

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2015年6月30日止六個月
中期業績公告**

財務摘要

截至2015年6月30日止六個月，本集團的：

- 銷售淨額增至1,196.5百萬美元的新記錄，按固定貨幣基準⁽¹⁾，較2014年同期增長16.6%。以美元申報的銷售淨額增長8.2%。撇除2014年收購事項的應佔金額，銷售淨額按固定貨幣基準增加120.4百萬美元或11.0%，以美元申報的銷售淨額增加30.6百萬美元或2.8%。
- 按固定貨幣基準，股權持有人應佔溢利較2014年同期增加8.6百萬美元或8.9%。以美元申報的股權持有人應佔溢利減少2.6百萬美元或2.7%至94.4百萬美元。
- 按固定貨幣基準，經調整淨收入⁽²⁾較2014年同期增加7.7百萬美元或7.2%。以美元申報的經調整淨收入減少3.7百萬美元或3.5%至102.1百萬美元。
- 按固定貨幣基準，經調整EBITDA⁽³⁾較2014年同期增長15.6百萬美元或8.4%。以美元申報的經調整EBITDA增長3.3百萬美元或1.8%至190.0百萬美元。
- 經調整EBITDA利潤率⁽⁴⁾由16.9%下降至15.9%，此乃主要由於去年完成的收購事項正處於業務整合期以致初期利潤率較低、貨幣匯兌為採購產品帶來的影響、本集團擴充零售店令成本上升、為American Tourister品牌於歐洲的地域擴展所作的投資，以及於拉丁美洲所作的投資所致。

財務摘要（續）

- 本集團於截至2015年6月30日止六個月產生經營活動所得現金79.9百萬美元。於2015年6月30日，本集團現金及現金等價物為203.0百萬美元，金融負債為117.3百萬美元（撇除遞延融資成本1.6百萬美元），故本集團的淨現金為85.7百萬美元。
- 於2015年2月16日，本公司若干全資附屬公司完成收購Rolling Luggage的業務及近乎所有資產，現金代價為15.75百萬英鎊，其後經(0.25)百萬英鎊的營運資金調整，總收購價為15.50百萬英鎊，如有任何租賃未能成功轉讓則須調整收購價。收購事項讓本集團成功涉足若干世界領先的機場經營零售業務，並進一步擴展本集團的零售店組合。截至2015年1月31日止財政年度，Rolling Luggage錄得銷售淨額26.7百萬英鎊。
- 於2015年6月，本集團以現金15.6百萬美元收購其俄羅斯附屬公司的40%非控股權益，並於2015年7月償付最終營運資金調整0.2百萬美元，將其擁有權由60%增至100%。
- 於2015年3月16日，本公司董事會建議向本公司股東作出88.0百萬美元或每股約0.0624美元的現金分派，較2014年派付的80.0百萬美元分派增長10%。股東於2015年6月4日舉行的本公司股東週年大會上批准該項分派，而分派已於2015年7月13日支付。

財務摘要（續）

截至 6 月 30 日止六個月

(以百萬美元呈列，每股數據除外)	2015 年	2014 年	增加（減少） 百分比	撇除匯兌 影響的 增加（減少） 百分比 ⁽¹⁾
銷售淨額	1,196.5	1,105.3	8.2%	16.6%
股權持有人應佔溢利	94.4	97.0	(2.7)%	8.9%
經調整淨收入 ⁽²⁾	102.1	105.7	(3.5)%	7.2%
經調整 EBITDA ⁽³⁾	190.0	186.7	1.8%	8.4%
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁴⁾	15.9%	16.9%	—	—
每股基本及攤薄盈利 (以每股美元呈列)	0.067	0.069	(2.9)%	8.6%
經調整每股基本及攤薄盈利 ⁽⁵⁾ (以每股美元呈列)	0.072	0.075	(4.0)%	7.3%

附註

- (1) 按固定貨幣基準所列的業績乃於本期間就當地貨幣業績採用去年同期的匯率計算所得。
- (2) 經調整淨收入為非IFRS財務計量工具，其撇除影響期內本集團以美元申報的溢利的若干非經常性成本及費用以及若干其他非現金費用的影響。有關本集團期內溢利與經調整淨收入的對賬，請參閱「管理層討論與分析—經調整淨收入」。
- (3) 經調整EBITDA為非IFRS財務計量工具，其撇除若干非經常性成本及費用以及若干其他非現金費用的影響，本集團相信其有利於更全面了解其經營業績及其業務的相關趨勢。有關本集團期內溢利與經調整EBITDA的對賬，請參閱「管理層討論與分析—經調整EBITDA」。
- (4) 經調整EBITDA利潤率為非IFRS財務計量工具，以經調整EBITDA除以銷售淨額計算所得。
- (5) 經調整每股盈利為非IFRS財務計量工具，以經調整淨收入除以期內發行在外的加權平均股數計算所得。

新秀麗國際有限公司（「本公司」，連同其綜合附屬公司稱為「本集團」）董事會欣然宣佈本集團截至 2015 年 6 月 30 日止六個月之綜合中期業績連同截至 2014 年 6 月 30 日止六個月之比較數字。以下中期財務資料（包括比較數字）已根據國際會計準則理事會（「IASB」）頒佈的國際財務報告準則（「IFRS」）編製。

主席報告

本集團行政總裁Ramesh Tainwala在本報告後詳盡的行政總裁報告內詳述我們上半年的卓越業績。按固定貨幣基準，我們的營業額增長16.6%，而經調整EBITDA則上升8.4%。然而，以美元申報的銷售額增長8.2%至1,196.5百萬美元，而經調整EBITDA則上升1.8%至190.0百萬美元，此等表面數字均並未真實反映本集團的基本業績表現。事實上，美元兌多種貨幣（特別是歐元）的匯率於過去十二個月大幅飆升。儘管本集團可透過上調市場價格抵銷以美元計值的輸入成本上升所帶來的大部分影響，惟無法避免美元升值帶來的匯兌影響。雖然美元極可能會進一步升值，但此應不會拖累我們往後以本地貨幣申報的銷售額及溢利。美元兌歐元的匯率目前略高於長期平均值，未來的走勢至少將會回穩甚至逆轉。

我們2015年上半年的表現有不少令人欣喜之處。在取得出眾業績的同時，我們亦為未來增長打好穩固基礎。首先，值得注意的是我們的旗艦品牌新秀麗於全球大部分市場仍穩守第一，按固定貨幣基準增長7.5%。其次，我們在歐洲成功推出American Tourister：能在新秀麗以下的龐大中檔市場建立第二品牌，對本集團而言長遠價值重大，而把American Tourister於亞洲取得成功的模式複製至較成熟的市場以及拉丁美洲市場，將成為我們未來盈利增長的主要推動力。第三，我們最近所收購的品牌均為本集團作出不同形式的重大貢獻：High Sierra及Gregory將有助我們進軍與行李箱市場差不多同樣龐大的休閒包市場；Speck的增長潛力超出我們預期，而我們尚未讓品牌衝出美國；Lipault的規模可能較小，但其對女性的獨特吸引力可與本集團旗下形象較為男性化的其他品牌相輔相成；儘管重振Hartmann品牌需要在產品、營銷及開發分銷渠道方面多加努力，但我們取得振奮人心的進展。經過各項努力的成果，本集團品牌組合更多元化，產品類別的覆蓋亦更廣。我們現時暫緩收購其他品牌，但透過補強收購的方式擴大規模及提升盈利能力的長遠機遇已顯而易見，我們將來有可能再次探討收購行動。

收購品牌並非達致非內部增長的唯一途徑。我們相信，基於種種原因（其中最重要的是我們可直接管理品牌形象及產品系列組合，以及改善盈利能力），增加直接面向消費者的業務份額對本集團而言十分重要。然而，就此我們需付出租金、員工及設備等費用增加的代價，故我們將審慎地在零售與批發之間取得平衡。儘管如此，我們可通過收購現成的零售業務，發揮本集團旗下品牌優勢，並加強我們的分銷渠道。Rolling Luggage是我們最成功的收購事項之一：是次收購將大規模擴闊我們在機場等與本集團息息相關的地點的版圖，並為未來擴展建立鞏固基礎。

誠如隨後的報告所述，本集團繼續投資於廣告宣傳活動，按美元申報基準增長2.0%，但鑑於不利的匯兌環境，我們放慢上半年的投資計劃。然而，按固定貨幣基準，我們的投資增加12.5%，佔銷售淨額的百分比幾乎並無變動。我們計劃與銷售增長同步加大投資力度，而我們有能力這樣支援旗下品牌業務正是我們的主要競爭優勢。箱包市場分部中各品牌長遠增長的機遇十分龐大：本人不時在機場觀察行李輸送帶上的行李箱，由此帶來莫大啟發。大部分的行李箱屬不知名品牌，如果能促使旅客轉用質量可靠、口碑載道的知名品牌的話，當中商機宏大。這並不局限於針對中高檔市場的品牌而言。就此，我們最近在亞洲推出Kamiliant品牌，意味著我們開拓廉價市場的全新方向，而廉價市場的盈利能力大有可能與其他市場分部不相伯仲，分別只在於利潤率、物流及銷量架構有所不同。

我們經常提及，我們業務的其中一項主要優勢是多元化的品牌、市場分部及地域分佈。因此，於2015年上半年，即使我們部份地區的市場受壓，但其他地區的良好表現足以抵銷這些壓力。舉例而言，美國入境旅客的消費因美元強勢而下跌；另一方面，我們在電子商貿及最近收購的品牌中錄得強勁增長。於亞洲，中國及日本業務的出色表現足以抵銷因中國內地旅客消費

減少而疲弱的香港市場，以及因爆發中東呼吸綜合症(MERS)而受到沉重壓力的南韓。值得一提的是，我們的中國團隊已完全適應迅速轉變的消費渠道及偏好。於拉丁美洲，儘管巴西的情況頗為嚴峻，但我們在墨西哥、智利、哥倫比亞及秘魯均取得良好的進展，讓整個地區向前邁進。雖然可能較原先計劃需要更長時間，但我們仍充滿信心，可於這個主要市場建立長遠重要地位。

以上為實踐本集團經營理念的最佳例子。我們審慎計劃公司預算，並運用預算編制程序，切實地考慮每一項上升的成本及每一個資本投資計劃。高級管理團隊亦致力維持各品牌一致的質量水平以及全球形象。然而，我們明白每年均會出現意料之外的挑戰，我們須依賴當地管理層的判斷作出正確的決定。我們認為管理是一項通過反覆嘗試累積經驗的過程，成功有賴我們推行有效以及終止任何無效措施的能力。這需要冒險精神及對推行新措施的鼓勵，不過並非所有新措施均會成功。我們整個團隊上下一心，務求達到最佳表現，同時我們亦適當下放決策權，是我們管理業務方針的兩大要點。我們有信心，隨著我們的業務在產品、品牌、定價及市場銷售渠道方面更多元化，我們將會取得其他對手難以仿效的更大優勢。

本集團有幸由Ramesh Tainwala掌舵，上述所有優勢全賴其獨特的領導風格。他每週走遍世界各地前線店舖實地領導。Ramesh亦擁有本能的市場觸覺，對作出正確的長短期決策往往起關鍵性的作用。他源源不絕的精力及智慧對本集團才華洋溢及經驗豐富的高級管理團隊而言實屬寶貴的資產。上半年的經營環境未必十分理想，但本人與董事會均充滿信心，本公司正為未來增長建立更穩健、更遼闊的平台。

主席

Timothy Charles Parker

2015年8月26日

行政總裁報告

新秀麗於截至 2015 年 6 月 30 日止六個月，錄得創紀錄的銷售淨額 1,196.5 百萬美元。按固定貨幣基準，本集團的銷售淨額增加 183.3 百萬美元，按年增長 16.6%，並在所有經營地區均達致穩健的銷售淨額增長。然而，較預期不利的匯兌環境導致貨幣匯兌出現 92.2 百萬美元的負面影響。儘管如此，以美元申報的銷售淨額按年增長 8.2%。儘管我們絕大部分主要市場面對充滿挑戰的經濟及營商環境，我們相信此令人非常鼓舞的業績突顯了我們多品牌、多類別及多渠道業務模式的抗逆能力。

按固定貨幣基準，新秀麗於 2015 年上半年的股權持有人應佔溢利較去年同期增加 8.6 百萬美元或 8.9%。由於出現不利的匯兌影響，故本集團期內以美元申報的股權持有人應佔溢利減少 2.6 百萬美元或 2.7% 至 94.4 百萬美元。

經調整 EBITDA 作為我們業務表現的主要計量工具，按固定貨幣基準上升 8.4%，惟被貨幣匯兌 12.3 百萬美元的負面影響大幅抵銷，導致 2015 年上半年的經調整 EBITDA 淨增加 3.3 百萬美元至 190.0 百萬美元，較去年同期上升 1.8%。

按固定貨幣基準，經調整淨收入（撇除若干非經營及一次性成本）較 2014 年上半年增長 7.2%。進一步撇除外匯匯兌收益／虧損及非現金購股權開支，經調整淨收入按年增長 8.1%。以美元申報的經調整淨收入減少 3.5% 至 102.1 百萬美元。

於 2015 年上半年，本集團繼續產生強勁的經營現金流量 79.9 百萬美元，較去年同期錄得的 53.1 百萬美元增長 50.3%。期內，我們的資本開支為 25.2 百萬美元，以 15.5 百萬英鎊（約 23.9 百萬美元）完成收購 Rolling Luggage，並以 15.6 百萬美元購入我們的俄羅斯附屬公司 40% 非控股權益，令本集團於 2015 年 6 月 30 日錄得淨現金 85.7 百萬美元，較 2014 年 12 月 31 日增加 12.9 百萬美元。

於 2015 年 3 月 16 日，本公司董事會建議向本公司股東作出 88.0 百萬美元或每股約 0.0624 美元的現金分派，較 2014 年派付的 80.0 百萬美元分派增長 10%。股東於 2015 年 6 月 4 日舉行的本公司股東週年大會上批准該項分派，而分派已於 2015 年 7 月 13 日支付。

撇除匯兌影響，我們的最大地區亞洲於 2015 年上半年錄得強勁銷售淨額內部增長 14.7%。計入分別於 2014 年 7 月及 2014 年 4 月收購的 *Gregory* 及 *Lipault* 品牌應佔銷售淨額，銷售淨額按固定貨幣基準增長 17.2%。我們於中國的團隊憑藉 2014 年下半年的強勁復甦，於上半年達致 29.8% 的固定貨幣銷售淨額增長。儘管中東呼吸綜合症（「MERS」）爆發帶來負面影響，南韓仍繼續增長，按固定貨幣基準錄得 4.8% 增長。按固定貨幣基準，印度的銷售淨額按年增長 13.0%。受惠於 *Gregory* 收購事項，日本錄得強勁固定貨幣增長 44.6%。撇除 *Gregory* 應佔銷售淨額，日本的銷售淨額按固定貨幣基準增長 25.4%。其他業績理想的地區包括澳洲及香港（包括澳門），前者的固定貨幣銷售淨額增長 33.5%，而後者則有賴 *Gregory* 收購事項抵銷入境旅客人數下跌的影響，令固定貨幣銷售淨額錄得 8.1% 增長。然而，不利的匯兌環境導致亞洲以美元申報的銷售淨額增長 11.9% 至 471.4 百萬美元。

北美洲的表現主要由我們分別於 2014 年 5 月及 2014 年 7 月收購的 *Speck* 及 *Gregory* 品牌所帶動。撇除匯兌影響，該地區的銷售淨額增長 17.3%，而按以美元申報基準則增長 16.5% 至 2015 年上半年的 402.7 百萬美元。內部增長為 3.7%，由於美元強勢令到訪主要旅遊市場的外國旅客人數下跌，加上 2015 年初天氣惡劣，以致零售業務的固定貨幣同店銷售額下跌 5.4%，對內部增長造成負面影響，惟被直接面向消費者的電子商貿銷售額的 13.7% 增長及批發渠道銷售額的 4.6% 增長所抵銷。加拿大亦錄得固定貨幣銷售額增長 34.4%。

儘管歐洲的經濟環境充滿挑戰，惟撇除 *Lipault* 及 *Gregory* 收購事項的影響，本集團分別錄得固定貨幣銷售淨額增長 17.4% 及 15.5%。此雙位數字內部增長主要受整個地區推出 *American Tourister* 所帶動。我們區內最大市場德國的銷售淨額按固定貨幣基準增長 17.3%。英國亦表現不俗，受惠於收購 *Rolling Luggage* 新增 12 間店舖，固定貨幣銷售額增長 52.7%。意大利及西班牙分別錄得固定貨幣銷售淨額增長 6.5% 及 13.0%。計入我們於 2014 年 4 月收購的 *Lipault* 品牌的貢獻，法國錄得固定貨幣增長 13.6%。儘管本集團的俄羅斯業務受到俄羅斯經濟衰退及俄羅斯盧布貶值的負面影響，惟其固定貨幣銷售仍增長 2.4%。土耳其及南非的固定貨幣銷售淨額分別增長 44.6% 及 27.2%，此乃由於我們持續滲透此等新興市場所致。然而，由於歐洲地區的貨幣普遍疲弱，故歐洲以美元申報的銷售淨額於 2015 年上半年減少 4.4% 至 255.0 百萬美元。

