

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，概不對因本公告全部或任何部份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。



**SAMSONITE INTERNATIONAL S.A.**

**新秀麗國際有限公司**

*13-15 Avenue de la Liberté, L-1931 Luxembourg*

**R.C.S. LUXEMBOURG: B 159469**

(於盧森堡註冊成立之有限公司)

(股份代號：1910)

**截至2014年6月30日止六個月  
中期業績公告**

**財務摘要**

截至2014年6月30日止六個月，本集團的：

- 銷售淨額增至1,105.3百萬美元的新記錄，較2013年同期增長12.4%。撇除匯兌影響，銷售淨額增長13.8%。
- 經營溢利按年增長16.2百萬美元或11.9%至152.3百萬美元。
- 期內溢利按年增長14.9百萬美元或15.7%至109.6百萬美元。
- 股權持有人應佔溢利增長11.9百萬美元或14.0%至97.0百萬美元。
- 經調整淨收入<sup>(1)</sup>按年增長12.9百萬美元或13.9%至105.7百萬美元。
- 經調整EBITDA<sup>(2)</sup>增長22.9百萬美元或14.0%至186.7百萬美元。
- 經調整EBITDA利潤率<sup>(3)</sup>由16.6%增長至16.9%。
- 本集團於截至2014年6月30日止六個月產生經營活動所得現金53.1百萬美元。於2014年6月30日，本集團現金及現金等價物為204.9百萬美元，金融負債為98.3百萬美元（撇除遞延融資成本3.2百萬美元），故本集團之淨現金為106.6百萬美元。

## 財務摘要（續）

- 於2014年上半年，本集團完成以下收購項目：
  - **Speculative Product Design, LLC**（「**Speck Products**」）是一家領先業界的設計及分銷公司，以**Speck**<sup>®</sup>品牌營銷個人電子設備纖薄保護殼。**Speck Products**提供時尚、美觀兼具創新功能的多樣化產品系列，為各大廠商的智能手機、平板電腦及手提電腦提供軍用級別的卓越保護。
  - **Lipault**品牌及法定實體（「**Lipault**」），其為本集團提供發揮其領先業界的設計及產品開發能力以及其分銷網絡及零售市場地位的優勢的良機，藉此於法國、歐洲其他市場及世界各地市場大規模擴展**Lipault**品牌。**Lipault**是在2005年於法國創立的行李箱品牌，其產品設計切合時下精明旅遊者的需求，產品特色包括超輕巧、醒目的設計及鮮豔的時尚色彩，並採用奢華且耐用的尼龍斜紋布料製造。
- 於2014年6月30日後，本集團收購**Gregory Mountain Products, LLC**（「**Gregory**」）近乎所有資產，讓本集團能夠吸納一個實力強勁的品牌及產品組合，擴展其於高端戶外及休閒市場分部的覆蓋，同時亦為本集團提供良機，發揮其全球營銷及分銷能力的優勢，藉此將**Gregory**品牌於美國及國際市場大規模擴張。**Gregory**品牌是其行業的翹楚及先驅，締造了背包設計的多項創新，備受活躍的戶外及探險愛好者愛戴，是高端專業背包的領軍品牌。除專業背包外，**Gregory**品牌的休閒背包在日本和其他亞洲國家廣受歡迎。
- 於2014年3月18日，本公司董事會建議向本公司股東作出80.0百萬美元或每股約0.0568美元的現金分派，較2013年派付的37.5百萬美元分派增長113.3%。股東於2014年6月5日舉行的股東週年大會上批准該項分派，而分派已於2014年7月11日支付。

## 財務摘要（續）

(以百萬美元呈列，每股數據除外)	截至 6 月 30 日止六個月		變動百分比
	2014	2013	
銷售淨額	<b>1,105.3</b>	983.6	12.4%
經營溢利	<b>152.3</b>	136.2	11.9%
期內溢利	<b>109.6</b>	94.7	15.7%
股權持有人應佔溢利	<b>97.0</b>	85.1	14.0%
經調整淨收入 <sup>(1)</sup>	<b>105.7</b>	92.9	13.9%
經調整 EBITDA <sup>(2)</sup>	<b>186.7</b>	163.7	14.0%
經調整 EBITDA 利潤率 <sup>(3)</sup>	<b>16.9%</b>	16.6%	—
每股基本及攤薄盈利			
(以每股美元呈列)	<b>0.069</b>	0.060	15.0%
經調整每股基本及攤薄盈利 <sup>(4)</sup>			
(以每股美元呈列)	<b>0.075</b>	0.066	13.6%

### 附註

- (1) 經調整淨收入為非IFRS財務計量工具，其撇除影響期內本集團申報溢利的若干非經常性成本及費用以及若干其他非現金費用的影響。有關本集團期內溢利與經調整淨收入的對賬，請參閱「管理層討論與分析－經調整淨收入」。
- (2) 經調整EBITDA為非IFRS財務計量工具，其撇除若干非經常性成本及費用以及若干其他非現金費用的影響，本集團相信其有利於更全面了解其經營業績及其業務的相關趨勢。有關本集團期內溢利與經調整EBITDA的對賬，請參閱「管理層討論與分析－經調整EBITDA」。
- (3) 經調整EBITDA利潤率為非IFRS財務計量工具，以經調整EBITDA除以銷售淨額計算所得。
- (4) 經調整每股盈利為非IFRS財務計量工具，以經調整淨收入除以期內發行在外的加權平均股數計算所得。

新秀麗國際有限公司（「本公司」，連同其綜合附屬公司稱為「本集團」）董事會欣然宣佈本集團截至2014年6月30日止六個月之綜合中期業績連同截至2013年6月30日止六個月之比較數字。以下財務資料（包括比較數字）已根據國際會計準則理事會（「IASB」）發佈的國際財務報告準則（「IFRS」）編製。

## 主席報告

2014年上半年為本集團另一個取得驕人記錄的時期。銷售淨額增長 12.4% 至 1,105.3 百萬美元（或撇除匯兌影響增長 13.8%），經調整淨收入則增長 13.9% 至 105.7 百萬美元。另一項計量表現的主要指標經調整 EBITDA 上升 14.0% 至 186.7 百萬美元，經調整 EBITDA 利潤率則達致歷來最佳水準的 16.9%，去年同期為 16.6%。

除達致穩定自然增長外，我們透過收購拓展本集團的策略亦已取得良好進展。於 4 月，我們完成收購總部設於巴黎的行李箱品牌 *Lipault*，總代價為 20.1 百萬歐元。於 5 月，我們收購個人電子設備保護殼的領先品牌 *Speck*，總支出為 84.8 百萬美元。期末後，我們亦已完成購入於日本擁有具規模休閒業務的高端美國戶外背包品牌 *Gregory*，現金代價為 84.1 百萬美元。截至 2013 年 12 月 31 日止年度，該三個被收購品牌的合計銷售淨額約為 148.3 百萬美元。

本集團產生經營活動所得現金 53.1 百萬美元，較去年錄得的 56.7 百萬美元輕微減少，主要由於購買存貨增加以及因銷售額及溢利增加而須繳付較高稅項所致，惟被退休金供款減少大幅抵銷。期內，本集團進行多項投資，包括大幅擴充我們的匈牙利廠房，並於比利時增設一個新倉庫，以及購入 *Lipault* 及 *Speck*，導致投資活動所用現金由 2013 年上半年的 14.7 百萬美元大幅增加至本期間的 143.2 百萬美元。我們亦增加向外發債，以為收購事項提供部分資金，因而令本集團截至上半年止的現金淨額錄得 106.6 百萬美元，而 2013 年年底的淨現金則為 209.8 百萬美元。我們對本集團的長遠增長前景及賺取現金的能力充滿信心，因此，董事會於去年決定將股東分派比率提升至與其他可比較上市消費品公司一致的水平。於 2014 年 7 月支付的現金分派為 80.0 百萬美元，或每股約 0.0568 美元，較 2013 年分派的金額高出 113.3%。

目前來看，全球宏觀經濟形勢持續穩步改善，有助我們的業務發展。南歐經濟體（尤其是西班牙及意大利）終於擺脫停滯困局，而我們的業務亦已適應中國的新經濟環境。另一方面，上半年亦曾出現若干不利情況：美國冬季的極端天氣滯延我們首數個月的業務，而南韓客輪災難悲劇亦為本集團亞洲其中一個重要市場帶來負面影響。然而，此等事件僅屬暫時挫折，我們的業務受惠於並無倚賴任何單一市場或產品類別。

撇除匯兌影響，我們核心 *新秀麗* 品牌的銷售額增長 11.8%，表現令人鼓舞。由於中檔 *American Tourister* 品牌的銷售額按相若基準增長 17.5%，故我們亦相信，此品牌於所有主要市場均具備龐大商機。今年上半年，*新秀麗* 以外品牌的銷售額佔我們的銷售淨額總額 32.7%，而去年同期則為 32.1%。除我們新收購品牌帶來的全年影響外，對 *American Tourister*、*Hartmann* 及 *High Sierra* 作出的額外宣傳投資亦帶動銷售增長，令 *新秀麗* 以外品牌的銷售額上升。去年，我們在品牌整合過程中獲得了寶貴的經驗，現在擁有一個憑藉 *新秀麗* 全球分銷能力及改善經營效率以創造價值的經營模式。

我們特別高興看到所有經營地區於上半年均錄得雙位數固定貨幣銷售增長。本年度亞洲強勢起動，銷售額按固定貨幣計算增長 16.9%，其中 *American Tourister* 品牌佔大約一半增長，並佔區內銷售額 43.6%。除少數例外情況外，區內所有市場均錄得逾 15.0% 的銷售額增長。我們有信心中國正逐步復甦，銷售額增長 8.1%，走勢持續改善。我們亦有信心憑藉 *Samsonite Red* 休閒子品牌及 *American Tourister*，南韓將重回以往高增長軌跡。令人鼓舞的是，印度作為本集團另一個重要市場，現已重拾動力，銷售額按固定貨幣計算增長 24.6%。日本及澳洲亦錄得矚目表現，按固定貨幣計算分別增長 22.9% 及 35.2%。我們針對當地市場需要而定制產品的策略進展良好，我們預期目前所作出的投資將令來自我們近期所收購品牌的貢獻越來越多。撇除匯兌影響，區內零售管道同店錄得令人滿意的 11.8% 增長。

撇除匯兌影響，北美洲銷售淨額增長 11.8%，而撇除 *Speck*，銷售額增長 8.4%。誠如上文所述，復活節前的惡劣天氣令業務放緩。我們的主要旅遊品牌 *新秀麗* 及 *American Tourister* 繼續成為客戶及零售夥伴的首選。此外，我們於銷售及分銷 *High Sierra* 的投資亦初顯成效，銷售額增長 12.8%，而我們將於第三季在 *Madison Avenue* 開設 *Hartmann* 旗艦店，有助該品牌的全球營銷工作。我們於區內的電子商貿業務正迅速擴展，增長 27.4%，而且我們已於過去 12 個月在區內開設 7 間新店。按固定貨幣基準，零售同店增長為 6.4%。

我們的歐洲業務的經營環境為一段頗長時間以來最佳。按固定貨幣基準，銷售額增長 10.3%，而按當地貨幣計算，多個較大市場均錄得雙位數增長，其中法國增長 11.1%、意大利增長 13.1%、西班牙增長 11.3%、俄羅斯增長 11.2% 及英國增長 10.2%。經過連續多個高於市場平均增長的時期後，我們區內最重要的市場德國增長放緩至 6.2%。我們的 *Curv* 產品系列繼續領先市場，而市場對硬質行李箱普遍需求殷切。我們亦高興看到商務類別因多項新推出產品反應理想而明顯改善並增長 36.9%。按當地貨幣計算，批發管道銷售淨額增長 7.2%，而零售管道銷售淨額則受 17 間新店開幕所帶動而增長 20.2%。按固定貨幣基準，同店增長為 8.3%。

儘管拉丁美洲僅佔本集團銷售淨額 6.1%，我們相信此地區存在龐大商機，並已開始投放額外管理資源以實現我們的目標。期內銷售額按固定貨幣計算增長 20.4%，惟因貨幣貶值，按美元計算的銷售額值僅錄得 8.9% 增長，而智利受影響最大。我們智利的業務佔我們區內近一半的銷售額，受惠於新推出的 *Secret* 手袋品牌以及開學背包的銷售，按當地貨幣計算銷售增長 10.2%。巴西業務仍處於過渡期，儘管銷售額從低位上升三倍，我們還需要數月才能全面體現直接營運模式的效益。我們阿根廷的業務已跌至谷底，並等待當地經濟方面的發展。

撇除匯兌影響，我們核心旅遊類別於本年度的銷售額大幅增長 11.2%。我們因應當地市況調整產品及品牌的策略維持不變，並有助於多個市場爭取更大份額。主要由於收購事項影響，旅遊類別佔我們業務的份額持續減少，由去年的 73.7% 減少至本年度上半年的 72.2%。*Samsonite Red* 子品牌取得成功及 *High Sierra* 的擴展令休閒類別所佔的銷售額由 11.0% 上升至 12.2%。雖然商務類別的發展看似有限，銷售額增長僅為 2.3%，惟部分反映了若干企業間銷售不復出現，亦折射了辦公環境內轉用休閒包的趨勢。事實上，我們於所有地區均擁有優質的產品系列，應能帶動該分部的未來發展。收購 *Speck* 亦有助配件類別銷售額的佔比由 3.7% 增長至 4.9%。

我們業務的主要競爭優勢源自為支持我們品牌而投放於營銷的資源。本年度首六個月，本集團在營銷方面的開支為 69.4 百萬美元或銷售額的 6.3%，較去年同期增加 8.2%，惟較我們去年開支為銷售額的 6.5% 輕微下跌，部分由於銷售增長超出預期，且我們於上半年採取較為保守的策略，預期開支於下半年將按比例增加。我們目前的目標為在不影響經營利潤率的前提下，通過從業務成本架構下其他可發揮更高效能的地方撥資，提高消費廣告開支佔銷售額的百分比。

隨著本集團為其不斷擴充及多元化的組合增添更多輔助品牌，我們的業務將更為複雜。然而，我們有信心我們以地區和品牌為本的下放權力管理模式在高效供應、管理及物流架構配合下能持續發揮其效益。我們大部分已收購品牌均有其核心營銷區域，如 *High Sierra*、*Hartmann* 及 *Speck* 均以美國為中心。我們能迅速改善業務及維持客戶關係，並同時在其他地區尋找及評估環球擴展的商機。部分品牌（如 *Hartmann*）需要更全球化的策略。然而，大部分品牌可按部就班逐一於不同市場推出，以把握最大商機。我們的團隊對新品牌帶來的商機興奮不已，同時有信心迎接管理方面的挑戰。

過去數月，Ramesh Tainwala 經已證明彼擁有卓越能力領導我們的業務，自 10 月 1 日起，彼將接替本人出任本集團行政總裁。我們極度重視管理團隊的持續性及繼任，本人將留任非執行主席，與 Ramesh 緊密合作。我們的新行政總裁具備帶領一家偉大公司邁向空前成功的熱情、才幹及經驗，本人期待我們的業務發展再創高峰。我們亦已提拔一直負責智利業務的 Roberto Guzman 負責拉丁美洲地區業務，並晉升其為行政高級管理團隊成員。多年來幹練管理區內業務的 Jack Sullivan 將於 Roberto 的過渡期內向彼提供支援，本人謹此對彼為南美洲業務作出的重大貢獻致敬。

儘管各地區出現若干新的政治不明朗因素，惟我們環球業務的整體前景仍然令人鼓舞：對我們而言，中國市場穩步上升，美國持續增長，歐洲亦正重拾升軌。在未來數年，我們將有能力提高非旅遊業務的佔比，亦有望藉自然增長及收購活動把握巨大的零售商機。我們所倚賴的旅行及旅遊業務正不斷增長，根據世界旅遊組織，國際入境旅客於 2014 年預期增長 4.0% 至 4.5%。我們預期在 2014 年下半年取得持續良好進展，並相信我們的業務定位優越，將受惠於中期的利好發展趨勢。

