

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。



SAMSONITE GROUP S.A.

新秀麗集團有限公司

13-15 avenue de la Liberté, L-1931 Luxembourg

R.C.S. LUXEMBOURG: B 159.469

(於盧森堡註冊成立之有限公司)

(股份代號：1910)

截至 2025 年 9 月 30 日止期間之季度業績公告

新秀麗集團有限公司（連同其綜合附屬公司統稱為「本公司」、「我們的」或「我們」）董事會欣然呈列本公司於 2025 年 9 月 30 日以及截至該日止三個月及九個月期間之未經審計綜合財務及業務回顧，連同截至 2024 年 9 月 30 日止三個月及九個月期間之比較數字。本公告是根據《證券及期貨條例》第 XIVA 部內幕消息條文及《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》第 13.09(2)(a)條作出。

免責聲明

非 IFRS 財務計量工具

我們於經營業績及財務摘要以及財務狀況及經營業績的管理層討論與分析呈列若干非國際財務報告準則（「IFRS」）財務計量工具，因上述各計量工具提供更多資訊，管理層相信有利於證券分析員、投資者及其他利益相關方更全面了解我們的經營表現及影響我們業務的趨勢。本文所計算的此等非 IFRS 財務計量工具未必可與其他公司所使用類似命名的計量工具進行比較，且不應被視為可與 IFRS 財務計量工具比較的計量工具。非 IFRS 財務計量工具作為一項分析工具具有其局限性，不應被視為獨立於或代替我們根據 IFRS 會計準則所呈報的財務業績的分析。有關非 IFRS 財務計量工具的描述及對賬，請參閱財務狀況及經營業績的管理層討論與分析一節的「—非 IFRS 財務計量工具」。

關於前瞻性陳述的特別說明

本報告包含涉及重大風險及不確定因素的前瞻性陳述。在部分情況下，閣下通過使用「相信」、「繼續」、「或許」、「估計」、「預期」、「擬」、「維持」、「可能」、「也許」、「正在進行」、「機會」、「展望」、「計劃」、「潛在」、「預算」、「目標」、「趨勢」、「將」、「會」等詞彙或該等詞彙的否定形式或其他旨在識別未來陳述的相若詞彙識別前瞻性陳述。該等陳述涉及已知及未知風險、不確定因素及其他重要因素，可能導致我們的實際業績、表現或成果與前瞻性陳述表達或暗示的資料有重大差異。本報告所載的前瞻性陳述及意見乃根據我們於本報告日期所得的資料作出，而我們相信相關資料構成該等陳述的合理依據，但相關資料可能有限或不完整，且我們的陳述不應被解讀為表明已對所有潛在可用的相關資料進行詳盡的調查或審查。本報告所載的前瞻性陳述包括但不限於以下陳述：

- 我們品牌的實力與定位及保持其吸引力的能力；
- 我們實施增長策略、擴大產品組合及市場覆蓋範圍的能力，包括在非旅遊產品類別方面；
- 我們的市場機遇及我們在成熟市場增加銷售額及加深滲透新興市場的能力；
- 我們管理轄下渠道組合及執行多渠道策略的能力；
- 我們直接面向消費者（「DTC」）渠道的業績，包括成功擴張自營零售店及電子商貿平台；
- 旅遊業趨勢，特別是航空旅遊業對我們業務的影響；
- 我們的平台及其他競爭優勢以及我們經營所在的競爭環境；
- 我們根據當地市場喜好量身定製品牌及產品策略的能力；
- 我們的未來財務狀況，包括經營槓桿效益及利潤率，以及經營模式的韌性；
- 我們獲得經營現金、投資業務及向股東提供資本回報的能力；
- 我們的內部設計、開發及製造能力；
- 我們的營銷及廣告策略；
- 我們繼續投入物業、廠房及設備以升級及擴充零售店群以及投資於軟件以改善電子商貿平台及客戶參與能力的意向；
- 我們於未來十二個月及未來期間的財務狀況，包括我們現有及估計的現金流量、營運資金及融資獲取情況；
- 我們管理原材料供應及成本的能力，以及我們將繼續在中國以外地區採購大部分銷往美國的產品的預期；
- 我們採購及分銷模式的優勢及管理存貨的能力；
- 我們與第三方供應商、製造商、分銷、批發及特許經營合夥人之間關係的穩固性；
- 我們的第三方供應商、製造商及其他合夥人的業績、財務狀況及能力；
- 我們應對全球整體經濟狀況的能力及宏觀經濟因素對我們業務的影響；
- 我們經營所在或採購商品的外國經濟及政治狀況；
- 關稅及其他貿易政策變動對全球宏觀經濟和地緣政治狀況及我們的業務所產生的影響，以及我們應對有關變動的能力；
- 全球法律法規的變化，包括廣告、材料、制裁、貿易政策、稅收、關稅、進出口法規及競爭法規；及
- 我們遵守該等法律法規的能力。

實際事件或結果可能與前瞻性陳述所述內容有所不同。因此，閣下不應將該等前瞻性陳述作為對未來事件的預測而加以依賴。本報告所載的前瞻性陳述主要基於我們當前對未來事件及趨勢的預期及預算，我們認為該等事件及趨勢或會影響我們的業務、財務狀況、經營業績、前景、策略及財務需求。該等前瞻性陳述所述事件的結果受風險、不確定因素、假設及其他因素的影響，包括（其中包括）與以下各項有關的風險：消費者支出及整體經濟狀況的影響；對旅遊業，特別是航空旅遊業的不利影響，包括由於地緣政治事件影響；我們品牌影響力的任何惡化，或我們無法發展該等品牌；我們

無法進行國際擴張或成功維持與當地分銷及批發合作夥伴的關係；我們經營所在的競爭環境；我們無法維持銷售及分銷渠道網絡或有效管理存貨；我們無法發展數碼化分銷渠道及執行電子商貿策略；我們無法成功推廣零售店；我們的批發客戶群的惡化或合併；我們批發客戶群的財務狀況；我們無法維持或提升營銷地位；我們無法有效應對市場趨勢及消費者喜好的變化；我們聲譽受損；我們的產品存在製造或設計缺陷，或產品因其他原因無法通過我們或批發客戶的驗收；退貨及保修索賠對我們業務的影響；我們無法在維持核心消費者忠誠度的同時吸引新消費者；我們無法充分監督轄下的分權業務；我們無法吸引及挽留優秀及合資格的僱員、經理及行政人員；我們倚賴現有管理層成員及核心僱員；我們無法精準預測存貨及營運資金需要；我們的製造、倉儲及分銷業務中斷；我們對第三方製造商及供應商的依賴；政府法律法規及相關變動及不確定性（包括關稅及貿易戰、出口管制、制裁）及其他法規對我們業務的影響；我們未能遵守美國及外國有關隱私、數據安全及數據保護的法律；我們須遵守的複雜且不斷變化的全球法律法規；我們未能遵守環境、健康及安全法律法規或環境、社會及管治或可持續發展相關法規，或根據該等法律法規須承擔責任；我們未能滿足監管機關及持份者有關可持續發展相關事宜的要求及期望；法律訴訟及監管事項的影響；我們須遵守的複雜稅收制度，包括審核、調查及其他訴訟，以及相關稅收制度的變更；我們的會計政策、估計及判斷，以及會計準則或我們會計政策變更的影響。

前段及所列各項並非旨在盡列我們的所有前瞻性陳述或相關風險。本報告所載的前瞻性陳述僅提述於本報告日期的情況。此外，我們在競爭激烈、瞬息萬變的環境中營運。新風險及不確定因素不時出現，且我們無法預測可能影響本報告所載前瞻性陳述的所有風險及不確定因素。前瞻性陳述中反映的結果、事件及情況可能無法實現或發生，且實際結果、事件或情況可能與前瞻性陳述中所述內容有重大差異。鑒於所涉及的重大不確定因素，該等前瞻性陳述不應被視為我們或任何其他人士對我們將在任何指定時間內達成目標與計劃或根本無法達成目標與計劃的陳述或保證。除法律所規定外，我們概無任何責任因新增資訊、未來事件或其他情況而公開更新任何前瞻性陳述。

此外，「我們相信」的陳述及類似陳述反映我們對相關主題的信念及意見。該等陳述乃根據我們於本報告日期所得的資料作出。儘管我們相信相關資料為該等陳述提供了合理的依據，但相關資料可能有限或不完整。我們的陳述不應被解讀為表明我們已對所有相關資料進行詳盡的調查或審查。該等陳述存在固有的不確定因素，及投資者不應過度依賴該等陳述。

閣下閱讀本報告時應了解我們的實際未來業績可能與我們當前的預期有重大差異。我們實際上可能無法實現我們前瞻性陳述中所述計劃、意圖或期望，閣下不應過度依賴該等前瞻性陳述。

約整

除另有說明外，本報告中若干金額已向上或向下約整至最接近的十萬位。因此，部分表格中顯示為總數的數值可能並非其之前數字的算術總和。就本報告所載財務資料而言，破折號（「—」）表示相關數字無法取得、不適用或為零；而零（「0.0」）表示相關數字可取得，但已約整為零。因此，表格中個別金額的實際總數與所示總數之間、本報告表格中的金額與相應分析部分中所提供的金額之間以及本報告的金額與其他公開報告中的金額之間可能存在差異。所有百分比及主要數據是使用整數美元（「美元」）的基礎數據計算得出。

經營業績及財務摘要

經營業績

截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月

下表概述截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月的綜合經營業績：

(以百萬美元呈列，每股數據除外)	截至 9 月 30 日止三個月		增加（減少） 百分比
	2025 年	2024 年	
銷售淨額 ⁽¹⁾	872.7	877.7	(0.6)%
毛利	519.8	520.1	(0.1)%
毛利率	59.6 %	59.3 %	
經營溢利	139.2	133.0	4.6 %
期內溢利	78.8	71.5	10.3 %
股權持有人應佔溢利	73.5	66.2	11.0 %
經調整淨收入 ⁽²⁾	63.6	79.7	(20.2)%
經調整 EBITDA ⁽³⁾	142.6	154.6	(7.7)%
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁴⁾	16.3 %	17.6 %	
經營活動所得現金淨額	131.4	150.2	(12.5)%
經調整自由現金流量 ⁽⁵⁾	64.7	94.2	(31.3)%
每股基本盈利 (以每股美元呈列)	0.053	0.046	16.6 %
每股攤薄盈利 (以每股美元呈列)	0.053	0.045	16.3 %
經調整每股基本盈利 ⁽⁶⁾ (以每股美元呈列)	0.046	0.055	(16.2)%
經調整每股攤薄盈利 ⁽⁶⁾ (以每股美元呈列)	0.046	0.055	(16.4)%

註釋

- 截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，銷售淨額為 872.7 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 877.7 百萬美元同比減少 0.6%（按不變匯率基準計算則減少 1.3%）。按不變匯率基準計算呈列的銷售淨額業績為一項非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。
- 經調整淨收入為一項非 IFRS 財務計量工具，其撇除影響我們呈報的股權持有人應佔溢利的多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用（連同其各自的稅務影響）的影響，我們相信其有助證券分析員、投資者及其他利益相關方更全面了解我們的相關財務表現。有關我們股權持有人應佔溢利與經調整淨收入的對賬，請參閱「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析 — 經調整淨收入」。
- 未計利息、稅項、折舊及無形資產攤銷前的經調整盈利（「經調整 EBITDA」）為一項非 IFRS 財務計量工具，其撇除多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用的影響。經調整 EBITDA 包括 IFRS 第 16 號租賃（「IFRS 第 16 號」）項下租賃利息及攤銷開支，以便計入經營租金開支。我們相信該等計量工具會提供更多資訊，有利於更全面了解我們的經營表現及業務的相關趨勢。有關我們的期內溢利與經調整 EBITDA 的對賬，請參閱「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析 — 經調整 EBITDA」。
- 經調整 EBITDA 利潤率為一項非 IFRS 財務計量工具，以經調整 EBITDA 除以銷售淨額計算所得。
- 經調整自由現金流量為一項非 IFRS 財務計量工具，定義為經營活動所得（所用）現金淨額減去(i)購置物業、廠房及設備以及採購軟件費用（「資本開支總額」）及(ii)租賃負債的本金付款（分別如未經審計簡明綜合現金流量表所載）。
- 經調整每股基本及攤薄盈利均為非 IFRS 財務計量工具，是以經調整淨收入分別除以每股基本及攤薄盈利計算所用的加權平均股份數目計算所得。

財務摘要

- 截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，我們的銷售淨額為 872.7 百萬美元，而截至 2024 年 9 月 30 日止三個月則為 877.7 百萬美元。與截至 2024 年 9 月 30 日止三個月相比，截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額減少 5.1 百萬美元或 0.6%（按不變匯率基準計算則減少 1.3%）。此與 2025 年第二季度銷售淨額同比減少 4.8%（按不變匯率基準計算則減少 5.8%）以及 2025 年第一季度銷售淨額同比減少 7.3%（按不變匯率基準計算則減少 4.5%）相比呈環比改善。2025 年第三季度的銷售淨額乃受到全球旅遊需求持續增長、新產品強勢上市，以及矚目廣告宣傳活動所支持。
- 儘管面對美國關稅壓力，截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的毛利率較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 59.3% 上升 30 個基點至 59.6%。該增幅乃由於 TUMI 品牌與 DTC 渠道對總銷售淨額貢獻上升所帶來的有利組合效應，並受到憑藉我們得力採購團隊、規模優勢以及與長期供應商緊密合作得以在美國實施的關稅緩解措施所支持。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的營銷開支為 53.0 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 55.7 百萬美元減少 2.7 百萬美元或 4.9%，乃由於我們按不同市場的情況將廣告投入調整至適當水平所致。按銷售淨額百分比計算，截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，營銷開支佔銷售淨額 6.1%，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 6.3% 下降 20 個基點。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的經營溢利為 139.2 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 133.0 百萬美元增加 6.2 百萬美元或 4.6%。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，經調整 EBITDA（一項非 IFRS 財務計量工具）為 142.6 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 154.6 百萬美元減少 12.0 百萬美元或 7.7%，乃由於銷售淨額同比輕微減少及分銷開支同比增加，部分被營銷開支減少所抵銷。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，經調整 EBITDA 利潤率（一項非 IFRS 財務計量工具）為 16.3%，而截至 2024 年 9 月 30 日止三個月則為 17.6%。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，經調整淨收入（一項非 IFRS 財務計量工具）為 63.6 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 79.7 百萬美元減少 16.1 百萬美元或 20.2%。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的經營活動所得現金流量淨額為 131.4 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 150.2 百萬美元減少 18.8 百萬美元或 12.5%。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，經調整自由現金流量（一項非 IFRS 財務計量工具）為 64.7 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 94.2 百萬美元減少 29.4 百萬美元，原因在於(i)經營活動所得現金流量同比減少，主要乃由於經營資產及負債同比減少，部分被期內溢利同比增加所抵銷，(ii)租賃負債的本金付款同比增加，及(iii)截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的資本開支較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月有所增加。

經營業績

截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月

下表概述截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月的綜合經營業績：

(以百萬美元呈列，每股數據除外)	截至 9 月 30 日止九個月		增加（減少） 百分比
	2025 年	2024 年	
銷售淨額 ⁽¹⁾	2,534.3	2,646.2	(4.2)%
毛利	1,503.6	1,584.9	(5.1)%
毛利率	59.3 %	59.9 %	
經營溢利	377.6	447.7	(15.7)%
期內溢利	208.9	255.6	(18.3)%
股權持有人應佔溢利	191.7	235.6	(18.6)%
經調整淨收入	187.0	253.7	(26.3)%
經調整 EBITDA	411.4	488.1	(15.7)%
經調整 EBITDA 利潤率	16.2 %	18.4 %	
經營活動所得現金淨額	253.1	343.1	(26.2)%
經調整自由現金流量	76.3	175.8	(56.6)%
每股基本盈利 (以每股美元呈列)	0.138	0.162	(14.6)%
每股攤薄盈利 (以每股美元呈列)	0.138	0.161	(14.3)%
經調整每股基本盈利 (以每股美元呈列)	0.135	0.174	(22.7)%
經調整每股攤薄盈利 (以每股美元呈列)	0.134	0.173	(22.4)%

註釋

- (1) 截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，銷售淨額為 2,534.3 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 2,646.2 百萬美元同比減少 4.2%（按不變匯率基準計算則減少 3.9%）。按不變匯率基準計算呈列的銷售淨額業績為一項非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。

財務摘要

- 截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們的銷售淨額為 2,534.3 百萬美元，而截至 2024 年 9 月 30 日止九個月則為 2,646.2 百萬美元。與截至 2024 年 9 月 30 日止九個月相比，截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額減少 111.9 百萬美元或 4.2%（按不變匯率基準計算則減少 3.9%）。銷售淨額有所下降主要是由於在宏觀經濟不確定及貿易政策變動之下，傳統批發客戶在採購時更趨審慎，以及消費者情緒轉弱而令需求減少所致。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的毛利率為 59.3%，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 59.9% 下降 60 個基點。此乃主要由於地區銷售淨額組合的不利變動，包括毛利率較高的亞洲區所佔銷售淨額下降，以及一些為推動銷售量而實行的策略性促銷措施所致，部分被 TUMI 品牌和 DTC 渠道在總銷售淨額中的貢獻增加所抵銷。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的營銷開支為 151.7 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 173.1 百萬美元減少 21.4 百萬美元或 12.3%，乃由於我們按不同市場的情況將廣告投入調整至適當水平所致。按銷售淨額百分比計算，截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，營銷開支佔銷售淨額 6.0%，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 6.5% 下降 50 個基點。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的經營溢利為 377.6 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 447.7 百萬美元減少 70.1 百萬美元或 15.7%。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，經調整 EBITDA（一項非 IFRS 財務計量工具）為 411.4 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 488.1 百萬美元減少 76.7 百萬美元或 15.7%，主要是由於銷售淨額同比下降及分銷開支同比增加所致，部分被營銷開支減少所抵銷。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，經調整 EBITDA 利潤率（一項非 IFRS 財務計量工具）為 16.2%，而截至 2024 年 9 月 30 日止九個月則為 18.4%。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，經調整淨收入（一項非 IFRS 財務計量工具）為 187.0 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 253.7 百萬美元減少 66.7 百萬美元或 26.3%。
- 截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的經營活動所得現金流量淨額為 253.1 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 343.1 百萬美元減少 90.0 百萬美元或 26.2%。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，經調整自由現金流量（一項非 IFRS 財務計量工具）為 76.3 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 175.8 百萬美元減少 99.5 百萬美元，原因在於(i)經營活動所得現金流量同比減少，主要乃由於經營資產及負債同比減少及期內溢利同比減少所致，(ii)租賃負債的本金付款同比增加，部分被(iii)截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的資本開支較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月有所減少所抵銷。
- 我們根據股份回購計劃，於截至 2025 年 9 月 30 日止九個月購回 16,690,800 股股份，相關現金流出為 42.9 百萬美元。所購股份持作庫存股份。
- 於 2025 年 7 月 15 日，我們向股東派付截至 2024 年 12 月 31 日止年度的現金股息 150.0 百萬美元。
- 於 2025 年 9 月 30 日，我們的現金及現金等價物為 496.7 百萬美元，未償還金融債務為 1,749.4 百萬美元（撇除遞延融資成本 6.2 百萬美元），導致淨債務為 1,252.7 百萬美元，而於 2024 年 12 月 31 日的淨債務則為 1,102.5 百萬美元。
- 於 2025 年 9 月 30 日，流動資金總額⁽¹⁾為 1,299.8 百萬美元，於 2024 年 12 月 31 日則為 1,420.5 百萬美元。
- 於 2025 年 11 月 6 日（「完成日」），我們對 A 定期貸款融通、循環信貸融通及 B 定期貸款融通進行再融資，以進一步提高財務靈活性。進一步討論請參閱「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析 — 流動資金及資本資源 — 負債」。新優先信貸融通（定義見下文「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析 — 流動資金及資本資源 — 負債」）項下提款之所得款項總額及現有的手頭現金已用於(i)為過往優先信貸融通（定義見下文「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析 — 流動資金及資本資源 — 負債」）進行再融資以及(ii)支付與再融資相關的若干佣金、費用及開支。
- 於 2025 年 11 月 11 日（「發行日」），我們其中一家間接全資附屬公司 Samsonite Finco S.à r.l.（「發行人」）發行於 2033 年到期本金總額為 350.0 百萬歐元年利率 4.375% 之優先票據（「2033 年到期優先票據」）。發行 2033 年到期優先票據所籌集的所得款項，連同現有的現金及新優先信貸融通項下的借款已用於(i)悉數償還本金總額為 350.0 百萬歐元之 2026 年到期優先票據（定義見下文「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析 — 流動資金及資本資源 — 負債」）（連同 2026 年到期優先票據的任何應計及未付利息）以及(ii)支付與此相關的應付費用、成本及開支。