拉丁美洲在商品價格疲弱及貨幣波動的負面經濟影響下，於上半年仍錄得令人滿意的表現。我們的主要市場智利及墨西哥分別錄得穩健的固定貨幣增長 10.9% 及 19.7%。新市場哥倫比亞及秘魯分別錄得固定貨幣銷售額增長 56.0% 及 26.8%，惟此等表現大部分被巴西因當地經濟顯著放緩而引致固定貨幣銷售淨額下跌 41.1% 所抵銷。撇除巴西應佔銷售淨額，拉丁美洲的銷售淨額按固定貨幣基準增長 14.8%。撇除匯兌影響，該地區的銷售淨額整體增長 7.3%。此等正面增長收益被不利的匯兌環境所抵銷，區內以美元申報的銷售淨額於 2015 年上半年減少 6.1% 至 62.9 百萬美元。

我們繼續執行部署多品牌以針對不同價位及產品類別以及調整我們的品牌及產品以迎合當地市場情況的策略，讓我們的所有品牌和產品類別均取得穩健增長。從品牌角度而言，撇除匯兌影響，核心新秀麗品牌的銷售淨額於 2015 年上半年按年增長 7.5%，有關表現受亞洲的固定貨幣增長 15.1%（包括新秀麗品牌的銷售淨額增長 11.7%及 *Samsonite Red* 子品牌的銷售淨額增長 39.6%）所帶動。撇除匯兌影響，*American Tourister* 品牌的銷售淨額較 2014 年上半年增長 18.4%，有關表現受歐洲因成功推出該品牌令該區的銷售淨額增長 127.0%，以及該品牌於亞洲穩定增長 9.6%所帶動。*Hartmann* 及 *High Sierra* 品牌繼續拓展亞洲及歐洲業務，上半年分別錄得 9.7%及 5.3%的固定貨幣銷售淨額增長。我們於 2014 年所收購的三個品牌 *Lipault*、*Speck* 及 *Gregory* 分別為本集團的上半年業績貢獻銷售淨額 4.4 百萬美元、50.2 百萬美元及 18.0 百萬美元。我們的核心新秀麗品牌為本集團貢獻的銷售淨額由去年同期佔銷售淨額總額的 67.3%減少至 2015 年上半年的 61.5%，反映我們多元化品牌組合的策略。

撇除匯兌影響，我們核心旅遊類別的上半年銷售淨額大幅增長 9.5%。我們將產品及營銷活動本地化的策略持續有助新秀麗及 *American Tourister* 品牌於全球旅遊行李箱市場爭取更大份額。*Samsonite Red* 子品牌於亞洲持續取得的成功、*High Sierra* 的擴展及 *Gregory* 的貢獻令休閒類別的銷售淨額增長 21.7%。撇除匯兌影響，我們的商務及配件類別於 2015 年上半年分別錄得強勁自然增長 23.1%及 21.9%。連同 *Speck* 計算在內，我們的商務及配件類別分別錄得固定貨幣銷售淨額增長 44.4%及 52.7%。因此，旅遊類別佔我們業務的份額由去年的 72.2%下降至 2015 年上半年的 67.6%。

我們相信，加強我們的品牌與終端消費者的接觸將有助我們保持長期競爭優勢。我們旨在透過內部增長及收購行動拓展我們線上及線下直接面向消費者的業務以達致此目標。我們於 2015 年 2 月 16 日收購 *Rolling Luggage*，總收購價為 15.5 百萬英鎊（約 23.9 百萬美元）。此收購事項讓新秀麗成功涉足若干歐洲及亞太區的主要機場經營零售業務，為本集團提供大好的多品牌平台以展示我們的品牌及產品系列。計入因收購 *Rolling Luggage* 而新增的 33 間店舖，自 2014 年 6 月 30 日以來，我們淨增設合共 130 間新自營店。我們亦於直接面向消費者的電子商貿業務錄得良好業績，固定貨幣銷售淨額增長為 29.0%，分別受北美洲（增長 29.9%）、亞洲（增長 28.4%）及歐洲（增長 28.3%）所帶動。然而，本集團同店零售銷售額按年減少 0.5%，部分由於亞洲的固定貨幣同店銷售額因到訪香港的中國內地旅客減少及南韓爆發 MERS 而下跌 5.8%。美元強勢影響主要旅遊市場導致北美洲下跌 5.4%，亦令同店零售銷售額減少，部分被歐洲及拉丁美洲的固定貨幣同店銷售額分別增長 8.2%及 2.5%所抵銷。整體而言，零售渠道的零售銷售淨額按固定貨幣基準增長 20.9%。撇除匯兌影響，批發渠道的銷售淨額增長 15.6%。

我們於營銷作出的持續投資仍為我們策略的核心，為我們的品牌製造長遠競爭優勢。於上半年，為支援推出 *American Tourister* 品牌及為夏天銷售旺季造勢，我們於歐洲的廣告宣傳費用佔銷售淨額百分比增加約 120 個基點，惟被於亞洲的廣告宣傳費用佔銷售淨額百分比減少約 150 個基點，以稍為舒緩美元強勢對溢利構成的負面影響所抵銷。整體而言，本集團於 2015 年上半年在營銷方面的開支為 70.8 百萬美元，較去年同期增加 2.0%。2015 年的上半年廣告宣傳費用佔銷售淨額總額百分比較去年的 6.3% 輕微減少至 5.9%。按固定貨幣基準，廣告宣傳費用按年增加 12.5%，佔銷售淨額 6.1%，僅較 2014 年上半年減少約 20 個基點。

展望本年度餘下時間，我們預期美元強勢帶來的貨幣匯兌負面影響將持續影響我們所有地域的業績。我們亦預期全球市場環境仍然充滿挑戰。作為一家全球企業，新秀麗於不同地區及不同國家面對不同挑戰及機遇。然而，我相信我們各個區域及國家經驗豐富和積極進取的管理團隊將一如以往繼續成功物色並創造性地開發擴充市場份額的機會。

隨著世界旅遊組織預測 2015 年的國際旅客人次增長介乎 3% 至 4%，加上旅遊產品仍然佔我們的銷售額約三分之二，我們將致力於進一步擴充此產品類別的市場份額。我們對 *American Tourister* 品牌的表現相當滿意，其於 2015 年上半年錄得固定貨幣銷售淨額增長 18.4%，包括歐洲增長 127.0%。我們將繼續投資於該品牌，推動其全球擴展。

價格更大眾化的產品方面，我們看到行李箱市場中入門價位市場分部潛力龐大，而且仍有待開發。我們已於亞洲推出內部開發的品牌 *Kamiliant*，以測試市場反應。該品牌初步前景樂觀，我們將繼續於區內擴展 *Kamiliant* 的分銷渠道，特別是該品牌獲得正面反應的電子商貿渠道。

我們亦看到非旅遊產品類別尤其是龐大但極其分散的背包及休閒包市場潛力優厚，而目前我們的市場份額極低。我們相信於不同產品類別及價位部署多個品牌的策略將為我們長遠持續發展打好基礎。我們利用新秀麗針對商務市場，*Samsonite Red* 與 *American Tourister* 針對休閒市場，而 *Gregory* 與 *High Sierra* 則針對戶外市場。

女士手袋市場的長遠增長潛力亦不容忽視。*Lipault* 品牌於法國本土市場的表現力證其於此類別擁有強勁的競爭力。該品牌上半年於南韓及澳洲等個別亞洲市場試業的反應十分良好。我們將於下半年在歐洲及亞洲繼續開設更多 *Lipault* 銷售點。另外，*Hartmann* 在奢侈市場亦具備良好長遠增長潛力。我們將增加營銷方面的投資，並將其分銷渠道擴展至各大高級百貨公司、機場及名牌折扣購物中心，繼續提升該品牌的知名度。然而，鑑於我們目前在女士及奢侈產品類別的知名度甚低，我們需耐心見證 *Lipault* 及 *Hartmann* 逐步發展。

電子商貿分銷渠道的表現最為暢旺，撇除匯兌影響，於 2015 年上半年按年增長 36.1%。本集團直接面向消費者的電子商貿業務（計入零售渠道內）以及向網上零售商銷售的銷售淨額（計入批發渠道內）均錄得強勁的雙位數字增長。因此，電子商貿為本集團銷售淨額貢獻的份額由去年同期的 6.1% 升至 2015 年上半年的 7.2%。我們將繼續投資並推動此渠道的增長。

儘管我們面前有許多達致內部增長的機遇，惟我們的市場性質為高度分散，意味著我們不斷遇見可帶來裨益的收購機會，以在知名度較低的產品類別或未完全滲透的分銷渠道中協助我們加強業務。我們暫緩收購其他品牌，專注於將 *Speck*、*Gregory* 及 *Lipault* 合併至本集團業務，同時將繼續審視符合策略且具吸引力的機會，讓我們可發揮新秀麗優秀的管理團隊及財政能力。

在本集團專注物色及發展新機遇以取得銷售淨額增長的同時，我們亦重視有效管理業務後端以提升溢利。實際上，不斷改善營運效益是新秀麗一直以來擁有的優勢。於 2015 年 6 月 30 日，上半年的營運資金效率佔銷售淨額的 13.7%，而於 2014 年 6 月 30 日則佔 16.0%。我們將繼續專注改善本集團供應鏈及全球分銷網絡的效益及效率，包括與銷售商合作節省產品成本，以及將 *Speck*、*Gregory* 及 *Lipault* 進一步合併至本集團現有業務，以達致採購、系統及後勤支援工作的預期協同效益。

主席 Tim Parker 對本集團的領導實屬不可或缺，本人藉此機會向他致敬。本人亦謹此感謝高級管理團隊成員 Kyle Gendreau、Tom Korbas、Fabio Rugarli、Leo Suh、馬瑞國、Roberto Guzmán 及 John Livingston。全賴我們於世界各地的員工、供應商及商業夥伴，本集團方可於 2015 年上半年取得正面業績。本人期待與彼等以至世界各地的團隊緊密合作，充分發揮我們業務的潛力。

行政總裁

Ramesh Dungarmal Tainwala

2015 年 8 月 26 日

綜合收益表（未經審核）

(以千美元呈列，每股數據除外)	附註	截至6月30日止六個月	
		2015年	2014年
銷售淨額	4	1,196,466	1,105,321
銷售成本		(574,555)	(516,661)
毛利		621,911	588,660
分銷開支		(320,541)	(288,378)
營銷開支		(70,774)	(69,361)
一般及行政開支		(76,691)	(73,404)
其他開支		(6,942)	(5,204)
經營溢利	4	146,963	152,313
財務收入	19	271	201
財務費用	19	(6,051)	(3,636)
淨財務費用		(5,780)	(3,435)
除所得稅前溢利		141,183	148,878
所得稅開支	18	(36,569)	(39,310)
期內溢利		104,614	109,568
股權持有人應佔溢利		94,390	96,976
非控股權益應佔溢利		10,224	12,592
期內溢利		104,614	109,568
每股盈利			
每股基本盈利 (以每股美元呈列)	5	0.067	0.069
每股攤薄盈利 (以每股美元呈列)	5	0.067	0.069

隨附附註構成綜合財務報表一部分。

綜合全面收益表（未經審核）

(以千美元呈列)	附註	截至 6 月 30 日止六個月	
		2015 年	2014 年
期內溢利		104,614	109,568
其他全面收益（虧損）：			
其後會或可能重新分類至損益之項目：			
現金流量對沖之公平值變動，扣除稅項	18	1,993	782
境外業務外幣匯兌虧損		(17,026)	(6,056)
其他全面虧損		(15,033)	(5,274)
全面收益總額		89,581	104,294
股權持有人應佔全面收益總額		80,596	94,983
非控股權益應佔全面收益總額		8,985	9,311
期內全面收益總額		89,581	104,294

隨附附註構成綜合財務報表一部分。

綜合財務狀況表

(以千美元呈列)	附註	(未經審核)	
		2015年 6月30日	2014年 12月31日
非流動資產			
物業、廠房及設備，淨額	8	172,363	178,325
商譽	7	291,623	270,079
其他無形資產，淨額	9	764,549	766,687
遞延稅項資產		58,487	57,752
其他資產及應收款項		25,283	23,195
非流動資產總額		1,312,305	1,296,038
流動資產			
存貨	10	345,047	332,274
應收賬款及其他應收款項，淨額	11	316,266	290,841
預付開支及其他資產		82,423	71,718
現金及現金等價物	12	203,035	140,423
流動資產總額		946,771	835,256
資產總額		2,259,076	2,131,294
權益及負債			
權益：			
股本	13	14,097	14,080
儲備		1,252,601	1,255,608
股權持有人應佔權益總額		1,266,698	1,269,688
非控股權益		37,685	37,752
權益總額		1,304,383	1,307,440

(以千美元呈列)	附註	(未經審核)	
		2015年 6月30日	2014年 12月31日
非流動負債			
貸款及借款	14(a)	59	18
僱員福利		50,253	49,657
非控股權益認沽期權	21(b)	54,415	58,288
遞延稅項負債		107,750	107,625
其他負債		4,295	4,704
非流動負債總額		<u>216,772</u>	<u>220,292</u>
流動負債			
貸款及借款	14(b)	115,625	65,131
僱員福利		70,601	62,022
應付賬款及其他應付款項	16	497,142	415,445
即期稅項負債		54,553	60,964
流動負債總額		<u>737,921</u>	<u>603,562</u>
負債總額		<u>954,693</u>	<u>823,854</u>
權益及負債總額		<u>2,259,076</u>	<u>2,131,294</u>
流動資產淨額		<u>208,850</u>	<u>231,694</u>
資產總額減流動負債		<u>1,521,155</u>	<u>1,527,732</u>

隨附附註構成綜合財務報表一部分。

綜合現金流量表（未經審核）

(以千美元呈列)	附註	截至 6 月 30 日止六個月	
		2015 年	2014 年
經營活動之現金流量：			
期內溢利		104,614	109,568
作出調整以將溢利與經營活動所得現金淨額對賬：			
銷售及出售資產虧損（收益），淨額		55	(73)
折舊	8	23,229	19,353
無形資產攤銷	9	5,120	4,208
呆賬撥備		84	436
認沽期權公平值變動	21(b)	2,057	2,491
所得稅開支	18	36,569	39,310
以股份支付之非現金薪酬開支	15	7,831	5,621
		179,559	180,914
經營資產及負債變動 （撇除業務合併中之已分配收購價）：			
應收賬款及其他應收款項		(32,614)	(54,422)
存貨		(20,665)	(25,675)
其他流動資產		(8,747)	(227)
應付賬款及其他應付款項		12,598	(7,939)
其他資產及負債，淨額		(7,036)	(4,945)
經營活動所得現金		123,095	87,706
已付利息		(936)	(776)
已付所得稅		(42,277)	(33,793)
經營活動所得現金淨額		79,882	53,137

(以千美元呈列)	附註	截至 6 月 30 日止六個月	
		2015 年	2014 年
投資活動之現金流量：			
購買物業、廠房及設備	8	(25,174)	(31,119)
收購業務（扣除收購的現金）	7	(23,862)	(112,450)
其他（所用款項）所得款項		(2,777)	397
投資活動所用現金淨額		(51,813)	(143,172)
融資活動之現金流量：			
即期貸款及借款之借款		50,517	80,458
收購非控股權益	13(b)	(15,560)	—
行使購股權所得款項		5,896	2,455
已付非控股權益股息		(6,967)	(6,620)
融資活動所得現金淨額		33,886	76,293
現金及現金等價物的增加（減少）淨額		61,955	(13,742)
現金及現金等價物，於 1 月 1 日		140,423	225,347
匯率變動對現金及現金等價物的影響		657	(6,736)
現金及現金等價物，於 6 月 30 日	12	203,035	204,869

隨附附註構成綜合財務報表一部分。

綜合中期財務報表附註

(1) 背景

新秀麗國際有限公司（「本公司」，連同其綜合附屬公司稱為「本集團」）主要以新秀麗[®]、American Tourister[®]、Hartmann[®]、High Sierra[®]、Gregory[®]、Speck[®]及Lipault[®]品牌以及其他自有及獲授權的品牌，於全球主要從事設計、製造、採購及分銷行李箱、商務包及電腦包、戶外包及休閒包旅遊配件，以及個人電子設備纖薄保護殼。本集團通過各種批發分銷渠道、其公司經營的零售店及透過電子商貿銷售其產品。本集團的主要批發分銷客戶為百貨公司及專賣店、大型零售商、商品陳列室及倉儲式大商場。本集團於亞洲、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（「聯交所」）主板上市。本公司於2011年3月8日於盧森堡註冊成立為一間公眾有限公司，其註冊辦事處位於13-15 Avenue de la Liberté, L-1931, Luxembourg。

