

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倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



SAMSONITE INTERNATIONAL S.A.

新秀麗國際有限公司

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

R.C.S. LUXEMBOURG: B 159.469

(於盧森堡註冊成立之有限公司)

(股份代號：1910)

截至 2022 年 9 月 30 日止期間之季度報告

新秀麗國際有限公司（「本公司」，連同其綜合附屬公司統稱為「本集團」）董事會欣然呈列本集團於 2022 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 2021 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。

財務業績概要及財務摘要

財務業績概要

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月及九個月，本集團的銷售淨額趨勢持續改善。隨着市場不斷推出具有成效的疫苗，多國政府進一步放寬社交距離、旅遊及其他限制，導致旅遊業持續復甦，因而緩和了 2019 冠狀病毒疫症對本集團在大多數國家的產品需求的影響。因此，2019 冠狀病毒疫症對本集團的業務、財務狀況及經營業績造成的影響有所緩和。有關本集團於 2020 年及 2021 年上半年加強及保留流動資金以及削減開支的措施於下文詳細討論。鑒於本集團以往在應對旅遊業受到衝擊時累積了經驗，並已採取措施提升盈利能力，本公司相信本集團將繼續有效駕馭當前的環境。

於評估截至 2022 年 9 月 30 日止三個月及九個月的業績時，若干因素影響與過往期間的可比性，主要是暫停並隨後出售俄羅斯業務、出售 Speculative Product Design, LLC（「Speck」）及中國政府持續嚴格的新冠病毒清零政策的影響。由於烏克蘭的武裝衝突，本集團於 2022 年 3 月 14 日暫停在俄羅斯的所有商業活動，且本集團隨後釐定繼續擁有俄羅斯的業務不再可行。本集團於 2022 年 7 月 1 日根據於 2022 年 6 月 30 日簽訂的最終協議完成出售其俄羅斯業務。於 2021 年 7 月 30 日，本公司一家全資附屬公司出售 Speck，該公司為一家個人電子設備纖薄保護殼的設計商及分銷商，以 Speck® 品牌銷售旗下產品。於 2022 年第二季度及第三季度，中國政府再度實施旅遊限制及社交距離措施，以應對 2019 冠狀病毒疫症的進一步爆發，這減慢了本集團在中國銷售淨額的復甦步伐。

於本公告內，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月及九個月的若干財務業績與截至 2021 年 9 月 30 日止三個月及九個月以及截至 2019 年 9 月 30 日止三個月及九個月的財務業績進行比較。之所以提供與截至 2019 年 9 月 30 日止三個月及九個月的比較，是由於截至 2019 年 9 月 30 日止三個月及九個月是本公司業績不受 2019 冠狀病毒疫症影響的最近結束可比較期間。

截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月

下表載列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月的財務業績概要。

(以百萬美元呈列，每股數據除外)	截至 9 月 30 日止三個月		增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽¹⁾
	2022 年	2021 年		
銷售淨額	790.9	557.1	42.0 %	54.7 %
經營溢利 ⁽²⁾	121.8	50.7	140.0 %	165.4 %
經營溢利（撇除非現金減值費用（撥回）、重組費用（撥回）及若干其他開支總額） ^{(2),(3)}	119.8	57.7	107.7 %	129.5 %
期內溢利（虧損） ⁽²⁾	65.4	(2.5)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
股權持有人應佔溢利（虧損） ⁽²⁾	58.2	(5.2)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
經調整淨收入 ⁽⁴⁾	64.9	8.7	646.5 %	797.1 %
經調整 EBITDA ⁽⁵⁾	134.1	72.2	85.6 %	106.3 %
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁶⁾	17.0 %	13.0 %		
每股基本及攤薄溢利（虧損） ⁽²⁾ (以每股美元呈列)	0.040	(0.004)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
經調整每股基本及攤薄溢利 ⁽⁷⁾ (以每股美元呈列)	0.045	0.006	644.2 %	794.3 %

