



## 新秀麗國際有限公司宣佈 截至2019年9月30日止三個月及九個月期間的業績

香港，2019年11月14日 — 全球最大的旅行箱公司新秀麗國際有限公司（「新秀麗」或「本公司」，連同其綜合附屬公司統稱為「本集團」；香港聯交所股份代號：1910）今日宣佈其截至2019年9月30日止三個月及九個月期間的未經審核綜合財務業績。

### 概覽

對於有關業績，行政總裁 Kyle Gendreau 先生表示：「我們繼續重新定位業務，以實現長期增長及盈利，進展令人鼓舞。截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，除北美洲外，我們所有地區均錄得按不變匯率基準<sup>1</sup>計算的銷售淨額增長。此外，我們核心品牌於本季度均實現了按不變匯率基準計算的銷售淨額增長，展現出新秀麗、Tumi 及 American Tourister 於其各自的價格區間的強大國際品牌資產。儘管若干重要市場（包括美國、南韓、香港本地市場<sup>2</sup>及智利）不景氣，但我們仍取得該等正面成果。」

截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，本集團整體銷售淨額表現繼續靠穩，按年減少 0.7%<sup>1</sup>，與 2019 年第二季度所錄得的 0.7%<sup>1</sup> 按年減幅一致，並較 2019 年第一季度所錄得的 2.4%<sup>1</sup> 按年減幅有所改善。於 2019 年第三季度，除北美洲（減少 7.6%<sup>1</sup>）外，本集團於其他所有地區按不變匯率基準計算的銷售淨額均實現穩健增長：亞洲（增長 4.0%<sup>1</sup>；撇除南韓及香港本地市場的銷售淨額則增長 12.0%<sup>1</sup>）、歐洲（增長 3.7%<sup>1</sup>）及拉丁美洲（增長 1.1%<sup>1</sup>；撇除智利則增長 2.9%<sup>1</sup>）。撇除上述四個市場，本集團的銷售淨額於 2019 年第三季度增長 7.2%<sup>1</sup>。

於 2019 年第三季度，本集團核心品牌按不變匯率基準計算的銷售淨額均實現增長：新秀麗（增長 1.0%<sup>1</sup>）、Tumi（增長 0.6%<sup>1</sup>）及 American Tourister（增長 4.3%<sup>1</sup>）。撇除上述四個市場，該三個品牌的銷售淨額分別增長 5.0%<sup>1</sup>、12.0%<sup>1</sup> 及 13.2%<sup>1</sup>。

Gendreau 先生表示：「我們持續專注管理成本，同時繼續投資我們的增長計劃，使新秀麗獲得長期的成功。銷售淨額下跌，毛利率主要因美國市場的關稅壓力而下降，加上我們於 2017 年至 2018 年上半年擴張實體零售（尤其在歐洲）導致分銷開支佔銷售淨額百分比上升，均對本集團的盈利能力造成不利影響。為應對該問題，我們於 2018 年下半年開始迅速採取針對性措施，加強對開支及營運資金的管控，且於 2019 年加快實施該等行動，於 2019 年第二及第三季度初見成效。此外，我們於 2019 年下半年暫時減少廣告開支，以緩解若干市場不景氣造成的盈利壓力。」

<sup>1</sup> 按不變匯率基準計算呈列的業績為一項非《國際財務報告準則》（「IFRS」）財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用去年同期的平均匯率計算所得。

<sup>2</sup> 撇除於澳門及對若干其他亞洲市場分銷商錄得的銷售淨額。

本集團的經調整 EBITDA<sup>3-4</sup>較近期趨勢而言持續改善。採用 IFRS 第 16 號使按傳統方式呈報（撇除租賃相關攤銷及利息開支）的經調整 EBITDA 顯著增加。為進行比較，由於租金及設備租賃開支的減少大部份被引入租賃攤銷及租賃利息開支所抵銷，故本集團認為包含租賃攤銷及租賃利息開支的經調整 EBITDA 是更為合適的計量方法。以此為基準，本集團截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITDA 為 133.9 百萬美元，較 2018 年同期所呈報的 154.6 百萬美元減少 20.6 百萬美元或 13.3%。按相同基準，本集團 2019 年第三季度的經調整 EBITDA 利潤率<sup>5</sup>較 2018 年同期的 16.4% 下降 190 個基點至 14.5%。截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，本集團的經調整淨收入<sup>6</sup>由 2018 年同期的 81.4 百萬美元減少 19.4 百萬美元或 23.8% 至 62.0 百萬美元。

進一步撇除 IFRS 第 16 號<sup>3</sup>的影響以作更好比較，本集團截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITDA 較 2018 年同期的 149.6 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup>減少 15.6 百萬美元或 10.4%，與 2019 年第二季度按年減少 13.0%<sup>3</sup>及 2019 年第一季度按年減少 27.6%<sup>3</sup>相比有所改善。因此，2019 年第三季度本集團的經調整 EBITDA 利潤率較 2018 年第三季度的 15.8%（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup>下降 130 個基點<sup>3</sup>至 14.5%，延續第二季度開始的良好趨勢。與本集團 2019 年第一季度經調整 EBITDA 利潤率按年下降 300 個基點<sup>3</sup>（2019 年第一季度的經調整 EBITDA 利潤率：10.2%）相比，第二季度經調整 EBITDA 利潤率的按年降幅縮小至 150 個基點<sup>3</sup>（2019 年第二季度的經調整 EBITDA 利潤率：13.9%）。本集團預期改善溢利的措施將於今年餘下期間至 2020 年繼續產生效益。按相同基準，2019 年第三季度的經調整淨收入由 2018 年同期的 77.8 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup>減少 15.7 百萬美元或 20.2%。