本綜合中期財務資料於2015年8月25日經本公司董事會（「董事會」）授權刊發，但未經審核。

(2) 編製基準

(a) 遵例聲明

綜合中期財務報表乃根據國際會計準則第34號中期財務報告及香港聯合交易所有限公司證券上市規則的適用披露條文編製。綜合中期財務報表應與本集團截至2014年12月31日止年度的經審核綜合財務報表一併閱讀，該等報表乃根據國際財務報告準則（「IFRS」）編製。該總稱包括由國際會計準則理事會（「IASB」）頒佈的所有國際會計準則（「IAS」）及相關詮釋。

本集團於截至2015年6月30日止六個月的業務或影響以公平值或攤銷成本確認的金融資產及金融負債公平值的經濟環境並無變化。用於計量金融工具公平值的公平值等級架構級別之間並無轉變，且截至2015年6月30日止六個月的金融資產分類亦無變化。

由於截至2015年6月30日止六個月並無減值跡象，故並無對現金產生單位（「CGU」）及無形資產進行減值測試。

所得稅開支乃根據管理層就整個財政年度的加權平均年度所得稅率作出的最佳評估並應用於中期期間稅前收入而確認。

本集團尚未對其於2015年6月30日的定額福利承擔計劃進行獨立精算估值。

(b) 計量基準

本綜合中期財務資料已按歷史成本基準編製，惟下列綜合財務狀況表的重大項目則除外：

- 以公平值計量的衍生金融工具。
- 定額福利負債確認為計劃資產總淨額，加未確認的過往服務成本及未確認的精算虧損，減未確認的精算收益及定額福利承擔的現值。

(c) 功能及呈列貨幣

本財務資料乃以本集團經營所在的主要經濟環境貨幣（「功能貨幣」）計量。本集團內的主要附屬公司的功能貨幣為此等附屬公司的主要經濟環境及主要業務流程的貨幣，包括（但不限於）美元、歐元、人民幣及印度盧比。

除另有所述者外，本綜合中期財務資料乃以本公司的功能及呈列貨幣美元呈列。

(d) 採用判斷、估計及假設

編製符合IFRS的財務報表需要使用若干關鍵會計估計，亦須管理層在應用本集團會計政策時行使其判斷及作出影響於本綜合中期財務資料日期的資產及負債呈報金額、或然資產及負債披露以及於報告期間收益及開支呈報金額的估計及假設。估計及相關假設乃根據過往經驗及相信在當時情況下屬合理的各個其他因素而作出，其結果構成就難以自其他途徑取得的資產及負債的賬面值作出判斷的基準。在不同的假設及條件下，實際結果可能會與此等估計不同。

此等估計及相關假設將會持續作出檢討。就會計估計作出的修訂將在此等估計的修訂期間（若修訂僅影響該期間）或修訂期間及未來期間（若修訂影響現時及未來期間）予以確認。於過往期間呈報的估計於本報告期間並無出現重大變動。

(3) 主要會計政策概要

(a) 主要會計政策

本集團在編製本綜合中期財務資料時所應用的會計政策及判斷與本集團在於2014年12月31日及截至該日止年度的綜合年度財務報表所應用者貫徹一致。

(b) 會計政策的變動

IASB已頒佈若干新訂、經修訂及經修改IFRS。就編製截至2015年6月30日止六個月的綜合中期財務資料而言，概無新訂或經修訂準則IFRS生效。

(c) 尚未採納的新訂準則及詮釋

截至2015年6月30日止六個月，若干新訂準則、準則修訂及詮釋尚未生效，且編製此等綜合中期財務報表時並未應用。

於2014年7月，IASB頒佈IFRS第9號*金融工具*（「IFRS第9號」），藉此頒佈其全面應對金融危機的辦法的最後一個單元。IFRS第9號提出的改善方法包括邏輯性分類及計量模式、單一前瞻性預期虧損減值模式以及對沖會計處理的重大改革方法。IFRS第9號將於2018年1月1日生效，並可提早應用。本集團尚未釐定對其綜合財務報表的影響程度。

於2014年5月，IASB頒佈IFRS第15號*與客戶訂立合約的收益*（「IFRS第15號」）。IFRS第15號就與客戶訂立的所有合約所確認的收益制訂規定。IFRS第15號於2018年1月1日生效，並可提早應用。本集團尚未釐定對其綜合財務報表的影響程度。

(4) 分部報告

截至2015年6月30日止六個月的可報告分部與於2014年12月31日及截至該日止年度的年度綜合財務報表內的可報告分部一致。

本集團的分部報告資料乃根據地理位置，表示如何管理本集團的業務及評估其經營業績。本集團的業務主要按如下管理：(i)「亞洲」；(ii)「北美洲」；(iii)「歐洲」；(iv)「拉丁美洲」，及(v)「企業」。

與各可報告分部業績有關的資料載於下表。表現乃根據包含於由主要經營決策者審閱的內部管理報告的分部營運溢利或虧損計量。由於管理層相信該等資料與本集團分部業績評估最相關，故分部營運溢利或虧損被用於計量表現。

於2015年6月30日及2014年6月30日及截至該等日期止六個月的分部資料如下：

截至 2015 年 6 月 30 日止六個月						
(以千美元呈列)	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	合計
外部收益	471,426	402,710	255,006	62,895	4,429	1,196,466
營運溢利	60,882	27,321	14,648	993	43,119	146,963
撇除集團內部費用的營運溢利 (虧損)	93,059	53,730	22,696	2,856	(25,378)	146,963
折舊及攤銷	10,180	6,228	8,616	2,126	1,199	28,349
資本開支	7,799	5,910	8,357	2,975	133	25,174
利息收入	215	1	43	12	—	271
利息開支	85	53	118	201	1,366	1,823
所得稅開支(抵免)	16,134	10,893	4,675	(110)	4,977	36,569
資產總額	612,113	739,122	480,100	92,497	335,244	2,259,076
負債總額	244,665	477,691	262,524	61,307	(91,494)	954,693

截至 2014 年 6 月 30 日止六個月						
(以千美元呈列)	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	合計
外部收益	421,381	345,772	266,811	66,966	4,391	1,105,321
營運溢利	48,981	30,103	31,381	4,822	37,026	152,313
撇除集團內部費用的營運溢利 (虧損)	78,155	55,955	35,055	6,195	(23,047)	152,313
折舊及攤銷	8,907	3,513	8,394	2,016	731	23,561
資本開支	6,954	2,189	19,268	1,351	1,357	31,119
利息收入	189	2	56	(47)	1	201
利息開支	309	16	89	72	909	1,395
所得稅開支	12,677	12,615	10,852	643	2,523	39,310
資產總額	530,959	668,993	507,397	102,077	345,397	2,154,823
負債總額	223,739	517,400	265,011	67,450	(171,439)	902,161

(5) 每股盈利

(a) 基本

每股基本盈利乃根據截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月本公司普通股股東應佔溢利計算。

(以千美元呈列，股份及每股數據除外)	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
期初已發行普通股	1,408,026,456	1,407,137,004
期內已行使購股權的加權平均影響	953,900	379,398
期末股份的加權平均數	1,408,980,356	1,407,516,402
股權持有人應佔溢利	94,390	96,976
每股基本盈利 (以每股美元呈列)	0.067	0.069

(b) 攤薄

每股攤薄盈利乃經調整已發行普通股的加權平均數，以假設所有可攤薄的潛在普通股獲兌換後而計算。

(以千美元呈列，股份及每股數據除外)	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
普通股的加權平均數(基本)	1,408,980,356	1,407,516,402
購股權影響	3,094,205	1,815,107
期末股份的加權平均數	1,412,074,561	1,409,331,509
股權持有人應佔溢利	94,390	96,976
每股攤薄盈利 (以每股美元呈列)	0.067	0.069

(c) 股息及分派

於2015年3月16日，董事會建議自特別可供分派儲備向於2015年6月17日名列股東名冊的本公司股東作出88.0百萬美元或每股約0.0624美元的現金分派。股東於2015年6月4日舉行的股東週年大會上批准此項分派，而分派已於2015年7月13日支付。

於截至2015年6月30日止六個月，本公司並無宣派或支付任何其他股息或分派。

(6) 業務季節性

本集團業務活動並無重大的季節性波動。

(7) 業務合併

截至2015年6月30日止六個月，本集團完成一項收購事項。

(a) Rolling Luggage

於2015年2月16日，本公司若干全資附屬公司完成收購Rolling Luggage的業務及近乎所有資產，現金代價為15.75百萬英鎊，其後經(0.25)百萬英鎊的營運資金調整，總收購價為15.50百萬英鎊，如有任何租賃未能成功轉讓則須調整收購價。收購事項讓本集團成功涉足若干世界領先的機場經營零售業務，並進一步擴展本集團的零售店組合。

自收購日期起，Rolling Luggage為本集團截至2015年6月30日止六個月的綜合財務業績貢獻12.8百萬美元收益及4.4萬美元淨收入。

下表概述於收購日期所收購資產及負債以及所承擔負債的已確認金額作為收購價的分配。

(以千美元呈列)

物業、廠房及設備	1,072
可識別無形資產	770
其他非流動資產	1,463
存貨	2,322
其他流動資產	11
應付賬款及其他應付款項	(3,258)
其他流動負債	(1,268)

根據IFRS第3號業務合併，收購方須追溯調整於收購日期確認的暫時金額，以反映所取得於收購日期已存在並且（倘知悉）影響當日已確認金額的計量方法的有關事實及情況的新資料。於計量期間，倘已取得於收購日期已存在並且（倘知悉）導致於當日確認該等資產及負債的有關事實及情況的新資料，收購方亦須確認額外資產或負債。倘收購方獲取其正尋求有關於收購日期已存在的事實及情況的資料或知悉無法獲得更多資料，則計量期間隨即結束。然而，計量期間不得超過自收購日期起計一年。計量期間並未於2015年6月30日結束。

本集團已就收購事項確認22.8百萬美元的商譽。商譽主要由於預期將Rolling Luggage合併至本集團現有業務所達致的協同效益所致。預期並無已確認商譽可就稅務目的予以扣除。

(b) 備考業績

倘收購事項於2015年1月1日發生，本集團估計截至2015年6月30日止六個月的綜合銷售淨額約為1,200.6百萬美元，而期內綜合溢利則約為104.0百萬美元。在釐定此等金額時，本集團假設於收購日期產生的公平值調整將猶如收購事項於2015年1月1日發生者相同。

(c) 收購事項相關成本

本集團於截至2015年6月30日止六個月產生約2.7百萬美元的收購事項相關成本。有關成本主要包括與盡職審查及合併活動有關的成本，以及專業及法律費用，乃於收益表中的其他開支內確認。

(8) 物業、廠房及設備，淨額

截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月，添置物業、廠房及設備的成本分別為25.2百萬美元及31.1百萬美元（不包括透過業務合併所收購的資產）。截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月的折舊費用分別為23.2百萬美元及19.4百萬美元。在此等金額中，3.7百萬美元及3.4百萬美元分別計入2015年上半年及2014年上半年的銷售成本。餘下金額於分銷及一般及行政開支內呈列。

(9) 其他無形資產

截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月的攤銷費用分別為5.1百萬美元及4.2百萬美元，並計入綜合收益表中的分銷開支。

根據IAS第36號資產減值，在出現任何顯示可能無法收回賬面值的事件或情況出現變化時，本集團須評估其有確定使用年期的無形資產的潛在減值。截至2015年6月30日止六個月並無減值跡象。

(10) 存貨

存貨包括以下各項：

(以千美元呈列)	2015年6月30日	2014年12月31日
原材料	23,749	17,558
在製品	248	2,099
製成品	321,050	312,617
總存貨	345,047	332,274

以上金額包括於2015年6月30日及2014年12月31日按可變現淨值（估計售價減銷售成本）列賬的存貨分別為92.2百萬美元及102.8百萬美元。截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月，存貨撇減至可變現淨值分別為0.5百萬美元及1.3百萬美元。截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月，於損益中確認的減值撥回分別為0.0百萬美元及0.2百萬美元，因本集團以高於先前估計的售價出售過往撇銷存貨。

(11) 應收賬款及其他應收款項

應收賬款及其他應收款項的呈列已扣除於2015年6月30日及2014年12月31日的呆賬相關撥備分別12.5百萬美元及13.5百萬美元。

於2015年6月30日及2014年12月31日，計入應收賬款及其他應收款項的應收賬款（扣除呆賬撥備）分別為306.4百萬美元及276.3百萬美元，按報告日期的賬齡分析如下：

<i>(以千美元呈列)</i>	2015年6月30日	2014年12月31日
即期	253,849	234,230
逾期	52,569	42,066
應收賬款總額	306,418	276,296

信貸期乃根據個別客戶的信譽而授出。於2015年6月30日，應收賬款的平均到期日為發票日期起計60日內。

(12) 現金及現金等價物

<i>(以千美元呈列)</i>	2015年6月30日	2014年12月31日
銀行結餘	178,441	138,906
短期投資	24,594	1,517
現金及現金等價物總額	203,035	140,423

短期投資包括隔夜流動賬戶及定期存款。

於2015年6月30日及2014年12月31日，本集團就使用其現金並無任何限制。

(13) 股本及儲備

(a) 普通股

截至2015年6月30日止六個月，本公司就本公司股份獎勵計劃項下授出的已歸屬購股權獲行使而按加權平均行使價每股19.11港元發行1,701,697股普通股。於2015年上半年，本公司股本並無其他變動。

截至2014年6月30日止六個月內，本公司就本公司股份獎勵計劃項下授出的已歸屬購股權獲行使而按加權平均行使價每股17.36港元發行777,340股普通股。於2014年上半年，本公司股本並無其他變動。

(b) 收購非控股權益

於2015年6月，本集團以現金15.6百萬美元收購其俄羅斯附屬公司的40%非控股權益，並於2015年7月償付最終營運資金調整0.2百萬美元，將其擁有權由60%增至100%。於收購日期，俄羅斯附屬公司淨資產於綜合財務報表的賬面值為5.1百萬美元。本集團確認非控股權益減少2.1百萬美元及保留盈利減少6.0百萬美元。

(14) 貸款及借款

(a) 非流動債務

代表非流動債務及融資租賃承擔的非流動債務如下：

(以千美元呈列)	2015年6月30日	2014年12月31日
融資租賃承擔	87	32
減即期分期付款	(28)	(14)
非即期貸款及借款	59	18

(b) 流動債務及信貸融資

代表流動債務及融資租賃承擔的流動債務如下：

(以千美元呈列)	2015年6月30日	2014年12月31日
循環信貸融資	103,413	60,000
其他信用額度	13,785	7,536
融資租賃承擔	28	14
流動債務總額	117,226	67,550
減遞延融資成本	(1,601)	(2,419)
即期貸款及借款	115,625	65,131

本集團訂有循環信貸融資（「循環信貸」），金額為500.0百萬美元。融資可額外增加300.0百萬美元，惟須由貸款人批准。循環信貸自2014年6月17日的生效日期起計初步年期為五年，並可按本集團要求及貸款人選擇延長一年。循環信貸下的借款利率為以下各項的總和：(i)(a)倫敦銀行同業拆息或(b)貸款人的最優惠利率及(ii)將按本集團的槓桿比率釐定的息差。根據本集團的槓桿比率，循環信貸對任何未動用的金額收取每年介乎0.2%至0.325%的承諾費，並於其他貸款人加入循環信貸時收取代理費。循環信貸以本集團若干於美國及歐洲的資產及本集團的知識產權作抵押。循環信貸亦包括與利息償付比率及槓桿比率有關的財務契諾，以及營運契諾，其中包括限制本集團產生額外債務、就其資產訂立留置權及參與若干併購、清盤、資產出售或投資的能力。於2015年6月30日，本集團一直遵守財務契諾。於2015年6月30日，由於未償還借款為103.4百萬美元及為提供予若干債權人的未償還信用狀而動用2.5百萬美元融資，按循環信貸可予借出的金額為394.1百萬美元。於2014年12月31日，由於未償還借款為60.0百萬美元及為提供予若干債權人的未償還信用狀而動用2.5百萬美元融資，可予借出的金額為437.5百萬美元。

本集團若干綜合附屬公司與彼等營運所在地區的多名第三方貸款人訂立信用額度。此等當地信用額度為附屬公司日常業務營運提供營運資金，包括透支、銀行擔保，及貿易融資以及賬款保收融資。此等信用額度大部分為無承諾的融資。於2015年6月30日及2014年12月31日，當地融資下的未償還總額分別為13.8百萬美元及7.5百萬美元。

(15) 僱員福利

截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月的僱員福利開支（由薪金、退休金計劃開支、以股份支付及其他福利組成）分別為146.6百萬美元及136.6百萬美元。此等款項中，分別有11.3百萬美元及12.4百萬美元計入銷售成本中。剩餘款項已呈列於分銷開支及一般及行政開支中。

