



**Samsonite  
Group**  
**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6月30日止期間之業績

- 於2026年上半年，本公司在主要增長支柱方面取得長足進展，推動整體表現保持穩健。
- 2026年上半年銷售淨額為1,680.6百萬美元，按年增長1.1%，但按不變匯率基準計算則減少0.7%<sup>(1)</sup>。撇除中東及印度的銷售淨額，2026年上半年銷售淨額則按年增長3.1%（按不變匯率基準計算則增加0.7%<sup>(1)</sup>）。
- 2026年上半年呈報的毛利率為60.5%，而經調整EBITDA利潤率<sup>(2)</sup>為14.6%。撇除美國關稅退款的收益，2026年上半年毛利率為59.5%，按年上升30個基點；而經調整EBITDA利潤率則為13.7%，反映本公司在持續投資於策略性增長措施的同時，仍然維持穩健的盈利能力。
- 2026年上半年經調整自由現金流量<sup>(3)</sup>為85.0百萬美元，較2025年同期的11.5百萬美元提升73.5百萬美元。
- 2026年第二季度銷售淨額為851.5百萬美元，按年減少1.6%（按不變匯率基準計算則減少1.7%<sup>(1)</sup>）。撇除中東及印度的銷售淨額，2026年第二季度銷售淨額則按年增長0.6%，但按不變匯率基準計算則減少0.2%<sup>(1)</sup>。
- 2026年第二季度呈報的毛利率為62.0%，而經調整EBITDA利潤率為16.1%。撇除美國關稅退款的收益，2026年第二季度毛利率為60.0%，按年上升100個基點，而經調整EBITDA利潤率則為14.1%。
- 我們預期2026年第三季度按不變匯率基準計算的銷售淨額增長率將保持穩定，並與2026年第二季度的水平相若。
- 簽訂收購BÉIS, LLC的最終協議。BÉIS是一個快速增長、數碼原生的生活時尚與旅遊品牌，將擴大我們在較年輕、以女性為主的消費者中的覆蓋範圍，並將加大我們於增長較快的生活時尚箱包類別業務比重，並加強我們的數碼能力。

美國馬薩諸塞州曼斯菲爾德／香港，2026年8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」或「我們」；香港聯交所股份代號：1910）是全球最著名、規模最大的行李箱公司，並且是全球生活時尚箱包行業的翹楚，於今日刊發其截至2026年6月30日止期間之業績。除另有載述者外，銷售淨額增長率均按不變匯率基準呈列<sup>(1)</sup>。

行政總裁 Kyle Gendreau 先生在評論新秀麗集團業績時表示：「於2026年上半年，我們在主要增長支柱方面取得長足進展，有助於在中東衝突導致的整體通脹壓力造成旅遊需求疲弱及消費者信心減弱，進而導致需求環境充滿挑戰的情況下，推動穩健的基本表現。儘管該衝突於本年度餘下期間的影響存在重大不確定性，我們仍專注於充分發揮我們在產品創新、市場領導地位、平台及規模方面的優勢，以繼續推動盈利的銷售淨額。」

主要增長支柱方面的成果：

- 加強並提升旗下標誌性、以消費者為中心品牌的知名度：於2026年上半年，我們將營銷投資按年提高60個基點至佔銷售淨額的6.5%，透過更豐富的品牌敘事、更深入的消費者互動，以及持續投資於旗下標誌性品牌，以提升品牌知名度。
- 在數碼領域確立領先地位，以進一步支持多渠道增長：於2026年上半年，受亞洲及拉丁美洲按不變匯率基準<sup>(1)</sup>計算的雙位數增長所帶動，DTC電子商貿按年增長6.4%<sup>(1)</sup>。數碼渠道持續為我們業務日益重要的一環，於

2026 年上半年電子商貿的總銷售淨額（DTC 電子商貿銷售淨額及向網上零售商批發銷售淨額之總和<sup>(4)</sup>）佔銷售淨額的 20.7%，較 2025 年上半年上升 60 個基點。

- **把握生活時尚箱包的發展機遇：**2026 年上半年，受旗下新秀丽、Gregory 及 TUMI 品牌的生活時尚箱包銷售淨額強勁增長所帶動，生活時尚箱包類別<sup>(5)</sup>銷售淨額按年增長 2.4%<sup>(1)</sup>。於 2026 年上半年，生活時尚箱包類別的銷售淨額滲透率增長至佔銷售淨額的 37.4%，較 2025 年上半年上升 120 個基點。
- **持續以全球共鳴的產品取勝：**我們成功推出富有創意且具全球吸引力的產品，包括新秀丽 Nexis、TUMI Alpha 4，及新秀丽 Paralux 的新增配色。

「這些進展使我們得以於 2026 年上半年實現穩健的基本表現。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，2026 年上半年銷售淨額大致穩定，按年增長 3.1%（按不變匯率基準計算則增長 0.7%<sup>(1)</sup>）。儘管油價上漲等因素導致我們面臨通脹成本壓力，但受惠於有利的地域及渠道組合，我們成功利用在規模、與供應商的深厚關係及經驗豐富的團隊等方面的競爭優勢，實現毛利率按年提升。我們的經調整 EBITDA 利潤率反映我們在持續投資於策略性增長措施的同時，仍然維持穩健的盈利能力。」

「我們的資產負債表保持穩健，且透過嚴謹的財務管理，我們於 2026 年上半年的經調整自由現金流量按年增加 73.5 百萬元至 85.0 百萬元。我們於 2026 年 7 月 15 日向股東派付 140 百萬元現金股息，並於 2026 年第二季度完成 50 百萬美金的股份回購，突顯我們在資金分配上的嚴謹態度，以及致力向股東回饋現金的承諾。」

「我們對支持本公司業務的長遠利好因素充滿信心，包括對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。」行政總裁 Kyle Gendreau 先生說道。

