



SAMSONITE GROUP S.A.

新秀麗集團有限公司

**新秀麗集團有限公司公佈
截至2026年3月31日止第一季度之業績**

- 第一季度的收入為829.1百萬美元，較去年同期按呈報基準計算增長4.1%，而按不變匯率基準⁽¹⁾計算則增長0.4%
- 2026年第一季度的毛利率仍保持在59.0%的強勁水平，而經調整EBITDA利潤率⁽²⁾為13.1%
- 2026年第一季度產生經調整自由現金流量⁽³⁾27.3百萬美元，較去年同期改善68.5百萬美元
- 宣佈一項50百萬美元的股份回購計劃，按市場狀況及資本配置重點伺機購回股份
- 隨着我們執行策略規劃取得進展，預期2026年按不變匯率基準計算的銷售淨額將實現低單位數增長

美國馬薩諸塞州曼斯菲爾德／香港，2026年5月13日 – 新秀麗集團有限公司（連同其綜合附屬公司統稱為「本公司」、「新秀麗集團」、「我們的」或「我們」；香港聯交所股份代號：1910），是全球最著名及規模最大的行李箱公司，並且是全球時尚箱包行業翹楚，於今日刊發其截至2026年3月31日止第一季度之業績。除另有說明外，所有銷售淨額增長率均按不變匯率基準呈列。

行政總裁 Kyle Gendreau 先生談及新秀麗集團 2026 年第一季度之業績時表示：「我們截至 2026 年 3 月 31 日止三個月所呈報的銷售淨額較 2025 年第一季度實現 4.1% 的正增長，而按不變匯率基準⁽¹⁾計算的銷售淨額則增長 0.4%。撇除中東及印度（迄今受衝突影響最深的市場）的銷售淨額，我們 2026 年第一季度的銷售淨額按年增長 1.6%⁽¹⁾，較 2025 年第四季度環比改善，而按此基準計算三個核心品牌均實現銷售淨額正增長。」

「我們在落實推動新一階段增長的策略重點方面取得穩健進展。憑藉增加於營銷、數碼領域及選擇性開設門市的投資，以及陣容鼎盛的新穎且具創意的產品組合，我們直接面向消費者（「DTC」）渠道及時尚箱包類別⁽⁴⁾持續表現優異，2026 年第一季度的銷售淨額分別按年增長 4.2%⁽¹⁾及 4.8%⁽¹⁾。」

「我們對在應對宏觀經濟波動的同時落實策略重點以加速長遠增長的能力充滿信心。該等重點旨在加強並提升我們標誌性、以消費者為中心品牌的知名度、在數碼領域確立領先地位以進一步支持多渠道增長、把握時尚箱包領域的發展機遇，及持續以全球共鳴的產品取勝。」

「短期來看，隨着我們執行策略規劃取得進展，並利用我們於產品創新與營銷方面的規模優勢，我們預期按不變匯率基準計算的銷售淨額將於 2026 年實現低單位數增長，較 2025 年環比改善。相比 2026 年第一季度，我們預期經調整 EBITDA 利潤率亦將於年內有所改善。」

「本人藉此機會歡迎 TUMI 新任總裁 Luciano Rodembusch 加入團隊。憑藉彼於管理奢侈消費品牌規模龐大的零售及批發業務方面所擁有的豐富經驗，Luciano 是帶領 TUMI 品牌作為全球功能性奢侈品牌持續發展的優秀人選。」

2026 年第一季度之業績

截至 2026 年 3 月 31 日止三個月，銷售淨額為 829.1 百萬美元，較 2025 年第一季度增長 0.4%⁽¹⁾。撇除中東及印度（迄今受伊朗衝突影響最深的市場）的銷售淨額，我們 2026 年第一季度的銷售淨額按年增長 1.6%⁽¹⁾。

- 按地區劃分，北美洲的銷售淨額按年增長環比改善（2026 年第一季度減少 1.7%⁽¹⁾，而 2025 年第四季度則減少 2.8%⁽¹⁾）。亞洲的銷售淨額繼續增長（2026 年第一季度增長 1.3%⁽¹⁾；撇除中東及印度的銷售淨

額則增長 5.1%⁽¹⁾。歐洲的銷售淨額增長保持穩定（2026 年第一季度增長 0.8%⁽¹⁾，而 2025 年第四季度則增長 0.9%⁽¹⁾），而拉丁美洲的銷售淨額增長則環比改善（2026 年第一季度增長 4.7%⁽¹⁾，而 2025 年第四季度則減少 0.6%⁽¹⁾）。

- 按品牌劃分，*新秀麗*的銷售淨額按年增長 1.3%⁽¹⁾（撇除中東及印度的銷售淨額則增長 1.4%⁽¹⁾），較 2025 年第四季度 0.4%⁽¹⁾ 的按年跌幅環比改善。*TUMI* 於 2026 年第一季度連續第三個季度實現正增長，銷售淨額按年增長 0.5%⁽¹⁾（撇除中東及印度的銷售淨額則增長 1.1%⁽¹⁾）。*American Tourister* 的銷售淨額按年減少 1.6%⁽¹⁾（撇除中東及印度的銷售淨額則增長 3.9%⁽¹⁾），較 2025 年第四季度 3.4%⁽¹⁾ 的按年跌幅環比改善。

