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 2026 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」或「我們」）董事會欣然呈列本集團於 2026 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 2025 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 IFRS[1]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。本報告所計算的此等非 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「旨在」、「預計」、「相信」、「承諾」、「繼續」、「或許」、「估計」、「預期」、「預測」、「未來」、「擬」、「可能」、「也許」、「正在進行」、「機會」、「計劃」、「定位」、「潛在」、「預料」、「預算」、「策略」、「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品牌吸引力的能力；
- 我們實施增長策略、擴大產品組合及市場覆蓋範圍的能力，包括生活時尚箱包[2]類別；
- 我們的市場機遇及我們增加在存在強大增長潛力的成熟市場的銷售額及更加深入地滲透進新興市場的能力；
- 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；
- 我們對創新設計、耐用性及可持續性的專注，以及我們在此基礎上使產品脫穎而出的能力；
- 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，以及經營模式的彈性；
- 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；
- 我們擴大品牌組合的能力；
- 收購 BÉIS, LLC（「BÉIS」）的預期裨益；
- 我們的營銷及廣告策略以及我們營銷開支的長期預期增長；
- 我們繼續投入物業、廠房及設備以升級零售店群以及投資於核心策略性功能範疇的意向；
- 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；
- 我們管理團隊的能力及我們挽留該管理團隊的能力；
- 我們管理原材料供應及成本的能力；
- 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、批發及特許經營合作夥伴之間關係的穩固性；
- 我們的第三方供應商、製造商及其他合作夥伴的業績、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，包括地區衝突（例如伊朗及中東其他地區持續的衝突）的直接及間接影響；

- 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；
- 外匯波動對我們業務的影響；
- 我們的可持續發展承諾；
- 氣候變化及環境、社會及管治（「ESG」）相關事宜，以及法律、監管或市場應對措施；
- 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、競爭法規及美國、歐盟、中華人民共和國（「中國」）及其他司法權區與隱私、數據安全及數據保護有關的法律，及我們遵守該等法律法規的能力；及
- 我們保護我們品牌、設計、物料及技術知識產權的能力。

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 ESG 及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；收購 BÉIS，包括整合或支援被收購業務或挽留其主要人員及商業關係方面的困難，以及我們未能實現交易的預期裨益；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，會計準則或我們會計政策變更的影響；以及我們 2025 年年報「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析—風險因素」一節所述的風險。

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。有關可能導致我們的實際業績與前瞻性陳述所明示或暗示者存在重大差異的重要因素的討論，請參閱我們 2025 年年報「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析—風險因素」一節。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。鑒於該等前瞻性陳述存在重大不確定因素， 閣下不應將該等陳述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目前所預期者有重大差異。我們實際上可能無法實現我們前瞻性陳述中所表達的計劃、 意圖或期望， 閣下不應過度依賴有關前瞻性陳述。

約整

除另有說明外，本報告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的基礎數據計算得出。

註釋

(1) 國際會計準則理事會（「IASB」）頒佈的 IFRS 會計準則。

(2) 生活時尚箱包類別（前稱非旅遊產品類別）包括商務包、休閒包及背包、配件及其他產品。

經營業績及財務摘要

經營業績

截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止三個月

下表概述截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止三個月的綜合經營業績：

	截至 9 月 30 日止三個月		
（以百萬美元呈列，每股數據除外）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
銷售淨額[1]	**872.7**	872.7	0.0 %
毛利	**534.9**	519.8	2.9 %
毛利率	**61.3 %**	59.6 %	
經營溢利	**112.8**	139.2	(19.0)%
期內溢利	**61.0**	78.8	(22.6)%
股權持有人應佔溢利	**58.1**	73.5	(21.0)%
經調整淨收入[2]	**65.3**	63.6	2.7 %
經調整 EBITDA[3]	**138.0**	142.6	(3.3)%
經調整 EBITDA 利潤率[4]	**15.8 %**	16.3 %	
經營活動所得現金淨額	**169.2**	131.4	28.8 %
經調整自由現金流量[5]	**108.3**	64.7	67.3 %
每股基本盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.043**	0.053	(19.8)%
每股攤薄盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.042**	0.053	(19.9)%
經調整每股基本盈利[6] *（以每股美元呈列）*	**0.048**	0.046	4.3 %
經調整每股攤薄盈利[6] *（以每股美元呈列）*	**0.048**	0.046	4.2 %

註釋

(1) 截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，銷售淨額為 872.7 百萬美元，與截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 872.7 百萬美元比較按年持平，而按不變匯率基準計算則增加 0.6%。按不變匯率基準計算呈列的銷售淨額業績為非 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。

(2) 經調整淨收入為非 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基本財務表現。有關本公司的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－經調整淨收入及經調整每股盈利」。

(3) 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，以計及經營租金開支。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基本趨勢。有關本公司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 及經調整 EBITDA 利潤率」。

(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) 經調整自由現金流量（一項非 IFRS 財務計量工具）定義為經營活動所得現金淨額減去(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（分別如簡明綜合現金流量表所載）。

(6) 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 2026 年 9 月 30 日止三個月，我們的銷售淨額為 872.7 百萬美元，與截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 872.7 百萬美元比較按年持平，而按不變匯率基準計算則增加 0.6%。期內銷售淨額受到伊朗及中東其他地區衝突（「中東衝突」）相關的旅遊需求疲弱及通脹壓力持續，以及充滿挑戰的需求環境（尤其在美國）的不利影響。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，我們的銷售淨額按年增加 0.9%（按不變匯率基準計算增加 1.0%），反映我們持續執行增長策略，包括增加品牌投資、提高所有地區的電子商貿滲透率、拓展具重大發展潛力的生活時尚箱包類別，以及成功推出獲全球消費者青睞的產品。
- 截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的毛利率為 61.3%，而截至 2025 年 9 月 30 日止三個月則為 59.6%。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，繼美國最高法院作出裁決，撤銷先前根據《國際緊急經濟權力法》（「IEEPA」）實施

的若干關稅措施後，本公司就所收到的美國關稅退款於銷售成本確認 12.8 百萬美元的收益。有關進一步討論，請參閱「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析－銷售成本及毛利」。撇除關稅退款收益，截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的毛利率為 59.8%，較去年同期改善 20 個基點，反映我們在各品牌、渠道及產品類別上的嚴格執行，以及有利的地區銷售組合及 DTC 電子商貿銷售淨額持續增長。

- 截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，本集團的營銷開支為 56.8 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 53.0 百萬美元增加 3.8 百萬美元或 7.2%。營銷開支佔銷售淨額的百分比，由截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 6.1%上升 40 個基點至截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的 6.5%，這符合我們的策略方向，即增加投資以擴大及提升本公司標誌性及以消費者為中心的品牌知名度，從而推動未來增長。
- 截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的經營溢利為 112.8 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 139.2 百萬美元減少 26.4 百萬美元 或 19.0%，主要是由於多項營運開支類別普遍受到通脹影響而按年增加，部分被毛利按年增加所抵銷。
- 截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，經調整 EBITDA（一項非 IFRS 財務計量工具）為 138.0 百萬美元，按年減少 4.7 百萬美元或 3.3%，主要是由於經營溢利按年下降所致。
- 截至 2026 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 15.8%，而截至 2025 年 9 月 30 日止三個月則為 16.3%。撇除關稅退款收益，截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITDA 利潤率為 14.3%。
- 截至 2026 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 65.3 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 63.6 百萬美元增加 1.7 百萬美元或 2.7%。
- 截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，經營活動所得現金淨額為 169.2 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 131.4 百萬美元增加 37.8 百萬美元，主要受營運資金淨額的按年有利變動所推動。經調整自由現金流量（一項非 IFRS 財務計量工具）由截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 64.7 百萬美元，增加 43.6 百萬美元至截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的 108.3 百萬美元，主要受已付所得稅按年減少、營運資金淨額的按年有利變動及物業、廠房及設備和軟件採購按年減少所帶動，惟部分被期內溢利按年減少所抵銷。
- 於 2026 年 7 月 15 日，本公司向股東派付 140.0 百萬美元的現金股息。

截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止九個月

下表概述截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止九個月的綜合經營業績：

	截至 9 月 30 日止九個月		
（以百萬美元呈列，每股數據除外）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
銷售淨額[1]	**2,553.3**	2,534.3	0.7 %
毛利	**1,551.6**	1,503.6	3.2 %
毛利率	**60.8 %**	59.3 %	
經營溢利	**319.7**	377.6	(15.3)%
期內溢利	**159.1**	208.9	(23.8)%
股權持有人應佔溢利	**149.0**	191.7	(22.3)%
經調整淨收入	**166.8**	187.0	(10.8)%
經調整 EBITDA	**384.0**	411.4	(6.7)%
經調整 EBITDA 利潤率	**15.0 %**	16.2 %	
經營活動所得現金淨額	**376.8**	253.1	48.9 %
經調整自由現金流量	**193.3**	76.3	153.5 %
每股基本盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.108**	0.138	(21.7)%
每股攤薄盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.108**	0.138	(21.8)%
經調整每股基本盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.121**	0.135	(10.1)%
經調整每股攤薄盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.120**	0.134	(10.2)%

註釋

(1) 截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，銷售淨額為 2,553.3 百萬美元，與截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 2,534.3 百萬美元比較按年增加 0.7%，而按不變匯率基準計算則減少 0.2%。按不變匯率基準計算呈列的銷售淨額業績為非 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 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們的銷售淨額為 2,553.3 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 2,534.3 百萬美元增加 19.0 百萬美元或 0.7%。按不變匯率基準計算，銷售淨額按年減少 0.2%。中東衝突引發通脹壓力，進而導致全球旅遊需求疲弱及消費者信心減弱。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的綜合銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 2.4%（按不變匯率基準計算增加 0.8%），主要受本公司在各項策略重點取得進展所支持，包括品牌建設、數碼化能力、生活時尚箱包及全球產品措施。
- 截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，毛利率為 60.8%，而截至 2025 年 9 月 30 日止九個月則為 59.3%。於截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，繼美國最高法院作出裁決，撤銷先前根據 IEEPA 實施的若干關稅措施後，本公司就所收到的美國關稅退款於銷售成本確認 29.3 百萬美元的收益。有關進一步討論，請參閱「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析—銷售成本及毛利」。撇除關稅退款收益，截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的毛利率為 59.6%，較去年同期改善 30 個基點，反映我們在各品牌、渠道及產品類別上的嚴格執行，以及有利的地區和渠道銷售組合，包括 DTC 電子商貿銷售淨額持續增長。
- 截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的營銷開支為 166.0 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 151.7 百萬美元增加 14.3 百萬美元或 9.4%。營銷開支佔銷售淨額的百分比，由截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 6.0% 上升 50 個基點至截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的 6.5%，這符合我們的策略方向，即增加投資以擴大及提升本公司標誌性及以消費者為中心的品牌知名度，從而推動未來增長。

- 截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的經營溢利為 319.7 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 377.6 百萬美元減少 57.9 百萬美元或 15.3%，主要是由於多項營運開支類別普遍受到通脹影響而按年增加，部分被毛利按年增加所抵銷。
- 截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，經調整 EBITDA（一項非 IFRS 財務計量工具）為 384.0 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 411.4 百萬美元減少 27.4 百萬美元或 6.7%，主要是由於經營溢利按年下降所致。
- 截至 2026 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 15.0%，而截至 2025 年 9 月 30 日止九個月則為 16.2%。撇除關稅退款收益，截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的經調整 EBITDA 利潤率為 13.9%。
- 截至 2026 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 166.8 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 187.0 百萬美元減少 20.2 百萬美元或 10.8%。
- 截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，經營活動所得現金淨額為 376.8 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 253.1 百萬美元增加 123.6 百萬美元，主要受營運資金淨額的按年有利變動所推動。經調整自由現金流量（一項非 IFRS 財務計量工具）由截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 76.3 百萬美元，增加 117.1 百萬美元至截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的 193.3 百萬美元，主要受營運資金淨額的按年有利變動及已付所得稅按年減少所帶動，惟部分被期內溢利按年減少所抵銷。
- 我們於截至 2026 年 9 月 30 日止九個月購回 27,098,100 股股份，相關現金流出為 50.0 百萬美元。所購股份持作庫存股份。
- 於 2026 年 9 月 30 日，我們的現金及現金等價物為 672.7 百萬美元，未償還金融債務為 1,780.7 百萬美元（撇除遞延融資成本 16.5 百萬美元），導致淨債務為 1,108.1 百萬美元，而於 2025 年 12 月 31 日的淨債務則為 1,098.9 百萬美元。
- 於 2026 年 9 月 30 日，流動資金總額[(1)]為 1,448.2 百萬美元，而於 2025 年 12 月 31 日則為 1,489.8 百萬美元。
- 於 2026 年 8 月 12 日，我們簽訂收購 BÉIS, LLC （「BÉIS」）的最終協議。BÉIS 是一個高增長、數碼原生的生活時尚與旅遊品牌，將擴大我們在較年輕、以女性為主的消費者中的覆蓋範圍，將加大我們於增長較快的生活時尚箱包類別的業務比重，並加強我們的數碼能力。此項交易與我們的主要增長重點高度契合，且 BÉIS 由一支卓越的領導團隊帶領，並透過獨具特色的產品、真實的品牌敘事及同業頂尖的數碼優先商業模式，建立起忠實的顧客群。我們認為加速 BÉIS 的長遠增長充滿重大機遇，同時保留自其創立以來推動企業成功的企業家精神、創意及鮮明的品牌形象。於 2026 年 10 月 1 日，我們完成收購 BÉIS 85%的發行在外股本權益，現金代價為 178.5 百萬美元（須就完成後的營運資金作出慣常調整）。該項收購所需資金已由本公司以手頭現金及其循環信貸融通項下的借款撥付。
- 於 2026 年 11 月 12 日，本公司宣佈一項 50 百萬美元的股份回購計劃，並將於刊發本季度業績公告後啟動。回購將由本公司酌情進行，並將視乎多項因素而定，包括業務、經濟及市場狀況。

註釋

(1) 流動資金總額按簡明綜合財務狀況表所呈報的現金及現金等價物加上循環信貸融通項下可用額度的總和計算。

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）	**2026 年**	2025 年	**2026 年**	2025 年
銷售淨額	**872.7**	872.7	**2,553.3**	2,534.3
銷售成本	**(337.7)**	(352.9)	**(1,001.6)**	(1,030.7)
毛利	**534.9**	519.8	**1,551.6**	1,503.6
分銷開支	**(294.0)**	(284.5)	**(864.4)**	(814.0)
營銷開支	**(56.8)**	(53.0)	**(166.0)**	(151.7)
一般及行政開支	**(68.0)**	(54.8)	**(189.8)**	(168.9)
其他（開支）收入淨額	**(3.4)**	11.7	**(11.7)**	8.6
經營溢利	**112.8**	139.2	**319.7**	377.6
財務收入	**1.8**	2.2	**6.8**	7.6
財務費用	**(23.6)**	(32.2)	**(90.0)**	(91.3)
財務費用淨額	**(21.9)**	(30.0)	**(83.2)**	(83.8)
除所得稅前溢利	**90.9**	109.2	**236.5**	293.8
所得稅開支	**(29.9)**	(30.3)	**(77.4)**	(84.9)
期內溢利	**61.0**	78.8	**159.1**	208.9
股權持有人應佔溢利	**58.1**	73.5	**149.0**	191.7
非控股權益應佔溢利	**2.9**	5.3	**10.1**	17.1
期內溢利	**61.0**	78.8	**159.1**	208.9
每股盈利*（以每股美元呈列）*：				
每股基本盈利	**0.043**	0.053	**0.108**	0.138
每股攤薄盈利	**0.042**	0.053	**0.108**	0.138