*主席*

**Timothy Charles Parker**

2014 年 8 月 27 日

## 綜合收益表（未經審核）

	附註	截至 6 月 30 日止六個月	
		2014	2013
<i>(以千美元呈列，每股數據除外)</i>			
銷售淨額	4	<b>1,105,321</b>	983,649
銷售成本		<b>(516,661)</b>	(460,654)
毛利		<b>588,660</b>	522,995
分銷開支		<b>(288,378)</b>	(255,304)
營銷開支		<b>(69,361)</b>	(64,110)
一般及行政開支		<b>(73,404)</b>	(65,616)
其他開支		<b>(5,204)</b>	(1,815)
經營溢利		<b>152,313</b>	136,150
財務收入	19	<b>201</b>	459
財務費用	19	<b>(3,636)</b>	(8,379)
淨財務費用		<b>(3,435)</b>	(7,920)
除所得稅前溢利		<b>148,878</b>	128,230
所得稅開支	18	<b>(39,310)</b>	(33,551)
期內溢利		<b>109,568</b>	94,679
股權持有人應佔溢利		<b>96,976</b>	85,090
非控股權益應佔溢利		<b>12,592</b>	9,589
期內溢利		<b>109,568</b>	94,679
每股盈利			
每股基本盈利			
<i>(以每股美元呈列)</i>	5	<b>0.069</b>	0.060
每股攤薄盈利			
<i>(以每股美元呈列)</i>	5	<b>0.069</b>	0.060

隨附附註構成綜合財務報表一部分。



## 綜合全面收益表（未經審核）

(以千美元呈列)	截至 6 月 30 日止六個月	
	2014	2013
期內溢利	<u>109,568</u>	<u>94,679</u>
其他全面收益（虧損）：		
其後會或可能重新分類至損益之項目：		
現金流量對沖之公平值變動，扣除稅項	782	(94)
境外業務外幣匯兌虧損	<u>(6,056)</u>	<u>(11,888)</u>
其他全面虧損	<u>(5,274)</u>	<u>(11,982)</u>
全面收益總額	<u>104,294</u>	<u>82,697</u>
股權持有人應佔全面收益總額	94,983	75,554
非控股權益應佔全面收益總額	<u>9,311</u>	<u>7,143</u>
期內全面收益總額	<u>104,294</u>	<u>82,697</u>

隨附附註構成綜合財務報表一部分。

## 綜合財務狀況表

(以千美元呈列)	附註	(未經審核)	
		6月30日 2014	12月31日 2013
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備，淨額	8	173,163	155,347
商譽	7	252,264	214,356
其他無形資產，淨額	9	718,302	662,707
遞延稅項資產		46,747	44,401
其他資產及應收款項		22,142	22,722
非流動資產總額		<u>1,212,618</u>	<u>1,099,533</u>
<b>流動資產</b>			
存貨	10	350,072	298,377
應收賬款及其他應收款項，淨額	11	314,239	246,372
預付開支及其他資產		73,025	65,262
現金及現金等價物	12	204,869	225,347
流動資產總額		<u>942,205</u>	<u>835,358</u>
資產總額		<u><u>2,154,823</u></u>	<u><u>1,934,891</u></u>
<b>權益及負債</b>			
權益：			
股本	13	14,079	14,071
儲備		1,201,109	1,178,685
股權持有人應佔權益總額		<u>1,215,188</u>	<u>1,192,756</u>
非控股權益		37,474	37,826
權益總額		<u><u>1,252,662</u></u>	<u><u>1,230,582</u></u>

(以千美元呈列)	附註	(未經審核)	
		6月30日 2014	12月31日 2013
<b>非流動負債</b>			
貸款及借款	14 (a)	30	37
僱員福利		35,479	33,432
非控股權益認沽期權	21 (b)	55,251	52,848
遞延稅項負債		115,060	111,370
其他負債		4,829	4,879
非流動負債總額		<b>210,649</b>	202,566
<b>流動負債</b>			
貸款及借款	14 (b)	94,987	13,640
僱員福利		48,442	54,437
應付賬款及其他應付款項	16	491,685	387,239
即期稅項負債		56,398	46,427
流動負債總額		<b>691,512</b>	501,743
負債總額		<b>902,161</b>	704,309
權益及負債總額		<b>2,154,823</b>	1,934,891
流動資產淨額		<b>250,693</b>	333,615
資產總額減流動負債		<b>1,463,311</b>	1,433,148

隨附附註構成綜合財務報表一部分。

## 綜合現金流量表（未經審核）

	附註	截至 6 月 30 日止六個月	
		2014	2013
<i>(以千美元呈列)</i>			
經營活動之現金流量：			
期內溢利		109,568	94,679
作出調整以將溢利與經營活動所得現金淨額對賬：			
銷售及出售資產收益，淨額		(73)	(8)
折舊	8	19,353	17,784
無形資產攤銷	9	4,208	4,362
呆賬撥備		436	806
認沽期權公平值變動		2,491	4,417
定額退休金福利計劃供款		-	(26,423)
所得稅開支	18	39,310	33,551
以股份支付之非現金薪酬開支	15	5,621	3,590
		<b>180,914</b>	<b>132,758</b>
經營資產及負債變動（撇除業務合併中之已分配收購價）：			
應收賬款及其他應收款項		(54,422)	(43,396)
存貨		(25,675)	2,719
其他流動資產		(227)	1,568
應付賬款及其他應付款項		(7,939)	(518)
其他資產及負債，淨額		(4,945)	(11,889)
經營活動所得現金		<b>87,706</b>	<b>81,242</b>
已付利息		(776)	(1,061)
已付所得稅		(33,793)	(23,435)
經營活動所得現金淨額		<b>53,137</b>	<b>56,746</b>

(以千美元呈列)	附註	截至 6 月 30 日止六個月	
		2014	2013
投資活動之現金流量：			
購買物業、廠房及設備	8	(31,119)	(17,113)
收購業務（扣除收購的現金）	7	(112,450)	-
其他所得款項		397	2,442
投資活動所用現金淨額		<u>(143,172)</u>	<u>(14,671)</u>
融資活動之現金流量：			
即期貸款及借款之借款（付款）		80,458	(26,452)
行使購股權所得款項		2,455	-
已付非控股權益股息		(6,620)	(4,139)
融資活動所得（所用）現金淨額		<u>76,293</u>	<u>(30,591)</u>
現金及現金等價物的增加（減少）淨額		(13,742)	11,484
現金及現金等價物，於 1 月 1 日		225,347	151,399
匯率變動對現金及現金等價物的影響		(6,736)	1,536
現金及現金等價物，於 6 月 30 日	12	<u>204,869</u>	<u>164,419</u>

隨附附註構成綜合財務報表一部分。

## 綜合中期財務報表附註

### (1) 背景

新秀麗國際有限公司（「本公司」，連同其綜合附屬公司稱為「本集團」）主要以新秀丽®、American Tourister®、Hartmann®、High Sierra®、Gregory®、Speck®及Lipault®品牌以及其他自有及獲授權的品牌，於全球主要從事設計、製造、採購及分銷行李箱、商務包及電腦包、戶外包及休閒包旅遊配件，以及個人電子設備纖薄保護殼。本集團通過各種批發分銷渠道、其公司經營的零售店及透過電子商貿銷售其產品。本集團的主要批發分銷客戶為百貨公司及專賣店、大型零售商、商品陳列室及倉儲式大商場。本集團於亞洲、北美洲、歐洲及拉丁美洲銷售其產品。

本公司的普通股於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。本公司於2011年3月8日於盧森堡註冊成立為一間公眾有限公司，其註冊辦事處位於13-15 Avenue de la Liberté, L-1931, Luxembourg。

本綜合中期財務資料於2014年8月27日經本公司董事會（「董事會」）授權刊發，但未經審核。

### (2) 編製基準

#### (a) 遵例聲明

綜合中期財務報表乃根據國際會計準則第34號中期財務報告編製。綜合中期財務報表應與本集團截至2013年12月31日止年度的經審核財務報表一併閱讀，該等報表乃根據國際財務報告準則（「IFRS」）編製。該總稱包括由國際會計準則理事會（「IASB」）頒佈的所有國際會計準則（「IAS」）及相關詮釋。

綜合中期財務報表亦符合香港公司條例的披露規定及香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）的適用披露條文。

本集團於截至2014年6月30日止六個月之業務或影響以公平值或攤銷成本確認的金融資產及金融負債公平值的經濟環境並無變化。用於計量金融工具公平值的公平值等級架構級別之間並無轉變，且截至2014年6月30日止六個月的金融資產分類亦無變化。

由於截至2014年6月30日止六個月並無減值跡象，故並無對現金產生單位（「CGU」）及無形資產進行減值測試。

所得稅開支乃根據管理層就整個財政年度之加權平均年度所得稅率作出之最佳評估並應用於中期期間稅前收入而確認。

本集團尚未對其於2014年6月30日的定額福利承擔計劃進行獨立精算估值。

**(b) 計量基準**

本綜合中期財務資料已按歷史成本基準編製，惟下列綜合財務狀況表的重大項目則除外：

- 以公平值計量的衍生金融工具。
- 定額福利負債確認為計劃資產總淨額，加未確認的過往服務成本及未確認的精算虧損，減未確認的精算收益及定額福利承擔的現值。

**(c) 功能及呈列貨幣**

本財務資料乃以本集團經營所在的主要經濟環境貨幣（「功能貨幣」）計量。本集團內的主要附屬公司的功能貨幣為此等附屬公司的主要經濟環境及主要業務流程的貨幣，包括（但不限於）美元、歐元、人民幣及印度盧比。

除另有所述者外，本綜合中期財務資料乃以本公司的功能及呈列貨幣美元呈列。

**(d) 採用判斷、估計及假設**

編製符合IFRS的財務報表需要使用若干關鍵會計估計，亦須管理層在應用本集團會計政策時行使其判斷及作出影響於本綜合中期財務資料日期的資產及負債呈報金額、或然資產及負債披露以及於報告期間收益及開支呈報金額的估計及假設。估計及相關假設乃根據過往經驗及相信在當時情況下屬合理的各個其他因素而作出，其結果構成就難以自其他途徑取得的資產及負債的賬面值作出判斷的基準。在不同的假設及條件下，實際結果可能會與此等估計不同。

此等估計及相關假設將會持續作出檢討。就會計估計作出的修訂將在此等估計的修訂期間（若修訂僅影響該期間）或修訂期間及未來期間（若修訂影響現時及未來期間）予以確認。於過往期間呈報的估計於本報告期間並無出現重大變動。

**(3) 主要會計政策概要**

**(a) 主要會計政策**

本集團在編製本中期財務資料時所應用的會計政策及判斷與本集團在於2013年12月31日及截至該日止年度的年度財務報表所應用者貫徹一致。

## (b) 會計政策的變動

IASB已頒佈若干新訂、經修訂及經修改IFRS。就編製截至2014年6月30日止六個月的綜合中期財務資料而言，以下經修訂準則於本報告期間生效。

### IAS第32號金融工具：呈列

IAS第32號已修訂以處理若干與抵銷金融資產及金融負債的標準有關的差異。採納此準則不會對本集團構成重大影響。

### IFRIC第21號徵費

IFRIC第21號已獲頒佈，以闡述有關就負債支付徵費的會計處理方式的不確定性（倘該負債屬IAS第37號撥備、或然負債及或然資產）。採納此準則不會對本集團構成重大影響。

## (c) 尚未採納的新訂準則及詮釋

截至2014年6月30日止六個月，若干新訂準則、準則修訂及詮釋尚未生效，且編製此等綜合中期財務報表時並未應用。

於2014年7月，IASB頒佈IFRS第9號金融工具（「IFRS第9號」），藉此頒佈其全面應對金融危機的辦法的最後一個單元。IFRS第9號提出的改善方法包括邏輯性分類及計量模式、單一前瞻性預期虧損減值模式以及對沖會計處理的重大改革方法。IFRS第9號將於2018年1月1日生效，並可提早應用。本集團尚未釐定對其財務報表的影響程度。

於2014年5月，IASB頒佈IFRS第15號與客戶訂立合約的收益（「IFRS第15號」）。IFRS第15號就與客戶訂立的所有合約所確認的收益制訂規定。IFRS第15號於2017年1月1日生效，並可提早應用。本集團尚未釐定對其財務報表的影響程度。

## (4) 分部報告

截至2014年6月30日止六個月的可報告分部與於2013年12月31日及截至該日止年度的年度財務報表內的可報告分部一致。

本集團的分部報告資料乃根據地理位置，表示如何管理本集團的業務及評估其經營業績。本集團的業務主要按如下管理：(i)「亞洲」；(ii)「北美洲」；(iii)「歐洲」；(iv)「拉丁美洲」，及(v)「企業」。

與各可報告分部業績有關的資料載於下表。表現乃根據包含於由主要經營決策者審閱的內部管理報告的分部營運溢利或虧損計量。由於管理層相信該等資料與本集團分部業績評估最相關，故分部營運溢利或虧損被用於計量表現。



於2014年6月30日及2013年6月30日及截至該等日期止六個月的分部資料如下：

(以千美元呈列)	截至2014年6月30日止六個月					
	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	合計
外部收益	421,381	345,772	266,811	66,966	4,391	1,105,321
營運溢利	48,981	30,103	31,381	4,822	37,026	152,313
撇除公司間費用 的營運溢利(虧損)	78,155	55,955	35,055	6,195	(23,047)	152,313
折舊及攤銷	8,907	3,513	8,394	2,016	731	23,561
資本開支	6,954	2,189	19,268	1,351	1,357	31,119
利息收入	189	2	56	(47)	1	201
利息開支	309	16	89	72	909	1,395
所得稅開支	12,677	12,615	10,852	643	2,523	39,310
資產總額	530,959	668,993	507,397	102,077	345,397	2,154,823
負債總額	223,739	517,400	265,011	67,450	(171,439)	902,161

  

(以千美元呈列)	截至2013年6月30日止六個月					
	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	合計
外部收益	370,164	310,469	236,751	61,506	4,759	983,649
營運溢利	36,120	31,989	25,050	8,150	34,841	136,150
撇除公司間費用 的營運溢利(虧損)	61,263	54,541	29,277	8,962	(17,893)	136,150
折舊及攤銷	8,728	2,282	7,739	2,193	1,204	22,146
資本開支	5,442	1,679	7,588	1,942	462	17,113
利息收入	132	2	132	(7)	200	459
利息開支	602	—	58	179	775	1,614
所得稅開支	8,013	12,113	5,639	3,118	4,668	33,551
資產總額	493,957	508,047	451,301	81,931	303,106	1,838,342
負債總額	196,217	365,701	185,381	38,321	(73,988)	711,632

## (5) 每股盈利

### (a) 基本

每股基本盈利乃根據截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月本公司普通股股東應佔溢利計算。

	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
(以千美元呈列，股份及每股數據除外)		
期初已發行普通股	1,407,137,004	1,407,137,004
期內已行使購股權的加權平均影響	379,398	—
期末股份的加權平均數	1,407,516,402	1,407,137,004
股權持有人應佔溢利	96,976	85,090
每股基本盈利	0.069	0.060
(以每股美元呈列)		

### (b) 攤薄

每股攤薄盈利乃經調整已發行普通股的加權平均數，以假設所有可攤薄的潛在普通股獲兌換後而計算。

	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
(以千美元呈列，股份及每股數據除外)		
普通股的加權平均數（基本）	1,407,516,402	1,407,137,004
購股權影響	1,815,107	—
期末股份的加權平均數	1,409,331,509	1,407,137,004
股權持有人應佔溢利	96,976	85,090
每股攤薄盈利	0.069	0.060
(以每股美元呈列)		