### 有關收購 BÉIS 的評論

評論 BÉIS 的收購時，行政總裁 Kyle Gendreau 先生表示：「我們之前曾指出，我們會持續評估符合我們長遠價值創造目標的策略性收購機遇。我們欣然宣布於 8 月 12 日簽訂收購 BÉIS 的最終協議。BÉIS 是一個快速增長、數碼原生的生活時尚及旅遊品牌，將擴大我們在較年輕、以女性為主的消費者中的覆蓋範圍，並將加大我們於增長較快的生活時尚箱包類別的業務比重，並加強我們的數碼能力。此項交易與我們的主要增長重點高度契合，且 BÉIS 由一支卓越的領導團隊帶領，並透過獨具特色的產品、真實的品牌敘事及同業頂尖的數碼優先商業模式，建立起忠實的顧客群。我們認為加速 BÉIS 的長遠增長充滿重大機遇，同時保留自其創立以來推動企業成功的企業家精神、創意及鮮明的品牌形象。我們非常期待 BÉIS 加入我們創新且標誌性的品牌的大家庭。」此項交易預期將於 2026 年第四季度完成，惟須待獲得監管機構批准及滿足其他慣常交割條件後方可作實。

### 2026 年第二季度業績

截至 2026 年 6 月 30 日止三個月，銷售淨額為 851.5 百萬元，按年減少 1.6%（按不變匯率基準計算減少 1.7%<sup>(1)</sup>），主要由於本公司需要應對中東衝突所帶來的不利因素的全面影響，包括旅遊需求疲弱及消費者信心下降，尤其在美國市場。撇除中東及印度的銷售淨額，2026 年第二季度銷售淨額則按年增長 0.6%，但按不變匯率基準計算則減少 0.2%<sup>(1)</sup>。

- 按地區劃分，本公司於 2026 年第二季度亞洲及拉丁美洲均繼續錄得銷售淨額按年增長，分別增加 0.9%<sup>(1)</sup>（撇除中東及印度則增長 6.4%<sup>(1)</sup>）及 1.2%<sup>(1)</sup>，而歐洲銷售淨額則保持穩定，按年減少 0.1%<sup>(1)</sup>。2026 年第二季度北美洲的銷售淨額按年減少 5.9%<sup>(1)</sup>，反映中東衝突引致的通脹壓力所帶來的全面影響，導致旅遊需求疲弱及消費者信心減弱。這些不利因素亦令主要批發客戶的採購態度更趨審慎。
- 按品牌劃分，2026 年第二季度新秀丽及 TUMI 的銷售淨額與 2025 年同期比較分別減少 1.4%<sup>(1)</sup>及 1.3%<sup>(1)</sup>。American Tourister 的銷售淨額則保持穩定，按年減少 0.1%<sup>(1)</sup>，其中，北美洲季度錄得強勁增長，而歐洲錄得溫和增長，但增幅被亞洲及拉丁美洲的銷售淨額下降所抵銷。撇除中東及印度的銷售淨額，2026 年第二季度新秀丽及 TUMI 的銷售淨額分別按年減少 1.0%<sup>(1)</sup>及 0.4%<sup>(1)</sup>，而 American Tourister 的銷售淨額則按年增加 6.2%<sup>(1)</sup>。

2026 年第二季度呈報的毛利率為 62.0%，而 2025 年同期則為 59.0%。撇除美國最高法院裁定撤銷《國際緊急經濟權力法》下所徵收的部分關稅後於 2026 年 6 月獲得的退款收益，2026 年第二季度的毛利率為 60.0%，按年上升 100 個基點，主要受惠於有利的地域及渠道組合。

本公司亦繼續在充滿挑戰的環境下專注於嚴謹的成本管理，同時持續投資於長遠增長重點。

- 營銷開支佔銷售淨額的百分比由 2026 年第一季度的 5.7% 上升 150 個基點至 2026 年第二季度的 7.2%，反映本公司持續投資於營銷以提升旗下標誌性品牌、加深消費者互動及加強品牌敘事。
- 分銷開支佔銷售淨額的百分比由 2026 年第一季度的 34.3% 下降 70 個基點至 2026 年第二季度的 33.6%；一般及行政開支佔銷售淨額的百分比由 2026 年第一季度的 7.5% 下降 50 個基點至 2026 年第二季度的 7.0%。

2026 年第二季度呈報的經調整 EBITDA 利潤率為 16.1%。撇除美國關稅退款的收益，2026 年第二季度經調整 EBITDA 利潤率為 14.1%，較 2026 年第一季度的 13.1% 上升 100 個基點，此乃由於毛利率擴張及經營槓桿效益上升足以抵銷在營銷及策略性增長措施方面加大的投資。

截至 2026 年 6 月 30 日止三個月，經調整淨收入<sup>(6)</sup>較 2025 年同期的 71.4 百萬美元減少 6.4 百萬美元至 65.0 百萬美元。截至 2026 年 6 月 30 日止三個月，經調整基本<sup>(7)</sup>及攤薄<sup>(7)</sup>每股盈利分別為每股 0.047 美元及 0.047 美元，而 2025 年第二季度則分別為每股 0.052 美元及 0.051 美元。

## 2026 年上半年業績

截至 2026 年 6 月 30 日止六個月，銷售淨額為 1,680.6 百萬美元，按年增長 1.1%，但按不變匯率基準計算則減少 0.7%<sup>(1)</sup>。撇除中東及印度的銷售淨額，2026 年上半年銷售淨額按年增長 3.1%（按不變匯率基準計算增加 0.7%<sup>(1)</sup>）。