註釋

- 按不變匯率基準計算呈列的業績為非《國際財務報告準則》（「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的年度同期的平均匯率計算所得。
- 截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的業績包括總額為(0.7)百萬美元的 2022 年第三季度重組費用（撥回）（定義見「管理層討論與分析—截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月—重組費用（撥回）」）及總額為(1.2)百萬美元的非現金 2022 年第三季度減值費用（撥回）（定義見「管理層討論與分析—截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月—減值費用（撥回）」）。截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的業績包括總額為 5.6 百萬美元的 2021 年第三季度重組費用（定義見「管理層討論與分析—截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月—重組費用（撥回）」）（當中 0.2 百萬美元的 2021 年第三季度重組費用計入銷售成本）及出售 Speck 的虧損 1.3 百萬美元。有關截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月的進一步討論，請分別參閱「管理層討論與分析」的「減值費用（撥回）」、「重組費用（撥回）」及「其他收入（開支）」。
- 經營溢利（撇除非現金減值費用（撥回）總額、重組費用（撥回）總額及出售 Speck 的虧損）為非 IFRS 財務計量工具，本文所計算的未必可與其他公司所使用類似命名的計量工具進行比較，且不應被視為可與本集團綜合收益（虧損）表中的期內經營溢利進行比較。
- 經調整淨收入為非 IFRS 財務計量工具，其撇除影響本集團的呈報股權持有人應佔溢利（虧損）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，本集團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本集團的相關財務表現。有關本集團股權持有人應佔溢利（虧損）與經調整淨收入的對賬，請參閱「管理層討論與分析—截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月—經調整淨收入」。
- 未計利息、稅項、折舊及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。本集團相信該等財務計量工具會提供更多資訊，有利於更全面了解其經營表現及其業務的相關趨勢。有關本集團期內溢利（虧損）與經調整 EBITDA 的對賬，請參閱「管理層討論與分析—截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月—經調整 EBITDA」。
- 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。
- 經調整每股基本及攤薄溢利均為非 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溢利（虧損）計算所用的加權平均股份數目計算所得。

nm 無意義。

財務摘要

- 截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額為 790.9 百萬美元，較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 557.1 百萬美元增加 42.0%（按不變匯率基準計算則增加 54.7%）。經撇除俄羅斯及 Speck 的第三季度銷售淨額（定義見「管理層討論與分析－截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月－銷售淨額」），截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的綜合銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 250.6 百萬美元或 46.4%（按不變匯率基準計算則增加 59.5%）。進一步撇除 2022 年及 2021 年第三季度本集團於中國的銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的綜合銷售淨額較去年同期增加 257.1 百萬美元或 53.6%（按不變匯率基準計算則增加 67.8%）。於截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團的銷售趨勢持續改善。
- 與截至 2019 年 9 月 30 日止三個月相比，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月本集團的綜合銷售淨額減少 14.2%（按不變匯率基準計算則減少 6.1%）。經撇除俄羅斯及 Speck 的第三季度銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的綜合銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止三個月減少 8.0%（按不變匯率基準計算則增加 0.6%）。進一步撇除 2022 年及 2019 年第三季度本集團於中國的銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的綜合銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止三個月減少 5.5%（按不變匯率基準計算則增加 4.2%）。
- 截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的毛利率為 55.0%，而去年同期則為 55.5%。進一步討論請參閱「管理層討論與分析－截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月－銷售成本及毛利」。
- 本集團在營銷方面的開支由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 21.5 百萬美元增加 23.3 百萬美元或 108.5% 至截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的 44.8 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的營銷開支佔銷售淨額百分比由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 3.9% 增加 180 個基點至 5.7%。本集團已選擇性地於旅遊需求復甦較快的市場增加廣告投放。本集團計劃於 2022 年餘下時間加大對營銷的投資，以推動銷售淨額增長，並抓緊旅遊業持續復甦的機遇。
- 截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團呈報經營溢利 121.8 百萬美元，較去年同期的經營溢利 50.7 百萬美元改善 71.0 百萬美元。
- 截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的溢利為 65.4 百萬美元，較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的虧損 2.5 百萬美元改善 68.0 百萬美元。
- 截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，股權持有人應佔溢利為 58.2 百萬美元，較去年同期股權持有人應佔虧損 5.2 百萬美元改善 63.4 百萬美元。
- 經調整 EBITDA 為非 IFRS 財務計量工具，由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 72.2 百萬美元改善 61.8 百萬美元至截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的 134.1 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITDA 利潤率為 17.0%，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月則為 13.0%。經調整 EBITDA 利潤率改善主要由於銷售持續改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。
- 截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團產生經營活動所得現金 117.9 百萬美元，而去年同期經營活動所得現金則為 157.1 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的現金產生總額⁽¹⁾為 63.9 百萬美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的現金產生總額⁽¹⁾則為 116.1 百萬美元。經營活動所得現金及現金產生總額的按年變動反映本集團於截至 2022 年 9 月 30 日止三個月內增加對營運資金（主要是存貨）的投資，以滿足不斷改善的消費者需求及支持因旅遊業復甦導致的銷售淨額增長。
- 於 2022 年 9 月 30 日，本集團的現金及現金等價物為 801.0 百萬美元，未償還金融債務為 2,198.8 百萬美元（撇除遞延融資成本 8.9 百萬美元），導致淨債務為 1,397.9 百萬美元，而於 2021 年 12 月 31 日的淨債務則為 1,477.2 百萬美元。
- 於 2022 年 9 月 30 日的流動資金總額⁽²⁾為 1,443.8 百萬美元，而於 2021 年 12 月 31 日則為 1,501.4 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團償還其優先信貸融通（定義見「管理層討論與分析－其他信息－負債」）項下未償還借款 314.2 百萬美元，包括自願提前償還款項 301.3 百萬美元及規定季度攤銷付款 12.9 百萬美元。