以股份支付

於2012年9月14日，本公司股東採納本公司股份獎勵計劃，該計劃有效期至2022年9月13日為止。股份獎勵計劃的目的乃通過提供獲取本公司股權的機會吸引有技能和經驗的人員，激勵彼等留任本集團，以及鼓勵彼等為本集團的未來發展及擴展而努力。股份獎勵計劃項下的獎勵可為購股權或受限制股份單位（「受限制股份單位」），按董事會酌情決定授出的形式授予董事、僱員或董事會可能決定的其他人士。

購股權的行使價乃於授出時由董事會全權酌情釐定，惟在任何情況下不得低於以下三者中的較高者：

- a) 於授出日聯交所刊發的每日報價表所列股份收市價；
- b) 緊接授出日前五個營業日聯交所刊發的每日報價表所列股份平均收市價；及
- c) 股份面值。

於2015年7月31日（「最後實際可行日期」），根據股份獎勵計劃可能授出的獎勵的最高股份數目合共為88,034,884股股份，佔本公司於該日已發行股本約6.2%。個別參與者可於任何12個月期間內根據股份獎勵計劃獲授本公司已發行股份總數不超過1%的獎勵。個別參與者如獲授予超出此限額的獎勵，則須經獨立股東批准。

於2015年1月7日，本集團向若干董事、主要管理人員及其他僱員授出額外16,006,812份購股權。所授出購股權的行使價為23.31港元。該等購股權須於4年期內按比例歸屬，當中25%的購股權於授出日的各個週年日歸屬。該等購股權的年期為10年。

於2015年1月7日，本集團向一名執行董事及向本集團高級管理層團隊的另外五名成員特別授出額外10,040,399份購股權。所授出購股權的行使價為23.31港元。該等購股權的60%將於2018年1月7日歸屬，40%則將於2020年1月7日歸屬。該等購股權的年期為10年。

根據購股權的條款，已歸屬購股權的持有人有權按等於購股權行使價的每股認購價認購本公司新發行的普通股。作為已授出購股權回報的已獲取服務的公平值乃基於以柏力克—舒爾斯估值模式計量的所授購股權的公平值計算。由於所作假設及所用模式有所限制，故就購股權計算的公平值難免有主觀成分。

所授出購股權於授出日的公平值於獎勵的歸屬期內確認為開支，如該等購股權為以股權結算的獎勵，權益則會相應增加。確認為開支的金額須予調整，以反映預期可符合歸屬條件的獎勵數目，致使最終確認的金額乃基於在歸屬日符合歸屬條件的獎勵數目。

在計算於2015年1月7日授出16,006,812份購股權的以股份支付在授出日的公平值時採用的輸入參數如下：

於授出日的公平值	7.57港元
於授出日的股價	23.10港元
行使價	23.31港元
預期波動（加權平均波動）	40.0%
購股權年期（預期加權平均年期）	6.25年
預期股息	1.9%
無風險利率（以政府債券為基準）	1.4%

在計算於2015年1月7日授出10,040,399份購股權的以股份支付在授出日的公平值時採用的輸入參數如下：

於授出日的公平值	7.94港元
於授出日的股價	23.10港元
行使價	23.31港元
預期波動（加權平均波動）	40.4%
購股權年期（預期加權平均年期）	7.0年
預期股息	1.9%
無風險利率（以政府債券為基準）	1.4%

因本公司股份的交易歷史有限，預期波動乃經計及歷史平均股價波動及可資比較公司的歷史平均股價波動而估計。

合共 7.8 百萬美元及 5.6 百萬美元的以股份支付的薪酬開支已分別計入截至 2015 年 6 月 30 日及 2014 年 6 月 30 日止六個月的綜合收益表中。

截至2015年6月30日止六個月，購股權的詳情及變動如下：

	購股權數目	加權平均行使價
於2015年1月1日尚未行使	26,741,866	20.13 港元
期內授出	26,047,211	23.31 港元
期內行使	(1,701,697)	19.11 港元
期內註銷/失效	(999,713)	21.02 港元
於2015年6月30日尚未行使	50,087,667	21.80 港元
於2015年6月30日可行使	8,115,014	19.28 港元

於2015年6月30日，尚未行使購股權的行使價介乎17.36港元至24.77港元，加權平均合約期為8.8年。

(16) 應付賬款及其他應付款項

(以千美元呈列)	2015年6月30日	2014年12月31日
應付賬項	330,871	316,509
其他應付款項及應計費用	72,173	92,155
應付股權持有人之現金分派	88,000	—
其他應付稅項	6,098	6,781
應付賬款及其他應付款項總額	497,142	415,445

應付賬項包括應付賬款，其於報告日期的賬齡分析如下：

(以千美元呈列)	2015年6月30日	2014年12月31日
即期	252,277	234,857
逾期	22,892	26,855
應付賬款總額	275,169	261,712

於2015年6月30日的應付賬款平均於自發票日期起計的105日內到期。

(17) 承擔

(a) 資本承擔

本集團於2015年的資本開支預算約為81.6百萬美元。於2015年6月30日及2014年12月31日尚未履行的資本承擔分別為18.2百萬美元及16.7百萬美元，該等金額因並不符合確認準則，故並無於綜合財務狀況表中確認為負債。

(b) 營運租賃承擔

本集團的租賃承擔主要包括辦公室、倉庫及零售商店的空間及設備的不可撤銷租賃。於2015年6月30日及2014年12月31日，不可撤銷租賃項下的未來應付最低款項如下：

<i>(以千美元呈列)</i>	2015年6月30日	2014年12月31日
一年內	90,504	74,018
一年後但兩年內	74,670	62,286
兩年後但五年內	126,392	98,483
五年以上	75,609	61,375
營運租賃承擔總額	<u>367,175</u>	<u>296,162</u>

截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月，可撤銷及不可撤銷營運租賃項下的租金開支分別為57.5百萬美元及52.7百萬美元。

(18) 所得稅**(a) 於綜合收益表中的稅項**

所得稅開支乃根據管理層就整個財政年度的加權平均年度所得稅率作出的最佳評估並應用於中期期間稅前收入確認。本集團有關截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月持續經營的綜合實際報告稅率分別為25.9%及26.4%。綜合實際報告稅率的減少主要由於全球不同高稅率司法權區及低稅率司法權區的盈利組合所致。

截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月的綜合收益表內的稅項包括以下項目：

<i>(以千美元呈列)</i>	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
香港利得稅開支	565	799
海外所得稅開支	36,004	38,511
所得稅開支	<u>36,569</u>	<u>39,310</u>

截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月，香港溢利利得稅開支按16.5%的實際稅率計算。

(b) 於其他全面收益確認的所得稅（開支）抵免

<i>(以千美元呈列)</i>	截至2015年6月30日止六個月			截至2014年6月30日止六個月		
	所得稅 (開支)			所得稅 (開支)		
	除稅前	抵免	除稅後	除稅前	抵免	除稅後
現金流量對沖	3,044	(1,051)	1,993	1,229	(447)	782
境外業務的外幣匯兌差異	(17,026)	-	(17,026)	(6,056)	-	(6,056)
	<u>(13,982)</u>	<u>(1,051)</u>	<u>(15,033)</u>	<u>(4,827)</u>	<u>(447)</u>	<u>(5,274)</u>

(19) 財務收入及財務費用

截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月，於綜合收益表中確認的財務收入及財務費用概要呈列於下表：

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
於損益中確認：		
銀行存款的利息收入	271	201
財務收入總額	271	201
按攤銷成本計量的金融負債的利息開支	(1,823)	(1,395)
認沽期權的公平值變動	(2,057)	(2,491)
外匯收益(虧損)淨額	(664)	1,674
其他財務費用	(1,507)	(1,424)
財務費用總額	(6,051)	(3,636)
於損益中確認的財務費用淨額	(5,780)	(3,435)
於其他全面收益中確認：		
境外業務的外幣匯兌差異	(17,026)	(6,056)
現金流量對沖的公平值變動，扣除稅項	1,993	782
於其他收益總額中確認的財務費用淨額， 扣除稅項	(20,813)	(8,709)

(20) 或然負債

於日常業務過程中，本集團不時面對訴訟及其他法律程序。與特定情況相關的事實及環境用於評估，決定是否較有可能出現未來資金外流，如是者與具體訴訟相關的撥備又是否足夠。本集團基於其過往經驗及於各報告日期已知的事實及環境記錄撥備。撥備開支於綜合收益表中的一般及行政開支中確認。當招致承擔的日期不可確切的計量時，撥備將不貼現及將被分類為流動負債。

截至2015年6月30日止六個月，本集團並無解決任何重大訴訟。

(21) 金融工具

(a) 公平值與賬面值的比較

所有金融資產及負債的公平值與其賬面值相若。

(b) 公平值等級架構

公平值是於計量日市場參與者於有秩序交易中出售資產可收取或轉讓負債須支付的價格。IFRS建立一套公平值等級架構，該架構排列用以計量公平值的估值方法輸入資料的優先等級。該等級架構將於活躍市場中相同資產或負債的未經調整報價劃分為最高等級（第一級別計量），涉及重大不可觀察的輸入資料的計量則撥入最低等級（第三級別計量）。公平值等級架構的三個級別如下：

- 第一級別輸入數據為本集團有能力於計量日評估的完全相同的資產或負債於活躍市場的報價（未調整）。
- 第二級別輸入數據為不包括第一級別的報價的資產或負債的可直接或間接觀察的輸入數據。
- 第三級別輸入數據為資產或負債的不可觀察輸入數據。

公平值計量在公平值等級架構中的層級分類乃基於對公平值計量整體而言屬重大的最低層級輸入數據。

由於現金及現金等價物、應收賬款、應付賬項、短期債務及應計開支的到期日或年期較短，因此，該等工具的賬面值與公平值相若。

外幣遠期合約的公平值通過參考銀行提供的市場報價估計。

下表呈列於2015年6月30日及2014年12月31日按持續基準以公平值計量的資產及負債（包括規定以公平值計量的項目）：

	於報告日期使用下列各項計量的公平值			
	2015年 6月30日	完全相同資產 於活躍市場 的報價 (第一級別)	其他可觀察 重大輸入數據 (第二級別)	不可觀察 重大輸入數據 (第三級別)
(以千美元呈列)				
資產：				
現金及現金等價物	203,035	203,035	—	—
外幣遠期合約	6,356	6,356	—	—
資產總額	209,391	209,391	—	—
負債：				
非控股權益認沽期權	54,415	—	—	54,415
負債總額	54,415	—	—	54,415

(以千美元呈列)	於報告日期使用下列各項計量的公平值			
	2014年 12月31日	完全相同資產	其他可觀察	不可觀察
		於活躍市場 的報價 (第一級別)	重大輸入數據 (第二級別)	重大輸入數據 (第三級別)
資產：				
現金及現金等價物	140,423	140,423	—	—
外幣遠期合約	7,311	7,311	—	—
資產總額	147,734	147,734	—	—
負債：				
非控股權益認沽期權	58,288	—	—	58,288
負債總額	58,288	—	—	58,288

本集團若干非美國附屬公司定期訂立與採購主要以美元計值的存貨有關的遠期合約，旨在與現金流量對沖。對沖有效性乃根據IAS第39號金融工具：確認及計量檢測。於2015年6月30日及2014年12月31日，此等工具的公平值分別為資產6.4百萬美元及7.3百萬美元。

下表呈列計量第三級別公平值時採用的估值方法，以及採用的不可觀察重大輸入數據。

類別	估值方法	不可觀察重大輸入數據	不可觀察重大輸入數據與公平值計量之間的關係
認沽期權	收益方法 — 估值模式將基於EBITDA倍數計算的期貨金額轉換為單一當前已貼現金額，反映市場當前對該等期貨金額的預期。	<ul style="list-style-type: none"> EBITDA倍數 增長率：(2015年6月30日：3%) 經調整風險貼現率：(2015年6月30日：11.0%) 	倘出現以下情況，估值將會增加(減少)： <ul style="list-style-type: none"> EBITDA倍數上升(下跌)； 增長率上升(下跌)；或 經調整風險貼現率下降(上升)。

下表呈列第三級別公平值的期初結餘與期末結餘的對賬：

(以千美元呈列)	
於2015年1月1日的結餘	58,288
計入權益的公平值變動	526
計入財務費用的公平值變動	2,057
收購非控股權益	(6,456)
於2015年6月30日的結餘	54,415

就認沽期權的公平值而言，當其中一個不可觀察重大輸入數據出現合理可能變動，而其他輸入數據維持不變，將會於2015年6月30日產生以下影響：

(以千美元呈列)	損益		股東權益	
	上升	下調	上升	下調
EBITDA倍數 (變動0.1倍)	1,515	(1,515)	416	(416)
增長率 (50點子)	301	(300)	—	—
經調整風險貼現率 (100點子)	(383)	392	—	—

公平值估計乃於某一特定時間根據有關市場資料及金融工具的資料作出。該等估計性質主觀及涉及不確定因素及須作出重大判斷，因此無法準確釐定。假設的任何變動均會對估計構成重大影響。

(22) 關連方交易

(a) 與主要管理人員的交易

除若干董事及其他主要管理人員的現金薪酬外，本集團亦向彼等提供非現金福利，並代彼等向退休後計劃供款。

主要管理層包括本集團董事及高級管理層。已付主要管理人員的薪酬包括：

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
董事袍金	560	265
薪酬、津貼及其他實物利益	2,836	2,934
花紅	3,955	4,478
退休後福利	87	115
以股份支付薪酬	4,312	2,438
	11,750	10,230

(b) 其他交易

- I. 本集團的印度附屬公司Samsonite South Asia Pvt. Ltd.向Abhishri Packaging Pvt. Ltd. (由本集團執行董事及行政總裁Ramesh Tainwala先生(「Tainwala先生」)的家族管理及控制)採購及出售原材料及製成品。本集團的中東附屬公司Samsonite Middle East FZCO亦向Abhishri Packaging Pvt. Ltd.採購製成品。

採購、銷售、應付款項及應收款項的相關金額如下：

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
採購	2,165	2,254
銷售	136	140
(以千美元呈列)	2015年6月30日	2014年12月31日
應付款項	619	487
應收款項	37	71

- II. Samsonite South Asia Pvt. Ltd.亦向Bagzone Lifestyle Private Limited出售製成品。Bagzone Lifestyle Private Limited由Tainwala先生的家族管理及控制。Tainwala先生及其家族亦擁有Samsonite South Asia Pvt. Ltd.及本集團阿拉伯聯合酋長國的附屬公司的非控股權益。

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
銷售	5,723	5,566
租金	38	34
(以千美元呈列)	2015年6月30日	2014年12月31日
應收款項	10,984	8,573

截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月，已向Tainwala先生及其家族擁有的實體分別支付約0.2百萬美元及0.5百萬美元，以作辦公地點的租金。於2015年6月30日及2014年12月31日，概無應付Tainwala先生及其家族的款項。

所有與該等關連方有關的未償還結餘的金額均按公平磋商基準而定，且將於報告日期後六個月內以現金支付。所有結餘均無抵押。

(23) 期後事項

本集團已評估於2015年6月30日（中期報告日期）至2015年8月25日（本財務資料獲董事會授權刊發日期）期間所發生的事項。

於2015年7月13日，本公司自其特別可供分派儲備中向於2015年6月17日名列股東名冊的本公司股東作出88.0百萬美元或每股約0.0624美元的現金分派。

由2015年6月30日至2015年7月31日，本公司就本公司股份獎勵計劃項下授出的購股權獲行使而發行62,123股普通股。自2015年6月30日起，本公司或其任何附屬公司概無購買或贖回本公司上市證券。

管理層討論與分析

新秀麗國際有限公司（「本公司」，連同其綜合附屬公司稱為「本集團」）是全球最大的旅遊行李箱公司，擁有逾100年悠久歷史。本集團主要以新秀麗[®]、American Tourister[®]、Hartmann[®]、High Sierra[®]、Gregory[®]、Speck[®]及Lipault[®]品牌以及其他自有及獲授權的品牌，於全球主要從事設計、製造、採購及分銷行李箱、商務包及電腦包、戶外包及休閒包、旅遊配件以及個人電子設備纖薄保護殼。本集團的核心品牌新秀麗是全球最著名的旅遊行李箱品牌之一。

本集團通過各種批發分銷渠道、其公司經營的零售店及透過電子商貿銷售其產品。其主要批發分銷客戶為百貨公司及專賣店、大型零售商、商品陳列室及倉儲式大商場。本集團於亞洲、北美洲、歐洲及拉丁美洲銷售其產品。於2015年6月30日，本集團產品在超過100個國家出售。

管理層討論與分析應與根據國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則（「IFRS」）編製的本集團中期綜合財務報表一併閱讀。

銷售淨額

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六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6月30日止六個月					
	2015年		2014年		2015年與2014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 影響的增加 (減少) 百分比
按地區劃分的銷售淨額：						
亞洲	471,426	39.4%	421,381	38.1%	11.9%	17.2%
北美洲	402,710	33.7%	345,772	31.3%	16.5%	17.3%
歐洲	255,006	21.3%	266,811	24.1%	(4.4)%	17.4%
拉丁美洲	62,895	5.3%	66,966	6.1%	(6.1)%	7.3%
企業	4,429	0.3%	4,391	0.4%	0.9%	0.9%
銷售淨額	1,196,466	100.0%	1,105,321	100.0%	8.2%	16.6%

