

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分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



SAMSONITE GROUP S.A.

新秀麗集團有限公司

13-15 avenue de la Liberté, L-1931 Luxembourg

R.C.S. LUXEMBOURG: B 159.469

(於盧森堡註冊成立之有限公司)

(股份代號：1910)

截至 2026 年 3 月 31 日止期間之季度業績公告

新秀麗集團有限公司（連同其綜合附屬公司統稱為「本公司」或「我們」）董事會欣然呈列本集團於 2026 年 3 月 31 日以及截至該日止三個月期間之未經審計綜合財務及業務回顧，連同截至 2025 年 3 月 31 日止三個月期間之比較數字。本公告是根據《證券及期貨條例》第 XIVA 部內幕消息條文及《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》第 13.09(2)(a)條作出。

免責聲明

非 IFRS 財務計量工具

我們於經營業績及財務摘要以及財務狀況及經營業績的管理層討論與分析呈列若干非 IFRS⁽¹⁾財務計量工具，因上述各計量工具提供更多資訊，管理層相信有利於證券分析員、投資者及其他利益相關方更全面了解我們的經營表現及影響我們業務的趨勢。本報告所計算的此等非 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，且不應被視為可與 IFRS 財務計量工具比較的計量工具。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我們根據 IFRS 會計準則所呈報的財務業績的分析。有關非 IFRS 財務計量工具的描述及對賬，請參閱財務狀況及經營業績的管理層討論與分析一節的「非 IFRS 財務計量工具」。

關於前瞻性陳述的特別說明

本報告包含涉及重大風險及不確定因素的前瞻性陳述。在部分情況下，閣下通過使用「旨在」、「預計」、「相信」、「承諾」、「繼續」、「或許」、「估計」、「預期」、「預測」、「未來」、「擬」、「可能」、「也許」、「正在進行」、「機會」、「計劃」、「定位」、「潛在」、「預估」、「預算」、「策略」、「目標」、「趨勢」、「將」、「會」等詞彙或該等詞彙的否定形式或其他旨在識別未來陳述的相若詞彙識別前瞻性陳述。該等陳述涉及已知及未知風險、不確定因素及其他重要因素，可能導致我們的實際業績、表現或成果與前瞻性陳述表達或暗示的資料有重大差異。本報告所載的前瞻性陳述及意見乃根據我們於本報告日期所得的資料作出，而我們相信相關資料構成該等陳述的合理依據，但相關資料可能有限或不完整，且我們的陳述不應被解讀為表明已對所有潛在可用的相關資料進行詳盡的調查或審查。本報告所載的前瞻性陳述包括但不限於以下陳述：

- 我們品牌的實力與定位及保持品牌及產品吸引力的能力；
- 我們實施增長策略、擴大產品組合及市場覆蓋範圍的能力，包括時尚箱包⁽²⁾類別；
- 我們的市場機遇及我們增加在存在強大增長潛力的成熟市場的銷售額及更加深入地滲透進新興市場的能力；
- 我們管理渠道組合及執行多渠道策略的能力；
- 我們直接面向消費者（「DTC」）渠道的業績，包括成功擴張自營零售門市及電子商貿平台；
- 旅遊業趨勢，特別是航空旅遊業對我們業務的影響；
- 我們的平台及其他競爭優勢以及我們經營所在的競爭環境；
- 我們對創新設計及可持續性的專注，以及我們在此基礎上使產品脫穎而出的能力；
- 我們根據當地市場偏好量身定製品牌及產品策略的能力；
- 我們的財務狀況，包括經營槓桿效益及利潤率，以及經營模式的彈性；
- 我們獲得經營現金、投資業務及向股東提供資本回報的能力；
- 我們的內部設計、開發及製造能力；
- 我們擴大品牌組合的能力；
- 我們的營銷及廣告策略以及我們營銷開支的長期預期增長；
- 我們繼續投入物業、廠房及設備以升級及擴充零售店群的意向；
- 我們於未來十二個月及未來期間的財務狀況，包括我們現有及估計的現金流量、營運資金及融資獲取情況；
- 我們管理團隊的能力及我們挽留該管理團隊的能力；
- 我們管理原材料供應及成本的能力；
- 我們採購及分銷模式的優勢及管理存貨的能力；
- 我們與第三方供應商、製造商、分銷、批發及特許經營合作夥伴之間關係的穩固性；
- 我們的第三方供應商、製造商及其他合作夥伴的業績、財務狀況及能力；
- 我們應對全球整體經濟狀況的能力及宏觀經濟因素對我們業務的影響；
- 我們經營所在或採購商品的外國經濟及政治狀況，包括地區衝突（例如伊朗及中東其他地區的持續衝突）所造成的直接及間接影響；
- 關稅及其他貿易政策變動對全球宏觀經濟和地緣政治狀況及我們的業務所產生的影響，以及我們應對有關變動的能力；
- 外匯波動對我們業務的影響；
- 我們的可持續發展承諾；
- 氣候變化及環境、社會及管治（「ESG」）相關事宜，以及法律、監管或市場應對措施；

- 全球法律法規的變化，包括廣告、材料、制裁、貿易政策、稅收、關稅、進出口法規、競爭法規及美國、歐盟、中華人民共和國（「中國」）及其他司法權區與隱私、數據安全及數據保護有關的法律，及我們遵守該等法律法規的能力；及
- 我們保護我們品牌、設計、物料及技術知識產權的能力。

實際事件或結果可能與前瞻性陳述所述內容有所不同。因此，閣下不應將前瞻性陳述作為對未來事件的預測而加以依賴。本報告所載的前瞻性陳述主要基於我們當前對未來事件及趨勢的預期及預算，我們認為該等事件及趨勢或會影響我們的業務、財務狀況、經營業績、前景、策略及財務需求。該等前瞻性陳述所述事件的結果受風險、不確定因素、假設及其他因素的影響，包括（其中包括）與以下各項有關的風險：消費者支出及整體經濟狀況的影響；對旅遊業，特別是航空旅遊業的不利影響，包括由於地緣政治事件影響；我們品牌影響力的任何惡化，或我們無法發展該等品牌；我們無法進行國際擴張或成功維持與當地分銷及批發合作夥伴的關係；我們經營所在的競爭環境；我們無法維持銷售及分銷渠道網絡或有效管理存貨；我們無法發展數字化分銷渠道及執行電子商貿策略；我們無法成功推廣零售門市；我們的批發客戶群的惡化或合併；我們批發客戶群的財務狀況；我們無法維持或提升營銷地位；我們無法有效應對市場趨勢及消費者喜好的變化；我們聲譽受損；我們的產品存在製造或設計缺陷，或產品因其他原因無法通過我們或批發客戶的驗收；退貨及保修索賠對我們業務的影響；我們無法在維持核心消費者忠誠度的同時吸引新消費者；我們無法充分監督轄下的分權業務；我們無法吸引及挽留優秀及合資格的僱員、經理及行政人員；我們倚賴現有管理層成員及核心僱員；我們無法精準預測存貨及營運資金需要；我們的製造、倉儲及分銷業務受到干擾；我們對第三方製造商及供應商的依賴；政府法律法規及相關變動及不確定性（包括關稅及貿易戰、出口管制、制裁）及其他法規對我們業務的影響；我們未能遵守美國及外國有關隱私、數據安全及數據保護的法律；我們須遵守的複雜且不斷變化的全球法律法規；我們未能遵守環境、健康及安全法律法規或環境、社會及管治或可持續發展相關法規，或根據該等法律法規須承擔責任；我們未能滿足監管機關及持份者有關可持續發展相關事宜的要求及期望；法律訴訟及監管事項的影響；我們須遵守的複雜稅收制度，包括審核、調查及其他訴訟，以及相關稅收制度的變更；我們的會計政策、估計及判斷、會計準則或我們會計政策變更的影響；及我們的 2025 年年報中「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析—風險因素」一節所述的風險。

前段及所列各項並非旨在詳述我們的所有前瞻性陳述或相關風險。本報告所載的前瞻性陳述僅提述於本報告日期的情況。有關可能導致我們實際業績與我們的前瞻性陳述中表達或暗示的業績存在重大差異的重要因素的討論，閣下應參考我們的 2025 年年報中「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析—風險因素」一節。此外，我們在競爭激烈、瞬息萬變的環境中營運。新風險及不確定因素不時出現，且我們無法預測可能影響本報告所載前瞻性陳述的所有風險及不確定因素。前瞻性陳述中反映的結果、事件及情況可能無法實現或發生，且實際結果、事件或情況可能與前瞻性陳述中所述內容有重大差異。鑒於該等前瞻性陳述存在重大不確定因素，閣下不應將該等陳述視為我們或任何其他人士對我們將在任何指定時間內達成目標與計劃或根本無法達成目標與計劃的陳述或保證。除法律所規定外，我們概無任何責任因新增資訊、未來事件或其他情況而公開更新任何前瞻性陳述。

此外，「我們相信」的陳述及類似陳述反映我們對相關主題的信念及意見。該等陳述乃根據我們於本報告日期所得的資料作出。儘管我們相信相關資料為該等陳述提供了合理的依據，但相關資料可能有限或不完整。我們的陳述不應被解讀為表明我們已對所有相關資料進行詳盡的調查或審查。該等陳述存在固有的不確定因素，及投資者不應過度依賴該等陳述。

閣下閱讀本報告時應了解我們的實際未來業績可能與我們目前所預期者有重大差異。我們實際上可能無法實現我們前瞻性陳述中所表達的計劃、意圖或期望，閣下不應過度依賴有關前瞻性陳述。

約整

除另有說明外，本報告中若干金額已向上或向下約整至最接近的十萬位。因此，部分表格中顯示為總數的數值可能並非其之前數字的算術總和。就本報告所載財務資料而言，破折號（「—」）表示相關數字無法取得、不適用或為零；而零（「0.0」）表示相關數字可取得，但已約整為零。因此，表格中個別金額的實際總數與所示總數之間、本報告表格中的金額與相應分析部分中所提供的金額之間以及本報告的金額與其他公開報告中的金額之間可能存在差異。所有百分比及主要數據是使用整數美元的基礎數據計算得出。

註釋

- (1) 國際會計準則理事會（「IASB」）頒佈的國際財務報告準則（「IFRS」）會計準則。
- (2) 時尚箱包類別（前稱非旅遊產品類別）包括商務包、休閒包及背包、配件及其他產品。

經營業績及財務摘要

經營業績

截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月

下表概述截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月的綜合財務業績：

(以百萬美元呈列，每股數據除外)	截至 3 月 31 日止三個月		增加(減少) 百分比
	2026 年	2025 年	
銷售淨額 ⁽¹⁾	829.1	796.6	4.1 %
毛利	489.0	473.1	3.4 %
毛利率	59.0 %	59.4 %	
經營溢利	91.3	109.5	(16.7)%
期內溢利	37.7	55.2	(31.6)%
股權持有人應佔溢利	32.2	48.2	(33.2)%
經調整淨收入 ⁽²⁾	36.5	52.0	(29.7)%
經調整 EBITDA ⁽³⁾	109.0	127.6	(14.6)%
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁴⁾	13.1 %	16.0 %	
經營活動所得現金淨額	85.4	8.5	<i>nm</i>
經調整自由現金流量 ⁽⁵⁾	27.3	(41.2)	<i>nm</i>
每股基本盈利 (以每股美元呈列)	0.023	0.035	(32.9)%
每股攤薄盈利 (以每股美元呈列)	0.023	0.034	(33.0)%
經調整每股基本盈利 ⁽⁶⁾ (以每股美元呈列)	0.026	0.037	(29.3)%
經調整每股攤薄盈利 ⁽⁶⁾ (以每股美元呈列)	0.026	0.037	(29.5)%