### (c) 股息及分派

於2014年3月18日，董事會建議自特別可供分派儲備向於2014年6月17日名列股東名冊的本公司股東作出80.0百萬美元或每股約0.0568美元的現金分派。股東於2014年6月5日舉行的股東週年大會上批准此項分派，而分派已於2014年7月11日支付。

於截至2014年6月30日止六個月，本公司並無宣派或支付任何其他股息或分派。

### (6) 業務季節性

本集團業務活動並無重大的季節性波動。

## (7) 業務合併

截至2014年6月30日止六個月，本集團完成兩項收購事項。

### (a) Lipault

於2014年4月1日，本集團其中一間全資附屬公司完成收購(i) Distri Bagages（一間根據法國法律註冊成立及組織的有限責任公司），及(ii) Licences et Développements（一間根據法國法律註冊成立及組織的有限責任公司）（統稱「Lipault實體」），現金代價為20.0百萬歐元，另加0.1百萬歐元的後續營運資金調整，總收購價為20.1百萬歐元。本集團已購買Lipault實體的全部已發行股份。

*Lipault*是在2005年於法國創立的行李箱品牌。*Lipault*的產品設計切合時下精明旅遊者的需求，產品特色包括超輕巧、醒目的設計及鮮豔的時尚色彩，並採用奢華且耐用的尼龍斜紋布料製造。

收購事項可進一步擴展本集團的品牌組合，並提供良機讓本集團發揮其領先業界的設計及產品開發能力以及其分銷網絡及零售市場地位的優勢，藉此於法國、歐洲其他市場及世界各地市場大規模擴展*Lipault*品牌。*Lipault*作為一個年青品牌，將有助本集團通過其巴黎特色風格及鮮艷色彩吸引時尚的女性消費者。

自收購日期起，*Lipault*實體為本集團截至2014年6月30日止六個月的綜合財務業績貢獻1.5百萬美元收益及0.3百萬美元溢利。

下表概述於收購日期所收購資產及負債以及所承擔負債的已確認暫定金額作為收購價的初步分配。

(以千美元呈列)

物業、廠房及設備	600
可識別無形資產	14,838
其他非流動資產	121
存貨	1,231
應收賬款及其他應收款項	1,249
其他流動資產	54
應付賬款及其他應付款項	(1,114)
遞延稅項負債	(4,695)
其他流動負債	(448)

應收賬項包括到期合約總金額1.2百萬美元的應收賬款，預期所有金額於收購日期不可收回。

根據IFRS第3號業務合併，收購方須追溯調整於收購日期確認的暫時金額，以反映所取得於收購日期已存在並且（倘知悉）影響當日已確認金額的計量方法的有關事實及情況的新資料。於計量期間，倘已取得於收購日期已存在並且（倘知悉）導致於當日確認該等資產及負債的有關事實及情況的新資料，收購方亦須確認額外資產或負債。倘收購方獲取其正尋求有關於收購日期已存在的事實及情況的資料或知悉無法獲得更多資料，則計量期間隨即結束。然而，計量期間不得超過自收購日期起計一年。

本集團已就收購事項確認15.8百萬美元的商譽。商譽主要由於預期將Lipault合併至本集團現有業務所達致的協同效益所致。預期並無已確認商譽可就稅務目的予以扣除。

**(b) Speculative Product Design, LLC（「Speck Products」）**

於2014年5月28日，本集團其中一間全資附屬公司完成收購Speck Products，現金代價為85.0百萬美元，後續營運資金調整為0.2百萬美元，總收購價為84.8百萬美元。本集團已購買Speck Products的全部已發行股份。

Speck Products於2001年在加利福尼亞州矽谷成立，是一家領先業界的設計及分銷公司，以Speck<sup>®</sup>品牌營銷個人電子設備纖薄保護殼。Speck Products提供時尚、美觀兼具創新功能的多樣化產品系列，為各大廠商的智能手機、平板電腦及手提電腦提供軍用級別的卓越保護。Speck品牌的「纖薄保護」設計尤其聞名，例如具代表性的Candy Shell智能手機保護殼，乃以Speck Products首創的「軟硬殼」技術製造。

本集團可憑藉此收購事項在其旅行箱產品的傳統強項以外策略性延伸其品牌組合，並為本集團提供一個實力強大的品牌及質素優越的產品組合，即時在智能手機、平板電腦、手提電腦及其他個人電子設備保護殼市場佔一席位。收購事項亦提供機會讓本集團發揮其發展成熟的全球分銷網絡及零售市場地位的優勢，藉此大規模擴展Speck品牌於亞洲、歐洲及拉丁美洲業務的覆蓋範圍。

自收購日期起，Speck Products為本集團截至2014年6月30日止六個月的綜合財務業績貢獻10.5百萬美元收益及0.6百萬美元虧損。

下表概述於收購日期所收購資產及負債以及所承擔負債的已確認暫定金額作為收購價的初步分配。

(以千美元呈列)

物業、廠房及設備	6,420
可識別無形資產	43,900
其他非流動資產	1,008
存貨	24,073
應收賬款及其他應收款項	12,085
其他流動資產	1,877
其他非流動負債	(2,041)
應付賬款及其他應付款項	(19,170)
其他流動負債	(5,413)

應收賬項包括到期合約金額總額12.8百萬美元的應收賬款，預期其中0.8百萬美元於收購日期不可收回。

根據IFRS第3號業務合併，收購方須追溯調整於收購日期確認的暫時金額，以反映所取得於收購日期已存在並且（倘知悉）影響當日已確認金額的計量方法的有關事實及情況的新資料。於計量期間，倘已取得於收購日期已存在並且（倘知悉）導致於當日確認該等資產及負債的有關事實及情況的新資料，收購方亦須確認額外資產或負債。倘收購方獲取其正尋求有關於收購日期已存在的事實及情況的資料或知悉無法獲得更多資料，則計量期間隨即結束。然而，計量期間不得超過自收購日期起計一年。

本集團已就收購事項確認22.2百萬美元的商譽。商譽主要由於預期將Speck Products合併至本集團現有業務所達致的協同效益所致。預期所有已確認商譽可就稅務目的予以扣除。

**(c) 備考業績**

倘此等收購事項於2014年1月1日發生，本集團估計截至2014年6月30日止六個月的綜合銷售淨額約為1,152.8百萬美元，而期內綜合溢利則約為102.2百萬美元。在釐定此等金額時，本集團假設於收購日期產生的公平值調整將猶如收購事項於2014年1月1日發生者相同。

**(d) 收購事項相關成本**

本集團於截至2014年6月30日止六個月產生約4.2百萬美元的收購事項相關成本。有關成本主要包括與盡職審查及合併活動有關的成本，以及專業及法律費用，乃於收益表中的其他開支內確認。

## (8) 物業、廠房及設備，淨額

截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月，添置物業、廠房及設備之成本分別為31.1百萬美元及17.1百萬美元（不包括透過業務合併所收購的資產）。截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月的折舊費用分別為19.4百萬美元及17.8百萬美元。在此等金額中，3.4百萬美元及2.6百萬美元分別計入2014年上半年及2013年上半年的銷售成本。餘下金額於分銷及一般及行政開支內呈列。

## (9) 其他無形資產

截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月的攤銷費用分別為4.2百萬美元及4.4百萬美元，並計入綜合收益表中的分銷開支。

根據IAS第36號資產減值，在出現任何顯示可能無法收回賬面值的事件或情況出現變化時，本集團須評估其有確定使用年期的無形資產的潛在減值。截至2014年6月30日止六個月並無減值跡象。

## (10) 存貨

存貨包括以下各項：

(以千美元呈列)	2014年6月30日	2013年12月31日
原材料	20,726	20,564
在製品	3,365	2,424
製成品	325,981	275,389
總存貨	350,072	298,377

以上金額包括於2014年6月30日及2013年12月31日按可變現淨值（公平值減銷售成本）列賬的存貨分別為75.9百萬美元及71.4百萬美元。截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月，存貨撇減至可變現淨值分別為1.3百萬美元及2.6百萬美元。截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月，於損益中確認的減值撥回分別為0.2百萬美元及0.6百萬美元，因本集團以高於先前估計的售價出售過往撇銷存貨。

### (11) 應收賬款及其他應收款項

應收賬款及其他應收款項的呈列已扣除於2014年6月30日及2013年12月31日的呆賬相關撥備分別15.3百萬美元及14.4百萬美元。

於2014年6月30日及2013年12月31日，計入應收賬款及其他應收款項的應收賬款（扣除呆賬撥備）分別為305.6百萬美元及233.7百萬美元，按報告日期的賬齡分析如下：

<i>(以千美元呈列)</i>	<u>2014年6月30日</u>	<u>2013年12月31日</u>
即期	<b>258,456</b>	195,080
逾期	<b>47,101</b>	38,612
應收賬款總額	<b><u>305,557</u></b>	<b><u>233,692</u></b>

信貸期乃根據個別客戶的信譽而授出。於2014年6月30日，應收賬款的平均到期日為發票日期起計60日內。

### (12) 現金及現金等價物

<i>(以千美元呈列)</i>	<u>2014年6月30日</u>	<u>2013年12月31日</u>
銀行結餘	<b>203,549</b>	195,162
短期投資	<b>1,320</b>	30,185
現金及現金等價物總額	<b><u>204,869</u></b>	<b><u>225,347</u></b>

短期投資包括隔夜流動賬戶及定期存款。

於2014年6月30日及2013年12月31日，本集團就使用其任何現金並無限制。

### (13) 股本

截至2014年6月30日止六個月內，本公司就本公司股份獎勵計劃項下授出的已歸屬購股權獲行使而按加權平均行使價每股17.36港元發行777,340股普通股。於2014年上半年，本公司股本並無其他變動。

截至2013年6月30日止六個月，本公司股本概無變動。

## (14) 貸款及借款

### (a) 非流動債務

代表非流動債務及融資租賃承擔的非流動債務如下：

(以千美元呈列)	2014年6月30日	2013年12月31日
融資租賃承擔	47	53
減即期分期付款	(17)	(16)
非即期貸款及借款	30	37

### (b) 流動債務及信貸融資

代表流動債務及融資租賃承擔的流動債務如下：

(以千美元呈列)	2014年6月30日	2013年12月31日
循環信貸融資	80,000	—
其他信用額度	18,208	15,482
融資租賃承擔	17	16
流動債務總額	98,225	15,498
減遞延融資成本	(3,238)	(1,858)
即期貸款及借款	94,987	13,640

於2014年6月17日，本集團修訂其循環信貸融資（「循環信貸」），據此可提取的最高借款金額由300.0百萬美元增至500.0百萬美元，並延長信貸期至2019年6月17日。融資可額外增加300.0百萬美元，惟須由貸款人批准。循環信貸自2014年6月17日的生效日期起計初步年期為五年，並可按本集團要求及貸款人選擇延長一年。循環信貸下的借款利率為以下各項的總和：(i)(a)倫敦銀行同業拆息或(b)貸款人的最優惠利率及(ii)將按本集團的槓桿比率釐定的息差。根據本集團的槓桿比率，循環信貸對任何未動用的金額收取每年介乎0.2%至0.325%的承諾費，並於其他貸款人加入循環信貸時收取代理費。循環信貸以本集團若干於美國及歐洲的資產及本集團的知識產權作抵押。循環信貸亦包括與利息償付比率及槓桿比率有關的財務契諾，以及營運契諾，其中包括限制本集團產生額外債務、就其資產訂立留置權及參與若干併購、清盤、資產出售或投資的能力。於2014年6月30日，本集團一直遵守財務契諾。於2014年6月30日，由於未償還借款為80.0百萬美元及為提供予若干債權人的未償還信用狀而動用3.6百萬美元融資，按循環信貸可予借出的金額為416.4百萬美元。於2013年12月31日，由於為提供予若干債權人的未償還信用狀而動用5.6百萬美元融資，按先前的現有300.0百萬美元循環信貸融資可予借出的金額為294.4百萬美元。因應不斷提升的循環信貸，本集團資本化遞延融資成本2.0百萬美元，有關遞延融資成本將於五年期內攤銷。



本集團若干綜合附屬公司與彼等營運所在地區的多名第三方貸款人訂立信用額度。此等當地信用額度為附屬公司日常業務營運提供營運資金，包括透支、銀行擔保，及貿易融資以及賬款保收融資。此等信用額度大部分為無承諾的融資。於2014年6月30日及2013年12月31日，當地融資下的未償還總額分別為18.2百萬美元及15.5百萬美元。

## (15) 僱員福利

截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月的僱員福利開支（由薪金、退休金計劃開支、以股份支付及其他福利組成）分別為136.6百萬美元及121.0百萬美元。此等款項中，分別有12.4百萬美元及11.1百萬美元計入銷售成本中。剩餘款項已呈列於分銷開支及一般及行政開支中。

### 以股份支付

於2012年9月14日，本公司股東採納本公司股份獎勵計劃。股份獎勵計劃的目的乃通過提供獲取本公司股權的機會吸引有技能和經驗的人員，激勵彼等留任本集團，以及鼓勵彼等為本集團的未來發展及擴展而努力。股份獎勵計劃項下的獎勵可為購股權或受限制股份單位（「受限制股份單位」），按董事會酌情決定授出的形式授予董事、僱員或董事會可能決定的其他人士。

購股權的行使價乃於授出時由董事會全權酌情釐定，惟在任何情況下不得低於以下三者中的較高者：

- a) 於授出日聯交所刊發的每日報價表所列股份收市價；
- b) 緊接授出日前五個營業日聯交所刊發的每日報價表所列股份平均收市價；及
- c) 股份面值。

於2014年7月31日（「最後實際可行日期」），根據股份獎勵計劃可能授出的獎勵的最高股份數目合共為112,983,445股股份，佔本公司於該日已發行股本約8.0%。個別參與者可於任何12個月期間內根據股份獎勵計劃獲授本公司已發行股份總數不超過1%的獎勵。個別參與者如獲授予超出此限額的獎勵，則須經獨立股東批准。

於2014年1月7日，本公司向本集團若干董事、主要管理層人員及其他僱員授出可行使以認購12,266,199股普通股的購股權，行使價為每股23.30港元。於2014年5月29日，本公司向本集團一名僱員授出可行使以認購257,566股普通股的購股權，行使價為每股24.77港元。該等購股權須於4年期內按比例歸屬，而當中的25%購股權於授出日的各個週年歸屬。購股權年期為10年。

根據購股權的條款，已歸屬購股權的持有人有權按等於購股權行使價的每股認購價認購本公司新發行的普通股。作為已授出購股權回報的已獲取服務的公平值乃基於以柏力克－舒爾斯估值模式計量的所授購股權的公平值計算。由於所作假設及所用模式有所限制，故就購股權計算的公平值難免有主觀成分。

所授出購股權於授出日的公平值一般於獎勵的歸屬期內確認為開支，權益會相應增加。確認為開支的金額須予調整，以反映預期可符合歸屬條件的獎勵數目，致使最終確認的金額乃基於在歸屬日符合歸屬條件的獎勵數目。

在計算於2014年1月7日以股份支付在授出日的公平值時採用的輸入參數如下：

於授出日的公平值	9.27港元
於授出日的股價	22.70港元
行使價	23.30港元
預期波動（加權平均波動）	44.8%
購股權年期（預期加權平均年期）	6.25年
預期股息	0.9%
無風險利率（以政府債券為基準）	1.7%

在計算於2014年5月29日以股份支付在授出日的公平值時採用的輸入參數如下：

於授出日的公平值	9.02港元
於授出日的股價	24.75港元
行使價	24.77港元
預期波動（加權平均波動）	43.8%
購股權年期（預期加權平均年期）	6.25年
預期股息	1.8%
無風險利率（以政府債券為基準）	1.4%

因本公司股份的交易歷史有限，預期波動乃經計及歷史平均股價波動及可資比較公司的歷史平均股價波動而估計。

合共5.6百萬美元及的3.6百萬美元以股份支付的薪酬開支已分別計入截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月的綜合收益表中。