截至 2019 年 9 月 30 日止九個月，本集團的銷售淨額按年減少 1.2%<sup>1</sup>至 2,677.2 百萬美元。於 2019 年首九個月，本集團的經調整 EBITDA 由 2018 年同期的 431.4 百萬美元減少 83.9 百萬美元或 19.4% 至 347.4 百萬美元，而本集團的經調整 EBITDA 利潤率由 2018 年同期的 15.4% 下降 240 個基點至 13.0%。本集團截至 2019 年 9 月 30 日止九個月的經調整淨收入由 2018 年同期的 201.2 百萬美元減少 42.1 百萬美元或 20.9% 至 159.0 百萬美元。

撇除 IFRS 第 16 號<sup>3</sup>的影響，截至 2019 年 9 月 30 日止九個月，本集團的經調整 EBITDA 較 2018 年同期的 414.6 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup>減少 67.1 百萬美元或 16.2%，而經調整 EBITDA 利潤率較 2018 年同期的 14.8%（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup>下降 180 個基點<sup>3</sup>。本集團的經調整淨收入較 2018 年同期的 189.0 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup>減少 29.9 百萬美元或 15.8%。

<sup>3</sup> 本集團於 2019 年 1 月 1 日採納 IFRS 第 16 號租賃（「IFRS 第 16 號」）。本集團以經修訂追溯法應用 IFRS 第 16 號，因此並無重列下表主要財務摘要「按呈報基準」一欄內截至 2018 年 9 月 30 日止三個月及九個月期間的比較數字，並繼續根據《國際會計準則》（「IAS」）第 17 號租賃（「IAS 第 17 號」）及《IFRS 詮釋委員會》（「IFRIC」）第 4 號釐定安排是否包含租賃（「IFRIC 第 4 號」）呈報。本集團已於下表主要財務摘要增加截至 2018 年 9 月 30 日止三個月及九個月期間「經就 IFRS 第 16 號作出調整」一欄以按可比較基準呈列截至 2018 年 9 月 30 日止三個月及九個月期間的財務表現。該等金額反映了管理層對 IFRS 第 16 號影響之評估所得出的最佳估計，為非 IFRS 財務計量工具。詳情請見提交予香港聯合交易所有限公司備案的截至 2019 年 9 月 30 日止三個月及九個月期間的本集團綜合財務及業務回顧。

<sup>4</sup> 未計利息、稅項、折舊及攤銷前的經調整盈利（「經調整 EBITDA」）為非 IFRS 財務計量工具，其撇除多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用的影響。由於本集團採納 IFRS 第 16 號，因此經調整 EBITDA 計入租賃利息及攤銷開支。將 IFRS 第 16 號的租賃利息及攤銷開支計入經調整 EBITDA，令此非 IFRS 財務計量工具與過往期間所披露的經調整 EBITDA 更具可比較性。本集團相信經調整 EBITDA 有利於更全面了解其經營表現及其業務的相關趨勢。

<sup>5</sup> 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。

<sup>6</sup> 經調整淨收入為非 IFRS 財務計量工具，撇除影響本集團的呈報期內溢利的多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用（連同各自稅務影響）的影響，本集團相信其有助證券分析員、投資者及其他相關利益團體更全面地了解本集團的相關財務表現。

本集團繼續專注於提升營運資金效益及產生現金流量，同時為資產負債表去除槓桿。截至 2019 年 9 月 30 日止九個月，本集團自經營活動產生現金 311.6 百萬美元，而 2018 年同期則為 147.0 百萬美元。

撇除 IFRS 第 16 號<sup>3,7</sup>的影響，儘管溢利按年下降，但截至 2019 年 9 月 30 日止九個月，經營活動所得現金仍然較 2018 年同期增加 43.7 百萬美元至 190.7 百萬美元，主要由於營運資金管理有所改善，存貨變動的現金流出減少 76.3 百萬美元（由 2018 年首九個月的 89.7 百萬美元減至 2019 年首九個月的 13.4 百萬美元）。此外，由於資本開支主要因開設新店數量減少而按年減少 27.5 百萬美元（由 2018 年首九個月的 64.5 百萬美元減至 2019 年首九個月的 37.0 百萬美元），導致 2019 年首九個月投資活動所用現金按年減少 28.1 百萬美元。

因此，本集團於 2019 年 9 月 30 日的淨債務<sup>8</sup>狀況改善至 1,482.4 百萬美元，較去年同期減低 146.6 百萬美元，亦較 2018 年底減低 25.8 百萬美元（儘管我們於 2019 年 7 月向股東支付 125.0 百萬美元現金分派）。由於經調整 EBITDA 按年減少，本集團 2019 年 9 月 30 日的備考淨槓桿比率<sup>9</sup>為 2.79:1.00，2018 年 9 月 30 日則為 2.67:1.00。此外，於 2019 年 9 月 30 日，本集團循環信貸融通可用流動資金為 647.0 百萬美元。

2019 年 9 月 30 日後，本集團將來自 2019 年首九個月強勁的經營所得現金流量的額外手頭現金償還及清償 B 定期貸款融通本金為數 65.2 百萬美元。

## 展望及策略

談到前景，Gendreau 先生說：「由於中美貿易談判仍在進行、英國脫歐、歐洲部分地區經濟增長放緩及香港近期事件等地緣政治及宏觀經濟因素的影響，預計全球前景於今年餘下期間至 2020 年仍不明朗。儘管如此，我們仍將持續投資業務，為長期發展及提高盈利能力打好基礎，同時繼續專注於控制成本、管理營運資金、產生現金並進一步強化資產負債表。」