註釋

- 截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，銷售淨額為 829.1 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 796.6 百萬美元按年增加 4.1%（按不變匯率基準計算則增加 0.4%）。按不變匯率基準計算呈列的銷售淨額業績為非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。
- 經調整淨收入為非 IFRS 財務計量工具，其撇除影響我們呈報的股權持有人應佔溢利的多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用（連同其各自的稅項影響）的影響，我們相信其有助證券分析員、投資者及其他利益相關方更全面了解我們的相關財務表現。有關我們股權持有人應佔溢利與經調整淨收入的對賬，請參閱財務狀況及經營業績的管理層討論與分析－經調整淨收入。
- 未計利息、稅項、折舊及無形資產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。經調整 EBITDA 包括 IFRS 第 16 號租賃（「IFRS 第 16 號」）項下租賃利息及攤銷開支，以便計入經營租金開支。我們相信該等計量工具會提供更多資訊，有利於更全面了解其經營表現及其業務的相關趨勢。有關我們期內溢利與經調整 EBITDA 的對賬，請參閱「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析－經調整 EBITDA」。
- 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。
- 經調整自由現金流量（一項非 IFRS 財務計量工具）定義為經營活動所得現金淨額減去(i)購置物業、廠房及設備以及採購軟件費用（「資本開支總額」）及(ii)租賃負債的本金付款（分別如簡明綜合現金流量表所載）。
- 經調整每股基本及攤薄盈利均為非 IFRS 財務計量工具，是以經調整淨收入分別除以每股基本及攤薄盈利計算所用的加權平均股份數目計算所得。

nm 無意義。

財務摘要

- 截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們的銷售淨額為 829.1 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 796.6 百萬美元增加 32.4 百萬美元或 4.1%（按不變匯率基準計算則增長 0.4%）。按不變匯率基準計算的銷售淨額按年改善，主要是由於(i) DTC 渠道；(ii)核心品牌（尤其是新秀丽品牌）；及(iii)時尚箱包類別的銷售淨額增加。該等增幅部分被伊朗及中東其他地區衝突的持續影響及北美洲的銷售淨額按年下滑所抵銷。此外，美元貶值對所呈報的銷售淨額按年增長產生正面影響。
- 截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的毛利率為 59.0%，而截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的毛利率則為 59.4%，反映了我們在各品牌、渠道及產品類別上的嚴謹執行力。
- 截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的營銷開支為 47.5 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 42.1 百萬美元增加 5.4 百萬美元或 12.8%。按銷售淨額百分比計算，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，營銷開支佔銷售淨額 5.7%，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 5.3%上升 40 個基點，符合增加投資以加強並提升本公司以消費者為中心的標誌性品牌知名度的策略，從而推動未來增長。
- 截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的經營溢利為 91.3 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 109.5 百萬美元減少 18.3 百萬美元或 16.7%，主要是由於分銷及營銷開支增加，但部分毛利按年增加所抵銷。
- 截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的經調整 EBITDA（一項非 IFRS 財務計量工具）為 109.0 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 127.6 百萬美元減少 18.6 百萬美元或 14.6%，主要是由於經營溢利按年下降所致。
- 截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的經調整 EBITDA 利潤率（一項非 IFRS 財務計量工具）為 13.1%，而截至 2025 年 3 月 31 日止三個月則為 16.0%。
- 截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的經調整淨收入（一項非 IFRS 財務計量工具）為 36.5 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 52.0 百萬美元減少 15.4 百萬美元或 29.7%。
- 截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的經營活動所得現金淨額為 85.4 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 8.5 百萬美元增加 76.9 百萬美元，主要由於營運資金淨額實現按年利好變動及已付所得稅按年減少。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的經調整自由現金流量（一項非 IFRS 財務計量工具）為 27.3 百萬美元，而截至 2025 年 3 月 31 日止三個月則為(41.2)百萬美元。
- 截至 2026 年 3 月 31 日，我們的現金及現金等價物為 670.4 百萬美元，未償還金融債務為 1,740.4 百萬美元（撇除遞延融資成本 18.2 百萬美元），導致淨債務為 1,070.1 百萬美元，而截至 2025 年 12 月 31 日的淨債務則為 1,098.9 百萬美元。
- 截至 2026 年 3 月 31 日，流動資金總額⁽¹⁾為 1,510.9 百萬美元，而截至 2025 年 12 月 31 日則為 1,489.8 百萬美元。
- 於 2026 年 5 月 13 日，我們宣佈一項 50 百萬美元的股份回購計劃，讓我們可按市場狀況及資本配置重點伺機購回股份。

註釋

(1) 流動資金總額按簡明綜合財務狀況表內的現金及現金等價物，加上就循環信貸融通項下可獲得的融資額兩者總和計算。

簡明綜合收益表（未經審計）

	截至 3 月 31 日止三個月	
	2026 年	2025 年
<i>(以百萬美元呈列，每股數據除外)</i>		
銷售淨額	829.1	796.6
銷售成本	(340.1)	(323.6)
毛利	489.0	473.1
分銷開支	(284.3)	(256.5)
營銷開支	(47.5)	(42.1)
一般及行政開支	(62.2)	(61.1)
其他開支淨額	(3.7)	(3.8)
經營溢利	91.3	109.5
財務收入	1.9	2.6
財務費用	(33.1)	(32.4)
財務費用淨額	(31.3)	(29.8)
除所得稅前溢利	60.0	79.8
所得稅開支	(22.3)	(24.6)
期內溢利	37.7	55.2
股權持有人應佔溢利	32.2	48.2
非控股權益應佔溢利	5.6	7.0
期內溢利	37.7	55.2
每股盈利 <i>(以每股美元呈列)</i> ：		
每股基本盈利	0.023	0.035
每股攤薄盈利	0.023	0.034

簡明綜合全面收益表（未經審計）

(以百萬美元呈列)	截至 3 月 31 日止三個月	
	2026 年	2025 年
期內溢利	37.7	55.2
其他全面收益（虧損）：		
其後會或可能重新分類至損益之項目：		
對沖之公允價值變動（除稅後）	3.9	(1.4)
境外業務外幣匯兌（虧損）收益	(7.5)	4.9
其他全面（虧損）收益	(3.6)	3.5
期內全面收益總額	34.1	58.7
股權持有人應佔全面收益總額	30.7	52.1
非控股權益應佔全面收益總額	3.4	6.6
期內全面收益總額	34.1	58.7

簡明綜合財務狀況表

(以百萬美元呈列)	(未經審計)	
	2026年3月31日	2025年12月31日
非流動資產		
物業、廠房及設備	285.5	295.6
租賃使用權資產	577.7	579.9
商譽	826.8	828.7
其他無形資產	1,493.2	1,497.3
遞延稅項資產	159.2	165.8
其他資產及應收款項	48.2	49.9
非流動資產總額	3,390.5	3,417.3
流動資產		
存貨	638.5	639.7
應收賬款及其他應收款項	343.6	354.7
預付費用及其他資產	98.3	97.9
現金及現金等價物	670.4	649.3
流動資產總額	1,750.9	1,741.6
資產總額	5,141.4	5,158.9
權益及負債		
權益：		
股本	14.7	14.7
儲備	1,616.9	1,586.0
股權持有人應佔權益總額	1,631.5	1,600.6
非控股權益	71.3	69.1
權益總額	1,702.9	1,669.7
非流動負債		
貸款及借款	1,649.0	1,661.1
租賃負債	466.5	473.5
僱員福利	19.5	17.7
非控股權益認沽期權	98.9	100.7
遞延稅項負債	184.4	177.4
其他負債	11.1	8.8
非流動負債總額	2,429.4	2,439.3
流動負債		
流動貸款及借款	73.3	68.0
租賃負債的即期部分	170.2	165.6
僱員福利	89.1	105.5
應付賬款及其他應付款項	644.9	672.4
即期稅項負債	31.7	38.4
流動負債總額	1,009.1	1,049.9
負債總額	3,438.5	3,489.2
權益及負債總額	5,141.4	5,158.9
流動資產淨額	741.8	691.7
資產總額減流動負債	4,132.3	4,109.0

簡明綜合權益變動表（未經審計）

(以百萬美元呈列，股份數目除外)	儲備							股權持有人 應佔權益總 額	非控股權益	權益總額
	股份數目	股本	額外繳入 股本	庫存股份儲 備	換算儲備	其他儲備	保留盈利			
截至 2026 年 3 月 31 日止三個月										
於 2026 年 1 月 1 日的結餘	1,386,935,037	14.7	1,162.6	(200.5)	(90.7)	92.8	621.9	1,600.6	69.1	1,669.7
期內溢利	—	—	—	—	—	—	32.2	32.2	5.6	37.7
其他全面收益（虧損）：										
對沖之公允價值變動（除稅後）	—	—	—	—	—	3.9	—	3.9	0.0	3.9
境外業務外幣匯兌虧損	—	—	—	—	(5.3)	—	—	(5.3)	(2.2)	(7.5)
期內全面收益（虧損）總額	—	—	—	—	(5.3)	3.9	32.2	30.7	3.4	34.1
直接計入權益的與擁有人的交易：										
以股份支付的薪酬開支	—	—	—	—	—	0.2	—	0.2	—	0.2
行使購股權	4,584	0.0	0.0	—	—	0.0	—	0.0	—	0.0
向非控股權益派付股息	—	—	—	—	—	—	—	—	(1.2)	(1.2)
於 2026 年 3 月 31 日的結餘	1,386,939,621	14.7	1,162.6	(200.5)	(96.1)	96.8	654.0	1,631.5	71.3	1,702.9

簡明綜合權益變動表（未經審計）（續）

(以百萬美元呈列，股份數目除外)	儲備							股權持有人 應佔權益總 額	非控股權益	權益總額
	股份數目	股本	額外繳入 股本	庫存股份儲 備	換算儲備	其他儲備	保留盈利			
截至 2025 年 3 月 31 日止三個月										
於 2025 年 1 月 1 日的結餘	1,399,607,499	14.6	1,150.9	(157.6)	(114.2)	99.6	482.9	1,476.2	68.8	1,545.0
期內溢利	—	—	—	—	—	—	48.2	48.2	7.0	55.2
其他全面收益（虧損）：										
對沖之公允價值變動（除稅後）	—	—	—	—	—	(1.4)	—	(1.4)	(0.0)	(1.4)
境外業務外幣匯兌收益（虧損）	—	—	—	—	5.3	—	—	5.3	(0.4)	4.9
期內全面收益（虧損）總額	—	—	—	—	5.3	(1.4)	48.2	52.1	6.6	58.7
直接計入權益的與擁有人的交易：										
以股份支付的薪酬開支	—	—	—	—	—	3.3	—	3.3	—	3.3
行使購股權	147,384	0.0	0.4	—	—	(0.1)	—	0.3	—	0.3
庫存股份回購	(16,690,800)	—	—	(42.9)	—	—	—	(42.9)	—	(42.9)
向非控股權益派付股息	—	—	—	—	—	—	—	—	(1.3)	(1.3)
於 2025 年 3 月 31 日的結餘	1,383,064,083	14.6	1,151.3	(200.5)	(108.9)	101.5	531.1	1,489.1	74.0	1,563.1

簡明綜合現金流量表（未經審計）

	截至 3 月 31 日止三個月	
	2026 年	2025 年
<i>(以百萬美元呈列)</i>		
經營活動之現金流量：		
期內溢利	37.7	55.2
作出調整以將期內溢利與經營活動（所用）所得現金淨額進行對賬：		
折舊	17.4	14.8
無形資產攤銷	5.1	5.0
租賃使用權資產攤銷	45.7	39.5
計入財務費用的認沽期權之公允價值變動	(1.8)	(1.8)
以股份支付的非現金薪酬開支	0.2	3.3
借款及租賃負債的利息開支	32.9	33.8
所得稅開支	22.3	24.6
	159.7	174.4
經營資產及負債變動：		
應收賬款及其他應收款項	9.6	(3.2)
存貨	(4.2)	(12.3)
應付賬款及其他應付款項	(43.1)	(82.4)
其他資產及負債	(3.9)	(7.0)
經營活動所得現金	117.9	69.6
借款及租賃負債的已付利息	(26.8)	(29.7)
已付所得稅	(5.7)	(31.3)
經營活動所得現金淨額	85.4	8.5
投資活動之現金流量：		
購買物業、廠房及設備以及軟件	(13.8)	(11.4)
投資活動所用現金淨額	(13.8)	(11.4)
融資活動之現金流量：		
優先信貸融通付款	(6.2)	(6.3)
其他貸款及借款所得款項	5.9	6.1
租賃負債的本金付款	(44.3)	(38.2)
行使購股權所得款項	0.0	0.3
購買庫存股份	—	(42.9)
向非控股權益派付股息	(1.2)	(1.3)
融資活動所用現金淨額	(45.8)	(82.2)
現金及現金等價物增加（減少）淨額	25.8	(85.2)
期初現金及現金等價物	649.3	676.3
匯率變動的影響	(4.7)	10.6
期末現金及現金等價物	670.4	601.7

財務狀況及經營業績的管理層討論與分析

以下的討論與分析提供我們認為與評估及理解我們的綜合經營業績及財務狀況相關的資料。以下的討論與分析應與我們根據 IASB 頒佈的 IFRS 會計準則編製的 2025 年年報所載於 2025 年 12 月 31 日及截至該日止年度的經審計綜合財務報表以及本報告其他部分所載的簡明綜合財務報表一併閱讀。以下討論載有反映我們的計劃、估計及觀點的前瞻性陳述。我們的實際業績可能與前瞻性陳述所討論者有重大差異。有關前瞻性陳述及可能導致我們的實際業績與以下討論與分析及本報告其他部分所載的前瞻性陳述所描述或暗示的結果出現重大差異的因素的討論，閣下應細閱「免責聲明—關於前瞻性陳述的特別說明」部分。以下討論與分析亦載有有關若干非 IFRS 財務計量工具的討論。有關該等非 IFRS 財務計量工具的額外資料及與最可比 IFRS 財務計量工具的對賬，請參閱「—非 IFRS 財務計量工具」。

概覽

新秀麗集團有限公司是全球最著名、規模最大的行李箱公司，並且是全球時尚箱包行業的翹楚。我們擁有及經營以新秀麗、TUMI 及 American Tourister 為首並以消費者為中心的標誌性品牌組合，該等品牌為我們客戶的旅程提供全球信賴、創新及日益可持續發展的產品。憑藉歷史悠久的行業領導地位，我們的願景是引領行業邁向更可持續發展的未來。

我們的歷史可追溯至 1910 年，一直長期位處將領先業界的創新產品商業化及適應不斷變化的消費者需求的最前線。我們的市場領導地位、平台和規模優勢，以及結合強化全球協調的管理架構，以便更有效地在各市場之間分享最佳實踐與能力，同時持續賦能予地區及國家層面的團隊以推動有力的在地執行，推動了強勁的財務業績，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，銷售淨額、期內溢利及經調整 EBITDA 分別為 829.1 百萬美元、37.7 百萬美元及 109.0 百萬美元。