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）	**2026 年**	2025 年	**2026 年**	2025 年
期內溢利	**61.0**	78.8	**159.1**	208.9
其他全面收益（虧損）：				
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）	**7.4**	(4.8)	**15.2**	(9.3)
境外業務外幣匯兌收益（虧損）	**4.1**	(6.4)	**(3.1)**	21.0
其他全面收益（虧損）	**11.5**	(11.2)	**12.1**	11.7
期內全面收益總額	**72.5**	67.7	**171.2**	220.6
股權持有人應佔全面收益總額	**70.4**	64.1	**165.7**	205.3
非控股權益應佔全面收益總額	**2.1**	3.5	**5.6**	15.3
期內全面收益總額	**72.5**	67.7	**171.2**	220.6

簡明綜合財務狀況表

（以百萬美元呈列）	（未經審計） **2026 年 9 月 30 日**	2025 年 12 月 31 日
非流動資產		
物業、廠房及設備	**278.3**	295.6
租賃使用權資產	**544.4**	579.9
商譽	**828.0**	828.7
其他無形資產	**1,486.2**	1,497.3
遞延稅項資產	**153.8**	165.8
其他資產及應收款項	**56.6**	49.9
非流動資產總額	**3,347.2**	3,417.3
流動資產		
存貨	**702.8**	639.7
應收賬款及其他應收款項	**327.0**	354.7
預付費用及其他資產	**103.8**	97.9
現金及現金等價物	**672.7**	649.3
流動資產總額	**1,806.2**	1,741.6
資產總額	**5,153.5**	5,158.9
權益及負債		
權益：		
股本	**14.7**	14.7
儲備	**1,567.5**	1,586.0
股權持有人應佔權益總額	**1,582.2**	1,600.6
非控股權益	**61.3**	69.1
權益總額	**1,643.5**	1,669.7
非流動負債		
貸款及借款	**1,695.4**	1,661.1
租賃負債	**432.8**	473.5
僱員福利	**17.0**	17.7
非控股權益認沽期權	**92.8**	100.7
遞延稅項負債	**176.1**	177.4
其他負債	**10.1**	8.8
非流動負債總額	**2,424.4**	2,439.3
流動負債		
流動貸款及借款	**68.8**	68.0
租賃負債的即期部分	**174.1**	165.6
僱員福利	**99.6**	105.5
應付賬款及其他應付款項	**708.4**	672.4
即期稅項負債	**34.7**	38.4
流動負債總額	**1,085.5**	1,049.9
負債總額	**3,509.9**	3,489.2
權益及負債總額	**5,153.5**	5,158.9
流動資產淨額	**720.7**	691.7
資產總額減流動負債	**4,067.9**	4,109.0

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）	股份數目	股本	儲備					股權持有人應佔權益總額	非控股權益	權益總額
			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 2026 年 9 月 30 日止三個月										
於 2026 年 7 月 1 日的結餘	**1,363,795,481**	**14.7**	**1,171.9**	**(250.5)**	**(94.1)**	**93.4**	**572.8**	**1,508.1**	**64.1**	**1,572.3**
期內溢利	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**58.1**	**58.1**	**2.9**	**61.0**
其他全面收益（虧損）：										
對沖之公允價值變動（除稅後）	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**7.4**	**—**	**7.4**	**0.0**	**7.4**
境外業務外幣匯兌收益（虧損）	**—**	**—**	**—**	**—**	**5.0**	**—**	**—**	**5.0**	**(0.9)**	**4.1**
期內全面收益（虧損）總額	**—**	**—**	**—**	**—**	**5.0**	**7.4**	**58.1**	**70.4**	**2.1**	**72.5**
直接計入權益的與擁有人的交易：										
以股份支付的薪酬開支	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**3.6**	**—**	**3.6**	**—**	**3.6**
向非控股權益派付股息	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**(4.9)**	**(4.9)**
於 2026 年 9 月 30 日的結餘	**1,363,795,481**	**14.7**	**1,171.9**	**(250.5)**	**(89.2)**	**104.4**	**630.9**	**1,582.2**	**61.3**	**1,643.5**

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	儲備					股權持有人應佔權益總額	非控股權益	權益總額
			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	儲備					股權持有人應佔權益總額	非控股權益	權益總額
			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 2026 年 9 月 30 日止九個月										
於 2026 年 1 月 1 日的結餘	**1,386,935,037**	**14.7**	**1,162.6**	**(200.5)**	**(90.7)**	**92.8**	**621.9**	**1,600.6**	**69.1**	**1,669.7**
期內溢利	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**149.0**	**149.0**	**10.1**	**159.1**
其他全面收益（虧損）：										
對沖之公允價值變動（除稅後）	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**15.2**	**—**	**15.2**	**0.1**	**15.2**
境外業務外幣匯兌收益（虧損）	**—**	**—**	**—**	**—**	**1.5**	**—**	**—**	**1.5**	**(4.6)**	**(3.1)**
期內全面收益（虧損）總額	**—**	**—**	**—**	**—**	**1.5**	**15.2**	**149.0**	**165.7**	**5.6**	**171.2**
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	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**(140.0)**	**(140.0)**	**—**	**(140.0)**
以股份支付的薪酬開支	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**5.9**	**—**	**5.9**	**—**	**5.9**
行使購股權	**4,584**	**0.0**	**0.0**	**—**	**—**	**(0.0)**	**—**	**0.0**	**—**	**0.0**
歸屬時間掛鈎受限制股份獎勵	**2,540,393**	**0.0**	**5.7**	**—**	**—**	**(5.7)**	**—**	**—**	**—**	**—**
歸屬績效掛鈎受限制股份獎勵	**1,413,567**	**0.0**	**3.6**	**—**	**—**	**(3.7)**	**—**	**—**	**—**	**—**
購買庫存股份	**(27,098,100)**	**—**	**—**	**(50.0)**	**—**	**—**	**—**	**(50.0)**	**—**	**(50.0)**
向非控股權益派付股息	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**—**	**(13.3)**	**(13.3)**
於 2026 年 9 月 30 日的結餘	**1,363,795,481**	**14.7**	**1,171.9**	**(250.5)**	**(89.2)**	**104.4**	**630.9**	**1,582.2**	**61.3**	**1,643.5**

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	儲備					股權持有人應佔權益總額	非控股權益	權益總額
			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**	
	2026 年	2025 年	**2026 年**	2025 年
經營活動之現金流量：				
期內溢利	**61.0**	78.8	**159.1**	208.9
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	**17.7**	16.9	**52.7**	47.8
無形資產攤銷	**5.4**	5.1	**15.6**	15.3
租賃使用權資產攤銷	**45.7**	43.8	**137.5**	125.6
計入財務費用的認沽期權之公允價值變動	**(4.7)**	(4.7)	**(7.9)**	(12.5)
以股份支付的非現金薪酬開支	**3.6**	2.7	**5.9**	7.1
借款及租賃負債的利息開支	**30.6**	34.8	**94.9**	102.9
所得稅開支	**29.9**	30.3	**77.4**	84.9
	189.1	207.7	**535.3**	580.1
經營資產及負債變動：				
應收賬款及其他應收款項	**28.7**	5.9	**26.8**	(22.3)
存貨	**(45.8)**	17.0	**(67.0)**	5.3
應付賬款及其他應付款項	**41.6**	(18.5)	**34.5**	(109.7)
其他資產及負債	**(22.0)**	(21.7)	**(29.5)**	(4.3)
經營活動所得現金	**191.6**	190.3	**500.1**	449.1
借款及租賃負債的已付利息	**(26.4)**	(30.7)	**(88.4)**	(97.9)
已退回（已付）所得稅	**4.0**	(28.2)	**(35.0)**	(98.1)
經營活動所得現金淨額	**169.2**	131.4	**376.8**	253.1
投資活動之現金流量：				
購買物業、廠房及設備以及軟件	**(15.3)**	(24.0)	**(47.6)**	(54.3)
投資活動所用現金淨額	**(15.3)**	(24.0)	**(47.6)**	(54.3)
融資活動之現金流量：				
循環信貸融通所得款項	**65.0**	—	**65.0**	—
優先信貸融通付款	**(6.2)**	(71.3)	**(18.7)**	(83.8)
其他貸款及借款的（付款）所得款項	**(15.3)**	(8.3)	**0.9**	4.3
租賃負債的本金付款	**(45.6)**	(42.7)	**(135.8)**	(122.5)
行使購股權所得款項	**—**	—	**0.0**	0.3
購買庫存股份	**—**	—	**(50.0)**	(42.9)
向股權持有人派付現金股息	**(140.0)**	(150.0)	**(140.0)**	(150.0)
向非控股權益派付股息	**(4.9)**	(6.3)	**(13.3)**	(17.9)
融資活動所用現金淨額	**(147.0)**	(278.5)	**(291.9)**	(412.5)
現金及現金等價物增加（減少）淨額	**7.0**	(171.1)	**37.2**	(213.7)
期初現金及現金等價物	**670.8**	669.1	**649.3**	676.3
匯率變動的影響	**(5.1)**	(1.3)	**(13.9)**	34.0
期末現金及現金等價物	**672.7**	496.7	**672.7**	496.7

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 IASB 頒佈的 IFRS 會計準則編製的 2025 年年報所載於 2025 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中期財務資料一併閱讀。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。有關前瞻性陳述及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。有關該等非 IFRS 財務計量工具的額外資料及與最可比 IFRS 財務計量工具的對賬，請參閱「－非 IFRS 財務計量工具」。

概覽

新秀麗集團有限公司是全球最著名、規模最大的行李箱公司，並且是全球生活時尚箱包行業的翹楚。我們擁有及經營以*新秀麗*、*TUMI* 及 *American Tourister* 為首並以消費者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。

我們的歷史可追溯至 1910 年，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，以及結合強化全球協調的管理架構，以便更有效地在各市場之間分享最佳實踐與能力，同時持續賦能予地區及國家層面的團隊以推動有力的在地執行，造就了強勁的財務業績紀錄，截至 2026 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、61.0 百萬美元及 138.0 百萬美元，而截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，則分別為 26 億美元、159.1 百萬美元及 384.0 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*新秀麗*、*TUMI* 及 *American Tourister* 為滿足全球廣泛客戶的旅遊及生活時尚箱包需求提供具鮮明特色且值得信賴的產品組合。我們的品牌組合包括 *BÉIS*、*Gregory*、*Lipault* 及 *Hartmann* 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，提供先進產品性能，使我們能夠滿足不同類別的增量需求。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們的旅遊產品佔我們總銷售淨額的 63.0%，主要包括硬質、軟質及混合物料行李箱及手拖行李箱。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們的生活時尚箱包類別佔我們總銷售淨額的 37.0%，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，採用目標明確且因地制宜的渠道策略。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們總銷售淨額的 41.2%來自我們的 DTC 渠道，於 2026 年 9 月 30 日，該渠道包括全球 1,150 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 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們的批發業務佔總銷售淨額的 58.8%，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作夥伴進行廣泛的合作。我們認為我們可把握機遇繼續將業務擴展至低滲透率的市場及我們的 DTC 渠道。

影響我們表現的關鍵因素

我們認為，我們未來的表現將取決於多項因素，包括下文所述及 2025 年年報「財務狀況及經營業績的管理層討論與分析—風險因素」及「企業管治報告—風險管理及內部控制」各章節所述的因素。截至 2026 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、推廣及推出優質新產品，滿足各個市場消費者不同的喜好，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、易修復、更環保產品系列。我們正擴大於全部四個地區均有銷售的全球系列產品的規模，以充分利用我們的全球產品平台，提升產品及營銷投資的效率，同時為全球消費者提供更一致的品牌體驗。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。

在兼顧營銷及品牌知名度的投放，以及專注嚴控成本和盈利能力之同時，我們的廣告活動可能會在不同年度出現波動，並可能會影響我們的銷售淨額及銷售開支。例如，截至 2026 年 9 月 30 日止三個月及九個月，我們的營銷投資分別較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月及九個月增加 7.2%及 9.4%，原因在於我們增加廣告開支以幫助推動銷售淨額增長。截至

2026 年 9 月 30 日止三個月及九個月，我們的營銷開支分別佔我們總銷售淨額的 6.5%及 6.5%，而截至 2025 年 9 月 30 日止三個月及九個月則分別佔我們總銷售淨額的 6.1%及 6.0%。

在成熟及新興市場發展的能力

利用我們現有的全球業務及憑藉我們的品牌優勢，我們認為我們擁有龐大機遇，以繼續在成熟市場（包括印度及中國等具有高增長潛力的市場）增加其銷售額以及深化我們在印尼及巴西等新興市場的業務滲透。我們的市場領導地位、平台和規模優勢，以及結合強化全球協調及賦能在地執行的管理架構，使我們能夠繼續在全球行李箱市場及全球箱包市場（我們在以上市場擁有可觀的持續增長空間）獲取市場份額。我們認為，*TUMI* 品牌尤其有能力憑藉其歷史優勢進一步發展北美洲業務，並大幅提高其在其他地區（包括亞洲及歐洲）的銷售額。

渠道組合及實施我們多渠道策略的能力

我們通過批發及 DTC 兩個主要分銷渠道（包括自營零售店及我們的電子商貿平台）在 100 多個國家銷售我們的產品。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，批發渠道佔我們總銷售淨額的 58.8%，及 DTC 渠道佔我們總銷售淨額的 41.2%。我們的銷售淨額及盈利能力受各渠道應佔銷售淨額的比例影響，而我們 DTC 渠道的毛利率通常較高。

透過結合自營電子商貿平台及與網上零售商建立策略合作夥伴關係，加強我們的數碼化能力，以支持多渠道增長，是我們的策略增長重點之一。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月及九個月，電子商貿的總銷售淨額（DTC 電子商貿銷售淨額及向網上零售商批發銷售淨額之總和）分別佔總銷售淨額的 22.5%及 21.3%，而截至 2025 年 9 月 30 日止三個月及九個月則分別佔總銷售淨額的 21.0%及 20.5%。

增加 DTC 銷售是我們多渠道策略的主要一環，而我們持續投資於與我們經營所在每個地區的客戶群建立直接關係，並透過自營零售店及電子商貿平台提供沉浸式及更優越的品牌體驗。近年來，我們精簡零售店群，專注於推動店舖的盈利增長，並針對性地開設新店。自營零售店是我們於所有地區的增長策略的重要一環，且我們認為我們的自營零售店網絡是一種有吸引力的營銷工具，可提升客戶體驗、提高忠誠度及建立社群。除實體零售店外，我們亦於世界各地經營強大的 DTC 電子商貿平台，幫助促進我們各品牌和地區的顯著增長。我們預計，隨著我們繼續投資於壯大 DTC 渠道，我們 DTC 渠道的銷售淨額佔比將逐步增加。

我們的 DTC 業務與強勁且成熟的批發渠道相輔相成，我們認為這對推動持續增長及客戶覆蓋率至關重要。此外，我們廣泛且不斷增長的分銷商及特許經營網絡為我們品牌實體店擴大覆蓋，尤其是在我們並無直接業務的發展中市場或較小國家。我們預計批發渠道將仍舊為我們市場進入策略及整體增長機遇不可或缺的一環，而我們擬維持與批發合作夥伴的關係，並繼續就此渠道提供新的創新產品以及引人注意的品牌營銷。

提高生活時尚箱包類別銷售淨額的能力

近年來，我們生活時尚箱包類別（其中包括商務包、休閒包、背包、配件及其他產品）的銷售淨額佔比有所提升，分別佔截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止九個月銷售淨額的 37.0%及 36.0%。我們通常自銷售生活時尚箱包類別產品錄得較高毛利率，而增加該類別的銷售淨額是我們增長策略的主要一環。我們認為，透過擴展至相近產品類別及憑藉我們品牌知名度及產品專長知識的優勢，我們增加銷售淨額的機遇可觀。我們專注於*新秀麗*品牌的生活時尚箱包類別（包括背包、商務包、行李袋、手提包及配件）的機遇，而我們亦已將我們 *American Tourister* 品牌的生活時尚箱包組合擴展至包括行李袋、背包、手提包及兒童書包。憑藉類似使 *TUMI* 的產品脫穎而出的技術創新及便捷實用性的理念，我們亦將 TUMI 生活時尚箱包類別旗下的產品系列延伸至包括香水、皮帶及眼鏡。此外，我們若干品牌（包括 *Gregory* 及 *High Sierra*）的定位主要為生活時尚箱包類別。於 2026 年 10 月 1 日，我們完成收購 BÉIS。BÉIS 是一個數碼原生的生活時尚及旅遊品牌，提供具差異化的行李箱及生活時尚箱包產品、卓越的消費者互動體驗，以及成熟的數碼營銷及電子商貿生態系統。隨著我們繼續推動生活時尚箱包類別的增長，我們的成功將取決於多種因素，包括產品創新、營銷工作及消費者對我們生活時尚箱包類別產品的接受度。