「我們會繼續實施溢利改善措施，包括提高實體零售的盈利能力，保持對非廣告的銷售和一般及管理 (SG&A) 費用開支的嚴格管控，及提升淨營運資金效益。我們亦會繼續豐富採購來源，與供應商重新協商定價及付款條款，以應對近期美國加徵關稅的影響。其中多項舉措對我們今年第二及第三季度的業績產生有利影響，且預期將繼續於今年餘下期間至 2020 年提高業務業績。」

Gendreau 先生總結說：「與此同時，我們會繼續投資我們的長期增長動力，包括 Tumi 品牌進一步國際擴張、我們 DTC 電子商貿的增長策略及研發新產品，並將環境、社會及管治更緊密融入我們的業務，穩步實現我們成為全球最具可持續性發展能力的行李箱公司的目標。」

<sup>7</sup> 截至 2019 年 9 月 30 日止九個月的所呈報經營活動所得現金為 311.6 百萬美元。該金額並不包括租賃負債的本金支付 120.9 百萬美元（因於 2019 年 1 月 1 日採納 IFRS 第 16 號，現分類為融資活動所得現金流量）。為與 2018 年可作比較，截至 2019 年 9 月 30 日止九個月的經營活動所得現金應為 190.7 百萬美元（包括租賃負債的本金支付）。

<sup>8</sup> 於 2019 年 9 月 30 日，本集團的現金及現金等價物為 395.7 百萬美元，債務為 1,878.1 百萬美元（撇除遞延融資成本 14.1 百萬美元），故淨債務為 1,482.4 百萬美元。

於 2018 年 12 月 31 日，本集團的現金及現金等價物為 427.7 百萬美元，債務為 1,935.8 百萬美元（撇除遞延融資成本 16.4 百萬美元），故淨債務為 1,508.2 百萬美元。

於 2018 年 9 月 30 日，本集團的現金及現金等價物為 341.5 百萬美元，債務為 1,970.5 百萬美元（撇除遞延融資成本 17.2 百萬美元），故淨債務為 1,629.0 百萬美元。

<sup>9</sup> 備考總淨槓桿比率乃按（貸款及借款總額減不受限制現金總額）／過去十二個月經調整 EBITDA 計算。

表 1：截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的主要財務摘要

	按呈報基準		經就 IFRS 第 16 號作出調整 <sup>3</sup>	按呈報基準	
	截至 2019 年 9 月 30 日止三個月	截至 2018 年 9 月 30 日止三個月	截至 2018 年 9 月 30 日止三個月	增加(減少)百分比 2019 年與 2018 年比較	撇除匯兌影響的增加(減少)百分比 2019 年與 2018 年比較 <sup>1</sup>
百萬美元，每股數據除外					
銷售淨額	921.5	945.2	945.2	(2.5)%	(0.7)%
經營溢利 <sup>10</sup>	104.9	122.6	126.6	(14.3)%	(13.4)%
股權持有人應佔溢利 <sup>11</sup>	53.0	75.5	72.4	(29.6)%	(29.3)%
經調整淨收入 <sup>12</sup>	62.0	81.4	77.8	(23.8)%	(23.2)%
經調整 EBITDA <sup>12</sup>	133.9	154.6	149.6	(13.3)%	(11.8)%
經調整 EBITDA 利潤率 <sup>12</sup>	14.5%	16.4%	15.8%		
每股基本盈利 <sup>13</sup> (每股美元)	0.037	0.053	0.051	(29.6)%	(29.3)%
每股攤薄盈利 <sup>13</sup> (每股美元)	0.037	0.052	0.050	(29.4)%	(29.0)%
經調整每股基本盈利及 經調整每股攤薄盈利 <sup>14</sup> (每股美元)	0.043	0.057	0.054	(23.5)%	(22.9)%

<sup>10</sup> 截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，經營溢利減少 17.6 百萬美元或 14.3%（按不變匯率基準計算則減少 13.4%）至 104.9 百萬美元。經撇除截至 2019 年 9 月 30 日止三個月若干零售點租賃使用權資產和物業、廠房及設備減值的非現金費用以及實施溢利改善措施產生的若干成本，截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的經營溢利較去年同期的 126.6 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup> 減少 18.3 百萬美元或 14.5%（按不變匯率基準計算則減少 13.4%）至 108.3 百萬美元。

<sup>11</sup> 截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，股權持有人應佔溢利減少 22.3 百萬美元或 29.6%（按不變匯率基準計算則減少 29.3%）至 53.0 百萬美元。經撇除截至 2019 年 9 月 30 日止三個月若干零售點租賃使用權資產和物業、廠房及設備減值的非現金費用以及實施溢利改善措施產生的若干成本及相關稅務影響，截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的股權持有人應佔溢利較截至 2018 年 9 月 30 日止三個月的 72.4 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup> 減少 16.2 百萬美元或 22.4%（按不變匯率基準計算則減少 21.8%）至 56.1 百萬美元。

<sup>12</sup> 截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的經調整淨收入及經調整 EBITDA 的所呈報的業績與截至 2018 年 9 月 30 日止三個月的「經就 IFRS 第 16 號作出調整」業績<sup>3</sup> 比較得出的按年變動為：

- 經調整淨收入減少 20.2%（按不變匯率基準計算則減少 19.6%）；
- 經調整 EBITDA 減少 10.4%（按不變匯率基準計算則減少 8.9%）；及
- 經調整 EBITDA 利潤率下降 130 個基點。