- 按地區劃分，本公司於 2026 年上半年亞洲及拉丁美洲均繼續錄得銷售淨額按年增長，分別增長 1.1%<sup>(1)</sup>（撇除中東及印度則增長 5.7%<sup>(1)</sup>）及 3.1%<sup>(1)</sup>，而歐洲銷售淨額則保持穩定，按年增長 0.3%<sup>(1)</sup>。2026 年上半年北美洲的銷售淨額則按年減少 3.9%<sup>(1)</sup>，反映中東衝突引發的通脹壓力所造成的影響，進而導致旅遊需求疲弱及消費者信心減弱。該等不利因素亦導致主要批發客戶在採購方面更趨審慎。
- 本公司核心品牌的表現在中東衝突的不利環境下仍展現出基本韌性。*新秀麗*、*TUMI* 及 *American Tourister* 品牌的銷售淨額於 2026 年上半年相對穩定，分別較 2025 年同期減少 0.1%<sup>(1)</sup>、0.5%<sup>(1)</sup> 及 0.8%<sup>(1)</sup>。撇除中東及印度的銷售淨額，2026 年上半年 *新秀麗* 及 *TUMI* 的銷售淨額則保持穩定，分別按年增長 0.1%<sup>(1)</sup> 及 0.3%<sup>(1)</sup>，而 *American Tourister* 受北美洲的強勁增長帶動銷售淨額則按年增長 5.1%<sup>(1)</sup>。
- 2026 年上半年，DTC 電子商貿仍是增長最快的渠道，銷售淨額按年增長 6.4%<sup>(1)</sup>，主要受亞洲及拉丁美洲按不變匯率<sup>(1)</sup>基準計算的雙位數增長帶動。電子商貿的總銷售淨額佔銷售淨額的百分比為 20.7%，而 2025 年上半年則為 20.1%。數碼渠道持續為本公司業務日益重要的一環，其中 DTC 電子商貿於 2026 年上半年佔銷售淨額的百分比為 12.3%，而 2025 年上半年則為 11.3%。
- 生活時尚箱包類別持續表現優異，銷售淨額按年增長 2.4%<sup>(1)</sup>，佔 2026 年上半年銷售淨額的百分比為 37.4%，而 2025 年上半年則為 36.2%，主要受 *新秀麗*、*Gregory* 及 *TUMI* 品牌的生活時尚箱包銷售淨額強勁增長帶動。

2026 年上半年呈報的毛利率為 60.5%，而 2025 年同期則為 59.2%。撇除美國關稅退款的收益，2026 年上半年毛利率按年擴張 30 個基點至 59.5%，反映有利的銷售淨額組合及貫徹執行業務策略的成效。

本公司嚴格管控營運開支，同時專注投資於營銷、數碼領域及選擇性地開設店舖<sup>(8)</sup>，而管理層相信此等措施均為確保品牌長遠增長機遇的關鍵。

- 營銷開支佔銷售淨額的百分比由 2025 年上半年的 5.9% 上升 60 個基點至 2026 年上半年的 6.5%，反映本公司持續投資於旗下標誌性品牌，以支持長遠增長。
- 分銷開支佔銷售淨額的百分比由 2025 年上半年的 31.9% 上升 200 個基點至 2026 年上半年的 33.9%。業績反映在需求疲弱的環境下經營槓桿不利的影響，以及行業各範疇通脹壓力的累積影響，包括工資及租金上漲、發貨運費增加，以及為提升我們品牌的影響力而選擇性地開設新店。
- 一般及行政開支佔銷售淨額的百分比由 2025 年上半年的 6.9% 上升 30 個基點至 2026 年上半年的 7.2%，主要由於通脹升溫所致。



截至 2026 年 6 月 30 日止六個月經調整 EBITDA 利潤率為 14.6%，而於 2025 年上半年則為 16.2%。撇除美國關稅退款的收益，2026 年上半年經調整 EBITDA 利潤率為 13.7%，反映本公司在持續投資於營銷及策略性增長措施的同時，仍然維持穩健的盈利能力。

截至 2026 年 6 月 30 日止六個月，經調整淨收入較 2025 年同期的 123.4 百萬美元減少 21.9 百萬美元至 101.5 百萬美元。截至 2026 年 6 月 30 日止六個月，經調整基本及攤薄每股盈利分別為每股 0.073 美元及 0.073 美元，而 2025 年上半年則分別為每股 0.089 美元及 0.088 美元。

### **資產負債表、經調整自由現金流量及股東回報**

管理層相信，本公司的資產負債表保持穩健，且本公司具備良好基礎以把握預期的強勁長遠增長機遇。截至 2026 年 6 月 30 日，淨債務為 1,069.0 百萬美元<sup>(9)</sup>，較 2025 年 12 月 31 日減少 29.9 百萬美元。此外，截至 2026 年 6 月 30 日，本公司繼續保持約 15 億美元的強勁流動資金<sup>(10)</sup>。

相較 2025 年第二季度的 52.7 百萬美元，2026 年第二季度經調整自由現金流量改善至 57.7 百萬美元。因此，截至 2026 年 6 月 30 日止六個月，經調整自由現金流量提升至 85.0 百萬美元，較 2025 年上半年的 11.5 百萬美元上升 73.5 百萬美元，主要受營運資金淨額按年有利變動所帶動。

### **展望**

展望未來，Gendreau 先生表示：「受行業長遠利好因素所支持，包括對旅遊需求的持續增長，我們對落實策略重點以加速增長的能力充滿信心。」

「就短期而言，我們預期 2026 年第三季度按不變匯率基準計算的銷售淨額增長率將保持穩定，且維持在與 2026 年第二季度相若的範圍內。目前，與中東衝突相關的整體通脹壓力已導致旅遊及消費者信心趨勢轉趨疲弱，以及批發客戶（尤其在美國）更謹慎地管理庫存，這些因素已對我們的銷售淨額造成影響。儘管如此，我們預期在主要增長支柱方面將持續取得進展，讓我們應對該等壓力，並維持穩健的基本銷售淨額表現。」

「我們相信，我們的規模優勢、與供應商的合作關係，以及透過我們的緩解措施有效應對不確定的宏觀經濟形勢及通脹壓力的能力，將繼續讓我們於 2026 年及以後維持強勁的毛利率表現。」

