

概 要

本概要旨在向閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於本節為概要，故並無載有對閣下而言可能屬重要的全部資料。閣下在決定投資發售股份前，務請細閱整份招股章程。

任何投資均涉及風險。投資發售股份的一些特定風險載於本招股章程「風險因素」一節。閣下在決定投資發售股份前務請仔細閱讀該節。

概覽

按於2010年的零售價值計算，新秀麗國際有限公司是全球最大的旅遊行李箱公司⁽¹⁾，擁有100年悠久歷史。本公司的核心品牌新秀麗^{®(2)} 是全球最著名的旅遊行李箱品牌之一。本公司從事旅遊、商務及休閒行李箱以及旅行配件的設計、營銷及銷售業務。於2010年，我們的產品在超過100個國家逾37,000個銷售點通過眾多不同的批發及零售分銷渠道出售。

本公司的市場領導地位建基於強大的國際品牌業務、龐大經營規模、堅定的宣傳和產品創新投資、規模化分銷及採購能力，以及我們佔有市場領先地位的高質素產品。

於2010年，本公司的銷售淨額為1,215.3百萬美元，經調整 EBITDA 為191.9百萬美元，分別較2009年增加18.1%及241.4%。本公司在取得最高毛利的部份市場中錄得最快的增長。我們在亞洲的銷售淨額佔2010年銷售淨額總額的33.3%，較2009年增加45.1%。亞洲是本公司在2010年盈利能力最高的地區，經調整 EBITDA 利潤率為19.8%，佔我們經調整 EBITDA 的41.7%。

在旅遊行李箱公司零散眾多的全球市場當中，本公司是最大的旅遊行李箱企業，年度零售銷貨值比最接近的直接競爭對手高出約六倍，故此我們具有良好優勢，於總值247億美元且不斷擴張的全球行李箱市場內擴大市場份額：

- 於新興高增長亞洲市場內，本公司的銷售淨額在2001年至2010年間以約23%的年複合增長率上升；這個市場包含我們在2010年五大銷售淨額市場的其中三個（中國、印度及南韓），而在這三個市場中我們都是行李箱市場的領導者；
- 在龐大並發展成熟的歐洲和北美洲市場內，我們預期憑藉強大的品牌效應、龐大的經營規模和發展成熟的分銷網絡，本公司將能把握各個相關市場經濟持續復蘇的商機，以較各市場更快的速度增加銷售淨額和擴大於商務和休閒行李箱產品類別的業務；及
- 拉丁美洲市場包含我們發展較成熟的多個市場（如智利、墨西哥和阿根廷），亦包括巴西等高增長市場。

(1) 有關本公司根據 Frost & Sullivan 按零售銷售值計的領先競爭地位的更多資料，請參閱「行業概覽」。

(2) 新秀麗為於多個國家註冊的商標。見「附錄六 — 本集團知識產權 — 商標」。

概 要

我們採用 **新秀麗** 和 *American Tourister*^{®(3)} 品牌銷售本公司的產品。這兩個品牌擁有崇高地位、深受愛戴，其悠久歷史深入人心，並且在過去幾十年間一直以其品牌的質量、耐用性、功能及創新意念著稱。**新秀麗** 是我們的高端品牌，由於其品牌知名度甚高，亦廣受顧客歡迎，全球各地的百貨公司及行李箱零售商爭相引入其產品。*American Tourister* 品牌則以追求實用價值的消費者為目標，其產品定位與**新秀麗** 互相補足，務求讓我們盡攬全球旅遊行李箱市場的高端和中端細分市場。

新秀麗 於1910年在美国科羅拉多州丹佛市創立，為一家皮箱製造公司。於1993年，本公司通過收購著名的 *American Tourister* 行李箱品牌豐富本身的產品組合。於過去一個世紀，我們開發及／或廣泛地產業化生產眾多具創新意念的行李箱產品，包括輕盈的塑料硬質手提箱、豎式行李箱及輪式行李箱，以至近年的四輪旋轉行李箱及非常輕盈的硬質和軟質技術。位於我們四個地區中每一個地區的技藝精湛的設計團隊仍保持提供創新行李箱產品的傳統。截至2010年12月31日，共有65名僱員參與研發工作，且彼等於截至2010年12月31日止三個年度獲得合共約35.0百萬美元之開支支持，因此，我們已為未來創新及產品設計奠定強勁基礎。

外包及製造

在過去十年間，我們通過從主要從事生產業務轉型為主要分銷和營銷由本公司設計的行李箱及向第三方供應商進行採購，以及優化我們的倉儲和分銷網絡而成功控制成本基礎及優化生產。於2010年，我們約94%的產品乃主要由位於中國以及若干其他亞洲國家的第三方製造商生產。此外包機制使我們的固定成本基礎保持較低水平，並使我們可分配生產予最具競爭力的供應商。我們的內部生產設施主要生產硬質行李箱，包括全面供應使用 *Curv* 材料的產品。請參閱「業務 — 採購及生產」。

銷售渠道

我們通過批發及零售分銷渠道銷售本公司的產品。批發是我們的主線業務。於2010年12月，我們經營超過37,000個銷售點，當中36,384個為批發銷售點、734個為零售銷售點。於2010年，本公司的銷售淨額約80%來自批發渠道，約19%來自零售渠道。我們的銷售批發點分為四類：百貨公司及店中店、行李箱專賣店、大型零售店／特大超級市場及平價超市，以及網絡零售店及其他小型渠道。我們的銷售零售點包括本公司自有的商店及我們的特選經銷商網絡（尤其在印度）。請參閱「業務 — 銷售及營銷」。

