二零年財政年度：流出275,400,000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，租賃付款的主要組成部分為121,800,000歐元；及
- 派付股息32,600,000歐元。

有關金額被以下各項所部分抵銷：

- 銀行借款淨額47,000,000歐元；
- 根據購股權計劃向僱員轉出庫存股份8,200,000歐元；及
- 與非控股權益的交易2,000,000歐元。

存貨

下表概述於所示期間的平均存貨周轉天數：

	二零二一年 財政年度	二零二零年 財政年度
平均存貨周轉天數 ⁽¹⁾	<u>282</u>	<u>245</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。

於二零二一年三月三十一日，存貨價值較二零二零年三月三十一日減少5,100,000歐元至198,900,000歐元，減幅為2.5%。由於COVID-19的發展情況，平均存貨周轉天數增加37天，部分由於ELEMIS及L'Occitane en Provence於二零二一年財政年度末迅速增長及發展導致存貨增加。原材料及製成品以及MPP的平均存貨周轉天數分別增加43天及5天。該增加被存貨撥備7天、匯兌影響4天部分抵銷。上文所載不再將L'Occitane, Inc.綜合入賬的淨影響為5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：

	二零二一年 財政年度	二零二零年 財政年度
應收貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	<u>32</u>	<u>31</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。

二零二一年財政年度的應收貿易賬款周轉天數較二零二零年財政年度增加1天至32天。該增加乃主要由於亞洲及ELEMIS於財政年度末的銷售發展，被匯兌影響部分抵銷。

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：

	二零二一年 財政年度	二零二零年 財政年度
應付貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	<u>215</u>	<u>173</u>

⁽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於二零二一年財政年度增加42天，主要由於銷售成本減少13.9%。就開支類別而言，應計開支及應付貿易賬款周轉天數分別增加27天及17天。匯兌影響及其他抵銷部分周轉天數增加2天。

資產負債表比率

二零二一年財政年度已動用資本回報為10.2%，較二零二零年財政年度增加3.3個百分點，乃由於除稅後經營溢利淨額增加30.8%，而已動用資本減少12.1%。已動用資本減少乃主要由於在COVID-19風險下限制資本開支支出後，二零二一年財政年度末的固定資產減少。

於二零二一年財政年度，權益擁有人應佔資本及儲備增加101,700,000歐元，主要由於年內保留溢利所致。二零二一年財政年度股權回報率上升2.3個百分點至12.9%，而二零二零年財政年度則為10.6%。

本集團資產負債比率由二零二零年財政年度的37.2%減少至二零二一年財政年度的32.7%。倘撇除國際財務報告準則第16號的影響，二零二一年財政年度資產負債比率將會降至23.8%。

	匯報 二零二一年 財政年度	匯報 二零二零年 財政年度
盈利能力		
未計利息、稅項、折舊及攤銷之盈利 ⁽¹⁾	407,975	383,517
除稅後經營溢利淨額 ⁽²⁾	171,512	131,153
已動用資本 ⁽³⁾	1,674,503	1,905,674
已動用資本回報 ⁽⁴⁾	10.2%	6.9%
股權回報 ⁽⁵⁾	12.9%	10.6%
流動資金		
流動比率(倍) ⁽⁶⁾	0.9	1.2
速動比率(倍) ⁽⁷⁾	0.7	0.7
資本充足		
資產負債比率 ⁽⁸⁾	32.7%	37.2%
債權比率 ⁽⁹⁾	30.9%	62.1%

(1) 未計利息、稅項、折舊及攤銷之盈利

(2) (經營溢利 + 外匯淨收益或虧損) × (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

(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 (不包括少數股東權益)

(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。於二零二一年三月三十一日，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600,000歐元。於二零二一年三月三十一日，未結算的遠期外匯衍生工具的名義本金額主要為出售23,400,000歐元等值人民幣元、10,400,000歐元等值美元、7,100,000歐元等值港元、3,600,000歐元等值墨西哥披索、3,200,000歐元等值俄羅斯盧布、2,800,000歐元等值日圓、2,800,000歐元等值英鎊及2,700,000歐元等值泰銖。