「我們亦繼續在充滿挑戰的環境中專注於嚴謹的成本管理，同時繼續投資於我們的長遠增長重點。尤其是，我們專注於對營銷的投資，以確保品牌的長遠增長機遇，而我們繼續預期營銷開支佔銷售淨額的百分比將由 2025 年的 5.9% 增加至 2026 年約 6.5%。」

「相較於 2026 年第二季度並撇除美國關稅退款的收益，隨著我們踏入季節性銷售淨額較強的期間並持續採取行動減輕成本壓力，我們預期經調整 EBITDA 利潤率將在本年度持續改善。」

「此外，我們繼續專注於嚴謹的資金分配方針，並致力透過派發股息及在適當時機回購股份，向股東回饋現金。」

### **於美國可能雙重上市的最新進展**

Gendreau 先生表示：「我們繼續為本公司證券可能在美國雙重上市作準備。我們的董事會及管理層深信，潛在雙重上市將隨著時間推移提升股東價值的創造。我們正繼續審慎監察宏觀經濟及市場狀況，且鑒於我們對業務將有所改善的預期，倘市況好轉，我們擬於 2026 年完成雙重上市。」

### **2026 年上半年業績 – 分析師及投資者電話會議：**

日期：2026 年 8 月 13 日（星期四）

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/a9y2k6at>

電話會議撥號登記鏈接：

<https://register-conf.media-server.com/register/BI9048eb380f8e49939595fb1db5dd1824>

（登記後，撥號詳情將透過電郵發送予登記人士）

音頻網路重播鏈接：<https://edge.media-server.com/mmc/p/a9y2k6at>

## 截至 2026 年 6 月 30 日止第二季度的主要財務摘要

| (以百萬美元呈列，每股數據除外)          | 截至 6 月 30 日止三個月 |        | 增加（減少）<br>百分比 |
|---------------------------|-----------------|--------|---------------|
|                           | 2026 年          | 2025 年 |               |
| 銷售淨額                      | 851.5           | 865.0  | (1.6) %       |
| 毛利                        | 527.7           | 510.7  | 3.3 %         |
| 毛利率                       | 62.0 %          | 59.0 % |               |
| 經營溢利                      | 115.6           | 128.8  | (10.2)%       |
| 期內溢利                      | 60.4            | 74.8   | (19.3)%       |
| 股權持有人應佔溢利                 | 58.8            | 70.1   | (16.1)%       |
| 經調整淨收入                    | 65.0            | 71.4   | (9.0)%        |
| 經調整 EBITDA <sup>(1)</sup> | 137.0           | 141.1  | (2.9)%        |
| 經調整 EBITDA 利潤率            | 16.1 %          | 16.3 % |               |
| 經營活動所得現金淨額                | 122.1           | 113.2  | 7.9 %         |
| 經調整自由現金流量                 | 57.7            | 52.7   | 9.5 %         |
| 每股基本盈利<br>(以每股美元呈列)       | 0.043           | 0.051  | (15.8)%       |
| 每股攤薄盈利<br>(以每股美元呈列)       | 0.042           | 0.050  | (16.1)%       |
| 經調整每股基本盈利<br>(以每股美元呈列)    | 0.047           | 0.052  | (8.7) %       |
| 經調整每股攤薄盈利<br>(以每股美元呈列)    | 0.047           | 0.051  | (9.0) %       |

## 截至 2026 年 6 月 30 日止上半年的主要財務摘要

| (以百萬美元呈列，每股數據除外)       | 截至 6 月 30 日止六個月 |         | 增加（減少）<br>百分比 |
|------------------------|-----------------|---------|---------------|
|                        | 2026 年          | 2025 年  |               |
| 銷售淨額                   | 1,680.6         | 1,661.7 | 1.1 %         |
| 毛利                     | 1,016.7         | 983.8   | 3.3 %         |
| 毛利率                    | 60.5 %          | 59.2 %  |               |
| 經營溢利                   | 206.9           | 238.4   | (13.2)%       |
| 期內溢利                   | 98.1            | 130.0   | (24.5)%       |
| 股權持有人應佔溢利              | 90.9            | 118.2   | (23.1)%       |
| 經調整淨收入                 | 101.5           | 123.4   | (17.7)%       |
| 經調整 EBITDA             | 246.0           | 268.7   | (8.5)%        |
| 經調整 EBITDA 利潤率         | 14.6 %          | 16.2 %  |               |
| 經營活動所得現金淨額             | 207.5           | 121.7   | 70.5 %        |
| 經調整自由現金流量              | 85.0            | 11.5    | 636.6 %       |
| 每股基本盈利<br>(以每股美元呈列)    | 0.066           | 0.085   | (22.8)%       |
| 每股攤薄盈利<br>(以每股美元呈列)    | 0.065           | 0.085   | (23.0)%       |
| 經調整每股基本盈利<br>(以每股美元呈列) | 0.073           | 0.089   | (17.4)%       |
| 經調整每股攤薄盈利<br>(以每股美元呈列) | 0.073           | 0.088   | (17.6)%       |

## 簡明綜合收益表（未經審計）

|                         | 截至 6 月 30 日止六個月 |         |
|-------------------------|-----------------|---------|
|                         | 2026 年          | 2025 年  |
| <i>（以百萬美元呈列，每股數據除外）</i> |                 |         |
| 銷售淨額                    | 1,680.6         | 1,661.7 |
| 銷售成本                    | (663.9)         | (677.8) |
| 毛利                      | 1,016.7         | 983.8   |
| 分銷開支                    | (570.4)         | (529.5) |
| 營銷開支                    | (109.2)         | (98.7)  |
| 一般及行政開支                 | (121.8)         | (114.1) |
| 其他開支淨額                  | (8.4)           | (3.1)   |
| 經營溢利                    | 206.9           | 238.4   |
| 財務收入                    | 5.1             | 5.4     |
| 財務費用                    | (66.4)          | (59.2)  |
| 財務費用淨額                  | (61.3)          | (53.7)  |
| 除所得稅前溢利                 | 145.6           | 184.6   |
| 所得稅開支                   | (47.5)          | (54.6)  |
| 期內溢利                    | 98.1            | 130.0   |
| 股權持有人應佔溢利               | 90.9            | 118.2   |
| 非控股權益應佔溢利               | 7.2             | 11.8    |
| 期內溢利                    | 98.1            | 130.0   |
| 每股盈利（以每股美元呈列）：          |                 |         |
| 每股基本盈利                  | 0.066           | 0.085   |
| 每股攤薄盈利                  | 0.065           | 0.085   |