(3) *American Tourister* 為於若干個國家註冊的商標。見「附錄六 — 本集團知識產權 — 商標」。

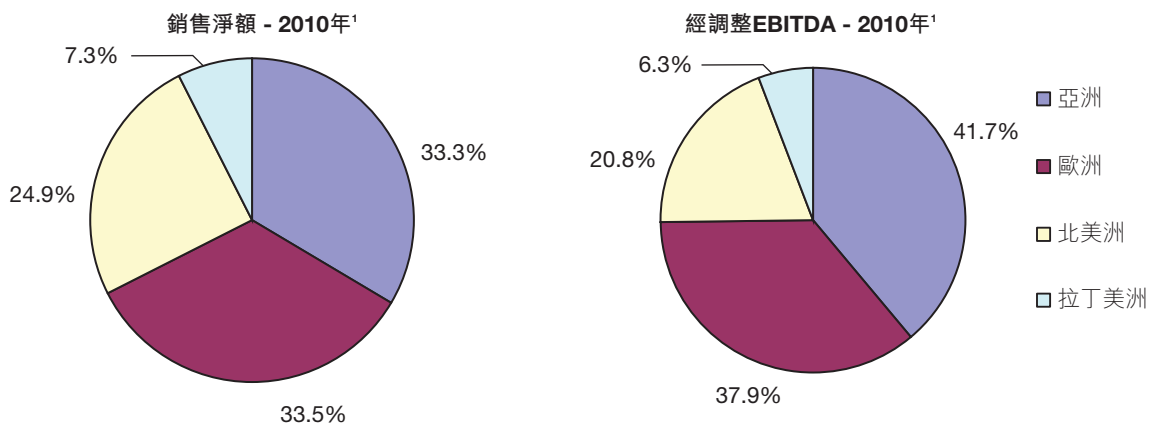
管理行動

一如許多其他從事全球性消費產品業務的公司，本公司亦受到2008年底至2009年初的全球信貸危機的沉重打擊。我們採取了措施減輕經濟低迷的影響，並把握這個機會長遠地改善我們的業務模式，積極部署把握全球經濟復蘇的機遇。其中包括委任本公司的主席兼行政總裁 Tim Parker，其領導將我們的管理策略轉為將資源集中於按照我們各個經營地區的消費者偏好開發合適的產品，並實施恰當的銷售和分銷策略及更佳的管理組成結構作為輔助，務求爭取未來的增長。我們在執行此經營體系重組的同時，亦已於2009年實行財務重組。這些措施讓本公司有效降低成本基礎並優化管理層結構，因而對業務產生重大的正面影響，令銷售淨額於2009年至2010年間錄得雙位數字的增長。請參閱「財務資料 — 影響我們經營業績的重要因素 — 削減成本基礎的措施」。

本公司靈活的分權管理結構目前包含一支精簡的中央高級管理層團隊及四支地區性管理團隊，分別負責亞洲、歐洲、北美洲及拉丁美洲市場。財務、庫務、法律及其他關鍵管理職能均在美國由中央管理，而關鍵的經營決策（包括產品開發及設計、銷售及營銷策略、採購策略及分銷渠道管理）則於地區層面上由地區性團隊負責，這些地區性團隊定期互相分享於所屬地區的最佳實踐慣例。憑藉「規模恰到好處」的全球高級管理層團隊專注於支援及協調職能，而不是作出由上而下的決策，配合地區性團隊運用本地智慧專注於執行工作，本公司能夠繼續實施緊貼我們各地區的不同消費者偏好和潮流趨勢、市場變化及經濟情況的業務策略。

我們的四個地區

下圖列出於2010年來自我們各個經營地區的銷售淨額及經調整 EBITDA 比例：



附註

- (1) 上圖並未計入2010年來自企業分部的銷售淨額及經調整 EBITDA 比例。企業分部佔本公司銷售淨額的1.0%及經調整 EBITDA 的(6.7%)。

概 要

- *亞洲*。本公司的亞洲業務覆蓋大部份亞洲地區，包括中國及印度、中東及澳洲，於2010年產生的銷售淨額為405.1百萬美元，佔銷售淨額總額的33.3%，而毛利為265百萬美元。於2010年，我們在亞洲的經調整 EBITDA 為80.1百萬美元，經調整 EBITDA 利潤率為19.8%。根據 Frost & Sullivan 的調查界定，本公司是亞洲市場的領導者，於亞洲的零售銷售規模為區內排名第二同業的四倍。本公司於2010年的五大市場當中，有三個來自亞洲，即中國、印度和南韓。我們預期亞洲業務將會對我們的銷售營業額及利潤帶來越來越重大的增長動力，因為區內中產階層快速崛起，並願意花費更多金錢於旅行及旅行相關產品。Frost & Sullivan 預期亞洲旅行市場(不包括日本)在2010年至2015年間的年複合增長率將達到11.5%，增長動力來自中國及印度的行李箱市場，預期兩國的行李箱市場於同期將分別錄得19.2%及15.4%的年複合增長率。Frost & Sullivan 預期，亞洲的旅遊市場(包括日本)由2010年至2015年將按8.0%的複合年增長率增長，反映大型及相對成熟的日本行李箱市場的影響。
- *歐洲*。根據 Frost & Sullivan 的調查界定，我們在歐洲市場佔有領導地位。於2010年，本公司歐洲業務產生的銷售淨額為406.7百萬美元，佔銷售淨額總額的33.5%，而毛利為225百萬美元。於2010年，我們在歐洲的經調整 EBITDA 為72.9百萬美元，經調整 EBITDA 利潤率為17.9%。歐洲屬於全球第二大的行李箱市場，而預期歐洲市場在2010年至2015年間的年複合增長率將為4.0%。隨着歐洲經濟繼續復甦，我們已積極部署通過銷售商務及休閒袋以及繼續集中推廣受歡迎的旅行產品線，進一步擴大在歐洲的市場份額。我們在歐洲區的主要市場包括意大利、法國、德國、西班牙及比荷盧三國。
- *北美洲*。根據 Frost & Sullivan 的調查界定，我們在北美洲市場佔有領導地位。本公司的北美洲業務覆蓋美國(我們的最大單一市場)及加拿大，於2010年產生的銷售淨額達303.0百萬美元，佔銷售淨額總額的24.9%，而毛利為136百萬美元。於2010年，我們在北美洲的經調整 EBITDA 為39.8百萬美元，經調整 EBITDA 利潤率為13.1%。預測北美洲行李箱市場在2010年至2015年間的年複合增長率將為3.7%。隨着北美洲經濟繼續復蘇，我們已部署好一系列創新產品及分銷網絡，把握時機增加市場份額，並繼續通過銷售核心旅行產品線、商務及休閒袋，推動北美洲的銷售淨額及盈利能力上升。
- *拉丁美洲*。本公司的拉丁美洲業務在2010年產生銷售淨額89.0百萬美元，佔銷售淨額總額的7.3%，而毛利為52百萬美元。於2010年，我們在拉丁美的經調整 EBITDA 為12.1百萬美元，經調整 EBITDA 利潤率為13.6%。預測拉丁美洲行