註釋

- (1) 流動資金總額是按於 2025 年 9 月 30 日的未經審計簡明綜合財務狀況表及於 2024 年 12 月 31 日的綜合財務狀況表內的現金及現金等價物，加上就循環信貸融通項下可獲得的融資額兩者總和計算。

簡明綜合收益表（未經審計）

	截至 9 月 30 日止三個月		截至 9 月 30 日止九個月	
(以百萬美元呈列，每股數據除外)	2025 年	2024 年	2025 年	2024 年
銷售淨額	872.7	877.7	2,534.3	2,646.2
銷售成本	(352.9)	(357.7)	(1,030.7)	(1,061.3)
毛利	519.8	520.1	1,503.6	1,584.9
分銷開支	(284.5)	(267.1)	(814.0)	(787.4)
營銷開支	(53.0)	(55.7)	(151.7)	(173.1)
一般及行政開支	(54.8)	(55.7)	(168.9)	(173.9)
減值撥回	—	—	—	5.1
其他收入（開支）	11.7	(8.6)	8.6	(8.0)
經營溢利	139.2	133.0	377.6	447.7
財務收入	2.2	3.0	7.6	10.9
財務費用	(32.2)	(38.1)	(91.3)	(110.5)
財務費用淨額	(30.0)	(35.1)	(83.8)	(99.6)
除所得稅前溢利	109.2	98.0	293.8	348.1
所得稅開支	(30.3)	(26.5)	(84.9)	(92.4)
期內溢利	78.8	71.5	208.9	255.6
股權持有人應佔溢利	73.5	66.2	191.7	235.6
非控股權益應佔溢利	5.3	5.3	17.1	20.1
期內溢利	78.8	71.5	208.9	255.6
每股盈利（以每股美元呈列）：				
每股基本盈利	0.053	0.046	0.138	0.162
每股攤薄盈利	0.053	0.045	0.138	0.161

簡明綜合全面收益表（未經審計）

	截至 9 月 30 日止三個月		截至 9 月 30 日止九個月	
(以百萬美元呈列)	2025 年	2024 年	2025 年	2024 年
期內溢利	78.8	71.5	208.9	255.6
其他全面（虧損）收益：				
其後會或可能重新分類至損益之項目：				
對沖之公允價值變動（除稅後）	(4.8)	(8.5)	(9.3)	(15.1)
境外業務外幣匯兌（虧損）收益	(6.4)	14.0	21.0	(11.7)
其他全面（虧損）收益	(11.2)	5.5	11.7	(26.8)
期內全面收益總額	67.7	77.0	220.6	228.9
股權持有人應佔全面收益總額	64.1	69.9	205.3	209.3
非控股權益應佔全面收益總額	3.5	7.1	15.3	19.6
期內全面收益總額	67.7	77.0	220.6	228.9

簡明綜合財務狀況表

(以百萬美元呈列)	(未經審計)	
	2025 年 9 月 30 日	2024 年 12 月 31 日
非流動資產		
物業、廠房及設備	278.5	262.1
租賃使用權資產	563.3	499.2
商譽	829.4	819.6
其他無形資產	1,510.9	1,519.8
遞延稅項資產	176.6	165.7
其他資產及應收款項	38.6	70.2
非流動資產總額	3,397.3	3,336.6
流動資產		
存貨	676.3	651.4
應收賬款及其他應收款項	356.0	325.3
預付費用及其他資產	106.4	89.6
現金及現金等價物	496.7	676.3
流動資產總額	1,635.3	1,742.6
資產總額	5,032.7	5,079.2
權益及負債		
權益：		
股本	14.6	14.6
儲備	1,481.4	1,461.6
股權持有人應佔權益總額	1,496.1	1,476.2
非控股權益	66.2	68.8
權益總額	1,562.2	1,545.0
非流動負債		
貸款及借款	1,232.6	1,687.0
租賃負債	460.3	406.6
僱員福利	18.6	25.7
非控股權益認沽期權	113.6	126.0
遞延稅項負債	196.2	190.3
其他負債	6.9	8.3
非流動負債總額	2,028.2	2,443.9
流動負債		
流動貸款及借款	510.6	84.0
租賃負債的即期部分	159.4	145.4
僱員福利	93.9	103.8
應付賬款及其他應付款項	648.0	712.1
即期稅項負債	30.4	45.1
流動負債總額	1,442.2	1,090.3
負債總額	3,470.4	3,534.2
權益及負債總額	5,032.7	5,079.2
流動資產淨額	193.1	652.3
資產總額減流動負債	3,590.4	3,988.9

簡明綜合權益變動表（未經審計）

(以百萬美元呈列，股份數目除外)	儲備							股權持有人 應佔權益總 額	非控股權益	權益總額
	股份數目	股本	額外繳入 股本	庫存股份儲 備	換算儲備	其他儲備	保留盈利			
截至 2025 年 9 月 30 日止三個月										
於 2025 年 7 月 1 日的結餘	1,384,742,693	14.6	1,155.9	(200.5)	(86.8)	94.9	451.1	1,429.3	68.9	1,498.2
期內溢利	—	—	—	—	—	—	73.5	73.5	5.3	78.8
其他全面收益（虧損）：										
對沖之公允價值變動（除稅後）	—	—	—	—	—	(4.8)	—	(4.8)	0.0	(4.8)
境外業務外幣匯兌虧損	—	—	—	—	(4.6)	—	—	(4.6)	(1.8)	(6.4)
期內全面收益（虧損）總額	—	—	—	—	(4.6)	(4.8)	73.5	64.1	3.5	67.7
直接計入權益的與擁有人的交易：										
以股份支付的薪酬開支	—	—	—	—	—	2.7	—	2.7	—	2.7
向非控股權益派付股息	—	—	—	—	—	—	—	—	(6.3)	(6.3)
於 2025 年 9 月 30 日的結餘	1,384,742,693	14.6	1,155.9	(200.5)	(91.4)	92.8	524.6	1,496.1	66.2	1,562.2

簡明綜合權益變動表（未經審計）（續）

(以百萬美元呈列，股份數目除外)	股份數目	股本	額外繳入 股本	庫存股份儲 備	儲備			股權持有人 應佔權益總 額	非控股權益	權益總額
					換算儲備	其他儲備	保留盈利			
截至 2024 年 9 月 30 日止三個月										
於 2024 年 7 月 1 日的結餘	1,462,175,651	14.6	1,150.8	—	(88.3)	95.0	306.6	1,478.9	68.1	1,547.0
期內溢利	—	—	—	—	—	—	66.2	66.2	5.3	71.5
其他全面收益（虧損）：										
對沖之公允價值變動（除稅後）	—	—	—	—	—	(8.5)	—	(8.5)	(0.0)	(8.5)
境外業務外幣匯兌收益	—	—	—	—	12.1	—	—	12.1	1.9	14.0
期內全面收益（虧損）總額	—	—	—	—	12.1	(8.5)	66.2	69.9	7.1	77.0
直接計入權益的與擁有人的交易：										
以股份支付的薪酬開支	—	—	—	—	—	4.0	—	4.0	—	4.0
行使購股權	42,148	0.0	0.1	—	—	—	—	0.1	—	0.1
購買庫存股份	(29,967,000)	—	—	(72.0)	—	—	—	(72.0)	—	(72.0)
向非控股權益派付股息	—	—	—	—	—	—	—	—	(5.7)	(5.7)
於 2024 年 9 月 30 日的結餘	1,432,250,799	14.6	1,150.9	(72.0)	(76.2)	90.6	372.8	1,480.8	69.5	1,550.4

簡明綜合權益變動表（未經審計）

(以百萬美元呈列，股份數目除外)	儲備							股權持有人 應佔權益總 額	非控股權益	權益總額
	股份數目	股本	額外繳入 股本	庫存股份儲 備	換算儲備	其他儲備	保留盈利			
截至 2025 年 9 月 30 日止九個月										
於 2025 年 1 月 1 日的結餘	1,399,607,499	14.6	1,150.9	(157.6)	(114.2)	99.6	482.9	1,476.2	68.8	1,545.0
期內溢利	—	—	—	—	—	—	191.7	191.7	17.1	208.9
其他全面收益（虧損）：										
對沖之公允價值變動（除稅後）	—	—	—	—	—	(9.3)	—	(9.3)	(0.0)	(9.3)
境外業務外幣匯兌收益（虧損）	—	—	—	—	22.8	—	—	22.8	(1.8)	21.0
期內全面收益（虧損）總額	—	—	—	—	22.8	(9.3)	191.7	205.3	15.3	220.6
直接計入權益的與擁有人的交易：										
向股權持有人派付現金股息	—	—	—	—	—	—	(150.0)	(150.0)	—	(150.0)
以股份支付的薪酬開支	—	—	—	—	—	7.1	—	7.1	—	7.1
行使購股權	147,384	0.0	0.4	—	—	(0.1)	—	0.3	—	0.3
歸屬時間掛鈎受限制股份獎勵	1,678,610	0.0	4.6	—	—	(4.7)	—	—	—	—
購買庫存股份	(16,690,800)	—	—	(42.9)	—	—	—	(42.9)	—	(42.9)
向非控股權益派付股息	—	—	—	—	—	—	—	—	(17.9)	(17.9)
於 2025 年 9 月 30 日的結餘	1,384,742,693	14.6	1,155.9	(200.5)	(91.4)	92.8	524.6	1,496.1	66.2	1,562.2

簡明綜合權益變動表（未經審計）（續）

(以百萬美元呈列，股份數目除外)	儲備							股權持有人 應佔權益總 額	非控股權益	權益總額
	股份數目	股本	額外繳入 股本	庫存股份儲 備	換算儲備	其他儲備	保留盈利			
截至 2024 年 9 月 30 日止九個月										
於 2024 年 1 月 1 日的結餘	1,449,692,210	14.5	1,108.0	—	(65.0)	106.2	287.3	1,451.0	66.7	1,517.7
期內溢利	—	—	—	—	—	—	235.6	235.6	20.1	255.6
其他全面收益（虧損）：										
對沖之公允價值變動（除稅後）	—	—	—	—	—	(15.1)	—	(15.1)	(0.0)	(15.1)
境外業務外幣匯兌虧損	—	—	—	—	(11.2)	—	—	(11.2)	(0.5)	(11.7)
期內全面收益（虧損）總額	—	—	—	—	(11.2)	(15.1)	235.6	209.3	19.6	228.9
直接計入權益的與擁有人的交易：										
向股權持有人作出之現金分派	—	—	—	—	—	—	(150.0)	(150.0)	—	(150.0)
以股份支付的薪酬開支	—	—	—	—	—	11.2	—	11.2	—	11.2
行使購股權	11,649,397	0.1	40.6	—	—	(9.5)	—	31.3	—	31.3
歸屬時間掛鈎受限制股份獎勵	876,192	0.0	2.3	—	—	(2.4)	—	—	—	—
購買庫存股份	(29,967,000)	—	—	(72.0)	—	—	—	(72.0)	—	(72.0)
向非控股權益派付股息	—	—	—	—	—	—	—	—	(16.8)	(16.8)
於 2024 年 9 月 30 日的結餘	1,432,250,799	14.6	1,150.9	(72.0)	(76.2)	90.6	372.8	1,480.8	69.5	1,550.4

簡明綜合現金流量表（未經審計）

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月		截至 9 月 30 日止九個月	
	2025 年	2024 年	2025 年	2024 年
經營活動之現金流量：				
期內溢利	78.8	71.5	208.9	255.6
作出調整以將期內溢利與經營活動所得現金淨額進行對賬：				
折舊	16.9	13.0	47.8	37.0
無形資產攤銷	5.1	5.0	15.3	15.2
租賃使用權資產攤銷	43.8	38.2	125.6	110.8
減值撥回	—	—	—	(5.1)
計入財務費用的認沽期權之公允價值變動	(4.7)	3.7	(12.5)	(2.2)
以股份支付的非現金薪酬開支	2.7	4.0	7.1	11.2
借款及租賃負債的利息開支	34.8	33.5	102.9	97.7
終止確認遞延融資成本的非現金費用	—	—	—	9.5
所得稅開支	30.3	26.5	84.9	92.4
	207.7	195.3	580.1	622.1
經營資產及負債變動：				
應收賬款及其他應收款項	5.9	26.8	(22.3)	(10.6)
存貨	17.0	(17.6)	5.3	20.1
應付賬款及其他應付款項	(18.5)	4.3	(109.7)	(74.5)
其他資產及負債	(21.7)	0.5	(4.3)	(6.9)
經營活動所得現金	190.3	209.4	449.1	550.2
借款及租賃負債的已付利息	(30.7)	(30.0)	(97.9)	(92.7)
已付所得稅	(28.2)	(29.2)	(98.1)	(114.3)
經營活動所得現金淨額	131.4	150.2	253.1	343.1
投資活動之現金流量：				
購買物業、廠房及設備以及軟件	(24.0)	(20.6)	(54.3)	(61.8)
投資活動所用現金淨額	(24.0)	(20.6)	(54.3)	(61.8)
融資活動之現金流量：				
發行 2024 年 B 定期貸款融通所得款項	—	—	—	500.0
結算 2023 年 B 定期貸款融通	—	—	—	(595.5)
過往優先信貸融通（付款）所得款項	(71.3)	(6.3)	(83.8)	82.3
其他貸款及借款（付款）所得款項	(8.3)	(3.8)	4.3	16.7
租賃負債的本金付款	(42.7)	(35.5)	(122.5)	(105.5)
支付融資成本	—	—	—	(3.1)
行使購股權所得款項	—	0.1	0.3	31.3
購買庫存股份	—	(72.0)	(42.9)	(72.0)
向股權持有人支付的現金股息／分派	(150.0)	(150.0)	(150.0)	(150.0)
向非控股權益派付股息	(6.3)	(5.7)	(17.9)	(16.8)
融資活動所用現金淨額	(278.5)	(273.1)	(412.5)	(312.6)
現金及現金等價物減少淨額	(171.1)	(143.4)	(213.7)	(31.3)
期初現金及現金等價物	669.1	815.5	676.3	716.6
匯率變動的影響	(1.3)	10.2	34.0	(3.0)
期末現金及現金等價物	496.7	682.3	496.7	682.3

財務狀況及經營業績的管理層討論與分析

以下的討論與分析提供我們認為與評估及理解我們的綜合經營業績及財務狀況相關的資料。以下的討論與分析應與我們根據國際會計準則理事會頒佈的 IFRS 會計準則編製的 2024 年年報所載於 2024 年 12 月 31 日及截至該日止年度的經審計綜合財務報表以及本報告其他部分所載的簡明綜合財務報表一併閱讀。以下討論載有反映我們的計劃、估計及觀點的前瞻性陳述。我們的實際業績可能與前瞻性陳述所討論者有重大差異。有關可能導致我們的實際業績與以下討論與分析及本報告其他部分所載的前瞻性陳述所描述或暗示的結果出現重大差異的前瞻性陳述及因素的討論，閣下應細閱「免責聲明 — 關於前瞻性陳述的特別說明」部分。以下討論與分析亦載有有關若干非 IFRS 財務計量工具的討論。有關本節所討論的非 IFRS 財務計量工具的介紹和對賬資料，請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具」。

概覽

新秀丽集團有限公司是全球最著名、規模最大的行李箱公司，並且是全球時尚箱包行業的翹楚。我們擁有及經營以新秀丽、TUMI 及 American Tourister 為首並以客戶為中心的標誌性品牌組合，該等品牌為我們客戶的旅程提供全球信賴、創新及日益可持續發展的產品。憑藉歷史悠久的行業領導地位，我們的願景是引領行業邁向更可持續發展的未來。

我們擁有 115 年的悠久歷史，一直長期位處將領先業界的創新產品商業化及適應不斷變化的消費者需求的最前線。我們的市場領導地位、平台和規模優勢，以及分權組織架構，推動了長期強勁的財務業績，截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，銷售淨額、期內溢利及經調整 EBITDA 分別為 872.7 百萬美元、78.8 百萬美元及 142.6 百萬美元，而截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，銷售淨額、期內溢利及經調整 EBITDA 分別為 25 億美元、208.9 百萬美元及 411.4 百萬美元。

我們是全球箱包及行李箱行業的翹楚，該行業市場龐大、持續增長且相當分散，收入來源高度多元化，橫跨各個地區、品牌、產品類別及分銷渠道。我們的市場領先核心品牌新秀丽、TUMI 及 American Tourister 為滿足全球廣泛客戶的旅遊及非旅遊箱包需求提供一個著名且值得信賴的產品組合。我們的品牌組合包括 Gregory、Hartmann 及 Lipault 等其他幾個互補性品牌，該等品牌服務特定市場的不同客戶群組，產品提供先進功能，使我們能夠滿足不同類別的增量需求。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們的旅遊產品佔銷售淨額的 64.0%，主要包括硬質、軟質及混合物料行李箱及手拖行李箱。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們的非旅遊產品佔我們銷售淨額的 36.0%，包括商務及休閒包以及背包、配件及其他產品，是我們發展策略的重要一環。

我們憑藉全球平台及當地專長，採用目標明確且針對特定國家渠道的策略。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們 40.4% 的銷售淨額來自我們的 DTC 渠道，於 2025 年 9 月 30 日，該渠道包括全球 1,147 家自營零售店及領先行李箱行業的電子商貿業務。我們的 DTC 業務與其強大且成熟的批發渠道相輔相成，截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們的批發業務佔銷售淨額的 59.6%，並包括與眾多我們經營所在地區的最大的實體及數碼零售商的長期合作。我們亦與當地獨立的旅遊零售商、家族經營行李店及在主要機場經營品牌商店的批發合夥人進行廣泛的合作。我們認為我們可把握機遇繼續將業務擴展至滲透率偏低的市場及我們的 DTC 渠道。

影響我們表現的關鍵因素

有關影響我們表現的主要因素，請參閱我們 2024 年年報中的「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析 — 影響本公司表現的關鍵因素」及「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析 — 風險因素」。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月內影響我們表現的若干關鍵因素的最新情況載述下文。