股息

於二零二零年六月二十九日舉行的董事會會議上，董事會建議派付每股0.02228歐元的股息，相當於股息總額32,600,000歐元，或本公司權益擁有人應佔純利的28.0%。末期股息金額按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)計算。本公司股東(「股東」)已於二零二零年九月三十日舉行的會議上批准該股息。股息已於二零二零年十月二十三日派付。

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量。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0.03687歐元(「末期股息」)，等於二零二零年財政年度的股息約165.5%，或派息率約35.0%。末期股息總額為54,100,000歐元。

末期股息以於二零二一年六月二十八日已發行的1,467,388,221股股份(不包括9,576,670股庫存股份)為基準。

財政年度結束後事項

COVID-19危機及相應限制措施(如本集團部分主要市場的旅遊禁令、部分封鎖及店舖關閉)繼續對歐洲的業務營運造成顯著影響。鑒於COVID-19未來發展無法預測，本集團截至二零二一年三月三十一日止財政年度所受影響並不反映對其未來財務資料的影響。本集團將繼續遵守適用的健康及衛生措施，並密切監察有關情況。估計財務影響(如有)將於本集團未來財務報表中反映。

於二零二一年五月十日，本集團以總代價10,000,000歐元收購Carbios的證券。

於二零二一年六月十六日，二零二一年財政年度PGE銀行借貸50,100,000歐元已償還。

策略回顧

儘管一年間持續面對COVID-19疫情帶來的挑戰，本集團於二零二一年財政年度設法扭轉乾坤，令銷售額及盈利表現均超出預期。憑藉本集團在保持社交距離的環境靈活適應，下半年銷售強勁復甦，有助於彌補年初的大部分失地，以致二零二一年財政年度的銷售較二零二零年財政年度僅有輕微跌幅。

重要的是，本集團在擴大其盈利方面取得重大進展，憑藉其線上渠道的貢獻、亞洲主要市場的出色表現、新品牌的強勁業績以及營運效率提升，經營溢利率為14.3%。

本集團繼續堅守建立信任、可持續增長及盈利能力的五大支柱，即賦能團隊；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，從而取得上述成果。該策略將繼續為本集團的核心方向，務求於未來數年進一步改善財務表現。

線上及全渠道銷售帶動更高盈利

於二零二一年財政年度，本集團線上渠道銷售擴大69.2%，佔本集團銷售總額超過三分之一。COVID-19疫情踏入高峰時，本集團超過75%的實體店關閉，而強勁的線上銷售則彌補了大部分於實體店損失的銷售。銷售活動由線下轉移至線上渠道亦有助本集團於二零二一年財政年度擴大盈利能力，因固有較高利潤率的線上業務有助抵銷關閉店舖的經營去槓桿效應。

本集團積極進行社交銷售，成功推動線上銷售，以致即使需要保持社交距離，仍能維持及加強美容的人性化方針。在歐洲，本集團推出68個社交銷售項目，包括個人購物禮賓服務、直播及線上諮詢服務，以適應變化萬千的客戶行為。隨著疫情發展，高峰用量與封鎖期息息相關，該等措施明顯取得成果。在美國，本集團推出試點客戶計劃，讓店內美容顧問可透過短訊及社交媒體直接與客戶溝通。同時，L'OCCITANE en Provence於Kakao送禮平台美容類別排名第一，令南韓在本集團的主要市場中擁有最高線上銷售比例之一。

核心品牌在主要產品分部及亞洲市場具抵禦能力

本集團的核心品牌L'OCCITANE en Provence於二零二一年財政年度表現特別強韌。由於COVID-19疫情刺激到全球衛生意識提高，以致對肥皂、手部及身體潤膚霜等產品的需求激增。同時，亞洲主要市場(尤其是中國、台灣及南韓)於二零二一年財政年度仍錄得增長。儘管經歷艱鉅的一年，本集團仍能夠降低折扣水平以保障其品牌價值及盈利能力，再次證明其核心品牌的強大定位。