概 要

李箱市場在2010年至2015年間的年複合增長率將為5.9%。我們在區內的主要市場為智利、墨西哥及阿根廷，而巴西為爭取未來潛在增長的關鍵市場。

本公司的競爭實力

- **品牌**：本公司是全球最大的旅遊行李箱公司，品牌本身已成為行李箱產品的象徵，擁有百年的悠久歷史。
- **具有全球規模的全球領導者**：我們在全球範圍的規模經濟效益，令我們有能力在營銷及創新方面作出大量投資，在採購和分銷方面達致良好效益，並維持廣博的全球分銷網絡。
- **涉足高增長地域的龐大業務**：本公司處於有利位置，能夠受惠於亞洲(我們盈利能力最高的市場)及其他高增長新興市場旅行業務的快速增長。
- **創新**：本公司在向市場引進創新產品方面擁有優秀往績。
- **全球／地區平衡性**：本公司能夠運用全球性平台及專長的優勢，同時因應地區及國家市場的本土需要調整產品，向市場營銷。
- **強勁增長及產生龐大的現金流**：本公司的業務模式極具吸引力，擁有強勁的增長前景、龐大的現金流產生潛力以及良好的恢復能力。
- **由經驗豐富的管理層領導的高才能及積極職工團隊**：本公司的管理團隊經驗豐富，往績卓越，而整個機構的職工團隊均為高質素並積極工作的僱員。

本公司的策略

本公司的策略要點如下：

- 憑藉高質量、耐用性及功能性核心價值，並通過持續投放資源於創新及營銷，增強本公司傳統品牌新秀麗的領導地位。
- 進一步發展 *American Tourister* 品牌，採用更實惠的定價來反映其高質量及可靠性的核心價值。
- 通過在營銷、研發、分銷及採購方面的規模經濟優勢，改善本公司的競爭地位，特別是持續投入高水平的資源於宣傳活動來支持本公司品牌。
- 通過投資於營銷、進一步擴大分銷網絡、擴張地域覆蓋範圍、發展迎合當地消

概 要

費者需要的產品系列，專注於在高增長的亞洲市場發展業務，特別是中國和印度這兩個關鍵市場。

- 把握歐洲及北美洲的復甦增長機遇，在這些較成熟市場爭取更多營業額。
- 本公司在亞洲、歐洲、北美洲及拉丁美洲四個地理區域的業務經營擁有高度自主性，並在品牌統一度、採購及財務方面保留中央管理權。
- 通過持續投資於產品開發及營銷，增加在商務袋、休閒袋及配件產品類別的業務滲透率。
- 通過管理供應商關係保障高效的成本基礎，維持固定成本於更低的水平，在較高毛利率的亞洲市場中擴張，以繼續提高經調整 EBITDA 利潤率。

風險因素

投資股份有關若干風險及不確定性，詳情載於「*風險因素*」。該等風險及不確定性的概要載列如下：

與本公司業務有關的風險

- 我們倚重我們新秀丽及 *American Tourister* 的品牌優勢，該等品牌的吸引力下降或會對我們的銷售淨額、盈利能力及增長策略的實施產生不利影響。
- 倘本公司未能對市場趨勢及客戶偏好的轉變作出有效的反應，我們的市場佔有率、銷售淨額及盈利能力可能受到不利影響。
- 本公司維持銷售增長的能力仰仗我們增長策略的成功。
- 本公司的增長策略部份仰仗我們能成功擴闊商務及休閒產品類別的能力，而我們卻未必能實現這目標。
- 第三方供應商的成本不斷上漲可能迫使我們提高價格或向新供應商採購，任何一種情況可能會對我們的銷售淨額及盈利能力造成不利影響。
- 倘我們無法維持銷售及分銷渠道網絡或有效管理我們的庫存，可能對我們銷售淨額、盈利能力及增長策略的實施造成不利影響。
- 本公司透過向有關機構註冊專利及商標以保護知識產權及規避侵犯他人知識產權的努力未必奏效，從而可能對我們的品牌聲譽及銷售淨額及盈利能力產生影

概 要

響。尤其是，有關本公司生產 Cosmolite及 Cubelite 行李箱外殼所使用工序的專利因 Lankhorst Pure Composites B.V. (「Lankhorst」)向我們提出訴訟而尚未授出。該等專利的授出已被擱置以待該訴訟的解決。