不斷提高我們品牌及產品吸引力的能力

我們認為，質量、創新及品牌認知是我們品牌及產品價值的關鍵要素，亦是我們銷售淨額增長的主要推動因素。為不斷提高我們品牌及產品的吸引力，並在我們進行競爭的產品市場中保持競爭力，我們必須持續投入於創新，開發、推廣及推出優質新品，滿足市場內不同消費者的喜好，同時維持我們的全球品牌形象及產品質量。

我們投入大量資源研發更輕巧堅固的新物料、先進製造工藝、引人注目的新設計、創新功能及更耐用、更易修復和更環保的產品。我們亦在營銷方面投入了大量資源，以提升在消費者之間的知名度，進一步提高我們品牌及產品的吸引力。我們的市場領導地位、平台和規模優勢使我們能夠有效地對品牌組合的營銷工作進行投資，且我們擬繼續投資轄下品牌，以提高其吸引力。

由於我們為平衡對營銷及品牌知名度的投放以及對嚴格成本控制及盈利的專注，我們的廣告活動可能會在不同期間出現波動，並可能會影響我們的銷售淨額及銷售開支。例如，截至 2025 年 9 月 30 日止三個月及九個月，隨著我們按不同市場的情況將廣告投入調整至適當水平，營銷投資較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月及九個月分別下降 4.9% 及 12.3%。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月及九個月，我們的營銷開支分別佔總銷售淨額的 6.1% 及 6.0%，而截至 2024 年 9 月 30 日止三個月及九個月則分別佔總銷售淨額的 6.3% 及 6.5%。

宏觀經濟因素

宏觀經濟因素影響消費者支出，最終影響我們的經營業績。在經濟衰退、股票或房地產市場長期下滑、高通脹或利率上升、調高或新增關稅、流行病或其他突發公共衛生事件以及恐怖主義、軍事衝突或其他敵對行動（包括烏克蘭的持續衝突及中東局勢的不確定性）期間，消費者對可自由支配項目（如我們產品）的需求往往會減弱。美國與其全球貿易夥伴之間就美國最近宣佈的關稅進行談判的結果，以及對全球宏觀經濟和地緣政治狀況的影響，存在固有的不確定因素。

該等事件可能會減少可支配收入或消費者財富（或對此的看法）。消費者信心下降可能會影響我們的產品需求，導致銷售淨額減少，而產品成本上升可能會影響毛利。例如，截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，全球經濟及政治的不確定性使得消費者在消費習慣上變得較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月更嚴格挑選及斟酌，對消費者需求產生不利影響從而導致我們的銷售淨額下降。相反，宏觀經濟狀況的改善可對我們的銷售淨額產生正面影響，包括自批發客戶收到的訂單數量增加。

儘管面對美國關稅壓力，於截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，我們的毛利率保持在 59.6% 的強勁水平，而截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的毛利率則為 59.3%。毛利率增長 30 個基點乃主要由於 TUMI 品牌與 DTC 渠道對總銷售淨額貢獻上升所帶來的有利組合效應，並受到憑藉我們得力採購團隊、規模優勢以及與長期供應商緊密合作得以在美國實施的關稅緩解措施所支持。儘管我們認為我們已妥善管控關稅迄今對毛利率的影響，但對消費者需求的持續及長遠的影響仍難以預測。我們相信我們廣泛、多元化及高效率的採購平台是應對這些不確定因素的關鍵優勢。

我們持續採取果斷行動減輕關稅上調所帶來的影響。我們的採購團隊已就供應美國（於截至 2025 年 9 月 30 日止三個月佔我們綜合總銷售淨額的 30.6%）的產能轉移出中國方面取得長足進展。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，從中國採購銷往美國產品的價值比例已由 2018 年約 85% 降低至約 11%。我們預期會繼續在中國以外地區採購大部分銷往美國的產品，並在可能情況下將生產進一步轉移到關稅較低的地區。在美國，我們已利用關稅上調前所購入的存貨以紓緩有關上調的短期影響。我們亦已於美國調高產品價格，以抵銷關稅上調帶來的利潤壓力。我們已與供應商攜手控制成本，以抵銷關稅上調的影響。我們也在保持我們一貫卓越的品質標準的同時重新設計我們的部分產品以節約成本。

全球旅遊業及觀光業

我們旅遊類別產品的銷售淨額倚賴全球旅遊業及觀光業趨勢推動消費者需求。我們大部分客戶乘飛機出行，而我們的眾多產品一般針對旅客，尤其是航空旅客。

截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月，我們的旅遊類別產品分別佔銷售淨額的 64.0% 及 66.1%。因此，我們管理層密切關注旅遊及觀光的預測及指標，以確保我們的地區、品牌、渠道及產品類別能夠好好地實現銷售及盈利增長以及行業領導地位。

長遠而言，我們大致預期全球旅遊業及觀光業市場將推動我們銷售淨額的趨勢。我們認為，擴大非旅遊產品類別產品系列的策略將有助於逐步減輕全球旅遊業及觀光業趨勢對我們業務的影響。

分部

我們分部報告是根據地理位置，反映我們如何管理業務及評估經營業績。我們的業務劃分為以下分部：

- **亞洲：** 包括於中國、印度、日本、南韓、香港（包括於本地錄得的銷售淨額以及向若干其他亞洲市場的分銷商所錄得的銷售淨額及於澳門錄得的銷售淨額）、新加坡（包括於本地錄得的銷售淨額以及向若干其他亞洲市場的分銷商所錄得的銷售淨額）、澳洲、中東及非洲若干國家及其他較小市場（包括印尼、馬來西亞、菲律賓、台灣及泰國以及其他由第三方分銷商服務的小型市場）的業務。
- **北美洲：** 包括於美國及加拿大的業務。
- **歐洲：** 包括於比利時、德國、意大利、法國、英國（包括於愛爾蘭錄得的銷售淨額）、西班牙及其他較小市場（包括奧地利、丹麥、芬蘭、匈牙利、荷蘭、挪威、波蘭、南非、瑞典、瑞士及土耳其以及其他由第三方分銷商服務的小型市場）的業務。
- **拉丁美洲：** 包括於墨西哥、智利、巴西及其他較小市場（包括阿根廷、哥倫比亞、巴拿馬、秘魯及烏拉圭以及其他由第三方分銷商服務的小型市場）的業務。
- **企業：** 主要包括若干就我們所擁有的品牌授權進行的特許經營活動及我們企業總部職能與相關開銷。

我們的管理層團隊會定期檢討所有營運分部的經營業績並決定如何就各分部調配資源及評估表現。

主要財務指標

為分析我們的業務表現、釐定財務預測及協助制定長期策略計劃，我們的管理層審視以下主要財務指標，其中包括根據 IFRS 會計準則編製的計量工具及非 IFRS 財務計量工具。我們的管理層認為，除根據 IFRS 會計準則編製的財務業績外，下文呈列的非 IFRS 財務計量工具對評估我們的業績亦為有用。有關該等非 IFRS 財務計量工具及與最具可比性的 IFRS 財務計量工具進行對賬的更多資料，請參閱本節的「— 非 IFRS 財務計量工具」。

	截至 9 月 30 日止三個月					
	2025 年		2024 年		2025 年與 2024 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	銷售淨額 百分比	增加（減少） 百分比	按不變匯率基準計算的 增加（減少）百分比 ⁽²⁾
按地區劃分的銷售淨額 ⁽¹⁾ ：						
亞洲	324.8	37.2 %	327.6	37.3 %	(0.9)%	(0.3)%
北美洲	282.2	32.4 %	295.8	33.7 %	(4.6)%	(4.5)%
歐洲	221.0	25.3 %	209.2	23.8 %	5.6 %	0.9 %
拉丁美洲	44.6	5.1 %	45.1	5.2 %	(1.1)%	1.2 %
企業	0.0	0.0 %	0.1	0.0 %	(100.0)%	(100.0)%
總銷售淨額	872.7	100.0 %	877.7	100.0 %	(0.6)%	(1.3)%

註釋

- (1) 我們銷售淨額的地域位置分佈一般反映出出售產品的國家或地區，並不一定為終端客戶實際所在的國家或地區。
- (2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為一項非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具 — 按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

	截至 9 月 30 日止九個月					
	2025 年		2024 年		2025 年與 2024 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	銷售淨額 百分比	增加（減少） 百分比	按不變匯率基準計算的 增加（減少）百分比 ⁽²⁾
按地區劃分的銷售淨額 ⁽¹⁾ ：						
亞洲	950.5	37.5 %	1,007.6	38.1 %	(5.7)%	(5.0)%
北美洲	842.8	33.2 %	904.0	34.1 %	(6.8)%	(6.6)%
歐洲	599.9	23.7 %	581.5	22.0 %	3.2 %	1.4 %
拉丁美洲	141.0	5.6 %	152.6	5.8 %	(7.6)%	(0.3)%
企業	0.2	0.0 %	0.5	0.0 %	(64.5)%	(64.5)%
總銷售淨額	2,534.3	100.0 %	2,646.2	100.0 %	(4.2)%	(3.9)%

註釋

- (1) 我們銷售淨額的地域位置分佈一般反映出出售產品的國家或地區，並不一定為終端客戶實際所在的國家或地區。
- (2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為一項非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具 — 按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

	截至 9 月 30 日止三個月		
(以百萬美元呈列)	2025 年	2024 年	增加（減少） 百分比
期內溢利	78.8	71.5	10.3 %
利潤率	9.0 %	8.1 %	
經調整 EBITDA ⁽¹⁾	142.6	154.6	(7.7) %
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽¹⁾	16.3 %	17.6 %	
經調整淨收入 ⁽¹⁾	63.6	79.7	(20.2) %
經營活動所得現金淨額	131.4	150.2	(12.5) %
經調整自由現金流量 ⁽¹⁾	64.7	94.2	(31.3) %

註釋

(1) 該等工具為非 IFRS 財務計量工具。有關我們使用該等非 IFRS 財務計量工具及其對投資者的用途，以及與最具可比性的 IFRS 財務計量工具的對賬資料，請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具」。

	截至 9 月 30 日止九個月		
(以百萬美元呈列)	2025 年	2024 年	增加（減少） 百分比
期內溢利	208.9	255.6	(18.3) %
利潤率	8.2 %	9.7 %	
經調整 EBITDA ⁽¹⁾	411.4	488.1	(15.7) %
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽¹⁾	16.2 %	18.4 %	
經調整淨收入 ⁽¹⁾	187.0	253.7	(26.3) %
經營活動所得現金淨額	253.1	343.1	(26.2) %
經調整自由現金流量 ⁽¹⁾	76.3	175.8	(56.6) %

註釋

(1) 該等工具為非 IFRS 財務計量工具。有關我們使用該等非 IFRS 財務計量工具及其對投資者的用途，以及與最具可比性的 IFRS 財務計量工具的對賬資料，請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具」。

季節性

我們的銷售淨額受到季節性波動的影響中等，主要由於夏季旅遊季節以及假日旅遊及送禮季節零售活動有所增加。春末夏初，我們銷售淨額呈現上升趨勢，反映出為夏季假日而購買旅遊相關產品。9 月至 11 月期間通常亦為批發買家比較活躍的期間，因為彼等會在年底節日送禮季節來臨前增加存貨。此外，儘管批發活動通常於 12 月降低，但零售銷售通常會因年底假日相關旅遊及禮品購買而上升。在該等銷量高峰期，我們處理、生產及滿足客戶訂單的能力如遇任何干擾，均可能對我們的季度及年度經營業績造成嚴重不利影響。

隨著我們平均庫存水平為滿足消費者需求增加而上升，我們的營運資金需要通常於第二季度及第三季度增加。由於批發渠道客戶在夏季旅遊及節日送禮季節來臨前儲備存貨，相對於銷售淨額，我們於該等期間的應收賬款通常會增加。

按不變匯率基準計算的呈列方式

我們的國際業務佔且預計將繼續佔我們銷售淨額及開支的重大部分。因此，我們的銷售淨額及開支將持續受到美元兌主要國際貨幣匯率變動的影響。為提供一個按地區、品牌、產品類別及渠道評估我們銷售業績的框架（撇除外匯匯率波動的影響），我們在本報告中按不變匯率基準（一項非 IFRS 財務計量工具）比較不同期間業績的百分比變動。為呈列相關資料，功能貨幣並非美元的實體的本期間及上個期間業績以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率（而非相關期間的實際匯率）換算為美元。有關我們如何應用該項非 IFRS 財務計量工具及其限制的進一步討論，見「— 非 IFRS 財務計量工具 — 按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月

銷售淨額

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，我們的銷售淨額為 872.7 百萬美元，而截至 2024 年 9 月 30 日止三個月則為 877.7 百萬美元。與截至 2024 年 9 月 30 日止三個月相比，截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額減少 5.1 百萬美元或 0.6%（按不變匯率基準計算則減少 1.3%）。此與 2025 年第二季度銷售淨額同比減少 4.8%（按不變匯率基準計算則減少 5.8%）以及 2025 年第一季度銷售淨額同比減少 7.3%（按不變匯率基準計算則減少 4.5%）相比呈環比改善。2025 年第三季度的銷售淨額乃受到全球旅遊需求持續增長、新產品強勢上市，以及矚目廣告宣傳活動所支持。

按品牌劃分的銷售淨額

我們於三個核心品牌（*新秀麗*、*TUMI* 及 *American Tourister*）及其他非核心品牌下銷售產品。下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月按品牌劃分的銷售淨額明細：

	截至 9 月 30 日止三個月					
	2025 年		2024 年		2025 年與 2024 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	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 ⁽²⁾
按品牌劃分的銷售淨額：						
<i>新秀麗</i>	465.0	53.3 %	479.0	54.6 %	(2.9)%	(4.1)%
<i>TUMI</i>	204.3	23.4 %	193.3	22.0 %	5.7 %	5.0 %
<i>American Tourister</i>	139.0	15.9 %	144.3	16.4 %	(3.7)%	(3.7)%
其他 ⁽¹⁾	64.2	7.4 %	61.1	7.0 %	5.1 %	5.8 %
銷售淨額	872.7	100.0 %	877.7	100.0 %	(0.6)%	(1.3)%

註釋

- 「其他」包括 *Gregory*、*High Sierra*、*Kamiliant*、*Xtrem*、*Lipault*、*Hartmann*、*Saxoline* 及 *Secret* 等若干其他非核心的自有品牌，以及若干第三方品牌。
- 按不變匯率基準計算呈列的業績為一項非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具 — 按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

新秀麗 品牌截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 13.9 百萬美元或 2.9%（按不變匯率基準計算則減少 4.1%）。*新秀麗* 品牌的銷售淨額在北美洲及亞洲均有所下降：其中北美洲同比減少 16.8 百萬美元或 10.5%（按不變匯率基準計算則減少 10.5%），而亞洲同比減少 6.9 百萬美元或 4.5%（按不變匯率基準計算則減少 4.3%）。於北美洲，*新秀麗* 品牌的銷售淨額下降主要是由於主要批發客戶因消費者情緒疲弱及審慎管理庫存水平而在採購時更趨審慎，以及國際入境旅客減少所致。於亞洲，*新秀麗* 品牌的銷售淨額下降主要是由於宏觀經濟不確定性導致消費者信心下降及需求減少。*新秀麗* 品牌銷售淨額截至 2025 年 9 月 30 日止三個月與截至 2024 年 9 月 30 日止三個月相比在北美洲及亞洲的減幅部分被歐洲的銷售淨額增加 8.5 百萬美元或 5.9%（按不變匯率基準計算則增加 1.3%）及拉丁美洲的銷售淨額增加 1.3 百萬美元或 5.7%（按不變匯率基準計算則增加 8.0%）所抵銷。2025 年第三季度 *新秀麗* 品牌的銷售淨額減少 2.9%（按不變匯率基準計算則減少 4.1%），相對於 2025 年第二季度銷售淨額減少 3.7%（按不變匯率基準計算則減少 4.9%）及 2025 年第一季度銷售淨額減少 7.4%（按不變匯率基準計算則減少 4.5%）（均與去年同期相比）呈環比改善。

TUMI 品牌截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月增加 11.0 百萬美元或 5.7%（按不變匯率基準計算則增加 5.0%）。我們相信 2025 年第三季度較高收入消費者的需求相比較低收入消費者的需求更具韌性，有助推動了 *TUMI* 品牌 2025 年第三季度的銷售淨額增長。*TUMI* 品牌零售網絡（尤其是在 *TUMI* 品牌滲透率偏低的歐洲及亞洲）的策略性擴張亦有助於帶動銷售淨額同比增長。*TUMI* 品牌的銷售淨額在所有地區均同比增加：其中亞洲同比增加 4.6 百萬美元或 7.5%（按不變匯率基準計算則增加 7.1%）、北美洲同比增加 3.4 百萬美元或 3.2%（按不變匯率基準計算則增加 3.3%）、歐洲同比增加 2.7 百萬美元或 10.9%（按不變匯率基準計算則增加 6.3%）及拉丁美洲同比增加 0.4 百萬美元或 10.9%（按不變匯率基準計算則增加 9.5%）。2025 年第三季度 *TUMI* 品牌的銷售淨額增加 5.7%（按不變匯率基準計算則增加 5.0%），相對於 2025 年第二季度銷售淨額減少 2.0%（按不變匯率基準計算則減少 3.0%）及 2025 年第一季度銷售淨額減少 3.7%（按不變匯率基準計算則減少 2.0%）（均與去年同期相比）呈環比改善。

American Tourister 品牌截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 5.3 百萬美元或 3.7%（按不變匯率基準計算則減少 3.7%）。*American Tourister* 品牌在亞洲的銷售淨額減少 4.3 百萬美元或 5.0%（按不變匯率基準計算則減少 3.6%），相對於 2025 年第二季度銷售淨額呈環比改善，主要受惠於入門級產品綫升級，尤其是在印度。*American Tourister* 品牌在拉丁美洲的銷售淨額同比減少 1.5 百萬美元或 22.4%（按不變匯率基準計算則減少

19.1%)，主要是由於墨西哥消費者信心下降。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月 *American Tourister* 品牌在歐洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 0.4 百萬美元或 1.2%（按不變匯率基準計算則減少 6.1%）。 *American Tourister* 品牌在北美洲的銷售淨額增加 1.0 百萬美元或 4.8%（按不變匯率基準計算則增加 4.9%）。2025 年第三季度 *American Tourister* 品牌的銷售淨額減少 3.7%（按不變匯率基準計算則減少 3.7%），相對於 2025 年第二季度銷售淨額減少 13.8%（按不變匯率基準計算則減少 14.4%）及 2025 年第一季度銷售淨額減少 14.0%（按不變匯率基準計算則減少 10.8%）（均與去年同期相比）呈環比改善。

按產品類別劃分的銷售淨額

我們銷售的產品來自兩個主要產品類別：旅遊及非旅遊。下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月按產品類別劃分的銷售淨額明細：

	截至 9 月 30 日止三個月					
	2025 年		2024 年		2025 年與 2024 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	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 ⁽²⁾
按產品類別劃分的銷售淨額：						
旅遊	562.0	64.4 %	588.7	67.1 %	(4.5)%	(5.3)%
非旅遊 ⁽¹⁾	310.6	35.6 %	289.1	32.9 %	7.4 %	6.7 %
銷售淨額	872.7	100.0 %	877.7	100.0 %	(0.6)%	(1.3)%

