

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不會就因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

# SAMSONITE®

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 2013 年 9 月 30 日止業務資料

新秀麗國際有限公司\*（「本公司」）連同其綜合附屬公司（統稱「本集團」）董事會欣然宣佈本集團截至 2013 年 9 月 30 日止期間之未經審核業務資料。本公告乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則第 13.09 條作出。

### 截至 2013 年 9 月 30 日止三個月

撇除匯兌影響，本集團截至 2013 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較 2012 年同期增長 18.6%。以美元申報之銷售淨額由 2012 年第三季度的 451.0 百萬美元增加 78.2 百萬美元或 17.3% 至 2013 年第三季度的 529.2 百萬美元。按固定貨幣基準計算<sup>1</sup>按地區劃分的業績如下：

- 亞洲—銷售淨額增長 13.3% 至 199.0 百萬美元；
- 北美洲—銷售淨額增長 37.8% 至 162.0 百萬美元；
- 歐洲—銷售淨額增長 9.8% 至 140.7 百萬美元；及
- 拉丁美洲—銷售淨額增長 12.6% 至 25.6 百萬美元。

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

\* 僅供識別

下表載列截至 2013 年 9 月 30 日及 2012 年 9 月 30 日止三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 9 月 30 日止三個月				2013 年與 2012 年比較	
	2013 年		2012 年		增加 (減少) 百分比	
	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	增加 (減少) 百分比
按地區劃分的銷售淨額：						
亞洲	199,041	37.6%	182,855	40.6%	8.9%	13.3%
北美洲	161,964	30.6%	117,803	26.1%	37.5%	37.8%
歐洲	140,735	26.6%	124,709	27.7%	12.8%	9.8%
拉丁美洲	25,583	4.8%	23,637	5.2%	8.2%	12.6%
企業	1,913	0.4%	1,997	0.4%	(4.2)%	(4.2)%
銷售淨額	529,236	100.0%	451,001	100.0%	17.3%	18.6%

撇除於 2012 年第三季度完成的 *High Sierra*<sup>®</sup> 及 *Hartmann*<sup>®</sup> 收購事項應佔的銷售淨額，截至 2013 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較 2012 年第三季度增長 15.4%，撇除匯兌影響則增長 16.6%。

### 按地區劃分的銷售淨額

撇除匯兌影響，截至 2013 年 9 月 30 日止三個月亞洲區銷售淨額較 2012 年第三季度增長 13.3%。以美元申報的亞洲區銷售淨額增長 16.2 百萬美元或 8.9%。主要市場南韓（增長 21.5%<sup>2</sup>）及日本（增長 13.4%<sup>2</sup>）對比去年銷售增長強勁。儘管宏觀經濟環境持續困難，但憑藉為吸引追求實用價值的客戶所推出新產品的佳績，本集團第三季度印度業務（增長 30.8%<sup>2</sup>）表現強勁。中國業務（下跌 1.7%<sup>2</sup>）因經濟增長持續放緩而輕微下跌，然而，撇除 2012 年第三季度的若干企業對企業銷售（該等業務於 2013 年因公營機構減少採購而不再復現）後，本集團銷售增長約 10%。本集團繼續滲透區內的新興市場，當中以台灣（增長 20.1%<sup>2</sup>）、泰國（增長 23.5%<sup>2</sup>）、印尼（增長 24.2%<sup>2</sup>）及菲律賓（增長 20.4%<sup>2</sup>）的按年增長最為突出。亞洲區的銷售淨額增長繼續受 *American Tourister* 品牌的佳績帶動，而 *新秀麗* 品牌持續增長並佔亞洲區銷售額的最大部分。

<sup>2</sup> 撇除匯兌影響。

與 2012 年第三季度比較，截至 2013 年 9 月 30 日止三個月北美洲（包括美國及加拿大）銷售淨額增長 44.2 百萬美元或 37.5%。撇除匯兌影響，北美洲的銷售淨額增長 37.8%。撇除 *High Sierra* 及 *Hartmann* 品牌應佔的銷售淨額，截至 2013 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較 2012 年第三季度上升 30.9%。2013 年第三季度業務受惠若干於 2012 年第四季度達成的銷售於本年度提前發生。新增添的 *High Sierra* 及 *Hartmann* 品牌於 2012 年第三季度僅有部分時間為本集團擁有，因而亦有助帶動銷售按年增長。消費者對本集團產品的強勁需求令數名主要批發客戶擴大銷售，繼續帶動本集團於北美洲的佳績。

撇除匯兌影響，截至 2013 年 9 月 30 日止三個月歐洲區銷售淨額較 2012 年第三季度增長 9.8%。以美元申報的歐洲區銷售淨額增長 16.0 百萬美元或 12.8%。區內數國均錄得強勁當地貨幣銷售增長，其中以英國（增長 34.9%<sup>2</sup>）、德國（增長 6.2%<sup>2</sup>）、法國（增長 7.4%<sup>2</sup>）及俄羅斯（增長 34.0%<sup>2</sup>）最為突出。歐洲市場的當地貨幣銷售增長歸功於該地區對硬質行李箱之需求增長強勁，導致新推出產品（包括使用 *Curv* 物料製造的新產品系列）銷售理想。雖然南歐國家因經濟仍然面臨重重挑戰導致經營環境持續困難，但本集團意大利業務（增長 0.3%<sup>2</sup>）及西班牙業務（增長 3.8%<sup>2</sup>）有穩定跡象。撇除意大利及西班牙，歐洲區銷售淨額撇除匯兌影響後增長 11.8%，以美元結算則增長 14.2%。