## 簡明綜合財務狀況表

|              | (未經審計)   |           |
|--------------|----------|-----------|
|              | 2026 年   | 2025 年    |
| (以百萬美元呈列)    | 6 月 30 日 | 12 月 31 日 |
| <b>非流動資產</b> |          |           |
| 物業、廠房及設備     | 284.5    | 295.6     |
| 租賃使用權資產      | 553.2    | 579.9     |
| 商譽           | 825.7    | 828.7     |
| 其他無形資產       | 1,490.1  | 1,497.3   |
| 遞延稅項資產       | 156.9    | 165.8     |
| 其他資產及應收款項    | 49.0     | 49.9      |
| 非流動資產總額      | 3,359.4  | 3,417.3   |
| <b>流動資產</b>  |          |           |
| 存貨           | 653.6    | 639.7     |
| 應收賬款及其他應收款項  | 353.8    | 354.7     |
| 預付費用及其他資產    | 109.6    | 97.9      |
| 現金及現金等價物     | 670.8    | 649.3     |
| 流動資產總額       | 1,787.7  | 1,741.6   |
| 資產總額         | 5,147.1  | 5,158.9   |
| <b>權益及負債</b> |          |           |
| 權益：          |          |           |
| 股本           | 14.7     | 14.7      |
| 儲備           | 1,493.4  | 1,586.0   |
| 股權持有人應佔權益總額  | 1,508.1  | 1,600.6   |
| 非控股權益        | 64.1     | 69.1      |
| 權益總額         | 1,572.3  | 1,669.7   |
| <b>非流動負債</b> |          |           |
| 貸款及借款        | 1,639.0  | 1,661.1   |
| 租賃負債         | 445.6    | 473.5     |
| 僱員福利         | 15.8     | 17.7      |
| 非控股權益認沽期權    | 97.5     | 100.7     |
| 遞延稅項負債       | 175.4    | 177.4     |
| 其他負債         | 9.9      | 8.8       |
| 非流動負債總額      | 2,383.3  | 2,439.3   |
| <b>流動負債</b>  |          |           |
| 流動貸款及借款      | 83.5     | 68.0      |
| 租賃負債的即期部分    | 168.8    | 165.6     |
| 僱員福利         | 89.8     | 105.5     |
| 應付賬款及其他應付款項  | 813.9    | 672.4     |
| 即期稅項負債       | 35.6     | 38.4      |
| 流動負債總額       | 1,191.6  | 1,049.9   |
| 負債總額         | 3,574.9  | 3,489.2   |
| 權益及負債總額      | 5,147.1  | 5,158.9   |
| 流動資產淨額       | 596.2    | 691.7     |
| 資產總額減流動負債    | 3,955.5  | 4,109.0   |

## 簡明綜合現金流量表（未經審計）

| (以百萬美元呈列)                  | 截至 6 月 30 日止六個月 |                |
|----------------------------|-----------------|----------------|
|                            | 2026 年          | 2025 年         |
| <b>經營活動之現金流量：</b>          |                 |                |
| 期內溢利                       | 98.1            | 130.0          |
| 作出調整以將期內溢利與經營活動所得現金淨額進行對賬： |                 |                |
| 折舊                         | 35.1            | 30.9           |
| 無形資產攤銷                     | 10.2            | 10.2           |
| 租賃使用權資產攤銷                  | 91.8            | 81.8           |
| 計入財務費用的認沽期權之公允價值變動         | (3.2)           | (7.7)          |
| 以股份支付的非現金薪酬開支              | 2.3             | 4.5            |
| 借款及租賃負債的利息開支               | 64.4            | 68.2           |
| 所得稅開支                      | 47.5            | 54.6           |
|                            | <b>346.2</b>    | <b>372.4</b>   |
| <b>經營資產及負債變動：</b>          |                 |                |
| 應收賬款及其他應收款項                | (1.9)           | (28.1)         |
| 存貨                         | (21.2)          | (11.7)         |
| 應付賬款及其他應付款項                | (7.1)           | (91.2)         |
| 其他資產及負債                    | (7.6)           | 17.4           |
| 經營活動所得現金                   | <b>308.5</b>    | <b>258.8</b>   |
| 借款及租賃負債的已付利息               | (61.9)          | (67.2)         |
| 已付所得稅                      | (39.0)          | (69.9)         |
| 經營活動所得現金淨額                 | <b>207.5</b>    | <b>121.7</b>   |
| <b>投資活動之現金流量：</b>          |                 |                |
| 購買物業、廠房及設備以及軟件             | (32.3)          | (30.4)         |
| 投資活動所用現金淨額                 | <b>(32.3)</b>   | <b>(30.4)</b>  |
| <b>融資活動之現金流量：</b>          |                 |                |
| 優先信貸融通付款                   | (12.5)          | (12.5)         |
| 其他貸款及借款所得款項                | 16.2            | 12.6           |
| 租賃負債的本金付款                  | (90.2)          | (79.8)         |
| 行使購股權所得款項                  | 0.0             | 0.3            |
| 購買庫存股份                     | (50.0)          | (42.9)         |
| 向非控股權益派付股息                 | (8.4)           | (11.7)         |
| 融資活動所用現金淨額                 | <b>(144.9)</b>  | <b>(134.0)</b> |
| 現金及現金等價物增加（減少）淨額           | <b>30.3</b>     | <b>(42.6)</b>  |
| 期初現金及現金等價物                 | <b>649.3</b>    | <b>676.3</b>   |
| 匯率變動的影響                    | (8.7)           | 35.3           |
| 期末現金及現金等價物                 | <b>670.8</b>    | <b>669.1</b>   |