註釋

(1) 非旅遊產品類別包括商務包、休閒包及背包、配件及其他產品。

(2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為一項非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具 — 按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

旅遊產品類別截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 26.6 百萬美元或 4.5%（按不變匯率基準計算則減少 5.3%）。旅遊產品的銷售淨額同比減少主要是由於在宏觀經濟不確定及貿易政策變動之下，批發客戶在採購時更趨審慎。旅遊產品類別的銷售淨額於亞洲同比減少 8.7 百萬美元或 4.3%（按不變匯率基準計算則減少 3.5%）以及於北美洲同比減少 20.4 百萬美元或 9.4%（按不變匯率基準計算則減少 9.4%）。

非旅遊產品類別截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的總銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月增加 21.5 百萬美元或 7.4%（按不變匯率基準計算則增加 6.7%），反映我們持續致力於擴展核心旅遊相關以外類別產品及發掘更廣泛的消費者需求。非旅遊產品類別的銷售淨額佔銷售淨額的百分比由截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 32.9% 上升至截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 35.6%，上升 270 個基點。有關增幅受惠於我們旗下包括 *Gregory*、*TUMI* 和 *Samsonite* 在內多個品牌非旅遊產品銷售淨額的強勁增長，並凸顯了我們認為非旅遊產品類別所蘊含的巨大長期增長機遇。

按分銷渠道劃分的銷售淨額

我們透過兩個主要分銷渠道銷售產品：批發及 DTC。下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月按分銷渠道劃分的銷售淨額明細：

	截至 9 月 30 日止三個月					
	2025 年		2024 年		2025 年與 2024 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	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 ⁽¹⁾
按分銷渠道劃分的銷售淨額：						
批發	506.6	58.0 %	528.2	60.2 %	(4.1)%	(4.5) %
DTC：						
零售	263.1	30.2 %	257.3	29.3 %	2.3 %	1.1 %
電子商貿	102.9	11.8 %	92.3	10.5 %	11.5 %	10.1 %
DTC 總額	366.1	42.0 %	349.6	39.8 %	4.7 %	3.5 %
總銷售淨額	872.7	100.0 %	877.7	100.0 %	(0.6)%	(1.3) %

註釋

- (1) 按不變匯率基準計算呈列的業績為一項非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具 — 按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，我們批發渠道的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 21.6 百萬美元或 4.1%（按不變匯率基準計算則減少 4.5%），主要是由於在宏觀經濟不確定及貿易政策變動之下，傳統批發客戶在採購時更趨審慎，部分被向網上零售商批發的銷售淨額增長所抵銷。

相反，我們 DTC 渠道展現出更強韌性。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，我們 DTC 渠道的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月增加 16.5 百萬美元或 4.7%（按不變匯率基準計算則增加 3.5%），凸顯我們與消費者直接聯繫的優勢。DTC 渠道的總銷售淨額佔銷售淨額的百分比由截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 39.8% 上升至截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 42.0%，上升 220 個基點。

在 DTC 零售渠道內，截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，自營零售店的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月增加 5.9 百萬美元或 2.3%（按不變匯率基準計算則增加 1.1%）。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，我們增設 29 家自營零售店，並關閉 22 家自營零售店，淨增設七家自營零售店。於 2025 年 9 月 30 日，自營零售店的總數為 1,147 家，而於 2024 年 9 月 30 日則為 1,104 家。我們相信擴充和升級我們的零售店群改善了我們的整體毛利率，並提升了我們的品牌在終端消費者心目中的形象。

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月同店零售銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 6.8 百萬美元或 2.8%（按不變匯率基準計算則減少 3.7%），反映零售店客戶流量同比有所減少。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，我們錄得(i)北美洲的同店銷售淨額減少 5.2 百萬美元或 5.5%（按不變匯率基準計算則減少 5.4%）；(ii)亞洲的同店銷售淨額減少 3.2 百萬美元或 4.8%（按不變匯率基準計算則減少 4.9%）；(iii)歐洲的同店銷售淨額增加 1.8 百萬美元或 2.5%（按不變匯率基準計算則減少 1.6%）；以及(iv)拉丁美洲的同店銷售淨額減少 0.2 百萬美元或 1.3%（按不變匯率基準計算則增加 1.3%）（均與去年同期相比）。我們的同店分析包括於有關財務期間完結前已營業最少 12 個月的現有自營零售店。

DTC 電子商貿的總銷售淨額由截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 92.3 百萬美元（佔銷售淨額的 10.5%）增加 10.6 百萬美元或 11.5%（按不變匯率基準計算則增加 10.1%）至截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 102.9 百萬美元（佔銷售淨額的 11.8%）。DTC 電子商貿渠道的銷售淨額百分比同比上升反映我們持續對數碼市場營銷及我們的電子商貿平台進行投資，以及我們相信消費者購買行為正持續轉向電子商貿。

按地區劃分的銷售淨額

下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月按地區劃分的銷售淨額明細：

	截至 9 月 30 日止三個月					
	2025 年		2024 年		2025 年與 2024 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	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 ⁽²⁾
按地區劃分的銷售淨額 ⁽¹⁾ ：						
亞洲	324.8	37.2 %	327.6	37.3 %	(0.9) %	(0.3) %
北美洲	282.2	32.4 %	295.8	33.7 %	(4.6) %	(4.5) %
歐洲	221.0	25.3 %	209.2	23.8 %	5.6 %	0.9 %
拉丁美洲	44.6	5.1 %	45.1	5.2 %	(1.1) %	1.2 %
企業	0.0	0.0 %	0.1	0.0 %	(100.0) %	(100.0) %
銷售淨額	872.7	100.0 %	877.7	100.0 %	(0.6) %	(1.3) %

註釋

(1) 我們銷售淨額的地域位置分佈一般反映出售產品的國家或地區，並不一定為終端客戶實際所在的國家或地區。

(2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為一項非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具 — 按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

亞洲

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，我們於亞洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 2.8 百萬美元或 0.9%（按不變匯率基準計算則減少 0.3%），與 2025 年第二季度相比有顯著改善，當時銷售淨額較去年同期下降 6.2%（按不變匯率基準計算則減少 7.6%）。

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，於澳洲的銷售淨額同比減少 4.1 百萬美元或 17.7%（按不變匯率基準計算則減少 15.5%），主要由於因獨立零售商的手頭存貨增加導致對其的銷售減少；於南韓的銷售淨額因政局不穩影響消費者自主支出而減少 3.1 百萬美元或 8.5%（按不變匯率基準計算則減少 6.1%）；而於中國的銷售淨額則因貿易緊張局勢加劇而減少 1.7 百萬美元或 2.2%（按不變匯率基準計算則減少 2.1%）所致。該等銷售淨額減幅部分被印度及日本的銷售淨額同比增加所抵銷。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，於印度的銷售淨額同比增加 1.8 百萬美元或 3.6%（按不變匯率基準計算則增加 8.5%）。與截至 2024 年 9 月 30 日止三個月相比，截至 2025 年 9 月 30 日止三個月於日本的銷售淨額增加 3.2 百萬美元或 6.3%（按不變匯率基準計算則增加 5.2%）。

新秀丽品牌於亞洲的銷售淨額減少 6.9 百萬美元或 4.5%（按不變匯率基準計算則減少 4.3%），該減幅主要是由於宏觀經濟不確定性導致消費者信心下降及批發客戶審慎採購。TUMI 品牌的銷售淨額同比增加 4.6 百萬美元或 7.5%（按不變匯率基準計算則增加 7.1%）。策略性零售擴張有助於帶動銷售淨額同比增長。American Tourister 品牌的銷售淨額減少 4.3 百萬美元或 5.0%（按不變匯率基準計算則減少 3.6%），與 2025 年第二季度相比呈環比改善，主要受惠於入門級產品綫升級，尤其是在印度。

北美洲

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，我們於北美洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 13.5 百萬美元或 4.6%（按不變匯率基準計算則減少 4.5%），與 2025 年第二季度銷售淨額較去年同期下降 7.4%（按不變匯率基準計算則減少 7.3%）相比呈環比改善。

新秀丽品牌於北美洲的銷售淨額同比減少 16.8 百萬美元或 10.5%（按不變匯率基準計算則減少 10.5%），主要是由於主要批發客戶因消費者情緒疲弱及審慎管理庫存水平而在採購時更趨審慎，以及國際入境旅客減少所致。TUMI 品牌的銷售淨額同比增加 3.4 百萬美元或 3.2%（按不變匯率基準計算則增加 3.3%），主要乃由於非旅遊類別的銷售淨額增加所致。American Tourister 品牌的銷售淨額同比增加 1.0 百萬美元或 4.8%（按不變匯率基準計算則減少 4.9%）。

歐洲

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，我們於歐洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月增加 11.8 百萬美元或 5.6%（按不變匯率基準計算則增加 0.9%），與 2025 年第二季度銷售淨額較去年同期上升 3.3%（但按不變匯率基準計算則下降 0.9%）相比呈環比改善。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，於德國的銷售淨額同比增加 2.3 百萬美元或 9.3%（按不變匯率基準計算則增加 2.8%），於法國的銷售淨額同比增加 2.1 百萬美元或 11.3%（按不變匯率基準計算則增加 4.5%）及於英國的銷售淨額同比增加 1.3 百萬美元或 6.8%（按不變匯率基準計算則增加 3.2%）。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，於意大利及西班牙的銷售淨額相對截至 2024 年 9 月 30 日止三個月保持平穩，於意大利的銷售淨額同比增加 2.5%（但按不變匯率基準計算則減少 3.7%），於西班牙的銷售淨額同比增加 1.9%（但按不變匯率基準計算則減少 4.2%）。

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，*新秀麗*品牌於歐洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月增加 8.5 百萬美元或 5.9%（按不變匯率基準計算則增加 1.3%）。*TUMI* 品牌的銷售淨額同比增加 2.7 百萬美元或 10.9%（按不變匯率基準計算則增加 6.3%）。*TUMI* 品牌於歐洲的策略性零售擴張有助於帶動銷售淨額同比增長。*American Tourister* 品牌的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 0.4 百萬美元或 1.2%（按不變匯率基準計算則減少 6.1%）。

拉丁美洲

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，我們於拉丁美洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 0.5 百萬美元或 1.1%（按不變匯率基準計算則增加 1.2%）。於拉丁美洲的銷售淨額同比下降主要是由於墨西哥消費者信心下降及智利消費者支出減少所致。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，於墨西哥的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 2.8 百萬美元或 14.6%（按不變匯率基準計算則減少 15.5%），而於智利的銷售淨額則同比減少 0.5 百萬美元或 5.2%（按不變匯率基準計算則減少 1.4%）。於墨西哥及智利的該等銷售淨額減幅部分被截至 2025 年 9 月 30 日止三個月於巴西的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月增加 1.9 百萬美元或 34.3%（按不變匯率基準計算則增加 31.3%）所抵銷，該增幅乃主要由於巴西的批發及 DTC 電子商貿渠道的銷售淨額同比改善所致。

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，*新秀麗*品牌於拉丁美洲的銷售淨額同比增加 1.3 百萬美元或 5.7%（按不變匯率基準計算則增加 8.0%）。*American Tourister* 品牌截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 1.5 百萬美元或 22.4%（按不變匯率基準計算減少 19.1%），主要是由於墨西哥消費者信心下降。*TUMI* 品牌截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額為 4.3 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月增加 0.4 百萬美元或 10.9%（按不變匯率基準計算則增加 9.5%）。

銷售成本及毛利

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的銷售成本為 352.9 百萬美元（佔銷售淨額的 40.4%），較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 357.7 百萬美元（佔銷售淨額的 40.7%）減少 4.8 百萬美元或 1.3%。銷售成本減少主要由於同期銷售淨額減少。

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的毛利為 519.8 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 520.1 百萬美元減少 0.3 百萬美元或 0.1%。儘管面對美國關稅壓力，截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的毛利率較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 59.3% 增加 30 個基點至 59.6%。該增幅乃由於 *TUMI* 品牌與 DTC 渠道對總銷售淨額貢獻上升所帶來的有利組合效應，並受到憑藉我們得力採購團隊、規模優勢以及與長期供應商緊密合作得以在美國實施的關稅緩解措施所支持。

營運開支

分銷開支

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的分銷開支為 284.5 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 267.1 百萬美元增加 17.4 百萬美元或 6.5%，主要是由於過去 12 個月淨增設 43 家新自營零售店相關的折舊及攤銷開支增加以及薪酬及僱員福利增加。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，分銷開支佔銷售淨額的百分比為 32.6%，而截至 2024 年 9 月 30 日止三個月則為 30.4%，主要由於上述開支增加及銷售淨額減少所致。

營銷開支

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的營銷開支為 53.0 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 55.7 百萬美元減少 2.7 百萬美元或 4.9%，乃由於我們按不同市場的情況將廣告投入調整至適當水平所致。按銷售淨額百分比計算，截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，營銷開支佔銷售淨額 6.1%，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 6.3% 下降 20 個基點。

一般及行政開支

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的一般及行政開支為 54.8 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 55.7 百萬美元減少 0.9 百萬美元或 1.6%。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，一般及行政開支佔銷售淨額的百分比為 6.3%，與截至 2024 年 9 月 30 日止三個月持平。

其他開支及收入

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的其他收入為 11.7 百萬美元，而截至 2024 年 9 月 30 日止三個月則為其他開支 8.6 百萬美元。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的其他收入包括 2025 年第三季度比利時適用法律變動後的法定責任應計費用撥回共計 14.5 百萬美元。其他收入部分被與籌備我們的證券可能在美國雙重上市及遵守更多監管要求相關的成本 1.8 百萬美元所抵銷。截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的其他開支包括與籌備本公司證券可能雙重上市及遵守更多監管要求相關的成本 5.1 百萬美元，以及出售物業、廠房及設備的虧損及若干其他雜項開支項目，部分被退租／重新計量的收益所抵銷。

經營溢利

經營溢利由截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 133.0 百萬美元增加 6.2 百萬美元或 4.6%至截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 139.2 百萬美元，主要乃由於上述因素所致。

下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月按分部劃分的呈報經營溢利明細：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月		增加（減少） 百分比
	2025 年	2024 年	
按地區劃分的經營溢利：			
亞洲	55.8	59.5	(6.2)%
北美洲	43.1	51.4	(16.1)%
歐洲	59.1	45.2	30.8 %
拉丁美洲	1.2	3.6	(66.7)%
企業	(20.0)	(26.6)	(24.8)%
經營溢利	139.2	133.0	4.6 %

亞洲

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，亞洲的經營溢利較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 3.7 百萬美元或 6.2%，主要由於分銷開支增加 5.5 百萬美元，部分被營銷開支減少 2.2 百萬美元所抵銷。

北美洲

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，北美洲的經營溢利較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 8.3 百萬美元或 16.1%，主要由於銷售淨額減少 13.5 百萬美元導致毛利減少 5.4 百萬美元及分銷開支增加 2.6 百萬美元。

歐洲

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，歐洲的經營溢利較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月增加 13.9 百萬美元或 30.8%，主要由於銷售淨額增加 11.8 百萬美元導致毛利增加 8.7 百萬美元及與比利時適用法律變動後的法定責任應計費用撥回有關的其他收入增加 15.9 百萬美元，部分被分銷開支及一般及行政開支分別增加 8.2 百萬美元及 1.2 百萬美元所抵銷。

拉丁美洲

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，拉丁美洲的經營溢利較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 2.4 百萬美元或 66.7%，乃由於毛利減少 3.2 百萬美元，部分被一般及行政開支減少 0.9 百萬美元所抵銷。

企業

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，企業分部的經營虧損較截至 2024 年 9 月 30 日止三個月減少 6.6 百萬美元或 24.8%，主要是由於一般及行政開支及其他開支減少 7.6 百萬美元，當中包括與籌備我們的證券可能在美國雙重上市及遵守更多監管要求相關的成本同比減少。

財務收入及費用

下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月的財務費用總額明細：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月	
	2025 年	2024 年
於損益中確認：		
利息收入	2.2	3.0
財務收入總額	2.2	3.0
貸款及借款的利息開支	(24.6)	(22.2)
遞延融資成本攤銷	(0.6)	(2.3)
租賃負債的利息開支	(9.6)	(9.0)
認沽期權之公允價值變動	4.7	(3.7)
外匯（虧損）收益淨額	(1.2)	0.1
其他財務費用	(0.9)	(1.0)
財務費用總額	(32.2)	(38.1)
於損益中確認的財務費用淨額	(30.0)	(35.1)

財務費用淨額由截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 35.1 百萬美元減少 5.0 百萬美元或 14.3%至截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 30.0 百萬美元。該跌幅主要由於因非控股權益認沽期權之公允價值變動所帶來的收益同比增加 8.4 百萬美元，部分被貸款及借款的利息開支同比增加 2.4 百萬美元所抵銷。

所得稅開支

我們於截至 2025 年 9 月 30 日止三個月錄得所得稅開支 30.3 百萬美元，導致營運實際稅率 27.8%。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月錄得所得稅開支，主要由於呈報的除所得稅前溢利 109.2 百萬美元，以及與尚未行使購股權相關的稅項開支所致。我們於截至 2024 年 9 月 30 日止三個月則錄得所得稅開支 26.5 百萬美元，導致營運實際稅率 27.0%。截至 2024 年 9 月 30 日止三個月錄得所得稅開支，主要是由於呈報的除所得稅前溢利 98.0 百萬美元，加上集團內部股息的預扣稅所致。

就中期呈報而言，我們計算中期期間除所得稅前溢利時應用實際稅率。所呈報的實際稅率按我們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變動作出調整。各期間的實際稅率是基於管理層對預期整個財政年度的年度加權平均所得稅率的最佳估計，應用於期內除所得稅前溢利並就期內若干個別項目作出調整而確認。

現金流量

下表呈列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月的現金流量概要：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月		
	2025 年	2024 年	增加（減少） 百分比
經營活動所得現金淨額	131.4	150.2	(12.5) %
投資活動所用現金淨額	(24.0)	(20.6)	16.5 %
融資活動所用現金淨額	(278.5)	(273.1)	2.0 %
現金及現金等價物減少淨額	(171.1)	(143.4)	19.3 %
期初現金及現金等價物	669.1	815.5	(18.0) %
匯率變動的影響	(1.3)	10.2	(112.8) %
於 9 月 30 日的現金及現金等價物	496.7	682.3	(27.2) %

經營活動所得現金流量

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，經營活動所得現金淨額 131.4 百萬美元主要包括期內溢利 78.8 百萬美元（經非現金項目及計入淨收入的所得稅開支調整，並減去借款及租賃負債的已付利息 30.7 百萬美元及已付所得稅 28.2 百萬美元）。經營資產及負債變動導致現金流出 17.4 百萬美元，主要因其他資產及負債變動淨額 21.7 百萬美元及應付賬款及其他應付款項變動 18.5 百萬美元所致，部分被存貨相關現金流量改善 17.0 百萬美元所抵銷。

截至 2024 年 9 月 30 日止三個月，經營活動所得現金淨額 150.2 百萬美元主要包括期內溢利 71.5 百萬美元（經非現金項目及計入淨收入的所得稅開支調整，並減去借款及租賃負債的已付利息 30.0 百萬美元及已付所得稅 29.2 百萬美元）。經營資產及負債變動導致現金流入 14.0 百萬美元，主要因應收賬款及其他應收款項變動 26.8 百萬美元所致，部分被存貨相關現金流出 17.6 百萬美元所抵銷。