截至2014年6月30日止六個月，購股權的詳情及變動如下：

	購股權數目	加權平均行使價
於2014年1月1日尚未行使	15,345,178	17.37港元
期內授出	12,523,765	23.33港元
期內行使	(777,340)	17.36港元
期內註銷／失效	(138,688)	19.85港元
於2014年6月30日尚未行使	26,952,915	20.13港元
於2014年6月30日可行使	3,031,810	17.36港元

於2014年6月30日，尚未行使購股權的行使價介乎17.36港元至24.77港元，加權平均合約期為9.0年。

## (16) 應付賬款及其他應付款項

<i>(以千美元呈列)</i>	2014年6月30日	2013年12月31日
應付賬項	292,837	282,183
其他應付款項及應計費用	113,313	96,739
應付股權持有人之現金分派	80,000	—
其他應付稅項	5,535	8,317
應付賬款及其他應付款項總額	<b>491,685</b>	<b>387,239</b>

應付賬項包括應付賬款，其於報告日期的賬齡分析如下：

<i>(以千美元呈列)</i>	2014年6月30日	2013年12月31日
即期	228,363	211,743
逾期	15,118	20,132
應付賬款總額	<b>243,481</b>	<b>231,875</b>

於2014年6月30日的應付賬款平均於自發票日期起計的105日內到期。

## (17) 承擔

### (a) 資本承擔

本集團於2014年的資本開支預算約為69.1百萬美元。於2014年6月30日及2013年12月31日尚未履行的資本承擔分別為15.2百萬美元及14.2百萬美元，該等金額因並不符合確認準則，故並無於綜合財務狀況表中確認為負債。

**(b) 營運租賃承擔**

本集團的租賃承擔主要包括辦公室、倉庫及零售商店的空間及設備的不可撤銷租賃。於2014年6月30日及2013年12月31日，不可撤銷租賃項下的未來應付最低款項如下：

(以千美元呈列)	2014年6月30日	2013年12月31日
一年內	81,533	68,558
1至2年	54,775	55,054
2至5年	96,640	86,657
5年以上	52,102	21,479
營運租賃承擔總額	<b>285,050</b>	231,748

截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月，可撤銷及不可撤銷營運租賃項下的租金開支分別為52.7百萬美元及45.1百萬美元。

**(18) 所得稅**

所得稅開支乃根據管理層就整個財政年度的加權平均年度所得稅率作出的最佳評估並應用於中期期間稅前收入確認。本集團有關截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月持續經營的綜合實際報告稅率分別為26.4%及26.2%。綜合實際報告稅率的輕微上升主要由於不同高稅率司法權區及低稅率司法權區的全球組合的盈利能力所致。

截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月的綜合收益表內的稅項包括以下項目：

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
香港利得稅開支	799	515
海外所得稅開支	38,511	33,036
所得稅開支	<b>39,310</b>	33,551

截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月，香港溢利利得稅開支按16.5%的實際稅率計算。

## (19) 財務收入及財務費用

截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月，於綜合收益表中確認的財務收入及財務費用概要呈列於下表：

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
於損益中確認：		
銀行存款的利息收入	201	459
財務收入總額	201	459
按攤銷成本計量的金融負債的利息開支	(1,395)	(1,614)
認沽期權的公平值變動	(2,491)	(4,417)
外匯收益（虧損）淨額	1,674	(1,388)
其他財務費用	(1,424)	(960)
財務費用總額	(3,636)	(8,379)
於損益中確認的財務費用淨額	(3,435)	(7,920)
於其他全面收益中確認：		
境外業務的外幣匯兌差異	(6,057)	(11,888)
現金流量對沖的公平值變動	782	(94)
於其他全面收益中確認的財務費用淨額，扣除稅項	(8,710)	(19,902)

## (20) 或然負債

於日常業務過程中，本集團不時面對訴訟及其他法律程序。與特定情況相關的事實及環境用於評估，決定是否較有可能出現未來資金外流，如是者與具體訴訟相關的撥備又是否足夠。本集團基於其過往經驗及於各報告日期已知的事實及環境記錄撥備。撥備開支於綜合收益表中的一般及行政開支中確認。當招致承擔的日期不可確切的計量時，撥備將不貼現及將被分類為流動負債。

截至2014年6月30日止六個月，本集團並無解決任何重大訴訟。

## (21) 金融工具

### (a) 公平值與賬面值的比較

所有金融資產及負債的公平值與其賬面值相若。

**(b) 公平值等級架構**

公平值是於計量日市場參與者於有秩序交易中出售資產可收取或轉讓負債須支付的價格。IFRS建立一套公平值等級架構，該架構排列用以計量公平值的估值方法輸入資料的優先等級。該等級架構將於活躍市場中相同資產或負債的未經調整報價劃分為最高等級（第一級別計量），涉及重大不可觀察的輸入資料的計量則撥入最低等級（第三級別計量）。公平值等級架構的三個級別如下：

- 第一級別輸入數據為本集團有能力於計量日評估的完全相同的資產或負債於活躍市場的報價（未調整）。
- 第二級別輸入數據為不包括第一級別的報價的資產或負債的可直接或間接觀察的輸入數據。
- 第三級別輸入數據為資產或負債的不可觀察輸入數據。

公平值計量在公平值等級架構中的層級分類乃基於對公平值計量整體而言屬重大的最低層級輸入數據。

由於現金及現金等價物、應收賬款、應付賬項、短期債務及應計開支的到期日或年期較短，因此，該等工具的賬面值與公平值相若。

外幣遠期合約的公平值通過參考銀行提供的市場報價估計。

下表呈列於2014年6月30日及2013年12月31日按持續基準以公平值計量的資產及負債（包括規定以公平值計量的項目）：

	於報告日期使用下列各項計量的公平值			
		完全相同資產 於活躍市場 的報價 (第一級別)	其他可觀察 重大輸入數據 (第二級別)	不可觀察 重大輸入數據 (第三級別)
(以千美元呈列)	2014年6月30日			
資產：				
現金及現金等價物	204,869	204,869	—	—
資產總額	204,869	204,869	—	—
負債：				
非控股權益認沽期權	55,251	—	—	55,251
外幣遠期合約	401	401	—	—
負債總額	55,652	401	—	55,251

		於報告日期使用下列各項計量的公平值		
		完全相同資產 於活躍市場 的報價 (第一級別)	其他可觀察 重大輸入數據 (第二級別)	不可觀察 重大輸入數據 (第三級別)
(以千美元呈列)		2013年12月31日		
資產：				
現金及現金等價物		225,347	225,347	—
資產總額		225,347	225,347	—
負債：				
非控股權益認沽期權		52,848	—	52,848
外幣遠期合約		2,464	2,464	—
負債總額		55,312	2,464	52,848

本集團若干非美國附屬公司定期訂立與採購主要以美元計值的存貨有關的遠期合約，旨在與現金流量對沖。對沖有效性乃根據IAS第39號金融工具：確認及計量檢測。於2014年6月30日及2013年12月31日，此等工具的公平值分別為負債0.4百萬美元及2.5百萬美元。

下表呈列計量第三級別公平值時採用的估值方法，以及採用的重大不可觀察輸入數據。

類別	估值方法	重大不可觀察 輸入數據	重大不可觀察 輸入數據與公平值 計量之間的關係
認沽期權	收益方法－估值模式將基於EBITDA倍數計算的期貨金額轉換為單一當前已貼現金額，反映市場當前對該等期貨金額的預期。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EBITDA倍數</li> <li>• 增長率： (2014年6月30日：3%)</li> <li>• 經調整風險貼現率： (2014年6月30日： 14.5%)</li> </ul>	倘出現以下情況，估值將會增加（減少）： <ul style="list-style-type: none"> <li>• EBITDA倍數上升（下跌）；</li> <li>• 增長率上升（下跌）；或</li> <li>• 經調整風險貼現率上升（下跌）。</li> </ul>

下表呈列第三級別公平值的期初結餘與期末結餘的對賬：

<i>(以千美元呈列)</i>	
於2014年1月1日的結餘	52,848
計入權益的公平值變動	(88)
計入融資成本的公平值變動	2,491
	<hr/>
於2014年6月30日的結餘	55,251

就認沽期權的公平值而言，當其中一個重大不可觀察輸入數據出現合理可能變動，而其他輸入數據維持不變，將會於2014年6月30日產生以下影響：

<i>(以千美元呈列)</i>	損益		股東權益	
	上升	下調	上升	下調
EBITDA倍數（變動0.1倍）	1,564	(1,564)	368	(368)
增長率（50點子）	413	(410)	-	-
經調整風險貼現率（100點子）	(517)	532	-	-

公平值估計乃於某一特定時間根據有關市場資料及金融工具的資料作出。該等估計性質主觀及涉及不確定因素及須作出重大判斷，因此無法準確釐定。假設的任何變動均會對估計構成重大影響。

## (22) 關連方交易

### (a) 與主要管理人員的交易

除若干董事及其他主要管理人員的現金薪酬外，本集團亦向彼等提供非現金福利，並代彼等向退休後計劃供款。

主要管理層包括本集團董事及高級管理層。已付主要管理人員的薪酬包括：

<i>(以千美元呈列)</i>	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
董事袍金	265	255
薪酬、津貼及其他實物利益	2,934	2,560
花紅	4,478	2,908
退休後福利	115	105
以股份支付薪酬	2,438	1,634
	<hr/>	<hr/>
	10,230	7,462
	<hr/>	<hr/>



(b) 其他交易

- I. 本集團的印度附屬公司Samsonite South Asia Pvt. Ltd.向Abhishri Packaging Pvt. Ltd. (由本集團執行董事及營運總監Ramesh Tainwala先生(「Tainwala先生」)的家族管理及控制)採購及出售原材料及製成品。

採購、銷售、應付款項及應收款項的相關金額如下：

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
採購	2,254	2,131
銷售	140	228
(Expressed in thousands of US Dollars)	2014年6月30日	2013年12月31日
應付款項	862	607
應收款項	50	83

- II. Samsonite South Asia Pvt. Ltd.亦向Bagzone Lifestyle Private Limited出售製成品。Bagzone Lifestyle Private Limited由Tainwala先生的家族管理及控制。Tainwala先生及其家族亦擁有Samsonite South Asia Pvt. Ltd.及本集團阿拉伯聯合酋長國的附屬公司的非控股權益。

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
銷售	5,566	5,916
租金	34	30
(Expressed in thousands of US Dollars)	2014年6月30日	2013年12月31日
應收款項	8,699	9,075

截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月，已向Tainwala先生及其家族擁有的實體分別支付約0.5百萬美元及0.5百萬美元，以作辦公地點的租金。於2014年6月30日及2013年12月31日，概無應付Tainwala先生及其家族的款項。於2014年6月30日及2013年12月31日，零美元及0.1百萬美元分別以保證按金的方式入賬為應收款項。

- III. Samsonite South Asia Pvt. Ltd.已不時向Planet Retail Holdings Pvt. Ltd. (「Planet Retail」)出售製成品。Tainwala先生為Planet Retail的主要股東。截至2014年6月30日或2013年6月30日止六個月，並無向此實體作出任何銷售。於2014年6月30日及2013年12月31日，概無款項入賬列作應收Planet Retail的款項。

所有與該等關連方有關的未償還結餘的金額均按公平磋商基準而定，且將於報告日期後六個月內以現金支付。所有結餘均無抵押。

## (23) 期後事項

本集團已評估於2014年6月30日（中期報告日期）至2014年8月27日（本財務資料獲董事會授權刊發日期）期間所發生的事項。

於2014年7月11日，本公司自其特別可供分派儲備中向於2014年6月17日名列股東名冊的本公司股東作出80.0百萬美元或每股約0.0568美元的現金分派。

### 業務合併

#### ***Gregory Mountain Products***

於2014年6月18日，本集團若干全資附屬公司（「新秀麗買方」）與Black Diamond, Inc.及Gregory Mountain Products, LLC（「Gregory」）訂立資產購買協議，據此，新秀麗買方於2014年7月23日購買Gregory近乎所有資產，現金代價為84.1百萬美元。

新秀麗買方購買Gregory近乎所有資產，惟現金、若干應收款項及若干其他保留資產除外，並承擔Gregory資產負債表中所有負債及若干合約負債。

本集團尚未就於收購事項中收購的資產完成正式估值。

本集團憑藉收購事項吸納一個實力強勁的品牌及產品組合，擴展其於高端戶外及生活休閒市場分部的覆蓋，同時亦為本集團提供良機，發揮其全球營銷及分銷能力的優勢，藉此將Gregory品牌於美國及國際市場大規模擴張。Gregory品牌是其行業的翹楚及先驅，締造了背包設計的多項創新，備受活躍的戶外及探險愛好者愛戴，是高端專業背包的領軍品牌。除專業背包外，Gregory品牌的休閒背包在日本和其他亞洲國家廣受歡迎。

倘收購事項於2014年1月1日發生，本集團估計綜合銷售淨額約為1,123.9百萬美元，而期內綜合溢利則約為114.6百萬美元。在釐定該等金額時，鑑於尚未完成已收購資產的正式估值，本集團並無計及任何潛在公平值調整。截至2013年12月31日止年度，Gregory錄得銷售淨額34.9百萬美元，較去年上升14.3%。於2013年，美國及日本分別佔Gregory的銷售淨額約35.5%及36.3%。

## 管理層討論與分析

新秀麗國際有限公司（「本公司」，連同其綜合附屬公司稱為「本集團」）是全球最大的旅遊行李箱公司，擁有逾 100 年悠久歷史。本集團主要以 *新秀麗*<sup>®</sup>、*American Tourister*<sup>®</sup>、*Hartmann*<sup>®</sup>、*High Sierra*<sup>®</sup>、*Gregory*<sup>®</sup>、*Speck*<sup>®</sup> 及 *Lipault*<sup>®</sup> 品牌以及其他自有及獲授權的品牌，於全球主要從事設計、製造、採購及分銷行李箱、商務包及電腦包、戶外包及休閒包、旅遊配件以及個人電子設備纖薄保護殼。本集團的核心品牌 *新秀麗* 是全球最著名的旅遊行李箱品牌之一。

本集團通過各種批發分銷渠道、其公司經營的零售店及透過電子商貿銷售其產品。其主要批發分銷客戶為百貨公司及專賣店、大型零售商、商品陳列室及倉儲式大商場。本集團於亞洲、北美洲、歐洲及拉丁美洲銷售其產品。於2014年6月30日，本集團產品在超過100個國家逾48,800個銷售點出售。

管理層討論與分析應與根據國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則（「IFRS」）編製的本集團中期綜合財務報表一併閱讀。

### 銷售淨額

下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月按地區劃分的銷售淨額明細，以絕對值及佔銷售淨額總額百分比列賬。

	截至6月30日止六個月				2014年與2013年比較	
	2014年		2013年		增加 (減少) 百分比	撇除匯兌 影響的 增加(減少) 百分比
	千美元	銷售淨額 百分比	千美元	銷售淨額 百分比		
按地區劃分的銷售淨額：						
亞洲	421,381	38.1%	370,164	37.6%	13.8%	16.9%
北美洲	345,772	31.3%	310,469	31.6%	11.4%	11.8%
歐洲	266,811	24.1%	236,751	24.1%	12.7%	10.3%
拉丁美洲	66,966	6.1%	61,506	6.2%	8.9%	20.4%
企業	4,391	0.4%	4,759	0.5%	(7.8)%	(7.8)%
銷售淨額	<u>1,105,321</u>	<u>100.0%</u>	<u>983,649</u>	<u>100.0%</u>	12.4%	13.8%

撇除匯兌影響，截至2014年6月30日止六個月的銷售淨額較截至2013年6月30日止六個月增長13.8%。以美元申報的銷售淨額增加121.7百萬美元或12.4%。

## 品牌

下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月按品牌劃分的銷售淨額明細，以絕對值及佔銷售淨額總額百分比列賬。