截至 2026 年 6 月 30 日及 2025 年 6 月 30 日止上半年 – 按地區、品牌、產品類別及分銷渠道劃分的銷售淨額

|                              | 截至 6 月 30 日止六個月 |               |         |               |                   |                                             |
|------------------------------|-----------------|---------------|---------|---------------|-------------------|---------------------------------------------|
|                              | 2026 年          |               | 2025 年  |               | 2026 年與 2025 年比較  |                                             |
|                              | 百萬美元            | 佔銷售淨額<br>的百分比 | 百萬美元    | 佔銷售淨額<br>的百分比 | 增加<br>(減少)<br>百分比 | 按不變匯率基準<br>計算的增加<br>(減少) 百分比 <sup>(1)</sup> |
| 按地區劃分的銷售淨額 <sup>(12)</sup> : |                 |               |         |               |                   |                                             |
| 亞洲                           | 632.1           | 37.6 %        | 625.7   | 37.7 %        | 1.0 %             | 1.1 %                                       |
| 北美洲                          | 539.3           | 32.1 %        | 560.6   | 33.7 %        | (3.8)%            | (3.9)%                                      |
| 歐洲                           | 401.9           | 23.9 %        | 378.8   | 22.8 %        | 6.1%              | 0.3 %                                       |
| 拉丁美洲                         | 107.1           | 6.4 %         | 96.4    | 5.8 %         | 11.2%             | 3.1 %                                       |
| 企業                           | 0.1             | 0.0 %         | 0.2     | 0.0 %         | (37.9)%           | (37.9)%                                     |
| 總銷售淨額                        | 1,680.6         | 100.0 %       | 1,661.7 | 100.0 %       | 1.1 %             | (0.7)%                                      |
| 按品牌劃分的銷售淨額：                  |                 |               |         |               |                   |                                             |
| 新秀丽                          | 875.3           | 52.1 %        | 854.1   | 51.4 %        | 2.5 %             | (0.1) %                                     |
| TUMI                         | 404.2           | 24.0 %        | 402.4   | 24.2 %        | 0.5 %             | (0.5) %                                     |
| American Tourister           | 263.9           | 15.7 %        | 264.6   | 15.9 %        | (0.3) %           | (0.8)%                                      |
| 其他 <sup>(13)</sup>           | 137.2           | 8.2 %         | 140.5   | 8.5 %         | (2.4) %           | (4.0)%                                      |
| 總銷售淨額                        | 1,680.6         | 100.0 %       | 1,661.7 | 100.0 %       | 1.1 %             | (0.7) %                                     |
| 按產品類別劃分的銷售淨額：                |                 |               |         |               |                   |                                             |
| 旅遊                           | 1,052.6         | 62.6 %        | 1,060.3 | 63.8 %        | (0.7) %           | (2.4)%                                      |
| 生活時尚箱包                       | 628.0           | 37.4 %        | 601.4   | 36.2 %        | 4.4 %             | 2.4 %                                       |
| 總銷售淨額                        | 1,680.6         | 100.0 %       | 1,661.7 | 100.0 %       | 1.1 %             | (0.7) %                                     |
| 按分銷渠道劃分的銷售淨額：                |                 |               |         |               |                   |                                             |
| 批發                           | 996.4           | 59.3 %        | 1,002.9 | 60.4 %        | (0.6)%            | (2.2)%                                      |
| DTC：                         |                 |               |         |               |                   |                                             |
| 零售                           | 477.7           | 28.4 %        | 470.0   | 28.3 %        | 1.6 %             | (0.3) %                                     |
| 電子商貿                         | 206.5           | 12.3 %        | 188.7   | 11.3 %        | 9.4 %             | 6.4 %                                       |
| DTC 總額                       | 684.2           | 40.7 %        | 658.8   | 39.6 %        | 3.9 %             | 1.6 %                                       |
| 總銷售淨額                        | 1,680.6         | 100.0 %       | 1,661.7 | 100.0 %       | 1.1 %             | (0.7) %                                     |

註釋

- (1) 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。除另有載述者外，銷售淨額增長率均按不變匯率基準呈列。
- (2) 經調整 EBITDA 利潤率為非 IFRS 財務計量工具，以經調整 EBITDA（定義見下文）除以銷售淨額計算。
- (3) 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（各項均載於簡明綜合現金流量表）。
- (4) 電子商貿的總銷售淨額為 DTC 電子商貿銷售淨額及向網上零售商批發銷售淨額之總和。
- (5) 生活時尚箱包類別（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。
- (6) 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。
- (7) 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數計算得出。
- (8) 截至 2026 年 6 月 30 日止六個月，我們增設 25 家自營零售店，並關閉 36 家自營零售店，淨減少 11 家自營零售店。於 2026 年 6 月 30 日，自營零售店的總數為 1,139 家，而於 2025 年 6 月 30 日為 1,140 家，於 2025 年 12 月 31 日為 1,150 家。
- (9) 於 2026 年 6 月 30 日，我們的現金及現金等價物為 670.8 百萬美元，未償還金融債務為 1,739.8 百萬美元（撇除遞延融資成本 17.3 百萬美元），導致淨債務為 1,069.0 百萬美元。於 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。
- (10) 總流動資金的計算方法為現金及現金等價物加上循環信貸額度下的可用資金。
- (11) 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，有利於更全面了解我們的經營表現及我們業務的相關趨勢。
- (12) 我們銷售淨額的地域位置分佈一般反映出售產品的國家或地區，並不一定為終端客戶實際所在的國家或地區。
- (13) 「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。