投資活動所用現金流量

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，投資活動所用現金流量淨額為 24.0 百萬美元，歸因於資本開支（包括購置物業、廠房及設備 21.9 百萬美元及採購軟件 2.1 百萬美元）。有關資本開支的討論，請參閱「— 資本開支」。

截至 2024 年 9 月 30 日止三個月，投資活動所用現金流量淨額為 20.6 百萬美元，歸因於資本開支（包括購置物業、廠房及設備 18.6 百萬美元及採購軟件 1.9 百萬美元）。有關資本開支的討論，請參閱「— 資本開支」。

資本開支

下表載列我們截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月的資本開支總額：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月		增加（減少） 百分比
	2025 年	2024 年	
購置物業、廠房及設備：			
土地	—	1.0	(100.0) %
樓宇	2.3	2.5	(8.8) %
機器、設備、租賃物業裝修及其他	19.6	15.2	29.0 %
物業、廠房及設備購置總額	21.9	18.6	17.3 %
採購軟件	2.1	1.9	8.8 %
採購軟件總額	2.1	1.9	8.8 %
資本開支總額	24.0	20.6	16.5 %

我們的資本開支總額由截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 20.6 百萬美元增加 3.4 百萬美元或 16.5%至截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 24.0 百萬美元。資本開支總額增加主要是由於新機器及設備的購置增加。

我們擬繼續就物業、廠房及設備作出投放，以升級和擴充我們的零售店群，並投資於核心策略性功能範疇及投資於軟件以改善電子商貿平台及客戶參與能力，支持銷售增長。

融資活動所用現金流量

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，融資活動所用現金流量淨額為 278.5 百萬美元，主要由於向股東支付股息的現金流出 150.0 百萬美元、過往優先信貸融通付款的現金流出 71.3 百萬美元及租賃負債本金付款的現金流出 42.7 百萬美元所致。

截至 2024 年 9 月 30 日止三個月，融資活動所用現金流量淨額為 273.1 百萬美元，主要由於向股東支付分派的現金流出 150.0 百萬美元、股份回購的現金流出 72.0 百萬美元及租賃負債本金付款的現金流出 35.5 百萬美元所致。

非 IFRS 財務計量工具

除根據 IFRS 會計準則釐定我們的業績外，管理層亦會審視若干非 IFRS 財務計量工具，包括本節詳述的按不變匯率基準計算的銷售淨額增長、經調整 EBITDA、經調整 EBITDA 利潤率、經調整淨收入、經調整每股基本及攤薄盈利以及經調整自由現金流量，以評估我們的業務、衡量我們的表現、識別影響我們的趨勢、制定業務計劃及作出策略決策。

我們相信，當該等非 IFRS 財務計量工具與我們的 IFRS 會計準則財務資料一同使用時，令投資者可將我們的財務表現與其他期間及我們行業內其他公司對比，從而更好地評估我們的財務表現。然而，非 IFRS 財務計量工具並非根據 IFRS 會計準則進行定義或確認，其呈列僅為補充資訊之目的，且不應被視為獨立於或依賴其代替根據 IFRS 會計準則所呈報的財務資料。我們呈列任何非 IFRS 財務計量工具，不應被詮釋為推斷我們未來業績將不受不尋常或非經常性項目的影響。我們所在行業內的其他公司可能以不同方式計算非 IFRS 財務計量工具，這可能限制其作為可比計量工具的有效性。

我們的非 IFRS 財務計量工具作為分析工具有其局限性，不應被視為獨立於或代替我們根據 IFRS 會計準則對業績進行的分析。按不變匯率基準計算的銷售淨額增長作為檢討我們財務業績的指標有其局限性，原因為其不會反映外幣對所呈報銷售淨額的影響。經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率的部分限制包括不會反映可能減少我們可用現金的若干稅項付款；不會反映日後可能須置換的折舊及攤銷資產的任何現金資本開支需求；不會反映我們營運資金需要的變動或現金需求；及不會反映利息開支或償還利息或本金付款所需的現金需求。經調整淨收入以及經調整每股基本及攤薄盈利的部分限制包括不會反映影響我們所呈報的溢利的多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用（連同其各自的稅務影響）的影響。經調整自由現金流量的部分限制包括其不會反映我們未來合約承擔或考慮若干現金需求，如利息付款、稅項付款及債務償還需求，亦不反映我們於特定時期現金結餘的增加或減少總額。由於該等及其他限制，我們的非 IFRS 財務計量工具應與根據 IFRS 會計準則編製及呈報的可比財務計量工具一併考慮。

按不變匯率基準計算的銷售淨額增長

我們呈報按不變匯率基準計算的銷售淨額百分比變動，以對根據 IFRS 會計準則呈報的銷售淨額進行補充，並透過撇除外幣變動對所呈報銷售淨額同比的正面或負面影響，加深投資者對我們全球業務表現的了解。為呈列相關資料，功能貨幣並非美元的實體的本期間及可比上一期間業績以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率（而非相關期間的實際匯率）換算為美元。我們相信，呈報按不變匯率基準計算的資料透過撇除未必能反映我們核心經營業績的外幣匯率波動的影響，為管理層及投資者提供有用資訊。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率

經調整 EBITDA（一項非 IFRS 財務計量工具）撇除多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用的影響。經調整 EBITDA 定義為期內溢利，並經調整以撇除所得稅開支、財務費用（撇除租賃負債的利息開支）、財務收入、折舊、攤銷（撇除租賃使用權資產攤銷）、以股份支付的薪酬開支、減值撥回及其他開支。經調整 EBITDA 利潤率（一項非 IFRS 財務計量工具）定義為經調整 EBITDA 除以銷售淨額。我們相信經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率會提供更多資訊，有利於更全面了解我們的經營表現及我們業務的相關趨勢。

經調整 EBITDA 由截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 154.6 百萬美元減少 12.0 百萬美元或 7.7% 至截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 142.6 百萬美元，乃由於銷售淨額同比輕微減少及分銷開支同比增加所致，部分被營銷開支減少所抵銷。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITDA 利潤率為 16.3%，而截至 2024 年 9 月 30 日止三個月則為 17.6%，乃由於分銷開支佔銷售淨額百分比上升，部分被毛利率提高及廣告開支佔銷售淨額百分比下降所抵銷。

下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率與我們期內溢利及利潤率（根據 IFRS 會計準則呈列的最直接可比財務計量工具）的對賬：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月		增加（減少） 百分比
	2025 年	2024 年	
期內溢利	78.8	71.5	10.3 %
加（減）：			
所得稅開支	30.3	26.5	14.4 %
財務費用	32.2	38.1	(15.5) %
財務收入	(2.2)	(3.0)	(28.6) %
經營溢利	139.2	133.0	4.6 %
加（減）：			
折舊	16.9	13.0	30.3 %
攤銷總額	48.9	43.3	13.0 %
以股份支付的薪酬開支	2.7	4.0	(32.5) %
租賃使用權資產攤銷	(43.8)	(38.2)	14.5 %
租賃負債的利息開支	(9.6)	(9.0)	6.7 %
其他調整 ⁽¹⁾	(11.7)	8.6	nm
經調整 EBITDA ⁽²⁾	142.6	154.6	(7.7) %
銷售淨額	872.7	877.7	
利潤率 ⁽³⁾	9.0 %	8.1 %	
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁴⁾	16.3 %	17.6 %	

註釋

(1) 其他調整主要包括未經審計簡明綜合收益表中的「其他（開支）及收入」。

(2) 經調整 EBITDA 撇除多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用的影響。經調整 EBITDA 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以便計入經營租金開支。

(3) 利潤率以期內溢利除以銷售淨額計算所得。

(4) 經調整 EBITDA 利潤率以經調整 EBITDA 除以銷售淨額計算所得。

nm 無意義。

管理層使用分部經調整 EBITDA 及分部經調整 EBITDA 利潤率作為分部盈利能力的補充計量工具，該計量工具剔除若干非現金及非經常性成本，管理層認為該計量工具能讓人更深入地了解分部業績，並能分離單個分部無法控制的若干事件的影響，從而更好地作出分部薪酬決策。下表按地區基準載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率與期內溢利（虧損）及利潤率（根據 IFRS 會計準則呈列的最直接可比財務計量工具）的對賬：

	截至 2025 年 9 月 30 日止三個月					
(以百萬美元呈列)	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	總計
期內溢利（虧損）	25.5	24.6	44.4	(0.4)	(15.2)	78.8
加（減）：						
所得稅開支（抵免）	13.1	5.7	16.4	(1.1)	(3.8)	30.3
財務費用	3.1	4.1	3.2	2.0	19.7	32.2
財務收入	(1.1)	(0.1)	(0.2)	(0.2)	(0.6)	(2.2)
公司間費用（收入） ⁽¹⁾	15.2	8.8	(4.7)	0.8	(20.2)	—
經營溢利（虧損）	55.8	43.1	59.1	1.2	(20.0)	139.2
加（減）：						
折舊	7.9	3.7	4.2	1.0	0.1	16.9
攤銷總額	16.1	17.1	11.8	3.5	0.5	48.9
以股份支付的薪酬開支	—	0.1	(0.4)	—	2.9	2.7
租賃使用權資產攤銷	(14.9)	(14.9)	(10.5)	(3.4)	(0.0)	(43.8)
租賃負債的利息開支	(1.8)	(4.2)	(2.4)	(1.1)	(0.0)	(9.6)
其他調整 ⁽²⁾	(0.2)	1.5	(14.6)	(0.2)	1.8	(11.7)
經調整 EBITDA ⁽³⁾	63.0	46.3	47.2	0.9	(14.8)	142.6
銷售淨額	324.8	282.2	221.0	44.6	—	872.7
利潤率 ⁽⁴⁾	7.8 %	8.7 %	20.1 %	(0.9) %	nm	9.0 %
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁵⁾	19.4 %	16.4 %	21.4 %	2.0 %	nm	16.3 %

註釋

- (1) 按地區劃分的公司間費用（收入）包括集團內部的專利收入／開支及於綜合入賬時撇銷的其他相互開支。
- (2) 其他調整主要包括未經審計簡明綜合收益表中的「其他（開支）及收入」。
- (3) 經調整 EBITDA 撇除多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用的影響。經調整 EBITDA 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以便計入經營租金開支。
- (4) 利潤率以期內溢利除以銷售淨額計算所得。
- (5) 經調整 EBITDA 利潤率以經調整 EBITDA 除以銷售淨額計算所得。

nm 無意義。

截至 2024 年 9 月 30 日止三個月

(以百萬美元呈列)	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	總計
期內溢利（虧損）	33.6	30.7	34.5	(2.2)	(25.2)	71.5
加（減）：						
所得稅開支（抵免）	11.2	7.9	12.3	1.4	(6.3)	26.5
財務費用	0.0	4.2	2.1	3.7	28.0	38.1
財務收入	(1.0)	(0.2)	(0.4)	(0.3)	(1.1)	(3.0)
公司間費用（收入） ⁽¹⁾	15.7	8.7	(3.3)	1.0	(22.1)	—
經營溢利（虧損）	59.5	51.4	45.2	3.6	(26.6)	133.0
加（減）：						
折舊	6.1	3.0	3.0	0.9	0.0	13.0
攤銷總額	13.3	16.2	9.8	3.4	0.5	43.3
以股份支付的薪酬開支	—	0.5	0.1	—	3.4	4.0
租賃使用權資產攤銷	(12.2)	(14.0)	(8.7)	(3.4)	(0.0)	(38.2)
租賃負債的利息開支	(1.8)	(4.0)	(1.9)	(1.2)	(0.0)	(9.0)
其他調整 ⁽²⁾	(0.2)	1.2	(0.0)	0.4	7.2	8.6
經調整 EBITDA ⁽³⁾	64.7	54.3	47.4	3.6	(15.5)	154.6
銷售淨額	327.6	295.8	209.2	45.1	0.1	877.7
利潤率 ⁽⁴⁾	10.3 %	10.4 %	16.5 %	(4.9)%	nm	8.1 %
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁵⁾	19.8 %	18.3 %	22.7 %	8.1 %	nm	17.6 %

註釋

(1) 按地區劃分的公司間費用（收入）包括集團內部的專利收入／開支及於綜合入賬時撇銷的其他相互開支。

(2) 其他調整主要包括未經審計簡明綜合收益表中的「其他（開支）及收入」。

(3) 經調整 EBITDA 撇除多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用的影響。經調整 EBITDA 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以便計入經營租金開支。

(4) 利潤率以期內溢利除以銷售淨額計算所得。

(5) 經調整 EBITDA 利潤率以經調整 EBITDA 除以銷售淨額計算所得。

nm 無意義。

經調整淨收入及經調整每股盈利

經調整淨收入（一項非 IFRS 財務計量工具）撇除影響我們呈報的股權持有人應佔溢利的多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用（連同其各自的稅務影響）的影響，我們相信其有助證券分析員、投資者及其他利益相關方更全面了解我們的相關財務表現。經調整淨收入定義為股權持有人應佔溢利，並經調整以撇除計入財務費用的認沽期權之公允價值變動、無形資產攤銷、終止確認與再融資相關的遞延融資成本、減值撥回、重組費用或撥回、可能在美國雙重上市的籌備費用、比利時的法定責任應計費用撥回及稅項調整。經調整每股基本及攤薄盈利以經調整淨收入分別除以每股基本及攤薄盈利計算所用的加權平均股數計算得出。

經調整淨收入由截至 2024 年 9 月 30 日止三個月的 79.7 百萬美元減少 16.1 百萬美元或 20.2%至截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 63.6 百萬美元。經調整淨收入減少主要由於經調整 EBITDA 減少及折舊開支增加。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的經調整每股基本及攤薄盈利分別為每股 0.046 美元及 0.046 美元，而截至 2024 年 9 月 30 日止三個月則分別為每股 0.055 美元及 0.055 美元。

下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月我們的經調整淨收入及經調整每股基本及攤薄盈利與期內溢利及每股基本及攤薄盈利（根據 IFRS 會計準則呈列的最直接可比財務計量工具）的對賬：

(以百萬美元呈列，每股數據除外)	截至 9 月 30 日止三個月		增加（減少） 百分比
	2025 年	2024 年	
期內溢利	78.8	71.5	10.3 %
減：非控股權益應佔溢利	(5.3)	(5.3)	1.6 %
股權持有人應佔溢利	73.5	66.2	11.0 %
加（減）：			
計入財務費用的認沽期權之公允價值變動	(4.7)	3.7	nm
無形資產攤銷	5.1	5.0	1.4 %
美國雙重上市籌備費用	1.8	5.1	(64.1) %
比利時的法定責任應計費用撥回	(14.5)	—	n/a
稅項調整 ⁽¹⁾	2.4	(0.3)	nm
經調整淨收入 ⁽²⁾	63.6	79.7	(20.2) %
每股基本盈利（以每股美元呈列）	0.053	0.046	16.6 %
每股攤薄盈利（以每股美元呈列）	0.053	0.045	16.3 %
經調整每股基本盈利（以每股美元呈列）	0.046	0.055	(16.2) %
經調整每股攤薄盈利（以每股美元呈列）	0.046	0.055	(16.4) %

註釋

(1) 稅項調整指基於有關成本產生所在司法權區的適用稅率計入未經審計簡明綜合收益表的對賬項目的稅務影響。

(2) 指股權持有人應佔經調整淨收入。

n/a 不適用。

nm 無意義。

經調整自由現金流量

我們對經調整自由現金流量（一項非 IFRS 財務計量工具）的定義為經營活動所得現金減去(i)購置物業、廠房及設備以及採購軟件費用及(ii)租賃負債的本金付款。我們認為，經調整自由現金流量可有效提供有關我們流動資金及能否在不使用若干核心經營活動之現金的情況下產生現金的更多資訊。經調整自由現金流量不代表可用作酌情支出的剩餘現金流量，原因為其並不包括若干強制性支出，且經調整自由現金流量的計算可能有別於其他公司所使用類似命名的計量工具，因此未必可與之進行比較。

下表呈列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月我們的經調整自由現金流量與我們的經營活動所得現金淨額（根據 IFRS 會計準則呈列的最直接可比財務計量工具）的對賬：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月		增加（減少） 百分比
	2025 年	2024 年	
經營活動所得現金淨額	131.4	150.2	(12.5) %
減：			
購置物業、廠房及設備以及軟件	(24.0)	(20.6)	16.5 %
租賃負債的本金付款	(42.7)	(35.5)	20.3 %
經調整自由現金流量	64.7	94.2	(31.3) %

截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月

銷售淨額

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們的銷售淨額為 2,534.3 百萬美元，而截至 2024 年 9 月 30 日止九個月則為 2,646.2 百萬美元。與截至 2024 年 9 月 30 日止九個月相比，截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額減少 111.9 百萬美元或 4.2%（按不變匯率基準計算則減少 3.9%）。銷售淨額有所下降主要是由於在宏觀經濟不確定及貿易政策變動之下，傳統批發客戶在採購時更趨審慎，以及消費者情緒轉弱而令需求減少所致。

按季度計，自 2025 年第一季度開始，我們所呈報的同比季度銷售淨額增長出現環比改善。有關所呈報季度銷售淨額增長環比改善的討論，請參閱「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析—截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止三個月」。

按品牌劃分的銷售淨額

我們於三個核心品牌（*新秀麗*、*TUMI* 及 *American Tourister*）及其他非核心品牌下銷售產品。下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月按品牌劃分的銷售淨額明細：

	截至 9 月 30 日止九個月					
	2025 年		2024 年		2025 年與 2024 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	銷售淨額 百分比	增加（減少） 百分比	按不變匯率基準計算的 增加（減少）百分比 ⁽²⁾
按品牌劃分的銷售淨額：						
<i>新秀麗</i>	1,319.1	52.1 %	1,382.8	52.3 %	(4.6)%	(4.5)%
<i>TUMI</i>	606.7	23.9 %	607.2	22.9 %	(0.1)%	(0.1)%
<i>American Tourister</i>	403.7	15.9 %	451.8	17.1 %	(10.6)%	(9.8)%
其他 ⁽¹⁾	204.8	8.1 %	204.5	7.7 %	0.1 %	1.9 %
總銷售淨額	2,534.3	100.0 %	2,646.2	100.0 %	(4.2)%	(3.9)%

註釋

- (1) 「其他」包括 *Gregory*、*High Sierra*、*Kamilant*、*Xtrem*、*Lipault*、*Hartmann*、*Saxoline* 及 *Secret* 等若干其他非核心的自有品牌，以及若干第三方品牌。
- (2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為一項非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具 — 按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

新秀麗 品牌截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 63.7 百萬美元或 4.6%（按不變匯率基準計算則減少 4.5%）。*新秀麗* 品牌的銷售淨額在亞洲、北美洲及拉丁美洲均有所下降：其中亞洲同比減少 36.0 百萬美元或 7.8%（按不變匯率基準計算則減少 7.3%）、北美洲同比減少 34.5 百萬美元或 7.5%（按不變匯率基準計算則減少 7.3%），而拉丁美洲同比減少 3.7 百萬美元或 5.6%（按不變匯率基準計算則增加 2.8%）。於亞洲，*新秀麗* 品牌的銷售淨額下降主要是由於宏觀經濟不確定性導致消費者信心下降及需求減少。於北美洲，*新秀麗* 品牌的銷售淨額下降主要由於美國消費者信心下降、批發時間變動令 2024 年第四季度該品牌的銷售淨額受惠，惟對該品牌截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額產生負面的影響。於拉丁美洲，*新秀麗* 品牌的銷售淨額同比下降主要由於墨西哥消費者信心下降導致需求減少。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，*新秀麗* 品牌於歐洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月增加 10.6 百萬美元或 2.7%（按不變匯率基準計算則增加 0.8%）。

