

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所對本文件通告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就本通告全部或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。



Goodbaby International Holdings Limited

好孩子國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：1086)

自願公告

截至2019年9月30日止九個月

收入表現

根據好孩子國際控股有限公司(「本公司」，連同附屬公司，統稱「本集團」)未經審計的合併管理帳目，截至2019年9月30日止九個月(「本期間」)，按恒定貨幣口徑計算，本期間收入較2018年同期上漲4.2%。按照本集團報告貨幣港幣計算，本期間內本集團收入約6,450.7百萬港幣，較2018年同期收入約6,457.6百萬港幣略微下降0.1%，這是由於較2018年同期相比，本期間的匯率波動尤其是人民幣和歐元對港幣的匯率波動影響了集團各本幣收入對港幣的折算。

(百萬港幣)	截止9月30日					恒定貨幣口徑 同比變化(%)
	2019年(未經審計)		2018年(未經審計)		同比變化(%)	
總收入	\$6,450.7		\$6,457.6		-0.1%	4.2%
	數額	總收入佔比	數額	總收入佔比	同比變化(%)	恒定貨幣口徑 同比變化(%)
戰略品牌收入	<u>\$5,254.6</u>	<u>81.5%</u>	<u>\$5,034.1</u>	<u>78.0%</u>	<u>4.4%</u>	<u>9.3%</u>
Cybox	1,810.4	28.1%	1,483.9	23.0%	22.0%	29.6%
gb	2,066.7	32.9%	2,167.8	33.6%	-4.7%	0.9%
Evenflo	1,377.5	21.4%	1,382.4	21.4%	-0.4%	0.6%

概覽

本期間內，本集團核心戰略品牌Cybox、gb和Evenflo整體收入較2018年同期增長4.4%(按恒定貨幣口徑增速為9.3%)。由於本集團聚焦核心戰略品牌發展，本期間核心戰略品牌收入佔本集團整體收入約81.5%，2018年同期戰略品牌收入佔比約為78.0%。

¹ 恒定貨幣口徑由以當地貨幣算的收入增速的加權平均所得。

本期間內，本集團核心戰略品牌業績表現如下：

- **Cybox**品牌在全球範圍內持續取得強勁收入增長，主要得益於其全球品牌認可度／表現和供應鏈的進一步加強。收入增長主要來源於汽車座和嬰兒推車在歐非中東以及歐非中東以外的關鍵地區市場的銷售表現。在應對不斷嚴峻的政治、經濟和零售環境帶來的挑戰的同時，Cybox持續取得增長。
- **gb**品牌收入趨於穩定，在關鍵中國市場取得了穩健的收入增長勢頭。在中國市場，按恒定貨幣口徑計算，本期間內gb收入同比增長4.3%，其中耐用品業務恢復增長。本期間內耐用品在中國市場得收入增長主要得益於新品的成功發佈(主要是嬰兒推車)，從而在截止2019年9月30日的三個月內取得了雙位數增速。非耐用品，特別是棉紡品和服飾銷售，持續取得穩健的收入增長。在快速變化的中國市場環境下，gb的所有自有渠道繼續取得強勁表現。
- **Evenflo**品牌在面臨不斷充滿挑戰的政治和零售環境中於本期間內取得收入增長。其對產品創新的承諾得到了市場的不斷認可，Evenflo將持續推出新品，以擴大與全國主要零售商的業務，和開發新銷售渠道，不斷鞏固其增長勢頭。

本期間內，本集團其它業務收入來源包括集團戰術品牌、零售商品牌和藍籌業務，收入約1,196.0百萬港幣，相比於2018年同期收入約1,423.6百萬港幣，收入下降約16.0%(按恒定貨幣口徑下降約13.5%)，主要原因是本集團降低了對戰術品牌和零售商品牌業務的關注。藍籌業務在經歷了上半年的收入下跌後，於截止2019年9月30日的三個月內收入表現強勁復蘇。

上述資料基於本集團未經審計的合併管理帳目編製而成，該等合併管理帳目未經本公司核數師審核或審計，並且內容可能與本集團發布的年度和中期經審計或未經審計的財務報表有所不同。本期間的運營表現可能無法反映集團在完整報告期間內的全面業績表現。建議股東和潛在投資者勿依賴上述信息，在買賣公司股票時應秉持謹慎態度。

承董事會命
好孩子國際控股有限公司
宋鄭還
主席

香港，2019年11月6日

截止本公告發佈之日，公司執行董事為：宋鄭還先生、Martin POS先生、夏欣躍先生、劉同友先生和曲南先生；非執行董事為富晶秋女士和何國賢先生；以及獨立非執行董事為Iain Ferguson BRUCE先生、石曉光先生、張昀女士和金鵬先生。