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（包括烏克蘭及伊朗以及中東其他地區持續的衝突）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。

中東衝突持續導致能源成本上升並加劇通脹，從而對消費者需求造成影響，特別是中低收入消費者的需求。消費者信心下降已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。自衝突爆發以來，中東（由於鄰近衝突地區及受衝突的直接影響）及印度（由於嚴重依賴進口石油及天然氣）的消費者信心受到負面影響，導致亞洲有關地區的銷售淨額減少。

能源價格上漲亦導致全球運輸及物流成本上升，並推高用於製造我們產品的石油基原材料（如合成樹脂及塑膠）的價格。

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，包括刺激旅遊及消費者對我們產品的需求，以及增加自批發客戶收到的訂單數量。

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，而我們的眾多產品針對一般旅客，尤其是航空旅客。

截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 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 63.0%及 64.0%。因此，我們管理層密切關注旅遊業及觀光業的預測及指標，以確保我們的地區、品牌、渠道及產品類別具備優勢，推動銷售及盈利增長並鞏固行業領導地位。

長遠而言，我們大致預期全球旅遊業及觀光業市場的發展趨勢將繼續帶動我們的銷售淨額。我們認為，擴大生活時尚箱包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造成的影響及波動。

外幣波動

我們的報告以美元編製，但我們擁有大量非美國營運業務。經營附屬公司的銷售淨額以當地功能貨幣產生，而各附屬公司銷售成本的一大部分（主要為存貨採購）以美元結賬。倘美元兌我們產生銷售淨額的貨幣（如歐元、中國人民幣、韓圜、日圓、印度盧比及墨西哥比索）的匯率出現波動，可能對我們以美元呈報的銷售淨額、毛利率、盈利能力及現金流量造成不利影響。

我們定期使用遠期外匯合約對沖我們以各附屬公司各自的功能貨幣以外的貨幣結算的產品採購的貨幣風險。該等遠期外匯合約通常於一年內到期。儘管我們繼續評估策略以減低與貨幣匯率波動有關的風險，惟我們很可能會從國際業務中確認收益或虧損。

我們的分部

我們的分部報告乃按地理區域劃分，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、台灣及泰國以及其他由第三方分銷商服務的某些市場）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某些市場）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某些市場）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					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 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	**333.0**	**38.2 %**	324.8	37.2 %	2.5 %	3.8 %
北美洲	**272.3**	**31.2 %**	282.2	32.4 %	(3.5)%	(3.4)%
歐洲	**217.7**	**24.9 %**	221.0	25.3 %	(1.5)%	0.0 %
拉丁美洲	**49.5**	**5.7 %**	44.6	5.1 %	11.1 %	4.9 %
企業	**0.1**	**0.0 %**	0.0	0.0 %	*nm*	*nm*
總銷售淨額	**872.7**	**100.0 %**	872.7	100.0 %	0.0 %	0.6 %

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」。

nm 無意義。

	截至 9 月 30 日止九個月					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 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	**965.1**	**37.8 %**	950.5	37.5 %	1.5 %	2.0 %
北美洲	**811.7**	**31.8 %**	842.8	33.2 %	(3.7)%	(3.7)%
歐洲	**619.6**	**24.3 %**	599.9	23.7 %	3.3 %	0.2 %
拉丁美洲	**156.7**	**6.1 %**	141.0	5.6 %	11.1 %	3.7 %
企業	**0.2**	**0.0 %**	0.2	0.0 %	34.0 %	34.0 %
總銷售淨額	**2,553.3**	**100.0 %**	2,534.3	100.0 %	0.7 %	(0.2)%

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）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
期內溢利	**61.0**	78.8	(22.6)%
利潤率	**7.0 %**	9.0 %	
經調整 EBITDA[(1)]	**138.0**	142.6	(3.3)%
經調整 EBITDA 利潤率[(1)]	**15.8 %**	16.3 %	
經調整淨收入[(1)]	**65.3**	63.6	2.7 %
經營活動所得現金淨額	**169.2**	131.4	28.8 %
經調整自由現金流量[(1)]	**108.3**	64.7	67.3 %

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）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
期內溢利	**159.1**	208.9	(23.8)%
利潤率	**6.2 %**	8.2 %	
經調整 EBITDA[(1)]	**384.0**	411.4	(6.7)%
經調整 EBITDA 利潤率[(1)]	**15.0 %**	16.2 %	
經調整淨收入[(1)]	**166.8**	187.0	(10.8)%
經營活動所得現金淨額	**376.8**	253.1	48.9 %
經調整自由現金流量[(1)]	**193.3**	76.3	153.5 %

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。

隨著我們平均存貨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 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止三個月

銷售淨額

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，我們的銷售淨額為 872.7 百萬美元，與截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 872.7 百萬美元比較按年持平，而按不變匯率基準計算則增加 0.6%。期內銷售淨額受到中東衝突相關的旅遊需求疲弱及通脹壓力持續，以及充滿挑戰的需求環境（尤其在美國）的不利影響。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，我們的銷售淨額按年增加 0.9%（按不變匯率基準計算增加 1.0%），反映我們持續執行增長策略，包括增加品牌投資、提高所有地區的電子商貿滲透率、拓展具重大發展潛力的生活時尚箱包類別，以及成功推出獲全球消費者青睞的產品。

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 2026 年 9 月 30 日及 2025 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					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 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	撇除外幣影響的增加（減少）百分比[2]
按品牌劃分的銷售淨額：						
新秀麗	**475.0**	**54.4 %**	465.0	53.3 %	2.1 %	2.2 %
TUMI	**203.1**	**23.3 %**	204.3	23.4 %	(0.6)%	0.0 %
American Tourister	**130.6**	**15.0 %**	139.0	15.9 %	(6.0)%	(4.2)%
其他[1]	**63.9**	**7.3 %**	64.2	7.4 %	(0.5)%	1.0 %
總銷售淨額	**872.7**	**100.0 %**	872.7	100.0 %	0.0 %	0.6 %

註釋

(1) 「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。

(2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為非 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 2026 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 10.0 百萬美元或 2.1%（按不變匯率基準計算則增加 2.2%），主要受品牌提升、產品創新及數碼消費者互動方面的投資所帶動。 *新秀麗*品牌在亞洲的銷售淨額按年增加 13.3 百萬美元或 9.1%（按不變匯率基準計算則增加 8.8%），而拉丁美洲按年增加 4.3 百萬美元或 18.4%（按不變匯率基準計算則增加 11.4%）。在亞洲，*新秀麗*品牌銷售淨額增加主要歸因於中國、新加坡、南韓及印尼的銷售淨額按年增加，部分被印度及中東地區的銷售淨額減少所抵銷。撇除*新秀麗*品牌於迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，新秀麗品牌截至 2026 年 9 月 30 日止三個月在亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 10.6%（按不變匯率基準計算則增加 9.6%）。在拉丁美洲，*新秀麗*品牌銷售淨額按年增加主要是由於墨西哥及哥倫比亞的銷售淨額增加，此乃受惠於一項旨在擴展該品牌於百貨公司及分銷網絡版圖的針對性營銷策略。*新秀麗*品牌在北美洲及歐洲的銷售淨額均有所減少，其中北美洲按年減少 4.9 百萬美元或 3.4%（按不變匯率基準計算則減少 3.4%），而歐洲按年減少 2.7 百萬美元或 1.8%（按不變匯率基準計算則減少 0.4%）。在北美洲，*新秀麗*品牌銷售淨額減少主要是由於通脹壓力所造成的影響，進而導致旅遊需求疲弱及消費者信心減弱所致。在歐洲，*新秀麗*品牌銷售淨額減少，主要是由於消費信心疲弱、消費者客流量下降及旅遊減少，導致德國及法國的銷售淨額按年減少。

TUMI 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 1.2 百萬美元或 0.6%（按不變匯率基準計算則持平）。然而，由於專注提高正價銷售比例、優化 DTC 體驗及透過更有效的品牌敘事提升品牌知名度，銷售淨額與截至 2026 年 6 月 30 日止三個月相比有所改善。撇除 *TUMI* 品牌於迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，*TUMI* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 0.5%（但按不變匯率基準計算則增加 0.2%）。

TUMI 品牌於北美洲的銷售淨額按年減少 1.6 百萬美元或 1.5%（按不變匯率基準計算則減少 1.4%），主要由於零售店客流量減少及向批發客戶的銷售淨額減少所致。*TUMI* 品牌於亞洲的銷售淨額按年減少 0.7 百萬美元或 1.1%，但按不變匯率基準計算則增加 0.3%。撇除 *TUMI* 品牌於迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，*TUMI* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止三個月於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 0.7%，但按不變匯率基準計算則增加 0.8%。*TUMI* 品牌於歐洲的銷售淨額按年減少 0.7 百萬美元或 2.5%（按不變匯率基準計算則減少 0.4%）。該等銷售淨額的減幅部分被 *TUMI* 品牌於拉丁美洲截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 1.8 百萬美元或 41.7%（按不變匯率基準計算則增加 34.4%）所抵銷，此乃由於我們持續在滲透率偏低的市場擴展 *TUMI* 品牌的分銷所致。

American Tourister 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 8.4 百萬美元或 6.0%（按不變匯率基準計算則減少 4.2%），主要由於北美洲批發客戶持續審慎地採購，以及受到中東衝突的持續影響及競爭對手大幅折價銷售產品，導致本公司於印度的銷售淨額下降。撇除 *American Touriste* 品牌於迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，*American Tourister* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 4.4%（按不變匯率基準計算則減少 4.0%）。

American Tourister 品牌於北美洲的銷售淨額減少 4.4 百萬美元或 21.0%（按不變匯率基準計算則減少 20.9%），主要由於 2026 年第二季度向一名主要批發客戶大量出貨後，向批發客戶的銷售有所下降。*American Tourister* 品牌於亞洲的銷售淨額按年減少 3.7 百萬美元或 4.5%（按不變匯率基準計算則減少 1.7%），主要是由於中東衝突的持續影響及印度的競爭對手大幅折價銷售產品，導致印度及中東地區的銷售淨額減少。撇除 *American Tourister* 品牌於中東及印度的銷售淨額，*American Tourister* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止三個月於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 0.1%，但按不變匯率基準計算則增加 0.2%。*American Tourister* 品牌於拉丁美洲的銷售淨額按年減少 0.6 百萬美元或 11.5%（按不變匯率基準計算則減少 16.9%）。該等銷售淨額的減幅部分被該品牌在歐洲的銷售淨額增幅所抵銷。*American Tourister* 品牌於歐洲的銷售淨額按年增長 0.3 百萬美元或 1.0%（按不變匯率基準計算則增加 3.0%）。

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：旅遊及生活時尚箱包。下表載列截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 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					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 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	撇除外幣影響的增加（減少）百分比[2]
按產品類別劃分的銷售淨額：						
旅遊	**555.6**	**63.7 %**	562.0	64.4 %	(1.1)%	(0.5)%
生活時尚箱包[1]	**317.1**	**36.3 %**	310.6	35.6 %	2.1 %	2.5 %
總銷售淨額	**872.7**	**100.0 %**	872.7	100.0 %	0.0 %	0.6 %

註釋

(1) 生活時尚箱包類別（前稱非旅遊產品類別）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 2026 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 6.4 百萬美元或 1.1%（按不變匯率基準計算則減少 0.5%），主要是北美洲及歐洲的銷售淨額減少所導致，部分被拉丁美洲及亞洲的增長所抵銷。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，我們旅遊產品類別截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的綜合銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 0.2%（按不變匯率基準計算則增加 0.3%）。

生活時尚箱包類別截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的總銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 6.4 百萬美元或 2.1%（按不變匯率基準計算則增加 2.5%），反映我們持續專注於拓展核心旅遊相關產品以外的領域，並把握生活時尚箱包市場的重要發展機遇。生活時尚箱包類別的銷售淨額佔銷售淨額的百分比由截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 35.6%上升 70 個基點至截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的 36.3%。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，我們生活時尚箱包類別截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的綜合銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 2.2%（按不變匯率基準計算則增加 2.3%）。

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 2026 年 9 月 30 日及 2025 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					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 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	撇除外幣影響的增加（減少）百分比[1]
按分銷渠道劃分的銷售淨額：						
批發	**504.6**	**57.8 %**	506.6	58.0 %	(0.4)%	0.2 %
DTC：						
零售	**261.1**	**29.9 %**	263.1	30.2 %	(0.8)%	0.0 %
電子商貿	**106.9**	**12.3 %**	102.9	11.8 %	3.9 %	3.7 %
DTC 總額	**368.0**	**42.2 %**	366.1	42.0 %	0.5 %	1.0 %
總銷售淨額	**872.7**	**100.0 %**	872.7	100.0 %	0.0 %	0.6 %

註釋

(1) 按不變匯率基準計算呈列的業績為非 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 2026 年 9 月 30 日止三個月，我們批發渠道的銷售淨額較去年同期減少 1.9 百萬美元或 0.4%，但按不變匯率基準計算則增加 0.2%，主要是由於中東衝突的持續影響，引致旅遊需求疲弱及消費者信心減弱。然而，由於網上零售商渠道表現強勁及傳統批發渠道銷售跌幅收窄，與截至 2026 年 6 月 30 日止三個月相比有所改善。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，我們批發渠道截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的綜合銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 1.2%（按不變匯率基準計算則增加 1.0%）。

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，我們傳統實體批發渠道的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 11.2 百萬美元或 2.6%（按不變匯率基準計算則減少 2.0%）。我們傳統實體批發渠道在北美洲的銷售淨額減少 8.3 百萬美元或 6.5%（按不變匯率基準計算則減少 6.4%），而在歐洲的銷售淨額減少 3.9 百萬美元或 4.3%（按不變匯率基準計算則減少 2.9%）。該等減幅部分被拉丁美洲的增長所抵銷，其銷售淨額按年增加 0.9 百萬美元或 4.4%（但按不變匯率基準計算則減少 0.9%）。亞洲所呈報的銷售淨額則按年持平，但按不變匯率基準計算則增加 1.4%。

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，我們批發渠道向網上零售商的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 9.2 百萬美元或 11.5%（按不變匯率基準計算則增加 12.0%），而所有地區的銷售淨額均錄得強勁增長。於歐洲向網上零售商的銷售淨額按年增加 3.0 百萬美元或 12.7%（按不變匯率基準計算則增加 14.5%）。於拉丁美洲向網上零售商的銷售淨額按年增加 2.4 百萬美元或 185.6%（按不變匯率基準計算則增加 172.2%）。於北美洲向網上零售商的銷售淨額按年增加 2.3 百萬美元或 8.0%（按不變匯率基準計算則增加 8.2%）。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，於亞洲我們批發渠道向網上零售商的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 1.5 百萬美元或 5.7%（按不變匯率基準計算則增加 6.2%）。

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，我們 DTC 渠道的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 2.0 百萬美元或 0.5%（按不變匯率基準計算則增加 1.0%），此乃受我們對數碼市場營銷及電子商貿的持續投資所帶動。

在 DTC 渠道內，截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，自營零售店的銷售淨額較去年同期減少 2.0 百萬美元或 0.8%，但按不變匯率基準計算則維持持平。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，我們增設 18 家自營零售店，並關閉 7 家自營零售店，淨增加 11 家自營零售店。於 2026 年 9 月 30 日，自營零售店的總數為 1,150 家，而於 2025 年 9 月 30 日則為 1,147 家。