TUMI 品牌截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 0.5 百萬美元或 0.1%（按不變匯率基準計算則減少 0.1%）。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，*TUMI* 品牌於北美洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 7.9 百萬美元或 2.3%（按不變匯率基準計算則減少 2.2%），主要由於零售客戶流量減少和消費者支出下降所致，我們認為 2025 年上半年眾多高端及奢侈品牌均受此影響。該銷售淨額減幅部分被該品牌於歐洲、亞洲及拉丁美洲的銷售淨額同比增長所抵銷。*TUMI* 品牌於歐洲的銷售淨額增加 5.1 百萬美元或 7.6%（按不變匯率基準計算則增加 6.2%）、於亞洲的銷售淨額增加 1.5 百萬美元或 0.8%（按不變匯率基準計算則增加 0.5%），及於拉丁美洲的銷售淨額增加 0.8 百萬美元或 7.9%（按不變匯率基準計算則增加 15.3%）。

American Tourister 品牌截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 48.1 百萬美元或 10.6%（按不變匯率基準計算則減少 9.8%）。於亞洲，*American Tourister* 品牌的銷售淨額減少 33.4 百萬美元或 12.1%（按不變匯率基準計算則減少 10.8%），主要是由於在宏觀經濟不確定及貿易政策變動之下，批發客戶在採購時更趨審

慎，加上南韓政局不穩影響消費者自主支出及印度的消費者情緒轉弱所致。*American Tourister* 品牌於北美洲的銷售淨額同比減少 8.2 百萬美元或 12.9%（按不變匯率基準計算則減少 12.8%）。由於在宏觀經濟不確定的情況下，批發客戶在採購時繼續更趨審慎，令 *American Tourister* 品牌於北美洲的銷售淨額倍受影響。此外，出現同比下降亦歸因於去年同期個別批發客戶的促銷活動於今年並未舉行。*American Tourister* 品牌於拉丁美洲的銷售淨額同比減少 6.5 百萬美元或 28.6%（按不變匯率基準計算則減少 20.3%），主要是由於墨西哥消費者信心下降。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，*American Tourister* 品牌於歐洲的銷售淨額按呈報基準計同比相對保持穩定（按不變匯率基準計算則減少 1.9%）。

按產品類別劃分的銷售淨額

我們銷售的產品來自兩個主要產品類別：旅遊及非旅遊。下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月按產品類別劃分的銷售淨額明細：

	截至 9 月 30 日止九個月					
	2025 年		2024 年		2025 年與 2024 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	銷售淨額 百分比	增加（減少） 百分比	按不變匯率基準計算的 增加（減少）百分比 ⁽²⁾
按產品類別劃分的銷售淨額：						
旅遊	1,622.3	64.0 %	1,749.4	66.1 %	(7.3)%	(7.0)%
非旅遊 ⁽¹⁾	912.0	36.0 %	896.8	33.9 %	1.7 %	2.2 %
總銷售淨額	2,534.3	100.0 %	2,646.2	100.0 %	(4.2)%	(3.9)%

註釋

(1) 非旅遊產品類別包括商務包、休閒包及背包、配件及其他產品。

(2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為一項非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具 — 按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

旅遊產品類別截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 127.1 百萬美元或 7.3%（按不變匯率基準計算則減少 7.0%）。旅遊產品的銷售淨額同比減少主要是由於在宏觀經濟不確定及貿易政策變動之下，批發客戶在採購時更趨審慎。亞洲及北美洲旅遊產品類別的銷售淨額同比分別減少 62.9 百萬美元或 10.0%（按不變匯率基準計算則減少 9.1%）及 58.3 百萬美元或 9.0%（按不變匯率基準計算則減少 8.9%）。

非旅遊產品類別截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的總銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月增加 15.1 百萬美元或 1.7%（按不變匯率基準計算則增加 2.2%），反映我們持續致力於擴展核心旅遊相關以外類別產品及發掘更廣泛的消費者需求。非旅遊產品類別的銷售淨額佔銷售淨額的百分比由截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 33.9% 上升至截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 36.0%，上升 210 個基點。

按分銷渠道劃分的銷售淨額

我們透過兩個主要分銷渠道銷售產品：批發及 DTC。下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月按分銷渠道劃分的銷售淨額明細：

	截至 9 月 30 日止九個月					
	2025 年		2024 年		2025 年與 2024 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	銷售淨額 百分比	增加（減少） 百分比	按不變匯率基準計算的 增加（減少）百分比 ⁽¹⁾
按分銷渠道劃分的銷售淨額：						
批發	1,509.4	59.6 %	1,623.2	61.3 %	(7.0)%	(6.4)%
DTC：						
零售	733.2	28.9 %	740.0	28.0 %	(0.9)%	(0.9)%
電子商貿	291.7	11.5 %	283.1	10.7 %	3.0 %	2.8 %
DTC 總額	1,024.9	40.4 %	1,023.1	38.7 %	0.2 %	0.1 %
總銷售淨額	2,534.3	100.0 %	2,646.2	100.0 %	(4.2)%	(3.9)%

註釋

(1) 按不變匯率基準計算呈列的業績為一項非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具 — 按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們批發渠道的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 113.7 百萬美元或 7.0%（按不變匯率基準計算則減少 6.4%），主要是由於在宏觀經濟不確定及貿易政策變動之下，傳統批發客戶在採購時更趨審慎，部分被向網上零售商批發的銷售淨額增長所抵銷。

相反，我們 DTC 渠道展現出更強韌性。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們 DTC 渠道的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月增加 1.8 百萬美元或 0.2%（按不變匯率基準計算則增加 0.1%），凸顯我們與消費者直接聯繫的優勢。DTC 渠道的總銷售淨額佔銷售淨額的百分比由截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 38.7% 上升至截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 40.4%，上升 170 個基點。

在 DTC 零售渠道內，截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，自營零售店的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 6.8 百萬美元或 0.9%（按不變匯率基準計算則減少 0.9%）。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們增設 74 家自營零售店，並關閉 46 家自營零售店，淨增設 28 家自營零售店。於 2025 年 9 月 30 日，自營零售店的總數為 1,147 家，而於 2024 年 9 月 30 日則為 1,104 家。我們相信擴充和升級我們的零售店群改善了我們的整體毛利率，並提升了我們的品牌在終端消費者心目中的形象。

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月同店零售銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 40.0 百萬美元或 5.6%（按不變匯率基準計算則減少 5.6%），反映零售店客戶流量同比有所減少。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們錄得(i)北美洲的同店銷售淨額減少 20.2 百萬美元或 7.2%（按不變匯率基準計算則減少 7.0%）；(ii)亞洲的同店銷售淨額減少 14.6 百萬美元或 7.4%（按不變匯率基準計算則減少 7.8%）；(iii)歐洲的同店銷售淨額減少 3.3 百萬美元或 1.8%（按不變匯率基準計算則減少 3.5%）；以及(iv)拉丁美洲的同店銷售淨額減少 1.8 百萬美元或 3.3%（按不變匯率基準計算則增加 3.2%）（均與去年同期相比）。我們的同店分析包括於有關財務期間完結前已營業最少 12 個月的現有自營零售店。

DTC 電子商貿的總銷售淨額由截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 283.1 百萬美元（佔銷售淨額的 10.7%）增加 8.6 百萬美元或 3.0%（按不變匯率基準計算則增加 2.8%）至截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 291.7 百萬美元（佔銷售淨額的 11.5%）。DTC 電子商貿渠道的銷售淨額百分比同比上升反映我們持續對數碼市場營銷及我們的電子商貿平台進行投資，以及我們相信消費者購買行為正持續轉向電子商貿。

按地區劃分的銷售淨額

下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月按地區劃分的銷售淨額明細：

	截至 9 月 30 日止九個月				2025 年與 2024 年比較	
	2025 年		2024 年			
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	銷售淨額 百分比	增加（減少） 百分比	按不變匯率基準計算的 增加（減少）百分比 ⁽²⁾
按地區劃分的銷售淨額 ⁽¹⁾ :						
亞洲	950.5	37.5 %	1,007.6	38.1 %	(5.7)%	(5.0)%
北美洲	842.8	33.2 %	904.0	34.1 %	(6.8)%	(6.6)%
歐洲	599.9	23.7 %	581.5	22.0 %	3.2 %	1.4 %
拉丁美洲	141.0	5.6 %	152.6	5.8 %	(7.6)%	(0.3)%
企業	0.2	0.0 %	0.5	0.0 %	(64.5)%	(64.5)%
總銷售淨額	2,534.3	100.0 %	2,646.2	100.0 %	(4.2)%	(3.9)%

註釋

(1) 我們銷售淨額的地域位置分佈一般反映出出售產品的國家或地區，並不一定為終端客戶實際所在的國家或地區。

(2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為一項非 IFRS 財務計量工具，是以當地貨幣呈列的本期間業績採用與其相比較期間的平均匯率計算所得。請參閱「— 非 IFRS 財務計量工具 — 按不變匯率基準計算的銷售淨額增長」。

亞洲

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們於亞洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 57.1 百萬美元或 5.7%（按不變匯率基準計算則減少 5.0%）。於亞洲的銷售淨額同比減少主要是由於宏觀經濟不確定及貿易政策變動導致消費者信心下降及需求減少。

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，於南韓的銷售淨額因政局不穩影響消費者自主支出而減少 20.0 百萬美元或 17.2%（按不變匯率基準計算則減少 13.2%），而於中國的銷售淨額則因貿易緊張局勢加劇而減少 10.5 百萬美元或 4.7%（按不變匯率基準計算則減少 4.3%）。於印度的銷售淨額同比相對穩定。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，於印度的銷售淨額同比減少 1.7 百萬美元或 1.1%（按不變匯率基準計算則增加 2.5%）。與截至 2024 年 9 月 30 日止九個月相比，截至 2025 年 9 月 30 日止九個月於日本的銷售淨額增加 3.5 百萬美元或 2.4%（按不變匯率基準計算則增加 0.6%）。

新秀麗品牌於亞洲的銷售淨額減少 36.0 百萬美元或 7.8%（按不變匯率基準計算則減少 7.3%），該減幅主要是由於宏觀經濟不確定導致消費者信心下降及批發客戶審慎採購。TUMI 品牌的銷售淨額同比增加 1.5 百萬美元或 0.8%（按不變匯率基準計算則增加 0.5%），主要是由於該品牌於中國及日本的強勁增長，部分被該品牌於南韓的銷售淨額同比減少所抵銷。American Tourister 品牌的銷售淨額減少 33.4 百萬美元或 12.1%（按不變匯率基準計算則減少 10.8%），主要是由於在宏觀經濟不確定及貿易政策變動之下，批發客戶在採購時更趨審慎，加上南韓政局不穩影響消費者自主支出及印度的消費者情緒轉弱所致。該等銷售淨額減幅部分被 Gregory 品牌於亞洲的銷售淨額增加 7.1 百萬美元或 23.8%（按不變匯率基準計算則增加 22.7%）所抵銷，此乃因擴大分銷及 DTC 之表現增長強勁，以及在活躍生活方式及核心戶外類別下的新產品創新所致。

北美洲

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們於北美洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 61.2 百萬美元或 6.8%（按不變匯率基準計算則減少 6.6%）。

新秀麗品牌於北美洲的銷售淨額同比減少 34.5 百萬美元或 7.5%（按不變匯率基準計算則減少 7.3%），主要是由於美國消費者信心下降以及批發時間變動令 2024 年第四季度的銷售淨額受惠，惟對我們截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額產生負面的影響。TUMI 品牌的銷售淨額同比減少 7.9 百萬美元或 2.3%（按不變匯率基準計算則減少 2.2%），主要是由於零售客戶流量減少和消費者支出下降所致，我們認為 2025 年上半年眾多高端及奢侈品牌均受此影響。American Tourister 品牌的銷售淨額同比減少 8.2 百萬美元或 12.9%（按不變匯率基準計算則減少 12.8%），乃由於批發客戶在採購存貨時繼續更趨審慎。出現同比下降亦歸因於去年同期個別批發客戶的促銷活動於今年並未舉行所致。

歐洲

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們於歐洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月增加 18.4 百萬美元或 3.2%（按不變匯率基準計算則增加 1.4%）。歐洲本身及國際往歐洲的旅遊需求在截至 2025 年 9 月 30 日止九個月保持強勁。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，於德國的銷售淨額增加 7.2 百萬美元或 10.0%（按不變匯率基準計算則增加 6.8%），及於法國的銷售淨額增加 2.1 百萬美元或 4.0%（按不變匯率基準計算則增加 1.0%）。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，於意大利及西班牙的銷售淨額相對截至 2024 年 9 月 30 日止九個月保持平穩，於意大利的銷售淨額同比增加 1.3%（按不變匯率基準計算則減少 1.2%）及於西班牙的銷售淨額同比增加 1.3%（按不變匯率基準計算則減少 1.5%）。該等銷售淨額增幅部分被英國的銷售淨額同比減少 0.5 百萬美元或 0.9%（按不變匯率基準計算則減少 3.9%）所抵銷。

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，*新秀麗*品牌於歐洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月增加 10.6 百萬美元或 2.7%（按不變匯率基準計算則增加 0.8%）。*TUMI* 品牌的銷售淨額同比增加 5.1 百萬美元或 7.6%（按不變匯率基準計算則增加 6.2%），主要是由於自 2024 年 9 月 30 日起淨增設九家新的 *TUMI* 品牌自營零售店。*American Tourister* 品牌的銷售淨額按呈報基準計同比相對保持穩定（按不變匯率基準計算則減少 1.9%）。*新秀麗*和 *TUMI* 品牌的銷售淨額增加主要是由於有關區內 DTC 電子商貿渠道及批發網上零售商渠道平台的數碼營銷活動取得成功所致。

拉丁美洲

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們於拉丁美洲的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 11.6 百萬美元或 7.6%（按不變匯率基準計算則減少 0.3%）。除了外幣匯率對所呈報業績的重大影響外，於拉丁美洲的銷售淨額同比下降主要是由於墨西哥消費者信心下降及智利開學季表現轉弱所致。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，於墨西哥的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 13.1 百萬美元或 22.2%（按不變匯率基準計算則減少 14.2%），而於智利的銷售淨額則同比減少 1.7 百萬美元或 4.2%（按不變匯率基準計算則減少 0.5%）。於墨西哥及智利的該等銷售淨額減幅部分被巴西的銷售淨額增加所抵銷。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月於巴西的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月增加 0.7 百萬美元或 3.5%（按不變匯率基準計算則增加 10.8%），主要乃由於巴西的批發及 DTC 電子商貿渠道的銷售淨額同比改善所致。

*新秀麗*品牌於拉丁美洲的銷售淨額同比減少 3.7 百萬美元或 5.6%（按不變匯率基準計算則增加 2.8%）。*American Tourister* 品牌截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 6.5 百萬美元或 28.6%（按不變匯率基準計算則減少 20.3%），主要是由於消費者信心轉弱（尤其是墨西哥），導致批發客戶採購更為謹慎所致。*TUMI* 品牌截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月增加 0.8 百萬美元或 7.9%（按不變匯率基準計算則增加 15.3%）至 11.4 百萬美元。

銷售成本及毛利

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的銷售成本為 1,030.7 百萬美元（佔銷售淨額的 40.7%），較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 1,061.3 百萬美元（佔銷售淨額的 40.1%）減少 30.6 百萬美元或 2.9%。銷售成本減少主要由於同期銷售淨額減少。

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的毛利為 1,503.6 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 1,584.9 百萬美元減少 81.4 百萬美元或 5.1%，乃由於銷售淨額減少。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的毛利率為 59.3%，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 59.9% 下降 60 個基點。此乃主要由於地區銷售淨額組合的不利變動，包括毛利率較高的亞洲區所佔銷售淨額下降，以及一些為推動銷售量而實行的策略性促銷措施所致，部分被 *TUMI* 品牌和 DTC 渠道在總銷售淨額中的貢獻增加所抵銷。

營運開支

分銷開支

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的分銷開支為 814.0 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 787.4 百萬美元增加 26.5 百萬美元或 3.4%，主要是由於過去 12 個月淨增設 43 家新自營零售店相關的折舊及攤銷開支增加以及薪酬及僱員福利增加，部分被銷售淨額同比減少導致佣金減少所抵銷。按銷售淨額百分比計算，截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，分銷開支佔銷售淨額的百分比為 32.1%，而截至 2024 年 9 月 30 日止九個月則為 29.8%，主要由於銷售淨額同比減少所致。

營銷開支

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的營銷開支為 151.7 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 173.1 百萬美元減少 21.4 百萬美元或 12.3%，乃由於我們按不同市場的情況將廣告投入調整至適當水平所致。按銷售淨額百分比計算，截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，營銷開支佔銷售淨額 6.0%，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 6.5% 下降 50 個基點。

一般及行政開支

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的一般及行政開支為 168.9 百萬美元，較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 173.9 百萬美元減少 5.0 百萬美元或 2.9%，主要是由於激勵應計費用同比減少所致。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月一般及行政開支佔銷售淨額的百分比為 6.7%，而截至 2024 年 9 月 30 日止九個月則為 6.6%，乃由於銷售淨額基數同比較低。

減值撥回

下表載列截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的非現金減值撥回（「2024 年減值撥回」）明細。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，並無減值費用或撥回：

(以百萬美元呈列)		截至 9 月 30 日止九個月	
就以下各項確認的減值撥回：	功能範疇	2025 年	2024 年
租賃使用權資產	分銷	—	(5.1)
減值撥回總額		—	(5.1)

根據國際會計準則（「IAS」）第 36 號資產減值（「IAS 第 36 號」），我們須至少每年評估無限可用年期的無形資產。我們審閱無限可用年期的無形資產之賬面值，以釐定是否有任何減值跡象顯示低於其賬面值（導致減值費用），或發生事件或情況變化而導致無形資產（商譽除外）的可收回金額超過其減值賬面淨值（導致減值撥回）。我們亦須於各報告期末審閱有限可用年期的有形及無形資產的減值跡象。倘有任何跡象顯示有資產可能減值或可能出現減值撥回，則我們須評估該資產或現金產生單位（「現金產生單位」）的可收回金額。

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們確定並無觸發事件顯示我們的無限可用年期的無形資產或有限可用年期的其他資產出現減值或需要審閱是否有需要作出減值撥回。

2024 年減值撥回

根據截至 2024 年 9 月 30 日止九個月對自營零售店作出的評估，我們的管理層釐定轄下零售店群（各自為現金產生單位）內若干店舖的可收回金額超過其相應的減值賬面淨額，導致截至 2024 年 9 月 30 日止九個月撥回先前於截至 2020 年 12 月 31 日止年度錄得的若干非現金減值費用。截至 2024 年 9 月 30 日止九個月，我們確認有關租賃使用權資產的非現金減值撥回共計 5.1 百萬美元。