撇除匯兌影響，截至2015年6月30日止六個月的銷售淨額較截至2014年6月30日止六個月增長183.3百萬美元或16.6%。以美元申報的銷售淨額增加91.1百萬美元或8.2%。

品牌

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月按品牌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 6 月 30 日止六個月					
	2015 年		2014 年		2015 年與 2014 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 影響的增加 (減少) 百分比
按品牌劃分的銷售淨額：						
<i>新秀麗</i>	736,276	61.5%	743,687	67.3%	(1.0)%	7.5%
<i>American Tourister</i>	263,773	22.0%	236,348	21.4%	11.6%	18.4%
<i>High Sierra</i>	54,380	4.5%	52,819	4.8%	3.0%	5.3%
<i>Speck</i>	50,185	4.2%	10,513	0.9%	無意義	無意義
<i>Gregory</i>	18,004	1.5%	-	-	無意義	無意義
<i>Hartmann</i>	8,265	0.7%	7,863	0.7%	5.1%	9.7%
其他 ⁽¹⁾	65,583	5.6%	54,091	4.9%	21.2%	39.3%
銷售淨額	1,196,466	100.0%	1,105,321	100.0%	8.2%	16.6%

附註

(1) 其他包括 *Lipault*、*Saxoline*、*Xtrem* 及其他品牌。

無意義 因於2014年5月28日收購 *Speck* 及於2014年7月23日收購 *Gregory*，故並無意義。

撇除匯兌影響，*新秀麗* 品牌截至 2015 年 6 月 30 日止六個月的銷售淨額較 2014 年上半年增長 55.9 百萬美元或 7.5%。以美元申報的 *新秀麗* 品牌銷售淨額減少 7.4 百萬美元或 1.0%。截至 2015 年 6 月 30 日止六個月，*新秀麗* 佔本集團銷售淨額 61.5%，而 2014 年上半年則為 67.3%，反映 *American Tourister* 銷售增長及透過加入所收購的品牌，本集團的品牌組合持續多元化發展。撇除匯兌影響，*American Tourister* 品牌增長 43.6 百萬美元或 18.4%。以美元申報的 *American Tourister* 品牌銷售淨額增長 27.4 百萬美元或 11.6%。*American Tourister* 品牌銷售淨額增長 27.4 百萬美元，歐洲佔其中 13.7 百萬美元或 49.8%，而亞洲則佔其中 10.4 百萬美元或 37.8%。*High Sierra* 及 *Hartmann* 品牌的銷售淨額按固定貨幣基準分別增加 5.3% 及 9.7%。於 2014 年 5 月 28 日所收購的 *Speck* 品牌 2015 年上半年的銷售淨額為 50.2 百萬美元。於 2014 年 4 月 1 日所收購的 *Lipault* 品牌截至 2015 年 6 月 30 日止六個月的銷售淨額為 4.4 百萬美元。於 2014 年 7 月 23 日所收購的 *Gregory* 品牌 2015 年上半年的銷售淨額為 18.0 百萬美元。撇除 2014 年收購事項的應佔金額，銷售淨額按固定貨幣基準增加 120.4 百萬美元或 11.0%，以美元申報的銷售淨額增加 30.6 百萬美元或 2.8%。

產品類別

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月按產品類別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6月30日止六個月					
	2015年		2014年		2015年與2014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 影響的增加 (減少) 百分比
按產品類別劃分的銷售淨額：						
旅遊	808,917	67.6%	797,758	72.2%	1.4%	9.5%
休閒	155,912	13.0%	134,764	12.2%	15.7%	21.7%
商務 ⁽¹⁾	130,149	10.9%	96,892	8.8%	34.3%	44.4%
配件 ⁽²⁾	76,903	6.4%	54,418	4.9%	41.3%	52.7%
其他	24,585	2.1%	21,489	1.9%	14.4%	31.6%
銷售淨額	1,196,466	100.0%	1,105,321	100.0%	8.2%	16.6%

附註

- (1) 包括平板電腦及手提電腦機殼。
(2) 包括手機保護殼。

撇除匯兌影響，旅遊產品類別截至2015年6月30日止六個月的銷售淨額較去年同期增長75.6百萬美元或9.5%。以美元申報的旅遊產品類別銷售淨額增加11.2百萬美元或1.4%。國家為本的產品設計、迎合當地環境的營銷策略以及增設銷售點（包括電子商貿）仍然是本集團旅遊類別取得成功的主要推動力。撇除匯兌影響，休閒產品類別的銷售淨額增長29.2百萬美元或21.7%。以美元申報的休閒產品類別銷售淨額增長21.1百萬美元或15.7%。增長乃主要由於Samsonite Red子品牌及High Sierra品牌取得成功以及受於2014年7月23日所收購的Gregory品牌的貢獻所致。撇除匯兌影響，商務產品類別的銷售淨額增長43.0百萬美元或44.4%。以美元申報的商務產品類別銷售淨額增長33.3百萬美元或34.3%，主要由於所收購的Speck Products的平板電腦及手提電腦保護殼帶來銷售淨額20.6百萬美元以及於新秀麗品牌旗下推出新產品所致。撇除Speck及按固定貨幣基準，商務類別的銷售淨額增長22.4百萬美元或23.1%。撇除匯兌影響，配件類別的銷售淨額增加28.7百萬美元或52.7%。以美元申報的配件類別銷售淨額增長22.5百萬美元或41.3%，主要由於所收購的Speck Products的手機保護殼帶來銷售淨額29.6百萬美元所致。撇除Speck及按固定貨幣基準，配件類別的銷售淨額增加9.6百萬美元或21.9%。

分銷渠道

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月按分銷渠道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 6 月 30 日止六個月					
	2015 年		2014 年		2015 年與 2014 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 影響的增加 (減少) 百分比
按分銷渠道劃分的銷售淨額：						
批發	956,758	80.0%	883,309	79.9%	8.3%	15.6%
零售	235,279	19.7%	217,417	19.7%	8.2%	20.9%
其他 ⁽¹⁾	4,429	0.3%	4,595	0.4%	(3.6)%	(3.6)%
銷售淨額	1,196,466	100.0%	1,105,321	100.0%	8.2%	16.6%

附註

(1) 「其他」主要包括授權收入。

撇除匯兌影響，截至 2015 年 6 月 30 日止六個月的批發渠道銷售淨額較 2014 年上半年增長 138.0 百萬美元或 15.6%。以美元申報的批發渠道銷售淨額增長 73.4 百萬美元或 8.3%。受淨增加 130 間新自營店（包括 33 間 Rolling Luggage 店舖）所帶動，撇除匯兌影響，零售渠道的銷售淨額增長 45.5 百萬美元或 20.9%，而以美元申報的零售渠道銷售淨額則增長 17.9 百萬美元或 8.2%。按相同店舖固定貨幣基準，零售渠道銷售淨額按年減少 0.5%。此乃由於中國內地訪港旅客減少、南韓爆發中東呼吸綜合症（「MERS」）及部分亞洲國家的普遍消費意欲疲弱導致亞洲銷售淨額下跌 5.8%，以及美元強勢對到訪主要旅遊市場的外國旅客造成影響，導致北美洲銷售淨額下跌 5.4%，部分被歐洲及拉丁美洲分別增長 8.2% 及 2.5% 所抵銷。本集團的同店分析包括於有關財務期間完結前已營業最少 12 個月的現有零售店。截至 2015 年 6 月 30 日止六個月，本集團銷售淨額中約 86.2 百萬美元或 7.2% 乃屬其直接面向消費者的電子商貿業務（計入零售渠道內）以及向網上零售商銷售（計入批發渠道內）的銷售淨額。於去年同期，直接面向消費者的電子商貿業務以及向網上零售商銷售的銷售淨額佔本集團銷售淨額的 6.1%。零售渠道固定貨幣銷售淨額增長 20.9%，反映本集團策略性投放資源，包括透過收購事項（如 Rolling Luggage）以支援其直接面向消費者業務的增長。

地區

亞洲

撇除匯兌影響，本集團於截至2015年6月30日止六個月在亞洲的銷售淨額較2014年上半年增長72.3百萬美元或17.2%。以美元申報的區內銷售淨額增加50.0百萬美元或11.9%。撇除Gregory及Lipault品牌應佔的亞洲銷售淨額，按固定貨幣基準，銷售淨額增加14.7%。

撇除匯兌影響，截至2015年6月30日止六個月American Tourister品牌亞洲區銷售淨額較去年同期增加17.6百萬美元或9.6%。American Tourister品牌佔亞洲區以美元申報的銷售淨額的增幅其中10.4百萬美元或20.7%。由於中國企業間銷售渠道及Samsonite Red子品牌的成功（按固定貨幣基準，其銷售淨額增長11.2百萬美元或39.6%），新秀麗品牌銷售淨額於亞洲區持續增長，按固定貨幣基準增加34.8百萬美元或15.1%。撇除Samsonite Red子品牌，按固定貨幣基準，新秀麗品牌銷售淨額增加23.6百萬美元或11.7%。截至2015年6月30日止六個月，High Sierra品牌的亞洲區銷售淨額為7.1百萬美元，按固定貨幣基準較去年增加64.4%。本集團於2014年將Hartmann品牌引入亞洲，其為2015年上半年銷售淨額增長貢獻2.2百萬美元。由於本集團特別按亞洲區客戶的品味及喜好開發產品，於2015年上半年，Gregory品牌的亞洲銷售淨額為9.0百萬美元。本集團於2014年下半年將Kamiliant品牌引入亞洲，其為2015年上半年銷售淨額貢獻1.0百萬美元。

撇除匯兌影響，截至2015年6月30日止六個月旅遊產品類別銷售淨額較去年同期增加32.9百萬美元或10.8%，而以美元申報的銷售淨額則增加17.4百萬美元或5.7%。主要受Samsonite Red子品牌的成功及High Sierra品牌的銷售增長以及收購Gregory所帶動，休閒產品類別銷售淨額按固定貨幣基準上升21.5百萬美元或42.3%，而以美元申報的銷售淨額則增加18.6百萬美元或36.6%。撇除匯兌影響，商務產品類別銷售淨額較去年同期增長12.6百萬美元或25.5%，而以美元申報的銷售淨額則增加9.8百萬美元或19.7%。按固定貨幣基準，配件產品類別銷售淨額較去年增長1.7百萬美元或14.5%，而以美元申報的銷售淨額則增加1.2百萬美元或10.1%。

撇除匯兌影響，截至2015年6月30日止六個月批發渠道銷售淨額較2014年上半年增長62.2百萬美元或17.5%，而以美元申報的銷售淨額則增長43.9百萬美元或12.4%。按固定貨幣基準，零售渠道銷售淨額增長10.1百萬美元或15.4%。零售渠道以美元申報的銷售淨額則增長6.1百萬美元或9.3%。按相同店舖固定貨幣基準，由於到訪香港（包括澳門）購物的中國內地旅客減少、南韓爆發MERS及若干區內其他國家的零售氣氛普遍疲弱，故零售渠道銷售淨額下跌5.8%。按固定貨幣基準，區內的電子商貿銷售額按年增長28.4%。

除增加產品種類及擴充銷售點外，本集團亞洲區業務的成功亦有賴其繼續在亞洲專注以國家為本的產品及營銷策略，以推動本集團產品知名度和需求上升。按固定貨幣基準，亞洲區所有國家銷售淨額均有所增加，惟馬來西亞及印度尼西亞的銷售淨額因貨幣貶值及整體經濟環境而分別減少13.4%及3.6%。中國銷售淨額受新秀丽及Samsonite Red的電子商貿渠道及企業間銷售增加所帶動，撇除匯兌影響增長29.8%。儘管MERS爆發帶來負面影響，惟南韓繼續錄得增長，按固定貨幣基準增長4.8%。受American Tourister品牌所帶動，按固定貨幣基準，截至2015年6月30日止六個月印度銷售淨額較去年同期增加13.0%。受新秀丽品牌的銷售額增長以及於2014年下半年收購Gregory所帶動，日本錄得固定貨幣44.6%的強勁增長。撇除Gregory品牌應佔銷售淨額，按固定貨幣基準，日本銷售淨額增長25.4%。香港銷售淨額受於2014年下半年收購Gregory以及Samsonite Red增長所帶動，按固定貨幣基準按年增長8.1%。撇除Gregory品牌應佔銷售淨額，由於訪港中國內地旅客減少，香港的固定貨幣銷售淨額減少0.5百萬美元或1.5%。

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月按地域位置劃分的亞洲地區銷售淨額明細，以絕對值及佔地區銷售淨額總額百分比列賬。

	截至6月30日止六個月					
	2015年		2014年		2015年與2014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 影響的增加 (減少) 百分比
按地域位置劃分的銷售淨額 ⁽¹⁾ ：						
中國	130,404	27.7%	101,211	24.0%	28.8%	29.8%
南韓	92,287	19.6%	92,123	21.9%	0.2%	4.8%
印度	69,568	14.8%	63,617	15.1%	9.4%	13.0%
日本	42,440	9.0%	34,486	8.2%	23.1%	44.6%
香港 ⁽²⁾	38,168	8.1%	35,281	8.4%	8.2%	8.1%
澳洲	25,788	5.5%	22,790	5.4%	13.2%	33.5%
其他	72,771	15.3%	71,873	17.0%	1.2%	4.8%
銷售淨額	471,426	100.0%	421,381	100.0%	11.9%	17.2%

附註

(1) 本集團銷售淨額的地域位置分佈反映出售產品的國家，並不一定為終端消費者實際所在的國家。

(2) 包括澳門。

北美洲

撇除匯兌影響，本集團於截至2015年6月30日止六個月在北美洲的銷售淨額較截至2014年6月30日止六個月增長59.7百萬美元或17.3%。以美元呈報的北美洲地區銷售淨額增加56.9百萬美元或16.5%。撇除於2014年所收購的Speck及Gregory品牌應佔的銷售淨額，銷售淨額按固定貨幣基準增加12.4百萬美元或3.7%，而以美元申報的銷售淨額則增加9.6百萬美元或2.9%。

撇除匯兌影響，與去年同期相比，截至2015年6月30日止六個月新秀丽品牌銷售淨額增長14.6百萬美元或6.0%，而以美元申報的銷售淨額則增加12.2百萬美元或5.0%。*American Tourister*品牌銷售淨額按固定貨幣基準增長3.7百萬美元或11.4%，而以美元申報的銷售淨額則增加3.4百萬美元或10.7%。由於2014年上半年進行的若干推廣銷售項目不復出現，故撇除匯兌影響，*High Sierra*品牌銷售淨額減少2.2百萬美元或4.6%，而以美元申報的銷售淨額則減少2.3百萬美元或4.9%。由於本集團繼續整合產品種類，並投放廣告以增加品牌知名度，故*Hartmann*品牌的銷售淨額為5.6百萬美元。期內，*Speck*及*Gregory*品牌分別為以美元申報的銷售淨額貢獻50.2百萬美元及7.7百萬美元。

撇除匯兌影響，旅遊產品類別銷售淨額按年增長14.3百萬美元或5.7%，而以美元申報的銷售淨額則增加11.9百萬美元或4.7%。休閒產品類別銷售淨額按固定貨幣基準增長3.4百萬美元或6.3%，而以美元申報的銷售淨額則增長3.3百萬美元或6.0%。撇除匯兌影響，商務產品類別銷售淨額增長22.7百萬美元或121.1%，而以美元申報的銷售淨額則增長22.6百萬美元或120.3%，主要由於2014年5月所收購的*Speck Products*的手提電腦及平板電腦保護殼帶來銷售淨額20.6百萬美元所致。配件類別銷售淨額按固定貨幣基準增長19.0百萬美元或98.3%，而以美元申報的銷售淨額則增長18.9百萬美元或97.7%，主要由於所收購的*Speck Products*的手機保護殼帶來銷售淨額29.6百萬美元較去年增加19.1百萬美元所致。

撇除匯兌影響，2015年上半年批發渠道銷售淨額較2014年上半年增加57.7百萬美元或20.7%，而以美元申報的銷售淨額則增加55.3百萬美元或19.8%。撇除收購事項及匯兌影響，批發渠道銷售淨額增加4.6%。零售渠道銷售淨額按固定貨幣基準增長2.0百萬美元或3.0%，而以美元申報的銷售淨額則按固定貨幣基準按年增長1.7百萬美元或2.5%。零售渠道的銷售淨額增長乃受透過本集團直接面向消費者的電子商貿網站所得銷售按年增長29.9%帶動，以及自2014年6月30日起淨增加九間新店舖所致。按相同店舖固定貨幣基準，由於美元強勢對外國旅客到訪美國主要旅遊市場造成負面影響，加上2015年第一季度冬季天氣惡劣，故零售渠道銷售淨額減少5.4%。