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，同店零售銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 3.0 百萬美元或 1.2%（按不變匯率基準計算則減少 0.5%），原因是零售店客流量減少，反映旅遊需求疲弱及消費者信心減弱。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，(i)歐洲的同店零售銷售淨額按年減少 1.7 百萬美元或 2.2%（按不變匯率基準計算則減少 1.1%）；(ii)北美洲的同店零售銷售淨額按年減少 1.6 百萬美元或 1.8%（按不變匯率基準計算則減少 1.7%）；及(iii)亞洲的零售同店銷售淨額按年減少 0.3 百萬美元或 0.4%（但按不變匯率基準計算則增加 2.4%）。上述減幅部分被拉丁美洲的同店零售銷售淨額改善所抵銷，截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，拉丁美洲的同店零售銷售淨額增加 0.7 百萬美元或 3.6%（但按不變匯率基準計算則按年減少 3.0%）。我們的同店分析包括於有關財政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 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%）增加 4.0 百萬美元或 3.9%（按不變匯率基準計算則增加 3.7%）至截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的 106.9 百萬美元（佔銷售淨額的 12.3%），主要受亞洲及拉丁美洲銷售淨額增加所帶動，惟部分被北美洲及歐洲銷售淨額按年減少所抵銷。亞洲的 DTC 電子商貿總銷售淨額按年增加 4.4 百萬美元或 10.4%（按不變匯率基準計算則增加 9.4%）。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，拉丁美洲的 DTC 電子商貿總銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 0.7 百萬美元或 23.9%（按不變匯率基準計算則增加 17.9%）。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，北美洲的 DTC 電子商貿總銷售淨額較去年同期減少 0.6 百萬美元或 1.7%（按不變匯率基準計算則減少 1.6%）。歐洲的 DTC 電子商貿總銷售淨額按年減少 0.5 百萬美元或 2.1%（但按不變匯率基準計算則增加 0.6%）。

電子商貿的總銷售淨額（DTC 電子商貿銷售淨額及向網上零售商批發銷售淨額之總和）由截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 183.1 百萬美元（佔銷售淨額的 21.0%）增加 13.2 百萬美元或 7.2%（按不變匯率基準計算則增加 7.3%）至截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的 196.3 百萬美元（佔銷售淨額的 22.5%）。DTC 電子商貿渠道的銷售淨額百分比按年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 2026 年 9 月 30 日及 2025 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					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 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	**333.0**	**38.2 %**	324.8	37.2 %	2.5 %	3.8 %
北美洲	**272.3**	**31.2 %**	282.2	32.4 %	(3.5)%	(3.4)%
歐洲	**217.7**	**24.9 %**	221.0	25.3 %	(1.5)%	0.0 %
拉丁美洲	**49.5**	**5.7 %**	44.6	5.1 %	11.1 %	4.9 %
企業	**0.1**	**0.0 %**	0.0	0.0 %	*nm*	*nm*
總銷售淨額	**872.7**	**100.0 %**	872.7	100.0 %	0.0 %	0.6 %

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」。

nm 無意義。

亞洲

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，我們於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 8.2 百萬美元或 2.5%（按不變匯率基準計算則增加 3.8%），主要受中國及南韓的銷售淨額增加所帶動，部分被印度及中東地區的銷售淨額減少所抵銷。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，於中國的銷售淨額增加 12.9 百萬美元或 17.2%（按不變匯率基準計算則增加 10.3%），而於南韓的銷售淨額則增加 2.4 百萬美元或 7.1%（按不變匯率基準計算則增加 9.7%）。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，於印度的銷售淨額按年減少 4.9 百萬美元或 9.5%（按不變匯率基準計算則減少 1.7%），而中東的銷售淨額則按年減少 2.4 百萬美元或 18.6%（按不變匯率基準計算則減少 18.6%），此乃由於中東衝突的持續影響，以及印度競爭對手大幅折價銷售產品所致。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，截至 2026 年 9 月 30 日止三個月於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 6.0%（按不變匯率基準計算則增加 6.0%）。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，於日本的銷售淨額按年減少 2.9 百萬美元或 5.3%，但按不變匯率基準計算則增加 1.8%。

*新秀麗*品牌於亞洲的銷售淨額按年增加 13.3 百萬美元或 9.1%（按不變匯率基準計算則增加 8.8%）。在亞洲，*新秀麗*品牌銷售淨額增加主要歸因於中國、新加坡、南韓及印尼的銷售淨額按年增長，部分被印度及中東地區的銷售淨額減少所抵銷。撇除*新秀麗*品牌於迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，*新秀麗*品牌截至 2026 年 9 月 30 日止三個月於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 10.6%（按不變匯率基準計算則增加 9.6%）。

TUMI 品牌於亞洲的銷售淨額按年減少 0.7 百萬美元或 1.1%，但按不變匯率基準計算則增加 0.3%。撇除 *TUMI* 品牌於迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，*TUMI* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止三個月於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 0.7%，但按不變匯率基準計算則增加 0.8%。*American Tourister* 品牌於亞洲的銷售淨額按年減少 3.7 百萬美元或 4.5%（按不變匯率基準計算則減少 1.7%），主要由於中東衝突的持續影響及印度的競爭對手大幅折價銷售產品，導致印度及中東地區的銷售淨額減少。撇除 *American Tourister* 品牌於中東及印度的銷售淨額，*American Tourister* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止三個月於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 0.1%，但按不變匯率基準計算則增加 0.2%。*Gregory* 品牌於亞洲的銷售淨額增加 2.3 百萬美元或 17.7%（按不變匯率基準計算則增加 20.2%），此乃由於擴大分銷，以及活躍生活方式及核心戶外類別的新產品創新所帶動。

北美洲

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，我們於北美洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 9.9 百萬美元或 3.5%（按不變匯率基準計算則減少 3.4%）。銷售淨額按年減少主要是由於通脹壓力所造成的影響，進而導致旅遊需求疲弱及消費者信心減弱。然而，在 *TUMI* 及*新秀麗*品牌銷售淨額趨勢改善的支持下，與截至 2026 年 6 月 30 日止三個月相比已有所改善。

*新秀麗*品牌於北美洲的銷售淨額按年減少 4.9 百萬美元或 3.4%（按不變匯率基準計算則減少 3.4%）。*TUMI* 品牌於北美洲的銷售淨額按年減少 1.6 百萬美元或 1.5%（按不變匯率基準計算則減少 1.4%），主要是由於零售店客流量減少及向批發客戶的銷售淨額下降所致。*American Tourister* 品牌於北美洲的銷售淨額減少 4.4 百萬美元或 21.0%（按不變匯率基準計算則減少 20.9%），主要由於 2026 年第二季度向一名主要客戶大量出貨後，向批發客戶的銷售有所下降。

歐洲

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，我們於歐洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 3.3 百萬美元或 1.5%，但按不變匯率基準計算則維持持平。銷售淨額按年減少主要歸因於德國、意大利及法國的銷售淨額減少。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，德國的銷售淨額減少 1.9 百萬美元或 6.8%（按不變匯率基準計算則減少 5.8%）。意大利的銷售淨額按年減少 1.3 百萬美元或 6.2%（按不變匯率基準計算則減少 5.2%）。法國的銷售淨額按年減少 1.2 百萬美元或 5.7%（按不變匯率基準計算則減少 4.7%）。該等銷售淨額的減幅部分被比利時銷售淨額的增幅所抵銷，比利時的銷售淨額（包括境內銷售以及直接出貨予其他歐洲國家的分銷商、客戶及代理（包括電子商貿））按年增加 1.4 百萬美元或 2.4%（按不變匯率基準計算則增加 3.5%）。

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，*新秀麗*品牌於歐洲的銷售淨額按年減少 2.7 百萬美元或 1.8%（按不變匯率基準計算則減少 0.4%）。*TUMI* 品牌於歐洲的銷售淨額按年減少 0.7 百萬美元或 2.5%（按不變匯率基準計算則減少 0.4%）。*American Tourister* 品牌於歐洲的銷售淨額按年增加 0.3 百萬美元或 1.0%（按不變匯率基準計算則增加 3.0%）。

拉丁美洲

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，我們於拉丁美洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 4.9 百萬美元或 11.1%（按不變匯率基準計算則增加 4.9%）。該銷售淨額增長主要歸因於墨西哥的銷售淨額按年增加 5.1 百萬美元或 31.9%（按不變匯率基準計算則增加 22.4%），此乃主要受*新秀麗*品牌（按年增加 2.6 百萬美元或 28.7%（按不變匯率基準計算則增加 19.4%））及 *TUMI* 品牌（按年增加 1.8 百萬美元或 82.1%（按不變匯率基準計算則增加 69.4%））的強勁銷售淨額所帶動。

*新秀麗*品牌於拉丁美洲的銷售淨額按年增加 4.3 百萬美元或 18.4%（按不變匯率基準計算則增加 11.4%），主要由於墨西哥及哥倫比亞的銷售淨額增加。*TUMI* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止三個月於拉丁美洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 1.8 百萬美元或 41.7%（按不變匯率基準計算則增加 34.4%），此乃由於我們持續在滲透率偏低的市場擴展 *TUMI* 品牌的分銷所致。*American Tourister* 品牌於拉丁美洲的銷售淨額按年減少 0.6 百萬美元或 11.5%（按不變匯率基準計算則減少 16.9%）。

銷售成本及毛利

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的銷售成本為 337.7 百萬美元（佔銷售淨額的 38.7%），較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 352.9 百萬美元（佔銷售淨額的 40.4%）減少 15.2 百萬美元或 4.3%。銷售成本減少主要由於繼美國最高法院作出裁決，撤銷先前根據 IEEPA 實施的若干關稅措施後，確認於 2026 年收到的關稅退款。

於 2026 年 2 月 20 日，美國最高法院作出裁決，撤銷先前根據 IEEPA 實施的若干關稅措施。於 2026 年 3 月 4 日，國際貿易法院命令美國海關及邊境保衛局（「CBP」）開始為所有須繳納 IEEPA 關稅的進口商展開退款程序。本公司所提交的申索已於 IEEPA 退款程序第一階段獲接納。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，由於已收到退款，我們於簡明綜合收益表的銷售成本中確認了 12.8 百萬美元的收益。

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的毛利為 534.9 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 519.8 百萬美元增加 15.2 百萬美元或 2.9%。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的毛利率為 61.3%，而截至 2025 年 9 月 30 日止三個月則為 59.6%。撇除關稅退款收益，截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的毛利率為 59.8%，較去年同期改善 20 個基點，反映我們在各品牌、渠道及產品類別方面的嚴格執行，以及有利的地區銷售組合及 DTC 電子商貿銷售淨額持續增長。

營運開支

分銷開支

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的分銷開支為 294.0 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 284.5 百萬美元增加 9.6 百萬美元或 3.4%。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，分銷開支佔銷售淨額的百分比為 33.7%，而截至 2025 年 9 月 30 日止三個月則為 32.6%。分銷開支按年增加及分銷開支佔銷售淨額的百分比上升，主要是由於多項營運開支類別普遍受到通脹的累積影響，包括工資上漲及發貨運費增加，以及為提升我們品牌的影響力而選擇性地開設新店所致。

營銷開支

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的營銷開支為 56.8 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 53.0 百萬美元增加 3.8 百萬美元或 7.2%。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，營銷開支佔銷售淨額 6.5%，較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 6.1%上升 40 個基點，反映我們增加投資以擴大及提升本公司標誌性及以消費者為中心的品牌知名度，從而推動未來增長的策略。

一般及行政開支

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的一般及行政開支為 68.0 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 54.8 百萬美元增加 13.2 百萬美元或 24.1%。截至 2026 年 9 月 30 日及 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分別為 7.8%及 6.3%。一般及行政開支按年增加及其佔銷售淨額百分比增加，主要是由於薪金及福利按年增加~~、對全球營銷及電子商貿辦公室（「GMEO」）及全球*新秀麗*品牌辦公室的投資，~~以及雲端企業資源規劃（「ERP」）系統實施成本所致。於 2026 年，我們啟動一項為期多年的雲端 ERP 轉型項目，旨在於本公司全面推動系統及流程現代化和標準化。該項目按地區逐步推行，目前預期將於 2031 年完成。該項目包括與實施雲端 ERP 平台及相關業務轉型活動有關的成本。大部分該等成本於產生時支銷，並於一般及行政開支確認。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，雲端 ERP 系統實施成本為 4.2 百萬美元。撇除 ERP 系統實施成本，截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的一般及行政開支佔銷售淨額的 7.3%。

其他開支及收入

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的其他開支淨額為 3.4 百萬美元，而截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的其他收入淨額為 11.7 百萬美元，即開支減少 15.1 百萬美元或 129.0%。

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的其他開支淨額包括與於 2026 年 10 月 1 日完成收購 BÉIS, LLC 相關的收購成本 5.0 百萬美元，以及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 1.1 百萬美元，部分被出售物業、廠房及設備收益 3.3 百萬美元以及若干其他雜項收入及開支項目所抵銷。

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的其他收入淨額包括於 2025 年第三季度適用法律變更後撥回比利時一項法定責任的應計費用 14.5 百萬美元，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。

經營溢利

經營溢利由截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 139.2 百萬美元減少 26.4 百萬美元或 19.0%至截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的 112.8 百萬美元，主要是由於多項營運開支類別普遍受到通脹影響而增加，部分被毛利按年增加所抵銷。

下表載列截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止三個月按分部劃分的呈報經營溢利明細：

	截至 9 月 30 日止三個月		
（以百萬美元呈列）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
按地區劃分的經營溢利（虧損）：			
亞洲	**46.4**	55.8	(16.9)%
北美洲	**52.3**	43.1	21.4 %
歐洲	**43.9**	59.1	(25.8)%
拉丁美洲	**2.2**	1.2	88.3 %
企業	**(32.1)**	(20.0)	60.2 %
經營溢利	**112.8**	139.2	(19.0)%

亞洲

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，亞洲的經營溢利較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 9.4 百萬美元或 16.9%，主要由於分銷開支增加 4.0 百萬美元、一般及行政開支增加 1.8 百萬美元、其他開支淨額增加 1.8 百萬美元及營銷開支增加 1.6 百萬美元。

北美洲

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，北美洲的經營溢利較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 9.2 百萬美元或 21.4%，主要由於毛利增加 13.7 百萬美元，而毛利增加乃受 12.8 百萬美元的關稅退款收益所帶動，部分被一般及行政開支增加 3.5 百萬美元及分銷開支增加 2.0 百萬美元所抵銷。

歐洲

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，歐洲的經營溢利較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月減少 15.2 百萬美元或 25.8%，主要由於其他開支淨額增加 10.2 百萬美元（原因是比利時法定責任應計費用撥回所產生的收益不再出現）、毛利減少 3.3 百萬美元及營銷開支增加 1.4 百萬美元。

拉丁美洲

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，拉丁美洲的經營溢利較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 1.1 百萬美元或 88.3%，主要由於毛利增加 4.8 百萬美元，部分被分銷開支、營銷開支及一般及行政開支分別增加 2.1 百萬美元、0.8 百萬美元及 0.8 百萬美元所抵銷。

企業

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，企業分部的經營虧損較截至 2025 年 9 月 30 日止三個月增加 12.0 百萬美元或 60.2%，主要由於一般及行政開支增加 6.7 百萬美元（當中包括 3.7 百萬美元的 ERP 系統實施成本）、其他開支淨額增加 4.0 百萬美元及分銷開支增加 1.5 百萬美元，部分歸因於我們為推動業務未來增長而於 2026 年初開始推行的若干全球營銷及電子商貿以及全球產品措施相關的成本。

財務收入及費用

下表載列截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止三個月的財務費用總額明細：

	截至 9 月 30 日止三個月	
（以百萬美元呈列）	**2026 年**	2025 年
於溢利（虧損）中確認：		
利息收入	**1.8**	2.2
財務收入總額	**1.8**	2.2
貸款及借款的利息開支	**(20.8)**	(24.6)
遞延融資成本攤銷	**(0.8)**	(0.6)
租賃負債的利息開支	**(9.0)**	(9.6)
認沽期權之公允價值變動	**4.7**	4.7
外匯收益（虧損）淨額	**3.1**	(1.2)
其他財務費用	**(0.8)**	(0.9)
財務費用總額	**(23.6)**	(32.2)
於損益中確認的財務費用淨額	**(21.9)**	(30.0)