<sup>13</sup> 每股基本盈利由截至 2018 年 9 月 30 日止三個月的 0.053 美元減少 29.6% 截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的 0.037 美元。每股攤薄盈利由截至 2018 年 9 月 30 日止三個月的 0.052 美元減少 29.4% 截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的 0.037 美元。經撇除截至 2019 年 9 月 30 日止三個月若干零售點租賃使用權資產和物業、廠房及設備減值的非現金費用以及實施溢利改善措施產生的若干成本及相關稅務影響，截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的經調整每股基本盈利由去年同期的 0.051 美元減少 22.5% 至 0.039 美元。經撇除上述相同費用及成本，截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的經調整每股攤薄盈利由去年同期的 0.050 美元減少 22.1% 至 0.039 美元。截至 2018 年 9 月 30 日止三個月的經調整每股基本盈利及經調整每股攤薄盈利已經就 IFRS 第 16 號的影響<sup>3</sup> 作出調整。

<sup>14</sup> 經調整每股基本盈利及經調整每股攤薄盈利兩項均為非 IFRS 財務計量工具，是以經調整淨收入分別除以每股基本盈利及每股攤薄盈利計算所用的加權平均股份數目計算所得。

表 2：截至 2019 年 9 月 30 日止九個月的主要財務摘要

	按呈報基準		經就 IFRS 第 16 號作出調整 <sup>3</sup>	按呈報基準	
	截至 2019 年 9 月 30 日止九個月	截至 2018 年 9 月 30 日止九個月	截至 2018 年 9 月 30 日止九個月	增加（減少）百分比 2019 年與 2018 年比較	撇除匯兌影響的增加（減少）百分比 2019 年與 2018 年比較 <sup>1</sup>
百萬美元，每股數據除外					
銷售淨額	2,677.2	2,793.9	2,793.9	(4.2)%	(1.2)%
經營溢利 <sup>15</sup>	229.0	324.4	334.9	(29.4)%	(28.0)%
股權持有人應佔溢利 <sup>16</sup>	102.2	143.3	132.8	(28.6)%	(27.7)%
經調整淨收入 <sup>17</sup>	159.0	201.2	189.0	(20.9)%	(19.9)%
經調整 EBITDA <sup>17</sup>	347.4	431.4	414.6	(19.4)%	(17.1)%
經調整 EBITDA 利潤率 <sup>17</sup>	13.0%	15.4%	14.8%		
每股基本盈利 <sup>18</sup> (每股美元)	0.071	0.100	0.093	(28.8)%	(27.9)%
每股攤薄盈利 <sup>18</sup> (每股美元)	0.071	0.099	0.092	(28.3)%	(27.4)%
經調整每股基本盈利 <sup>14</sup> (每股美元)	0.111	0.141	0.132	(21.2)%	(20.1)%
經調整每股攤薄盈利 <sup>14</sup> (每股美元)	0.111	0.140	0.131	(20.6)%	(19.5)%

<sup>15</sup> 截至 2019 年 9 月 30 日止九個月，經營溢利減少 95.3 百萬美元或 29.4%（按不變匯率基準計算則減少 28.0%）至 229.0 百萬美元。經撇除截至 2019 年 9 月 30 日止九個月若干零售點租賃使用權資產和物業、廠房及設備減值的非現金費用以及實施溢利改善措施產生的若干成本，截至 2019 年 9 月 30 日止九個月的經營溢利較去年同期的 334.9 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup> 減少 63.1 百萬美元或 18.8%（按不變匯率基準計算則減少 17.3%）至 271.9 百萬美元。

<sup>16</sup> 截至 2019 年 9 月 30 日止九個月，股權持有人應佔溢利減少 41.0 百萬美元或 28.6%（按不變匯率基準計算則減少 27.7%）至 102.2 百萬美元。經撇除截至 2019 年 9 月 30 日止九個月若干零售點租賃使用權資產和物業、廠房及設備減值的非現金費用以及實施溢利改善措施產生的若干成本及相關稅務影響，截至 2019 年 9 月 30 日止九個月的股權持有人應佔溢利較截至 2018 年 9 月 30 日止九個月的 172.3 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整<sup>3</sup>，並撇除於 2018 年 4 月本集團債務再融資後所撇銷的長期債務遞延融資成本的截至 2018 年 9 月 30 日止九個月非現金費用 53.3 百萬美元及相關稅務影響）減少 30.1 百萬美元或 17.4%（按不變匯率基準計算則減少 16.3%）至 142.2 百萬美元。

<sup>17</sup> 截至 2019 年 9 月 30 日止九個月的經調整淨收入及經調整 EBITDA 的呈報業績與截至 2018 年 9 月 30 日止九個月的「經就 IFRS 第 16 號作出調整」業績<sup>3</sup> 比較得出的按年變動為：

- 經調整淨收入減少 15.8%（按不變匯率基準計算則減少 14.7%）；
- 經調整 EBITDA 減少 16.2%（按不變匯率基準計算則減少 13.7%）；及
- 經調整 EBITDA 利潤率下降 180 個基點。

<sup>18</sup> 每股基本盈利由截至 2018 年 9 月 30 日止九個月的 0.100 美元減少 28.8% 至截至 2019 年 9 月 30 日止九個月的 0.071 美元。每股攤薄盈利由截至 2018 年 9 月 30 日止九個月的 0.099 美元減少 28.3% 至截至 2019 年 9 月 30 日止九個月的 0.071 美元。經撇除截至 2019 年 9 月 30 日止九個月若干零售點租賃使用權資產和物業、廠房及設備減值的非現金費用以及實施溢利改善措施產生的若干成本及相關稅務影響，截至 2019 年 9 月 30 日止九個月的經調整每股基本盈利較去年同期的 0.121 美元減少 17.7% 至 0.099 美元。經撇除上述相同費用及成本，截至 2019 年 9 月 30 日止九個月的經調整每股攤薄盈利較去年同期的 0.120 美元減少 17.1% 至 0.099 美元。截至 2018 年 9 月 30 日止九個月的經調整每股基本盈利及經調整每股攤薄盈利已就 IFRS 第 16 號的影響<sup>3</sup> 作出調整，經撇除於 2018 年 4 月本集團債務再融資後所撇銷的長期債務遞延融資成本的非現金費用 53.3 百萬美元及相關稅務影響。