撇除匯兌影響，截至 2013 年 9 月 30 日止三個月拉丁美洲區銷售淨額較 2012 年第三季度增長 12.6%。以美元申報的拉丁美洲區銷售淨額增長 1.9 百萬美元或 8.2%。智利（增長 18.2%<sup>2</sup>）及巴西（增長 18.2%<sup>2</sup>）的銷售增長強勁，本集團巴西業務開始受惠由經銷商模式轉型至直接進口及銷售模式。本集團阿根廷業務（下跌 11.4%<sup>2</sup>）繼續受當地政府進口限制的負面影響。撇除阿根廷應佔的銷售淨額，拉丁美洲區銷售淨額撇除匯兌影響後增長 14.9%，以美元結算則增長 11.5%。

與 2012 年第三季度比較，截至 2013 年 9 月 30 日止三個月企業分部應佔銷售淨額（包括授權收入）減少 0.1 百萬美元或 4.2%。

### **截至 2013 年 9 月 30 日止九個月**

撇除匯兌影響，本集團截至 2013 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較 2012 年同期增長 17.3%。以美元申報的銷售淨額由截至 2012 年 9 月 30 日止九個月的 1,297.7 百萬美元增加 215.2 百萬美元或 16.6% 至截至 2013 年 9 月 30 日止九個月的 1,512.9 百萬美元。按固定貨幣基準計算按地區劃分的業績如下：

- 亞洲－銷售淨額增長 14.7% 至 569.2 百萬美元；
- 北美洲－銷售淨額增長 32.7% 至 472.4 百萬美元；
- 歐洲－銷售淨額增長 8.0% 至 \$377.5 百萬美元；及
- 拉丁美洲－銷售淨額增長 7.4% 至 87.1 百萬美元。

下表載列截至 2013 年 9 月 30 日及 2012 年 9 月 30 日止九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 9 月 30 日止九個月				2013 年與 2012 年比較	
	2013 年		2012 年		增加 (減少) 百分比	撇除匯兌 影響之 增加 (減少) 百分比
	千美元	銷售淨額 百分比	千美元	銷售淨額 百分比		
按地區劃分的銷售淨額：						
亞洲	569,205	37.6%	507,426	39.1%	12.2%	14.7%
北美洲	472,433	31.2%	356,333	27.5%	32.6%	32.7%
歐洲	377,486	25.0%	345,941	26.7%	9.1%	8.0%
拉丁美洲	87,089	5.8%	80,534	6.2%	8.1%	7.4%
企業	6,672	0.4%	7,444	0.5%	(10.4)%	(10.4)%
銷售淨額	1,512,885	100.0%	1,297,678	100.0%	16.6%	17.3%

撇除於 2012 年第三季度完成的 *High Sierra*<sup>®</sup> 及 *Hartmann*<sup>®</sup> 收購事項應佔的銷售淨額，截至 2013 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2012 年 9 月 30 日止九個月增長 12.2%，撇除匯兌影響則增長 12.8%。

#### 按地區劃分的銷售淨額

撇除匯兌影響，截至 2013 年 9 月 30 日止九個月亞洲區銷售淨額較 2012 年同期增長 14.7%。以美元申報的亞洲區銷售淨額增長 61.8 百萬美元或 12.2%。本集團在該區主要市場的固定貨幣銷售增長強勁，當中以南韓（增長 28.8%<sup>2</sup>）、日本（增長 17.1%<sup>2</sup>）及印度（增長 14.0%<sup>2</sup>）最為突出，其次是中國（增長 4.4%<sup>2</sup>）。

截至 2013 年 9 月 30 日止九個月北美洲區銷售淨額較 2012 年同期增長 116.1 百萬美元或 32.6%。撇除匯兌影響，北美洲區銷售淨額增長 32.7%。撇除 *High Sierra* 及 *Hartmann* 品牌應佔的銷售淨額，截至 2013 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較 2012 年同期增長 16.6%。

撇除匯兌影響，截至 2013 年 9 月 30 日止九個月歐洲區銷售淨額較 2012 年同期增長 8.0%。以美元申報的歐洲區銷售淨額增長 31.5 百萬美元或 9.1%。區內數國的地方貨幣銷售增長強勁，其中最為突出的是德國（增長 10.7%<sup>2</sup>）、法國（增長 7.4%<sup>2</sup>）及俄羅斯（增長 32.9%<sup>2</sup>）。本集團意大利業務（下跌 2.5%<sup>2</sup>）及西班牙業務（下跌 4.0%<sup>2</sup>）繼續受南歐國家持續經濟困難而導致消費意欲疲弱的負面影響。撇除意大利及西班牙，歐洲區銷售淨額撇除匯兌影響後增長 10.8%，以美元結算則增長 11.6%。

撇除匯兌影響，截至 2013 年 9 月 30 日止九個月拉丁美洲區銷售淨額較 2012 年同期增長 7.4%。以美元申報的拉丁美洲區銷售淨額增長 6.6 百萬美元或 8.1%。撇除阿根廷應佔的銷售淨額，拉丁美洲區銷售淨額撇除匯兌影響後增長 10.2%，以美元結算則增長 12.2%。

與2012年同期比較，截至2013年9月30日止九個月企業分部應佔銷售淨額減少0.8百萬美元或10.4%。

承董事會命  
**Samsonite International S.A.**  
新秀麗國際有限公司\*  
主席  
**Timothy Charles Parker**

香港，2013年11月5日

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

\* 僅供識別