財務費用淨額由截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 30.0 百萬美元減少 8.1 百萬美元或 27.1%至截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的 21.9 百萬美元。該減少主要由於與外匯換算收益相關的收益按年增加 4.3 百萬美元，以及貸款及借款的利息開支按年減少 3.8 百萬美元所致。

所得稅開支

我們於截至 2026 年 9 月 30 日止三個月錄得所得稅開支 29.9 百萬美元，導致實際稅率 32.9%。截至 2026 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 90.9 百萬美元，以及若干司法權區未確認虧損及各項審計和解所致。我們於截至 2025 年 9 月 30 日止三個月則錄得所得稅開支 30.3 百萬美元，導致實際稅率 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 百萬美元及與尚未行使購股權相關的稅項開支所致。

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。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 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止三個月的現金流量概要：

	截至 9 月 30 日止三個月		
（以百萬美元呈列）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
經營活動所得現金淨額	**169.2**	131.4	28.8 %
投資活動所用現金淨額	**(15.3)**	(24.0)	(36.2)%
融資活動所用現金淨額	**(147.0)**	(278.5)	(47.2)%
現金及現金等價物增加（減少）淨額	**7.0**	(171.1)	*nm*
於 7 月 1 日的現金及現金等價物	**670.8**	669.1	0.3 %
匯率變動的影響	**(5.1)**	(1.3)	293.1 %
於 9 月 30 日的現金及現金等價物	**672.7**	496.7	35.4 %

註釋

nm 無意義。

經營活動所得現金流量

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，經營活動所得現金淨額 169.2 百萬美元主要包括期內溢利 61.0 百萬美元（經非現金項目及計入期內溢利的所得稅開支 128.1 百萬美元調整，並減去借款及租賃負債的已付利息 26.4 百萬美元，再加上獲退還所得稅 4.0 百萬美元）。經營資產及負債的變動導致現金流入 2.5 百萬美元，主要由於應付賬款及其他應付款項變動帶來的現金流入 41.6 百萬美元以及應收賬款及其他應收款項變動帶來的現金流入 28.7 百萬美元，部分被存貨變動產生的現金流出 45.8 百萬美元及其他資產及負債淨額變動產生的現金流出 22.0 百萬美元所抵銷。

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期內溢利的所得稅開支 128.8 百萬美元調整，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）。經營資產及負債的變動導致現金流出 17.4 百萬美元，主要由於其他資產及負債淨額變動 21.7 百萬美元以及應付賬款及其他應付款項變動 18.5 百萬美元所致，部分被存貨變動帶來的現金流量改善 17.0 百萬美元所抵銷。

投資活動所用現金流量

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，投資活動所用現金流量淨額為 15.3 百萬美元，歸因於資本開支（包括購置物業、廠房及設備 13.9 百萬美元及採購軟件 1.4 百萬美元）。

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）。

資本開支

下表載列本公司截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止三個月的資本開支總額：

	截至 9 月 30 日止三個月		
（以百萬美元呈列）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
購置物業、廠房及設備：			
樓宇	**0.2**	2.3	(90.8)%
機器、設備、租賃物業裝修及其他	**13.6**	19.6	(30.4)%
物業、廠房及設備購置總額	**13.9**	21.9	(36.6)%
軟件	**1.4**	2.1	(31.3)%
資本開支總額	**15.3**	24.0	(36.2)%

我們的資本開支總額由截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 24.0 百萬美元減少 8.7 百萬美元或 36.2%至截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的 15.3 百萬美元。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，資本開支總額主要包括店舖翻新及搬遷、新店舖、對產品創新及開發的投資，以及一個旨在提升我們的歐洲分銷中心以增加產能及效率的跨年度項目。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，資本開支總額主要包括新店舖、擴建我們位於印度的生產設施、店舖翻新及搬遷，以及對產品創新及開發的投資。

我們擬繼續就物業、廠房及設備作出投放，以升級我們的零售店群，並投資於核心策略性功能範疇。

融資活動所用現金流量

截至 2026 年 9 月 30 日止三個月，融資活動所用現金流量淨額為 147.0 百萬美元，主要由於向股東派付股息的現金流出 140.0 百萬美元、租賃負債的本金付款的現金流出 45.6 百萬美元及其他貸款及借款還款的現金流出 15.3 百萬美元，部分被循環信貸融通項下的借款 65.0 百萬美元所抵銷，該筆借款乃用於撥付於 2026 年 10 月 1 日完成的 BÉIS, LLC 收購事項的部分購買價。

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，主要由於向股東派付股息的現金流出 150.0 百萬美元、優先信貸融通還款的現金流出 71.3 百萬美元及租賃負債的本金付款的現金流出 42.7 百萬美元。

非 IFRS 財務計量工具

除根據 IFRS 會計準則釐定我們的業績外，我們亦會審視若干非 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用性。

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。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呈報的銷售淨額按年的正面或負面影響，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、雲端 ERP 系統實施成本及其他調整。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基本趨勢。

經調整 EBITDA 由截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 142.6 百萬美元減少 4.7 百萬美元或 3.3%至截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的 138.0 百萬美元，主要是由於經營溢利按年減少所致。截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITDA 利潤率為 15.8%，而截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITDA 利潤率則為 16.3%，反映加大對營銷的投資以推動品牌提升、選擇性地開設新店以支持長遠增長，以及通脹成本壓力。撇除關稅退款的利益，截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率分別為 125.2 百萬美元及 14.3%。

下表載列截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止三個月我們的經調整 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：

	截至 9 月 30 日止三個月		
（以百萬美元呈列）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
期內溢利	**61.0**	78.8	(22.6)%
加（減）：			
所得稅開支	**29.9**	30.3	(1.5)%
財務費用	**23.6**	32.2	(26.6)%
財務收入	**(1.8)**	(2.2)	(18.5)%
經營溢利	**112.8**	139.2	(19.0)%
加（減）：			
折舊	**17.7**	16.9	4.5 %
攤銷總額	**51.1**	48.9	4.4 %
以股份支付的薪酬開支	**3.6**	2.7	36.6 %
ERP 系統實施成本[1]	**4.2**	—	n/a
租賃使用權資產攤銷	**(45.7)**	(43.8)	4.4 %
租賃負債的利息開支	**(9.0)**	(9.6)	(5.8)%
其他調整[2]	**3.4**	(11.7)	*n/m*
經調整 EBITDA[3]	**138.0**	142.6	(3.3)%
銷售淨額	**872.7**	872.7	
利潤率[4]	**7.0 %**	9.0 %	
經調整 EBITDA 利潤率[5]	**15.8 %**	16.3 %	

註釋

(1) 於 2026 年，我們啟動一項為期多年的雲端 ERP 轉型項目，旨在於本公司全面推動系統及流程現代化和標準化。該項目按地區逐步推行，目前預期將於 2031 年完成。該項目包括與實施雲端 ERP 平台及相關業務轉型活動有關的成本。大部分該等成本於產生時支銷，並於一般及行政開支確認。

(2) 其他調整主要包括簡明綜合收益表中的「其他（開支）收入淨額」，包括截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的收購相關成本 5.0 百萬美元。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月並無收購相關成本。

(3) 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 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以計及經營租金開支。

(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（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。

n/a 不適用。

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 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止三個月我們的經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率（均為非 IFRS 財務計量工具）與我們期內溢利（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 2026 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）	**22.8**	**31.2**	**32.9**	**(0.5)**	**(25.5)**	**61.0**
加（減）：						
所得稅開支（抵免）	**9.7**	**8.5**	**13.3**	**0.3**	**(2.0)**	**29.9**
財務費用	**(0.3)**	**3.6**	**1.9**	**1.5**	**17.0**	**23.6**
財務收入	**(0.8)**	**(0.2)**	**(0.3)**	**(0.1)**	**(0.4)**	**(1.8)**
公司間費用（收入）(1)	**15.0**	**9.1**	**(4.0)**	**1.0**	**(21.2)**	**—**
經營溢利（虧損）	**46.4**	**52.3**	**43.9**	**2.2**	**(32.1)**	**112.8**
加（減）：						
折舊	**8.1**	**4.0**	**4.5**	**1.1**	**0.1**	**17.7**
攤銷總額	**17.0**	**17.6**	**12.0**	**3.9**	**0.6**	**51.1**
以股份支付的薪酬開支	**—**	**0.3**	**0.2**	**—**	**3.2**	**3.6**
ERP 系統實施成本(2)	**0.1**	**0.1**	**0.2**	**0.1**	**3.7**	**4.2**
租賃使用權資產攤銷	**(15.7)**	**(15.3)**	**(10.8)**	**(3.9)**	**(0.1)**	**(45.7)**
租賃負債的利息開支	**(1.6)**	**(4.2)**	**(2.2)**	**(1.0)**	**0.0**	**(9.0)**
其他調整(3)	**1.7**	**0.4**	**(4.4)**	**(0.2)**	**5.8**	**3.4**
經調整 EBITDA(4)	**55.9**	**55.1**	**43.4**	**2.3**	**(18.8)**	**138.0**
銷售淨額	**333.0**	**272.3**	**217.7**	**49.5**	**0.1**	**872.7**
利潤率(5)	**6.8 %**	**11.5 %**	**15.1 %**	**(0.9)%**	***nm***	**7.0 %**
經調整 EBITDA 利潤率(6)	**16.8 %**	**20.2 %**	**19.9 %**	**4.6 %**	***nm***	**15.8 %**

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) 於 2026 年，我們啟動一項為期多年的雲端 ERP 轉型項目，旨在於本公司全面推動系統及流程現代化和標準化。該項目按地區逐步推行，目前預期將於 2031 年完成。該項目包括與實施雲端 ERP 平台及相關業務轉型活動有關的成本。大部分該等成本於產生時支銷，並於一般及行政開支確認。

(3) 其他調整主要包括簡明綜合收益表中的「其他（開支）收入淨額」，包括收購相關成本。

(4) 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 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以計及經營租金開支。

(5) 利潤率以期內溢利除以銷售淨額計算所得。

(6) 經調整 EBITDA 利潤率（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。

nm 無意義。

	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) 其他調整主要包括簡明綜合收益表中的「其他（開支）收入淨額」。

(3) 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 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以計及經營租金開支。

(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（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。

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基本財務表現。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、與收購活動相關的開支、重組撥回、可能在美國雙重上市的籌備費用、雲端 ERP 系統實施成本、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（均為非 IFRS 財務計量工具）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 2025 年 9 月 30 日止三個月的 63.6 百萬美元增加 1.7 百萬美元或 2.7%至截至 2026 年 9 月 30 日止三個月的 65.3 百萬美元。截至 2026 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 0.048 美元及 0.048 美元，而截至 2025 年 9 月 30 日止三個月則分別為每股 0.046 美元及 0.046 美元。

下表載列截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 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（均為非 IFRS 財務計量工具）與期內股權持有人應佔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：

	截至 9 月 30 日止三個月		
（以百萬美元呈列，每股數據除外）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
期內溢利	**61.0**	78.8	(22.6)%
減：非控股權益應佔溢利	**(2.9)**	(5.3)	(45.3)%
股權持有人應佔溢利	**58.1**	73.5	(21.0)%
加（減）：			
計入財務費用的認沽期權之公允價值變動	**(4.7)**	(4.7)	(0.7)%
無形資產攤銷	**5.4**	5.1	4.8 %
可能在美國雙重上市的籌備費用	**1.1**	1.8	(41.2)%
ERP 系統實施成本[(1)]	**4.2**	—	n/a
收購成本	**5.0**	—	n/a
比利時的法定責任應計費用撥回	**—**	(14.5)	(100.0)%
稅項調整[(2)]	**(3.7)**	2.4	*nm*
經調整淨收入[(3)]	**65.3**	63.6	2.7 %
每股基本盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.043**	0.053	(19.8)%
每股攤薄盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.042**	0.053	(19.9)%
經調整每股基本盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.048**	0.046	4.3 %
經調整每股攤薄盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.048**	0.046	4.2 %

註釋

(1) 於 2026 年，我們啟動一項為期多年的雲端 ERP 轉型項目，旨在於本公司全面推動系統及流程現代化和標準化。該項目按地區逐步推行，目前預期將於 2031 年完成。該項目包括與實施雲端 ERP 平台及相關業務轉型活動有關的成本。大部分該等成本於產生時支銷，並於一般及行政開支確認。

(2) 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簡明綜合收益表的對賬項目的稅務影響。

(3) 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淨額減去(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 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止三個月我們的經調整自由現金流量（一項非 IFRS 財務計量工具）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：

	截至 9 月 30 日止三個月		
（以百萬美元呈列）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
經營活動所得現金淨額	**169.2**	131.4	28.8 %
減：			
購置物業、廠房及設備以及軟件	**(15.3)**	(24.0)	(36.2)%
租賃負債的本金付款	**(45.6)**	(42.7)	6.8 %
經調整自由現金流量	**108.3**	64.7	67.3 %

截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止九個月

銷售淨額

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們的銷售淨額為 2,553.3 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 2,534.3 百萬美元增加 19.0 百萬美元或 0.7%。按不變匯率基準計算，銷售淨額按年減少 0.2%。中東衝突引發通脹壓力，進而導致全球旅遊需求疲弱及消費者信心減弱。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的綜合銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 2.4%（按不變匯率基準計算則增加 0.8%），主要受本公司在各項策略重點取得進展所支持，包括品牌建設、數碼化能力、生活時尚箱包及全球產品措施。

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 2026 年 9 月 30 日及 2025 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					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 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：						
新秀麗	**1,350.4**	**52.9 %**	1,319.1	52.1 %	2.4 %	0.7 %
TUMI	**607.3**	**23.8 %**	606.7	23.9 %	0.1 %	(0.3)%
American Tourister	**394.5**	**15.4 %**	403.7	15.9 %	(2.3)%	(2.0)%
其他[1]	**201.1**	**7.9 %**	204.8	8.1 %	(1.8)%	(2.5)%
總銷售淨額	**2,553.3**	**100.0 %**	2,534.3	100.0 %	0.7 %	(0.2)%

註釋

(1) 「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。

(2) 按不變匯率基準計算呈列的業績為非 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 2026 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 31.2 百萬美元或 2.4%（按不變匯率基準計算則增加 0.7%）。

*新秀麗*品牌的銷售淨額在亞洲、歐洲及拉丁美洲均有所增加：其中亞洲按年增加 26.4 百萬美元或 6.3%（按不變匯率基準計算則增加 5.2%）、歐洲按年增加 14.8 百萬美元或 3.6%（按不變匯率基準計算則增加 0.5%），而拉丁美洲按年增加 13.5 百萬美元或 21.7%（按不變匯率基準計算則增加 14.0%）。在亞洲，*新秀麗*品牌銷售淨額按年增加主要歸因於受強勁的 DTC 表現帶動，中國、新加坡及南韓的銷售淨額有所增加，部分被印度及中東地區的銷售淨額減少所抵銷。撇除*新秀麗*品牌於迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，*新秀麗*品牌截至 2026 年 9 月 30 日止九個

月在亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 8.2%（按不變匯率基準計算則增加 6.3%）。在歐洲，*新秀麗*品牌銷售淨額的增加主要受近期推出的新產品取得成功所帶動。在拉丁美洲，*新秀麗*品牌銷售淨額按年增加主要是由於墨西哥、阿根廷、哥倫比亞及秘魯的銷售淨額增加，此乃受惠於一項旨在擴展該品牌於百貨公司及分銷網絡版圖的針對性營銷策略。*新秀麗*品牌在北美洲的銷售淨額按年減少 23.5 百萬美元或 5.5%（按不變匯率基準計算則減少 5.6%），反映通脹壓力所造成的影響，進而導致旅遊需求疲弱及消費者信心減弱。