北美洲銷售淨額整體增長主要源於收購事項以及本集團持續專注營銷及銷售區內開發的產品，令本集團能在市場上推出迎合北美洲消費者品味及喜好的產品，令消費者對本集團產品產生強勁需求所致。撇除匯兌影響，由於受新秀丽品牌所帶動，本集團於加拿大的業務繼續蓬勃發展，令當地銷售淨額增長34.4%。

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月按地域位置劃分的北美洲地區銷售淨額明細，以絕對值及佔地區銷售淨額總額百分比列賬。

	截至6月30日止六個月					
	2015年		2014年		2015年與2014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 影響的增加 (減少) 百分比
按地域位置劃分的銷售淨額 ⁽¹⁾ ：						
美國	381,591	94.8%	327,978	94.9%	16.3%	16.3%
加拿大	21,119	5.2%	17,794	5.1%	18.7%	34.4%
銷售淨額	402,710	100.0%	345,772	100.0%	16.5%	17.3%

附註

(1) 本集團銷售淨額的地域位置分佈反映出售產品的國家，並不一定為終端消費者實際所在的國家。

歐洲

撇除匯兌影響，本集團於截至2015年6月30日止六個月在歐洲的銷售淨額較截至2014年6月30日止六個月增加46.3百萬美元或17.4%。受美元強勢的負面影響，以美元申報的區內銷售淨額減少11.8百萬美元或4.4%。撇除於2014年所收購的*Lipault*及*Gregory*品牌應佔的銷售淨額，按固定貨幣基準，銷售淨額增加41.2百萬美元或15.5%。

撇除匯兌影響，與2014年上半年相比，截至2015年6月30日止六個月*新秀麗*品牌銷售淨額增加7.0百萬美元或2.9%。*新秀麗*品牌以美元申報的銷售淨額減少37.6百萬美元或15.6%。與去年相比，*American Tourister*品牌銷售淨額按固定貨幣基準增長21.7百萬美元或127.0%，而以美元申報的銷售淨額則增長13.7百萬美元或79.8%。由於本集團專注於推動*American Tourister*品牌於歐洲的發展並擴大其市場份額，期內，該品牌佔歐洲區銷售淨額12.1%，而去年同期則為6.4%。於2015年上半年，*Lipault*品牌的銷售淨額為4.0百萬美元，而自收購日期起至2014年6月30日則為1.5百萬美元。本集團於2014年將*High Sierra*及*Hartmann*品牌引入歐洲，兩個品牌分別為以美元申報的銷售淨額按年增長貢獻1.8百萬美元及0.5百萬美元。

撇除匯兌影響，與2014年同期相比，截至2015年6月30日止六個月旅遊產品類別銷售淨額增加26.9百萬美元或12.8%。以美元申報的銷售淨額按年減少15.8百萬美元或7.5%。撇除匯兌影響，休閒產品類別銷售淨額增長2.8百萬美元或39.9%，主要由於*Gregory*及*High Sierra*品牌的貢獻。由於*新秀麗*品牌旗下成功推出新產品，商務產品類別銷售淨額按固定貨幣基準增加8.0百萬美元或35.3%，而以美元申報的銷售淨額則增加1.9百萬美元或8.4%。

撇除匯兌影響，截至2015年6月30日止六個月批發渠道銷售淨額較2014年上半年增加15.6百萬美元或7.8%。以美元申報的銷售淨額按年減少21.8百萬美元或10.9%。受自2014年6月30日以來淨增設52間新店舖（包括22間Rolling Luggage店舖）所帶動，零售渠道銷售淨額按固定貨幣基準增長31.0百萬美元或46.9%，而以美元申報的銷售淨額則增長10.2百萬美元或15.5%。按相同店舖固定貨幣基準，零售渠道銷售淨額增長8.2%。

本集團歐洲區的最大市場德國佔以美元申報的區內銷售淨額總額14.7%，期內錄得17.3%固定貨幣銷售額增長。英國錄得強勁固定貨幣銷售淨額增長，較去年同期增長52.7%（包括於2015年2月所收購的Rolling Luggage的業績）。本集團於意大利及西班牙的業務繼續增長，固定貨幣銷售淨額增長分別為6.5%及13.0%。本集團持續滲透土耳其及南非，於該等新興市場的按年固定貨幣銷售淨額增長分別為44.6%及27.2%。儘管本集團的俄羅斯業務受到俄羅斯經濟衰退及俄羅斯盧布貶值的負面影響，惟其固定貨幣銷售淨額仍按年增長2.4%。於2015年6月26日，本集團收購其俄羅斯附屬公司的40%非控股權益。

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月按地域位置劃分的歐洲地區銷售淨額明細，以絕對值及佔地區銷售淨額總額百分比列賬。

	截至6月30日止六個月					
	2015年		2014年		2015年與2014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 影響的增加 (減少) 百分比
按地域位置劃分的銷售淨額 ⁽¹⁾ ：						
德國	37,375	14.7%	39,202	14.7%	(4.7)%	17.3%
法國	33,235	13.0%	35,911	13.5%	(7.5)%	13.6%
比利時 ⁽²⁾	32,347	12.7%	33,064	12.4%	(2.2)%	20.5%
英國	27,599	10.8%	19,843	7.4%	39.1%	52.7%
意大利	25,724	10.1%	29,687	11.1%	(13.3)%	6.5%
西班牙	18,763	7.4%	20,369	7.6%	(7.9)%	13.0%
俄羅斯	12,449	4.9%	19,678	7.4%	(36.7)%	2.4%
其他	67,514	26.4%	69,057	25.9%	(2.2)%	18.0%
銷售淨額	255,006	100.0%	266,811	100.0%	(4.4)%	17.4%

附註

- (1) 本集團銷售淨額的地域位置分佈反映出售產品的國家，並不一定為終端消費者實際所在的國家。
- (2) 截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月，在比利時的銷售淨額分別為9.4百萬美元及11.0百萬美元。餘下的銷售包括直接發貨予其他國家的分銷商、客戶及代理商。

拉丁美洲

撇除匯兌影響，本集團於截至2015年6月30日止六個月在拉丁美洲的銷售淨額較2014年上半年增長4.9百萬美元或7.3%。由於本集團受美元強勢的負面影響，故以美元申報的區內銷售淨額減少4.1百萬美元或6.1%。

拉丁美洲區內所有國家均錄得強勁的固定貨幣銷售淨額增長，惟巴西因當前經濟不明朗打擊消費開支除外。撇除匯兌影響，智利的銷售淨額按年增長10.9%。惟因以美元申報的業績受匯率負面影響，以美元申報的智利銷售淨額減少0.6百萬美元或1.8%。智利的固定貨幣銷售淨額增長主要由於近期推出的女士手袋品牌*Secret*、*Saxoline*及*Xtrem*品牌所致。受*新秀麗*、*American Tourister*及*Xtrem*品牌所帶動，撇除匯兌影響，墨西哥銷售淨額增長19.7%。按固定貨幣基準，巴西銷售淨額減少41.1%，而以美元申報的銷售淨額則減少51.6%，主要由於巴西經濟不明朗打擊消費開支所致。由於本集團過往於該國的市場份額偏低，本集團繼續於巴西進行投資，以推動未來銷售淨額增長及增加市場份額。撇除巴西，與2014年上半年相比，截至2015年6月30日止六個月拉丁美洲的銷售淨額按固定貨幣基準增長14.8%，而按以美元申報基準則增長1.0%。

撇除匯兌影響，與2014年上半年相比，截至2015年6月30日止六個月*新秀麗*品牌的銷售淨額減少0.4百萬美元或1.5%，而以美元申報的銷售淨額則減少4.3百萬美元或14.5%。*American Tourister*品牌的銷售淨額按固定貨幣基準增長13.8%，惟以美元申報的銷售淨額則按年減少1.2%。於2015年上半年，拉丁美洲*High Sierra*品牌以美元申報的銷售淨額為1.4百萬美元，與2014年上半年相比，按固定貨幣基準增長36.3%。*Secret*品牌女士手袋的銷售繼續增長，於期內錄得固定貨幣49.3%的增長，而以美元申報的銷售淨額則為5.5百萬美元，較2014年上半年增長1.4百萬美元或32.9%。撇除匯兌影響，本地品牌*Saxoline*及*Xtrem*的銷售淨額分別增長9.0%及9.2%。

撇除匯兌影響，與2014年上半年相比，截至2015年6月30日止六個月旅遊產品類別銷售淨額增加1.5百萬美元或5.3%，同期以美元申報的銷售淨額減少2.3百萬美元或8.3%。休閒產品類別銷售淨額按固定貨幣基準增加1.4百萬美元或6.3%。以美元申報的銷售淨額減少1.6百萬美元或7.0%。撇除匯兌影響，商務產品類別銷售淨額減少5.3%，而以美元申報的銷售淨額減少1.0百萬美元或16.1%。

撇除匯兌影響，與截至2014年6月30日止六個月相比，截至2015年6月30日止六個月批發渠道銷售淨額增加2.5百萬美元或5.2%，同期以美元申報的銷售淨額減少3.9百萬美元或8.1%。由於本集團自2014年6月30日起淨增加22個自營的新零售點，故零售渠道銷售淨額按固定貨幣基準增加2.4百萬美元或12.8%。以美元申報的銷售淨額減少0.7%。按相同店舖固定貨幣基準，零售渠道銷售淨額增長2.5%。本集團繼續於拉丁美洲進行零售擴張，以增加市場份額及推動未來盈利能力。

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月按地域位置劃分的拉丁美洲地區銷售淨額明細，以絕對值及佔地區銷售淨額總額百分比列賬。

	截至6月30日止六個月					
	2015年		2014年		2015年與2014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 影響的增加 (減少) 百分比
按地域位置劃分的銷售淨額 ⁽¹⁾ ：						
智利	31,544	50.2%	32,113	48.0%	(1.8)%	10.9%
墨西哥	20,567	32.7%	20,009	29.9%	2.8%	19.7%
巴西 ⁽²⁾	4,349	6.9%	8,983	13.4%	(51.6)%	(41.1)%
其他 ⁽³⁾	6,435	10.2%	5,861	8.7%	9.8%	19.7%
銷售淨額	62,895	100.0%	66,966	100.0%	(6.1)%	7.3%

附註

(1) 本集團銷售淨額的地域位置分佈反映出出售產品的國家，並不一定為終端消費者實際所在的國家。

(2) 巴西的銷售淨額數據包括於巴西對第三方分銷商作出的銷售應佔的銷售淨額。

(3) 「其他」一欄地區的銷售淨額數據包括於阿根廷、哥倫比亞、巴拿馬及秘魯作出的銷售及本集團通過烏拉圭的分銷中心作出的銷售，但不包括於巴西對第三方分銷商作出的銷售淨額。

銷售成本及毛利

銷售成本由截至2014年6月30日止六個月516.7百萬美元（佔銷售淨額46.7%）增加57.9百萬美元或11.2%至截至2015年6月30日止六個月574.6百萬美元（佔銷售淨額48.0%）。

毛利由截至2014年6月30日止六個月588.7百萬美元增加33.3百萬美元或5.6%至截至2015年6月30日止六個月621.9百萬美元。截至2014年6月30日止六個月毛利率為53.3%，而截至2015年6月30日止六個月則為52.0%。

於2015年上半年的銷售成本佔銷售淨額百分比增長乃由於多項因素所致。美元強勢對本集團以美元購買其後以當地貨幣出售的產品的成本造成負面影響。本集團亦於2014年所收購的品牌的整合期間錄得較低利潤率。此外，毛利率減少亦由於American Tourister品牌於歐洲拓展以及亞洲分銷渠道組合的企業間銷售比例增加（兩者利潤率均一般較低）所致。按固定貨幣基準及撇除收購事項，截至2015年6月30日止六個月的毛利率為52.8%，而截至2014年6月30日止六個月則為53.4%。

分銷開支

分銷開支由截至2014年6月30日止六個月288.4百萬美元（佔銷售淨額26.1%）增加32.2百萬美元或11.2%至截至2015年6月30日止六個月320.5百萬美元（佔銷售淨額26.8%）。此增長主要由於2015年銷售量增加所致。分銷開支佔銷售淨額百分比按年輕微增加，主要由於本集團的零售擴張策略、本集團拉丁美洲業務的基建投資、American Tourister品牌的地域擴展投資及整合收購事項令成本增加所致。

營銷開支

本集團在營銷方面的開支由截至2014年6月30日止六個月69.4百萬美元（佔銷售淨額6.3%）增加1.4百萬美元或2.0%至截至2015年6月30日止六個月70.8百萬美元（佔銷售淨額5.9%）。按固定貨幣基準，營銷開支增加8.6百萬美元或12.5%。營銷開支佔銷售淨額百分比按年減少，此乃由於所收購品牌的銷售額增長、內部銷售增長強勁及廣告宣傳費用有所提高所致。於歐洲，本集團於2015年上半年動用該區銷售淨額的8.9%，以推動區內*American Tourister*品牌的地域擴展，而去年同期則為銷售淨額的7.7%。截至2015年6月30日止六個月，本集團減少亞洲的營銷開支至銷售淨額的6.0%，而2014年上半年則為銷售淨額的7.5%，讓歐洲區增加其開支以及抵銷上述的盈利壓力。於2015年上半年，本集團繼續投放針對性及重點的廣告宣傳及推廣活動。本集團相信其銷售淨額的增長印證其廣告活動的成功，並將繼續透過針對性營銷活動提升品牌和產品知名度以及推動額外銷售淨額增長。

一般及行政開支

一般及行政開支由截至2014年6月30日止六個月73.4百萬美元（佔銷售淨額6.6%）增加3.3百萬美元或4.5%至截至2015年6月30日止六個月76.7百萬美元（佔銷售淨額6.4%）。儘管一般及行政開支絕對值增加，惟該等開支佔銷售淨額百分比減少20個基點，反映本集團嚴格控制其固定成本，並憑藉其強勁銷售增長以發揮槓桿作用。由於2015年1月授出購股權，故以股份支付的薪酬開支（計入一般及行政開支的非現金開支）為7.8百萬美元，較2014年上半年增加2.2百萬美元。撇除以股份支付的薪酬開支增加，一般及行政開支佔銷售淨額百分比下降41個基點。

其他開支

截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月，本集團分別產生其他開支6.9百萬美元及5.2百萬美元。2015年上半年其他開支包括收購成本2.7百萬美元，主要用於包括與收購事項相關的盡職審查及整合活動、遣散的成本以及專業及法律費用。相對之下，2014年上半年其他開支包括有關收購行動的成本4.2百萬美元。

經營溢利

按固定貨幣基準，本集團截至2015年6月30日止六個月的經營溢利較截至2014年6月30日止六個月增加4.3百萬美元或2.8%。本集團以美元申報的經營溢利由截至2014年6月30日止六個月152.3百萬美元減少5.3百萬美元或3.5%至截至2015年6月30日止六個月147.0百萬美元，此乃由於美元強勢所致。期內經營溢利受到美元強勢、本集團擴充零售店令成本上升、毛利率下降、為*American Tourister*品牌於歐洲的地域擴展所作的投資，以及於拉丁美洲所作的投資的負面影響。

財務費用淨額

財務費用淨額由截至2014年6月30日止六個月3.4百萬美元增加2.3百萬美元或68.3%至截至2015年6月30日止六個月5.8百萬美元。此升幅主要由於外匯虧損增加2.3百萬美元所致。

所得稅前溢利

按固定貨幣基準，截至2015年6月30日止六個月的所得稅前溢利較截至2014年6月30日止六個月增加5.2百萬美元或3.5%。以美元申報的所得稅前溢利由截至2014年6月30日止六個月148.9百萬美元減少7.7百萬美元或5.2%至截至2015年6月30日止六個月141.2百萬美元，此乃由於上述因素所致。

所得稅開支

所得稅開支由截至2014年6月30日止六個月39.3百萬美元減少2.7百萬美元或7.0%至截至2015年6月30日止六個月36.6百萬美元。

就中期呈報目的而言，本集團使用實際稅率應用於中期期間所得稅前溢利。申報實際稅率按本集團應繳納稅項的司法權區之加權平均所得稅率計算，並就永久性賬面／稅務差異、稅項優惠、稅務儲備變動及未確認遞延稅項資產作調整。

截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月，本集團業務的綜合實際稅率分別為25.9%及26.4%。綜合實際申報稅率輕微下跌乃主要由於全球不同高稅率司法權區及低稅率司法權區的盈利組合所致。

期內溢利

按固定貨幣基準，截至2015年6月30日止六個月的期內溢利較截至2014年6月30日止六個月增加6.4百萬美元或5.9%。截至2015年6月30日止六個月，以美元申報的期內溢利為104.6百萬美元，較截至2014年6月30日止六個月109.6百萬美元減少5.0百萬美元或4.5%。按固定貨幣基準，股權持有人應佔溢利較去年同期增加8.6百萬美元或8.9%。於2015年上半年，以美元申報的股權持有人應佔溢利為94.4百萬美元，較去年同期減少2.6百萬美元或2.7%。期內溢利受到美元強勢、本集團擴充零售店令成本上升、毛利率下降、為*American Tourister*品牌於歐洲的地域擴展所作的投資，以及於拉丁美洲所作的投資的負面影響。