我們是全球箱包及行李箱行業的翹楚，該行業市場龐大、持續增長且相當分散，收入來源高度多元化，橫跨各個地區、品牌、產品類別及分銷渠道。我們的市場領先核心品牌新秀麗、TUMI 及 American Tourister 為滿足全球廣泛客戶的旅遊及時尚箱包需求提供一個著名且值得信賴的產品組合。我們的品牌組合包括 Gregory、Hartmann 及 Lipault 等其他幾個互補性品牌，該等品牌服務特定市場的不同客戶群組，產品提供先進功能，使我們能夠滿足不同類別的增量需求。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們的旅遊產品佔銷售淨額的 62.4%，主要包括硬質、軟質及混合物料行李箱及手拖行李箱。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們的時尚箱包類別佔我們銷售淨額的 37.6%，包括商務及休閒包以及背包、配件及其他產品，是我們發展策略的重要一環。

憑藉全球平台及當地專長，我們採用目標明確且針對特定國家渠道的策略。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們 39.8% 的銷售淨額來自我們的 DTC 渠道，於 2026 年 3 月 31 日，該渠道包括全球 1,139 家自營零售門市及領先行李箱行業的電子商貿業務。我們的 DTC 業務與其強大且成熟的批發渠道相輔相成，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們的批發業務佔銷售淨額的 60.2%，並包括與眾多我們經營所在地區的最大的實體及數碼零售商的長期合作。我們亦與當地獨立的旅遊零售商、家族經營行李店及在主要機場經營品牌商店的批發合作夥伴進行廣泛的合作。我們認為我們可把握機遇繼續將業務擴展至滲透率偏低的市場及我們的 DTC 渠道。

影響我們表現的關鍵因素

我們相信，我們的未來表現將取決於多項因素，包括下文所述的因素，以及我們的 2025 年年報中「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析—風險因素」及「企業管治報告—風險管理及內部控制」所述之因素。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月內影響我們表現的若干關鍵因素的最新情況載述下文。

不斷提高我們品牌及產品吸引力的能力

我們認為，質量、創新及品牌認知是我們品牌及產品價值的關鍵要素，亦是我們銷售淨額增長的主要推動因素。為不斷提高我們品牌及產品的吸引力，並在我們進行競爭的產品市場中保持競爭力，我們必須持續投入於創新，開發、推廣及推出優質新品，滿足市場內不同消費者的喜好，同時維持我們的全球品牌形象及產品質量。

我們投入大量資源研發更輕巧堅固的新物料、先進製造工藝、引人注目的新設計、創新功能及更耐用、易修復、更環保產品。我們亦在營銷方面投入了大量資源，以提升在消費者之間的知名度，進一步提高我們品牌及產品的吸引力。我們的市場領導地位、平台和規模優勢使我們能夠有效地對品牌組合的營銷工作進行投資，且我們擬繼續投資轄下品牌，以強化其吸引力。

由於我們為平衡對營銷及品牌知名度的投放以及對嚴格成本控制及盈利的專注，我們的廣告活動可能會在不同年間出現波動，並可能會影響我們的銷售淨額及銷售開支。例如，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，隨着我們增加廣告支出以帶動銷售淨額增長，營銷投資較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 12.8%。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，營銷開支佔總銷售淨額 5.7%，而截至 2025 年 3 月 31 日止三個月則佔總銷售淨額的 5.3%。

在成熟及新興市場發展的能力

利用我們現有的全球業務及憑藉我們的品牌優勢，我們認為，繼續在成熟市場（包括印度及中國等具有高增長潛力的市場）增加其銷售額以及深化我們在印尼及巴西等新興市場的業務滲透方面的機遇可觀。我們的市場領導地位、平台和規模優勢，以及結合強化全球協調及賦能在地執行的管理架構，使我們能夠繼續在全球行李箱市場及全球箱包市場（我們在以上市場擁有可觀的持續增長空間）獲取市場份額。我們認為，**TUMI** 品牌尤其有能力憑藉其歷史優勢進一步發展北美洲業務，並大幅提高其在其他地區（包括亞洲及歐洲）的銷售額。

渠道組合及實施我們多渠道策略的能力

我們通過批發及 DTC 兩個主要分銷渠道（包括自營零售門市及我們的電子商貿平台）在 100 多個國家銷售我們的產品。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，批發渠道佔我們銷售淨額的 60.2%，及 DTC 渠道佔我們銷售淨額的 39.8%。我們的銷售淨額及盈利能力受各渠道應佔銷售淨額的比例影響，而我們 DTC 渠道的毛利率通常較高。

增加 DTC 銷售是我們增長策略的主要一環，而我們持續投資於與我們經營所在每個地區的客户群建立直接關係，並透過自營零售門市及電子商貿平台提供身臨其境的更優越品牌體驗。近年來，我們精簡零售店群，專注於推動店舖的盈利增長，並針對性地開設新店。自營零售門市是我們於所有地區的增長策略的重要一環，且我們認為我們的自營零售門市網絡是一種有吸引力的營銷工具，可提升客戶體驗、提高忠誠度及建立社群。除實體零售門市外，我們亦於世界各地經營強大的 DTC 電子商貿平台，幫助促進我們各品牌和地區的顯著成長。我們預計，隨着我們繼續投資於壯大 DTC 渠道，我們 DTC 渠道的銷售淨額佔比將逐步增加。

我們的 DTC 業務與強勁且成熟的批發渠道相輔相成，我們認為這對推動持續增長及客戶覆蓋率至關重要。此外，我們廣泛且不斷增長的分銷商及特許經營網絡為我們品牌實體店擴大覆蓋，尤其是在我們並無直接業務的發展中市場或較小國家。我們預計批發渠道將仍舊為我們市場滲透策略及整體增長機遇不可或缺的一環，而我們擬維持與批發合作夥伴的關係，並繼續就此渠道提供新的創新產品以及引人注意的品牌營銷。

提高時尚箱包類別銷售淨額的能力

近年來，我們時尚箱包類別（其中包括商務包、休閒包、背包、配件及其他產品）的銷售淨額佔比強勁增長，分別佔截至 2026 年 12 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月銷售淨額的 37.6% 及 36.0%。我們通常自銷售時尚箱包類別產品錄得較高毛利率，而增加該類別的銷售淨額是我們增長策略的主要一環。我們認為，透過擴展至相近產品類別及憑藉我們品牌知名度及產品專長知識的優勢，我們增加銷售淨額的機遇可觀。我們專注於新秀麗品牌的時尚箱包類別（包括背包、商務包、行李袋、手提包及配件）的機遇，而我們亦已將我們 *American Tourister* 品牌的時尚箱包組合擴展至包括行李袋、背包、手提包及兒童書包。憑藉類似使 **TUMI** 的產品脫穎而出的技術創新及簡便功能性的原則，我們亦將時尚箱包類別中 **TUMI** 的時尚產品延伸至包括香水、皮帶及眼鏡。此外，我們若干品牌（包括 *Gregory* 及 *High Sierra*）的定位主要為時尚箱包類別。隨着我們繼續追求時尚箱包類別的增長，我們的成功將取決於多種因素，包括產品創新、營銷工作及消費者對我們時尚箱包類別產品的接受度。

宏觀經濟因素

宏觀經濟因素影響消費者支出，最終影響我們的經營業績。在經濟衰退、股票或房地產市場長期下滑、高通脹或利率上升、調高或新增關稅、流行病或其他突發公共衛生事件以及恐怖主義、軍事衝突或其他敵對行動（包括烏克蘭、伊朗及中東其他地區的持續衝突）期間，消費者對可自由支配項目（如我們產品）的需求往往會減弱。

伊朗的持續衝突導致能源成本上升，因而令通貨膨脹加劇，這可能影響需求，尤其是中低收入消費者的需求。消費者信心下降可能會影響我們的產品需求，導致銷售淨額減少，而產品成本上升可能會影響毛利。自衝突爆發以來，中東（因鄰近衝突地區且受其直接影響）及印度（因十分依賴進口石油和天然氣）的消費者信心均受到負面影響，導致亞洲地區的該等區域的銷售淨額有所下降。

預計能源價格波動亦將推高全球運輸及物流成本，並推高用於製造我們產品所需的合成樹脂和塑膠等含石油的原材料的價格。

相反，宏觀經濟狀況的改善可對我們的銷售淨額產生正面影響，包括自批發客戶收到的訂單數量增加。

全球旅遊業及觀光業

我們旅遊類別產品的銷售淨額倚賴全球旅遊業及觀光業趨勢推動消費者需求。我們大部分客戶乘坐飛機出行，而我們的眾多產品針對一般旅客，尤其是航空旅客。

截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 12 月 31 日止三個月，我們的旅遊類產品分別佔銷售淨額的 62.4% 及 64.0%。因此，我們管理層密切關注旅遊及觀光的預測及指標，以確保我們的地區、品牌、渠道及產品類別皆能有效佈局，實現銷售及盈利增長，並維持行業領導地位。

長遠而言，我們大致預期全球旅遊業及觀光業市場將推動我們銷售淨額的趨勢。我們認為，擴大時尚箱包類別產品系列的策略將有助於逐步減輕全球旅遊業及觀光業趨勢對我們業務的影響。

外幣波動

我們的簡明綜合財務報表以美元編製，但我們擁有大量非美國營運業務。經營附屬公司的銷售淨額以當地功能貨幣產生，而各附屬公司銷售成本的一大部分（主要以購買存貨形式）以美元產生。倘美元兌我們產生銷售淨額的貨幣（如歐元、中國人民幣、韓圓、日圓、印度盧比及墨西哥比索）的匯率出現波動，可能對我們以美元呈報的銷售淨額、毛利率、盈利能力及現金流量造成不利影響。

我們定期使用遠期外匯合約對沖我們以各附屬公司各自的功能貨幣以外的貨幣結算的產品採購的貨幣風險。該等遠期外匯合約一般的到期日少於一年。儘管我們繼續評估策略以減低與貨幣匯率波動有關的風險，惟我們很可能會從國際業務中確認收益或虧損。

我們的分部

我們的分部報告是根據地理位置，反映我們如何管理業務及評估經營業績。我們的業務劃分為以下分部：

- **亞洲：**包括於中國、印度、日本、南韓、香港（包括於本地錄得的銷售淨額以及向若干其他亞洲市場的分銷商所錄得的銷售淨額及於澳門錄得的銷售淨額）、新加坡（包括於本地錄得的銷售淨額以及向若干其他亞洲市場的分銷商所錄得的銷售淨額）、澳洲、中東及非洲若干國家及其他較小市場（包括印尼、馬來西亞、台灣及泰國以及其他由第三方分銷商服務的小型市場）的業務。
- **北美洲：**包括於美國及加拿大的業務。
- **歐洲：**包括於比利時、德國、意大利、法國、英國（包括於愛爾蘭錄得的銷售淨額）、西班牙及其他較小市場（包括奧地利、丹麥、芬蘭、匈牙利、荷蘭、挪威、波蘭、南非、瑞典、瑞士及土耳其以及其他由第三方分銷商服務的小型市場）的業務。
- **拉丁美洲：**包括於墨西哥、智利、巴西及其他較小市場（包括阿根廷、哥倫比亞、巴拿馬、秘魯及烏拉圭以及其他由第三方分銷商服務的小型市場）的業務。
- **企業：**主要包括若干就我們所擁有的品牌授權進行的特許經營活動及我們企業總部職能與相關開銷。

我們的管理層團隊會定期檢討所有營運分部的經營業績並決定如何就各分部調配資源及評估表現。

主要財務指標

為分析我們的業務表現、釐定財務預測及協助制定長期策略計劃，我們的管理層審視以下主要財務指標，其中包括根據 IFRS 會計準則編製的計量工具及非 IFRS 財務計量工具。我們的管理層認為，除根據 IFRS 會計準則編製的財務業績外，下文呈列的非 IFRS 財務計量工具對評估我們的業績亦為有用。有關該等非 IFRS 財務計量工具及與最具可比性的 IFRS 財務計量工具進行對賬的更多資料，請參閱本節的「一非 IFRS 財務計量工具」。

	截至 3 月 31 日止三個月					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 年比較	
	百萬美元	銷售淨額百分比	百萬美元	銷售淨額百分比	增加（減少）百分比	按不變匯率基準計算的增加（減少）百分比 ⁽²⁾
按地區劃分的銷售淨額 ⁽¹⁾ :						
亞洲	316.2	38.1 %	307.0	38.5 %	3.0 %	1.3 %
北美洲	257.9	31.1 %	261.5	32.8 %	(1.4)%	(1.7)%
歐洲	195.4	23.6 %	175.5	22.1 %	11.3 %	0.8 %
拉丁美洲	59.6	7.2 %	52.5	6.6 %	13.5 %	4.7 %
企業	0.1	0.0 %	0.2	0.0 %	(51.0)%	(51.0)%
總銷售淨額	829.1	100.0 %	796.6	100.0 %	4.1 %	0.4 %

註釋

- (1) 我們銷售淨額的地域位置分佈一般反映售出產品的國家或地區，並不一定為終端客戶實際所在的國家或地區。
- (2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「—非 IFRS 財務計量工具—按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

(以百萬美元呈列)	截至 3 月 31 日止三個月		
	2026 年	2025 年	增加（減少）百分比
期內溢利	37.7	55.2	(31.6)%
利潤率	4.6 %	6.9 %	
經調整 EBITDA ⁽¹⁾	109.0	127.6	(14.6)%
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽¹⁾	13.1 %	16.0 %	
經調整淨收入 ⁽¹⁾	36.5	52.0	(29.7)%
經營活動所得現金淨額	85.4	8.5	nm
經調整自由現金流量 ⁽¹⁾	27.3	(41.2)	nm