TUMI 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 0.6 百萬美元或 0.1%，但按不變匯率基準計算則減少 0.3%。撇除 *TUMI* 品牌於迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，*TUMI* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 0.7%（按不變匯率基準計算則增加 0.2%）。

TUMI 品牌於亞洲的銷售淨額按年增加 6.8 百萬美元或 3.5%（按不變匯率基準計算則增加 3.8%），主要受 DTC 渠道所帶動。撇除 *TUMI* 品牌於迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，*TUMI* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止九個月於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 5.8%（按不變匯率基準計算則增加 6.1%）。*TUMI* 品牌於拉丁美洲的銷售淨額按年增加 4.0 百萬美元或 35.2%（按不變匯率基準計算則增加 25.0%），此乃由於我們持續在滲透率偏低的市場擴展 *TUMI* 品牌的分銷所致；而於歐洲的銷售淨額則按年增加 2.3 百萬美元或 3.1%（按不變匯率基準計算則增加 0.5%）。該等銷售淨額的增幅部分被 *TUMI* 品牌於北美洲截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月減少 12.5 百萬美元或 3.8%（按不變匯率基準計算則減少 3.8%）所抵銷，主要由於零售店客流量減少所致。

American Tourister 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月減少 9.2 百萬美元或 2.3%（按不變匯率基準計算則減少 2.0%），主要由於中東衝突的持續影響及印度的競爭對手大幅折價銷售產品，導致印度及中東地區的銷售淨額減少。撇除 *American Tourister* 品牌於迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，*American Tourister* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 3.5%（按不變匯率基準計算則增加 1.8%）。

American Tourister 品牌於亞洲的銷售淨額按年減少 15.1 百萬美元或 6.2%（按不變匯率基準計算則減少 4.1%），主要是由於印度及中東地區的銷售淨額減少。撇除 *American Tourister* 品牌於中東及印度的銷售淨額，*American Tourister* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止九個月於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 3.4%（按不變匯率基準計算則增加 2.4%）。*American Tourister* 品牌於拉丁美洲的銷售淨額按年減少 1.6 百萬美元或 9.8%（按不變匯率基準計算則減少 16.1%）。該等銷售淨額的減幅部分被該品牌在北美洲及歐洲的銷售淨額增幅所抵銷。*American Tourister* 品牌於北美洲的銷售淨額按年增加 4.6 百萬美元或 8.4%（按不變匯率基準計算則增加 8.3%）。*American Tourister* 品牌於歐洲的銷售淨額按年增加 2.9 百萬美元或 3.3%（按不變匯率基準計算則增加 0.2%）。

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：旅遊及生活時尚箱包。下表載列截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 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					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 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	**1,608.2**	**63.0 %**	1,622.3	64.0 %	(0.9)%	(1.7)%
生活時尚箱包[1]	**945.0**	**37.0 %**	912.0	36.0 %	3.6 %	2.4 %
總銷售淨額	**2,553.3**	**100.0 %**	2,534.3	100.0 %	0.7 %	(0.2)%

註釋

(1) 生活時尚箱包類別（前稱非旅遊產品類別）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 2026 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月減少 14.1 百萬美元或 0.9%（按不變匯率基準計算則減少 1.7%）。旅遊產品的銷售淨額按年減少主要是由於北美洲及亞洲的銷售淨額減少，部分被歐洲及拉丁美洲的增長所抵銷。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，我們旅遊產品類別截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的綜合銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 1.2%，但按不變匯率基準計算則減少 0.3%。

生活時尚箱包類別截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的總銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 33.1 百萬美元或 3.6%（按不變匯率基準計算則增加 2.4%），反映我們持續專注於拓展核心旅遊相關產品以外的領域，並把握生活時尚箱包市場的重要發展機遇。生活時尚箱包類別的銷售淨額佔銷售淨額的百分比由截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 36.0%上升 100 個基點至截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的 37.0%。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，我們生活時尚箱包類別截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的綜合銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 4.3%（按不變匯率基準計算則增加 2.7%）。

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 2026 年 9 月 30 日及 2025 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					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 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	**1,501.1**	**58.8 %**	1,509.4	59.6 %	(0.6)%	(1.4)%
DTC：						
零售	**738.8**	**28.9 %**	733.2	28.9 %	0.8 %	(0.2)%
電子商貿	**313.4**	**12.3 %**	291.7	11.5 %	7.4 %	5.5 %
DTC 總額	**1,052.2**	**41.2 %**	1,024.9	40.4 %	2.7 %	1.4 %
總銷售淨額	**2,553.3**	**100.0 %**	2,534.3	100.0 %	0.7 %	(0.2)%

註釋

(1) 按不變匯率基準計算呈列的業績為非 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 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們批發渠道的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月減少 8.4 百萬美元或 0.6%（按不變匯率基準計算則減少 1.4%），主要是由於中東衝突的持續影響。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，我們批發渠道截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的綜合銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 2.0%（按不變匯率基準計算則增加 0.3%）。

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們傳統實體批發渠道的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月減少 13.4 百萬美元或 1.0%（按不變匯率基準計算則減少 1.7%）。我們傳統實體批發渠道在亞洲的銷售淨額按年減少 16.2 百萬美元或 2.9%（按不變匯率基準計算則減少 2.0%），主要是由於中東衝突的持續影響。我們傳統實體批發渠道在歐洲及北美洲的銷售淨額亦輕微減少：其中歐洲按年減少 0.6 百萬美元或 0.2%（按不變匯率基準計算則減少 3.2%），而北美洲按年減少 0.3 百萬美元或 0.1%（按不變匯率基準計算則減少 0.1%）。該銷售淨額減少部分被我們傳統實體批發渠道於拉丁美洲的銷售淨額增長所抵銷，其銷售淨額按年增加 3.7 百萬美元或 5.1%（但按不變匯率基準計算則減少 2.3%）。

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們批發渠道向網上零售商的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 5.0 百萬美元或 2.2%（按不變匯率基準計算則增加 0.7%），主要由於歐洲、拉丁美洲及亞洲的銷售淨額強勁增長，部分被北美洲銷售淨額按年減少所抵銷。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，於亞洲我們批發渠道向網上零售商的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 2.7 百萬美元或 4.1%（按不變匯率基準計算則增加 3.8%）。於歐洲向網上零售商的銷售淨額按年增加 10.1 百萬美元或 14.7%（按不變匯率基準計算則增加 11.0%）。於拉丁美洲向網上零售商的銷售淨額按年增加 6.8 百萬美元或 206.6%（按不變匯率基準計算則增加 188.6%）。於北美洲向網上零售商的銷售淨額按年減少 14.5 百萬美元或 16.1%（按不變匯率基準計算則減少 16.1%），主要由於北美洲一家主要網上零售商管理其存貨狀況所產生的負面影響所致。

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們 DTC 渠道的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 27.3 百萬美元或 2.7%（按不變匯率基準計算則增加 1.4%），此乃受我們對數碼市場營銷及電子商貿的持續投資所帶動。DTC 渠道的總銷售淨額佔銷售淨額的百分比由截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 40.4%上升 80 個基點至截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的 41.2%。

在 DTC 渠道內，截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，自營零售店的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 5.7 百萬美元或 0.8%（但按不變匯率基準計算則減少 0.2%）。DTC 零售渠道呈報銷售淨額的按年增加，主要受投資於品牌提升及改善 DTC 體驗所帶動。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們增設 43 家自營零售店，並關閉 43 家自營零售店，自營零售店數目淨變動為零。於 2026 年 9 月 30 日，自營零售店的總數為 1,150 家，而於 2025 年 9 月 30 日及 2025 年 12 月 31 日則分別為 1,147 家及 1,150 家。

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，同店零售銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月減少 6.8 百萬美元或 1.0%（按不變匯率基準計算則減少 1.9%），原因是零售店客流量減少，反映旅遊需求疲弱及消費者信心減弱。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，(i)北美洲的同店零售銷售淨額按年減少 10.2 百萬美元或 3.9%（按不變匯率基準計算則減少 3.9%）；及(ii)亞洲的同店零售銷售淨額按年減少 0.2 百萬美元或 0.1%（但按不變匯率基準計算則增加 1.5%）。上述減幅部分被以下同店零售銷售淨額改善所抵銷：截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，(i)拉丁美洲的同店銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 2.5 百萬美元或 4.6%（但按不變匯率基準計算則減少 2.7%）；及(ii)歐洲的同店銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 1.1 百萬美元或 0.6%（但按不變匯率基準計算則減少 2.2%）。我們的同店分析包括於有關財政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 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%）增加 21.7 百萬美元或 7.4%（按不變匯率基準計算則增加 5.5%）至截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的 313.4 百萬美元（佔銷售淨額的 12.3%），主要受亞洲、歐洲及拉丁美洲銷售淨額增加所帶動，惟部分被北美洲銷售淨額按年減少所抵銷。亞洲的 DTC 電子商貿總銷售淨額按年增加 18.6 百萬美元或 16.1%（按不變匯率基準計算則增加 13.6%）。歐洲的 DTC 電子商貿總銷售淨額按年增加 5.5 百萬美元或 8.5%（按不變匯率基準計算則增加 4.8%）。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，拉丁美洲的 DTC 電子商貿總銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 1.9 百萬美元或 24.2%（按不變匯率基準計算則增加 19.1%）。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，北美洲的 DTC 電子商貿總銷售淨額較去年同期減少 4.3 百萬美元或 4.1%（按不變匯率基準計算則減少 4.2%）。

電子商貿的總銷售淨額（DTC 電子商貿銷售淨額及向網上零售商批發銷售淨額之總和）由截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 518.3 百萬美元（佔銷售淨額的 20.5%）增加 26.7 百萬美元或 5.2%（按不變匯率基準計算則增加 3.4%）至截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的 545.0 百萬美元（佔銷售淨額的 21.3%）。DTC 電子商貿渠道的銷售淨額百分比按年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 2026 年 9 月 30 日及 2025 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					
	2026 年		2025 年		2026 年與 2025 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	**965.1**	**37.8 %**	950.5	37.5 %	1.5 %	2.0 %
北美洲	**811.7**	**31.8 %**	842.8	33.2 %	(3.7)%	(3.7)%
歐洲	**619.6**	**24.3 %**	599.9	23.7 %	3.3 %	0.2 %
拉丁美洲	**156.7**	**6.1 %**	141.0	5.6 %	11.1 %	3.7 %
企業	**0.2**	**0.0 %**	0.2	0.0 %	34.0 %	34.0 %
總銷售淨額	**2,553.3**	**100.0 %**	2,534.3	100.0 %	0.7 %	(0.2)%

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 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 14.6 百萬美元或 1.5%（按不變匯率基準計算則增加 2.0%），主要受中國及南韓的銷售淨額增加所帶動，部分被印度及中東地區的銷售淨額減少所抵銷。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，於中國的銷售淨額增加 32.5 百萬美元或 15.3%（按不變匯率基準計算則增加 9.0%），此乃受 DTC 銷售淨額按年增加 14.4 百萬美元或 21.9%（按不變匯率基準計算則增加 15.1%）所推動，而於南韓的銷售淨額則增加 7.2 百萬美元或 7.5%（按不變匯率基準計算則增加 10.5%），主要受強勁的 DTC 按年表現所帶動。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，於印度的銷售淨額按年減少 22.8 百萬美元或 14.0%（按不變匯率基準計算則減少 6.9%），而中東的銷售淨額則按年減少 13.1 百萬美元或 29.9%（按不變匯率基準計算則減少 29.9%），主要是由於中東衝突持續。撇除迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，截至 2026 年 9 月 30 日止九個月於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 6.8%（按不變匯率基準計算則增加 5.8%）。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，於日本的銷售淨額按年減少 5.2 百萬美元或 3.5%，但按不變匯率基準計算則增加 2.8%。

*新秀麗*品牌於亞洲的銷售淨額按年增加 26.4 百萬美元或 6.3%（按不變匯率基準計算則增加 5.2%），增幅主要歸因於在強勁的 DTC 表現推動下，中國、新加坡及南韓的銷售淨額按年增長，部分被印度及中東地區的銷售淨額減少所抵銷。撇除*新秀麗*品牌於迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，*新秀麗*品牌截至 2026 年 9 月 30 日止九個月於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 8.2%（按不變匯率基準計算則增加 6.3%）。*TUMI* 品牌於亞洲的銷售淨額按年增加 6.8 百萬美元或 3.5%（按不變匯率基準計算則增加 3.8%），主要受 DTC 渠道所帶動。撇除 *TUMI* 品牌於迄今受中東衝突影響最嚴重的中東及印度市場的銷售淨額，*TUMI* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止九個月於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 5.8%（按不變匯率基準計算則增加 6.1%）。*American Tourister* 品牌於亞洲的銷售淨額按年減少 15.1 百萬美元或 6.2%（按不變匯率基準計算則減少 4.1%），主要是由於印度及中東地區的銷售淨額減少。撇除 *American Tourister* 品牌於中東及印度的銷售淨額，*American Tourister* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止九個月於亞洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 3.4%（按不變匯率基準計算則增加 2.4%）。*Gregory* 品牌於亞洲的銷售淨額增加 5.4 百萬美元或 14.5%（按不變匯率基準計算則增加 16.7%），此乃由於擴大分銷及 DTC 銷售淨額增長強勁，以及活躍生活方式及核心戶外類別的新產品創新所帶動。

北美洲

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們於北美洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月減少 31.2 百萬美元或 3.7%（按不變匯率基準計算則減少 3.7%），反映通脹壓力所造成的影響，進而導致旅遊需求疲弱及消費者信心減弱，以及主要批發客戶在採購方面更趨審慎。

*新秀麗*品牌於北美洲的銷售淨額按年減少 23.5 百萬美元或 5.5%（按不變匯率基準計算則減少 5.6%）。*TUMI* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止九個月於北美洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月減少 12.5 百萬美元或 3.8%（按不變

匯率基準計算則減少 3.8%），主要是由於零售店客流量減少所致。*American Tourister* 品牌於北美洲的銷售淨額按年增加 4.6 百萬美元或 8.4%（按不變匯率基準計算則增加 8.3%）。

歐洲

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們於歐洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 19.7 百萬美元或 3.3%（按不變匯率基準計算則增加 0.2%）。歐洲呈報銷售淨額的增加受到外匯匯率的有利影響。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，比利時的銷售淨額（包括境內銷售以及直接出貨予其他歐洲國家的分銷商、客戶及代理（包括電子商貿））按年增加 16.5 百萬美元或 10.7%（按不變匯率基準計算則增加 6.2%）。西班牙的銷售淨額按年增加 2.1 百萬美元或 3.9%（但按不變匯率基準計算則減少 0.5%）。比利時及西班牙銷售淨額的按年增幅部分被德國及意大利銷售淨額的按年減幅所抵銷。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，德國的銷售淨額按年減少 5.2 百萬美元或 6.5%（按不變匯率基準計算則減少 10.3%），而意大利的銷售淨額則按年減少 2.5 百萬美元或 4.2%（按不變匯率基準計算則減少 8.2%）。

截至 2026 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 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 14.8 百萬美元或 3.6%（按不變匯率基準計算則增加 0.5%）。*TUMI* 品牌於歐洲的銷售淨額按年增加 2.3 百萬美元或 3.1%（按不變匯率基準計算則增加 0.5%）。*American Tourister* 品牌於歐洲的銷售淨額按年增加 2.9 百萬美元或 3.3%（按不變匯率基準計算則增加 0.2%）。

拉丁美洲

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，我們於拉丁美洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 15.7 百萬美元或 11.1%（按不變匯率基準計算則增加 3.7%）。該銷售淨額增長主要歸因於墨西哥的銷售淨額按年增加 13.5 百萬美元或 29.2%（按不變匯率基準計算則增加 15.7%），此乃主要受*新秀麗*品牌（按年增加 8.3 百萬美元或 33.6%（按不變匯率基準計算則增加 19.6%））及 *TUMI* 品牌（按年增加 3.4 百萬美元或 53.1%（按不變匯率基準計算則增加 37.4%））的強勁銷售淨額所帶動。