憑藉L'OCCITANE en Provence於優質身體及手部護理方面的標誌性地位，本集團於主要市場開展有針對性的活動以把握增長機遇。舉例而言，本年度下半年，其於南韓的表現受全新的乳木果系列營銷活動所帶動，該活動亦邀請來自南韓流行女子組合Red Velvet的歌手Wendy作推廣。除昇華其標誌性的乳木果系列外，本集團亦投資於護髮類別，該類別錄得強勁的雙位數增長，被視為在中國的主要機遇。本集團於二零二一年財政年度在全球推出面部護理活動，尤其是其蠟菊煥活系列加上近期推出的蠟菊煥活護膚精華水，以配合其持續的皇牌產品策略，專注於面部護理。

整體而言，中國無疑是本集團表現最佳的市場，亦是從COVID-19最早恢復的市場之一。於二零二一年財政年度第四季度，中國零售銷售增長超過50%，主要由於成功舉辦農曆新年及婦女節推廣活動以及二零二零年財政年度的低基數所致。具體而言，本集團於農曆新年期間舉行觸目的實體路演，鼓勵產品試用及轉換。除線下渠道的復甦外，線上渠道保持蓬勃，同一季度增長超過45%。兩個渠道的復甦在中國累積至36%的可觀增長，使其成為本集團於二零二一年財政年度的最大市場。

ELEMIS的數碼優先全球擴張印證多品牌策略

二零二一年財政年度，ELEMIS以數碼優先策略迅速擴展至新市場，盡可能實現與L'OCCITANE en Provence的協同效應。中國是其中一個亮點，ELEMIS在其獨家零售合作夥伴Sephora的全部269間店舖推出。自二零二零年七月推出以來，ELEMIS在中國的表現不斷壯大且獲得高盈利。該品牌於二零二一年三月在中國零售銷售方面的表現最佳，此乃由於推出五個新的產品，包括該品牌最高端的Ultra Smart抗衰老系列。

在其他地區，ELEMIS繼續在亞洲、歐洲及中東(包括俄羅斯、馬來西亞及印尼)等新市場推出。其亦於法國、德國、意大利、香港、台灣、新加坡及泰國等主要市場推出十多個電子商務網站。

儘管ELEMIS在新市場取得豐碩成果，惟該品牌亦在美國及英國的傳統市場上取得強勁業績，而數碼及家居購物渠道的勢頭大幅抵銷了其實體業務的嚴重影響。

ELEMIS於二零二一年財政年度的強韌表現突顯了本集團多品牌策略的穩健，其精簡靈活的架構使其能夠在疫情爆發初期迅速削減成本，並為其25.7%的出色經營溢利率作出貢獻。於二零二一年財政年度，本集團亦繼續發展其組合中的各個其他品牌，進一步多元化其收入來源。於二零二一年財政年度，L'OCCITANE en Provence佔本集團銷售總額的78%，較二零二零年財政年度的79%有所下降。

LimeLife為本集團增長最快的品牌，並於二零二一年財政年度轉虧為盈，乃有賴於其僅以線上經營並以社交媒體為基礎的業務模式。此活躍表現乃由於在美國的招聘業務成功及推出新產品所致。

於二零二一年財政年度，本集團新興品牌Melvita、L'OCCITANE au Brésil及Erborian的整體表現亦有所改善，乃主要由於二零二一年財政年度增長14%並維持其盈利能力的Erborian所帶動。透過專注於主要客戶群、招聘及發展新渠道，L'OCCITANE au Brésil於年末出現好轉跡象，並於二零二一年財政年度第四季度恢復增長。Melvita繼續面臨挑戰，惟銷售於每個季度均有所改善。L'OCCITANE au Brésil及Melvita的重組進展良好，年內繼續關閉表現欠佳的店舖，旨在提升盈利能力。

兩大重組行動為提高營運效率作好準備

除推動營業額表現外，本集團於二零二一年財政年度進行兩大重組行動，以加快轉型、處理虧損領域及提高投資效率。未來數年，此舉將使本集團成為更具效率及靈活性的組織。

於二零二零年十月，本集團宣佈進行重組，導致在全球9,000名員工中損失約300個職位（主要在其公司辦事處）。其後於二零二一年一月，本集團的美國附屬公司L'Occitane, Inc.自願申請美國破產法第11章的個案，加快店舖整合進程。於二零二一年財政年度末，個案進展順利，導致淨關閉25間表現欠佳的店舖。本集團預期，第11章個案成功進行後，未來四至五年每年可節省約9,000,000至10,000,000歐元。