	截至6月30日止六個月				2014年與2013年比較	
	2014年		2013年		增加 (減少) 百分比	撇除匯兌 影響的 增加(減少) 百分比
	千美元	銷售淨額 百分比	千美元	銷售淨額 百分比		
按品牌劃分的銷售淨額：						
<i>新秀麗</i>	<b>743,687</b>	<b>67.3%</b>	668,196	67.9%	11.3%	11.8%
<i>American Tourister</i>	<b>236,348</b>	<b>21.4%</b>	205,711	20.9%	14.9%	17.5%
<i>High Sierra</i>	<b>52,819</b>	<b>4.8%</b>	43,495	4.4%	21.4%	22.5%
<i>Hartmann</i>	<b>7,863</b>	<b>0.7%</b>	6,955	0.7%	13.1%	13.1%
<i>Speck</i>	<b>10,513</b>	<b>0.9%</b>	—	—	<i>nm</i>	<i>nm</i>
其他 <sup>(1)</sup>	<b>54,091</b>	<b>4.9%</b>	59,292	6.1%	(8.8)%	(0.5)%
銷售淨額	<b>1,105,321</b>	<b>100.0%</b>	983,649	100.0%	12.4%	13.8%

附註

(1) 其他包括*Lipault*、*Saxoline*、*Xtrem*及其他品牌。

*nm* 無意義（因於2014年5月28日收購）。

撇除匯兌影響，*新秀麗*品牌截至2014年6月30日止六個月的銷售淨額較截至2013年6月30日止六個月增長11.8%。以美元申報的*新秀麗*品牌銷售淨額增加75.5百萬美元或11.3%。於2014年上半年，*新秀麗*佔本集團銷售淨額67.3%，而2013年同期則為67.9%，反映本集團的品牌組合持續多元化發展。撇除匯兌影響，*American Tourister*品牌於2014年上半年的銷售淨額較2013年上半年增長17.5%。以美元申報的*American Tourister*品牌銷售淨額增長30.6百萬美元或14.9%。與截至2013年6月30日止六個月相比，截至2014年6月30日止六個月*American Tourister*品牌銷售額增長30.6百萬美元，亞洲佔其中24.1百萬美元或78.7%。該兩個品牌的銷售淨額增長乃由於本集團擴大產品類別及加深滲透現有市場，並加上具針對性的廣告宣傳活動支持下所帶動。於2012年下半年所收購的*High Sierra*及*Hartmann*品牌的銷售淨額按固定貨幣基準分別增加22.5%及13.1%。於2014年5月28日所收購的*Speck*品牌的銷售淨額為10.5百萬美元。於2014年4月1日所收購的*Lipault*品牌的銷售淨額為1.5百萬美元。撇除*Speck*及*Lipault*品牌應佔金額，銷售淨額增加109.4百萬美元或11.1%，按固定貨幣基準則增加12.6%。

## 產品類別

本集團銷售的產品來自四個主要產品類別：旅遊、商務、休閒及配件。旅遊類別為本集團最大產品類別，屬其傳統強項。下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月按產品類別劃分的銷售淨額明細，以絕對值及佔銷售淨額總額百分比列賬。

	截至6月30日止六個月				2014年與2013年比較	
	2014年		2013年		增加 (減少) 百分比	撇除匯兌 影響的 增加(減少) 百分比
	千美元	銷售淨額 百分比	千美元	銷售淨額 百分比		
按產品類別劃分的銷售淨額：						
旅遊	797,758	72.2%	724,626	73.7%	10.1%	11.2%
休閒	134,764	12.2%	108,186	11.0%	24.6%	28.1%
商務	96,892	8.8%	95,803	9.7%	1.1%	2.3%
配件	54,418	4.9%	36,379	3.7%	49.6%	52.4%
其他	21,489	1.9%	18,655	1.9%	15.2%	15.7%
銷售淨額	<u>1,105,321</u>	<u>100.0%</u>	<u>983,649</u>	<u>100.0%</u>	12.4%	13.8%

撇除匯兌影響，旅遊產品類別截至2014年6月30日止六個月的銷售淨額較截至2013年6月30日止六個月增長 11.2%。以美元申報的旅遊產品類別銷售淨額增加 73.1百萬美元或 10.1%。國家為本的產品設計、迎合當地環境的營銷策略以及增設銷售點（包括電子商貿）仍然是本集團旅遊類別取得成功的主要推動力。撇除匯兌影響，休閒產品類別的銷售淨額增長28.1%。以美元申報的休閒產品類別銷售淨額增長26.6百萬美元或24.6%。增長乃主要由於*High Sierra*品牌及*Samsonite Red*子品牌取得成功所致。撇除匯兌影響，商務產品類別的銷售淨額增長2.3%。以美元申報的商務產品類別銷售淨額增長1.1百萬美元或1.1%。按固定貨幣基準，此增長受歐洲市場推出新產品而增加36.9%所帶動，惟受亞洲市場因中國若干企業間銷售的時間安排而下跌5.3%，以及北美洲市場在2013年上半年進行的若干銷售並無再次進行而下跌5.2%，而被稍微抵銷。按固定貨幣基準，配件類別的銷售淨額增加52.4%，主要由於收購*Speck Products*所致。撇除*Speck*，配件類別的銷售淨額按固定貨幣基準增加23.5%。

## 分銷渠道

本集團通過兩個主要分銷渠道銷售產品：批發及零售。下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月按分銷渠道劃分的銷售淨額明細，以絕對值及佔銷售淨額總額百分比列賬。

	截至6月30日止六個月				2014年與2013年比較	
	2014年		2013年		增加 (減少) 百分比	撇除匯兌 影響的 增加(減少) 百分比
	千美元	銷售淨額 百分比	千美元	銷售淨額 百分比		
按分銷渠道劃分的銷售淨額：						
批發	883,309	79.9%	799,467	81.3%	10.5%	11.7%
零售	217,417	19.7%	179,423	18.2%	21.2%	23.7%
其他 <sup>(1)</sup>	4,595	0.4%	4,759	0.5%	(3.4)%	(3.7)%
銷售淨額	<u>1,105,321</u>	<u>100.0%</u>	<u>983,649</u>	<u>100.0%</u>	12.4%	13.8%

附註

(1) 「其他」主要包括授權收入。

2014年上半年，本集團增設約2,800個銷售點，於2014年6月30日，在全球擁有超過48,800個銷售點。

撇除匯兌影響，截至2014年6月30日止六個月的批發渠道銷售淨額較截至2013年6月30日止六個月增長11.7%。以美元申報的批發渠道銷售淨額增長83.8百萬美元或10.5%。撇除匯兌影響，零售渠道的銷售淨額增長23.7%。以美元申報的零售渠道銷售淨額增長38.0百萬美元或21.2%。按相同店舖固定貨幣基準，零售渠道銷售淨額增長8.7%。本集團的同店分析包括於有關財務期間完結前已營業最少12個月的現有零售店。於2014年首六個月，本集團銷售淨額中約67.2百萬美元或6.1%乃屬其直接面向消費者的電子商貿業務（計入零售渠道內）以及向網上零售商銷售（計入批發渠道內）的銷售淨額，而去年同期則為5.1%。

## 地區

### 亞洲

撇除匯兌影響，本集團於截至2014年6月30日止六個月在亞洲的銷售淨額較截至2013年6月30日止六個月增長16.9%。以美元申報的區內銷售淨額增加51.2百萬美元或13.8%。

對比2013年上半年，*American Tourister*品牌佔截至2014年6月30日止六個月亞洲銷售淨額增長24.1百萬美元或47.1%。撇除匯兌影響，*American Tourister*品牌亞洲區銷售淨額增加18.3%。*American Tourister*於2014年上半年佔該區銷售淨額43.6%，而2013年同期則為43.1%。由於*Samsonite Red*子品牌的成功，*新秀麗*品牌銷售淨額於亞洲區持續增長，按固定貨幣基準較去年增加15.4%。撇除*Samsonite Red*子品牌，按固定貨幣基準，*新秀麗*品牌銷售淨額增長8.3%。於2014年上半年，*High Sierra*品牌的亞洲區銷售淨額為4.6百萬美元，按固定貨幣基準較去年增加173.5%。根據該區客戶喜好設計的*High Sierra*品牌產品開發進展順利。

截至2014年6月30日止六個月旅遊產品類別銷售淨額較2013年上半年增加29.5百萬美元或10.7%，撇除匯兌影響增加14.0%。主要受*Samsonite Red*子品牌的成功所帶動，休閒產品類別銷售淨額按年上升23.2百萬美元或83.9%，按固定貨幣基準上升88.5%。商務產品類別銷售淨額較去年減少3.5百萬美元或6.6%，撇除匯兌影響則減少5.3%，乃由於中國若干企業間銷售的時間安排所致。配件產品類別銷售淨額較去年增長2.0百萬美元或20.9%，按固定貨幣基準增長23.2%。

截至2014年6月30日止六個月批發渠道銷售淨額較2013年上半年增長33.0百萬美元或10.2%，撇除匯兌影響增長13.3%。零售渠道銷售淨額按年增長18.3百萬美元或38.5%，按固定貨幣基準增長41.7%，主要由於電子商貿增長所致。按相同店舖固定貨幣基準，零售渠道銷售淨額增長11.8%。於2014年上半年，在亞洲新增逾350個銷售點（包括15個由公司經營的新零售地點），令位於亞洲的銷售點總數於2014年6月30日止有超過7,200個。

除增加產品種類及擴充銷售點外，本集團亞洲區業務的成功亦有賴其繼續在亞洲專注以國家為本的產品及營銷策略，以推動提升本集團產品知名度和需求。按固定貨幣基準，截至2014年6月30日止六個月亞洲區所有國家銷售淨額均較2013年上半年增加。按固定貨幣基準，中國銷售淨額增長8.1%。南韓繼續因*American Tourister*品牌及*Samsonite Red*子品牌的成功而錄得強勁銷售額增長，按固定貨幣基準增長14.6%。受*American Tourister*品牌所帶動，按固定貨幣基準，截至2014年6月30日止六個月印度銷售淨額較2013年上半年增加24.6%。受*新秀麗*品牌所帶動，日本錄得按年固定貨幣22.9%的強勁增長。

下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月按地域位置劃分的亞洲地區銷售淨額明細，以絕對值及佔地區銷售淨額總額百分比列賬。

	截至6月30日止六個月				2014年與2013年比較	
	2014年		2013年		增加 (減少) 百分比	撇除匯兌 影響的 增加(減少) 百分比
	千美元	銷售淨額 百分比	千美元	銷售淨額 百分比		
按地域位置劃分的銷售淨額 <sup>(1)</sup> ：						
中國	101,211	24.0%	93,427	25.2%	8.3%	8.1%
南韓	92,123	21.9%	76,637	20.7%	20.2%	14.6%
印度	63,617	15.1%	56,483	15.3%	12.6%	24.6%
香港 <sup>(2)</sup>	35,281	8.4%	30,771	8.3%	14.7%	14.6%
日本	34,486	8.2%	30,356	8.2%	13.6%	22.9%
澳洲	22,790	5.4%	18,580	5.0%	22.7%	35.2%
其他	71,873	17.0%	63,910	17.3%	12.5%	18.6%
銷售淨額	421,381	100.0%	370,164	100.0%	13.8%	16.9%

附註

(1) 本集團銷售淨額的地域位置分佈反映出售產品的國家，並不一定為終端消費者實際所在的國家。

(2) 包括澳門。

## 北美洲

撇除匯兌影響，本集團於截至2014年6月30日止六個月在北美洲的銷售淨額較截至2013年6月30日止六個月增長11.8%。以美元呈報的北美洲地區銷售淨額增加35.3百萬美元或11.4%。撇除於2014年5月28日所收購Speck Products應佔的銷售淨額，按固定貨幣基準，銷售淨額增加24.8百萬美元或8.4%。

與截至2013年6月30日止六個月相比，截至2014年6月30日止六個月新秀麗品牌銷售淨額增長20.6百萬美元或9.2%，而American Tourister品牌銷售淨額則增長2.4百萬美元或8.1%。High Sierra及Hartmann品牌銷售淨額分別增長5.3百萬美元或12.8%及0.8百萬美元或11.2%。

旅遊產品類別銷售淨額按年增長21.3百萬美元或9.2%。休閒產品類別銷售淨額增長3.7百萬美元或7.3%。由於在2013年上半年進行的若干銷售並無再次進行，截至2014年6月30日止六個月商務產品類別銷售淨額較去年減少1.1百萬美元或5.5%。配件類別銷售淨額增長11.0百萬美元或133.2%，乃主要由於收購Speck Products所致。



截至2014年6月30日止六個月批發渠道銷售淨額較截至2013年6月30日止六個月增加27.4百萬美元或10.9%。零售渠道銷售淨額按年增長7.9百萬美元或13.4%。零售渠道的銷售淨額增長乃受透過本集團直接面向消費者的電子商貿網站所得銷售按年增長27.4%帶動，以及自2013年6月30日起淨增加7間新店舖所致。按相同店舖固定貨幣基準，零售渠道銷售淨額增長6.4%。

北美洲銷售淨額整體增長主要源於本集團持續專注營銷及銷售區內開發的產品，令本集團能在市場上推出迎合北美洲消費者品味及喜好的產品，令消費者對本集團產品產生強勁需求所致。

下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月按地域位置劃分的北美洲地區銷售淨額明細，以絕對值及佔地區銷售淨額總額百分比列賬。

	截至6月30日止六個月				2014年與2013年比較	
	2014年		2013年		增加 (減少) 百分比	撇除匯兌 影響的 增加(減少) 百分比
	千美元	銷售淨額 百分比	千美元	銷售淨額 百分比		
按地域位置劃分的銷售淨額 <sup>(1)</sup> ：						
美國	327,978	94.9%	296,495	95.5%	10.6%	10.6%
加拿大	17,794	5.1%	13,974	4.5%	27.3%	36.5%
銷售淨額	345,772	100.0%	310,469	100.0%	11.4%	11.8%

附註

(1) 本集團銷售淨額的地域位置分佈反映出售產品的國家，並不一定為終端消費者實際所在的國家。

## 歐洲

撇除匯兌影響，本集團於截至2014年6月30日止六個月在歐洲的銷售淨額較截至2013年6月30日止六個月增加10.3%。以美元申報的區內銷售淨額增加30.1百萬美元或12.7%。

由於歐洲區內對硬質行李箱的需求繼續增長，新推出產品銷售強勁（包括以Curv物料製造的新產品系列及其他聚丙烯行李箱系列），令多個市場的當地貨幣銷售增長強勁。本集團歐洲區的最大市場德國佔區內銷售淨額總額14.7%，期內錄得6.2%固定貨幣銷售額增長。英國及法國錄得強勁固定貨幣銷售淨額增長，較去年分別增長10.2%及11.1%。本集團於意大利及西班牙的業務繼續呈現經濟增長的跡象，固定貨幣銷售淨額增長分別為13.1%及11.3%。本集團持續滲透俄羅斯、土耳其及南非，於該等新興市場的按年固定貨幣銷售淨額增長分別為11.2%、36.9%及28.3%。

與截至2013年6月30日止六個月相比，截至2014年6月30日止六個月新秀麗品牌銷售淨額增長24.2百萬美元或11.2%，撇除匯兌影響增長8.7%。*American Tourister*品牌銷售淨額增長2.9百萬美元或20.1%，按固定貨幣基準增長19.1%。

旅遊產品類別銷售淨額按年增加18.4百萬美元或9.5%，按固定貨幣基準增加7.0%。由於本集團專注於籌備將於下半年推出的*High Sierra*產品，因此撇除匯兌影響，休閒產品類別銷售淨額按年減少3.2%。期內商務產品類別銷售淨額增加6.3百萬美元或38.7%，按固定貨幣基準增加36.9%，此乃由於成功推出新產品所致。