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，*新秀麗*品牌於拉丁美洲的銷售淨額較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 13.5 百萬美元或 21.7%（按不變匯率基準計算則增加 14.0%）。*TUMI* 品牌截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額為 15.4 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 4.0 百萬美元或 35.2%（按不變匯率基準計算則增加 25.0%），此乃由於我們持續在滲透率偏低的市場擴展 *TUMI* 品牌的分銷所致。*American Tourister* 品牌的銷售淨額按年減少 1.6 百萬美元或 9.8%（按不變匯率基準計算則減少 16.1%）。

銷售成本及毛利

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的銷售成本為 1,001.6 百萬美元（佔銷售淨額的 39.2%），較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 1,030.7 百萬美元（佔銷售淨額的 40.7%）減少 29.1 百萬美元或 2.8%。銷售成本減少主要由於繼美國最高法院作出裁決，撤銷先前根據 IEEPA 實施的若干關稅措施後，確認於 2026 年收到的關稅退款。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，由於已收到退款，我們於簡明綜合收益表的銷售成本中確認了 29.3 百萬美元的收益。

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的毛利為 1,551.6 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 1,503.6 百萬美元增加 48.0 百萬美元或 3.2%。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的毛利率為 60.8%，而截至 2025 年 9 月 30 日止九個月則為 59.3%。撇除關稅退款收益，截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的毛利率為 59.6%，較去年同期改善 30 個基點，反映我們在各品牌、渠道及產品類別方面的嚴格執行，以及有利的地區銷售組合，包括 DTC 電子商貿銷售淨額持續增長。

營運開支

分銷開支

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的分銷開支為 864.4 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 814.0 百萬美元增加 50.4 百萬美元或 6.2%。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，分銷開支佔銷售淨額的百分比為 33.9%，而截至 2025 年 9 月 30 日止九個月則為 32.1%。分銷開支按年增加及分銷開支佔銷售淨額的百分比上升，主要是由於多項營運開支類別普遍受到通脹的累積影響，包括工資上漲及發貨運費增加，以及為提升我們品牌的影響力而選擇性地開設新店所致。

營銷開支

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的營銷開支為 166.0 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 151.7 百萬美元增加 14.3 百萬美元或 9.4%。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，營銷開支佔銷售淨額 6.5%，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 6.0%上升 50 個基點，反映我們增加投資以擴大及提升本公司標誌性及以消費者為中心的品牌知名度，從而推動未來增長的策略。

一般及行政開支

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的一般及行政開支為 189.8 百萬美元，較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 168.9 百萬美元增加 20.9 百萬美元或 12.4%。截至 2026 年 9 月 30 日及 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分別為 7.4%及 6.7%。一般及行政開支按年增加及其佔銷售淨額百分比增加，主要是由於薪金及福利按年增加~~、對 GMEO 及全球*新秀麗*品牌辦公室的投資~~、與一項為期多年的全球 ERP 系統項目相關的雲端 ERP 系統實施成本~~上升~~，以及法律及專業費用增加所致。於 2026 年，我們啟動一項為期多年的雲端 ERP 轉型項目，旨在於本公司全面推動系統及流程現代化和標準化。該項目按地區逐步推行，目前預期將於 2031 年完成。該項目包括與實施雲端 ERP 平台及相關業務轉型活動有關的成本。大部分該等成本於產生時支銷，並於一般及行政開支確認。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，雲端 ERP 系統實施成本為 6.0 百萬美元。撇除 ERP 系統實施成本，截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的一般及行政開支佔銷售淨額的 7.2%。

其他開支及收入

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的其他開支淨額為 11.7 百萬美元，而截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的其他收入淨額為 8.6 百萬美元，即開支減少 20.3 百萬美元。

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的其他開支淨額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 5.7 百萬美元、於 2026 年 10 月 1 日完成收購 BÉIS, LLC 相關的成本 5.0 百萬美元，以及租賃退出／重新計量的虧損 3.8 百萬美元，部分被出售物業、廠房及設備收益 2.4 百萬美元以及若干其他雜項收入及開支項目所抵銷。

截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的其他收入淨額包括於 2025 年第三季度適用法律變更後撥回比利時一項法定責任的應計費用 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入及開支項目所抵銷。

經營溢利

經營溢利由截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 377.6 百萬美元減少 57.9 百萬美元或 15.3%至截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的 319.7 百萬美元，主要是由於多項營運開支類別普遍受到通脹影響而增加，部分被毛利增加所抵銷。

下表載列截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止九個月按分部劃分的呈報經營溢利明細：

	截至 9 月 30 日止九個月		
（以百萬美元呈列）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
按地區劃分的經營溢利（虧損）：			
亞洲	**152.8**	173.0	(11.7)%
北美洲	**143.7**	136.6	5.2 %
歐洲	**95.2**	126.4	(24.7)%
拉丁美洲	**8.1**	4.9	66.8 %
企業	**(80.1)**	(63.3)	26.6 %
經營溢利	**319.7**	377.6	(15.3)%

亞洲

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，亞洲的經營溢利較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月減少 20.2 百萬美元或 11.7%，主要由於分銷開支增加 17.8 百萬美元及一般及行政開支增加 4.8 百萬美元，部分被毛利增加 3.0 百萬美元及營銷開支減少 1.1 百萬美元所抵銷。

北美洲

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，北美洲的經營溢利較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 7.1 百萬美元或 5.2%，主要由於毛利增加 19.5 百萬美元，而毛利增加乃受關稅退款所帶動，部分被分銷開支、營銷開支及一般及行政開支分別增加 7.2 百萬美元、4.8 百萬美元及 2.2 百萬美元所抵銷。

歐洲
截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，歐洲的經營溢利較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月減少 31.2 百萬美元或 24.7%，主要由於其他開支淨額增加17.1 百萬美元（原因是比利時法定責任應計費用撥回所產生的收益不再出現）、分銷開支增加 14.6 百萬美元、營銷開支增加 8.8 百萬美元及一般及行政開支增加 2.8 百萬美元，部分被毛利增加 12.1 百萬美元所抵銷。

拉丁美洲
截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，拉丁美洲的經營溢利較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 3.2 百萬美元或 66.8%，主要由於毛利增加 13.3 百萬美元，部分被分銷開支、營銷開支及一般及行政開支分別增加 7.2 百萬美元、1.4 百萬美元及 1.1 百萬美元所抵銷。

企業
截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，企業分部的經營虧損較截至 2025 年 9 月 30 日止九個月增加 16.9 百萬美元或 26.6%，主要由於一般及行政開支增加 10.1 百萬美元（當中包括 5.5 百萬美元的 ERP 系統實施成本）、分銷開支增加 3.5 百萬美元（乃由於我們為推動業務未來增長而於 2026 年初開始推行的若干全球營銷及電子商貿以及全球產品措施相關的成本所致），以及其他開支淨額增加 2.9 百萬美元。

財務收入及費用
下表載列截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止九個月的財務費用總額明細：

	截至 9 月 30 日止九個月	
（以百萬美元呈列）	**2026 年**	2025 年
於溢利（虧損）中確認：		
利息收入	**6.8**	7.6
財務收入總額	**6.8**	7.6
貸款及借款的利息開支	**(64.9)**	(73.3)
遞延融資成本攤銷	**(2.4)**	(1.7)
租賃負債的利息開支	**(27.7)**	(27.9)
認沽期權之公允價值變動	**7.9**	12.5
外匯（虧損）收益淨額	**(0.3)**	1.9
其他財務費用	**(2.6)**	(2.8)
財務費用總額	**(90.0)**	(91.3)
於損益中確認的財務費用淨額	**(83.2)**	(83.8)

財務費用淨額由截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 83.8 百萬美元減少 0.6 百萬美元或 0.7%至截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的 83.2 百萬美元。該減幅主要由於貸款及借款的利息開支按年減少 8.4 百萬美元，部分被認沽期權公允價值變動收益按年減少 4.6 百萬美元及與外匯換算虧損相關的虧損增加 2.2 百萬美元所抵銷。

所得稅開支
我們於截至 2026 年 9 月 30 日止九個月錄得所得稅開支 77.4 百萬美元，導致實際稅率 32.7%。截至 2026 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 236.5 百萬美元，以及與尚未行使購股權相關的稅項開支、若干司法權區未經認虧損及各項審計和解所致。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，本公司股價下跌導致尚未行使的可行使購股權的預期未來稅項扣減減少，因而導致實際稅率上升。我們於截至 2025 年 9 月 30 日止九個月則錄得所得稅開支 84.9 百萬美元，導致實際稅率 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 百萬美元及與尚未行使購股權相關的稅項開支所致。

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。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 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止九個月的現金流量概要：

	截至 9 月 30 日止九個月		
（以百萬美元呈列）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
經營活動所得現金淨額	**376.8**	253.1	48.9 %
投資活動所用現金淨額	**(47.6)**	(54.3)	(12.3)%
融資活動所用現金淨額	**(291.9)**	(412.5)	(29.2)%
現金及現金等價物增加（減少）淨額	**37.2**	(213.7)	*Nm*
於 1 月 1 日的現金及現金等價物	**649.3**	676.3	(4.0)%
匯率變動的影響	**(13.9)**	34.0	*Nm*
於 9 月 30 日的現金及現金等價物	**672.7**	496.7	35.4 %

註釋
nm 無意義。

經營活動所得現金流量

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，經營活動所得現金淨額 376.8 百萬美元主要包括期內溢利 159.1 百萬美元（經非現金項目及計入期內溢利的所得稅開支 376.2 百萬美元調整，並減去借款及租賃負債的已付利息 88.4 百萬美元及已付所得稅 35.0 百萬美元）。經營資產及負債的變動導致現金流出 35.2 百萬美元，主要由於存貨的現金流出 67.0 百萬美元以及其他資產及負債淨額的現金流出 29.5 百萬美元，部分被應付賬款及其他應付款項產生的現金流入 34.5 百萬美元以及應收賬款及其他應收款項產生的現金流入 26.8 百萬美元所抵銷。

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期內溢利的所得稅開支 371.2 百萬美元調整，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）。經營資產及負債的變動導致現金流出 131.0 百萬美元，主要由於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。

投資活動所用現金流量

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，投資活動所用現金流量淨額為 47.6 百萬美元，歸因於資本開支（包括購置物業、廠房及設備 42.7 百萬美元及採購軟件 4.9 百萬美元）。

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）。

資本開支

下表載列本公司截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止九個月的資本開支總額：

	截至 9 月 30 日止九個月		
（以百萬美元呈列）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
購置物業、廠房及設備：			
樓宇	**1.0**	6.4	(84.6)%
機器、設備、租賃物業裝修及其他	**41.7**	43.2	(3.4)%
物業、廠房及設備購置總額	**42.7**	49.6	(13.8)%
軟件	**4.9**	4.7	3.9 %
資本開支總額	**47.6**	54.3	(12.3)%

我們的資本開支總額由截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的 54.3 百萬美元減少 6.7 百萬美元或 12.3%至截至 2026 年 9 月

30 日止九個月的 47.6 百萬美元。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，資本開支總額主要包括店舖翻新及搬遷、新店舖、一個旨在提升我們的歐洲分銷中心以增加產能及效率的跨年度項目，以及對產品創新及開發的投資。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月，資本開支總額主要包括店舖翻新及搬遷、新店舖、對產品創新及開發的投資以及擴建我們位於印度的生產設施。

我們擬繼續就物業、廠房及設備作出投放，以升級我們的零售店群，並投資於核心策略性功能範疇。

融資活動所用現金流量

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，融資活動所用現金流量淨額為 291.9 百萬美元，主要由於向股東派付股息的現金流出 140.0 百萬美元、租賃負債的本金付款的現金流出 135.8 百萬美元、股份回購的現金流出 50.0 百萬美元、優先信貸融通還款的現金流出 18.7 百萬美元及向非控股權益派付股息的現金流出 13.3 百萬美元，部分被循環信貸融通項下的借款 65.0 百萬美元所抵銷，該筆借款乃用於撥付於 2026 年 10 月 1 日完成的 BÉIS, LLC 收購事項的部分購買價。

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，主要由於向股東派付股息的現金流出 150.0 百萬美元、租賃負債的本金付款的現金流出 122.5 百萬美元、優先信貸融通還款的現金流出 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派付股息的現金流出 17.9 百萬美元。

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 2025 年 9 月 30 日止九個月的 411.4 百萬美元減少 27.4 百萬美元或 6.7%至截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的 384.0 百萬美元，主要是由於經營溢利按年減少所致。截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的經調整 EBITDA 利潤率為 15.0%，而截至 2025 年 9 月 30 日止九個月的經調整 EBITDA 利潤率則為 16.2%，反映加大對營銷的投資以推動品牌提升、選擇性地開設新店以支持長遠增長，以及通脹成本壓力。撇除關稅退款的利益，截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率分別為 354.6 百萬美元及 13.9%。

下表載列截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止九個月我們的經調整 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：

	截至 9 月 30 日止九個月		
（以百萬美元呈列）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
期內溢利	**159.1**	208.9	(23.8)%
加（減）：			
所得稅開支	**77.4**	84.9	(8.9)%
財務費用	**90.0**	91.3	(1.5)%
財務收入	**(6.8)**	(7.6)	(9.8)%
經營溢利	**319.7**	377.6	(15.3)%
加（減）：			
折舊	**52.7**	47.8	10.3 %
攤銷總額	**153.1**	140.9	8.7 %
以股份支付的薪酬開支	**5.9**	7.1	(17.3)%
ERP 系統實施成本[1]	**6.0**	—	n/a
租賃使用權資產攤銷	**(137.5)**	(125.6)	9.5 %
租賃負債的利息開支	**(27.7)**	(27.9)	(0.8)%
其他調整[2]	**11.7**	(8.6)	*nm*
經調整 EBITDA[3]	**384.0**	411.4	(6.7)%
銷售淨額	**2,553.3**	2,534.3	
利潤率[4]	**6.2 %**	8.2 %	
經調整 EBITDA 利潤率[5]	**15.0 %**	16.2 %	

註釋

(1) 於 2026 年，我們啟動一項為期多年的雲端 ERP 轉型項目，旨在於本公司全面推動系統及流程現代化和標準化。該項目按地區逐步推行，目前預期將於 2031 年完成。該項目包括與實施雲端 ERP 平台及相關業務轉型活動有關的成本。大部分該等成本於產生時支銷，並於一般及行政開支確認。

(2) 其他調整主要包括簡明綜合收益表中的「其他（開支）收入淨額」，包括截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的收購相關成本 5.0 百萬美元。截至 2025 年 9 月 30 日止九個月並無收購相關成本。

(3) 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 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以計及經營租金開支。

(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（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。

n/a 不適用。

nm 無意義。

下表按地區基準載列截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止九個月我們的經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率（均為非 IFRS 財務計量工具）與我們期內溢利（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 2026 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）	**75.2**	**84.0**	**69.4**	**(0.8)**	**(68.7)**	**159.1**
加（減）：						
所得稅開支（抵免）	**30.2**	**21.6**	**25.9**	**1.4**	**(1.8)**	**77.4**
財務費用	**5.7**	**12.9**	**7.5**	**4.9**	**59.1**	**90.0**
財務收入	**(2.4)**	**(1.5)**	**(0.9)**	**(0.3)**	**(1.7)**	**(6.8)**
公司間費用（收入）(1)	**43.9**	**26.7**	**(6.6)**	**2.9**	**(67.0)**	**—**
經營溢利（虧損）	**152.8**	**143.7**	**95.2**	**8.1**	**(80.1)**	**319.7**
加（減）：						
折舊	**24.4**	**11.5**	**13.4**	**3.3**	**0.2**	**52.7**
攤銷總額	**50.1**	**53.0**	**36.9**	**11.7**	**1.4**	**153.1**
以股份支付的薪酬開支	**—**	**0.7**	**0.4**	**—**	**4.8**	**5.9**
ERP 系統實施成本(2)	**0.1**	**0.1**	**0.2**	**0.1**	**5.5**	**6.0**
租賃使用權資產攤銷	**(46.5)**	**(46.3)**	**(33.1)**	**(11.5)**	**(0.2)**	**(137.5)**
租賃負債的利息開支	**(4.8)**	**(12.7)**	**(6.9)**	**(3.2)**	**(0.0)**	**(27.7)**
其他調整(3)	**1.8**	**0.9**	**(3.4)**	**2.2**	**10.3**	**11.7**
經調整 EBITDA(4)	**178.0**	**150.8**	**102.6**	**10.6**	**(58.0)**	**384.0**
銷售淨額	**965.1**	**811.7**	**619.6**	**156.7**	**0.2**	**2,553.3**
利潤率(5)	**7.8 %**	**10.4 %**	**11.2 %**	**(0.5)%**	***nm***	**6.2 %**
經調整 EBITDA 利潤率(6)	**18.4 %**	**18.6 %**	**16.6 %**	**6.8 %**	***nm***	**15.0 %**