堅定處理COVID-19及長期可持續發展議題

於二零二一年財政年度，本集團持續捐贈護理產品以支持世界各地的抗疫醫護人員。同樣地，本公司加強對布基納法索乳木果油生產商的支援，協助保障其免受COVID-19感染。隨著店舖重開，本集團繼續致力提供100%的無接觸服務，為員工及顧客提供最高安全水平，同時亦提供新的難忘購物體驗。

作為一個從大自然獲取靈感並依賴其資源的集團，本集團在可持續發展方面確定了三個優先領域：帶來巨大轉變以緩解氣候危機；保護並恢復已培育及天然的生物多樣性；及為社區人民賦能。例如，透過本集團的#NotJustSuppliers計劃，繼續促進供應鏈的可持續性，並確保行業供應商擁有良好的道德、社會及環境商業慣例。該等工作最近獲得全球最值得信賴的商業可持續發展評級之一——EcoVadis的認可。同時，作為Ellen MacArthur Foundation的簽約成員，本集團繼續在全球打擊塑膠污染，為塑膠創造循環經濟，本集團承諾於二零二五年前，其100%的膠樽會由100%回收塑膠製成，而其100%的公司自營店會提供回收服務。為進一步杜絕使用一次性塑料，本集團計劃於二零二一年在27個國家安裝補充噴泉，與傳統產品比較每次補充可節省超過90%塑料。

本集團雄心壯志，連同其他多項可行措施，目標是於二零二五年前在法國的兩個生產基地及於二零三零年前在本集團內實現碳中和。

展望

踏入二零二二年財政年度，COVID-19全球抗疫仍然備受關注。隨著歐洲實體店於二零二一年初爆發新一波疫情後重新開業，日本、台灣及馬來西亞等多個亞洲市場的店舖因當地實施新的封鎖措施而被迫關閉。

然而，由於本集團持續受惠於全球線上渠道的加速轉型，加上於自我護理、護膚及手部護理的領導地位，本集團的表現理應保持強韌。本集團預計線上銷售及於高增長亞洲市場的銷售將保持強勁，而其品牌組合(尤其是核心品牌及ELEMIS)將帶來巨大的溢利貢獻。隨著客戶演變，本集團亦已作好準備，在加快數碼及可持續發展舉措的同時，繼續創造有趣並能提升客戶參與度的內容。

展望未來，本集團相信其品牌的固有優勢、管理團隊的決心及專注以及精準的投資將進一步鞏固未來發展及盈利能力的基礎。透過積極採取措施以盡量提升業務的財政效率，優先考慮全渠道策略並與客戶互動，本集團有信心可為股東創造更大的長遠價值。

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，包括審閱本集團於二零二一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二零二一年三月三十一日止年度的經審核綜合財務報表。

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。

於二零二一年財政年度，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Yves Blouin先生(「**Blouin先生**」，於二零二一年一月十四日獲委任)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Blouin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，全體董事確認已於二零二一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

於二零二一年財政年度，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4,945,400股庫存股份。於二零二一年三月三十一日，本公司持有10,286,970股庫存股份。除上文所披露者外，於二零二一年財政年度，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

本公司將於二零二一年九月二十四日(星期五)至二零二一年九月二十九日(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二零二一年九月二十九日(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二零二一年九月二十三日(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，該等末期股息將於二零二一年十月二十二日(星期五)派付予於二零二一年十月十二日(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，本公司將於二零二一年十月七日(星期四)至二零二一年十月十二日(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二零二一年十月六日(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。

刊登末期業績及二零二一年財政年度年報

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

本公司將於二零二一年九月二十九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)並將於適當時候寄發予股東。

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)

Yves Blouin (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)

Séan Harrington (ELEMIS行政總裁)

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，二零二一年六月二十八日

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。