註釋

- (1) 該等工具為非 IFRS 財務計量工具。有關我們使用該等非 IFRS 財務計量工具及其對投資者的用途，以及與最具可比性的 IFRS 財務計量工具的對賬資料，請參閱「—非 IFRS 財務計量工具」。

nm 無意義。

季節性

我們的銷售淨額主要由於夏季旅遊季節以及假日旅遊及送禮季節零售活動有所增加。春末夏初，我們銷售淨額呈現上升趨勢，反映夏季假日旅遊相關產品的購買度。9 月至 11 月期間通常亦為批發買家比較活躍的期間，因為彼等會在節日送禮季節來臨前增加存貨。此外，儘管批發活動通常於 12 月降低，但零售銷售通常會因年底假日相關旅遊及禮品購買而上升。在該等銷量高峰期，我們處理、生產及滿足客戶訂單的能力如遇任何干擾，均可能對我們的季度及年度經營業績造成嚴重不利影響。

隨着我們平均存貨水平為滿足消費者需求增加而上升，我們的營運資金需要通常於第二季度及第三季度增加。由於批發渠道客戶在夏季旅遊及節日送禮季節來臨前儲備存貨，相對於銷售淨額，我們於該等期間的應收賬款通常會增加。

按不變匯率基準計算的呈列方式

我們的國際業務佔且預計將繼續佔我們銷售淨額及開支的重大部分。因此，我們的銷售淨額及開支將持續受到美元兌主要國際貨幣匯率變動的影響。為提供一個按地區、品牌、產品類別及渠道評估我們銷售業績的框架（撇除外匯匯率波動的影響），我們在本報告中按不變匯率基準計算（一項非 IFRS 財務計量工具）比較不同期間業績的百分比變動。為呈列相關資料，功能貨幣並非美元的實體的本期間及上個期間業績以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平

均匯率（而非相關期間的實際匯率）換算為美元。有關我們如何應用該非 IFRS 財務計量工具及其限制的進一步討論，請參閱「—非 IFRS 財務計量工具—按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

銷售淨額

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們的銷售淨額為 829.1 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 796.6 百萬美元增加 32.4 百萬美元或 4.1%（按不變匯率基準計算則增長 0.4%）。按不變匯率基準計算的銷售淨額按年改善，主要是由於(i)DTC 渠道；(ii)核心品牌（尤其是新秀丽品牌）；及(iii)時尚箱包類別的銷售淨額增加。該等增幅部分被伊朗及中東其他地區衝突的持續影響及北美洲的銷售淨額按年下滑所抵銷。此外，美元貶值對所呈報的銷售淨額按年增長產生正面影響。

撇除中東及印度（迄今受衝突影響最深的市場）的銷售淨額，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，綜合銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 5.9%（按不變匯率基準計算則增長 1.6%）。

按品牌劃分的銷售淨額

我們於三個核心品牌（新秀丽、TUMI 及 American Tourister）及其他非核心品牌下銷售產品。下表載列截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月按品牌劃分的銷售淨額明細：

	截至 3 月 31 日止三個月				2026 年與 2025 年比較	
	2026 年		2025 年		增加（減少）百分比	按不變匯率基準計算的增加（減少）百分比 ⁽²⁾
	百萬美元	銷售淨額百分比	百萬美元	銷售淨額百分比		
按品牌劃分的銷售淨額：						
新秀丽	431.2	52.0 %	407.4	51.1 %	5.8 %	1.3 %
TUMI	191.9	23.2 %	186.9	23.5 %	2.7 %	0.5 %
American Tourister	131.2	15.8 %	129.9	16.3 %	1.1 %	(1.6)%
其他 ⁽¹⁾	74.8	9.0 %	72.5	9.1 %	3.2 %	(0.9)%
總銷售淨額	829.1	100.0 %	796.6	100.0 %	4.1 %	0.4 %

註釋

- (1) 「其他」包括 Gregory、High Sierra、Kamilant、Xtrem、Lipault、Hartmann、Saxoline 及 Secret 等若干其他非核心的自有品牌，以及若干第三方品牌。
- (2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「—非 IFRS 財務計量工具—按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

新秀丽品牌截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 23.8 百萬美元或 5.8%（按不變匯率基準計算則增加 1.3%）。撇除新秀丽品牌於中東及印度（迄今受衝突影響最深的市場）的銷售淨額，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，新秀丽品牌的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 6.3%（按不變匯率基準計算則增長 1.4%）。

新秀丽品牌銷售淨額於歐洲、亞洲及拉丁美洲均按年增長：歐洲增加 14.8 百萬美元或 12.6%（按不變匯率基準計算則增長 2.0%）；亞洲增加 7.2 百萬美元或 5.2%（按不變匯率基準計算則增長 2.2%）；拉丁美洲增加 5.5 百萬美元或 31.7%（按不變匯率基準計算則增長 22.9%）。於歐洲，新秀丽品牌銷售淨額增加，主要由於推出新產品所致。於亞洲，新秀丽品牌銷售淨額增加，主要由於 DTC 表現強勁，使中國及南韓的銷售淨額按年增長，部分被伊朗及中東其他地區衝突的持續影響所抵銷。撇除新秀丽品牌於中東及印度（迄今受衝突影響最深的市場）的銷售淨額，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，新秀丽品牌於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 6.5%（按不變匯率基準計算則增長 2.7%）。於拉丁美洲，新秀丽品牌銷售淨額按年增加，主要由於為擴大該品牌在百貨公司及分銷網絡的覆蓋而採取針對性營銷策略，使墨西哥、智利及巴西的銷售淨額上升。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，新秀丽品牌於北美洲的銷售淨額按年減少 3.8 百萬美元或 2.8%（按不變匯率基準計算則減少 3.1%），主要由於一家重要的網上零售商客戶減低庫存令批發銷售淨額受到負面影響所致。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，TUMI 品牌的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 5.0 百萬美元或 2.7%（按不變匯率基準計算則增長 0.5%）。撇除 TUMI 品牌於中東及印度（迄今受衝突影響最深的市場）的銷售淨額，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，TUMI 品牌的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 3.3%（按不變匯率基準計算則增長 1.1%）。

TUMI 品牌於亞洲的銷售淨額按年增加 5.1 百萬美元或 8.1%（按不變匯率基準計算則增長 6.2%），主要受 DTC 渠道所帶動。撇除 TUMI 品牌於中東及印度（迄今受衝突影響最深的市場）的銷售淨額，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，TUMI 品牌於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 10.8%（按不變匯率基準計算則增長 8.8%）。TUMI 品牌於歐洲的銷售淨額增加 3.3 百萬美元或 15.9%（按不變匯率基準計算則增長 5.0%）；於拉丁美洲增加 1.0 百萬美元或 28.4%（按不變匯率基準計算則增長 14.4%）。該等銷售淨額的增幅部分被該品牌截至 2026 年 3 月 31 日止三個月於北美洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月減少 4.4 百萬美元或 4.4%（按不變匯率基準計算則減少 4.6%）所抵銷，主要由於宏觀經濟的不確定性影響零售門市的客流量，以及向折扣零售商批發的銷售淨額減少所致。

American Tourister 品牌截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 1.4 百萬美元或 1.1%（但按不變匯率基準計算則減少 1.6%）。撇除 American Tourister 品牌於中東及印度（迄今受衝突影響最深的市場）的銷售淨額，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，American Tourister 品牌的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 9.0%（按不變匯率基準計算則增長 3.9%）。

American Tourister 品牌於北美洲的銷售淨額按年增加 3.2 百萬美元或 17.1%（按不變匯率基準計算則增長 16.8%），主要由於我們向傳統實體批發客戶的銷售淨額有所改善所致。American Tourister 品牌於歐洲的銷售淨額按年增加 1.7 百萬美元或 6.3%（但按不變匯率基準計算則減少 3.7%）。American Tourister 品牌於拉丁美洲的銷售淨額按年增加 0.3 百萬美元或 4.8%（但按不變匯率基準計算則減少 3.6%）。American Tourister 品牌於亞洲的銷售淨額按年減少 3.8 百萬美元或 4.8%（按不變匯率基準計算則減少 5.1%），主要由於伊朗及中東其他地區衝突的持續影響。撇除 American Tourister 品牌於中東及印度（迄今受衝突影響最深的市場）的銷售淨額，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，American Tourister 品牌於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 7.6%（按不變匯率基準計算則增長 3.8%）。

按產品類別劃分的銷售淨額

我們銷售的產品來自兩個主要產品類別：旅遊及時尚箱包。下表載列截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月按產品類別劃分的銷售淨額明細：

	截至 3 月 31 日止三個月					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 年比較	
	百萬美元	銷售淨額百分比	百萬美元	銷售淨額百分比	增加（減少）百分比	按不變匯率基準計算的增加（減少）百分比 ⁽²⁾
按產品類別劃分的銷售淨額：						
旅遊	517.1	62.4 %	509.9	64.0 %	1.4 %	(2.0)%
時尚箱包 ⁽¹⁾	312.0	37.6 %	286.8	36.0 %	8.8 %	4.8 %
總銷售淨額	829.1	100.0 %	796.6	100.0 %	4.1 %	0.4 %

註釋

(1) 時尚箱包類別（前稱非旅遊產品類別）包括商務包、休閒包及背包、配件及其他產品。

(2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「—非 IFRS 財務計量工具—按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

旅遊產品類別截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 7.2 百萬美元或 1.4%（但按不變匯率基準計算則減少 2.0%）。旅遊產品銷售淨額按年增加主要受歐洲及拉丁美洲的增長所帶動，部分被北美洲及亞洲的銷售淨額減少所抵銷。

時尚箱包類別截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的總銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 25.2 百萬美元或 8.8%（按不變匯率基準計算則增長 4.8%），反映我們持續致力於擴展核心旅遊相關以外類別產品及滿足更廣泛的消費者需求。時尚箱包類別的銷售淨額佔銷售淨額的百分比由截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 36.0% 上升 160 個基點至截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的 37.6%。

按分銷渠道劃分的銷售淨額

我們透過兩個主要分銷渠道銷售產品：批發及 DTC。下表載列截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月按分銷渠道劃分的銷售淨額明細：

	截至 3 月 31 日止三個月					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 年比較	
	百萬美元	銷售淨額百分比	百萬美元	銷售淨額百分比	增加（減少）百分比	按不變匯率基準計算的增加（減少）百分比 ⁽¹⁾
按分銷渠道劃分的銷售淨額：						
批發	498.9	60.2 %	492.5	61.8 %	1.3 %	(1.9)%
DTC：						
零售	231.4	27.9 %	219.3	27.5 %	5.5 %	1.4 %
電子商貿	98.7	11.9 %	84.8	10.7 %	16.4 %	11.3 %
DTC 總額	330.2	39.8 %	304.1	38.2 %	8.6 %	4.2 %
總銷售淨額	829.1	100.0 %	796.6	100.0 %	4.1 %	0.4 %

註釋

(1) 按不變匯率基準計算呈列的業績為非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「—非 IFRS 財務計量工具—按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們批發渠道的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 6.4 百萬美元或 1.3%（但按不變匯率基準計算則減少 1.9%），主要由於向傳統實體批發客戶的銷售淨額有所改善，部分被向網上零售商批發的銷售淨額減少所抵銷。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，受我們陣容鼎盛的新穎且具創意的產品所帶動，我們的傳統實體批發渠道的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 17.2 百萬美元或 4.1%（按不變匯率基準計算則增長 1.0%）。我們的傳統實體批發渠道的銷售淨額於北美洲按年增加 15.6 百萬美元或 13.4%（按不變匯率基準計算則增長 13.2%），於歐洲按年增加 5.2 百萬美元或 6.3%（但按不變匯率基準計算則減少 3.2%），於拉丁美洲按年增加 2.7 百萬美元或 9.1%（按不變匯率基準計算則增長 0.1%）。該等銷售淨額增幅被傳統實體批發渠道的銷售淨額於亞洲按年減少 6.3 百萬美元或 3.3%（按不變匯率基準計算則減少 4.4%）所抵銷，主要由於伊朗及中東其他地區衝突的持續影響。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們批發渠道內向網上零售商的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月減少 10.7 百萬美元或 14.8%（按不變匯率基準計算則減少 18.7%），主要由於北美洲的所呈報銷售淨額減少，部分被歐洲、亞洲及拉丁美洲的所呈報銷售淨額增加所抵銷。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們 DTC 渠道的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 26.0 百萬美元或 8.6%（按不變匯率基準計算則增加 4.2%），乃由於我們對數碼市場營銷及和電子商貿的持續投資。DTC 渠道的總銷售淨額佔銷售淨額的百分比由截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 38.2% 上升 160 個基點至截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的 39.8%。