截至2014年6月30日止六個月批發渠道銷售淨額較2013年上半年增加19.0百萬美元或10.4%，撇除匯兌影響增加7.2%。受自2013年6月30日以來淨增設17間新店舖所帶動，零售渠道銷售淨額較去年增長10.9百萬美元或19.8%，按固定貨幣基準增長20.2%。按相同店舖固定貨幣基準，零售渠道銷售淨額增長8.3%。

下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月按地域位置劃分的歐洲地區銷售淨額明細，以絕對值及佔地區銷售淨額總額百分比列賬。

	截至6月30日止六個月				2014年與2013年比較	
	2014年		2013年		增加 (減少) 百分比	撇除匯兌 影響的 增加(減少) 百分比
	千美元	銷售淨額 百分比	千美元	銷售淨額 百分比		
按地域位置劃分的銷售淨額 <sup>(1)</sup> ：						
德國	39,202	14.7%	35,289	14.9%	11.1%	6.2%
法國	35,911	13.5%	30,940	13.1%	16.1%	11.1%
比利時 <sup>(2)</sup>	33,064	12.4%	27,039	11.4%	22.3%	16.8%
意大利	29,687	11.1%	25,058	10.6%	18.5%	13.1%
西班牙	20,369	7.6%	17,511	7.4%	16.3%	11.3%
英國	19,843	7.4%	16,609	7.0%	19.5%	10.2%
俄羅斯	19,678	7.4%	19,848	8.4%	(0.9)%	11.2%
其他	69,057	25.9%	64,457	27.2%	7.1%	7.7%
銷售淨額	<u>266,811</u>	<u>100.0%</u>	<u>236,751</u>	<u>100.0%</u>	12.7%	10.3%

附註

- (1) 本集團銷售淨額的地域位置分佈反映出出售產品的國家，並不一定為終端消費者實際所在的國家。
- (2) 截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月，在比利時的銷售淨額分別為11.0百萬美元及10.6百萬美元。餘下的銷售包括直接發貨予其他國家的分銷商、客戶及代理商。

## 拉丁美洲

撇除匯兌影響，本集團於截至2014年6月30日止六個月在拉丁美洲的銷售淨額較截至2013年6月30日止六個月增長20.4%。以美元申報的區內銷售淨額增加5.5百萬美元或8.9%。

撇除匯兌影響，截至2014年6月30日止六個月智利銷售淨額按年增加10.2%。以美元申報的智利銷售淨額減少1.6百萬美元或4.5%，此乃由於申報業績受匯率負面影響所致。智利的雙位數固定貨幣銷售淨額增長主要由於開學旺季的背包銷售強勁，以及近期推出的女士手袋品牌*Secret*取得成功所致。撇除匯兌影響，墨西哥銷售淨額增長13.1%。本地品牌*Xtrem*亦繼續於智利和墨西哥蓬勃發展。按固定貨幣基準，巴西銷售淨額增加236.7%，此乃主要由於2013年下半年實施的直接進口及銷售模式所致。下文「其他」地區的銷售淨額包括於哥倫比亞、巴拿馬及秘魯的銷售，本集團於2013年在該等國家實行直接進口及銷售模式。阿根廷銷售淨額持續受到當地政府實施的進口限制負面影響。撇除阿根廷應佔銷售淨額，拉丁美洲地區銷售淨額增加13.5%，撇除匯兌影響後增加24.9%。

*新秀麗*品牌銷售淨額增長5.1百萬美元或20.5%，撇除匯兌影響增長29.1%。*American Tourister*品牌銷售淨額增加1.3百萬美元或61.5%，撇除匯兌影響增長69.3%。按固定貨幣基準，本地品牌*Saxoline*及*Xtrem*的銷售淨額分別增加8.5%及3.7%。*High Sierra*品牌於2014年上半年在拉丁美洲的銷售淨額為1.2百萬美元，增長118.5%，撇除匯兌影響增長128.8%。*High Sierra*品牌於2013年在區內推出。*Secret*品牌女士手袋的銷售繼續獲得初步成功，於2014年上半年的銷售淨額為4.2百萬美元，較去年同期增加1.3百萬美元或45.3%，撇除匯兌影響增長66.7%。

旅遊產品類別銷售淨額增長4.0百萬美元或16.4%，撇除匯兌影響增長27.2%。由於*Xtrem*品牌於智利開學旺季的強勁銷售以及*新秀麗*及*Xtrem*品牌於墨西哥的強勁銷售，休閒產品類別銷售淨額減少0.3百萬美元或1.2%，惟按固定貨幣基準則增加10.4%。商務產品類別銷售淨額減少0.6百萬美元或9.7%，惟撇除匯兌影響後則按年相對平穩。

與截至2013年6月30日止六個月相比，截至2014年6月30日止六個月批發渠道銷售淨額增加4.5百萬美元或10.3%，撇除匯兌影響增加20.6%。零售渠道銷售淨額較去年同期增長0.9百萬美元或5.3%，按固定貨幣基準增長20.0%。按相同店舖固定貨幣基準，零售渠道銷售淨額增長8.9%。

下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月按地域位置劃分的拉丁美洲地區銷售淨額明細，以絕對值及佔地區銷售淨額總額百分比列賬。

	截至6月30日止六個月				2014年與2013年比較	
	2014年		2013年		增加 (減少) 百分比	撇除匯兌 影響的 增加(減少) 百分比
	千美元	銷售淨額 百分比	千美元	銷售淨額 百分比		
按地域位置劃分的銷售淨額 <sup>(1)</sup> ：						
智利	32,113	48.0%	33,644	54.7%	(4.5)%	10.2%
墨西哥	20,009	29.9%	18,362	29.9%	9.0%	13.1%
巴西 <sup>(2)</sup>	8,983	13.4%	2,926	4.8%	207.0%	236.7%
阿根廷	848	1.3%	3,267	5.3%	(74.0)%	(59.9)%
其他 <sup>(3)</sup>	5,013	7.4%	3,307	5.3%	51.6%	53.6%
銷售淨額	<b>66,966</b>	<b>100.0%</b>	<b>61,506</b>	<b>100.0%</b>	8.9%	20.4%

附註

(1) 本集團銷售淨額的地域位置分佈反映出售產品的國家，並不一定為終端消費者實際所在的國家。

(2) 巴西的銷售淨額數據包括於巴西對第三方分銷商作出的銷售應佔的銷售淨額。

(3) 「其他」一欄地區的銷售淨額數據包括於哥倫比亞、巴拿馬及秘魯作出的銷售及本集團通過烏拉圭的分銷中心作出的銷售，但不包括於巴西對第三方分銷商作出的銷售應佔的銷售淨額。

## 銷售成本及毛利

銷售成本由截至2013年6月30日止六個月460.7百萬美元（佔銷售淨額46.8%）增長56.0百萬美元或12.2%至截至2014年6月30日止六個月516.7百萬美元（佔銷售淨額46.7%）。銷售成本增長與銷售淨額增長相符。銷售成本佔銷售淨額百分比按年維持相對穩定。

毛利由截至2013年6月30日止六個月523.0百萬美元增加65.7百萬美元或12.6%至截至2014年6月30日止六個月588.7百萬美元。截至2014年6月30日止六個月毛利率為53.3%，而截至2013年6月30日止六個月則為53.2%。

## 分銷開支

分銷開支由截至2013年6月30日止六個月255.3百萬美元（佔銷售淨額26.0%）增長33.1百萬美元或13.0%至截至2014年6月30日止六個月288.4百萬美元（佔銷售淨額26.1%）。此增長主要因2014年銷售量增加而上升，並反映於額外的客戶運費、佣金、租金及員工開支。分銷開支佔銷售淨額百分比按年維持相對穩定。

## 營銷開支

本集團在營銷方面的開支由截至2013年6月30日止六個月64.1百萬美元（佔銷售淨額6.5%）增加5.3百萬美元或8.2%至截至2014年6月30日止六個月69.4百萬美元（佔銷售淨額6.3%）。營銷開支佔銷售淨額百分比按年輕微減少，此乃由於強勁的銷售增長及廣告宣傳費用的部分效益所致。於2014年，本集團繼續投放針對性及重點的廣告宣傳及推廣活動。本集團相信其銷售淨額的增長印證其廣告活動的成功，並將繼續透過針對性營銷活動提升品牌和產品知名度以及推動額外銷售淨額增長。

## 一般及行政開支

一般及行政開支由截至2013年6月30日止六個月65.6百萬美元（佔銷售淨額6.7%）增加7.8百萬美元或11.9%至截至2014年6月30日止六個月73.4百萬美元（佔銷售淨額6.6%）。儘管一般及行政開支絕對值增加，惟該等開支佔銷售淨額百分比減少10個基點，反映本集團嚴格控制其固定成本，並憑藉其強勁銷售增長以發揮槓桿作用。計入一般及行政開支的以股份支付的薪酬開支為5.6百萬美元，增加2.0百萬美元。撇除以股份支付的薪酬開支增加，一般及行政開支佔銷售淨額百分比下降20個基點。

## 其他開支

截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月，本集團確認其他開支分別為5.2百萬美元及1.8百萬美元。2014年上半年其他開支包括有關Lipault、Speck Products及Gregory收購事項的成本4.2百萬美元。

## 經營溢利

本集團經營溢利由截至2013年6月30日止六個月136.2百萬美元增加16.2百萬美元或11.9%至截至2014年6月30日止六個月152.3百萬美元。

## 財務費用淨額

財務費用淨額由截至2013年6月30日止六個月7.9百萬美元減少4.5百萬美元或56.6%至截至2014年6月30日止六個月3.4百萬美元。此跌幅主要由於外匯虧損減少3.1百萬美元及就有關與若干非控股權益持有人的協議的認沽期權公平值變動確認的開支減少1.9百萬美元所致，惟被其他財務費用增加0.5百萬美元部分抵銷。

## 所得稅前溢利

所得稅前溢利由截至2013年6月30日止六個月128.2百萬美元增加20.6百萬美元或16.1%至截至2014年6月30日止六個月148.9百萬美元，此乃由於上文所述因素所致。

## 所得稅開支

所得稅開支由截至2013年6月30日止六個月33.6百萬美元增加5.8百萬美元或17.2%至截至2014年6月30日止六個月39.3百萬美元。

就中期呈報目的而言，本集團使用實際稅率應用於中期期間所得稅前溢利。實際申報稅率按本集團應繳納稅項的司法權區之加權平均所得稅率計算，並就永久性賬面／稅務差異、稅項優惠、稅務儲備變動及未確認遞延稅項資產作調整。

截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月，本集團業務的綜合實際稅率分別為26.4%及26.2%。綜合實際申報稅率輕微增加乃主要由於在各個高稅率及低稅率司法權區的全球盈利能力組合所致。

## 期內溢利

截至2014年6月30日止六個月期內溢利為109.6百萬美元，較截至2013年6月30日止六個月94.7百萬美元增加14.9百萬美元或15.7%。2014年上半年股權持有人應佔溢利為97.0百萬美元，較去年增加11.9百萬美元或14.0%。

經調整淨收入（一項非IFRS財務計量工具）由截至2013年6月30日止六個月92.9百萬美元，增加12.9百萬美元或13.9%至截至2014年6月30日止六個月105.7百萬美元。有關本集團撇除影響期內申報溢利的若干非經常性成本及費用以及其他非現金費用的詳盡討論，請參閱下文所示期內溢利與經調整淨收入的對賬。

每股基本盈利（「每股基本盈利」）及每股攤薄盈利（「每股攤薄盈利」）由截至2013年6月30日止六個月0.060美元增加15.0%至截至2014年6月30日止六個月0.069美元。用於計算每股基本盈利的加權平均股數因本集團股份獎勵計劃若干參與者行使購股權而發行股份而增加379千股。用於計算每股攤薄盈利的已發行加權平均股數較2013年6月30日增加2.2百萬股，乃由於2014年上半年若干已發行購股權變為具攤薄作用。於2013年上半年，由於所有潛在攤薄工具均具反攤薄作用，故此用於計算每股攤薄盈利的股數與用於計算每股基本盈利的股數相同。

經調整每股基本盈利及經調整每股攤薄盈利由截至2013年6月30日止六個月0.066美元增加13.6%至截至2014年6月30日止六個月0.075美元。

## 經調整EBITDA

經調整EBITDA為一項非IFRS財務計量工具，由截至2013年6月30日止六個月163.7百萬美元，增加22.9百萬美元或14.0%至截至2014年6月30日止六個月186.7百萬美元。由於本集團一直嚴謹控制其固定成本，與強勁銷售增長發揮槓桿作用，因此經調整EBITDA利潤率由16.6%上升至16.9%。

下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月本集團期內溢利與經調整EBITDA對賬：

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
期內溢利	<b>109,568</b>	94,679
加(減)：		
所得稅開支	<b>39,310</b>	33,551
財務費用	<b>3,636</b>	8,379
財務收入	<b>(201)</b>	(459)
折舊	<b>19,353</b>	17,784
攤銷	<b>4,208</b>	4,362
EBITDA	<b>175,874</b>	158,296
加：		
以股份支付的薪酬開支	<b>5,621</b>	3,590
其他調整 <sup>(1)</sup>	<b>5,176</b>	1,846
經調整EBITDA	<b>186,671</b>	163,732

附註

(1) 其他調整主要包括綜合收益表中的「其他開支」，其中包括收購成本。

下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月按地區基準呈列的期內溢利（虧損）與經調整EBITDA對賬：

(以千美元呈列)	截至2014年6月30日止六個月					
	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	合計
期內溢利	36,561	17,218	20,044	5,112	30,633	109,568
加（減）：						
所得稅開支	12,677	12,615	10,852	643	2,523	39,310
財務費用	(68)	273	541	(980)	3,870	3,636
財務收入	(189)	(2)	(56)	47	(1)	(201)
折舊	6,804	3,126	7,659	1,050	714	19,353
攤銷	2,103	387	735	966	17	4,208
<b>EBITDA</b>	<b>57,888</b>	<b>33,617</b>	<b>39,775</b>	<b>6,838</b>	<b>37,756</b>	<b>175,874</b>
加（減）：						
以股份支付的薪酬開支	411	1,114	1,006	132	2,958	5,621
其他調整 <sup>(1)</sup>	29,376	25,981	3,654	1,588	(55,423)	5,176
<b>經調整EBITDA</b>	<b>87,675</b>	<b>60,712</b>	<b>44,435</b>	<b>8,558</b>	<b>(14,709)</b>	<b>186,671</b>

附註

(1) 其他調整主要包括綜合收益表中的「其他開支」，其中包括收購成本。地區業績包括集團內部的專利收入／開支。

(以千美元呈列)	截至2013年6月30日止六個月					
	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	合計
期內溢利	24,896	19,550	18,830	5,916	25,487	94,679
加（減）：						
所得稅開支	8,013	12,113	5,639	3,118	4,668	33,551
財務費用	3,343	328	714	(891)	4,885	8,379
財務收入	(132)	(2)	(132)	7	(200)	(459)
折舊	6,625	1,977	6,768	1,227	1,187	17,784
攤銷	2,103	305	971	966	17	4,362
<b>EBITDA</b>	<b>44,848</b>	<b>34,271</b>	<b>32,790</b>	<b>10,343</b>	<b>36,044</b>	<b>158,296</b>
加（減）：						
以股份支付的薪酬開支	749	526	732	174	1,409	3,590
其他調整 <sup>(1)</sup>	26,315	22,312	3,967	(1,001)	(49,747)	1,846
<b>經調整EBITDA</b>	<b>71,912</b>	<b>57,109</b>	<b>37,489</b>	<b>9,516</b>	<b>(12,294)</b>	<b>163,732</b>

附註

(1) 其他調整主要包括綜合收益表中的「其他開支」。地區業績包括集團內部的專利收入／開支。



本集團呈列經調整EBITDA是因為其相信，當檢視其經營業績（根據IFRS編製及與期內溢利（虧損）進行對賬）時，經調整EBITDA將提供更多資料，有利於更全面了解其經營表現及影響其業務的趨勢。經調整EBITDA是本集團用於評估經營表現及賺取現金的一項重要量度標準。