本集團截至 2019 年 9 月 30 日止三個月表現之詳細討論如下。

## 截至 2019 年 9 月 30 日止三個月

### 銷售淨額

本集團若干主要市場（尤其是美國、南韓、香港本地市場（不包括於澳門及向若干其他亞洲市場分銷商作出的銷售淨額）及智利）的負面因素影響本集團 2019 年第三季度的業績。撇除上述四個市場，由於亞洲的銷售淨額（撇除南韓及香港本地市場銷售淨額）增長 12.0%<sup>1</sup>，歐洲的銷售淨額增長 3.7%<sup>1</sup>，故本集團的銷售淨額仍有 7.2%<sup>1</sup> 的增幅。整體而言，本集團截至 2019 年 9 月 30 日止三個月之銷售淨額較 2018 年同期減少 0.7%<sup>1</sup>。於 2019 年第三季度，不利的外匯兌換產生了約 17.1 百萬美元的負面影響，導致本集團以美元呈報的銷售淨額按年減少 2.5% 至 921.5 百萬美元。

### 按地區劃分的銷售淨額表現

#### 北美洲

本集團截至 2019 年 9 月 30 日止三個月在北美洲的銷售淨額按年減少 7.6%<sup>1</sup> 至 338.8 百萬美元。中美貿易談判的時間及結果持續不明朗、美國於 2018 年 9 月及 2019 年 6 月對來自中國的產品加徵關稅及美國旅遊目的地市場的中國遊客流量減少影響美國市場。由於若干新型個人電子設備延遲發佈等原因導致需求疲弱，影響 Speck 品牌的銷售淨額。此外，本集團決定減少於 eBags 電子商貿網站利潤率偏低的第三方品牌的銷售亦影響美國銷售淨額表現。撇除 eBags 的貢獻，本集團在北美洲的銷售淨額按年減少 5.9%<sup>1</sup>。撇除 eBags 及 Speck 的貢獻，本集團在北美洲的銷售淨額按年減少 4.4%<sup>1</sup>。

#### 亞洲

本集團截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的亞洲銷售淨額按年增長 4.0%<sup>1</sup> 至 333.1 百萬美元。此升幅是受中國（增長 11.2%<sup>1</sup>）、日本（增長 12.4%<sup>1</sup>）及印度（增長 24.8%<sup>1</sup>）按不變匯率基準計算銷售淨額的強勁增長所帶動，惟部分被南韓（減少 14.1%<sup>1</sup>）消費意欲疲弱及香港<sup>19</sup>（減少 21.6%<sup>1</sup>）本地市況欠佳導致銷售淨額減少所抵銷。撇除南韓及香港本地市場的銷售淨額，本集團的亞洲地區銷售淨額按年增長 12.0%<sup>1</sup>。

#### 歐洲

本集團歐洲銷售淨額於 2019 年第三季度錄得 3.7%<sup>1</sup> 增長，達 210.8 百萬美元。歐洲按不變匯率基準計算的銷售淨額增長受法國（增長 6.8%<sup>1</sup>）、德國（增長 3.9%<sup>1</sup>）、俄羅斯（增長 17.6%<sup>1</sup>）及土耳其（增長 15.3%<sup>1</sup>）推動，惟部分被意大利（減少 0.7%<sup>1</sup>）、英國（減少 0.7%<sup>1</sup>）及西班牙（減少 2.9%<sup>1</sup>）因經濟與政治波動加劇導致該等國家的消費意欲疲弱及銷售淨額減少所抵銷。

#### 拉丁美洲

本集團截至 2019 年 9 月 30 日止三個月於拉丁美洲的銷售淨額較去年同期增長 1.1%<sup>1</sup>，主要是由於墨西哥（增加 9.7%<sup>1</sup>）、阿根廷（增加 119.7%<sup>1</sup>）及巴西（增加 1.1%<sup>1</sup>）的銷售淨額增加所致。阿根廷的銷售淨額增加是由於阿根廷當局放寬入口限制導致阿根廷遊客更多在國內消費而非前往智利等鄰國旅遊。該等按不變匯率基準計算的銷售淨額增長部分被智利本地消費意欲疲弱導致銷售淨額減少 3.0%<sup>1</sup> 所抵銷。撇除智利，本集團於拉丁美洲地區的銷售淨額按年增長 2.9%<sup>1</sup>。

<sup>19</sup> 香港所呈報的總銷售淨額包括於香港本地市場、澳門以及對若干其他亞洲市場分銷商錄得的銷售淨額。

表 3：按地區劃分的銷售淨額

地區 <sup>20</sup>	截至 2019 年 9 月 30 日止三個月 百萬美元	截至 2018 年 9 月 30 日止三個月 百萬美元	增加（減少）百分比 2019 年與 2018 年 比較	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 2019 年與 2018 年 比較 <sup>1</sup>
北美洲	338.8	366.8	(7.6)%	(7.6)%
亞洲	333.1	324.2	2.7%	4.0%
歐洲	210.8	213.3	(1.2)%	3.7%
拉丁美洲	38.2	40.2	(5.1)%	1.1%