按固定貨幣基準，截至2015年6月30日止六個月的經調整淨收入（一項非IFRS財務計量工具）較截至2014年6月30日止六個月增加7.7百萬美元或7.2%。以美元申報的經調整淨收入由截至2014年6月30日止六個月105.7百萬美元減少3.7百萬美元或3.5%至截至2015年6月30日止六個月102.1百萬美元。經調整淨收入受上述因素所影響。有關本集團撇除影響以美元申報的期內溢利的若干非經常性成本及費用以及其他非現金費用的詳盡討論，請參閱下文所示期內溢利與經調整淨收入的對賬。

每股基本盈利（「每股基本盈利」）及每股攤薄盈利（「每股攤薄盈利」）由截至2014年6月30日止六個月0.069美元減少2.9%至截至2015年6月30日止六個月0.067美元。用於計算每股基本盈利的加權平均股數因本集團股份獎勵計劃若干參與者行使購股權以致發行股份增加1.5百萬股。用於計算每股攤薄盈利的已發行加權平均股數較2014年6月30日增加2.7百萬股，此乃由於2015年上半年若干已發行購股權變為具攤薄作用。

截至2015年6月30日止六個月經調整每股基本盈利及經調整每股攤薄盈利為0.072美元，而截至2014年6月30日止六個月則為0.075美元。

經調整EBITDA

按固定貨幣基準，截至2015年6月30日止六個月的經調整EBITDA（一項非IFRS財務計量工具）較截至2014年6月30日止六個月增加15.6百萬美元或8.4%。以美元申報的經調整EBITDA由截至2014年6月30日止六個月186.7百萬美元增加3.3百萬美元或1.8%至截至2015年6月30日止六個月190.0百萬美元。以美元申報的經調整EBITDA利潤率由16.9%下降至15.9%，此乃由於去年完成的收購事項正處於業務整合期以致初期利潤率較低、貨幣匯兌為採購產品帶來的影響、本集團擴充零售店令成本上升、為American Tourister品牌於歐洲的地域擴展所作的投資，以及於拉丁美洲所作的投資所致。本集團於亞洲的經調整EBITDA利潤率受惠於上文所述的營銷開支減少。本集團繼續嚴謹控制其固定成本，同時，核心業務的銷售仍然錄得強勁增長。

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月本集團期內溢利與經調整EBITDA對賬：

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
期內溢利	104,614	109,568
加(減)：		
所得稅開支	36,569	39,310
財務費用	6,051	3,636
財務收入	(271)	(201)
折舊	23,229	19,353
攤銷	5,120	4,208
EBITDA	175,312	175,874
加：		
以股份支付的薪酬開支	7,831	5,621
其他調整 ⁽¹⁾	6,874	5,176
經調整EBITDA	190,017	186,671
經調整EBITDA利潤率	15.9%	16.9%

附註

(1) 其他調整主要包括綜合收益表中的「其他開支」，其中包括收購成本。

下表載列截至 2015 年 6 月 30 日及 2014 年 6 月 30 日止六個月按地區基準呈列的期內溢利（虧損）與經調整 EBITDA 對賬：

(以千美元呈列)	截至 2015 年 6 月 30 日止六個月					
	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	合計
期內溢利（虧損）	44,155	15,814	10,850	(149)	33,944	104,614
加（減）：						
所得稅開支（抵免）	16,134	10,893	4,675	(110)	4,977	36,569
財務費用	808	615	(834)	1,263	4,199	6,051
財務收入	(215)	(1)	(43)	(12)	0	(271)
折舊	7,561	5,555	7,770	1,161	1,182	23,229
攤銷	2,618	674	846	966	16	5,120
EBITDA	71,061	33,550	23,264	3,119	44,318	175,312
加（減）：						
以股份支付的薪酬開支	558	1,598	657	149	4,869	7,831
其他調整 ⁽¹⁾	32,459	27,068	8,564	2,068	(63,285)	6,874
經調整 EBITDA	104,078	62,216	32,485	5,336	(14,098)	190,017
經調整 EBITDA 利潤率	22.1%	15.4%	12.7%	8.5%	無意義	15.9%

附註

(1) 其他調整主要包括綜合收益表中的「其他開支」，其中包括收購成本。地區業績包括集團內部的專利收入／開支。
無意義 無意義。

(以千美元呈列)	截至 2014 年 6 月 30 日止六個月					
	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	合計
期內溢利	36,581	17,218	20,044	5,112	30,633	109,568
加（減）：						
所得稅開支	12,677	12,615	10,852	643	2,523	39,310
財務費用	(68)	273	541	(980)	3,870	3,636
財務收入	(189)	(2)	(56)	47	(1)	(201)
折舊	6,804	3,126	7,659	1,050	714	19,353
攤銷	2,103	387	735	966	17	4,208
EBITDA	57,888	33,617	39,775	6,838	37,756	175,874
加（減）：						
以股份支付的薪酬開支	411	1,114	1,006	132	2,958	5,621
其他調整 ⁽¹⁾	29,376	25,981	3,654	1,588	(55,423)	5,176
經調整 EBITDA	87,675	60,712	44,435	8,558	(14,709)	186,671
經調整 EBITDA 利潤率	20.8%	17.6%	16.7%	12.8%	無意義	16.9%

附註

(1) 其他調整主要包括綜合收益表中的「其他開支」，其中包括收購成本。地區業績包括集團內部的專利收入／開支。
無意義 無意義。

本集團呈列經調整 EBITDA 是因為其相信，當檢視其經營業績（根據 IFRS 編製及與期內溢利（虧損）進行對賬）時，經調整 EBITDA 將提供更多資料，有利於更全面了解其經營表現及影響其業務的趨勢。經調整 EBITDA 是本集團用於評估經營表現及賺取現金的一項重要量度標準。

如本文所計算的經調整EBITDA為一項非IFRS財務計量工具，或未必可與其他公司所使用類似命名的計量工具進行比較，且不應視為一項可與本集團綜合收益表中期內溢利（虧損）比較的計量工具。經調整EBITDA作為一項分析工具有其局限性，不應視為獨立於或代替本集團根據IFRS所呈報的經營業績的分析。

經調整淨收入

按固定貨幣基準，截至2015年6月30日止六個月的經調整淨收入（一項非IFRS財務計量工具）較截至2014年6月30日止六個月增加7.7百萬美元或7.2%。撇除外匯兌收益（虧損）及以股份支付的薪酬開支，按固定貨幣基準，截至2015年6月30日止六個月的經調整淨收入較截至2014年6月30日止六個月增加8.1%。以美元申報的經調整淨收入由截至2014年6月30日止六個月105.7百萬美元減少3.7百萬美元或3.5%至截至2015年6月30日止六個月102.1百萬美元。經調整淨收入受到美元強勢、本集團擴充零售店令成本上升、毛利率下降、為*American Tourister*品牌於歐洲的地域擴展所作的投資，以及於拉丁美洲所作的投資的負面影響。

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月本集團期內溢利與經調整淨收入對賬：

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
期內溢利	104,614	109,568
非控股權益應佔溢利	(10,224)	(12,592)
股權持有人應佔溢利	94,390	96,976
加（減）：		
認沽期權的公平值變動	2,057	2,491
無形資產攤銷	5,120	4,208
收購活動相關開支	2,686	4,218
稅項調整	(2,185)	(2,144)
經調整淨收入 ⁽¹⁾	102,068	105,749

附註

(1) 指本公司股權持有人應佔經調整淨收入。

本集團呈列經調整淨收入，因為其相信此計量工具有助證券分析員、投資者及其他利益人士更了解本集團的相關財務表現。呈列經調整淨收入時，本集團撇除多項非經常性成本及費用以及若干其他影響其以美元申報的期內溢利的非現金費用的影響。

如本文所計算的經調整淨收入為一項非IFRS財務計量工具，或未必可與其他公司所使用類似命名的計量工具進行比較，且不應視為一項可與本集團綜合收益表中期內溢利（虧損）比較的計量工具。經調整淨收入作為一項分析工具有其局限性，不應視為獨立於或代替本集團根據IFRS所呈報的經營業績的分析。

流動資金及財務資源

本集團資本管理政策主要目標為保持其持續經營能力，向本公司股東提供回報，並為資本開支、一般營運開支及營運資本需要提供資金及支付債務。本集團流動資金主要來源為經營活動之現金流量、投資現金、可用信貸額度及本公司發行新股（待股東批准後方可作實）的能力。本集團相信，其現有現金及估計現金流量，加上流動營運資金，將足以應付本集團未來最少十二個月營運及資本需求。

截至2015年6月30日止六個月，經營活動提供的現金增加26.7百萬美元或50.3%至79.9百萬美元，而截至2014年6月30日止六個月則為53.1百萬美元。此增幅主要由於營運資金管理更有效率所致。

截至2015年6月30日止六個月，投資活動所用現金淨額為51.8百萬美元，而去年則為143.2百萬美元。此增幅主要由於2014年上半年收購Speck Products及Lipault，以及購買物業、廠房及設備的支出對比過往年度減少，部分被於2015年2月收購Rolling Luggage抵銷所致。

截至2015年6月30日止六個月，融資活動所得現金流量淨額為33.9百萬美元，而截至2014年6月30日止六個月則為76.3百萬美元。融資活動所得現金流量主要由於本集團動用其循環信貸為收購事項提供部分資金，部分被以代價15.6百萬美元收購本集團俄羅斯附屬公司的非控股權益抵銷所致。

負債

下表載列本集團於2015年6月30日及2014年12月31日的貸款及借款的賬面值：

<i>(以千美元呈列)</i>	2015年6月30日	2014年12月31日
循環信貸	103,413	60,000
其他信貸額	13,785	7,536
融資租賃承擔	87	32
貸款及借款總額	117,285	67,568
減遞延融資成本	(1,601)	(2,419)
貸款及借款總額減遞延融資成本	115,684	65,149

於2015年6月30日，本集團現金及現金等價物為203.0百萬美元。

本集團維持循環信貸融資（「循環信貸」）金額於500.0百萬美元。融資可額外增加300.0百萬美元，惟須由貸款人批准。循環信貸自2014年6月17日的生效日期起計初步年期為五年，並可按本集團要求及貸款人選擇延長一年。循環信貸下的借款利率為以下各項的總和：(i) (a) 倫敦銀行同業拆息或(b)貸款人的最優惠利率及(ii)將按本集團的槓桿比率釐定的息差。根據本集團的槓桿比率，循環信貸對任何未動用的金額收取每年介乎0.2%至0.325%的承諾費，倘另一名借款人加入循環信貸則須收取代理費。循環信貸以本集團位於美國及歐洲的若干資產以及本集團的知識產權抵押。循環信貸亦包含與利息償付比率及槓桿比率有關的財務契諾，以及營運契諾，其中包括限制本集團產生額外債務、就其資產訂立留置權及參與若干併購、收購、清盤、資產出售或投資的能力。於2015年6月30日，本集團一直遵守財務契諾。於2015年6月30日，由於未償還的借款103.4百萬美元及就提供予若干債權人的未償還信用狀而動用2.5百萬美元融資，按循環信貸可予借出的金額為394.1百萬美元。於2014年12月31日，由於未償還的借款60.0百萬美元及就提供予若干債權人的未償還信用狀而動用2.5百萬美元融資，可予借出的金額為437.5百萬美元。

本集團若干綜合附屬公司與彼等營運所在地區的多名第三方貸款人訂立信貸額。此等當地信貸額為該等附屬公司日常業務營運提供營運資金，包括透支、銀行擔保、貿易融資以及賬款保收融資。此等信貸額大部分為無承諾的融資。於2015年6月30日及2014年12月31日，當地融資下的未償還總額分別為13.8百萬美元及7.5百萬美元。

下表載列於2015年6月30日及2014年12月31日本集團貸款及借款（撇除淨額結算協議影響）的合約到期日：

(以千美元呈列)	2015年6月30日	2014年12月31日
按要求或於一年內	117,226	67,550
一年後但兩年內	22	15
兩年後但五年內	37	3
五年以上	-	-
	117,285	67,568

對沖

本集團的非美國附屬公司定期訂立與採購主要以美元結算的存貨有關的遠期合約，此等合約旨在進行現金流量對沖。於2015年6月30日與此等衍生工具有關的現金流量預期於一年內為84.5百萬美元。

其他財務資料

營運資金比率

存貨分析

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月本集團平均存貨、銷售成本及平均存貨日數的概要。

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
平均存貨 ⁽¹⁾	338,661	324,225
銷售成本	574,555	516,661
平均存貨週轉日數 ⁽²⁾	108	115

附註

(1) 平均存貨相等於特定期間期初及期末的存貨淨額的平均數。

(2) 特定期間的平均存貨週轉日數相等於該期間的平均存貨除以該期間的銷售成本，再乘以該期間的日數。

2015年上半年本集團平均存貨（於2015年6月30日為345.0百萬美元，而於2014年12月31日則為332.3百萬美元）較2014年上半年本集團平均存貨（於2014年6月30日為350.1百萬美元，而於2013年12月31日則為298.4百萬美元）增加，此乃由於支持客戶需求增加及推出新產品，以及於2015年上半年完成Rolling Luggage收購事項及於2014年下半年完成Gregory收購事項所致。

應收賬款及其他應收款項

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月本集團平均應收賬款及其他應收款項、銷售淨額以及應收賬款及其他應收款項週轉日數的概要。

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
平均應收賬款及其他應收款項 ⁽¹⁾	303,554	280,306
銷售淨額	1,196,466	1,105,321
應收賬款及其他應收款項週轉日數 ⁽²⁾	46	46

附註

(1) 平均應收賬款及其他應收款項相等於特定期間期初及期末應收賬款及其他應收款項淨額的平均數。

(2) 特定期間的應收賬款及其他應收款項週轉日數相等於該期間的平均應收賬款及其他應收款項除以該期間的銷售淨額，再乘以該期間的日數。

2015年上半年本集團平均應收賬款及其他應收款項（於2015年6月30日為316.3百萬美元，而於2014年12月31日則為290.8百萬美元）較2014年上半年本集團平均應收賬款及其他應收款項（於2014年6月30日為314.2百萬美元，而於2013年12月31日則為246.4百萬美元）增加，與銷售淨額增長一致，以及由於2014年下半年完成Gregory收購事項所致。

於2015年6月30日的應收賬款平均為於賬單日期起計60日內到期。

應付賬款及其他應付款項

下表載列截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月本集團平均應付賬款及其他應付款項、銷售成本以及應付賬款及其他應付款項週轉日數的概要。

(以千美元呈列)	截至6月30日止六個月	
	2015年	2014年
平均應付賬款及其他應付款項 ⁽¹⁾	456,294	439,462
銷售成本	574,555	516,661
應付賬款及其他應付款項週轉日數 ⁽²⁾	145	155

附註

(1) 平均應付賬款及其他應付款項相等於特定期間期初及期末應付賬款及其他應付款項的平均數。

(2) 特定期間的應付賬款及其他應付款項週轉日數相等於該期間的平均應付賬款及其他應付款項除以該期間的銷售成本，再乘以該期間的日數。

2015年上半年本集團平均應付賬款及其他應付款項（於2015年6月30日為497.1百萬美元，而於2014年12月31日則為415.4百萬美元）較2014年上半年平均應付賬款及其他應付款項（於2014年6月30日為491.7百萬美元，而於2013年12月31日則為387.2百萬美元）增加，主要由於2015年6月30日應付股息88.0百萬美元、購買存貨增加及購貨時間，以及由於2015年上半年完成Rolling Luggage收購事項及於2014年下半年完成Gregory收購事項所致。

於2015年6月30日的應付賬款平均為於發票日期起計105日內到期。

槓桿比率

下表載列本集團於2015年6月30日及2014年12月31日的貸款及借款（撇除遞延融資成本）、權益總額及槓桿比率。

(以千美元呈列)	2015年6月30日	2014年12月31日
貸款及借款（撇除遞延融資成本）	117,285	67,568
權益總額	1,304,383	1,307,440
槓桿比率 ⁽¹⁾	9.0%	5.2%

附註

(1) 按貸款及借款總額（撇除遞延融資成本）除以權益總額計算。

其他資料

於2015年6月30日及2014年12月31日，流動資產總額分別為946.8百萬美元及835.3百萬美元，資產總額減流動負債則分別為1,521.2百萬美元及1,527.7百萬美元。