在 DTC 零售渠道內，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，自營零售門市的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 12.1 百萬美元或 5.5%（按不變匯率基準計算則增長 1.4%），乃受到過去 12 個月淨增設 11 家新自營零售門市所帶動。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們增設 11 家自營零售門市，並關閉 22 家自營零售門市，因而淨減少 11 家自營零售門市。截至 2026 年 3 月 31 日，自營零售門市的總數為 1,139 家，截至 2025 年 3 月 31 日為 1,128 家，以及截至 2025 年 12 月 31 日為 1,150 家。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月同店零售銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 4.8 百萬美元或 2.3%（按不變匯率基準計算則減少 1.5%），反映了歐洲、亞洲及拉丁美洲可比同店零售銷售淨額按年增加，但部分被北美洲的零售門市客戶流量減少所抵銷。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們錄得(i)歐洲的同店銷售淨額增加 5.2 百萬美元或 10.2%（按不變匯率基準計算則增長 0.1%）；(ii)亞洲的同店銷售淨額增長 1.5 百萬美元或 2.5%（按不變匯率基準計算則增長 0.1%）；及(iii)拉丁美洲的同店銷售淨額增加 1.4 百萬美元或 7.1%（按不變匯率基準計算則減少 1.4%）（均與去年同期相比）。這些同店銷售淨額的增幅部分被北美洲地區按年減少 3.3 百萬美元或 4.3%（按不變匯率基準計算則減少 4.6%）所抵銷。我們的同店分析包括於有關財政期間完結前已營業最少 12 個月的現有自營零售門市。

DTC 電子商貿的總銷售淨額由截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 84.8 百萬美元（佔銷售淨額的 10.7%）增加 13.9 百萬美元或 16.4%（按不變匯率基準計算則增長 11.3%）至截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的 98.7 百萬美元（佔銷售淨額的 11.9%）。DTC 電子商貿渠道所佔的銷售淨額百分比按年上升反映我們持續對數碼市場營銷及我們的電子商貿平台進行投資，以及我們相信消費者購買行為正持續轉向電子商貿。

按地區劃分的銷售淨額

下表載列截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月按地區劃分的銷售淨額明細：

	截至 3 月 31 日止三個月				2026 年與 2025 年比較	
	2026 年		2025 年		增加（減少）百分比	按不變匯率基準計算的增加（減少）百分比 ⁽²⁾
	百萬美元	銷售淨額百分比	百萬美元	銷售淨額百分比		
按地區劃分的銷售淨額 ⁽¹⁾ ：						
亞洲	316.2	38.1 %	307.0	38.5 %	3.0 %	1.3 %
北美洲	257.9	31.1 %	261.5	32.8 %	(1.4)%	(1.7)%
歐洲	195.4	23.6 %	175.5	22.1 %	11.3 %	0.8 %
拉丁美洲	59.6	7.2 %	52.5	6.6 %	13.5 %	4.7 %
企業	0.1	0.0 %	0.2	0.0 %	(51.0)%	(51.0)%
總銷售淨額	829.1	100.0 %	796.6	100.0 %	4.1 %	0.4 %

註釋

(1) 我們銷售淨額的地域位置分佈一般反映售出產品的國家或地區，並不一定為終端客戶實際所在的國家或地區。

(2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「—非 IFRS 財務計量工具—按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

亞洲

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 9.2 百萬美元或 3.0%（按不變匯率基準計算則增長 1.3%）。於亞洲的銷售淨額按年增長主要受惠於中國及南韓的銷售淨額增長，部分被伊朗及中東其他地區衝突的持續影響所抵銷。撇除中東及印度（迄今受衝突影響最深的市場）的銷售淨額，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 8.4%（按不變匯率基準計算則增長 5.1%）。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，於中國的銷售淨額增加 8.7 百萬美元或 13.4%（按不變匯率基準計算則增長 7.9%），於南韓的銷售淨額增加 3.0 百萬美元或 9.3%（按不變匯率基準計算則增長 8.5%），兩者增長主要由於按年 DTC 表現強勁。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，於印度的銷售淨額按年減少 7.6 百萬美元或 14.2%（按不變匯率基準計算則減少 9.4%），主要由於伊朗及中東其他地區的持續衝突。

新秀麗品牌於亞洲的銷售淨額增加 7.2 百萬美元或 5.2%（按不變匯率基準計算則增加 2.2%），該增長主要由於 DTC 表現強勁，使中國及南韓的銷售淨額按年增加，部分被伊朗及中東其他地區衝突的持續影響所抵銷。撇除新秀麗品牌於中東及印度（迄今受衝突影響最深的市場）的銷售淨額，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，新秀麗品牌於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 6.5%（按不變匯率基準計算則增長 2.7%）。TUMI 品牌的銷售淨額按年增加 5.1 百萬美元或 8.1%（按不變匯率基準計算則增長 6.2%），主要受 DTC 渠道所帶動。撇除 TUMI 品牌於中東及印度（迄今受衝突影響最深的市場）的銷售淨額，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，TUMI 品牌於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 10.8%（按不變匯率基準計算則增長 8.8%）。American Tourister 品牌的銷售淨額按年減少 3.8 百萬美元或 4.8%（按不變匯率基準計算則減少 5.1%），主要由於伊朗及中東其他地區衝突的持續影響。撇除 American Tourister 品牌於中東及印度（迄今受衝突影響最深的市場）的銷售淨額，截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，American Tourister 品牌於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 7.6%（按不變匯率基準計算則增長 3.8%）。由於擴大分銷、DTC 銷售淨額增長強勁以及活躍生活方式及核心戶外類別的新產品創新，Gregory 品牌於亞洲的銷售淨額增加 2.5 百萬美元或 22.5%（按不變匯率基準計算則增長 22.1%）。

北美洲

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們於北美洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月減少 3.7 百萬美元或 1.4%

(按不變匯率基準計算則減少 1.7%)，主要由於向網上零售商批發的銷售淨額下降，部分被向傳統實體批發客戶的銷售淨額改善所抵銷。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，*新秀麗* 品牌於北美洲的銷售淨額按年減少 3.8 百萬美元或 2.8% (按不變匯率基準計算則減少 3.1%)，主要由於一家重要的網上零售商客戶減低庫存令批發銷售淨額受到負面影響所致。*TUMI* 品牌的銷售淨額按年減少 4.4 百萬美元或 4.4% (按不變匯率基準計算則減少 4.6%)，主要由於宏觀經濟的不確定性影響零售門市的客流量，以及向折扣零售商批發的銷售淨額減少所致。*American Tourister* 品牌的銷售淨額按年增加 3.2 百萬美元或 17.1% (按不變匯率基準計算則增長 16.8%)，主要由於我們向傳統實體批發客戶的銷售淨額有所改善所致。

歐洲

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們於歐洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 19.9 百萬美元或 11.3% (按不變匯率基準計算則增長 0.8%)。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，德國的銷售淨額按年增加 1.1 百萬美元或 4.6% (但按不變匯率基準計算則減少 7.0%)。法國的銷售淨額按年增加 1.4 百萬美元或 9.1% (但按不變匯率基準計算則減少 3.4%)。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，西班牙的銷售淨額按年增加 2.7 百萬美元或 17.1% (按不變匯率基準計算則增長 3.9%)，而英國的銷售淨額按年增加 1.3 百萬美元或 9.2% (按不變匯率基準計算則增長 1.5%)。歐洲的所呈報銷售淨額增長受匯率的有利影響。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，*新秀麗* 品牌於歐洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 14.8 百萬美元或 12.6% (按不變匯率基準計算則增長 2.0%)，主要由於推出新產品。*TUMI* 品牌的銷售淨額按年增加 3.3 百萬美元或 15.9% (按不變匯率基準計算則增長 5.0%)。*American Tourister* 品牌的銷售淨額按年增加 1.7 百萬美元或 6.3% (但按不變匯率基準計算則減少 3.7%)。

拉丁美洲

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們於拉丁美洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 7.1 百萬美元或 13.5% (按不變匯率基準計算則增長 4.7%)。該銷售淨額增長主要由於墨西哥的銷售淨額按年增加 4.8 百萬美元或 40.4% (按不變匯率基準計算則增長 19.6%)，主要由於該國的分銷渠道因零售門市的客流量增加及流量轉化率改善而帶動的強勁銷售淨額。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，*新秀麗* 品牌於拉丁美洲的銷售淨額較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 5.5 百萬美元或 31.7% (按不變匯率基準計算則增長 22.9%)，乃由於為擴大該品牌在百貨公司及分銷網絡的覆蓋而採取針對性營銷策略。*American Tourister* 品牌的銷售淨額按年增加 0.3 百萬美元或 4.8% (但按不變匯率基準計算則減少 3.6%)。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，*TUMI* 品牌的銷售淨額為 4.4 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 1.0 百萬美元或 28.4% (按不變匯率基準計算則增長 14.4%)。

銷售成本及毛利

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的銷售成本為 340.1 百萬美元 (佔銷售淨額的 41.0%)，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 323.6 百萬美元 (佔銷售淨額的 40.6%) 增加 16.5 百萬美元或 5.1%。銷售成本增加主要由於期內銷售淨額增加所致。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的毛利為 489.0 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 473.1 百萬美元增加 15.9 百萬美元或 3.4%，乃由於銷售淨額增加所致。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的毛利率為 59.0%，而截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的毛利率則為 59.4%，反映了我們在各品牌、渠道及產品類別上的嚴謹執行力。

營運開支

分銷開支

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的分銷開支為 284.3 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 256.5 百萬美元增加 27.8 百萬美元或 10.8%。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，分銷開支佔銷售淨額的百分比為 34.3%，而截至 2025 年 3 月 31 日止三個月則為 32.2%。分銷開支按年增加及分銷開支佔銷售淨額的百分比按年上升乃主要由於通貨膨脹、折舊及攤銷開支增加 (部分與過去十二個月淨增設 11 家新自營零售門市有關)，以及發貨運費上升所致。

營銷開支

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的營銷開支為 47.5 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 42.1 百萬美元增加 5.4 百萬美元或 12.8%。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，營銷開支佔銷售淨額的百分比為 5.7%，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 5.3% 上升 40 個基點，符合增加投資以加強並提升本公司以消費者為中心的標誌性品牌知名度的策略，從而推動未來增長。

一般及行政開支

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的一般及行政開支為 62.2 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 61.1 百萬美元增加 1.1 百萬美元或 1.9%。截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月，一般及行政開支分別佔銷售淨額的百分比分別為 7.5% 及 7.7%，反映了管理層持續專注於嚴格控制成本。

其他開支及收入

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月其他開支淨額為 3.7 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月其他開支淨額 3.8 百萬美元減少 0.1 百萬美元。截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月其他開支淨額包括與籌備我們的證券可能在美國雙重上市及遵守更多監管要求相關的成本 1.8 百萬美元及 1.9 百萬美元以及若干其他雜項收支項目。

經營溢利

經營溢利由截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 109.5 百萬美元減少 18.3 百萬美元或 16.7% 至截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的 91.3 百萬美元，主要由於分銷及營銷開支增加，部分被毛利按年增加所抵銷。

下表載列截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月按分部劃分的呈報經營溢利明細：

(以百萬美元呈列)	截至 3 月 31 日止三個月		增加(減少)百分比
	2026 年	2025 年	
按地區劃分的經營溢利(虧損)：			
亞洲	52.8	62.6	(15.6)%
北美洲	29.2	36.6	(20.2)%
歐洲	25.3	28.4	(10.7)%
拉丁美洲	5.8	5.0	16.2 %
企業	(21.8)	(23.0)	(5.0)%
經營溢利	91.3	109.5	(16.7)%

亞洲

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，亞洲的經營溢利較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月減少 9.8 百萬美元或 15.6%，主要由於分銷開支增加 10.1 百萬美元以及一般及行政開支增加 2.0 百萬美元，部分被毛利增加 3.3 百萬美元所抵銷。

北美洲

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，北美洲的經營溢利較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月減少 7.4 百萬美元或 20.2%，主要由於毛利減少 3.3 百萬美元，以及分銷開支及營銷開支分別增加 3.2 百萬美元及 2.5 百萬美元，部分被其他開支淨額減少 1.2 百萬美元所抵銷。

歐洲

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，歐洲的經營溢利較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月減少 3.0 百萬美元或 10.7%，主要由於分銷開支增加 10.7 百萬美元以及營銷開支和一般及行政開支分別增加 2.3 百萬美元及 1.3 百萬美元，部分被毛利增加 11.8 百萬美元所抵銷。

拉丁美洲

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，拉丁美洲的經營溢利較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月增加 0.8 百萬美元或 16.2%，主要由於毛利增加 4.2 百萬美元，部分被分銷開支、一般及行政開支以及營銷開支分別增加 2.8 百萬美元、0.5 百萬美元及 0.2 百萬美元所抵銷。

企業

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，企業分部的經營虧損較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月減少 1.2 百萬美元或 5.0%，主要是由於一般及行政開支減少 1.6 百萬美元，部分被分銷開支增加 0.9 百萬美元所抵銷，其與我們於 2026 年年初策劃的新全球營銷、電子商貿及全球產品措施有關。

財務收入及費用

下表載列截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月的財務費用總額明細：

(以百萬美元呈列)	截至 3 月 31 日止三個月	
	2026 年	2025 年
於溢利（虧損）中確認：		
利息收入	1.9	2.6
財務收入總額	1.9	2.6
貸款及借款的利息開支	(22.6)	(24.3)
遞延融資成本攤銷	(0.8)	(0.6)
租賃負債的利息開支	(9.5)	(8.9)
認沽期權之公允價值變動	1.8	1.8
外匯（虧損）收益淨額	(1.0)	0.5
其他財務費用	(1.0)	(0.9)
財務費用總額	(33.1)	(32.4)
於損益中確認的財務費用淨額	(31.3)	(29.8)

財務費用淨額由截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 29.8 百萬美元增加 1.5 百萬美元或 5.0% 至截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的 31.3 百萬美元。該增幅主要由於外匯相關交易虧損 1.6 百萬美元、利息收入減少 0.7 百萬美元及租賃負債利息開支增加 0.6 百萬美元，部分被貸款及借款的利息開支按年減少 1.7 百萬美元所抵銷。