- 本公司在內部生產主要的硬質行李箱產品，而我們若無法穩定地按具競爭力的價格取得必要組件的供應，可能會影響該等主要硬質行李箱產品的生產，從而可能對我們的銷售淨額及盈利能力造成不利影響。
- 本公司倚賴第三方供應商生產很大部分的產品，惟彼等可能無法及時交付足夠優質產品，從而對我們的聲譽、銷售淨額及盈利能力造成不利影響。
- 本公司倚賴我們本身的分銷中心及第三方物流公司管理存貨及將存貨運送至我們的終端客戶，影響其中一者或兩者產生的任何中斷可能對我們的聲譽、盈利能力及未來銷售造成不利影響。
- 本公司的第三方供應商可能作出違反我們社會合規政策的行為，這樣會使我們中止再用該等供應商，並可能損害我們的聲譽及品牌形象。
- 本公司倚賴能夠讓我們有效及高效地管理業務的資訊科技系統，該等系統(尤其是訂單及存貨管理系統)的技術問題可能對我們的銷售淨額及聲譽產生不利影響。
- 倘本公司無法在地區市場自主性與中央管理之間維持適當的平衡，則我們的業務、銷售淨額及盈利能力或會受到不利影響。
- 美元兌本公司業務功能貨幣的價值波動或會對我們的盈利能力產生不利影響。
- 本公司倚賴管理層的現有成員及主要僱員，以實施增長策略中的關鍵環節。若未能保留該等人員或未能適當招攬新的合資格人員則可能會影響我們成功實施該等策略的能力，從而對盈利能力及財務表現產生不利影響。
- 本公司的主要股東可能對我們施加重大影響力，而彼等的權益可能與我們公眾股東的權益產生衝突。
- 本公司業務的銷售淨額及成本乃由其各自功能貨幣換算為美元，該等貨幣兌美

概 要

元的價值波動可能模糊特定期間內我們經營業績的相關趨勢。

- 倘本公司未能對我們的地區附屬公司及合資企業提供充分監察及監控，我們可能面臨聲譽的損害以及銷售機遇的喪失。
- 本公司的定額給付美國福利退休金計劃及退休後責任，可能使我們須作出額外的現金供款以履行退休金責任，以及可能限制我們取得融資的能力，從而嚴重影響我們的盈利能力及現金流量。
- 由於國際貿易法的變動，我們可能無法獲得因利用海外第三方供應商而節省成本的利益。
- 我們是一家全球性公司，而我們的營運受超出我們控制範圍以外的經濟、社會、政治及政府狀況的限制，並可能會對我們的業務產生不利影響。
- 我們可能會因2009年重組而被視為須繳美國聯邦所得稅的美國國內企業，所以存在此項風險，或即使無此情況，仍可能因2009年重組而須繳稅項，任何一項均會對我們的經營業績產生重大不利影響。

有關本公司的行業的風險

- 旅遊活動的減少可能對我們的旅遊行李箱銷售產生負面影響，從而可能對我們的盈利能力及財務狀況產生不利影響。
- 環球經濟條件的惡化可能影響消費者的信心及支出，從而可能對我們的銷售淨額及盈利能力產生不利影響。
- 本公司在經營所在的各個地區均面臨激烈的競爭，這可能妨礙我們在主要目標增長市場及產品種類方面提高市場佔有率的能力，或我們在增長市場及佔據強勢地位的市場保持市場佔有率的能力。

與全球發售有關的風險

- 發售價未必反映日後股份於交易市場的價格，且市價可能出現波動。
- 由於發售價高於每股未經審核備考經調整有形資產淨值，閣下在全球發售中購買的股份的有形資產淨值，可能被即時攤薄。
- 售股股東或本公司在日後出售股份可能降低閣下投資的價值。

概 要

- 股份目前沒有公開市場，其流通性及市場價格可能波動不定。
- 我們可能無法派付股息或者作出其他形式的分派。
- 本招股章程所載若干行業統計數據乃摘自第三方報告及公開資料來源。

當前訴訟

有關我們當前訴訟事宜的更多資料，請參閱「業務 — 訴訟」。下文描述我們於製造 Cosmolite 及 Cubelite 產品中所用的 Curv 塑形工藝的專利有關的一項當前訴訟。一種名為 PURE 以供於廣泛系列的產品中使用的聚丙烯物料製造商及銷售商 Lankhorst Pure Composites B.V. 對我們於此專利的擁有權提出異議。我們於 2002 年至 2004 年與 Lankhorst 訂立合約，據此，雙方研究 PURE 物料是否可以用於製造行李箱外殼。此一合作項目最終未能成功，因為我們決定 PURE 物料不符合我們的需要。自與 Lankhorst 訂立的合約於 2004 年終止後，我們與彼等並無任何業務關係。

於 2010 年 5 月，Lankhorst 在荷蘭控告本公司的若干附屬公司，就我們對於製造 Cosmolite 及 Cubelite 產品線所用的生產程序相關的待批專利權申請的擁有權提出異議。Lankhorst 聲稱擁有 Curv 生產程序專利權的唯一擁有權或至少某部分擁有權，並按違約及侵權索取損害賠償，唯未有明確指明賠償的金額。如我們不得不與 Lankhorst 共用此等專利的擁有權，Lankhorst 將有權可以使用此等專利及將之特許其他人使用，這將減低我們相信就使用 Curv 物料製造超輕硬質行李箱（現時主要在歐洲及亞洲出售）所享有的競爭優勢。如 Lankhorst 獲授予部分擁有權，只要我們維持最低的採購量，我們以獨家基準採購 Curv 物料的能力將不受影響。如 Lankhorst 獲授部分或獨家的擁有權，我們亦可能被指令支付損害賠償以保償 Lankhorst 於我們自 2008 年末使用 Curv 程序生產產品的期間所損失的機會。

此外，如 Lankhorst 獲授此等專利的獨家擁有權，我們將被迫終止使用 Curv 工序的所有製造營運及可能需要磋商特許權以使用有關的專利。在沒有該等許可權的情況下，我們將利用我們強大的研發能力以尋求盡快開發使用不同物料或工序生產的新型超輕硬質產品，以應付現時有售 Curv 硬質產品的地區的需求。我們的 Cosmolite 產品線是我們銷售淨額的主

概 要

要來源，我們相信，Cubelite 亦將成為另一個主要的來源。於2008年、2009年及2010年，Cosmolite 的銷售額分別佔我們的銷售淨額約0.4%、3.4%及7.5%，以及我們毛利的0.4%、3.6%及7.8%。於2010年推出的 Cubelite則佔少於我們2010年銷售淨額及毛利的1%。因此，如我們被迫終止使用 Curv 工序製造產品，這將對我們的銷售淨額及盈利能力造成重大不利影響。