## **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（連同其各自的稅務影響）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、建基於雲端的企業資源規劃（「ERP」）系統實施成本及其他調整。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 6 月 30 日止第二季度

下表載列截至 2026 年 6 月 30 日及 2025 年 6 月 30 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 6 月 30 日止三個月 |        | 增加（減少）<br>百分比 |
|-------------------------------|-----------------|--------|---------------|
|                               | 2026 年          | 2025 年 |               |
| 期內溢利                          | 60.4            | 74.8   | (19.3)%       |
| 加（減）：                         |                 |        |               |
| 所得稅開支                         | 25.2            | 30.0   | (15.9)%       |
| 財務費用                          | 33.2            | 26.8   | 24.2 %        |
| 財務收入                          | (3.2)           | (2.8)  | 14.4 %        |
| 經營溢利                          | 115.6           | 128.8  | (10.2)%       |
| 加（減）：                         |                 |        |               |
| 折舊                            | 17.7            | 16.1   | 9.5 %         |
| 攤銷總額                          | 51.2            | 47.4   | 8.0 %         |
| 以股份支付的薪酬開支                    | 2.0             | 1.1    | 80.3%         |
| 租賃使用權資產攤銷                     | (46.1)          | (42.2) | 9.1 %         |
| 租賃負債的利息開支                     | (9.2)           | (9.4)  | (2.7) %       |
| ERP 系統實施成本                    | 1.0             | —      | n/a           |
| 其他調整 <sup>(1)</sup>           | 4.7             | (0.7)  | nm            |
| 經調整 EBITDA <sup>(2)</sup>     | 137.0           | 141.1  | (2.9) %       |
| 銷售淨額                          | 851.5           | 865.0  |               |
| 利潤率 <sup>(3)</sup>            | 7.1 %           | 8.7 %  |               |
| 經調整 EBITDA 利潤率 <sup>(4)</sup> | 16.1 %          | 16.3 % |               |

#### 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（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（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。

nm 無意義。

### 截至 2026 年 6 月 30 日止上半年

下表載列截至 2026 年 6 月 30 日及 2025 年 6 月 30 日止六個月經調整 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 6 月 30 日止六個月 |         | 增加（減少）<br>百分比 |
|-------------------------------|-----------------|---------|---------------|
|                               | 2026 年          | 2025 年  |               |
| 期內溢利                          | 98.1            | 130.0   | (24.5)%       |
| 加（減）：                         |                 |         |               |
| 所得稅開支                         | 47.5            | 54.6    | (13.0) %      |
| 財務費用                          | 66.4            | 59.2    | 12.2 %        |
| 財務收入                          | (5.1)           | (5.4)   | (6.3) %       |
| 經營溢利                          | 206.9           | 238.4   | (13.2)%       |
| 加（減）：                         |                 |         |               |
| 折舊                            | 35.1            | 30.9    | 13.5 %        |
| 攤銷總額                          | 102.1           | 92.0    | 11.0 %        |
| 以股份支付的薪酬開支                    | 2.3             | 4.5     | (49.5)%       |
| 租賃使用權資產攤銷                     | (91.8)          | (81.8)  | 12.3 %        |
| 租賃負債的利息開支                     | (18.7)          | (18.4)  | 1.8 %         |
| ERP 系統實施成本                    | 1.8             | —       | n/a           |
| 其他調整 <sup>(1)</sup>           | 8.4             | 3.1     | 168.9 %       |
| 經調整 EBITDA <sup>(2)</sup>     | 246.0           | 268.7   | (8.5)%        |
| 銷售淨額                          | 1,680.6         | 1,661.7 |               |
| 利潤率 <sup>(3)</sup>            | 5.8 %           | 7.8 %   |               |
| 經調整 EBITDA 利潤率 <sup>(4)</sup> | 14.6 %          | 16.2 %  |               |

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（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（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。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、建基於雲端的 ERP 系統實施成本及稅項調整。經調整每股基本及攤薄盈利均為非 IFRS 財務計量工具，兩者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 6 月 30 日止第二季度

下表載列截至 2026 年 6 月 30 日及 2025 年 6 月 30 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與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 6 月 30 日止三個月 |        | 增加（減少）<br>百分比 |
|------------------------|-----------------|--------|---------------|
|                        | 2026 年          | 2025 年 |               |
| 期內溢利                   | 60.4            | 74.8   | (19.3)%       |
| 減：非控股權益應佔溢利            | (1.6)           | (4.8)  | (66.2)%       |
| 股權持有人應佔溢利              | 58.8            | 70.1   | (16.1)%       |
| 加（減）：                  |                 |        |               |
| 計入財務費用的認沽期權之公允價值變動     | (1.4)           | (5.9)  | (76.8) %      |
| 無形資產攤銷                 | 5.1             | 5.2    | (1.2) %       |
| 重組撥回                   | —               | (0.2)  | (100.0)%      |
| 可能在美國雙重上市的籌備費用         | 2.9             | 3.5    | (16.7)%       |
| ERP 系統實施成本             | 1.0             | —      | n/a           |
| 稅項調整 <sup>(1)</sup>    | (1.5)           | (1.2)  | 20.1 %        |
| 經調整淨收入 <sup>(2)</sup>  | 65.0            | 71.4   | (9.0) %       |
| 每股基本盈利<br>(以每股美元呈列)    | 0.043           | 0.051  | (15.8)%       |
| 每股攤薄盈利<br>(以每股美元呈列)    | 0.042           | 0.050  | (16.1)%       |
| 經調整每股基本盈利<br>(以每股美元呈列) | 0.047           | 0.052  | (8.7) %       |
| 經調整每股攤薄盈利<br>(以每股美元呈列) | 0.047           | 0.051  | (9.0) %       |

