

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，概不會就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。



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 2013 年 3 月 31 日止業務資料

新秀麗國際有限公司*（連同其綜合附屬公司，統稱「本公司」）董事會欣然宣佈本公司截至 2013 年 3 月 31 日止期間之未經審核業務資料。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 2013 年 3 月 31 日止三個月

本公司截至 2013 年 3 月 31 日止三個月的銷售淨額由截至 2012 年 3 月 31 日止三個月的 403.7 百萬美元增加 62.8 百萬美元或 15.6% 至 466.5 百萬美元。撇除匯兌影響，綜合銷售淨額較 2012 年第一季度增加 16.0%。按固定貨幣基準¹按地區劃分的業績如下：

- 亞洲—銷售淨額增長 16.6% 至 178.6 百萬美元；
- 北美洲—銷售淨額增長 28.4% 至 141.6 百萬美元；
- 歐洲—銷售淨額增長 5.3% 至 108.3 百萬美元；及
- 拉丁美洲—銷售淨額增長 7.6% 至 36.0 百萬美元。

¹按固定貨幣基準的銷售淨額是把去年同期匯率應用於本期當地貨幣銷售淨額而計算得出。

*僅供識別

下表載列截至 2013 年 3 月 31 日及 2012 年 3 月 31 日止三個月按地區劃分之銷售淨額明細，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					
	2013 年		2012 年		2013 年與 2012 年比較	
	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	撇除匯兌 影響之 增加(減少) 百分比
按地區劃分之 銷售淨額：						
亞洲	178,622	38.3%	155,254	38.5%	15.1%	16.6%
北美洲	141,636	30.4%	110,348	27.3%	28.4%	28.4%
歐洲	108,279	23.2%	103,105	25.5%	5.0%	5.3%
拉丁美洲	35,974	7.7%	32,633	8.1%	10.2%	7.6%
企業	2,031	0.4%	2,381	0.6%	(14.7)%	(14.7)%
銷售淨額	466,542	100.0%	403,721	100.0%	15.6%	16.0%

撇除 2012 年 *High Sierra*[®] 及 *Hartmann*[®] 收購事項應佔的銷售淨額，截至 2013 年 3 月 31 日止三個月的銷售淨額較 2012 年第一季度增長 11.1%，撇除匯兌影響則增長 11.6%。

按地區劃分的銷售淨額

與 2012 年第一季度比較，截至 2013 年 3 月 31 日止三個月亞洲地區銷售淨額增長 23.4 百萬美元或 15.1%。撇除匯兌影響，亞洲銷售淨額增長 16.6%。對比去年，中國（增長 15.2%²）、日本（增長 16.5%²）及南韓（增長 40.3%²）等主要市場銷售額增長強勁，而印度（增長 3.4%²）的表現主要因消費者情緒疲弱而受到負面影響。本公司持續滲透區內新興市場，台灣（增長 59.7%²）、泰國（增長 38.9%²）、印尼（增長 31.8%²）及菲律賓（增長 19.9%²）錄得顯著按年增長。亞洲銷售淨額增長繼續由 *American Tourister* 品牌的成功所帶動，而 *新秀麗* 品牌持續增長並佔亞洲區的大部分銷售額。

與 2012 年第一季度比較，截至 2013 年 3 月 31 日止三個月北美洲（包括美國及加拿大）銷售淨額增長 31.3 百萬美元或 28.4%。撇除 *High Sierra* 及 *Hartmann* 應佔銷售淨額，截至 2013 年 3 月 31 日止三個月的銷售淨額較 2012 年第一季度上升 12.1%。本公司於北美洲的佳績歸功於消費者對本公司產品需求強勁，使其繼續獲得批發客戶擴大銷售。隨著批發及零售渠道的銷售強勁增長，本公司繼續提升區內市場份額。

²撇除匯兌影響。

與 2012 年第一季度比較，截至 2013 年 3 月 31 日止三個月歐洲銷售淨額增加 5.2 百萬美元或 5.0%。撇除匯兌影響，歐洲銷售淨額增長 5.3%。區內多個國家均錄得強勁當地貨幣銷售增長，其中以德國（增長 22.3%²）、俄羅斯（增長 41.3%²）及英國（增長 8.0%²）最為突出。該等市場的當地貨幣銷售增長歸功於新推出產品銷售強勁，包括以 Curv 物料及技術製造的新 Cosmolite 產品系列。本公司於若干南歐市場的業務因區內經濟不景氣持續影響消費者情緒而受到負面影響，尤其是意大利（下降 7.1%²）及西班牙（下降 10.8%²）等市場。撇除意大利及西班牙，按固定貨幣基準歐洲區的銷售淨額增長 9.4%。

與 2012 年第一季度比較，截至 2013 年 3 月 31 日止三個月拉丁美洲銷售淨額增長 3.3 百萬美元或 10.2%。撇除匯兌影響，拉丁美洲的銷售淨額增長 7.6%。區內銷售額增長受智利（增長 12.8%²）開學旺季背包業務表現理想所帶動。阿根廷（下降 25.9%²）當地政府所實施的進口限制繼續構成挑戰。撇除阿根廷，拉丁美洲地區的銷售淨額增加 14.3%，按固定貨幣基準則增加 10.6%。

與 2012 年第一季度比較，截至 2013 年 3 月 31 日止三個月企業分部應佔銷售淨額（包括授權收入）下降 0.3 百萬美元或 14.7%。銷售淨額下降是由於本公司決定終止與若干第三方廠商的授權協議，並直接向客戶出售先前許可產品所致。

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，2013 年 4 月 22 日

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

* 僅供識別