如本文所計算的經調整EBITDA為一項非IFRS財務計量工具，或未必可與其他公司所使用類似命名的計量工具進行比較，且不應視為一項可與本集團綜合收益表中期內溢利（虧損）比較的計量工具。經調整EBITDA作為一項分析工具有其局限性，不應視為獨立於或代替本集團根據IFRS所呈報的經營業績的分析。

## 經調整淨收入

經調整淨收入為一項非IFRS財務計量工具，由截至2013年6月30日止六個月92.9百萬美元增加12.9百萬美元或13.9%至截至2014年6月30日止六個月105.7百萬美元。

下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月，本集團期內溢利與經調整淨收入對賬：

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
期內溢利	109,568	94,679
非控股權益應佔溢利	(12,592)	(9,589)
股權持有人應佔溢利	96,976	85,090
加（減）：		
認沽期權的公平值變動	2,491	4,417
無形資產攤銷 <sup>(1)</sup>	4,208	4,362
收購活動相關開支	4,218	—
稅項調整	(2,144)	(1,013)
經調整淨收入 <sup>(2)</sup>	105,749	92,856

### 附註

- (1) 無形資產攤銷開支與連同業務合併一併確認的有限使用年期的其他無形資產的攤銷有關，但與持續投資的資產無關。
- (2) 指本公司股權持有人應佔經調整淨收入。

本集團呈列經調整淨收入，因為其相信此計量工具有助證券分析員、投資者及其他利益人士方更了解本集團的相關財務表現。呈列經調整淨收入時，本集團撇除多項非經常性成本及費用以及若干其他影響其期內申報溢利的非現金費用的影響。

如本文所計算的經調整淨收入為一項非IFRS財務計量工具，或未必可與其他公司所使用類似命名的計量工具進行比較，且不應視為一項可與本集團綜合收益表中期內溢利（虧損）比較的計量工具。經調整淨收入作為一項分析工具有其局限性，不應視為獨立於或代替本集團根據IFRS所呈報的經營業績的分析。

## 流動資金及財政資源

本集團資本管理政策主要目標為保持其持續經營能力，向本公司股東提供回報，並為資本開支、一般營運開支及營運資本需要提供資金及支付債務。本集團流動資金主要來源為經營活動之現金流量、投資現金、可用信貸額度及本公司發行新股（待股東批准後方可作實）的能力。本集團相信，其現有現金及估計現金流量，加上流動營運資金，將足以應付本集團未來最少十二個月營運及資本需求。

截至2014年6月30日止六個月，本集團自經營活動產生現金53.1百萬美元，而截至2013年6月30日止六個月則為56.7百萬美元。此減幅主要由於為支持更高的銷售額而增加購買存貨以及已付稅項增加所致，部分被溢利增加及定額福利計劃供款減少所抵銷。

截至2014年6月30日止六個月，投資活動所用現金淨額為143.2百萬美元，而去年則為14.7百萬美元。此增幅主要由於收購Speck Products及Lipault，以及主要因擴充現有匈牙利製造廠及比利時新倉庫落成令購買物業、廠房及設備的支出對比過往年度增加所致。

截至2014年6月30日止六個月，融資活動所得現金流量淨額為76.3百萬美元，而截至2013年6月30日止六個月的融資活動所用現金淨額則為30.6百萬美元。融資活動所得現金流量主要由於本集團動用其循環信貸以為Speck Products及Lipault的收購事項提供部分資金所致。

## 負債

下表載列本集團於2014年6月30日及2013年12月31日的貸款及借款的賬面值：

(以千美元呈列)	2014年6月30日	2013年12月31日
循環信貸融資	80,000	—
其他信貸額	18,208	15,482
融資租賃承擔	47	53
貸款及借款總額	98,255	15,535
減遞延融資成本	(3,238)	(1,858)
貸款及借款總額減遞延融資成本	95,017	13,677

於2014年6月30日，本集團現金及現金等價物為204.9百萬美元。

於2014年6月17日，本集團修訂其循環信貸融資（「循環信貸」），據此可提取的最高借款金額由300.0百萬美元增加至500.0百萬美元，並延長信貸期至2019年6月17日。融資可額外增加300.0百萬美元，惟須由貸款人批准。循環信貸自2014年6月17日的生效日期起計初步年期為五年，並可按本集團要求及貸款人選擇延長一年。循環信貸下的借款利率為以下各項的總和：(i)(a)倫敦銀行同業拆息或(b)貸款人的最優惠利率及(ii)將按本集團的槓桿比率釐定的息差。根據本集團的槓桿比率，循環信貸對任何未動用的金額收取每年介乎0.2%至0.325%的承諾費，倘另一名借款人加入循環信貸則須收取代理費。循環信貸以本集團位於美國及歐洲的若干資產以及本集團的知識產權抵押。循環信貸亦包含與利息償付比率及槓桿比率有關的財務契諾，以及營運契諾，其中包括限制本集團產生額外債務、就其資產訂立留置權及參與若干併購、收購、清盤、資產出售或投資的能力。於2014年6月30日，本集團一直遵守財務契諾。於2014年6月30日，由於未償還的借款80.0百萬美元及就提供予若干債權人的未償還信用狀而動用3.6百萬美元融資，按循環信貸可予借出的金額為416.4百萬美元。於2013年12月31日，由於就提供予若干債權人的未償還信用狀而動用5.6百萬美元融資，按先前的現有300.0百萬美元循環信貸融資可予借出的金額為294.4百萬美元。

本集團若干綜合附屬公司與彼等營運所在地區的多名第三方貸款人訂立信貸額。此等當地信貸額為該等附屬公司日常業務營運提供營運資金，包括透支、銀行擔保、貿易融資以及賬款保收融資。此等信貸額大部分為無承諾的融資。於2014年6月30日及2013年12月31日，當地融資下的未償還總額分別為18.2百萬美元及15.5百萬美元。

下表載列於2014年6月30日及2013年12月31日本集團貸款及借款（撇除淨額結算協議影響）的合約到期日：

<i>(以千美元呈列)</i>	<u>2014年6月30日</u>	<u>2013年12月31日</u>
按要求或於一年內	<b>98,225</b>	15,498
1年至2年	<b>17</b>	17
2年至5年	<b>13</b>	20
超過5年	-	-
	<u><b>98,255</b></u>	<u>15,535</u>

## 對沖

本集團的非美國附屬公司定期訂立與採購主要以美元結算的存貨有關的遠期合約，此等合約旨在進行現金流量對沖。於2014年6月30日與此等衍生工具有關的現金流量預期於一年內為53.6百萬美元。

## 其他財務資料

### 營運資金比率

#### 存貨分析

下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月本集團平均存貨、銷售成本及平均存貨日數的概要。

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
平均存貨 <sup>(1)</sup>	324,225	272,728
銷售成本	516,661	460,654
平均存貨週轉日數 <sup>(2)</sup>	115	108

附註

- (1) 平均存貨相等於特定期間期初及期末的存貨淨額的平均數。
- (2) 特定期間的平均存貨週轉日數相等於該期間的平均存貨除以該期間的銷售成本，再乘以該期間的日數。

2014年上半年本集團平均存貨（於2014年6月30日為350.1百萬美元，而於2013年12月31日則為298.4百萬美元）較2013年上半年（於2013年6月30日為267.9百萬美元，而於2012年12月31日則為277.5百萬美元）增加，以支持客戶需求增加及推出新產品，此乃由於2014年上半年完成的Speck Products及Lipault收購事項，以及巴西、哥倫比亞、巴拿馬及秘魯的銷售模式轉為直銷模式所致。

#### 應收賬款及其他應收款項

下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月本集團平均應收賬款及其他應收款項、銷售淨額以及應收賬款及其他應收款項週轉日數的概要。

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
平均應收賬款及其他應收款項 <sup>(1)</sup>	280,306	240,124
銷售淨額	1,105,321	983,649
應收賬款及其他應收款項週轉日數 <sup>(2)</sup>	46	45

附註

- (1) 平均應收賬款及其他應收款項相等於特定期間期初及期末應收賬款及其他應收款項淨額的平均數。
- (2) 特定期間的應收賬款及其他應收款項週轉日數相等於該期間的平均應收賬款及其他應收款項除以該期間的銷售淨額，再乘以該期間的日數。

2014年上半年本集團平均應收賬款及其他應收款項（於2014年6月30日為314.2百萬美元，而於2013年12月31日則為246.4百萬美元）較2013年上半年（於2013年6月30日為258.1百萬美元，而於2012年12月31日則為222.2百萬美元）增加，與銷售淨額增長一致，及由於2014年上半年完成的Speck Products及Lipault收購事項所致。

於2014年6月30日的應收賬款平均為於賬單日期起計60日內到期。

### 應付賬款及其他應付款項

下表載列截至2014年6月30日及2013年6月30日止六個月本集團平均應付賬款及其他應付款項、銷售成本以及應付賬款及其他應付款項週轉日數的概要。

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2014年	2013年
平均應付賬款及其他應付款項 <sup>(1)</sup>	439,462	379,945
銷售成本	516,661	460,654
應付賬款及其他應付款項週轉日數 <sup>(2)</sup>	155	151

附註

- (1) 平均應付賬款及其他應付款項相等於特定期間期初及期末應付賬款及其他應付款項的平均數。
- (2) 特定期間的應付賬款及其他應付款項週轉日數相等於該期間的平均應付賬款及其他應付款項除以該期間的銷售成本，再乘以該期間的日數。

2014年上半年本集團平均應付賬款及其他應付款項（於2014年6月30日為491.7百萬美元，而於2013年12月31日則為387.2百萬美元）較2013年上半年（於2013年6月30日為397.4百萬美元，而於2012年12月31日則為362.5百萬美元）有所增加，主要由於2014年6月30日的應付股息80.0百萬美元、購買存貨及購貨時間增加，以及由於2014年上半年完成的Speck Products及Lipault收購事項所致。

於2014年6月30日的應付賬款平均為於發票日期起計105日內到期。

### 槓桿比率

下表載列本集團於2014年6月30日及2013年12月31日貸款及借款（撇除遞延融資成本）、權益總額及槓桿比率。

(以千美元呈列)	2014年6月30日	2013年12月31日
貸款及借款（撇除遞延融資成本）	98,256	15,535
權益總額	1,252,662	1,230,582
槓桿比率 <sup>(1)</sup>	7.8%	1.3%

附註

- (1) 按貸款及借款總額（撇除遞延融資成本）除以權益總額計算。

### 其他資料

於2014年6月30日及2013年12月31日，流動資產總額分別為942.2百萬美元及835.4百萬美元，資產總額減流動負債則分別為1,463.3百萬美元及1,433.1百萬美元。

## 策略評估及全年展望

於2014年上半年，本集團在持續落實其策略規劃的同時取得以下成就：

### 正面財務業績

與截至2013年6月30日止六個月比較，截至2014年6月30日止六個月本集團所有主要指標均錄得可觀增長。

- 銷售淨額增長12.4%至1,105.3百萬美元。撇除匯兌影響，銷售淨額增長13.8%。
- 經營溢利按年增長16.2百萬美元或11.9%。
- 經調整淨收入按年增長12.9百萬美元或13.9%。
- 經調整EBITDA增長14.0%至186.7百萬美元。
- 經調整EBITDA利潤率由16.6%增加至16.9%，反映本集團憑藉其強勁銷售增長在其成本基礎上發揮槓桿作用的能力。
- 截至2014年6月30日止六個月，本集團自經營活動產生現金53.1百萬美元。

### 大幅投資於宣傳及推廣

本集團繼續投資於市場推廣，於2014年上半年佔銷售淨額約6.3%，反映其致力於宣傳及推廣其品牌及產品，以支持全球銷售增長。

### 推出革新及創意產品

本集團繼續專注於創新及確保產品反映各地區的消費者品味。創新及專注於地區產品開發為銷售增長的主要動力，並可為向本集團客戶提供優質及富價值的產品。

### 拓展分銷網絡

於2014年6月30日，本集團繼續透過於2014年上半年增設約2,800個銷售點至全球超過48,800個銷售點，以進一步拓展其分銷網絡。

### 收購事項

本集團於2014年上半年完成以下收購事項：

#### (a) *Lipault*

於2014年4月1日，本集團其中一間全資附屬公司完成收購 (i) *Distri Bagages*（一間根據法國法律註冊成立及組織的有限責任公司），及(ii) *Licences et Développements*（一間根據法國法律註冊成立及組織的有限責任公司）（統稱「*Lipault*實體」），現金代價為20.0百萬歐元，另加0.1百萬歐元的後續營運資金調整，總收購價為20.1百萬歐元。本集團已購買*Lipault*實體的全部已發行股份。

*Lipault*是在2005年於法國創立的行李箱品牌。*Lipault*的產品設計切合時下精明旅遊者的需求，產品特色包括超輕巧、醒目的設計及鮮豔的時尚色彩，並採用奢華且耐用的尼龍斜紋布料製造。

收購事項可進一步擴展本集團的品牌組合，並提供良機讓本集團發揮其領先業界的設計及產品開發能力以及其分銷網絡及零售市場地位的優勢，藉此於法國、歐洲其他市場及世界各地市場大規模擴展*Lipault*品牌。*Lipault*作為一個年青品牌，將有助本集團通過其巴黎特色風格及鮮艷色彩吸引時尚的女性消費者。

**(b) *Speck Products***

於2014年5月28日，本集團其中一間全資附屬公司完成收購*Speck Products*，現金代價為85.0百萬美元，後續營運資金調整為0.2百萬美元，總購買價為84.8百萬美元。本集團已購買*Speck Products*的全部已發行股份。

*Speck Products*於2001年在加利福尼亞州矽谷成立，是一家領先業界的設計及分銷公司，以*Speck*<sup>®</sup>品牌營銷個人電子設備纖薄保護殼。*Speck Products*提供時尚、美觀兼具創新功能的多樣化產品系列，為各大廠商的智能手機、平板電腦及手提電腦提供軍用級別的卓越保護。*Speck*品牌的「纖薄保護」設計尤其聞名，例如具代表性的Candy Shell智能手機保護殼，乃以*Speck Products*首創的「軟硬殼」技術製造。

本集團可憑藉此收購事項在其旅行箱產品的傳統強項以外策略性延伸其品牌組合，並為本集團提供一個實力強大的品牌及質素優越的產品組合，即時在智能手機、平板電腦、手提電腦及其他個人電子設備保護殼市場佔一席位。收購事項亦提供機會讓本集團發揮其發展成熟的全球分銷網絡及零售市場地位的優勢，藉此大規模擴展*Speck*品牌於亞洲、歐洲及拉丁美洲業務的覆蓋範圍。

於2014年6月30日後，本集團完成以下收購事項：

### ***Gregory Mountain Products***

於2014年6月18日，本集團若干全資附屬公司（「新秀麗買方」）與Black Diamond, Inc.及Gregory Mountain Products, LLC（「Gregory」）訂立資產購買協議，據此，新秀麗買方於2014年7月23日購買Gregory近乎所有資產，現金代價為84.1百萬美元。新秀麗買方購買Gregory近乎所有資產，惟現金、若干應收款項及若干其他保留資產除外，並承擔Gregory資產負債表中所有負債及若干合約負債。

*Gregory* 品牌是其行業的翹楚及先驅，締造了背包設計的多項創新，備受活躍的戶外及探險愛好者愛戴，是高端專業背包的領軍品牌。除專業背包外，*Gregory* 品牌的休閒背包在日本和其他亞洲國家廣受歡迎。

本集團憑藉收購事項吸納一個實力強勁的品牌及產品組合，擴展其於高端戶外及休閒生活市場分部的覆蓋，同時亦為本集團提供良機，發揮其全球營銷及分銷能力的優勢，藉此將*Gregory*品牌於美國及國際市場大規模擴張。