2026 年第一季度的毛利率為 59.0%，管理層認為表現強勁，並反映了本公司在各品牌、渠道及產品類別上的嚴謹執行力。

在嚴格控制營運開支的同時，本公司專注投資於營銷、數碼領域及選擇性開設門市，而管理層認為其為獲取品牌長遠增長機會的關鍵因素。

- 營銷開支佔 2026 年第一季度銷售淨額的 5.7%，按年增加 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。
- 分銷開支佔 2026 年第一季度銷售淨額的 34.3%，按年增加 210 個基點，主要由於通貨膨脹、選擇性開設門市，以及發貨運費上升的影響。
- 一般及行政開支繼續得到有效控制，佔 2026 年第一季度銷售淨額的 7.5%，按年下降 20 個基點，反映了管理層持續專注於嚴格控制成本。

2026 年第一季度的經調整 EBITDA 利潤率為 13.1%，而 2025 年第一季度則為 16.0%，乃由於本公司為支持長遠增長而持續就提升品牌及開設新門市⁽⁵⁾進行投資，加上面臨成本上漲壓力所致。

與去年同期相比，我們於 2026 年 3 月 31 日止三個月的經調整淨收入⁽⁶⁾減少 15.4 百萬美元至 36.5 百萬美元。截至 2026 年第一季度的經調整每股基本⁽⁷⁾及攤薄⁽⁷⁾盈利分別為每股 0.026 美元及 0.026 美元，而截至 2025 年第一季度則分別為每股 0.037 美元及 0.037 美元。

就資產負債表而言，管理層認為其保持穩健，本公司已充分準備以把握預期的強勁長遠增長機遇。截至 2026 年 3 月 31 日，淨債務為 1,070.1 百萬美元⁽⁸⁾，較 2025 年 12 月 31 日減少 28.8 百萬美元。

2026 年第一季度的經調整自由現金流量顯著改善至流入 27.3 百萬美元，而 2025 年第一季度則為流出 41.2 百萬美元，主要歸因於營運資金淨額實現按年利好變動所致。

未來前景

Gendreau 先生談及未來前景時表示：「我們對支持業務的長遠利好因素充滿信心，包括旅遊需求的持續增長，以及我們落實策略重點以加速增長的能力。此外，在經歷 2021 至 2023 年「報復式旅遊」熱潮後，近期行業增長有所放緩，作為行業領導者，我們預計未來數年將受惠於消費者對行李箱及旅行包的復甦需求。」

「短期來看，我們預期 2026 年第一季度的勢頭將會持續，2026 年第二季度按不變匯率基準計算銷售淨額的增長率與第一季度相若。隨着我們執行策略規劃取得進展，並利用我們於產品創新與營銷方面的規模優勢，我們預期按不變匯率基準計算的銷售淨額將於 2026 年實現低單位數增長，較 2025 年環比改善，前提是，中東衝突的影響不會顯著惡化。」

「我們相信，我們的規模優勢、供應商關係，以及透過緩和措施有效應對不確定的宏觀經濟情況與油價高企的環境的能力將持續使我們能夠於 2026 年及往後維持強勁的毛利率。」

「我們繼續專注於投資營銷，以把握品牌長遠增長機遇。因此，我們預計 2026 年的營銷開支佔銷售淨額的百分比將增加至約 6.5%，並於 2026 年第二季度（即夏季旅遊旺季前）達到高峰，約佔銷售淨額的百分比 8%；然而，我們仍會根據市場情況作靈活調整。」

「隨着我們步入季節性銷售旺季、着力提高銷售淨額增長並採取行動緩和成本壓力，相比 2026 年第一季度，我們預期經調整 EBITDA 利潤率將於年內有所改善。」

「我們繼續致力於向股東回饋現金，同時繼續為增長進行投資、降低資產負債表的槓桿及評估策略性收購。秉承我們的承諾，我們於 2026 年 3 月 19 日宣佈向於 2026 年 6 月 22 日登記在冊的股東派付總額 140 百萬美元的股息，派息日為 2026 年 7 月 15 日。我們亦於 2026 年 5 月 13 日宣佈新一項 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。」

關於可能在美國雙重上市的最新進展

Gendreau 先生表示：「我們正在完成為本公司證券可能在美國雙重上市的準備功夫。董事會及管理層堅信，雙重上市將隨着時間推移提升股東價值的創造。我們持續密切關注宏觀經濟及市場狀況，並擬於 2026 年完成雙重上市。」

2026 年第一季度業績—分析師及投資者電話會議：

日期：2026 年 5 月 13 日（星期三）

時間：08:30（紐約時間）／13:30（倫敦時間）／20:30（香港時間）

網路直播鏈接：<https://edge.media-server.com/mmc/p/vu539oih>

電話會議撥號登記鏈接：

<https://register-conf.media-server.com/register/B1b7a57a43d18d4b7ca2643a0140b27dd5>