其他開支及收入

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的其他收入為 8.6 百萬美元，而截至 2024 年 9 月 30 日止九個月則為其他開支 8.0 百萬美元。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的其他收入包括 2025 年第三季度比利時適用法律變動後的法定責任應計費用撥回共計 14.5 百萬美元。其他收入部分被與籌備我們的證券可能在美國雙重上市及遵守更多監管要求相關的成本 7.2 百萬美元以及若干其他雜項收支項目所抵銷。截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的其他開支包括與籌備本公司證券可能雙重上市及遵守更多監管要求相關的成本 5.1 百萬美元，以及出售物業、廠房及設備的虧損及若干其他雜項開支項目，部分被退租／重新計量的收益所抵銷。

經營溢利

經營溢利由截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 447.7 百萬美元減少 70.1 百萬美元或 15.7% 至截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 377.6 百萬美元，主要由於上述因素所致。

下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月按分部劃分的呈報經營溢利明細：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止九個月		增加（減少） 百分比
	2025 年	2024 年	
按地區劃分的經營溢利：			
亞洲	173.0	217.0	(20.3) %
北美洲	136.6	169.5	(19.4) %
歐洲	126.4	105.7	19.6 %
拉丁美洲	4.9	17.5	(72.3) %
企業	(63.3)	(62.1)	1.9 %
經營溢利	377.6	447.7	(15.7) %

亞洲

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，亞洲的經營溢利較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 44.0 百萬美元或 20.3%，主要由於銷售淨額減少 57.1 百萬美元導致毛利減少 41.8 百萬美元。

北美洲

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，北美洲的經營溢利較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 32.9 百萬美元或 19.4%，主要由於銷售淨額減少 61.2 百萬美元導致毛利減少 34.1 百萬美元。

歐洲

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，歐洲的經營溢利較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月增加 20.7 百萬美元或 19.6%，主要由於銷售淨額增加 18.4 百萬美元導致毛利增加 7.4 百萬美元以及與比利時適用法律變動後的法定責任應計費用撥回有關的其他收入 14.5 百萬美元。

拉丁美洲

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，拉丁美洲的經營溢利較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月減少 12.7 百萬美元或 72.3%，乃由於銷售淨額減少 11.6 百萬美元導致毛利減少 12.4 百萬美元。

企業

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，企業分部的經營虧損較截至 2024 年 9 月 30 日止九個月增加 1.2 百萬美元或 1.9%，主要是由於其他開支增加 1.6 百萬美元，當中主要為籌備我們的證券可能在美國雙重上市及遵守更多監管要求相關的成本。

財務收入及費用

下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月的財務費用總額明細：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止九個月	
	2025 年	2024 年
於損益中確認：		
利息收入	7.6	10.9
財務收入總額	7.6	10.9
貸款及借款的利息開支	(73.3)	(67.9)
終止確認與再融資相關的遞延融資成本	—	(9.5)
遞延融資成本攤銷	(1.7)	(3.9)
租賃負債的利息開支	(27.9)	(25.9)
認沽期權之公允價值變動	12.5	2.2
外匯收益（虧損）淨額	1.9	(3.0)
其他財務費用	(2.8)	(2.6)
財務費用總額	(91.3)	(110.5)
於損益中確認的財務費用淨額	(83.8)	(99.6)

財務費用淨額由截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 99.6 百萬美元減少 15.8 百萬美元或 15.9%至截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 83.8 百萬美元。該跌幅主要由於截至 2024 年 9 月 30 日止九個月期間因非控股權益認沽期權之公允價值變動所帶來的收益同比增加 10.2 百萬美元，以及 2023 年 B 定期貸款融通（定義見下文「— 流動資金及資本資源 — 負債」）再融資後終止確認若干遞延融資成本的非現金費用 9.5 百萬美元不再出現，部分被貸款及借款的利息開支同比增加 5.4 百萬美元所抵銷。

所得稅開支

我們於截至 2025 年 9 月 30 日止九個月錄得所得稅開支 84.9 百萬美元，導致營運實際稅率 28.9%。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月錄得所得稅開支，主要由於呈報的除所得稅前溢利 293.8 百萬美元，以及與尚未行使購股權相關的稅項開支及可能雙重上市相關開支的稅務影響所致。我們於截至 2024 年 9 月 30 日止九個月則錄得所得稅開支 92.4 百萬美元，導致營運實際稅率 26.6%。截至 2024 年 9 月 30 日止九個月錄得所得稅開支，主要是由於呈報的除所得稅前溢利 348.1 百萬美元，加上集團內部股息的預扣稅所致。

就中期呈報而言，我們計算中期期間除所得稅前溢利時應用實際稅率。所呈報的實際稅率按我們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變動作出調整。各期間的實際稅率是基於管理層對預期整個財政年度的年度加權平均所得稅率的最佳估計，應用於期內除所得稅前溢利並就期內若干個別項目作出調整而確認。

現金流量

下表呈列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月的現金流量概要：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止九個月		
	2025 年	2024 年	增加（減少） 百分比
經營活動所得現金淨額	253.1	343.1	(26.2) %
投資活動所用現金淨額	(54.3)	(61.8)	(12.1) %
融資活動所用現金淨額	(412.5)	(312.6)	31.9 %
現金及現金等價物減少淨額	(213.7)	(31.3)	582.1 %
期初現金及現金等價物	676.3	716.6	(5.6) %
匯率變動的影響	34.0	(3.0)	<i>nm</i>
於 9 月 30 日的現金及現金等價物	496.7	682.3	(27.2) %

註釋

nm 無意義。

經營活動所得現金流量

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，經營活動所得現金淨額 253.1 百萬美元主要包括期內溢利 208.9 百萬美元（經非現金項目及計入淨收入的所得稅開支調整，並減去借款及租賃負債的已付利息 97.9 百萬美元及已付所得稅 98.1 百萬美元）。經營資產及負債變動導致現金流出 131.0 百萬美元，主要因應付賬款及其他應付款項變動 109.7 百萬美元以及應收賬款及其他應收款項變動 22.3 百萬美元所致。

截至 2024 年 9 月 30 日止九個月，經營活動所得現金淨額 343.1 百萬美元主要包括期內溢利 255.6 百萬美元（經非現金項目及計入淨收入的所得稅開支調整，並減去借款及租賃負債的已付利息 92.7 百萬美元及已付所得稅 114.3 百萬美元）。經營資產及負債變動導致現金流出 71.9 百萬美元，主要因應付賬款及其他應付款項變動 74.5 百萬美元以及應收賬款及其他應收款項變動 10.6 百萬美元所致，部分被存貨現金流量改善 20.1 百萬美元所抵銷。

投資活動所用現金流量

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，投資活動所用現金流量淨額為 54.3 百萬美元，歸因於資本開支（包括購置物業、廠房及設備 49.6 百萬美元及採購軟件 4.7 百萬美元）。有關資本開支的討論，請參閱「— 資本開支」。

截至 2024 年 9 月 30 日止九個月，投資活動所用現金流量淨額為 61.8 百萬美元，歸因於資本開支（包括購置物業、廠房及設備 57.8 百萬美元及採購軟件 4.0 百萬美元）。有關資本開支的討論，請參閱「— 資本開支」。

資本開支

下表載列我們截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月的資本開支總額：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止九個月		增加（減少） 百分比
	2025 年	2024 年	
購置物業、廠房及設備：			
土地	—	1.0	(100.0) %
樓宇	6.4	2.6	145.7 %
機器、設備、租賃物業裝修及其他	43.2	54.2	(20.3) %
物業、廠房及設備購置總額	49.6	57.8	(14.2) %
採購軟件	4.7	4.0	17.8 %
採購軟件總額	4.7	4.0	17.8 %
資本開支總額	54.3	61.8	(12.1) %

我們的資本開支總額由截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 61.8 百萬美元減少 7.5 百萬美元或 12.1% 至截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 54.3 百萬美元。資本開支總額減少主要是由於機器及設備的購置減少以及對現有零售點的租賃物業裝修同比減少，部分被本公司於印度擴充生產設施所抵銷。

我們擬繼續就物業、廠房及設備作出投放，以升級和擴充我們的零售店群，並投資於核心策略性功能範疇及投資於軟件以改善電子商貿平台及客戶參與能力，支持銷售增長。

融資活動所用現金流量

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，融資活動所用現金流量淨額為 412.5 百萬美元，主要由於向股東支付股息的現金流出 150.0 百萬美元、租賃負債本金付款的現金流出 122.5 百萬美元、過往優先信貸融通付款的現金流出 83.8 百萬美元、股份回購的現金流出 42.9 百萬美元及向非控股權益支付股息的現金流出 17.9 百萬美元所致。

截至 2024 年 9 月 30 日止九個月，融資活動所用現金流量淨額為 312.6 百萬美元，主要由於向股東支付分派的現金流出 150.0 百萬美元、租賃負債本金付款的現金流出 105.5 百萬美元、股份回購的現金流出 72.0 百萬美元及向非控股權益支付股息的現金流出 16.8 百萬美元所致。截至 2024 年 9 月 30 日止九個月，融資活動所用現金流量部分被行使購股權所得款項 31.3 百萬美元所抵銷。

非 IFRS 財務計量工具

經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率

經調整 EBITDA 由截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 488.1 百萬美元減少 76.7 百萬美元或 15.7% 至截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 411.4 百萬美元，主要是由於銷售淨額同比減少及分銷開支同比增加所致，部分被營銷開支減少所抵銷。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的經調整 EBITDA 利潤率為 16.2%，而截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的經調整 EBITDA 利潤率則為 18.4%，乃由於毛利率減少以及分銷及一般及行政開支佔銷售淨額百分比上升，部分被營銷開支佔銷售淨額百分比下降所抵銷。

下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率與我們期內溢利及利潤率（根據 IFRS 會計準則呈列的最直接可比財務計量工具）的對賬：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止九個月		增加（減少） 百分比
	2025 年	2024 年	
期內溢利	208.9	255.6	(18.3) %
加（減）：			
所得稅開支	84.9	92.4	(8.1) %
財務費用	91.3	110.5	(17.4) %
財務收入	(7.6)	(10.9)	(30.6) %
經營溢利	377.6	447.7	(15.7) %
加（減）：			
折舊	47.8	37.0	29.1 %
攤銷總額	140.9	126.0	11.8 %
以股份支付的薪酬開支	7.1	11.2	(36.4) %
減值撥回	—	(5.1)	(100.0) %
租賃使用權資產攤銷	(125.6)	(110.8)	13.3 %
租賃負債的利息開支	(27.9)	(25.9)	7.7 %
其他調整 ⁽¹⁾	(8.6)	8.0	nm
經調整 EBITDA ⁽²⁾	411.4	488.1	(15.7) %
銷售淨額	2,534.3	2,646.2	
利潤率 ⁽³⁾	8.2 %	9.7 %	
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁴⁾	16.2 %	18.4 %	

註釋

(1) 其他調整主要包括未經審計簡明綜合收益表中的「其他（開支）及收入」。

(2) 經調整 EBITDA 撇除多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用的影響。經調整 EBITDA 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以便計入經營租金開支。

(3) 利潤率以期內溢利除以銷售淨額計算所得。

(4) 經調整 EBITDA 利潤率以經調整 EBITDA 除以銷售淨額計算所得。

nm 無意義。

下表按地區基準載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率與期內溢利（虧損）及利潤率（根據 IFRS 會計準則呈列的最直接可比財務計量工具）的對賬：

	截至 2025 年 9 月 30 日止九個月					
(以百萬美元呈列)	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	總計
期內溢利（虧損）	102.2	78.6	91.4	(0.8)	(62.6)	208.9
加（減）：						
所得稅開支（抵免）	23.9	18.3	32.8	(1.0)	10.9	84.9
財務費用	4.9	12.7	9.7	4.4	59.7	91.3
財務收入	(3.3)	(0.5)	(1.1)	(0.4)	(2.2)	(7.6)
公司間費用（收入） ⁽¹⁾	45.4	27.5	(6.4)	2.6	(69.0)	—
經營溢利（虧損）	173.0	136.6	126.4	4.9	(63.3)	377.6
加（減）：						
折舊	22.4	10.7	11.7	2.8	0.2	47.8
攤銷總額	45.7	50.3	33.1	10.4	1.4	140.9
以股份支付的薪酬開支	—	0.7	(0.1)	—	6.5	7.1
租賃使用權資產攤銷	(42.0)	(43.8)	(29.3)	(10.3)	(0.1)	(125.6)
租賃負債的利息開支	(5.3)	(12.3)	(6.8)	(3.4)	(0.0)	(27.9)
其他調整 ⁽²⁾	0.1	2.7	(20.5)	1.7	7.4	(8.6)
經調整 EBITDA ⁽³⁾	193.8	144.9	114.4	6.1	(47.8)	411.4
銷售淨額	950.5	842.8	599.9	141.0	0.2	2,534.3
利潤率 ⁽⁴⁾	10.8 %	9.3 %	15.2 %	(0.5) %	nm	8.2 %
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁵⁾	20.4 %	17.2 %	19.1 %	4.4 %	nm	16.2 %

註釋

(1) 按地區劃分的公司間費用（收入）包括集團內部的專利收入／開支及於綜合入賬時撇銷的其他相互開支。

(2) 其他調整主要包括未經審計簡明綜合收益表中的「其他（開支）及收入」。

(3) 經調整 EBITDA 撇除多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用的影響。經調整 EBITDA 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以便計入經營租金開支。

(4) 利潤率以期內溢利除以銷售淨額計算所得。

(5) 經調整 EBITDA 利潤率以經調整 EBITDA 除以銷售淨額計算所得。

nm 無意義。

截至 2024 年 9 月 30 日止九個月

(以百萬美元呈列)	亞洲	北美洲	歐洲	拉丁美洲	企業	總計
期內溢利（虧損）	126.6	103.4	81.6	6.0	(61.9)	255.6
加（減）：						
所得稅開支（抵免）	38.4	26.4	28.2	2.5	(3.0)	92.4
財務費用	6.7	12.0	5.8	7.3	78.7	110.5
財務收入	(2.9)	(0.7)	(1.8)	(1.4)	(4.1)	(10.9)
公司間費用（收入） ⁽¹⁾	48.1	28.5	(8.0)	3.1	(71.7)	—
經營溢利（虧損）	217.0	169.5	105.7	17.5	(62.1)	447.7
加（減）：						
折舊	17.5	8.5	8.6	2.3	0.1	37.0
攤銷總額	37.8	47.8	28.3	10.2	1.9	126.0
以股份支付的薪酬開支	—	1.4	2.5	0.0	7.4	11.2
減值撥回	(5.1)	—	—	—	—	(5.1)
租賃使用權資產攤銷	(34.6)	(41.1)	(24.7)	(10.1)	(0.1)	(110.8)
租賃負債的利息開支	(5.3)	(11.7)	(5.4)	(3.5)	(0.0)	(25.9)
其他調整 ⁽²⁾	(0.1)	1.4	(0.8)	1.7	5.8	8.0
經調整 EBITDA ⁽³⁾	227.0	175.8	114.2	18.2	(47.0)	488.1
銷售淨額	1,007.6	904.0	581.5	152.6	0.5	2,646.2
利潤率 ⁽⁴⁾	12.6 %	11.4 %	14.0 %	3.9 %	nm	9.7 %
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁵⁾	22.5 %	19.4 %	19.6 %	11.9 %	nm	18.4 %

註釋

(1) 按地區劃分的公司間費用（收入）包括集團內部的專利收入／開支及於綜合入賬時撇銷的其他相互開支。

(2) 其他調整主要包括未經審計簡明綜合收益表中的「其他（開支）及收入」。

(3) 經調整 EBITDA 撇除多項成本、費用及貸項以及若干其他非現金費用的影響。經調整 EBITDA 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以便計入經營租金開支。

(4) 利潤率以期內溢利除以銷售淨額計算所得。

(5) 經調整 EBITDA 利潤率以經調整 EBITDA 除以銷售淨額計算所得。

nm 無意義。

經調整淨收入及經調整每股盈利

經調整淨收入由截至 2024 年 9 月 30 日止九個月的 253.7 百萬美元減少 66.7 百萬美元或 26.3%至截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 187.0 百萬美元。經調整淨收入減少主要由於銷售淨額減少導致毛利下降，部分被營銷開支減少所抵銷。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的經調整每股基本及攤薄盈利分別為每股 0.135 美元及 0.134 美元，而截至 2024 年 9 月 30 日止九個月則分別為每股 0.174 美元及 0.173 美元。

下表載列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月我們的經調整淨收入及經調整每股基本及攤薄盈利與期內溢利及每股基本及攤薄盈利（根據 IFRS 會計準則呈列的最直接可比財務計量工具）的對賬：

(以百萬美元呈列，每股數據除外)	截至 9 月 30 日止九個月		增加（減少） 百分比
	2025 年	2024 年	
期內溢利	208.9	255.6	(18.3) %
減：非控股權益應佔溢利	(17.1)	(20.1)	(14.6) %
股權持有人應佔溢利	191.7	235.6	(18.6) %
加（減）：			
計入財務費用的認沽期權之公允價值變動	(12.5)	(2.2)	461.2 %
無形資產攤銷	15.3	15.2	0.8 %
終止確認與再融資相關的遞延融資成本	—	9.5	(100.0) %
減值撥回	—	(5.1)	(100.0) %
重組撥回	(0.3)	—	n/a
美國雙重上市籌備費用	7.2	5.1	41.3 %
比利時的法定責任應計費用撥回	(14.5)	—	n/a
稅項調整 ⁽¹⁾	(0.1)	(4.3)	(98.0) %
經調整淨收入 ⁽²⁾	187.0	253.7	(26.3) %
每股基本盈利（以每股美元呈列）	0.138	0.162	(14.6) %
每股攤薄盈利（以每股美元呈列）	0.138	0.161	(14.3) %
經調整每股基本盈利（以每股美元呈列）	0.135	0.174	(22.7) %
經調整每股攤薄盈利（以每股美元呈列）	0.134	0.173	(22.4) %

註釋

(1) 稅項調整指基於有關成本產生所在司法權區的適用稅率計入未經審計簡明綜合收益表的對賬項目的稅務影響。

(2) 指股權持有人應佔經調整淨收入。

n/a 不適用。

經調整自由現金流量

下表呈列截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月我們的經調整自由現金流量與我們的經營活動所得現金淨額（根據 IFRS 會計準則呈列的最直接可比財務計量工具）的對賬：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止九個月		增加（減少） 百分比
	2025 年	2024 年	
經營活動所得現金淨額	253.1	343.1	(26.2) %
減：			
購置物業、廠房及設備以及軟件	(54.3)	(61.8)	(12.1) %
租賃負債的本金付款	(122.5)	(105.5)	16.1 %
經調整自由現金流量	76.3	175.8	(56.6) %

流動資金及資本資源

我們的資本管理政策的主要目標為保持我們的持續經營能力，為我們的股東帶來回報，並為資本開支、一般營運開支、營運資金需要及支付債務提供資金。我們的流動資金主要來源為經營活動之現金流量、投資現金、可用信貸額及我們增發股份（惟須待股東批准後方可作實）的能力。我們相信，我們的現有現金及估計現金流量，加上流動營運資金及融資渠道，將足以應付其接下來十二個月及未來期間的可預見未來營運及資本需求。有關截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月現金流量的討論，請參閱上文「— 現金流量」。

負債

下表載列我們於 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 12 月 31 日的貸款及借款的賬面值：