**按品牌劃分的銷售淨額表現****新秀麗**

2019 年第三季度，儘管美國、南韓、香港本地市場及智利不景氣，*新秀麗* 品牌的銷售淨額仍按年增長 1.0%<sup>1</sup> 至 422.1 百萬美元。除北美洲（減少 6.2%<sup>1</sup>）外，其他所有地區按不變匯率基準計算的銷售淨額均錄得增長：亞洲（增長 5.4%<sup>1</sup>；撇除南韓及香港本地市場則增長 9.4%<sup>1</sup>）、歐洲（增長 3.3%<sup>1</sup>）及拉丁美洲（增長 4.2%<sup>1</sup>）。撇除上述四個市場，*新秀麗* 品牌的銷售淨額按年增長 5.0%<sup>1</sup>。

**Tumi**

*Tumi* 品牌於亞洲（增長 3.6%<sup>1</sup>；撇除南韓及香港本地市場則增長 14.8%<sup>1</sup>）、歐洲（增長 10.5%<sup>1</sup>）及拉丁美洲（增長 13.0%<sup>1</sup>）按不變匯率基準計算的銷售淨額持續增長。由於中國遊客流量減少影響美國旅遊目的地市場的零售銷售淨額，*Tumi* 於北美洲的銷售淨額按年減少 3.8%<sup>1</sup>。總體而言，*Tumi* 品牌截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額按年增長 0.6%<sup>1</sup> 至 182.8 百萬美元。撇除美國、南韓及香港本地市場，*Tumi* 品牌的銷售淨額按年增長 12.0%<sup>1</sup>。

**American Tourister**

於 2019 年第三季度，*American Tourister* 品牌錄得銷售淨額 170.7 百萬美元，按年增長 4.3%<sup>1</sup>，全部區域均有所增長，其中亞洲增長 5.7%<sup>1</sup>（撇除南韓及香港本地市場則增長 20.3%<sup>1</sup>）、歐洲增長 1.9%<sup>1</sup>、北美洲增長 1.6%<sup>1</sup> 及拉丁美洲增長 7.7%<sup>1</sup>。撇除美國、南韓、香港本地市場及智利，*American Tourister* 品牌的銷售淨額按年增長 13.2%<sup>1</sup>。

**Speck、High Sierra 及 Gregory**

2019 年第三季度，由於若干新型個人電子設備延遲發佈等原因導致需求疲弱，*Speck* 品牌的銷售淨額減少 14.1%<sup>1</sup>。由於日本市場持續增長強勁，*Gregory* 品牌的銷售淨額按年增長 21.3%<sup>1</sup>。*High Sierra* 品牌的銷售淨額按年增長 3.3%<sup>1</sup>。

<sup>20</sup> 本集團銷售淨額的地域位置分佈一般反映出售產品的國家／地區，並不一定為終端消費者實際所在的國家／地區。

表 4：按品牌劃分的銷售淨額

品牌	截至 2019 年 9 月 30 日止三個月 百萬美元	截至 2018 年 9 月 30 日止三個月 百萬美元	增加（減少）百分比 2019 年與 2018 年 比較	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 2019 年與 2018 年 比較 <sup>1</sup>
<i>新秀麗</i>	422.1	428.5	(1.5)%	1.0%
<i>Tumi</i>	182.8	183.2	(0.2)%	0.6%
<i>American Tourister</i>	170.7	166.8	2.3%	4.3%
<i>Speck</i>	44.2	51.5	(14.1)%	(14.1)%
<i>Gregory</i>	18.0	14.8	22.2%	21.3%
<i>High Sierra</i>	14.9	14.5	2.3%	3.3%
其他 <sup>21</sup>	68.8	85.9	(20.0)%	(18.2)%

### 按分銷渠道劃分的表現

本集團繼續專注發展直接面向消費者（「DTC」）電子商貿，同時放緩實體零售店擴張的步伐。撇除 eBags 的貢獻，於 2019 年第三季度，本集團 DTC 電子商貿銷售淨額增長 15.0%<sup>1</sup>（美國 eBags 電子商貿網站的銷售淨額因本集團持續致力減少若干低利潤第三方品牌而受到影響）。整體而言，本集團 DTC 電子商貿銷售淨額按年減少 0.4%<sup>1</sup>。

2019 年第三季度 DTC 零售渠道的銷售淨額按年減少 0.3%<sup>1</sup>，主要是由於按不變匯率基準計算的同店零售銷售淨額<sup>22</sup>按年減少 3.6%所致。按不變匯率基準計算的同店銷售淨額減少是由於北美洲銷售淨額因美國旅遊目的地市場的中國遊客流量下跌而減少 7.2%；及亞洲銷售淨額因南韓及香港嚴峻的市場狀況而減少 2.4%所致。2019 年第三季度，歐洲按不變匯率基準計算的同店銷售淨額略微減少 0.9%，而拉丁美洲則增長 1.1%。

本集團於 2019 年繼續有節制地開設新店。本集團於 2019 年第三季度淨增設 7 家新自營零售店，致使於 2019 年 9 月 30 日的自營零售店總數為 1,285 家，而於 2018 年 9 月 30 日的自營零售店總數則為 1,236 家。

截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，撇除 eBags 的貢獻，本集團 DTC 渠道銷售淨額按年增長 2.3%<sup>1</sup>。2019 年第三季度，DTC 分銷渠道的總銷售淨額按年減少 0.4%<sup>1</sup>至 341.7 百萬美元，佔本集團銷售淨額的 37.1%，而 2018 年同期則為 36.9%。