（撥號詳情將在登記後透過電郵發送至登記人）

音頻網路直播重播鏈接：<https://edge.media-server.com/mmc/p/vu539oih>

截至 2026 年 3 月 31 日止第一季度的主要財務摘要

(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	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	36.5	52.0	(29.7) %
經調整 EBITDA ⁽⁹⁾	109.0	127.6	(14.6) %
經調整 EBITDA 利潤率	13.1 %	16.0 %	
經營活動所得現金淨額	85.4	8.5	nm
經調整自由現金流量	27.3	(41.2)	nm
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

nm 無意義。

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	<u>3,390.5</u>	<u>3,417.3</u>
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	<u>1,750.9</u>	<u>1,741.6</u>
資產總額	<u>5,141.4</u>	<u>5,158.9</u>
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	<u>1,631.5</u>	<u>1,600.6</u>
非控股權益	71.3	69.1
權益總額	<u>1,702.9</u>	<u>1,669.7</u>
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	<u>2,429.4</u>	<u>2,439.3</u>
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	<u>1,009.1</u>	<u>1,049.9</u>
負債總額	<u>3,438.5</u>	<u>3,489.2</u>
權益及負債總額	<u>5,141.4</u>	<u>5,158.9</u>
流動資產淨額	<u>741.8</u>	<u>691.7</u>
資產總額減流動負債	<u>4,132.3</u>	<u>4,109.0</u>

簡明綜合現金流量表（未經審計）

截至3月31日止三個月

（以百萬美元呈列）

	2026年	2025年
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

截至 2026 年 3 月 31 日及 2025 年 3 月 31 日止第一季度按地區、品牌、產品類別及分銷渠道劃分的銷售淨額

	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⁾
按地區劃分的銷售淨額 ⁽¹⁰⁾ :						
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 %

	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⁾
按品牌劃分的銷售淨額：						
新秀麗	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 ⁽¹¹⁾	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 %

	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	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 %

	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

- 按不變匯率基準計算呈列的銷售淨額業績為一項非《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與其相比較期間的平均匯率計算所得。除另有載述者外，所有銷售淨額增長率均按不變匯率基準計算呈列。
- 經調整 EBITDA 利潤率為一項非 IFRS 財務計量工具，定義為經調整 EBITDA（定義見下文）除以銷售淨額。
- 經調整自由現金流量為一項非 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、廠房及設備以及軟件費用及(ii)租賃負債的本金付款（各項目如簡明綜合現金流量表所示）。
- 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。
- 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。
- 經調整淨收入為一項非 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。
- 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。
- 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。截至 2025 年 12 月 31 日，我們的現金及現金等價物為 649.3 百萬美元，未償還金融債務為 1,748.2 百萬美元（撇除遞延融資成本 19.0 百萬美元），導致淨債務為 1,098.9 百萬美元。
- 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」）為一項非 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。
- 我們銷售淨額的地域位置分佈一般反映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。
- 「其他」包括 Gregory、High Sierra、Kamiliant、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。

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同比的正面或負面影響，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。

(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。

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。

(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。

(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。

關於新秀麗集團

新秀麗集團有限公司（連同其綜合附屬公司統稱為「本公司」、「新秀麗集團」、「我們的」或「我們」）的歷史可追溯至 1910 年，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。憑藉我們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、戶外包及休閒包以及旅遊配件，旗下品牌主要包括新秀麗、TUMI 及 American Tourister 以及其他自有及獲授權的品牌。我們透過各種批發分銷渠道、自營零售門市及電子商貿銷售其產品。我們主要於亞洲、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（「香港聯交所」）主板上市。

有關更多資訊，請聯絡：

美國：

新秀麗集團有限公司

電話：+1 508 851 1586

Alvin Concepcion

電郵：

Alvin.Concepcion@samsonite.com

香港：

新秀麗集團有限公司香港分公司

電話：+852 2422 2611

虞瑋麟

電郵：

William.Yue@samsonite.com

壽而斌

電郵：

Helena.Sau@samsonite.com

美國：Joele Frank, Wilkinson Brimmer Katcher

電話：+1 212 355 4449

Michael Freitag / Tim Ragones / Ed Trissel

電郵：Samsonite-JF@joelefrank.com

免責聲明

非 IFRS 財務計量工具

我們於本新聞稿呈列若干非 IFRS 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。本新聞稿所計算的此等非 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。

關於前瞻性陳述的特別說明

本新聞稿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。本新聞稿所載的前瞻性陳述及意見乃根據我們於本新聞稿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。本新聞稿所載的前瞻性陳述包括但並不限於以下陳述：

- 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。本新聞稿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。本新聞稿所載的前瞻性陳述僅提述於本新聞稿日期的情況。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新聞稿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新聞稿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。

閣下閱讀本新聞稿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，本新聞稿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。就本新聞稿所載財務資料而言，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、本新聞稿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新聞稿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。