然而，我們相信，Lankhorst 的索賠並無事實根據，且我們對於具有專利權的唯一擁有權有充分理據。本公司的法律顧問向本公司表示，我們擁有有力的理據支持我們的立場。本公司現正就此事向荷蘭法院提出訴訟。我們並無就該訴訟作出撥備，因為 Lankhorst 並無指明損害賠償的金額，而我們相信，在這個初步階段計量潛在的損害賠償實屬過於揣測性。我們有關生產 Cosmolite 行李箱外殼所用的工序的專利權申請已緩期處理，以待解決此訴訟。我們於等待與 Lankhorst 之間的訴訟有結果前繼續使用該項與 Lankhorst 有爭議的工序。並無尋求或授出禁止我們使用該工序的禁制令。我們的法律顧問向我們表示，在沒有該禁制令的情況下，在等待訴訟的結果的期間，並無任何法律上的禁制阻止我們繼續使用該工序。請參照「風險因素 — 與本公司業務有關的風險 — 本公司透過向有關機構註冊專利及商標以保護知識產權及規避侵犯他人知識產權的努力未必奏效，從而可能對我們的品牌聲譽及銷售淨額及盈利能力產生影響。」

全球發售

全球發售包括：

- (a) 供香港公眾人士認購的67,123,800股新股份(可予調整)的香港公開發售；及
- (b) 根據S規例以離岸交易方式在美國境外(包括向香港境內的專業及機構投資者)及根據144A條例或美國證券法下任何其他適用登記豁免在美國境內僅向合資格機構買家提呈發售合共604,111,800股股份(包括53,976,205股新股份及550,135,595股銷售股份並可予調整及視乎超額配股權而定)的國際發售。

合併財務資料概要

以下為我們於2008年、2009年及2010年12月31日及截至該日止年度的合併財務資料概要，摘自附錄一所載的會計師報告。

業績乃按會計師報告所載呈列基準編製。概略合併財務資料應與會計師報告所載合併財務報表(包括相關附註)一併閱讀。

概 要

合併收益表

	截至12月31日止年度					
	2008年		2009年		2010年	
	千美元	佔銷售 淨額%	千美元	佔銷售 淨額%	千美元	佔銷售 淨額%
淨資產	1,249,565	100.0	1,029,374	100.0	1,215,307	100.0
銷售成本	625,379	50.0	513,824	49.9	525,628	43.3
毛利	624,186	50.0	515,550	50.1	689,679	56.7
分銷開支	396,142	31.7	318,240	30.9	319,621	26.3
營銷開支	67,642	5.4	44,045	4.3	102,453	8.4
一般及行政開支	116,112	9.3	121,341	11.8	97,096	8.0
商譽減值 ⁽¹⁾	969,787	77.6	—	—	—	—
其他無形資產及固定資產減值 ⁽²⁾	458,999	36.7	7,216	0.7	115	—
其他無形資產及固定資產減值撥回 ⁽³⁾	—	—	(19,800)	(1.9)	(379,941)	(31.3)
重組費用 ⁽⁴⁾	12,390	1.0	65,102	6.3	4,348	0.4
其他開支	578	—	14,097	1.4	2,385	0.2
經營溢利／(虧損)	(1,397,464)	(111.8)	(34,691)	(3.4)	543,602	44.7
財務收入	3,671	0.3	943	0.1	1,647	0.1
財務成本	(177,894)	(14.2)	(118,977)	(11.6)	(30,660)	(2.5)
債務及股本重組收益 ⁽⁵⁾	—	—	1,289,897	125.3	—	—
除稅前溢利／(虧損)	(1,571,687)	(125.8)	1,137,172	110.5	514,589	42.3
所得稅(開支)抵免	147,671	11.8	72,163	7.0	(147,775)	(12.2)
年內溢利／(虧損)	(1,424,016)	(114.0)	1,209,335	117.5	366,814	30.2
股權持有人應佔溢利／(虧損)	(1,433,733)		1,202,433		355,022	
非控股權益應佔溢利／(虧損)	9,717		6,902		11,792	
年內溢利／(虧損)	(1,424,016)		1,209,335		366,814	

附註：

- 由於全球經濟放緩，我們測定我們的商譽於2008年12月31日的賬面值超出我們各地區的可收回金額，故我們於2008年確認一項反映該差額之減值。請參閱「財務資料 — 影響我們經營業績的重大因素 — 商譽、其他無形資產及固定資產」、「財務資料 — 選定收益表項目的說明 — 商譽減值」、「財務資料 — 經營業績 — 商譽減值」及「財務資料 — 重要會計政策 — 減值 — 非金融資產」。
- 由於全球經濟放緩，我們測定若干無形資產及若干固定資產於2008年12月31日的賬面值超出其各自的可收回金額，故於2008年，我們我們確認一項反映有關差額總額之減值。於2009年，我們就若干固定資產確認減值，該減值乃與零售店停業有關。請參閱「財務資料 — 影響我們經營業績的重要因素 — 商譽、其他無形資產及固定資產」、「財務資料 — 選定收益表項目的說明 — 無形資產及固定資產的減值／(減值撥回)」、「財務資料 — 經營業績 — 無形資產及固定資產的減值／(減值撥回)」及「財務資料 — 重要會計政策 — 減值 — 非金融資產」。
- 根據國際財務報告準則，於過往期間確認的減值虧損於年末報告日期評估，且可於顯示該等虧損有所減少或不再存在時撥回。於2009年及2010年，我們確認撥回之前於2008年確認的減值。請參閱「財務資料 — 影響我們經營業績的重大因素 — 商譽、其他無形資產及固定資產」、「財務資料 — 選定收益表項目的說明 — 無形資產及固定資產的減值／(減值撥回)」、「財務資料 — 經營業績 — 無形資產及固定資產的減值／(減值撥回)」及「財務資料 — 重要會計政策 — 減值 — 非金融資產」。