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務影響。

(2) 指股權持有人應佔經調整淨收入。

n/a 不適用。



### 截至 2026 年 6 月 30 日止上半年

下表載列截至 2026 年 6 月 30 日及 2025 年 6 月 30 日止六個月我們的經調整淨收入及經調整每股基本及攤薄盈利與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 6 月 30 日止六個月 |        | 增加（減少）<br>百分比 |
|------------------------|-----------------|--------|---------------|
|                        | 2026 年          | 2025 年 |               |
| 期內溢利                   | 98.1            | 130.0  | (24.5)%       |
| 減：非控股權益應佔溢利            | (7.2)           | (11.8) | (39.0)%       |
| 股權持有人應佔溢利              | 90.9            | 118.2  | (23.1)%       |
| 加（減）：                  |                 |        |               |
| 計入財務費用的認沽期權之公允價值變動     | (3.2)           | (7.7)  | (58.6)%       |
| 無形資產攤銷                 | 10.2            | 10.2   | 0.4 %         |
| 重組撥回                   | —               | (0.3)  | (100.0)%      |
| 可能在美國雙重上市的籌備費用         | 4.7             | 5.4    | (13.5)%       |
| ERP 系統實施成本             | 1.8             | —      | n/a           |
| 稅項調整 <sup>(1)</sup>    | (2.9)           | (2.5)  | 18.7 %        |
| 經調整淨收入 <sup>(2)</sup>  | 101.5           | 123.4  | (17.7)%       |
| 每股基本盈利<br>(以每股美元呈列)    | 0.066           | 0.085  | (22.8)%       |
| 每股攤薄盈利<br>(以每股美元呈列)    | 0.065           | 0.085  | (23.0)%       |
| 經調整每股基本盈利<br>(以每股美元呈列) | 0.073           | 0.089  | (17.4)%       |
| 經調整每股攤薄盈利<br>(以每股美元呈列) | 0.073           | 0.088  | (17.6)%       |

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務影響。

(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。

### 截至 2026 年 6 月 30 日止第二季度

下表呈列截至 2026 年 6 月 30 日及 2025 年 6 月 30 日止三個月我們的經調整自由現金流量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 6 月 30 日止三個月 |        | 增加（減少）<br>百分比 |
|----------------|-----------------|--------|---------------|
|                | 2026 年          | 2025 年 |               |
| 經營活動所得現金淨額     | 122.1           | 113.2  | 7.9 %         |
| 減：             |                 |        |               |
| 購置物業、廠房及設備以及軟件 | (18.5)          | (18.9) | (2.1)%        |
| 租賃負債的本金付款      | (45.9)          | (41.6) | 10.4 %        |
| 經調整自由現金流量      | 57.7            | 52.7   | 9.5 %         |

### 截至 2026 年 6 月 30 日止上半年

下表呈列截至 2026 年 6 月 30 日及 2025 年 6 月 30 日止六個月我們的經調整自由現金流量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 6 月 30 日止六個月 |        | 增加（減少）<br>百分比 |
|----------------|-----------------|--------|---------------|
|                | 2026 年          | 2025 年 |               |
| 經營活動所得現金淨額     | 207.5           | 121.7  | 70.5 %        |
| 減：             |                 |        |               |
| 購置物業、廠房及設備以及軟件 | (32.3)          | (30.4) | 6.5 %         |
| 租賃負債的本金付款      | (90.2)          | (79.8) | 13.0 %        |
| 經調整自由現金流量      | 85.0            | 11.5   | 636.6 %       |

— 完 —

## 關於新秀麗集團

新秀麗集團有限公司（連同其附屬公司統稱「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，並且是全球生活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、自營零售店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

香港：

新秀麗集團有限公司 — 香港分公司

電話：+852 2422 2611

Alvin Concepcion

電郵：

[Alvin.Concepcion@samsonite.com](mailto:Alvin.Concepcion@samsonite.com)

虞瑋麟

電郵：

[William.Yue@samsonite.com](mailto:William.Yue@samsonite.com)

壽而斌

電郵：

[Helena.Sau@samsonite.com](mailto: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](mailto: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」、「預料」、「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，包括在生活時尚箱包類別方面；
- 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；
- 我們管理轄下渠道組合及執行多渠道策略的能力；
- 我們 DTC 渠道的業績，包括成功擴張自營零售店及電子商貿平台；
- 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、耐用性及可持續性的專注，以及本公司在此基礎上使其產品脫穎而出的能力；
- 我們根據當地市場喜好量身定製品牌及產品策略的能力；
- 我們的未來財務狀況，包括經營槓桿效益及利潤率，以及其經營模式的彈性；
- 我們獲得經營現金、投資其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；
- 我們的擴大其品牌組合的能力；
- 建議收購 BÉIS, LLC（「BÉIS」），包括交易的預期時間與完成、達成交割條件及取得所需的監管批准，以及交易的預期裨益；
- 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；
- 我們的管理團隊的能力，以及我們挽留有關管理團隊的能力；
- 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（如伊朗及中東其他地區持續的衝突）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；
- 外匯波動對我們的業務的影響；
- 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，以及與其相關的法律、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，以及美國、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，以及我們遵守有關法律及法規的能力；及
- 我們保護我們的品牌、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；我們無法發展數碼化分銷渠道及執行電子商貿策略；我們無法成功推廣零售店；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、倉儲及分銷業務中斷；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 ESG 及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；建議收購 BEIS，包括我們未能按預期條款或時間表完成交易或根本無法完成交易、整合或支援被收購業務或挽留其主要人員及商業關係方面的困難，以及我們的未能實現交易的預期裨益；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；以及我們 2025 年年報內「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析—風險因素」章節所描述的風險。

前段及所列各項並非旨在盡列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。閣下應參閱我們 2025 年年報內「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析—風險因素」章節，以了解可能導致實際結果與前瞻性陳述所表達或暗示者存在重大差異的重要因素。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。鑒於此等前瞻性陳述涉及重大不確定因素，閣下不應將此等前瞻性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當前的預期有重大差異。我們實際上可能無法實現我們前瞻性陳述中所述計劃、意圖或期望，閣下不應過度依賴該等前瞻性陳述。

## 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。