所得稅開支

我們於截至 2026 年 3 月 31 日止三個月錄得所得稅開支 22.3 百萬美元，實際稅率為 37.1%。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月錄得所得稅開支，主要由於呈報的除所得稅前溢利 60.0 百萬美元、高稅收司法權區與低稅收司法權區之間的溢利組合，以及與尚未行使購股權相關的稅項影響所致。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，本公司股價下跌使尚未行使的可行使購股權的預期未來稅項減免減少，加上除稅前溢利下降，導致實際稅率上升。截至 2025 年 3 月 31 日止三個月，我們錄得所得稅開支 24.6 百萬美元，實際稅率為 30.8%。截至 2025 年 3 月 31 日止三個月錄得所得稅開支，主要由於呈報的除所得稅前溢利 79.8 百萬美元、高稅收司法權區與低稅收司法權區之間的溢利組合，以及與尚未行使購股權相關的稅項開支。

就中期報告而言，我們將實際稅率應用至中期除所得稅前溢利。呈報的實際稅率按我們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、稅項儲備變動及未確認遞延稅項資產變動作出調整。各期間的實際稅率是基於管理層對預期整個財政年度的年度加權平均所得稅率的最佳估計，應用於期內除所得稅前溢利並就期內若干個別項目作出調整而確認。

現金流量

下表呈列截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月的現金流量概要：

(以百萬美元呈列)	截至 3 月 31 日止三個月		
	2026 年	2025 年	增加（減少）百分比
經營活動所得現金淨額	85.4	8.5	nm
投資活動所用現金淨額	(13.8)	(11.4)	20.8 %
融資活動所用現金淨額	(45.8)	(82.2)	(44.3)%
現金及現金等價物增加（減少）淨額	25.8	(85.2)	nm
於 1 月 1 日的現金及現金等價物	649.3	676.3	(4.0)%
匯率變動的影響	(4.7)	10.6	nm
於 3 月 31 日的現金及現金等價物	670.4	601.7	11.4 %

註釋

nm 無意義。

經營活動所得現金流量

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，經營活動所得現金淨額 85.4 百萬美元主要包括期內溢利 37.7 百萬美元（經非現金項目及計入淨收入的所得稅開支調整，並減去借款及租賃負債的已付利息 26.8 百萬美元及已付所得稅 5.7 百萬美元）。經營資產及負債變動導致現金流出 41.7 百萬美元，主要由於應付賬款及其他應付款項的現金流出 43.1 百萬美元以及存貨的現金流出 4.2 百萬美元所致，部分被應收賬款及其他應收款項變動導致現金流量改善 9.6 百萬美元所抵銷。

截至 2025 年 3 月 31 日止三個月，經營活動所得現金淨額 8.5 百萬美元主要包括期內溢利 55.2 百萬美元（經非現金項目及計入淨收入的所得稅開支調整，並減去借款及租賃負債的已付利息 29.7 百萬美元及已付所得稅 31.3 百萬美元）。經營資產及負債變動導致現金流出 104.9 百萬美元，主要因應付賬款及其他應付款項變動 82.4 百萬美元及存貨變動 12.3 百萬美元所致。

投資活動所用現金流量

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，投資活動所用現金流量淨額為 13.8 百萬美元，歸因於資本開支（包括購置物業、廠房及設備 12.3 百萬美元及採購軟件 1.5 百萬美元）。

截至 2025 年 3 月 31 日止三個月，投資活動所用現金流量淨額為 11.4 百萬美元，歸因於資本開支（包括購置物業、廠房及設備 10.4 百萬美元及採購軟件 1.0 百萬美元）。

資本開支

下表載列我們截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月的資本開支總額：

(以百萬美元呈列)	截至 3 月 31 日止三個月		增加（減少） 百分比
	2026 年	2025 年	
購置物業、廠房及設備：			
樓宇	0.4	4.0	(89.5)%
機器、設備、租賃物業裝修及其他	11.9	6.4	85.3 %
物業、廠房及設備購置總額	12.3	10.4	18.6 %
採購軟件	1.5	1.0	43.1 %
採購軟件總額	1.5	1.0	43.1 %
資本開支總額	13.8	11.4	20.8 %

我們的資本開支總額由截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 11.4 百萬美元增加 2.4 百萬美元或 20.8% 至截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的 13.8 百萬美元。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，資本開支總額主要包括門市翻新與搬遷、新設門市、產品創新與研發投入，以及一項為提升歐洲配送中心配送能力與效率而開展的多年期項目。截至 2025 年 3 月 31 日止三個月，資本開支總額主要包括門市翻新與搬遷、新設門市、產品創新與研發投入，以及於印度擴充生產設施。

我們擬繼續就物業、廠房及設備作出投放，以升級和擴充我們的零售店群，並投資於核心策略性功能範疇，包括電子商貿平台及客戶參與能力，支持銷售淨額增長。

融資活動所用現金流量

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，融資活動所用現金流量淨額為 45.8 百萬美元，主要歸因於租賃負債的本金付款的現金流出 44.3 百萬美元及向非控股權益派付股息的現金流出 1.2 百萬美元。

截至 2025 年 3 月 31 日止三個月，融資活動所用現金流量淨額為 82.2 百萬美元，主要歸因於股份回購 42.9 百萬美元及租賃負債的本金付款 38.2 百萬美元。

非 IFRS 財務計量工具

除根據 IFRS 會計準則釐定我們的業績外，我們亦會審視若干非 IFRS 財務計量工具，包括本節詳述的按不變匯率基準計算的銷售淨額增長、經調整 EBITDA、經調整 EBITDA 利潤率、經調整淨收入、經調整每股基本及攤薄盈利以及經調整自由現金流量，以評估我們的業務、衡量我們的表現、識別影響我們的趨勢、制定業務計劃及作出策略決策。

我們相信，當該等非 IFRS 財務計量工具與我們的 IFRS 會計準則財務資料一同使用時，令投資者可將我們的財務表現與其他期間及我們行業內其他公司對比，從而更好地評估我們的財務表現。然而，非 IFRS 財務計量工具並非根據 IFRS 會計準則進行定義或確認，其呈列僅為補充資訊之目的，且不應被視為獨立於或依賴其代替根據 IFRS 會計準則所呈報的財務資料。我們呈列任何非 IFRS 財務計量工具，不應被詮釋為推斷我們未來業績將不受不尋常或非經常性項目的影響。我們所在行業內的其他公司可能以不同方式計算非 IFRS 財務計量工具，這可能限制其作為可比計量工具的有用性。

我們的非 IFRS 財務計量工具作為分析工具有其局限性，不應被視為獨立於或代替我們根據 IFRS 會計準則對業績進行的分析。按不變匯率基準計算的銷售淨額增長作為檢討我們財務業績的指標有其局限性，原因為其不會反映外幣對所呈報銷售淨額的影響。經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率的部分限制包括不會反映可能減少我們可用現金的若干稅項付款；不會反映日後可能須置換的折舊及攤銷資產的任何現金資本開支需求；不會反映我們營運資金需要的變動或現金需求；及不會反映利息開支或償還利息或本金付款所需的現金需求。經調整淨收入以及經調整每股基本及攤薄盈利的部分限制包括不會反映影響我們所呈報的溢利的多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用（連同其各自的稅項影響）的影響。經調整自由現金流量的部分限制包括其不會反映我們未來合約承擔或考慮若干現金需求，如債務償還需求，亦不反映我們於特定時期現金結餘的增加或減少總額。由於該等及其他限制，我們的非 IFRS 財務計量工具應與根據 IFRS 會計準則編製及呈報的可比財務計量工具一併考慮。

按不變匯率基準計算的銷售淨額增長

我們呈報按不變匯率基準計算的銷售淨額百分比變動，以對根據 IFRS 會計準則呈報的銷售淨額進行補充，並透過撇除外幣變動對所呈報銷售淨額按年的正面或負面影響，加深投資者對我們全球業務表現的了解。為呈列相關資料，功能貨幣並非美元的實體的本期間及可比上一期間業績以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率（而非相關期間的實際匯率）換算為美元。我們相信，呈報按不變匯率基準計算的資料透過撇除未必能反映我們核心經營業績的外幣匯率波動的影響，為管理層及投資者提供有用資訊。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率

經調整 EBITDA（一項非 IFRS 財務計量工具）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。經調整 EBITDA 定義為期內溢利，並經調整以撇除所得稅開支、財務費用（撇除租賃負債的利息開支）、財務收入、折舊、攤銷（撇除租賃使用權資產攤銷）、以股份支付的薪酬開支、雲端企業資源規劃（「ERP」）系統的建置成本及其他調整。經調整 EBITDA 利潤率（一項非 IFRS 財務計量工具）定義為經調整 EBITDA 除以銷售淨額。我們相信經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率會提供更多資訊，有利於更全面了解我們的經營表現及我們業務的相關趨勢。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的經調整 EBITDA 為 109.0 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 127.6 百萬美元減少 18.6 百萬美元或 14.6%。經調整 EBITDA 減少主要是由於經營溢利按年減少所致。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的經調整 EBITDA 利潤率為 13.1%，而截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的經調整 EBITDA 利潤率則為 16.0%，乃由於我們為支持長遠增長而持續就提升品牌及開設新門市進行投資，加上面臨成本上漲壓力所致。

下表載列截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率與我們期內溢利及利潤率（根據 IFRS 會計準則呈列的最直接可比財務計量工具）的對賬：

(以百萬美元呈列)	截至 3 月 31 日止三個月		增加（減少） 百分比
	2026 年	2025 年	
期內溢利	37.7	55.2	(31.6)%
加（減）：			
所得稅開支	22.3	24.6	(9.4)%
財務費用	33.1	32.4	2.3 %
財務收入	(1.9)	(2.6)	(28.5)%
經營溢利	91.3	109.5	(16.7)%
加（減）：			
折舊	17.4	14.8	17.8 %
攤銷總額	50.9	44.5	14.2 %
以股份支付的薪酬開支	0.2	3.3	(93.2)%
ERP 系統的建置成本	0.8	—	n/a
租賃使用權資產攤銷	(45.7)	(39.5)	15.7 %
租賃負債的利息開支	(9.5)	(8.9)	6.5 %
其他調整 ⁽¹⁾	3.7	3.8	(3.0)%
經調整 EBITDA ⁽²⁾	109.0	127.6	(14.6)%
銷售淨額	829.1	796.6	
利潤率 ⁽³⁾	4.6 %	6.9 %	
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁴⁾	13.1 %	16.0 %	

註釋

(1) 其他調整主要包括簡明綜合收益表中的「其他開支淨額」。

(2) 經調整 EBITDA 為一項非 IFRS 財務計量工具，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。經調整 EBITDA 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以便計入經營租金開支。

(3) 利潤率以期內溢利除以銷售淨額計算所得。

(4) 經調整 EBITDA 利潤率為一項非 IFRS 財務計量工具，以經調整 EBITDA 除以銷售淨額計算所得。

n/a 不適用。

管理層使用分部經調整 EBITDA 及分部經調整 EBITDA 利潤率作為分部盈利能力的補充計量工具，該計量工具剔除若干非現金及非經常性成本，管理層認為該計量工具能讓人更深入地了解分部業績，並能分離單個分部無法控制的若干事件的影響，從而更好地作出分部薪酬決策。

下表按地區基準載列截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率（為非 IFRS 財務計量工具）與期內溢利（虧損）及利潤率（根據 IFRS 會計準則呈列的最直接可比財務計量工具）的對賬：

	截至 2026 年 3 月 31 日止三個月					
(以百萬美元呈列)	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	總計
期內溢利（虧損）	26.8	14.0	18.0	2.4	(23.4)	37.7
加（減）：						
所得稅開支	9.0	2.4	6.1	1.0	3.9	22.3
財務費用	3.2	5.0	2.4	1.6	20.8	33.1
財務收入	(0.8)	(0.1)	(0.3)	(0.1)	(0.5)	(1.9)
公司間費用（收入） ⁽¹⁾	14.7	7.9	(0.8)	0.8	(22.6)	—
經營溢利（虧損）	52.8	29.2	25.3	5.8	(21.8)	91.3
加（減）：						
折舊	8.2	3.7	4.4	1.1	0.1	17.4
攤銷總額	16.5	17.5	12.5	3.9	0.4	50.9
以股份支付的薪酬開支	—	0.3	0.1	—	(0.2)	0.2
ERP 系統的建置成本	—	—	—	—	0.8	0.8
租賃使用權資產攤銷	(15.3)	(15.3)	(11.2)	(3.8)	(0.1)	(45.7)
租賃負債的利息開支	(1.7)	(4.3)	(2.4)	(1.1)	(0.0)	(9.5)
其他調整 ⁽²⁾	0.4	1.0	0.1	0.4	1.8	3.7
經調整 EBITDA ⁽³⁾	60.9	32.2	28.9	6.2	(19.1)	109.0
銷售淨額	316.2	257.9	195.4	59.6	0.1	829.1
利潤率 ⁽⁴⁾	8.5 %	5.4 %	9.2 %	4.0 %	nm	4.6 %
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁵⁾	19.3 %	12.5 %	14.8 %	10.4 %	nm	13.1 %

註釋

(1) 按地區劃分的公司間費用（收入）包括集團內部的專利收入／開支及於綜合入賬時撇銷的其他相互開支。

(2) 其他調整主要包括簡明綜合收益表中的「其他開支淨額」。

(3) 經調整 EBITDA 為一項非 IFRS 財務計量工具，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。經調整 EBITDA 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以便計入經營租金開支。

