

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®

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 159.469

(於盧森堡註冊成立之有限公司)

(股份代號：1910)

截至 2016 年 3 月 31 日止業務資料

新秀麗國際有限公司（「本公司」）連同其綜合附屬公司（統稱「本集團」）董事會欣然宣佈本集團截至 2016 年 3 月 31 日止期間的未經審核業務資料。本公告乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則第 13.09 條作出。

截至 2016 年 3 月 31 日止三個月

按固定貨幣基準¹，本集團截至 2016 年 3 月 31 日止三個月的銷售淨額較 2015 年同期增長 26.2 百萬美元或 4.6%。以美元申報的銷售淨額由 2015 年第一季度的 566.6 百萬美元增加 1.8 百萬美元或 0.3% 至 2016 年第一季度的 568.3 百萬美元。按固定貨幣基準計算按地區劃分的業績如下：

- 亞洲－銷售淨額增長 9.3 百萬美元或 4.0%；
- 北美洲－銷售淨額增長 1.5 百萬美元或 0.8%；
- 歐洲－銷售淨額增長 12.9 百萬美元或 11.5%；及
- 拉丁美洲－銷售淨額增長 2.6 百萬美元或 6.9%。

¹ 按固定貨幣基準計算的銷售淨額是把去年同期平均匯率應用於本期當地貨幣業績而計算得出。

下表載列截至 2016 年 3 月 31 日及 2015 年 3 月 31 日止三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 3 月 31 日止三個月				2016 年與 2015 年比較	
	2016 年		2015 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	229,478	40.4%	232,115	41.0%	(1.1)%	4.0%
北美洲	183,937	32.4%	183,265	32.3%	0.4%	0.8%
歐洲	118,927	20.9%	112,153	19.8%	6.0%	11.5%
拉丁美洲	34,071	6.0%	37,044	6.5%	(8.0)%	6.9%
企業	1,911	0.3%	1,980	0.4%	(3.5)%	(3.5)%
銷售淨額	568,324	100.0%	566,557	100.0%	0.3%	4.6%

按地區劃分的銷售淨額

撇除匯兌影響，本集團於截至 2016 年 3 月 31 日止三個月在亞洲的銷售淨額較 2015 年第一季度增長 9.3 百萬美元或 4.0%。由於受美元強勢的負面影響，故此以美元申報的亞洲區銷售淨額減少 2.6 百萬美元或 1.1%。按固定貨幣基準，銷售淨額增長受澳洲（增長 36.2%）、日本（增長 21.3%）、中東（增長 47.5%）及印度（增長 1.8%）所帶動。該等增長部分被香港（包括澳門）（由於來自中國內地的人境旅客人數下跌而下跌 19.1%）及南韓（因消費意欲疲弱而下跌 1.4%）的銷售淨額按年減少所抵銷。按固定貨幣基準，中國的銷售淨額（減少 0.3%）與去年大致相若，此乃由於企業間銷售按年減少以及百貨公司銷售隨著消費者轉向電子商貿而下降所致。按固定貨幣基準，本集團於中國直接面向消費者的電子商貿銷售淨額及向網上零售商銷售的銷售淨額分別按年增長 72.8% 及 45.7%，而撇除向網上零售商銷售的批發銷售淨額則按年下跌 4.7%。本集團繼續滲透區內新興市場，於泰國（增長 10.9%）、印尼（增長 10.4%）、菲律賓（增長 8.8%）及台灣（增長 7.5%）均錄得按年固定貨幣銷售淨額增長。

撇除匯兌影響，本集團於截至 2016 年 3 月 31 日止三個月在北美洲的銷售淨額較 2015 年第一季度增長 1.5 百萬美元或 0.8%。以美元申報的北美洲區銷售淨額增長 0.7 百萬美元或 0.4%。按固定貨幣基準，批發渠道銷售淨額增長 2.4 百萬美元或 1.6%，而零售渠道銷售淨額則下跌 0.9 百萬美元或 2.8%。儘管外國旅客人數尚未回升至較早前水平，美國同店銷售淨額仍然於最近數月持續改善。

撇除匯兌影響，本集團於截至 2016 年 3 月 31 日止三個月在歐洲的銷售淨額較 2015 年第一季度增長 12.9 百萬美元或 11.5%。以美元申報的歐洲區銷售淨額增長 6.8 百萬美元或 6.0%。本集團繼續專注於推動 *American Tourister* 品牌於歐洲的發展並擴大其市場份額。按固定貨幣基準，歐洲區部分國家的銷售淨額較去年錄得增長，包括西班牙（增長 18.1%）、德國（增長 16.7%）、英國（增長 15.6%）、意大利（增長 13.6%）及法國（增長 4.1%）。本集團繼續滲透區內的新興市場，於俄羅斯（增長 26.0%）、土耳其（增長 16.2%）及南非（增長 4.4%）均錄得按年固定貨幣銷售淨額增長。

撇除匯兌影響，本集團於截至 2016 年 3 月 31 日止三個月在拉丁美洲的銷售淨額較 2015 年第一季度增長 2.6 百萬美元或 6.9%。由於受美元強勢的負面影響，故此以美元申報的拉丁美洲區銷售淨額減少 3.0 百萬美元或 8.0%。固定貨幣銷售淨額增長受墨西哥（增長 8.9%）及巴西（儘管該國存在宏觀經濟壓力，本集團於當地業務仍然穩步發展，令銷售淨額增長 34.5%）所帶動。智利於第一季度的固定貨幣銷售淨額因開學旺季的銷售提早於 2015 年第四季度達成而受到負面影響，故此減少 0.5%。

截至2016年3月31日止三個月的企業分部應佔銷售淨額較2015年同期減少0.1百萬美元或3.5%。

承董事會命
Samsonite International S.A.
新秀麗國際有限公司
主席
Timothy Charles Parker

香港，2016年4月29日

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