概 要

- (4) 重組費用包括就優化我們的成本架構所產生的成本。請參閱「財務資料 — 選定收益表項目的說明 — 重組費用」、「財務資料 — 經營業績 — 重組開支」及「財務資料 — 重要會計政策 — 撥備及或然負債」。
- (5) 於2009年，我們就對我們其時現有的債務及資本架構進行重組確認盈利。該盈利指(i)已消除債務的賬面值與(ii)新發行債務及新發行股份的公平值總和減相關交易成本之間的差額。請參閱「財務資料 — 影響我們經營業績的重大因素 — 債務及股權重組的收益」、「財務資料 — 選定收益表項目的說明 — 債務及股權重組的收益」及「財務資料 — 經營業績 — 債務及股權重組的收益」。

其他財務數據

經調整淨收入

	截至12月31日止年度		
	2008年	2009年	2010年
	千美元	千美元	千美元
經調整淨收入.....	129,879	61,654	105,566

下表載列2008年、2009年及2010年我們的年內溢利／(虧損)與經調整淨收入(非國際財務報告準則指標)的對賬。

	截至12月31日止年度		
	2008年	2009年	2010年
	千美元	千美元	千美元
年內溢利／(虧損).....	(1,424,016)	1,209,335	366,814
非控股權益應佔溢利／(虧損).....	9,717	6,902	11,792
股權持有人應佔溢利／(虧損).....	(1,433,733)	1,202,433	355,022
(加)／減			
債務及股本重組收益.....	—	1,289,897	—
商譽減值.....	(969,787)	—	—
無形資產及固定資產			
(減值)／撥回.....	(458,999)	12,584	379,826
重組費用.....	(12,390)	(65,102)	(4,348)
認沽期權公平值變動.....	(712)	316	(8,788)
非確認於減值資產的折舊 ⁽¹⁾	—	18,467	13,064
非確認於減值資產的攤銷 ⁽²⁾	—	4,107	4,080
無形資產攤銷 ⁽³⁾	(8,447)	(8,661)	(8,489)
目前債務架構相關開支 ⁽⁴⁾	(157,627)	(107,888)	(22,255)
稅項調整.....	44,350	(2,941)	(103,634)
經調整淨收入 ⁽⁵⁾	129,879	61,654	105,566

附註：

- (1) 我們已於2009年及2010年確認的折舊乃用以攤銷2008年錄得的若干固定資產(請參閱「財務資料 — 影響我們經營業績的重要因素 — 商譽、其他無形資產及固定資產」)。
- (2) 我們已確認的攤銷乃用以攤銷2008年錄得的若干無形資產(商譽除外)(請參閱「財務資料 — 影響我們經營業績的重要因素 — 商譽、其他無形資產及固定資產」)。
- (3) 上述的無形資產攤銷指(i)我們已確認的攤銷及(ii)我們已確認以攤銷若干無形資產(商譽除外)的攤銷之總和。該等費用與有限使用年期並與2007年CVC收購一併確認的其他無形資產攤銷有關，而非與持續歸屬資產有關。我們相信，該數字能讓投資者更瞭解我們日後的攤銷費用，乃由於有關費用因撥回無形資產減值而自2010年水平起有所增加。

概 要

(4) 下表載列目前債務架構相關費用的明細：

	截至12月31日止年度		
	2008年	2009年	2010年
	千美元	千美元	千美元
債務信貸利息開支	(126,295)	(75,819)	(13,545)
股東貸款利息開支	(30,645)	(13,009)	—
債務發行成本及債項溢價攤銷	(7,317)	(3,283)	—
兌匯債項之未變現(虧損)/收益	22,387	(15,777)	(8,710)
利率掉期協議公平值變動	(15,757)	—	—
目前債務架構相關費用總額	(157,627)	(107,888)	(22,255)

(5) 指本公司股權持有人應佔經調整淨收入。

扣除來自 Lacoste 及 Timberland 許可協議之貢獻，我們於2010年的經調整淨收入為86.5百萬美元(請參閱「財務資料—經營業績—經調整淨收入」)。

經調整 EBITDA

	截至12月31日止年度					
	2008年		2009年		2010年	
	千美元	佔銷售淨額%	千美元	佔銷售淨額%	千美元	佔銷售淨額%
經調整EBITDA	121,826	9.7	56,222	5.5	191,941	15.8

下表載列2008年、2009年及2010年我們的年內溢利/(虧損)與經調整 EBITDA(非國際財務報告準則指標)的對賬。

	截至12月31日止年度		
	2008年	2009年	2010年
	千美元	千美元	千美元
年內溢利/(虧損)	(1,424,016)	1,209,335	366,814
(加)/減			
所得稅(開支)/利益	147,671	72,163	(147,775)
融資成本	(177,894)	(118,977)	(30,660)
財務收入	3,671	943	1,647
折舊	(37,428)	(18,057)	(16,335)
攤銷	(8,447)	(4,554)	(4,409)
EBITDA	(1,351,589)	1,277,817	564,346
(加)/減			
債務及股權重組收益	—	1,289,897	—
重組開支	(12,390)	(65,102)	(4,348)
無形資產及固定資產			
減值(減值)/減值撥回	(458,999)	12,584	379,826
商譽減值	(969,787)	—	—
以股份支付的酬勞	—	(1,273)	(600)
業務合併收購存貨的費用	(20,640)	—	—
其他調整 ⁽¹⁾	(11,599)	(14,511)	(2,473)
經調整 EBITDA	121,826	56,222	191,941
經調整 EBITDA 利潤率			
佔銷售淨額百分比	9.7%	5.5%	15.8%