(以百萬美元呈列)	2025 年 9 月 30 日	2024 年 12 月 31 日
過往 A 定期貸款融通 ⁽¹⁾	750.0	770.0
過往循環信貸融通 ⁽¹⁾	40.0	100.0
2023 年優先信貸融通 ⁽¹⁾	790.0	870.0
2024 年 B 定期貸款融通 ⁽¹⁾	493.8	497.5
過往優先信貸融通 ⁽¹⁾	1,283.8	1,367.5
2026 年到期優先票據 ^{(2)·(3)}	410.7	362.4
其他借款及債務	54.9	49.0
貸款及借款總額	1,749.4	1,778.9
減遞延融資成本	(6.2)	(7.9)
貸款及借款總額減遞延融資成本	1,743.2	1,771.0

註釋

(1) 定義見下文「— 過往優先信貸融通」。

(2) 定義見下文「— 2026 年到期優先票據」。

(3) 當 2026 年到期優先票據由歐元換算為美元時，其價值將會隨着歐元兌美元匯率在所述時間內的波動而變動。

下表載列我們於 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 12 月 31 日的計息金融工具的利率概況：

(以百萬美元呈列)	2025 年 9 月 30 日	2024 年 12 月 31 日
浮息工具：		
金融資產	7.2	17.9
金融負債 ⁽¹⁾	(1,338.7)	(1,416.5)
浮息工具總額	(1,331.5)	(1,398.6)
定息工具：		
利率掉期協議—負債	(1.2)	(2.2)
金融負債 ⁽²⁾	(410.7)	(362.4)
定息工具總額	(411.9)	(364.6)

註釋

(1) 主要反映過往優先信貸融通。

(2) 主要反映 2026 年到期優先票據。

過往優先信貸融通

於 2023 年 6 月 21 日，我們與轄下若干直接及間接全資附屬公司訂立第二次經修訂及重述信貸協議（「2023 年信貸協議」），其就(i)一筆為數 800.0 百萬美元的優先有抵押 A 定期貸款融通（「過往 A 定期貸款融通」）、(ii)一筆為數 600.0 百萬美元的優先有抵押 B 定期貸款融通（「2023 年 B 定期貸款融通」）及(iii)一筆為數 850.0 百萬美元的循環信貸融通（「過往循環信貸融通」）作出規定。根據 2023 年信貸協議提供的信貸融通在本文中稱為「2023 年優先信貸融通」。

於 2024 年 4 月 12 日（「2024 年再融資日期」），我們與轄下若干直接及間接全資附屬公司訂立 2023 年信貸協議的修訂（經修訂，「過往優先信貸協議」），以終止確認 2023 年 B 定期貸款融通，並訂立一筆為數 500.0 百萬美元的優先有抵押 B 定期貸款融通（「2024 年 B 定期貸款融通」）。過往優先信貸協議項下提供的信貸融通在本文中稱為「過往

優先信貸融通」。

於 2024 年再融資日期，我們於過往循環信貸融通項下借入 100.0 百萬美元，並將該借款所得款項及 2024 年 B 定期貸款融通所得款項，用於悉數償還並終止確認 2023 年 B 定期貸款融通項下的全部未償還借款本金及支付交易費用。

於 2025 年 9 月 30 日，我們於 過往 A 定期貸款融通、2024 年 B 定期貸款融通及過往循環信貸融通項下的未償還借款分別為 750.0 百萬美元、493.8 百萬美元及 40.0 百萬美元。於 2024 年 12 月 31 日，我們於過往 A 定期貸款融通、2024 年 B 定期貸款融通及過往循環信貸融通項下的未償還借款分別為 770.0 百萬美元、497.5 百萬美元及 100.0 百萬美元。

利率

過往 A 定期貸款融通及過往循環信貸融通項下借款的利息乃基於擔保隔夜融資利率（「SOFR」）釐定，其中 SOFR 下限為 0%，另加 10 個基點的信用息差調整，以及可變的適用息差，及根據第一留置權淨槓桿比率或我們的企業評級計算所得的利率（以較低者為準）釐定。

2024 年 B 定期貸款融通項下借款的應付利率乃基於 SOFR 釐定，其中 SOFR 下限為 0.50%，另加年利率 2.00%（或基準利率另加年利率 1.00%）。

由於過往優先信貸融通具有浮動利率，我們根據實際基準利率加上於有關期間有效的適用息差計算利息開支。

攤銷及最後到期日

過往 A 定期貸款融通規定預定季度付款，於第一及第二年各年就其項下貸款的原來本金額作出 2.5% 的年度攤銷，於第三及第四年各年上調至 5.0% 的年度攤銷及於第五年上調至 7.5% 的年度攤銷，而餘額將於過往 A 定期貸款融通到期日到期及須予支付。過往循環信貸融通項下未償還的本金額概無預定攤銷。過往 A 定期貸款融通及過往循環信貸融通項下的未償還餘額將於 2028 年 6 月 21 日到期及須予支付。

2024 年 B 定期貸款融通規定預定季度付款，金額等於 2024 年 B 定期貸款融通項下貸款的原來本金額的 0.25%，而餘額將於 2030 年 6 月 21 日到期及須予支付。

遞延融資成本

借款產生的融資成本及修訂已遞延入賬，並被貸款及借款所抵銷。遞延融資成本於過往優先信貸融通及 2026 年到期優先票據（定義見下文）的年期內按實際利率法攤銷。於 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 12 月 31 日，貸款及借款總額分別包括遞延融資成本總額 6.2 百萬美元及 7.9 百萬美元。

截至 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 9 月 30 日止九個月，計入利息開支的遞延融資成本的攤銷分別為 1.7 百萬美元及 3.9 百萬美元。

截至 2024 年 9 月 30 日止九個月，我們就訂立 2024 年 B 定期貸款融通而產生新的融資成本 3.1 百萬美元，並就未攤銷遞延融資成本（屬以過往優先信貸協議結算的 2023 年 B 定期貸款融通賬面淨額的一部分）於利息開支中錄得 9.5 百萬美元的非現金費用。

利率掉期

我們繼續利用固定利率協議與若干浮息美元銀行借款進行利率掉期，以對沖浮息優先信貸融通項下的部分利率風險。於 2024 年 6 月 18 日，我們訂立新利率掉期協議，自 2024 年 8 月 30 日起生效，並將於 2026 年 2 月 27 日終止（「2024 年掉期」）。根據 2024 年掉期，於 2025 年 9 月 30 日，就過往優先信貸融通的本金額中約 31% 的等值金額而言，SOFR 獲有效固定為約 4.6%，此舉降低了我們面對的部分加息風險。2024 年掉期須每月支付固定利息。2024 年掉期合資格作為現金流量對沖。於 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 12 月 31 日，2024 年掉期按市價計值，導致我們產生淨負債分別 1.2 百萬美元及 2.2 百萬美元，並入賬列作負債，而實際收益（虧損）部分則遞延至其他全面收益。

2026 年到期優先票據

於 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 12 月 31 日，我們的間接全資附屬公司 Samsonite Finco S.à r.l.（「發行人」）擁有發行在外將於 2026 年到期、本金總額為 350.0 百萬歐元息率為 3.500% 之優先票據（「2026 年到期優先票據」），於 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 12 月 31 日的賬面值分別為 410.7 百萬美元及 362.4 百萬美元。2026 年到期優先票據按固定年利率 3.500% 計息。

2026 年到期優先票據的原定到期日為 2026 年 5 月 15 日。因此，於 2025 年 9 月 30 日，2026 年到期優先票據的賬面值 410.7 百萬美元於未經審計簡明綜合財務狀況表計入流動貸款及借款。於 2024 年 12 月 31 日，2026 年到期優先票據的賬面值 362.4 百萬美元則於綜合財務狀況表計入非流動負債項下的貸款及借款。

於 2025 年 11 月 11 日（「發行日」），發行人發行於 2033 年到期本金總額為 350.0 百萬歐元息率 4.375% 之優先票據（「2033 年到期優先票據」）。發行 2033 年到期優先票據所籌集的所得款項，連同現有的現金及新優先信貸融通（定義見下文）項下的借款已用於(i)悉數償還本金總額為 350.0 百萬歐言之 2026 年到期優先票據（連同 2026 年到期優先票據的任何應計及未付利息）以及(ii)支付與此相關的應付費用、成本及開支。有關 2033 年到期優先票據的詳細討論，請參閱下文「—發行 350.0 百萬歐元息率 4.375% 之 2033 年到期優先票據」。

其他貸款及借款

我們若干綜合附屬公司與其營運所在地區的多名第三方貸款人訂立信貸額度及其他貸款。其他貸款及借款一般為以借款實體的功能貨幣計值的浮息工具。該等信貸額度為我們若干實體的日常業務營運提供短期融資及營運資金，包括透支、銀行擔保及貿易融資。此等信貸額度大部分為無承諾的融資。於 2025 年 9 月 30 日及 2024 年 12 月 31 日，其他貸款及借款的總額分別為 54.9 百萬美元及 49.0 百萬美元。

2025 年經修訂及重述的優先信貸融通協議

於 2025 年 11 月 6 日（「完成日」），我們與轄下若干直接及間接全資附屬公司訂立經修訂及重述的信貸協議（「新信貸協議」）。新信貸協議全面修訂及重述過往優先信貸融通協議，並就(1)新一筆為數 800.0 百萬美元的優先有抵押 A 定期貸款融通（「新 A 定期貸款融通」）、(2)新一筆為數 494.0 百萬美元的優先有抵押 B 定期貸款融通（「新 B 定期貸款融通」，連同新 A 定期貸款融通統稱「新定期貸款信貸融通」）及(3)新一筆為數 850.0 百萬美元的循環信貸融通（「新循環信貸融通」）作出規定。根據新信貸協議提供的信貸融通在本文中稱為「新優先信貸融通」。

新優先信貸融通項下提款之所得款項總額及現有的手頭現金已用於(i)為過往優先信貸融通進行再融資以及(ii)支付與再融資相關的若干佣金、費用及開支。

利率

就新 A 定期貸款融通及新循環信貸融通而言，於完成日或之後開始的首個完整財政季度的財務報表交付時為止，應付利率將基於 SOFR，其中 SOFR 下限為 0%，另加年利率 1.125%（或基準利率另加年利率 0.125%）釐定，其後則應根據本公司及其受限制附屬公司於各財政季度末的第一留置權淨槓桿比率或我們的企業評級兩者計算所得的利率（以較低者為準）釐定。

於完成日或之後開始的首個完整財政季度的財務報表交付時為止，就新循環信貸融通項下的未動用承諾金額而應付的承諾費將為每年 0.15%，其後則應根據本公司及其受限制附屬公司於各財政季度末的第一留置權淨槓桿比率或我們的企業評級兩者計算所得的利率（以較低者為準）釐定。

就新 B 定期貸款融通而言，應付利率將基於 SOFR，其中 SOFR 下限為 0%，另加年利率 1.75%（或基準利率另加年利率 0.75%）釐定。新 B 定期貸款融通項下貸款按原發行折扣發行，發行價格為 99.5%。

攤銷及最後到期日

新 A 定期貸款融通規定預定季度付款，於截至完成日後首個完整財政季度的最後一天開始，並於第一及第二年各年就新 A 定期貸款融通項下貸款的原來本金額作出 2.5% 的年度攤銷，於第三及第四年各年上調至 5.0% 的年度攤銷及於第五年上調至 7.5% 的年度攤銷，而餘額將於新 A 定期貸款融通到期日到期及須予支付。新 A 定期貸款融通及新循環信貸融通項下屆時尚未償還的本金餘額以及應計及未付利息將於 2030 年 11 月 6 日到期及須予支付。

新 B 定期貸款融通規定預定季度付款，於截至完成日後首個完整財政季度的最後一天開始，並就新 B 定期貸款融通項下貸款的原來本金額作出 1.0% 的年度攤銷，而餘額將於新 B 定期貸款融通到期日到期及須予支付。新 B 定期貸款融通項下屆時尚未償還的本金餘額以及應計及未付利息將於 2032 年 11 月 6 日到期及須予支付。

擔保及抵押

借款人於新優先信貸融通項下的債項由我們及我們若干於盧森堡、比利時、加拿大、香港、匈牙利、墨西哥、美國及新加坡成立的現時直接或間接受限制重大全資附屬公司無條件作出擔保，並須由若干於該等司法權區（新加坡除外）成立的未來直接或間接受限制重大全資附屬公司（「信貸融通擔保人」）作出擔保。

所有新優先信貸融通項下的債項以及該等債項的擔保，均以借款人及信貸融通擔保人的絕大部分資產（包括分擔抵押品（定義見下文））作抵押（若干例外情況除外）。

若干契諾及違約事件

新優先信貸融通包含多個可限制我們及轄下受限制附屬公司進行（其中包括）以下事項的能力的慣常負面契諾（若干例外情況除外）：(i)舉借額外負債；(ii)就我們的股本派付股息或作出分派或贖回、回購或償付其股本或其他負債；(iii)作出投資、貸款及收購；(iv)與轄下附屬公司進行交易；(v)出售資產（包括轄下附屬公司的股本）；(vi)整合或合併；(vii)重大改變我們的現行業務；(viii)設定留置權；及(ix)提前償還或修訂任何次級債務或後償債務。

此外，新信貸協議規定我們須達成若干季度財務契諾。我們須維持(i)不高於 4.50:1.00 的備考總淨槓桿比率（定義見新信貸協議），惟若干例外情況除外；及(ii)不低於 3.00:1.00 的備考綜合現金利息保障比率（定義見新信貸協議）（統稱為「財務契諾」）。財務契諾僅適用於新 A 定期貸款融通及新循環信貸融通下貸款人的權益。

新信貸協議亦包含有關違約事件（包括控制權變更）的若干慣常聲明及保證、肯定性契諾及條文。

發行 350.0 百萬歐元息率 4.375% 之 2033 年到期優先票據

於發行日，發行人發行 2033 年到期優先票據。2033 年到期優先票據根據由發行人、本公司及其若干直接或間接全資附屬公司（連同本公司，統稱「擔保人」）、Deutsche Bank Trust Company Americas（作為受託人）、付款代理、過戶代理與登記處及 HSBC Bank USA、National Association（作為抵押代理）於發行日訂立的契約（「契約」）按面值發行。

到期日、利息及贖回

2033 年到期優先票據將於 2033 年 2 月 15 日到期。2033 年到期優先票據的發行在外本金總額的利息將按年利率 4.375% 計息，於每年 5 月 15 日及 11 月 15 日且自 2026 年 5 月 15 日起每半年以現金支付一次。

於 2028 年 11 月 15 日之前的任何時候，發行人可以贖回全部或部份 2033 年到期優先票據，贖回價相等於本金總額的 100% 加「贖回」溢價，另加直至（但不包括）贖回日止應計及未支付的利息及任何其他款項（如有）。

於 2028 年 11 月 15 日或之後的任何時候，發行人可贖回全部或部份 2033 年到期優先票據，倘贖回乃自下文所示年度 11 月 15 日起計十二個月期間內進行，贖回價為如下所列（以金額百分比表示），另加直至（但不包括）贖回日止應計及未支付的利息及任何其他款項（如有）：

年度	贖回價
2028 年	102.18750 %
2029 年	101.09375 %
2030 年及其後	100.00000 %

於 2028 年 11 月 15 日之前的任何時候，發行人可贖回不超過 40% 的 2033 年到期優先票據，所動用的資金總額不得超過從一項或多項特定股權發售所得的款項淨額，贖回價為其本金金額的 104.375%，另加直至（但不包括）贖回日止應計及未支付的利息及任何其他款項（如有），惟前提是：(i) 2033 年到期優先票據的至少 50% 原本本金金額於每次該贖回後仍然未獲贖回，及(ii) 贖回於該特定股權發售結束後 180 日內進行。

此外，在發生某些稅務法律方面的變化時，發行人可以贖回所有 2033 年到期優先票據，贖回價相等於本金總額，另加直至（但不包括）贖回日止應計及未支付的利息及任何其他款項（如有）。

於發生構成「控制權變動」（定義見契約）的事件後，發行人將須要約購回 2033 年到期優先票據，購買價為其本金總額的 101%，另加直至（但不包括）購買日止應計及未支付的利息及任何其他款項（如有）。該等「控制權變動」事件包括將全部或絕大部份發行人的及本公司受限制附屬公司的資產整體出售予任何人。

擔保及抵押

2033 年到期優先票據由擔保人按優先次級基準提供擔保。2033 年到期優先票據已就發行人的股份作出二級質押，以及就發行人在所得款項貸款（涉及發售 2033 年到期優先票據的所得款項）中的權利作出二級質押，作為抵押（「分擔抵押品」）。分擔抵押品亦按一級基準為新優先信貸融通提供抵押。

若干契諾及違約事件

契約包含多個可限制我們及轄下受限制附屬公司（包括發行人）進行（其中包括）以下事項的能力的慣常負面契諾（若干例外情況除外）：(i)舉借或擔保額外負債；(ii)作出投資或其他受限制支付；(iii)設定留置權；(iv)出售資產及附屬公司股份；(v)派付股息或作出其他分派，或者回購或贖回我們或我們受限制附屬公司的股本或次級債務；(vi)與附屬公司進

行若干交易；(vii)訂立限制附屬公司派付股息或限制償付公司間貸款和放款的協議；(viii)進行合併或整合；及(ix)削減分擔抵押品中的抵押權益。契約亦包含有關違約事件的若干慣常條文。

對沖

我們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 2025 年 9 月 30 日與此等衍生工具有關的現金流出預期於一年內為 114.6 百萬美元。

其他財務資料

合約責任

下表概述我們於 2025 年 9 月 30 日涉及固定且可予釐定現金流量的合約責任的預定到期日：

(以百萬美元呈列)	總計	1 年內	1 年至 2 年	2 年至 5 年	超過 5 年
貸款及借款	1,749.4	510.6	50.0	1,188.8	—
尚未完成的存貨採購訂單	390.2	390.0	0.3	—	—
租賃負債的未來最低合約付款	724.9	192.2	159.4	260.0	113.3
短期及低價值租賃的未來最低付款	4.7	4.7	—	—	—
總計	2,869.3	1,097.6	209.7	1,448.8	113.3

資產負債表外安排

於 2025 年 9 月 30 日，除上表概述我們的合約責任外，我們並無任何重大的資產負債表外安排或或然負債。

所持有的重大投資、重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，我們概無持有佔我們總資產 5%或以上的重大投資、亦未進行重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

一般事項

於 2025 年 9 月 30 日及截至該日止三個月及九個月的財務及業務回顧已予刊發，旨在向股東、潛在投資者、貸款人、債券持有人及其他利益相關方提供有關本公司表現的最新消息。

本公司股東、潛在投資者、貸款人、債券持有人及其他利益相關方務請注意，本公告所載的所有數字是基於本公司的管理賬目而作出，有關管理賬目尚未經本公司核數師審計或審閱。本公司的審核委員會已審閱本公司截至 2025 年 9 月 30 日止三個月及九個月的業績公告，並建議本公司董事會批准有關公告。

本公司股東、潛在投資者、貸款人、債券持有人及其他利益相關方於買賣本公司證券時應審慎行事，如對自身投資狀況有任何疑問，應諮詢彼等本身的專業顧問的意見。

承董事會命
Samsonite Group S.A.
新秀麗集團有限公司
 主席
Timothy Charles Parker

香港，2025 年 11 月 12 日

於本公告日期，執行董事為 *Kyle Francis Gendreau*，非執行董事為 *Timothy Charles Parker*，而獨立非執行董事為 *Claire Marie Bennett*、*Angela Iris Brav*、*Jerome Squire Griffith*、*Tom Korbas*、*Glenn Robert Richter* 及 *Deborah Maria Thomas*。