(4) 利潤率以期內溢利除以銷售淨額計算所得。

(5) 經調整 EBITDA 利潤率為一項非 IFRS 財務計量工具，以經調整 EBITDA 除以銷售淨額計算所得。

nm 無意義。

n/a 不適用。

截至 2025 年 3 月 31 日止三個月

(以百萬美元呈列)	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	總計
期內溢利 (虧損)	36.1	19.3	20.0	3.1	(23.2)	55.2
加 (減)：						
所得稅開支	10.7	4.9	6.7	0.4	1.8	24.6
財務費用	1.9	4.1	2.5	0.9	22.9	32.4
財務收入	(1.1)	(0.2)	(0.6)	(0.1)	(0.5)	(2.6)
公司間費用 (收入) ⁽¹⁾	15.0	8.5	(0.2)	0.8	(24.0)	—
經營溢利 (虧損)	62.6	36.6	28.4	5.0	(23.0)	109.5
加 (減)：						
折舊	6.9	3.4	3.6	0.9	0.1	14.8
攤銷總額	14.2	16.5	10.0	3.4	0.5	44.5
以股份支付的薪酬開支	—	0.2	0.1	—	3.0	3.3
租賃使用權資產攤銷	(13.0)	(14.3)	(8.8)	(3.4)	0.0	(39.5)
租賃負債的利息開支	(1.8)	(4.0)	(2.0)	(1.1)	(0.0)	(8.9)
其他調整 ⁽²⁾	(0.1)	1.7	(0.4)	0.4	2.2	3.8
經調整 EBITDA ⁽³⁾	68.8	40.1	30.8	5.1	(17.3)	127.6
銷售淨額	307.0	261.5	175.5	52.5	0.2	796.6
利潤率 ⁽⁴⁾	11.8 %	7.4 %	11.4 %	5.8 %	<i>nm</i>	6.9 %
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁵⁾	22.4 %	15.3 %	17.5 %	9.8 %	<i>nm</i>	16.0 %

註釋

(1) 按地區劃分的公司間費用 (收入) 包括集團內部的專利收入/開支及於綜合入賬時撇銷的其他相互開支。

(2) 其他調整主要包括簡明綜合收益表中的「其他開支淨額」。

(3) 經調整 EBITDA 為一項非 IFRS 財務計量工具，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。經調整 EBITDA 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以便計入經營租金開支。

(4) 利潤率以期內溢利除以銷售淨額計算所得。

(5) 經調整 EBITDA 利潤率為一項非 IFRS 財務計量工具，以經調整 EBITDA 除以銷售淨額計算所得。

nm 無意義。

經調整淨收入及經調整每股盈利

經調整淨收入 (一項非 IFRS 財務計量工具) 撇除影響我們呈報的股權持有人應佔溢利的多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用 (連同其各自的稅項影響) 的影響，我們相信其有助證券分析員、投資者及其他利益相關方更全面了解我們的相關財務表現。經調整淨收入定義為股權持有人應佔溢利，並經調整以撇除計入財務費用的認沽期權之公允價值變動、無形資產攤銷、重組撥回、可能在美國雙重上市的籌備費用、雲端 ERP 系統的建置成本及稅項調整。經調整每股基本及攤薄盈利 (兩者均為非 IFRS 財務計量工具) 是以經調整淨收入分別除以每股基本及攤薄盈利計算所用的加權平均股數計算得出。

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的經調整淨收入為 36.5 百萬美元，較截至 2025 年 3 月 31 日止三個月的 52.0 百萬美元減少 15.4 百萬美元或 29.7%。經調整淨收入減少主要由於經營溢利按年減少所致。截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的經調整每股基本及攤薄盈利分別為每股 0.026 美元及 0.026 美元，而截至 2025 年 3 月 31 日止三個月則分別為每股 0.037 美元及 0.037 美元。

下表載列截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月我們的經調整淨收入及經調整每股基本及攤薄盈利（其為非 IFRS 財務計量工具）與我們的期內溢利及每股基本及攤薄盈利（根據 IFRS 會計準則呈列的最直接可比財務計量工具）的對賬：

(以百萬美元呈列，每股數據除外)	截至 3 月 31 日止三個月		增加（減少） 百分比
	2026 年	2025 年	
期內溢利	37.7	55.2	(31.6)%
減：非控股權益應佔溢利	(5.6)	(7.0)	(20.4)%
股權持有人應佔溢利	32.2	48.2	(33.2)%
加（減）：			
計入財務費用的認沽期權之公允價值變動	(1.8)	(1.8)	0.2 %
無形資產攤銷	5.1	5.0	2.1 %
重組撥回	—	(0.1)	(100.0)%
可能在美國雙重上市的籌備費用	1.8	1.9	(7.9)%
ERP 系統的建置成本	0.8	—	n/a
稅項調整 ⁽¹⁾	(1.4)	(1.2)	17.3 %
經調整淨收入 ⁽²⁾	36.5	52.0	(29.7)%
每股基本盈利 (以每股美元呈列)	0.023	0.035	(32.9)%
每股攤薄盈利 (以每股美元呈列)	0.023	0.034	(33.0)%
經調整每股基本盈利 (以每股美元呈列)	0.026	0.037	(29.3)%
經調整每股攤薄盈利 (以每股美元呈列)	0.026	0.037	(29.5)%

註釋

(1) 稅項調整指基於有關成本產生所在司法權區的適用稅率計入簡明綜合收益表的對賬項目的稅項影響。

(2) 指股權持有人應佔經調整淨收入。

n/a 不適用。

經調整自由現金流量

我們對經調整自由現金流量（一項非 IFRS 財務計量工具）的定義為經營活動所得現金減去(i)購置物業、廠房及設備以及採購軟件費用及(ii)租賃負債的本金付款。我們認為，經調整自由現金流量可有效提供有關我們流動資金及能否在不使用若干核心經營活動之現金的情況下產生現金的更多資訊。經調整自由現金流量不代表可用作酌情支出的剩餘現金流量，原因為其並不包括若干強制性支出，且經調整自由現金流量的計算可能有別於其他公司所使用類似命名的計量工具，因此未必可與之進行比較。

下表呈列截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月我們的經調整自由現金流量（一項非 IFRS 財務計量工具）與我們的經營活動所得現金淨額（根據 IFRS 會計準則呈列的最直接可比財務計量工具）的對賬：

(以百萬美元呈列)	截至 3 月 31 日止三個月		增加（減少）百分 比
	2026 年	2025 年	
經營活動所得現金淨額	85.4	8.5	nm
減：			
購置物業、廠房及設備以及軟件	(13.8)	(11.4)	20.8 %
租賃負債的本金付款	(44.3)	(38.2)	15.8 %
經調整自由現金流量	27.3	(41.2)	nm

註釋

nm 無意義。

流動資金及資本資源

我們的資本管理政策的主要目標為保持我們的持續經營能力，為我們的股東帶來回報，並為資本開支、一般營運開支、營運資金需要及支付債務提供資金。我們的流動資金主要來源為經營活動之現金流量、投資現金、可用信貸額及我們增發股份（惟須待股東批准後方可作實）的能力。我們相信，我們的現有現金及估計現金流量，加上流動營運資金及融資渠道，將足以應付我們接下來十二個月及未來期間的可預見未來營運及資本需求。有關截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月現金流量的討論，請參閱「－現金流量」。

負債

下表載列我們於 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日的貸款及借款的賬面值：

(以百萬美元呈列)	2026 年 3 月 31 日	2025 年 12 月 31 日
2025 年 A 定期貸款融通 ⁽¹⁾	795.0	800.0
2025 年 B 定期貸款融通 ⁽¹⁾	492.8	494.0
2025 年優先信貸融通總額 ⁽¹⁾	1,287.8	1,294.0
2033 年到期優先票據 ^{(2), (3)}	404.4	411.1
其他借款及債務	48.3	43.1
貸款及借款總額	1,740.4	1,748.2
減遞延融資成本	(18.2)	(19.0)
貸款及借款總額減遞延融資成本	1,722.3	1,729.1

註釋

(1) 定義見下文「－優先信貸融通」。

(2) 定義見下文「－發行 350.0 百萬歐元息率 4.375% 之 2033 年到期優先票據」。

(3) 當 2033 年到期優先票據由歐元換算為美元時，其價值將會隨着歐元兌美元匯率在所述時間內的波動而變動。

下表載列我們於 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日的計息金融工具的利率概況：

(以百萬美元呈列)	2026 年 3 月 31 日	2025 年 12 月 31 日
浮息工具：		
金融資產	17.4	7.7
金融負債 ⁽¹⁾	(1,336.1)	(1,337.1)
浮息工具總額	(1,318.7)	(1,329.3)
定息工具：		
利率掉期協議－資產	1.1	—
利率掉期協議－負債	(0.1)	(0.7)
金融負債 ⁽²⁾	(404.4)	(411.1)
定息工具總額	(403.4)	(411.8)

註釋

(1) 主要反映於 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 12 月 31 日的 2025 年優先信貸融通。

(2) 反映於 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 12 月 31 日的 2033 年到期優先票據。

優先信貸融通

於 2023 年 6 月 21 日，我們與轄下若干直接及間接全資附屬公司訂立第二次經修訂及重述信貸協議（「2023 年優先信貸協議」），其就(i)一筆為數 800.0 百萬美元的優先有抵押 A 定期貸款融通（「2023 年 A 定期貸款融通」）、(ii)一筆為數 600.0 百萬美元的優先有抵押 B 定期貸款融通（「2023 年 B 定期貸款融通」）及(iii)一筆為數 850.0 百萬美元的循環信貸融通（「2023 年循環信貸融通」），連同 2023 年 A 定期貸款融通及 2023 年 B 定期貸款融通統稱「2023 年優先信貸融通」作出規定。

於 2024 年 4 月 12 日（「2024 年再融資日期」），我們與轄下若干直接及間接全資附屬公司訂立 2023 年優先信貸協議的修訂（經修訂，「2024 年優先信貸協議」），以一筆為數 500.0 百萬美元的優先有抵押 B 定期貸款融通（「2024 年 B 定期貸款融通」）終止確認 2023 年 B 定期貸款融通。根據 2024 年優先信貸協議規定的信貸融資（包括 2023 年 A 定

期貸款融通、2023年循環信貸融通及2024年B定期貸款融通)於本文中稱為「2024年優先信貸融通」。

於2024年再融資日期，我們於2023年循環信貸融通項下借入100.0百萬美元，並將該借款所得款項及2024年B定期貸款融通所得款項，用於悉數償還並終止確認2023年B定期貸款融通項下的全部未償還借款本金及支付交易費用。

於2025年11月6日，我們與轄下若干直接及間接全資附屬公司訂立經修訂及重述的信貸協議（「2025年優先信貸協議」）。2025年優先信貸協議全面修訂及重述2024年優先信貸融通協議，並就(1)一筆為數800.0百萬美元的優先有抵押A定期貸款融通（「2025年A定期貸款融通」）、(2)一筆為數494.0百萬美元的優先有抵押B定期貸款融通（「2025年B定期貸款融通」，連同2025年A定期貸款融通統稱「2025年定期貸款信貸融通」）及(3)一筆為數850.0百萬美元的循環信貸融通（「2025年循環信貸融通」，連同2025年定期貸款信貸融通統稱「2025年優先信貸融通」）作出規定。

2025年優先信貸融通項下提款之所得款項總額連同現有的手頭現金已用於(i)為2024年優先信貸融通進行再融資以及(ii)支付與再融資相關的若干佣金、手續費及開支。

利率

2023年A定期貸款融通及2023年循環信貸融通的借款利息乃基於擔保隔夜融資利率（「SOFR」）釐定，其中SOFR下限為0%，另加10個基點的信用息差調整，以及可變的適用息差，及根據第一留置權淨槓桿比率或我們的企業評級計算所得的利率（以較低者為準）釐定。就2025年A定期貸款融通及2025年循環信貸融通，截至2026年3月31日止財政季度財務報表交付時為止，應付利率乃基於SOFR釐定，其中SOFR下限為0%，另加年利率1.125%（或基準利率另加年利率0.125%）釐定，其後則根據本公司及其受限制附屬公司於各財政季度末的第一留置權淨槓桿比率或我們的企業評級兩者計算所得的利率（以較低者為準）釐定。

截至2026年3月31日止財政季度的財務報表交付時為止，就2025年循環信貸融通項下的未動用承諾金額而應付的承諾費為每年0.15%，其後則應根據本公司及其受限制附屬公司於各財政季度末的第一留置權淨槓桿比率或我們的企業評級兩者計算所得的利率（以較低者為準）釐定。

2024年B定期貸款融通的借款利息乃基於SOFR釐定，其中SOFR下限為0.50%，另加年利率2.00%（或基準利率另加年利率1.00%）。2025年B定期貸款融通的借款利息乃基於SOFR釐定，其中SOFR下限為0%，另加年利率1.75%（或基準利率另加年利率0.75%）。2025年B定期貸款融通的貸款按原發行折扣發行，發行價格為99.5%。

由於2024年優先信貸融通及2025年優先信貸融通具有浮動利率，我們根據實際基準利率加上於有關期間有效的適用息差計算利息開支。

攤銷及最後到期日

2023年A定期貸款融通規定預定季度付款，於第一及第二年各年就其項下貸款的原來本金額作出2.5%的年度攤銷，於第三及第四年各年上調至5.0%的年度攤銷及於第五年上調至7.5%的年度攤銷，而餘額將於2023年A定期貸款融通到期日到期及須予支付。2023年循環信貸融通項下未償還的本金額概無預定攤銷。2023年A定期貸款融通及2023年循環信貸融通項下的未償還餘額將於2028年6月21日到期及須予支付。

