

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 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 159469

(於盧森堡註冊成立之有限公司)

(股份代號：1910)

截至 2014 年 9 月 30 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 2014 年 9 月 30 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 2014 年 9 月 30 日止三個月

撇除匯兌影響，本集團截至 2014 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較 2013 年同期增長 18.6%。以美元申報的銷售淨額由 2013 年第三季度的 529.2 百萬美元增加 98.1 百萬美元或 18.5% 至 2014 年第三季度的 627.4 百萬美元。按固定貨幣基準計算¹按地區劃分的業績如下：

- 亞洲—銷售淨額增長 20.1% 至 242.4 百萬美元；
- 北美洲—銷售淨額增長 22.5% 至 198.0 百萬美元；
- 歐洲—銷售淨額增長 10.9% 至 154.7 百萬美元；及
- 拉丁美洲—銷售淨額增長 25.1% 至 30.3 百萬美元。

¹ 按固定貨幣基準計算的銷售淨額乃將去年同期匯率應用於本期當地貨幣銷售淨額而計算得出。

下表載列截至 2014 年 9 月 30 日及 2013 年 9 月 30 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 9 月 30 日止三個月				2014 年與 2013 年比較	
	2014 年		2013 年		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	增加 （減少） 百分比	增加 （減少） 百分比
按地區劃分的銷售淨額：						
亞洲	242,390	38.6%	199,041	37.6%	21.8%	20.1%
北美洲	197,956	31.6%	161,964	30.6%	22.2%	22.5%
歐洲	154,744	24.7%	140,735	26.6%	10.0%	10.9%
拉丁美洲	30,315	4.8%	25,583	4.8%	18.5%	25.1%
企業	1,950	0.3%	1,913	0.4%	2.0%	2.0%
銷售淨額	<u>627,355</u>	<u>100.0%</u>	<u>529,236</u>	100.0%	18.5%	18.6%

撇除於 2014 年完成的 *Gregory*[®]、*Speck*[®] 及 *Lipault*[®] 收購事項應佔的銷售淨額，截至 2014 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較 2013 年第三季度增長 10.7%，撇除匯兌影響則增長 10.8%。

按地區劃分的銷售淨額

撇除匯兌影響，截至 2014 年 9 月 30 日止三個月亞洲區銷售淨額較 2013 年第三季度增長 20.1%。以美元申報的亞洲區銷售淨額增長 43.3 百萬美元或 21.8%。撇除 *Gregory* 收購事項應佔的銷售淨額，截至 2014 年 9 月 30 日止三個月按固定貨幣基準計算的銷售淨額較 2013 年第三季度增長 18.5%。主要市場南韓（增長 9.4%²）、中國（增長 32.9%²）、印度（增長 12.1%²）及日本（增長 35.4%²）對比去年銷售增長強勁。本集團繼續滲透區內新興市場，當中以台灣（增長 39.2%²）、泰國（增長 11.7%²）、印尼（增長 9.2%²）及菲律賓（增長 54.3%²）的按年增長最為突出。亞洲區的銷售淨額增長繼續受 *American Tourister* 品牌及 *Samsonite Red* 子品牌的佳績帶動。*新秀麗* 品牌持續增長並佔亞洲區銷售額的最大部分。

與 2013 年第三季度比較，截至 2014 年 9 月 30 日止三個月北美洲（包括美國及加拿大）銷售淨額增長 36.0 百萬美元或 22.2%。撇除匯兌影響，北美洲的銷售淨額增長 22.5%。撇除 *Speck* 及 *Gregory* 收購事項應佔的銷售淨額，截至 2014 年 9 月 30 日止三個月按固定貨幣基準計算的銷售淨額較 2013 年第三季度上升 1.8%。由於 2013 年第三季度達成的若干銷售項目預期於本年度第四季達成，故有關時間差對 2014 年第三季度的按年增長造成負面影響。

² 撇除匯兌影響。

撇除匯兌影響，截至 2014 年 9 月 30 日止三個月歐洲區銷售淨額較 2013 年第三季度增長 10.9%。以美元申報的歐洲區銷售淨額增長 14.0 百萬美元或 10.0%。撇除 *Lipault* 收購事項應佔的銷售淨額，截至 2014 年 9 月 30 日止三個月按固定貨幣基準計算的銷售淨額較 2013 年第三季度上升 9.2%。區內數國均錄得強勁當地貨幣銷售增長，其中以英國（增長 13.3%²）、德國（增長 15.5%²）及法國（增長 14.3%²）最為突出。本集團於意大利（增長 18.3%²）及西班牙的業務（增長 16.6%²）繼續改善。俄羅斯（下跌 8.3%²）則受到烏克蘭政局動盪的負面影響。歐洲市場的當地貨幣銷售增長歸功於該地區對硬質行李箱的需求增長強勁，導致新推出產品（包括使用 *Curv* 物料製造的新產品系列）銷售理想。