概 要

附註：

(1) 下表列出其他調整的細明：

	截至12月31日止年度		
	2008年	2009年	2010年
	千美元	千美元	千美元
重組開支(列入銷售成本)	(8,212)	—	—
已變現對沖收益/(虧損)	2,697	(298)	(94)
資訊科技培訓	(5,385)	(514)	—
其他開支(於我們的合併收益表)*	(578)	(14,097)	(2,385)
其他	(121)	398	6
其他調整	(11,599)	(14,511)	(2,473)

* 請參閱「財務資料 — 經營業績 — 其他開支」。

撇除2010年 Lacoste 及 Timberland 許可安排的影響(請參閱「財務資料 — 經營業績 — 經調整 EBITDA」)，本公司2010年的經調整 EBITDA 為167.2百萬美元。

下表載列2008年、2009年及2010年按地區劃分的經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率的明細。有關按地區2008年、2009年及2010年的年內溢利/(虧損)與經調整 EBITDA 的對賬，請參閱「財務資料 — 經營業績 — 經調整 EBITDA」。

	截至12月31日止年度					
	2008年		2009年		2010年	
	千美元	佔區域 銷售淨額 百分比	千美元	佔區域 銷售淨額 百分比	千美元	佔區域 銷售淨額 百分比
區域：						
亞洲	58,119	20.6	50,095	17.9	80,064	19.8
歐洲	70,897	13.8	40,180	10.4	72,862	17.9
北美	3,083	0.9	4,121	1.5	39,834	13.1
拉丁美洲	13,803	14.4	2,351	3.2	12,107	13.6
公司	(24,076)		(40,525)		(12,926)	
經調整 EBITDA	121,826	9.7	56,222	5.5	191,941	15.8

概 要

合併財務狀況表

	於12月31日		
	2008年	2009年	2010年
	千美元	千美元	千美元
非流動資產			
物業、廠房及設備，淨額.....	56,504	49,290	124,782
商譽.....	153,212	153,212	153,212
其他無形資產，淨額.....	303,580	318,711	628,296
遞延稅項資產.....	28,599	35,897	20,791
其他資產及應收款項.....	14,979	14,476	15,393
非流動資產總額.....	556,874	571,586	942,474
流動資產			
存貨.....	198,206	113,227	222,704
應收賬款及其他應收款項，淨額..	136,067	119,398	146,142
預付開支及其他資產.....	53,385	44,626	67,883
現金及現金等價物.....	86,913	290,533	285,798
流動資產總額.....	474,571	567,784	722,527
資產總額.....	1,031,445	1,139,370	1,665,001
權益／(權益虧損)			
資本及儲備：			
股本.....	—	22,200	22,214
儲備.....	(1,447,818)	369,337	717,994
權益持有人應佔權益／(權益虧損)....	(1,447,818)	391,537	740,208
非控股權益.....	15,694	17,113	22,644
權益／(權益虧損)總額.....	(1,432,124)	408,650	762,852
非流動負債			
借貸.....	1,669	251,841	246,709
僱員福利.....	101,143	99,761	77,124
非衍生金融工具.....	8,382	8,656	18,652
遞延稅項負債.....	110,751	27,491	135,779
其他負債.....	33,701	7,564	7,122
非流動負債總額.....	255,646	395,313	485,386
流動負債			
借貸.....	1,425,319	14,199	12,032
股東貸款.....	487,419	—	—
僱員福利.....	29,946	32,969	38,777
應付賬款及其他應付款項.....	207,446	259,066	330,511
衍生金融工具.....	36,145	—	—
流動稅項負債.....	21,648	29,173	35,443
流動負債總額.....	2,207,923	335,407	416,763
負債總額.....	2,463,569	730,720	902,149
權益／(權益虧損)及負債總額.....	1,031,445	1,139,370	1,665,001
流動資產／(負債)淨額.....	(1,733,352)	232,377	305,764
資產總額減流動負債.....	(1,176,478)	803,963	1,248,238

概 要

概略合併現金流量表

	截至12月31日止年度		
	2008年	2009年	2010年
	千美元	千美元	千美元
經營活動所產生(所用)現金淨額	(76,026)	42,410	34,441
投資活動所產生所用現金淨額	(33,703)	(14,662)	(29,515)
融資活動所產生(所用)現金淨額	(18,139)	149,217	(25,966)
現金及現金等值物			
增加/(減少)淨額	(127,868)	176,965	(21,040)
現金及現金等值物，於1月1日	223,692	86,913	290,533
匯率變動對現金及現金等值物 的影響	(8,911)	26,655	16,305
現金及現金等值物， 於12月31日	86,913	290,533	285,798

截至2011年12月31日止年度的溢利預測

基於「附錄三 — 溢利預測」一節所載的基準和假設，以及撇除不可預見的情況，本集團截至2011年12月31日止年度的若干溢利預測數據載列如下：

截至2011年12月31日止年度本公司

股權持有人應佔預測溢利 ⁽¹⁾	不少於64.2百萬美元
按備考基準計未經審核每股預測盈利 ⁽²⁾	不少於0.05美元

附註：

- (1) 截至2011年12月31日止年度本公司股權持有人應佔預測溢利(「預測溢利」)乃摘錄自附錄三。編製上述預測溢利的基準和假設概述於附錄三。董事已根據按本集團截至2011年3月31日止3個月的管理層賬目編製的未經審核合併業績，以及對本集團截至2011年12月31日止餘下九個月的合併業績預測，編製預測溢利。預測溢利乃按在所有重大方面與載於會計師報告(全文載於附錄一)第C節附註3的本集團現時採納的會計政策一致的基準編製。
- (2) 按備考基準計算的未經審核每股預測盈利是按截至2011年12月31日止年度本公司股權持有人應佔預測溢利除以1,407,137,004股股份計算，猶如該等股份已於2011年1月1日發行。此項計算中所使用的股份數目乃以於2011年重組及全球發售完成後的已發行股份為基準。請參閱附錄二。