2025年A定期貸款融通規定自2026年3月31日開始按季付款，於第一及第二年各年就2025年A定期貸款融通項下貸款的原來本金額作出2.5%的年度攤銷，於第三及第四年各年上調至5.0%的年度攤銷及於第五年上調至7.5%的年度攤銷，而餘額將於2025年A定期貸款融通到期日到期及須予支付。2025年A定期貸款融通及2025年循環信貸融通項下屆時尚未償還的本金餘額以及應計及未付利息將於2030年11月6日到期及須予支付。

2024年B定期貸款融通規定預定季度付款，金額等於2024年B定期貸款融通項下貸款的原來本金額的0.25%，而餘額將於2030年6月21日到期及須予支付。2025年B定期貸款融通規定自2026年3月31日開始按季付款，就2025年B定期貸款融通項下貸款的原來本金額作出1.0%的年度攤銷，而餘額將於2025年B定期貸款融通到期日到期及須予支付。2025年B定期貸款融通項下屆時尚未償還的本金餘額以及應計及未付利息將於2032年11月6日到期及須予支付。

擔保及抵押

借款人於2025年優先信貸融通項下的債項由我們及我們若干於盧森堡、比利時、加拿大、香港、匈牙利、墨西哥、美國及新加坡成立的現時直接或間接受限制重大全資附屬公司無條件作出擔保，並須由若干於該等司法權區（新加坡除外）成立的未來直接或間接受限制重大全資附屬公司（「信貸融通擔保人」）作出擔保。

所有 2025 年優先信貸融通項下的債項以及該等債項的擔保，均以借款人及信貸融通擔保人的絕大部分資產（包括 2033 分擔抵押品（定義見下文））作抵押（若干例外情況除外）。

若干契諾及違約事件

2025 年優先信貸融通包含多個可限制我們及我們的受限制附屬公司進行（其中包括）以下事項的能力的慣常負面契諾（若干例外情況除外）：(i)舉借或擔保額外負債；(ii)就我們的股本派付股息或作出分派或贖回、回購或償付其股本或其他負債；(iii)作出投資、貸款及收購；(iv)與轄下聯屬公司進行交易；(v)出售資產（包括轄下附屬公司的股本）；(vi)整合或合併；(vii)重大改變我們的現行業務；(viii)設定留置權；及(ix)提前償還或修訂任何次級債務或後償債務。

此外，2025 年信貸協議規定我們須達成若干季度財務契諾。我們須維持(i)不高於 4.50:1.00 的備考總淨槓桿比率（定義見 2025 年優先信貸協議），惟若干例外情況除外；及(ii)不低於 3.00:1.00 的備考綜合現金利息保障比率（定義見 2025 年優先信貸協議）（統稱為「財務契諾」）。財務契諾僅適用於 2025 年 A 定期貸款融通及 2025 年循環信貸融通下貸款人的權益。我們於截至 2026 年 3 月 31 日的測試期間遵守財務契諾的規定。

2025 年優先信貸協議亦包含有關違約事件（包括控制權變動）的若干慣常聲明及保證、肯定性契諾及條文。

其他信息

借款產生的融資成本及修訂已遞延入賬，並被貸款及借款所抵銷。遞延融資成本於 2025 年優先信貸融通及 2033 年到期優先票據（定義見下文）的年期內按實際利率法攤銷。於 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 12 月 31 日，貸款及借款總額分別包括遞延融資成本總額 18.2 百萬美元及 19.0 百萬美元。

截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止三個月，計入利息開支的遞延融資成本的攤銷分別為 0.8 百萬美元及 0.6 百萬美元。

利率掉期

我們繼續利用固定利率協議與若干浮息美元銀行借款進行利率掉期，以對沖浮息優先信貸融通項下的部分利率風險。於 2024 年 6 月 18 日，我們訂立名義金額為 400.0 百萬美元的利率掉期協議，自 2024 年 8 月 30 日起生效，並於 2026 年 2 月 27 日終止（「2024 年掉期」）。於 2025 年 11 月 4 日，我們訂立名義金額為 100.0 百萬美元的新利率掉期協議，自 2025 年 11 月 4 日起生效，並將於 2030 年 10 月 31 日終止（「2025 年 11 月掉期」）。

於 2026 年 1 月 22 日，我們訂立名義金額為 100.0 百萬美元的新利率掉期協議，自 2026 年 1 月 30 日起生效，並將於 2030 年 10 月 31 日終止（「2026 年 1 月掉期」），而於 2026 年 3 月 9 日，我們訂立名義金額為 100.0 百萬美元的額外新利率掉期協議，自 2026 年 3 月 9 日起生效，並將於 2030 年 2 月 28 日終止（「2026 年 3 月掉期」，連同 2025 年 11 月掉期及 2026 年 1 月掉期統稱「利率掉期」）。

根據利率掉期，於 2026 年 3 月 31 日，就 2025 年優先信貸融通的未償還本金額中約 23% 的等值金額而言，SOFR 獲有效固定為約 3.466% 的加權平均值，此舉降低了我們面對的部分加息風險。利率掉期須每月支付固定利息，並合資格作為現金流量對沖。

於 2026 年 3 月 31 日，2025 年 11 月掉期及 2026 年 3 月掉期按市價計值，導致我們確認資產 1.1 百萬美元，而實際收益（虧損）部分則遞延至其他全面收益。於 2026 年 3 月 31 日，2026 年 1 月掉期按市價計值，導致我們確認負債 0.1 百萬美元，而實際收益（虧損）部分則遞延至其他全面收益。於 2025 年 12 月 31 日，2025 年 11 月掉期及 2024 年掉期按市價計值，導致我們確認負債 0.7 百萬美元，而實際收益（虧損）部分則遞延至其他全面收益。

發行 350.0 百萬歐元息率 4.375% 之 2033 年到期優先票據

於 2025 年 11 月 11 日（「發行日」），我們轄下間接全資附屬公司 Samsonite Finco S.à r.l.（「發行人」）發行於 2033 年到期本金總額為 350.0 百萬歐元息率 4.375% 之優先票據（「2033 年到期優先票據」）。發行 2033 年到期優先票據所籌集的所得款項，連同現有的手頭現金及 2025 年優先信貸融通項下的借款已用於(i)悉數償還本金總額為 350.0 百萬歐元之 2026 年到期優先票據（連同 2026 年到期優先票據的所有應計及未付利息）以及(ii)支付與此相關的應付費用、成本及開支。2033 年到期優先票據根據由發行人、本公司及其若干直接或間接全資附屬公司（連同本公司，統稱「2033 年票據擔保人」）、Deutsche Bank Trust Company Americas（作為受託人）、付款代理、過戶代理與登記處及 HSBC Bank USA、National Association（作為抵押代理）於發行日訂立的契約（「契約」）按面值發行。

到期日、利息及贖回

2033 年到期優先票據將於 2033 年 2 月 15 日到期。2033 年到期優先票據的發行在外本金總額的利息將按年利率 4.375% 計息，於每年 5 月 15 日及 11 月 15 日且自 2026 年 5 月 15 日起每半年以現金支付一次。

於 2028 年 11 月 15 日之前的任何時候，發行人可以贖回全部或部份 2033 年到期優先票據，贖回價相等於本金總額的 100%加「贖回」溢價，另加直至（但不包括）贖回日止應計及未支付的利息及任何其他款項（如有）。

於 2028 年 11 月 15 日或之後的任何時候，發行人可贖回全部或部份 2033 年到期優先票據，倘贖回乃自下文所示年度 11 月 15 日起計十二個月期間內進行，贖回價為如下所列（以金額百分比表示），另加直至（但不包括）贖回日止應計及未支付的利息及任何其他款項（如有）：

年度	贖回價
2028 年	102.18750 %
2029 年	101.09375 %
2030 年及其後	100.00000 %

於 2028 年 11 月 15 日之前的任何時候，發行人可贖回不超過 40%的 2033 年到期優先票據，所動用的資金總額不得超過從一項或多項特定股權發售所得的款項淨額，贖回價為其本金金額的 104.375%，另加直至（但不包括）贖回日止應計及未支付的利息及任何其他款項（如有），惟前提是：(i)2033 年到期優先票據的至少 50%原本本金金額於每次該等贖回後仍然發行在外，及(ii)贖回於該等特定股權發售結束後 180 日內進行。

此外，在發生某些稅務法律方面的變動時，發行人可以贖回所有 2033 年到期優先票據，贖回價相等於本金總額，另加直至（但不包括）贖回日止應計及未支付的利息及任何其他款項（如有）。

於發生構成「控制權變動」（定義見契約）的事件後，發行人將須要約購回 2033 年到期優先票據，購買價為其本金總額的 101%，另加直至（但不包括）購買日止應計及未支付的利息及任何其他款項（如有）。該等「控制權變動」事件包括將全部或絕大部份發行人的及本公司受限制附屬公司的資產整體出售予任何人。

擔保及抵押

2033 年到期優先票據由 2033 年票據擔保人按優先次級基準提供擔保。2033 年到期優先票據已就發行人的股份作出二級質押，以及就發行人在所得款項貸款（涉及發售 2033 年到期優先票據的所得款項）中的權利作出二級質押，作為抵押（「2033 年分擔抵押品」）。2033 年分擔抵押品亦按一級基準為 2025 年優先信貸融通提供抵押。

若干契諾及違約事件

契約包含多個可限制我們及轄下受限制附屬公司（包括發行人）進行（其中包括）以下事項的能力的慣常負面契諾（若干例外情況除外）：(i)舉借或擔保額外負債；(ii)作出投資或其他受限制支付；(iii)設定留置權；(iv)出售資產及附屬公司股份；(v)派付股息或作出其他分派，或者回購或贖回我們的股本或次級債務及我們受限制附屬公司的股本或次級債務；(vi)與聯屬公司進行若干交易；(vii)訂立限制附屬公司派付股息或限制償付公司間貸款和放款的協議；(viii)進行合併或整合；及(ix)削減 2033 年分擔抵押品中的抵押權益。契約亦包含有關違約事件的若干慣常條文。

其他貸款及借款

我們若干綜合附屬公司與其營運所在地區的多名第三方貸款人訂立信貸額度及其他貸款。其他貸款及借款一般為以借款實體的功能貨幣計值的浮息工具。該等信貸額度為我們若干實體的日常業務營運提供短期融資及營運資金，包括透支、銀行擔保及貿易融資。此等信貸額度大部分為無承諾的融資。於 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 12 月 31 日，其他貸款及借款的總額分別為 48.3 百萬美元及 43.1 百萬美元。於 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 12 月 31 日，無承諾可動用信貸融通分別為 110.9 百萬美元及 107.6 百萬美元。

對沖

除利率掉期外，我們於非美國附屬公司層面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 2026 年 3 月 31 日與此等衍生工具有關的現金流出預期於一年內為 89.7 百萬美元。

合約責任

下表概述我們於 2026 年 3 月 31 日涉及固定且可予釐定現金流量的合約責任的預定到期日：

(以百萬美元呈列)	總計	1 年內	1 年至 2 年	2 年至 5 年	超過 5 年
貸款及借款	1,740.4	73.3	29.9	764.8	872.4
尚未完成的存貨採購訂單	542.7	542.5	0.2	—	—
租賃負債的未來最低合約付款	740.8	203.6	170.4	262.5	104.2
短期及低價值租賃的未來最低付款	2.1	2.1	—	—	—
總計	3,026.0	821.5	200.5	1,027.4	976.6

我們相信，我們的現有現金及估計現金流量，加上流動營運資金及融資渠道，將足以履行接下來十二個月及未來期間的預計合約責任。

所持有的重大投資、重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，我們概無持有佔我們總資產 5% 或以上的重大投資、進行重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

資產負債表外安排

於 2026 年 3 月 31 日，除概述我們的合約責任的表格所載者外，我們並無任何重大的資產負債表外安排或或然負債。請參閱「—合約責任」。

一般事項

於 2026 年 3 月 31 日及截至該日止三個月的財務及業務回顧已予刊發，旨在向股東、潛在投資者、貸款人、債券持有人及其他利益相關方提供有關本公司表現的最新消息。

本公司股東、潛在投資者、貸款人、債券持有人及其他利益相關方務請注意，本公告所載的所有數字是基於本公司的管理賬目而作出，有關管理賬目尚未經本公司核數師審計或審閱。本公司的審核委員會已審閱本公司截至 2026 年 3 月 31 日止三個月的業績公告，並建議本公司董事會批准有關公告。

本公司股東、潛在投資者、貸款人、債券持有人及其他利益相關方於買賣本公司證券時應審慎行事，如對自身投資狀況有任何疑問，應諮詢彼等本身的專業顧問的意見。

承董事會命
Samsonite Group S.A.
新秀麗集團有限公司

主席
Timothy Charles Parker

香港，2026 年 5 月 13 日

於本公告日期，執行董事為 *Kyle Francis Gendreau*，非執行董事為 *Timothy Charles Parker*，以及獨立非執行董事為 *Claire Marie Bennett*、*Angela Iris Brav*、*Jerome Squire Griffith*、*Tom Korbas*、*Glenn Robert Richter* 及 *Deborah Maria Thomas*。