2019 年第三季度的批發渠道銷售淨額較 2018 年同期減少 0.9%<sup>1</sup>，主要是由於北美洲及南韓減少所致。撇除上述兩個市場，批發銷售淨額按年增長 4.9%<sup>1</sup>。

### 毛利

本集團截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的毛利率由去年同期的 57.4%下降至 55.7%，主要由於 2019 年第二季度末美國對中國商品加徵第二輪關稅。本集團毛利率亦受到銷售組合、歐洲原材料成本上升及若干市場銷售推廣增加的負面影響。因銷售額及毛利率下降，截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，毛利由 2018

<sup>21</sup> 「其他」包括 Kamiliant、Lipault、Hartmann、eBags、Saxoline、Xtrem 及 Secret 等本集團若干其他自有品牌，以及透過 Rolling Luggage、Chic Accent 零售店及 eBags 電子商貿網站出售的第三方品牌。

<sup>22</sup> 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 個月的現有自營零售店。



## 即時發佈

年同期的 542.9 百萬美元減少 29.4 百萬美元或 5.4%至 513.5 百萬美元。本集團將繼續為美國市場豐富採購來源，並與供應商重新協商定價，以應對近期美國加徵關稅並維持高品質標準。

### 經營溢利

截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，分銷開支由 2018 年同期的 305.9 百萬美元（佔銷售淨額 32.4%）減少 2.3 百萬美元或 0.8%至 303.6 百萬美元（佔銷售淨額 33.0%）。分銷開支佔銷售淨額百分比上升，主要是由於投資於 DTC 分銷渠道（尤其是 2017 年及 2018 年上半年增設實體零售店），加上銷售淨額按年減少所致。

截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，本集團的營銷開支為 45.4 百萬美元，而 2018 年同期為 55.7 百萬美元。2019 年第三季度的營銷開支佔銷售淨額百分比由 2018 年同期的 5.9%減少 100 個基點至 4.9%。2019 年第三季度，本集團暫時減少廣告開支，以緩解若干市場不景氣造成的盈利壓力。我們針對性地執行削減開支措施，以確保繼續支持我們的增長計劃，包括 Tumi 品牌的進一步國際擴張、DTC 電子商貿增長策略及計劃推出的新產品。

本集團繼續評估零售店組合及實施溢利改善措施。因此，截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，本集團確認與不盈利零售點的租賃使用權資產及店舖固定資產和預計關閉部分該等店舖相關的非現金減值費用共計 2.5 百萬美元<sup>23</sup>。本集團亦產生 2019 年第三季度實施溢利改善措施的若干成本共計 0.8 百萬美元。

截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，本集團的經營溢利按年減少 17.6 百萬美元或 14.3%至 104.9 百萬美元。

撇除上述 2019 年第三季度的非現金減值費用及實施溢利改善措施的成本，本集團的經營溢利由去年同期的 126.6 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup>減少 18.3 百萬美元或 14.5%至 108.3 百萬美元。

### 財務費用淨額

截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的財務費用淨額較去年同期的 19.2 百萬美元增加 7.1 百萬美元或 36.9%至 26.3 百萬美元，是由於自採納 IFRS 第 16 號起租賃負債的利息開支 7.6 百萬美元所致。

截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，財務費用淨額較 2018 年同期的 27.4 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup>減少 1.1 百萬美元或 4.1%至 26.3 百萬美元。

### 股權持有人應佔溢利

截至 2019 年 9 月 30 日止三個月，本集團股權持有人應佔溢利由去年同期的 75.5 百萬美元減少 22.3 百萬美元或 29.6%至 53.0 百萬美元。

撇除截至 2019 年 9 月 30 日止三個月若干零售點租賃使用權資產和物業、廠房及設備減值的非現金費用以及實施溢利改善措施的若干成本（已扣除相關稅務影響），截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的本集團股權持有人應佔溢利由 2018 年同期的 72.4 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup>減少 16.2 百萬美元或 22.4%至 56.1 百萬美元。

<sup>23</sup> 基於評估截至 2019 年 9 月 30 日止三個月錄得虧損的店舖及由於遊客流量減少及表現不佳預計關閉部分該等店舖，本集團認為若干租賃使用權資產和若干物業、廠房及設備於 2019 年 9 月 30 日的賬面值超過各自的可收回金額。本集團確認 2019 年第三季度的非現金減值費用共計 2.5 百萬美元，入賬至本集團綜合收益表「物業、廠房及設備和租賃使用權資產減值」項目一欄。非現金減值費用包括撇銷有關該等店舖的租賃使用權資產 1.8 百萬美元（因採用 IFRS 第 16 號而於近期確認）及該等店舖的物業、廠房及設備減值 0.7 百萬美元。

### 經調整 EBITDA 及經調整淨收入

截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的本集團經調整 EBITDA 減少 20.6 百萬美元或 13.3%至 133.9 百萬美元，而經調整 EBITDA 利潤率按年下降 190 個基點至 14.5%。此減幅主要是由於毛利率下降、銷售淨額減少及投資於 DTC 分銷渠道（尤其是 2017 年及 2018 年增設實體零售店）的影響所致。基於上述因素，2019 年第三季度的本集團經調整淨收入減少 19.4 百萬美元或 23.8%至 62.0 百萬美元。

撇除 IFRS 第 16 號<sup>3</sup>的影響，截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的本集團經調整 EBITDA 由去年同期的 149.6 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup>減少 15.6 百萬美元或 10.4%至 133.9 百萬美元。2019 年第三季度的經調整 EBITDA 利潤率為 14.5%，而 2018 年同期則為 15.8%（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup>。截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的本集團經調整淨收入由 2018 年同期的 77.8 百萬美元（經就 IFRS 第 16 號的影響作出調整）<sup>3</sup>減少 15.7 百萬美元或 20.2%至 62.0 百萬美元。