策略評估及全年展望

於2015年上半年，本集團在持續落實其策略規劃的同時取得以下成就：

正面財務業績

以美元申報的銷售淨額增加至1,196.5百萬美元的新記錄，按固定貨幣基準，較2014年同期增長16.6%。以美元申報的銷售淨額增長8.2%。按固定貨幣基準，經營溢利、期內溢利及經調整淨收入按年分別增加2.8%、5.9%及7.2%。本集團財務表現受到美元強勢、本集團擴充零售店令成本上升、毛利率較低、為*American Tourister*品牌於歐洲的地域擴展所作的投資，以及於拉丁美洲所作的投資的負面影響。按固定貨幣基準，經調整EBITDA增長15.6百萬美元或8.4%。以美元申報的經調整EBITDA增長3.3百萬美元或1.8%至190.0百萬美元。以美元申報的經調整EBITDA利潤率由16.9%下降至15.9%，此乃由於去年完成的收購事項正處於業務整合期以致初期利潤率較低、貨幣匯兌為採購產品帶來的影響、本集團擴充零售店令成本上升、為*American Tourister*品牌於歐洲的地域擴展所作的投資，以及於拉丁美洲所作的投資所致。截至2015年6月30日止六個月，本集團自經營活動產生現金79.9百萬美元。

大幅投資於宣傳及推廣

本集團繼續投資於市場推廣，佔2015年上半年銷售淨額約5.9%，按固定貨幣基準增加12.5%，反映其致力於宣傳及推廣其品牌及產品，以支援全球銷售增長。

推出革新及創意產品

本集團繼續專注於創新及確保產品反映各地區的消費者品味。創新及專注於地區產品開發為銷售增長的主要動力，並可為向本集團客戶提供優質及富價值的產品。

收購事項

於2015年2月16日，本公司若干全資附屬公司完成收購Rolling Luggage的業務及近乎所有資產，現金代價為15.75百萬英鎊，其後經(0.25)百萬英鎊的營運資金調整，總收購價為15.50百萬英鎊，如有任何租賃未能成功轉讓則須調整收購價。收購事項讓本集團成功涉足若干世界領先的機場經營零售業務，並進一步擴展本集團的零售店組合。截至2015年1月31日止財政年度，Rolling Luggage錄得銷售淨額26.7百萬英鎊。

於2015年6月，本集團以現金15.6百萬美元收購其俄羅斯附屬公司的40%非控股權益，並於2015年7月償付最終營運資金調整0.2百萬美元，將其擁有權由60%增至100%。

未來前景

於2015年下半年，本集團將繼續按照計劃執行其發展策略，同時專注於以下方面的工作：

- 發揮本集團多元化品牌組合（包括新秀丽、American Tourister、Hartmann、High Sierra、Gregory、Speck及Lipault）的實力，繼續擴大於所有市場的市場份額；
- 分配更多資源以增加本集團直接面向消費者的銷售額（包括電子商貿、零售及全方位渠道）佔銷售淨額的比重；
- 分配更多資源至本集團市場份額較低但具潛力提升份額的拉丁美洲市場；
- 分配更多資源至所收購的品牌，以於全球增加銷售額及擴大市場份額；
- 專注於將Speck Products、Lipault及Gregory進一步合併至本集團現有業務，並繼續達致採購、系統及後勤支援工作的預期協同效益；
- 繼續改善本集團供應鏈及全球分銷網絡的效益及效率；及
- 憑藉本集團強勁的管理團隊及財政能力，繼續審視可配合策略且具吸引力的收購機會。

本集團旨在取得銷售淨額增長、維持毛利率、提高經調整EBITDA利潤率及提高股東價值。

企業管治及其他資料

董事

於2015年6月30日，本公司董事會（「董事會」）由以下人士組成：

執行董事（「執行董事」）

Ramesh Dungarmal Tainwala
Kyle Francis Gendreau
Tom Korbas

非執行董事

Timothy Charles Parker

獨立非執行董事（「獨立非執行董事」）

Paul Kenneth Etchells
Keith Hamill
高啟坤
Bruce Hardy McLain (Hardy)
葉鶯

於2015年6月30日，各董事委員會如下：

審核委員會／審閱賬目

董事會已成立審核委員會，並已採納載列委員會權力及職責的書面職權範圍。審核委員會由四名成員組成，即Paul Etchells先生（審核委員會的主席）、Keith Hamill先生、高啟坤先生及葉鶯女士。

在符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）第3.21條的情況下，至少一名審核委員會成員須擁有會計或相關財務管理專業方面的適當專業資格，以履行審核委員會的責任。

所有成員均在審閱經審核財務報表方面有足夠經驗，並在需要時由本公司的核數師協助。

審核委員會的主要職責為檢討及監察本公司財務申報程序及內部監控、監控本公司財務報表及財務報告的完整性以及監督審核程序。

審核委員會已連同董事會審閱本集團截至2015年6月30日止六個月的中期報告。中期業績亦已經由本集團的外聘核數師審閱。

提名委員會

董事會已成立提名委員會，並已採納載列委員會權力及職責的書面職權範圍。提名委員會由四名成員組成，即Timothy Parker先生（提名委員會的主席）、Paul Etchells先生、高啟坤先生及葉鶯女士。

提名委員會的主要職責為檢討董事會架構、規模及組成、就董事會組成的任何變動向董事會提供推薦建議及評估獨立非執行董事的獨立性。物色合適人選時，提名委員會將（如適用及合適）刊登公開招聘廣告或利用外聘顧問的服務及按客觀標準考慮來自不同背景人選的勝任能力。

薪酬委員會

董事會已成立薪酬委員會，並已採納載列委員會權力及職責的書面職權範圍。薪酬委員會由四名成員組成，即高啟坤先生（薪酬委員會的主席）、Paul Etchells先生、Hardy McLain先生及葉鶯女士。

薪酬委員會的主要職責為就本公司董事及高級管理層的薪酬政策及架構，及就有關薪酬設立正規而具透明度的程序的政策向董事會作出推薦建議以及釐定全體執行董事及若干高級管理層成員的具體薪酬待遇。

企業管治常規

本公司致力維持高水平的企業管治。本公司認為健全的企業管治常規是本公司能有效及具透明度地營運以及保障其股東權利及提高股東價值的基礎。

本公司採納其企業管治手冊，乃根據上市規則附錄14所載不時生效的《企業管治守則》（「企業管治守則」）的原則、條文及常規所編製。

本公司自2015年1月1日起至2015年6月30日止整個期間已遵守企業管治守則所載的所有適用守則條文，惟下述有關本公司聯席公司秘書偏離守則條文第F.1.3條者除外。

守則條文第F.1.3條規定公司秘書須向主席及行政總裁匯報。

本公司的副總裁、總法律顧問兼聯席公司秘書John Livingston先生須向本公司財務總監（「財務總監」）匯報。本公司認為此舉屬合適，因Livingston先生與財務總監常駐同一地點，且與財務總監有日常緊密合作。此外，Livingston先生就企業管治及其他董事會相關事宜直接與本公司主席、其行政總裁以及各董事會委員會主席合作。本公司另一常駐香港的聯席公司秘書周玉燕女士須向Livingston先生匯報。本公司認為此舉屬合適，因彼作為聯席公司秘書的主要職責為協助Livingston先生確保本公司遵守其於上市規則項下的責任。

董事資料變動

根據上市規則第13.51(B)(1)條，本公司若干董事的資料於本公司2014年年報刊發後的變動概述如下：

截至2015年6月30日止六個月，高啟坤先生辭任Merlin Entertainments Group PLC的董事、Surbana International Consultants Holdings Pte Ltd的董事及Temasek International Advisors Pte Ltd的企業顧問，分別自2015年5月、2015年2月及2015年6月起生效。高先生於2015年6月獲委任為Ascendas-Singbridge Pte Ltd的董事兼集團行政總裁。

截至2015年6月30日止六個月，Bruce (Hardy) McLain先生獲委任為Everbright Ltd.的非執行董事及Terressentia Corp.的非執行董事，分別自2015年2月及2015年4月起生效。

於2015年7月，Timothy Charles Parker先生獲委任為Post Office Limited主席，自2015年10月1日起生效。Post Office Limited為一間英國零售郵政公司，由英國政府擁有。

聯席公司秘書及授權代表

John Bayard Livingston先生及周玉燕女士為本公司聯席公司秘書，而周女士及Ramesh Dungarmal Tainwala先生為本公司的授權代表（根據上市規則）。

董事證券交易

本公司已採納其本身就可能擁有本集團未公開內幕消息的董事及相關僱員進行證券交易的政策（「交易政策」），有關條款不比上市規則附錄10所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》寬鬆。經向全體董事作出詳盡查詢後，全體董事均已確認彼等於截至2015年6月30日止六個月一直遵守交易政策所載的規定準則。

股份獎勵計劃

於2012年9月14日，本公司股東採納本公司股份獎勵計劃，該計劃有效期至2022年9月13日為止。股份獎勵計劃的目的乃通過提供獲取本公司股權的機會吸引有技能和經驗的人員，激勵彼等留任本集團，以及鼓勵彼等為本集團的未來發展及擴展而努力。股份獎勵計劃項下的獎勵可為購股權或受限制股份單位，按董事會酌情決定授出的形式授予董事、僱員或董事會可能決定的其他人士。

購股權的行使價乃於授出時由董事會全權酌情釐定，惟在任何情況下不得低於以下三者中的較高者：

- a) 於授出日聯交所刊發的每日報價表所列股份收市價；
- b) 緊接授出日前五個營業日聯交所刊發的每日報價表所列股份平均收市價；及
- c) 股份面值。

於2015年7月31日（「最後實際可行日期」），根據股份獎勵計劃可能授出的獎勵的最高股份數目合共為88,034,884股股份，佔本公司已發行股本約6.2%。個別參與者可於任何12個月期間根據股份獎勵計劃獲授本公司已發行股份總數不超過1%的獎勵。個別參與者如獲授超出此限額的獎勵須經獨立股東批准。

於2015年1月7日，本集團向若干董事、主要管理人員及其他僱員授出額外16,006,812份購股權。所授出購股權的行使價為23.31港元。該等購股權須於4年期內按比例歸屬，當中25%的購股權於授出日的各個週年日歸屬。該等購股權的年期為10年。

於2015年1月7日，本集團向一名執行董事及向本集團高級管理團隊額外五名成員特別授出額外10,040,399份購股權。所授出購股權的行使價為23.31港元。該等購股權的60%將於2018年1月7日歸屬，而40%則將於2020年1月7日歸屬。該等購股權的年期為10年。

根據購股權的條款，已歸屬購股權的持有人有權按等於購股權行使價的每股認購價認購本公司新發行的普通股。作為已授出購股權回報的已獲取服務的公平值乃基於以柏力克—舒爾斯估值模式計量的所授購股權的公平值計算。由於所作假設及所用模式有所限制，故就購股權計算的公平值難免有主觀成分。

所授出購股權於授出日的公平值一般於獎勵的歸屬期內確認為開支，如該等購股權為以股權結算的獎勵，權益則會相應增加。確認為開支的金額須予調整，以反映預期可符合歸屬條件的獎勵數目，致使最終確認的金額乃基於在歸屬日符合歸屬條件的獎勵數目。

在計算於2015年1月7日授出16,006,812份購股權的以股份支付在授出日的公平值時採用的輸入參數如下。

於授出日的公平值	7.57港元
於授出日的股價	23.10港元
行使價	23.31港元
預期波動（加權平均波動）	40.0%
購股權年期（預期加權平均年期）	6.25年
預期股息	1.9%
無風險利率（以政府債券為基準）	1.4%

在計算於2015年1月7日授出10,040,399份購股權的以股份支付在授出日的公平值時採用的輸入參數如下。

於授出日的公平值	7.94港元
於授出日的股價	23.10港元
行使價	23.31港元
預期波動（加權平均波動）	40.4%
購股權年期（預期加權平均年期）	7年
預期股息	1.9%
無風險利率（以政府債券為基準）	1.4%

因本公司股份的交易歷史有限，預期波動乃經計及歷史平均股價波動及可資比較公司的歷史平均股價波動而估計。

合共7.8百萬美元及5.6百萬美元的以股份支付的薪酬開支已分別計入截至2015年6月30日及2014年6月30日止六個月的綜合收益表中。

截至2015年6月30日止六個月期間，購股權的詳情及變動如下：

承授人的姓名 ／類別	購股權數目					授出日	行使期	每股行使價 (港元)	緊接授出日 前的收市價 (港元)
	於2015年 1月1日	期內授出	期內行使 ⁽¹⁾	期內註銷 ／失效	於2015年 6月30日				
董事 Timothy Parker	1,821,615	—	—	—	1,821,615	2014年1月 7日	2015年1 月7日 - 2024年1 月6日	23.30	23.30
Timothy Parker	2,368,749	—	—	—	2,368,749	2013年1月 8日	2014年1 月8日 - 2023年1 月7日	17.36	16.90
Ramesh Tainwala	—	2,166,815	—	—	2,166,815	2015年1月 7日	2016年1 月7日 - 2025年1 月6日	23.31	23.30
Ramesh Tainwala	638,033	—	—	—	638,033	2014年1月 7日	2015年1 月7日 - 2024年1 月6日	23.30	23.30
Ramesh Tainwala	843,208	—	—	—	843,208	2013年1月 8日	2014年1 月8日 - 2023年1 月7日	17.36	16.90
Kyle Gendreau	—	866,726	—	—	866,726	2015年1月 7日	2016年1 月7日 - 2025年1 月6日	23.31	23.30
Kyle Gendreau	—	2,506,600	—	—	2,506,600	2015年1月 7日	2018年1 月7日 - 2025年1 月6日	23.31	23.30
Kyle Gendreau	589,543	—	—	—	589,543	2014年1月 7日	2015年1 月7日 - 2024年1 月6日	23.30	23.30
Kyle Gendreau	779,124	—	—	—	779,124	2013年1月 8日	2014年1 月8日 - 2023年1 月7日	17.36	16.90
Tom Korbas	—	714,182	—	—	714,182	2015年1月 7日	2016年1 月7日 - 2025年1 月6日	23.31	23.30
Tom Korbas	577,351	—	—	—	577,351	2014年1月 7日	2015年1 月7日 - 2024年1 月6日	23.30	23.30
Tom Korbas	552,588	—	—	—	552,588	2013年1月 8日	2014年1 月8日 - 2023年1 月7日	17.36	16.90
董事總計	8,170,211	6,254,323	—	—	14,424,534				

承授人的姓名 ／類別	購股權數目					授出日	行使期	每股行使價 (港元)	緊接授出日 前的收市價 (港元)
	於2015年 1月1日	期內授出	期內行使 ⁽¹⁾	期內註銷 ／失效	於2015年 6月30日				
其他 僱員	—	12,259,089	—	(170,400)	12,088,689	2015年1月 7日	2016年1 月7日 - 2025年1 月6日	23.31	23.30
僱員	—	7,533,799	—	—	7,533,799	2015年1月 7日	2018年1 月7日 - 2025年1 月6日	23.31	23.30
僱員	8,531,526	—	(501,033)	(444,514)	7,585,979	2014年1月 7日	2015年1 月7日 - 2024年1 月6日	23.30	23.30
僱員	257,566	—	—	—	257,566	2014年5月 29日	2015年5 月29日 - 2024年5 月28日	24.77	25.25
僱員	9,674,041	—	(1,200,664)	(384,799)	8,088,578	2013年1月 8日	2014年1 月8日 - 2023年1 月7日	17.36	16.90
僱員	108,522	—	—	—	108,522	2013年7月 1日	2014年7 月1日 - 2023年6 月30日	18.68	18.68
僱員總計	18,571,655	19,792,888	(1,701,697)	(999,713)	35,663,133				
總計	26,741,866	26,047,211	(1,701,697)	(999,713)	50,087,667				

附註

1 緊接參與者行使日期前股份加權平均收市價為26.09港元。

人力資源及薪酬

於2015年6月30日，本集團擁有約9,300名僱員。本集團定期根據有關市場慣例、僱員表現及本集團財務業績檢討其僱員薪酬及福利。

股息及分派

本公司將於任何特定年度根據其財務狀況、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派（以本公司特別可供分派儲備、股息或其他方式作出）。本公司擬因應盈利增長而增加向其股東作出的分派。於董事會作出推薦意見及本公司股東批准後將作出分派的決定，並將以本集團的盈利、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本集團可能於日後訂立的融資協議所規限。

於2015年3月16日，董事會建議自特別可供分派儲備向於2015年6月17日名列股東名冊的本公司股東作出88.0百萬美元或每股約0.0624美元的現金分派。股東於2015年6月4日舉行的股東週年大會上批准該項分派，而分派已於2015年7月13日支付。

其後概無宣派或支付任何其他股息或分派。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2015年6月30日止六個月內，本公司就本公司股份獎勵計劃項下授出的購股權獲行使而按加權平均行使價每股19.11港元發行1,701,697股普通股。截至2015年6月30日止六個月內，本公司或其任何附屬公司概無購買或贖回本公司上市證券。

刊發中期業績及中期報告

本公告於聯交所(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.samsonite.com)刊發。截至2015年6月30日止六個月的中期報告將於適當時候寄發予股東及於聯交所及本公司網站刊載。

承董事會命
新秀丽國際有限公司
主席
Timothy Charles Parker

香港，2015年8月26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、Keith Hamill、高啟坤、Bruce Hardy McLain (Hardy) 及葉鶯。