撇除匯兌影響，截至 2014 年 9 月 30 日止三個月拉丁美洲區銷售淨額較 2013 年第三季度增長 25.1%。以美元申報的拉丁美洲區銷售淨額增長 4.7 百萬美元或 18.5%。智利（增長 8.8%²）及墨西哥（增長 9.3%²）的銷售增長強勁。巴西的銷售淨額（增長 161.2%）繼續受惠於 2013 年下半年實施的直接進口及銷售模式。本集團阿根廷業務（下跌 45.2%²）繼續受當地政府進口限制的負面影響。撇除阿根廷應佔的銷售淨額，拉丁美洲區銷售淨額撇除匯兌影響後增長 29.4%，以美元結算則增長 23.5%。

企業分部應佔銷售淨額（包括授權收入）按年相對持平。

截至 2014 年 9 月 30 日止九個月

撇除匯兌影響，本集團截至 2014 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較 2013 年同期增長 15.5%。以美元申報的銷售淨額由截至 2013 年 9 月 30 日止九個月的 1,512.9 百萬美元增加 219.8 百萬美元或 14.5% 至截至 2014 年 9 月 30 日止九個月的 1,732.7 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 18.0% 至 663.8 百萬美元；
- 北美洲－銷售淨額增長 15.5% 至 543.7 百萬美元；
- 歐洲－銷售淨額增長 10.5% 至 421.6 百萬美元；及
- 拉丁美洲－銷售淨額增長 21.8% 至 97.3 百萬美元。

下表載列截至 2014 年 9 月 30 日及 2013 年 9 月 30 日止九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 9 月 30 日止九個月				2014 年與 2013 年比較	
	2014 年		2013 年		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	增加 (減少) 百分比	增加 (減少) 百分比
按地區劃分的銷售淨額：						
亞洲	663,771	38.3%	569,205	37.6%	16.6%	18.0%
北美洲	543,728	31.4%	472,433	31.2%	15.1%	15.5%
歐洲	421,555	24.3%	377,486	25.0%	11.7%	10.5%
拉丁美洲	97,281	5.6%	87,089	5.8%	11.7%	21.8%
企業	6,341	0.4%	6,672	0.4%	(5.0)%	(5.0)%
銷售淨額	1,732,676	100.0%	1,512,885	100.0%	14.5%	15.5%

撇除於 2014 年完成的 *Gregory*[®]、*Speck*[®] 及 *Lipault*[®] 收購事項應佔的銷售淨額，截至 2014 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2013 年 9 月 30 日止九個月增長 11.0%，撇除匯兌影響則增長 11.9%。

按地區劃分的銷售淨額

撇除匯兌影響，截至 2014 年 9 月 30 日止九個月亞洲區銷售淨額較 2013 年同期增長 18.0%。以美元申報的亞洲區銷售淨額增長 94.6 百萬美元或 16.6%。撇除 *Gregory* 收購事項應佔的銷售淨額，截至 2014 年 9 月 30 日止九個月按固定貨幣基準計算的銷售淨額較 2013 年同期增長 17.4%。本集團在該區主要市場的固定貨幣銷售增長強勁，當中以南韓（增長 12.7%²）、日本（增長 27.6%²）、印度（增長 20.7%²）及中國（增長 17.1%²）最為突出。

截至 2014 年 9 月 30 日止九個月北美洲區銷售淨額較 2013 年同期增長 71.3 百萬美元或 15.1%。撇除匯兌影響，北美洲區銷售淨額增長 15.5%。撇除 *Speck* 及 *Gregory* 收購事項應佔的銷售淨額，截至 2014 年 9 月 30 日止九個月按固定貨幣基準計算的銷售淨額較 2013 年同期增長 6.1%。

撇除匯兌影響，截至 2014 年 9 月 30 日止九個月歐洲區銷售淨額較 2013 年同期增長 10.5%。以美元申報的歐洲區銷售淨額增長 44.1 百萬美元或 11.7%。撇除 *Lipault* 收購事項應佔的銷售淨額，截至 2014 年 9 月 30 日止九個月按固定貨幣基準計算的銷售淨額較 2013 年同期上升 9.4%。區內數國的地方貨幣銷售增長強勁，其中德國（增長 9.4%²）及法國（增長 12.2%²）最為突出。本集團於意大利（增長 15.1%²）及西班牙的業務（增長 13.5%²）繼續改善。俄羅斯（增長 2.8%²）則受到烏克蘭政局動盪的負面影響。

撇除匯兌影響，截至 2014 年 9 月 30 日止九個月拉丁美洲區銷售淨額較 2013 年同期增長 21.8%。以美元申報的拉丁美洲區銷售淨額增長 10.2 百萬美元或 11.7%。本集團在智利（增長 9.8%²）、墨西哥（增長 11.9%²）及巴西（增長 201.7%）的強勁銷售淨額增長，部分被阿根廷（下跌 55.3%²）抵銷。撇除阿根廷應佔的銷售淨額，拉丁美洲區銷售淨額撇除匯兌影響後增長 26.2%，以美元結算則增長 16.4%。

與2013年同期比較，截至2014年9月30日止九個月企業分部應佔銷售淨額減少0.3百萬美元或5.0%。

承董事會命
新秀麗國際有限公司
主席
Timothy Charles Parker

香港，2014年11月3日

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