### 2019 年第三季度業績 — 分析員及投資者電話會議：

日期： 2019 年 11 月 14 日（星期四）

時間： 08:30 紐約／13:30 倫敦／21:30 香港

網絡直播鏈接：[http://webcast.live.wisdomir.com/samsonite\\_19q3/index\\_en.php](http://webcast.live.wisdomir.com/samsonite_19q3/index_en.php)

— 完 —

### 關於新秀麗

新秀麗國際有限公司（「新秀麗」或「本公司」，連同其綜合附屬公司統稱為「本集團」）是全球最大的旅行箱公司，擁有逾 100 年悠久歷史。本集團主要在全球從事設計、製造、採購及分銷行李箱、商務包及電腦包、女士手袋、戶外包及休閒包、旅遊配件以及個人電子設備纖薄保護殼，旗下經營的品牌主要包括 *新秀麗*<sup>®</sup>、*Tumi*<sup>®</sup>、*American Tourister*<sup>®</sup>、*Speck*<sup>®</sup>、*High Sierra*<sup>®</sup>、*Gregory*<sup>®</sup>、*Lipault*<sup>®</sup>、*Kamiliant*<sup>®</sup>、*Hartmann*<sup>®</sup>及 *eBags*<sup>®</sup> 品牌以及其他自有及獲授權的品牌。本公司的普通股於香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）主板上市。

### 若有垂詢，請聯絡：

#### 新秀麗國際有限公司 — 香港分公司

虞瑋麟

電話：+852 2422 2611

傳真：+852 2480 1808

電郵：[william.yue@samsonite.com](mailto:william.yue@samsonite.com)

壽而斌

電話：+852 2945 6278

傳真：+852 2480 1808

電郵：[helena.sau@samsonite.com](mailto:helena.sau@samsonite.com)

#### 安達信顧問（Artemis Associates）

Diana Footitt

電話：+852 2861 3488

手機：+852 9183 0667

電郵：

[diana.footitt@artemisassociates.com](mailto:diana.footitt@artemisassociates.com)

Liz Kenyon

電話：+852 2861 3285

手機：+852 6908 7578

電郵：

[liz.kenyon@artemisassociates.com](mailto:liz.kenyon@artemisassociates.com)

Bowen Chui

電話：+852 2861 3222

手機：+852 9783 0643

電郵：

[bowen.chui@artemisassociates.com](mailto:bowen.chui@artemisassociates.com)

#### 美國 — Joele Frank, Wilkinson Brimmer Katcher

Michael Freitag

+1 212 355 4449

電郵：[Samsonite-JF@joelefrank.com](mailto:Samsonite-JF@joelefrank.com)

Tim Ragonas

+1 212 355 4449

Ed Trissel

+1 212 355 4449

## 即時發佈

### 英國 — Newgate Communications

Andrew Adie

+44 20 7680 6556

Clotilde Gros

+44 20 7680 6522

+44 789 9790 749

Jessica Hodson-Walker

+44 20 7680 6538

+44 7471 215 781

電郵：[samsonite@newgatecomms.com](mailto:samsonite@newgatecomms.com)

### 非 IFRS 財務計量工具

本公司於本新聞稿呈列若干非 IFRS 財務計量工具，乃因上述各財務計量工具提供更多資料，管理層相信有利於證券分析員、投資者及其他相關利益團體更全面了解本集團的經營表現及影響其業務的趨勢。本文所計算的此等非 IFRS 財務計量工具未必可與其他公司所使用類似命名的計量工具進行比較，且不應被視為可比較的 IFRS 財務計量工具。有關本集團非 IFRS 財務資料的對賬，請參閱本公司相應期間刊發的相關公告／報告。非 IFRS 財務計量工具作為一項分析工具有其局限性，不應被視為獨立於或代替本集團根據 IFRS 所呈報的財務業績的分析。

### 前瞻性陳述

本新聞稿包含前瞻性陳述。除關於過往事實的陳述外，本新聞稿所載所有陳述，包括但不限於本集團業務策略的探討及對未來營運、利潤率、盈利能力、流動資金及資本資源的預期，本集團行業的未來發展及本集團主要市場整體經濟的未來發展，以至之前、之後或其中含有詞彙及措辭如「預期」、「尋求」、「相信」、「計劃」、「擬」、「估計」、「預測」、「預計」、「可能」、「將」、「會」及「或許」或類似詞彙或陳述的任何陳述，在與本集團或其管理層相關的情況下，均為前瞻性陳述。

此等陳述受若干已知及未知風險、不確定因素及假設所影響，可能導致本集團的實際業績、表現或成就，與此等前瞻性陳述所明示或暗示的任何未來業績、表現或成就產生重大差異。因此，閣下不應過分倚賴任何前瞻性訊息。

在適用法律、規則及法規要求的規限下，不論由於新增資訊、未來事件或發展或其他因素，本集團均無且不會承擔更新或另行修訂本新聞稿的前瞻性陳述的責任。本新聞稿中，有關本集團意向的陳述或提述均於本新聞稿刊發日期作出。任何該等意向可能會隨日後的發展而改變。上述警告聲明適用於本新聞稿所載所有前瞻性陳述。

### 約整

本新聞稿中若干數據已向上或向下約整。因此，表格中個別金額的實際總數與所示總數之間、本新聞稿表格中的數據與相應分析部分中所提供的數據之間以及本新聞稿中的數據與其他公開文件中的數據之間可能存在差異。所有小計、總計、百分比及其他主要數據乃使用整數美元的基礎數據計算得出。