為讓投資者比較截至2011年12月31日止年度權益持有人應佔預測溢利(「預測溢利」)及我們就往績記錄期間呈列的經調整淨收入(見「財務資料 — 經營業績 — 經調整淨收入」)，我們於下方載列於2011年合理預計將會發生的數個非現金成本及開支，乃根據國際財務報告準則包括於預測溢利的計算。我們相信載列該等成本及開支幫助投資者更佳評估2011年業務的相關盈利能力：

- 有關維護及隨後償還我們現時債務架構相關的非現金開支32.5百萬美元(或經估計稅項調整後為26.4百萬美元)；
- 有關無形資產(包括顧客關係及租賃權)攤銷的非現金開支8.3百萬美元(或經估計稅項調整後為5.8百萬美元)；及

概 要

- 有關與本公司大部份持有附屬公司相關的認沽期權公允值變動的非現金開支2.9百萬美元。

與於本招股章程第11頁過往合併收益表中釐定我們於往績記錄期間的年度溢利／(虧損)所採納的方法相似，預測溢利已扣減上述項目後得出。該等項目已於釐定往績記錄期間的經調整淨收入時加回。

我們上述的預測溢利經已扣減估計首次公開發售的交易成本23.7百萬美元。

全球發售統計數據

	根據發售價 17.50港元	根據發售價 13.50港元
股份市值(百萬元) ⁽¹⁾	24,625港元	18,996港元
未經審核備考經調整每股有形資產淨值 ⁽²⁾	1.09港元	0.75港元

附註：

- (1) 股份市值乃基於假設緊隨全球發售完成後已發行及發行在外1,407,137,004股股份計算。
- (2) 未經審核備考經調整每股有形資產淨值乃經作出附錄二「未經審核備考財務資料」一節所述的調整後得出，並以緊隨全球發售完成後將發行1,407,137,004股股份為基礎。

未來計劃

有關本集團的未來計劃的詳情，請參閱「業務 — 本公司的策略」一節。

所得款項用途

我們估計我們將於全球發售中所收取的所得款項淨額約1,381,555,328港元(假設發售價為13.50港元，即指示發售價範圍的下限)，上述金額已扣除我們於全球發售中應付的包銷費用、佣金(假設酌情費悉數支付)及估計開支。

我們擬將於全球發售所收取的所得款項淨額作以下用途：

- 我們所得款項淨額約100%將用於償還我們的以下現有債務：
 - 約134,475,482港元(所得款項淨額之10%)用於部分償還融資B(剩餘204,322,607美元，約1,590,308,230港元，將使用本集團之現有現金儲備償還)；

概 要

- 約460,407,726港元(所得款項淨額之33%)用於悉數償還ABL有期融資；
- 約599,808,228港元(所得款項淨額之43%)用於悉數償還A貸款票據；及
- 約186,863,892港元(所得款項淨額之14%)用於悉數償還B貸款票據。

無論最終發售價為多少，本公司打算將1,590,308,230港元用於部分償還融資B。倘發售價為指示發售價範圍的中位數，本公司估計其將於全球發售中所收取的所得款項淨額約1,615,864,462港元，上述金額已扣除本公司於全球發售中應付的包銷費用、佣金(假設酌情費悉數支付)及估計開支，且本公司將會劃撥約234,309,134港元作營運資金及一般公司用途。倘發售價為指示發售價範圍的上限，本公司將劃撥468,618,267港元作營運資金及一般公司用途。因此，無論發售價為多少，本公司將於全球發售完成後有充足資金以償還其現有債務(即融資B、ABL融資、A貸款票據及B貸款票據)倘所得款項並未立即用於所載列目的，則將投資於短期活期存款及／或貨幣市場工具。。

其他詳情請參閱「未來計劃及所得款項用途」。有關融資B及ABL有期融資的詳情，請參閱「財務資料 — 信貸融資」一節。有關A貸款票據及B貸款票據的詳情，請參閱「歷史及重組 — 我們的2011年企業架構」。

股息及分派政策

我們將於任何特定年度根據我們的財務狀況、當前經濟氣候以及有關未來宏觀經濟環境及業務表現的預期評估分派政策及作出的分配(以股息或其他方式)。我們將維持累進股息政策。董事會將酌情作出分派的決定並將以我們的盈利、現金流量、財務狀況、資本及其他儲備要求以及任何董事會認為有關的其他條件為根據。分派付款亦可能受法律限制及我們可能於日後訂立的融資協議所規限。於往績記錄期間，我們並未作出任何分派。

我們就股份作出分派的能力亦受盧森堡公司法的規定所規限，包括適用股東批准。由於我們絕大部分業務乃透過國際營運附屬公司進行，該等附屬公司向我們支付股息及其他付款的能力可能受多種因素規限，包括規限該等附屬公司的多種法例及規例。因此，除非且直至我們就股份支付現金分派，閣下於股份的投資的任何回報或收益將重相關股份的升值(如有)中產生，升值幅度乃由彼等市價增幅反映。

概 要

我們作出分派的能力視乎我們是否擁有根據盧森堡公認會計準則釐定的足夠可分派儲備。盧森堡公認會計準則可能有別於國際會計準則。

根據2011年重組實施協議的條款，本公司股東將議決通過削減股本向特別可分派儲備（「**特別儲備**」）重新分配部分本公司股本。本公司擬動用特別儲備以向股東支付分派。就盧森堡所得稅及預扣稅而言，本公司向其股東支付特別儲備以外的任何分派或任何股本削減將不會被視作預扣稅事件（無論為溢利分派或其他分派），惟相關分派存在合理經濟原因除外。 (i) 以或被視為以本公司溢利或儲備作出；或(ii) 不論特別儲備是否已被耗盡，並無獲合理經濟原因證明為恰當的股本分派或削減，就預扣稅而言會被視為股息，因而須繳納15%的預扣稅，除非適用稅率透過應用雙重課稅條約獲扣減或根據盧森堡所得稅法獲豁免。其他詳情請參閱「*附錄四 — 稅項 — 盧森堡稅項 — 股東的盧森堡稅項*」。