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) 於 2026 年，我們啟動一項為期多年的雲端 ERP 轉型項目，旨在於本公司全面推動系統及流程現代化和標準化。該項目按地區逐步推行，目前預期將於 2031 年完成。該項目包括與實施雲端 ERP 平台及相關業務轉型活動有關的成本。大部分該等成本於產生時支銷，並於一般及行政開支確認。

(3) 其他調整主要包括簡明綜合收益表中的「其他（開支）收入淨額」，包括收購相關成本。

(4) 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 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以計及經營租金開支。

(5) 利潤率以期內溢利除以銷售淨額計算所得。

(6) 經調整 EBITDA 利潤率（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。

nm 無意義。

	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) 其他調整主要包括簡明綜合收益表中的「其他（開支）收入淨額」。

(3) 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 包括 IFRS 第 16 號項下租賃利息及攤銷開支，以計及經營租金開支。

(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（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。

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 2025 年 9 月 30 日止九個月的 187.0 百萬美元減少 20.2 百萬美元或 10.8%至截至 2026 年 9 月 30 日止九個月的 166.8 百萬美元。經調整淨收入減少主要是由於經營溢利按年下降所致。截至 2026 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 0.121 美元及 0.120 美元，而截至 2025 年 9 月 30 日止九個月則分別為每股 0.135 美元及 0.134 美元。

下表載列截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 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（均為非 IFRS 財務計量工具）與期內股權持有人應佔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：

	截至 9 月 30 日止九個月		
（以百萬美元呈列，每股數據除外）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
期內溢利	**159.1**	208.9	(23.8)%
減：非控股權益應佔溢利	**(10.1)**	(17.1)	(40.9)%
股權持有人應佔溢利	**149.0**	191.7	(22.3)%
加（減）：			
計入財務費用的認沽期權之公允價值變動	**(7.9)**	(12.5)	(36.6)%
無形資產攤銷	**15.6**	15.3	1.9 %
重組撥回	**—**	(0.3)	(100.0)%
可能在美國雙重上市的籌備費用	**5.7**	7.2	(20.6)%
ERP 系統實施成本[1]	**6.0**	—	n/a
收購成本	**5.0**	—	n/a
比利時的法定責任應計費用撥回	**—**	(14.5)	(100.0)%
稅項調整[2]	**(6.6)**	(0.1)	*nm*
經調整淨收入[3]	**166.8**	187.0	(10.8)%
每股基本盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.108**	0.138	(21.7)%
每股攤薄盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.108**	0.138	(21.8)%
經調整每股基本盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.121**	0.135	(10.1)%
經調整每股攤薄盈利 *（以每股美元呈列）*	**0.120**	0.134	(10.2)%

註釋

(1) 於 2026 年，我們啟動一項為期多年的雲端 ERP 轉型項目，旨在於本公司全面推動系統及流程現代化和標準化。該項目按地區逐步推行，目前預期將於 2031 年完成。該項目包括與實施雲端 ERP 平台及相關業務轉型活動有關的成本。大部分該等成本於產生時支銷，並於一般及行政開支確認。

(2) 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簡明綜合收益表的對賬項目的稅務影響。

(3) 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

下表呈列截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止九個月我們的經調整自由現金流量（一項非 IFRS 財務計量工具）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：

	截至 9 月 30 日止九個月		
（以百萬美元呈列）	**2026 年**	2025 年	增加（減少）百分比
經營活動所得現金淨額	**376.8**	253.1	48.9 %
減：			
購置物業、廠房及設備以及軟件	**(47.6)**	(54.3)	(12.3)%
租賃負債的本金付款	**(135.8)**	(122.5)	10.8 %
經調整自由現金流量	**193.3**	76.3	153.5 %

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，將足以應付我們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 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 9 月 30 日止三個月及九個月現金流量的討論，請參閱「—現金流量」。

負債

下表載列我們於 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 12 月 31 日的貸款及借款的賬面值：

（以百萬美元呈列）	**2026 年 9 月 30 日**	2025 年 12 月 31 日
2025 年 A 定期貸款融通[1]	**785.0**	800.0
2025 年 B 定期貸款融通[1]	**490.3**	494.0
2025 年循環信貸融通[1]	**65.0**	—
2025 年優先信貸融通總額[1]	**1,340.3**	1,294.0
2033 年到期優先票據[2], [3]	**396.6**	411.1
其他借款及債務	**43.9**	43.1
貸款及借款總額	**1,780.7**	1,748.2
減遞延融資成本	**(16.5)**	(19.0)
貸款及借款總額減遞延融資成本	**1,764.3**	1,729.1

註釋

(1) 定義見下文「— 優先信貸融通」。

(2) 定義見下文「—息率 4.375%之 2033 年到期優先票據」。

(3) 當 2033 年到期優先票據由歐元換算為美元時，其價值將會隨著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 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 12 月 31 日的計息金融工具的利率概況：

（以百萬美元呈列）	**2026 年 9 月 30 日**	2025 年 12 月 31 日
浮息工具：		
金融資產	**13.5**	7.7
金融負債[1]	**(1,384.2)**	(1,337.1)
浮息工具總額	**(1,370.6)**	(1,329.3)
定息工具：		
利率掉期協議—資產	**13.2**	—
利率掉期協議—負債	**—**	(0.7)
金融負債[2]	**(396.6)**	(411.1)
定息工具總額	**(383.3)**	(411.8)

註釋

(1) 主要反映於 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 12 月 31 日的 2025 年優先信貸融通。

(2) 反映於 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 12 月 31 日的 2033 年到期優先票據。

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 年優先信貸協議」），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（「2023 年 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（「2023 年循環信貸融通」，連同 2023 年 A 定期貸款融通及 2023 年 B 定期貸款融通統稱「2023 年優先信貸融通」）作出規定。

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 年優先信貸協議的修訂（經修訂，「2024 年優先信貸協議」），以一筆為數 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」）終止確認 2023 年 B 定期貸款融通。2024 年優先信貸協議（包括 2023 年 A 定期貸款融通、2023 年循環信貸融通及 2024 年 B 定期貸款融通）項下規定的信貸融通在本文中稱為「2024 年優先信貸融通」。

於 2024 年再融資日期，我們於 2023 年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 11 月 6 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信貸協議（「2025 年優先信貸協議」）。2025 年優先信貸協議全面修訂及重述 2024 年優先信貸協議，並就(1)一筆為數 800.0 百萬美元的優先有抵押 A 定期貸款融通（「2025 年 A 定期貸款融通」）、(2)一筆為數 494.0 百萬美元的優先有抵押 B 定期貸款融通（「2025 年 B 定期貸款融通」，連同 2025 年 A 定期貸款融通統稱「2025 年定期貸款信貸融通」）及(3)一筆為數 850.0 百萬美元的循環信貸融通（「2025 年循環信貸融通」，連同 2025 年定期貸款信貸融通統稱「2025 年優先信貸融通」）作出規定。

根據 2025 年優先信貸融通項下提取的所得款項總額，連同現有手頭現金，已用於(i)為 2024 年優先信貸融通進行再融資；及(ii)支付與此相關的若干佣金、手續費及開支。

利率

2023 年 A 定期貸款融通及 2023 年循環信貸融通項下的借款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。就 2025 年 A 定期貸款融通及 2025 年循環信貸融通而言，截至 2026 年 3 月 31 日止財政季度財務報表交付時為止，應付利率乃基於 SOFR 釐定，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，其後則基於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。

截至 2026 年 3 月 31 日止財政季度財務報表交付時為止，就 2025 年循環信貸融通項下的未動用承諾額應付的承諾費為每年 0.15%，其後則基於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 定期貸款融通項下的借款利息乃基於 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%）。2025 年 B 定期貸款融通項下的借款利息乃基於 SOFR 釐定，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%）。2025 年 B 定期貸款融通的貸款乃按原發行折讓發行，發行價為 99.5%。

由於 2024 年優先信貸融通及 2025 年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

2023 年 A 定期貸款融通規定需按季度預設付款，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 2023 年 A 定期貸款融通到期日到期及須予支付。2023 年循環信貸融通項下未償還的本金額概無預定攤銷。2023 年 A 定期貸款融通及 2023 年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。

2025 年 A 定期貸款融通規定自 2026 年 3 月 31 日開始需按季度預設付款，於第一及第二年各年就 2025 年 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 2025 年 A 定期貸款融通到期日到期及須予支付。2025 年 A 定期貸款融通及 2025 年循環信貸融通項下未償還的本金餘額及應計及未支付的利息將於 2030 年 11 月 6 日到期及須予支付。

2024 年 B 定期貸款融通規定需按季度預設付款，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。2025 年 B 定期貸款融通規定自 2026 年 3 月 31 日開始需按季度預設付款，就 2025 年 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 2025 年 B 定期貸款融通到期日到期及須予支付。2025 年 B 定期貸款融通項下未償還的本金餘額及應計及未支付的利息將於 2032 年 11 月 6 日到期及須予支付。

擔保及抵押

借款人於 2025 年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 2025 年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 2033 年分擔抵押品（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
2025 年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)舉借或擔保額外負債；(ii)就我們的股本派付股息或作出分派或贖回、回購或償付我們的股本或其他負債；(iii)作出投資、貸款及收購；(iv)與轄下聯屬公司進行交易；(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，2025 年優先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 2025 年優先信貸協議），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 2025 年優先信貸協議）（統稱為「財務契諾」）。財務契諾僅適用於 2025 年 A 定期貸款融通及 2025 年循環信貸融通下貸款人的權益。我們於截至 2026 年 9 月 30 日止測試期間遵守財務契諾。

2025 年優先信貸協議亦包含若干慣常聲明及保證、肯定性契諾及有關違約事件（包括控制權變更）的條文。

其他信息
就借款及修訂產生的融資成本已遞延入賬，並被貸款及借款所抵銷。遞延融資成本於 2025 年優先信貸融通及 2033 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 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 12 月 31 日，貸款及借款總額分別包括遞延融資成本總額 16.5 百萬美元及 19.0 百萬美元。

截至 2026 年 9 月 30 日及 2025 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 2.4 百萬美元及 1.7 百萬美元。

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，我們訂立名義金額為 400.0 百萬美元的利率掉期協議，自 2024 年 8 月 30 日起生效，並於 2026 年 2 月 27 日終止（「2024 年掉期」）。於 2025 年 11 月 4 日，我們訂立名義金額為 100.0 百萬美元的新利率掉期協議，自 2025 年 11 月 4 日起生效，並將於 2030 年 10 月 31 日終止（「2025 年 11 月掉期」）。

於 2026 年 1 月 22 日，我們訂立名義金額為 100.0 百萬美元的新利率掉期協議，自 2026 年 1 月 30 日起生效，並將於 2030 年 10 月 31 日終止（「2026 年 1 月掉期」），及於 2026 年 3 月 9 日，我們訂立名義金額為 100.0 百萬美元的額外新利率掉期協議，自 2026 年 3 月 9 日起生效，並將於 2030 年 2 月 28 日終止（「2026 年 3 月掉期」，連同 2025 年 11 月掉期及 2026 年 1 月掉期統稱「利率掉期」）。

根據利率掉期，SOFR 獲有效固定為約 3.466%的加權平均值，金額等於 2026 年 9 月 30 日的 2025 年優先信貸融通的未償還本金額約 22%，此舉降低了我們面對的部分加息風險。利率掉期須每月支付固定款項，並合資格作為現金流量對沖。

於 2026 年 9 月 30 日，利率掉期按市價計值，導致確認資產 13.2 百萬美元，而實際收益（虧損）部分則遞延至其他全面收益。於 2025 年 12 月 31 日，2025 年 11 月掉期及 2024 年掉期按市價計值，導致確認負債 0.7 百萬美元，而實際收益（虧損）部分則遞延至其他全面收益。

息率 4.375%之 2033 年到期優先票據
於 2025 年 11 月 11 日（「發行日」），我們轄下間接全資附屬公司 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，連同現有的手頭現金及 2025 年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（連同 2026 年到期優先票據的所有應計及未付利息）以及(ii)支付與此相關的應付費用、成本及開支。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「2033 年票據擔保人」）、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日起每半年以現金期後支付一次。

於 2028 年 11 月 15 日之前的任何時候，發行人可贖回全部或部分 2033 年到期優先票據，贖回價相等於本金金額的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分 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%原本金金額於每次該贖回後仍然發行在外，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，發行人可贖回所有 2033 年到期優先票據，贖回價相等於本金金額，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其他款項（如有）。該等「控制權變動」事件包括將全部或絕大部分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 2033 年票據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（「2033年分擔抵押品」）。2033年分擔抵押品亦按一級基準為2025年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的股本或次級債務及我們受限制附屬公司的股本或次級債務；(vi)與聯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2033年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。

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 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 12 月 31 日，其他貸款及借款的未償還總額分別為 43.9 百萬美元及 43.1 百萬美元。於 2026 年 9 月 30 日及 2025 年 12 月 31 日，無承諾的可用信貸融通分別為 97.1 百萬美元及 107.6 百萬美元。

對沖

除利率掉期外，我們定期於非美國附屬公司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 2026 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 103.9 百萬美元。

其他財務資料

合約責任

下表概述我們於 2026 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	**1,780.7**	**68.8**	**39.9**	**809.8**	**862.1**
尚未完成的存貨採購訂單	**548.1**	**548.0**	**0.1**	**—**	**—**
租賃負債的未來最低合約付款	**698.5**	**204.0**	**165.4**	**239.0**	**90.1**
短期及低價值租賃的未來最低付款	**1.9**	**1.9**	**—**	**—**	**—**
總計	**3,029.3**	**822.8**	**205.4**	**1,048.8**	**952.3**

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，將足以應付我們接下來十二個月及未來期間的預期合約責任。

資產負債表外安排

於 2026 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。請參閱「— 合約責任」。

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 2026 年 9 月 30 日止九個月及直至本公告日期，除收購 BÉIS 外，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。

BÉIS 收購事項

於 2026 年 8 月 12 日，我們簽訂收購 BÉIS, LLC（「BÉIS」）的最終協議。BÉIS 是一個高增長、數碼原生的生活時尚與旅遊品牌，將擴大我們在較年輕、以女性為主的消費者中的覆蓋範圍，增加我們於增長較快的生活時尚箱包類別的業務比重，並加強我們的數碼能力。此項交易與我們的主要增長重點高度契合。於 2026 年 10 月 1 日，我們完成收購 *BÉIS* 85%的發行在外股本權益，現金代價為 178.5 百萬美元（須就完成後的營運資金作出慣常調整）。該項收購所需資金已由本公司以手頭現金及其循環信貸融通項下的借款撥付。自完成日期 2026 年 10 月 1 日起， *BÉIS* 的財務業績將併入本公司的綜合財務報表。

收購相關成本

截至 2026 年 9 月 30 日止九個月，本公司產生約 5.0 百萬美元的收購相關成本。該等成本主要包括與盡職審查以及專業及法律費用相關的成本，並於簡明綜合收益表中的其他（開支）收入淨額確認。

一般事項

於 2026 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 2026 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
Jerome Squire Griffith

香港，2026 年 11 月 12 日

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