### **未來前景**

於2014年下半年，本集團將繼續按照計劃執行其發展策略，同時專注於以下方面的工作：

- 發揮本集團多元化品牌組合（包括 *新秀麗*、*American Tourister*、*Hartmann*、*High Sierra*、*Gregory*、*Speck*及*Lipault*）的實力，繼續擴大於所有市場的市場份額；
- 分配更多資源（特別是營銷）以帶動*American Tourister*於歐洲及亞洲的銷售增長，擴大*Samsonite Red*品牌於亞洲的覆蓋並為各已收購品牌全球擴張提供支援；
- 於第三季在紐約市Madison Avenue為*Hartmann*開設全球首間旗艦店，並在北美洲、亞洲及歐洲增設約10間店舖，有助*Hartmann*於全球進行推廣；
- 專注於將*Speck Products*、*Lipault*及*Gregory*合併至本集團現有業務，並開始達致採購、系統及後勤支援工作的預期協同效益；
- 繼續改善本集團供應鏈及全球分銷網絡的效益及效率；及
- 憑藉本集團強勁的管理團隊及財政能力，繼續審視可配合策略且具吸引力的收購機會。

本集團旨在取得銷售淨額增長、維持毛利率、提高經調整EBITDA利潤率及提高股東價值。



## 企業管治及其他資料

### 董事會

於2014年6月30日，本公司董事會（「董事會」）由以下人士組成：

### 執行董事

Timothy Charles Parker  
Ramesh Dungarmal Tainwala  
Kyle Francis Gendreau  
Tom Korbas

### 獨立非執行董事

Paul Kenneth Etchells  
高啟坤  
葉鶯  
Keith Hamill  
Bruce Hardy McLain (Hardy)

於2014年6月30日，各董事委員會如下：

### 審核委員會／審閱賬目

董事會已成立審核委員會，並已採納載列委員會權力及職責的書面職權範圍。審核委員會由四名成員組成，即Paul Etchells先生（審核委員會的主席）、高啟坤先生、葉鶯女士及Keith Hamill先生。

在符合上市規則第3.21條的情況下，至少一名審核委員會成員須擁有會計或相關財務管理專業方面的適當專業資格，以履行審核委員會的責任。

所有成員均在審閱經審核財務報表方面有足夠經驗，並在需要時由本集團的核數師協助。

審核委員會的主要職責為檢討及監察本集團財務申報程序及內部監控、監控本集團財務報表及財務報告的完整性以及監督審核程序。

審核委員會已連同董事會審閱本集團截至2014年6月30日止六個月的中期報告。中期業績亦已經由本集團的外聘核數師審閱。

### 提名委員會

董事會已成立提名委員會，並已採納載列委員會權力及職責的書面職權範圍。提名委員會由四名成員組成，即Timothy Parker先生（提名委員會的主席）、Paul Etchells先生、高啟坤先生及葉鶯女士。

提名委員會的主要職責為檢討董事會架構、規模及組成、就董事會組成的任何變動向董事會提供推薦建議及評估獨立非執行董事的獨立性。物色合適人選時，提名委員會將（如適用及合適）刊登公開招聘廣告或利用外聘顧問的服務及按客觀標準考慮來自不同背景人選的勝任能力。

### 薪酬委員會

董事會已成立薪酬委員會，並已採納載列委員會權力及職責的書面職權範圍。薪酬委員會由四名成員組成，即高啟坤先生（薪酬委員會的主席）、Paul Etchells先生、葉鶯女士及Hardy McLain先生。

薪酬委員會的主要職責為就本集團董事及高級管理層的薪酬政策及架構，及就有關薪酬設立正規而具透明度的程序的政策向董事會作出推薦建議以及釐定全體執行董事及若干高級管理層成員的具體薪酬待遇。

### 企業管治常規

本公司致力維持高水平的企業管治。本公司認為健全的企業管治常規是本公司能有效及具透明度地營運以及保障其股東權利及提高股東價值的基礎。

本公司採納其企業管治手冊，乃根據上市規則附錄14所載不時生效的《企業管治守則》（「企業管治守則」）的原則、條文及常規所編製。

本公司自2014年1月1日起至2014年6月30日止整個期間已遵守企業管治守則所載的所有適用守則條文，惟下述有關本公司主席及行政總裁（「行政總裁」）偏離守則條文第A.2.1條者以及下述有關本公司聯席公司秘書偏離守則條文第F.1.3條者除外。

守則條文第A.2.1條規定主席與行政總裁的角色應有區分，且不應由一人同時兼任。

本公司行政總裁Timothy Parker先生亦為董事會主席。本公司認為此舉屬合適，因Parker先生任行政總裁兼主席可為本公司提供強大及一致的領導。董事會由經驗豐富的人士組成，包括四名執行董事（包括Parker先生）及五名獨立非執行董事，董事會相信其運作足以保證權力及授權的平衡。此外，Parker先生並非董事會審核委員會或薪酬委員會的成員，且審核委員會、薪酬委員會及提名委員會各自的成員大多數均為獨立非執行董事。

守則條文第F.1.3條規定公司秘書須向主席及行政總裁匯報。

本公司的副總裁、總法律顧問兼聯席公司秘書John Livingston先生須向本公司財務總監（「財務總監」）匯報。本公司認為此舉屬合適，因Livingston先生與財務總監常駐同一地點，且與財務總監有日常緊密合作。此外，Livingston先生就企業管治及其他董事會相關事宜直接與本公司主席兼行政總裁以及各董事會委員會主席合作。本公司另一常駐香港的聯席公司秘書周玉燕女士須向Livingston先生匯報。本公司認為此舉屬合適，因彼作為聯席公司秘書的主要職責為協助Livingston先生確保本公司遵守其於上市規則項下的責任。

### 董事資料變更

Ramesh Tainwala 先生獲委任為本公司營運總監，自 2014 年 3 月 18 日起生效。

在本公司於2014年6月5日舉行的股東週年大會上，Tom Korbass先生獲選為本公司執行董事。Korbass先生獲選擔任董事三年。Tom Korbass先生為本公司美洲區總裁，負責本集團美洲區整體業務管理及發展。Korbass先生於1993年加入本公司。彼過往於本公司擔任的職務包括：本公司美國批發銷售部副總裁／總經理（2000年至2004年）、銷售及營運副總裁（1998年至2000年）以及軟邊及休閒包高級副總裁（1997年至1998年）。加入本公司之前，Korbass先生是American Tourister營運副總裁（1986年至1997年）、生產業務總監及工程經理。Korbass先生持有美國馬薩諸塞州波士頓東北大學(Northeastern University)工業工程學理學士學位（1973年）及美國馬薩諸塞州韋爾茲利巴布森學院(Babson College)工商管理學碩士學位（1976年）。

Keith Hamill 先生及 Hardy McLain 先生由本公司非執行董事調任為本公司獨立非執行董事，自 2014 年 6 月 5 日起生效。

於 2014 年 6 月，Timothy Charles Parker 先生獲委任為 National Trust 的主席，自 2014 年 11 月 8 日起生效。National Trust 為慈善機構，致力保護英國古蹟、海岸及鄉郊地方。Parker 先生現為 National Trust 的 Commercial Advisory Panel 的主席。

於2014年4月，Keith Hamill先生獲委任為倫敦證券交易所上市公司Bagir Group Limited的董事及董事會主席。Bagir Group Limited為向英國及美國零售商供應自有品牌西裝的供應商。

葉鶯女士辭任沃爾沃集團（AB Volvo）（於斯德哥爾摩 OMX Nordic Exchange 上市的公司）的非執行董事，自 2013 年 12 月 31 日起生效。

### 聯席公司秘書及授權代表

John Bayard Livingston 先生及周玉燕女士為本公司聯席公司秘書，而周女士及 Ramesh Dungarmal Tainwala 先生為本公司的授權代表（根據上市規則）。

## 董事證券交易

本集團已採納其本身就可能擁有本集團未公開內幕消息的董事及相關僱員進行證券交易的政策（「交易政策」），有關條款不比上市規則附錄10所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》寬鬆。經向全體董事作出詳盡查詢後，全體董事均已確認彼等於截至2014年6月30日止六個月一直遵守交易政策所載的規定準則。

## 股份獎勵計劃

於2012年9月14日，本公司股東採納本公司股份獎勵計劃。股份獎勵計劃的目的乃通過提供獲取本公司股權的機會吸引有技能和經驗的人員，激勵彼等留任本集團，以及鼓勵彼等為本集團的未來發展及擴展而努力。股份獎勵計劃項下的獎勵可為購股權或受限制股份單位（「受限制股份單位」），按董事會酌情決定授出的形式授予董事、僱員或董事會可能決定的其他人士。

購股權的行使價乃於授出時由董事會全權酌情釐定，惟在任何情況下不得低於以下三者中的較高者：

- a) 於授出日聯交所刊發的每日報價表所列股份收市價；
- b) 緊接受出日前五個營業日聯交所刊發的每日報價表所列股份平均收市價；及
- c) 股份面值。

於2014年7月31日（「最後實際可行日期」），根據股份獎勵計劃可能授出的獎勵的最高股份數目合共為112,983,445股股份，佔本公司已發行股本約8.0%。個別參與者可於任何12個月期間根據股份獎勵計劃獲授本公司已發行股份總數不超過1%的獎勵。個別參與者如獲授超出此限額的獎勵須經獨立股東批准。

於2014年1月7日，本公司向若干董事、主要管理層人員及本集團的其他僱員授出可行使以認購12,266,199股普通股的購股權，行使價為每股23.30港元。於2014年5月29日，本公司向本集團一名僱員授出可行使以認購257,566股普通股的購股權，行使價為每股24.77港元。該等購股權須於4年期內按比例歸屬，而當中的25%購股權於授出日的各個週年歸屬。購股權年期為10年。

根據購股權的條款，已歸屬購股權的持有人有權按等於購股權行使價的每股認購價認購本公司新發行的普通股。作為已授出購股權回報的已獲取服務的公平值乃基於以柏力克-舒爾斯估值模式計量的所授購股權的公平值計算。由於所作假設及所用模式有所限制，故就購股權計算的公平值難免有主觀成分。

所授出購股權於授出日的公平值一般於獎勵的歸屬期內確認為開支，權益會相應增加。確認為開支的金額須予調整，以反映預期可符合歸屬條件的獎勵數目，致使最終確認的金額乃基於在歸屬日符合歸屬條件的獎勵數目。

在計算於2014年1月7日以股份支付在授出日的公平值時採用的輸入參數如下。

於授出日的公平值	9.27港元
於授出日的股價	22.70港元
行使價	23.30港元
預期波動（加權平均波動）	44.8%
購股權年期（預期加權平均年期）	6.25年
預期股息	0.9%
無風險利率（以政府債券為基準）	1.7%

在計算於2014年5月29日以股份支付在授出日的公平值時採用的輸入參數如下。

於授出日的公平值	9.02港元
於授出日的股價	24.75港元
行使價	24.77港元
預期波動（加權平均波動）	43.8%
購股權年期（預期加權平均年期）	6.25年
預期股息	1.8%
無風險利率（以政府債券為基準）	1.4%

因本公司股份的交易歷史有限，預期波動乃經計及歷史平均股價波動及可資比較公司的歷史平均股價波動而估計。

合共5.6百萬美元的以股份支付的薪酬開支已計入截至2014年6月30日止六個月的綜合收益表中。

截至2014年6月30日止六個月期間，購股權的詳情及變動如下：

承授人的姓名／類別	於2014年1月1日	期內授出	期內行使	期內註銷／失效	於2014年6月30日	授出日	行使期	每股行使價(港元)	緊接授出日前的收市價(港元)
<i>董事</i>									
Timothy Parker	—	1,821,615	—	—	1,821,615	2014年1月7日	2015年1月7日–2024年1月6日	23.30	23.30
Timothy Parker	2,368,749	—	—	—	2,368,749	2013年1月8日	2014年1月8日–2023年1月7日	17.36	16.90
Kyle Gendreau	—	589,543	—	—	589,543	2014年1月7日	2015年1月7日–2024年1月6日	23.30	23.30
Kyle Gendreau	779,124	—	—	—	779,124	2013年1月8日	2014年1月8日–2023年1月7日	17.36	16.90
Ramesh Tainwala	—	638,033	—	—	638,033	2014年1月7日	2015年1月7日–2024年1月6日	23.30	23.30
Ramesh Tainwala	843,208	—	—	—	843,208	2013年1月8日	2014年1月8日–2023年1月7日	17.36	16.90
Tom Korbass	—	577,351	—	—	577,351	2014年1月7日	2015年1月7日–2024年1月6日	23.30	23.30
Tom Korbass	736,784	—	(184,196)	—	552,588	2013年1月8日	2014年1月8日–2023年1月7日	17.36	16.90
<b>董事總計</b>	<b>4,727,865</b>	<b>3,626,542</b>	<b>(184,196)</b>	<b>—</b>	<b>8,170,211</b>				
<i>其他僱員</i>									
僱員	—	8,639,657	—	(58,098)	8,581,559	2014年1月7日	2015年1月7日–2024年1月6日	23.30	23.30
僱員	—	257,566	—	—	257,566	2014年5月29日	2015年5月29日–2024年5月28日	24.77	25.25
僱員	10,508,791	—	(593,144)	(80,590)	9,835,057	2013年1月8日	2014年1月8日–2023年1月7日	17.36	16.90
僱員	108,522	—	—	—	108,522	2013年7月1日	2014年7月1日–2023年6月30日	18.68	18.68
<b>僱員總計</b>	<b>10,617,313</b>	<b>8,897,223</b>	<b>(593,144)</b>	<b>(138,688)</b>	<b>18,782,704</b>				
<b>總計</b>	<b>15,345,178</b>	<b>12,523,765</b>	<b>(777,340)</b>	<b>(138,688)</b>	<b>26,952,915</b>				

附註

(i) 緊接參與者行使日期前股份加權平均收市價為24.13港元。

## 人力資源及薪酬

於2014年6月30日，本集團擁有約8,800名僱員。本集團定期根據有關市場慣例、僱員表現及本集團財務業績檢討其僱員薪酬及福利。

## 股息及分派

本公司將於任何特定年度根據其財務狀況、當前經濟氣候以及有關未來宏觀經濟環境及業務表現的預期評估分派政策及作出的分派（以本公司特別可供分派儲備、股息或其他方式作出）。本公司擬因應盈利增長而增加向其股東作出的分派。於董事會作出推薦意見及本公司股東批准後將作出分派的決定，並將以本集團的盈利、現金流量、財務狀況、資本及其他儲備要求以及任何董事會認為有關的其他條件為根據。分派付款亦可能受法律限制及本集團可能於日後訂立的融資協議所規限。

於2014年3月18日，董事會建議自特別可供分派儲備向於2014年6月17日名列股東名冊的本公司股東作出80.0百萬美元或每股約0.0568美元的現金分派。股東於2014年6月5日舉行的股東週年大會上批准該項分派，而分派已於2014年7月11日支付。

其後概無宣派或支付任何其他股息或分派。

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2014年6月30日止六個月內，本公司就本公司股份獎勵計劃項下授出的購股權獲行使而按加權平均行使價每股17.36港元發行777,340股普通股。截至2014年6月30日止六個月內，本公司或其任何附屬公司概無購買或贖回本公司上市證券。

## 刊發中期業績及中期報告

本公告於聯交所([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))及本公司網站([www.samsonite.com](http://www.samsonite.com))刊發。截至2014年6月30日止六個月的中期報告將於適當時候寄發予本公司股東及於聯交所及本公司網站刊載。

承董事會命  
新秀丽國際有限公司  
主席  
**Timothy Charles Parker**

香港，2014年8月27日

於本公告日期，執行董事為 Timothy Charles Parker、Ramesh Dungarmal Tainwala、Kyle Francis Gendreau 及 Tom Korbas，以及獨立非執行董事為 Paul Kenneth Etchells、高啟坤、葉鶯、Bruce Hardy McLain (Hardy) 及 Keith Hamill。