註釋

- 現金產生（消耗）總額是按綜合現金流量表中的現金及現金等價物增加（減少）總額減去(i)貸款及借款總額；(ii)遞延融資成本及(iii)外匯兌換影響佔現金流量總額計算。
- 流動資金總額是按綜合財務狀況表內的現金及現金等價物，加上就循環信貸融通（定義見「管理層討論與分析－其他信息－負債」）項下可獲得的融資額兩者總和計算。

截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月

下表載列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月的財務業績概要。

(以百萬美元呈列，每股數據除外)	截至 9 月 30 日止九個月		增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽¹⁾
	2022 年	2021 年		
銷售淨額	2,061.1	1,356.6	51.9 %	61.9 %
經營溢利（虧損） ⁽²⁾	281.7	(35.7)	nm	nm
經營溢利（撇除非現金減值費用、重組費用及若干其他開支總額） ^{(2), (3)}	293.2	7.5	3,821.8 %	4,120.4 %
期內溢利（虧損）	133.9	(144.8)	nm	nm
股權持有人應佔溢利（虧損）	114.5	(147.7)	nm	nm
經調整淨收入（虧損） ⁽⁴⁾	148.2	(95.0)	nm	nm
經調整 EBITDA ⁽⁵⁾	329.7	55.3	496.6 %	546.7 %
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽⁶⁾	16.0 %	4.1 %		
每股基本及攤薄盈利（虧損） (以每股美元呈列)	0.080	(0.103)	nm	nm
經調整每股基本及攤薄盈利（虧損） ⁽⁷⁾ (以每股美元呈列)	0.103	(0.066)	nm	nm

註釋

- 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的年度同期的平均匯率計算所得。
- 截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的業績包括總額為 0.7 百萬美元的 2022 年重組費用（定義見「管理層討論與分析—截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月—重組費用」）及總額為 10.7 百萬美元的非現金 2022 年減值費用（定義見「管理層討論與分析—截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月—減值費用」）。截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的業績包括總額為 11.6 百萬美元的 2021 年重組費用（定義見「管理層討論與分析—截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月—重組費用」）（當中 0.3 百萬美元的 2021 年重組費用計入銷售成本）、出售 Speck 的虧損 1.3 百萬美元及總額為 30.2 百萬美元的非現金 2021 年減值費用（定義見「管理層討論與分析—截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月—減值費用」）。有關截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月的進一步討論，請分別參閱「管理層討論與分析」的「減值費用」、「重組費用」及「其他收入」。
- 經營溢利（撇除非現金減值費用總額、重組費用總額及出售 Speck 的虧損）為非 IFRS 財務計量工具，本文所計算的未必可與其他公司所使用類似命名的計量工具進行比較，且不應被視為可與本集團綜合收益（虧損）表中的期內經營溢利（虧損）進行比較。
- 經調整淨收入（虧損）為非 IFRS 財務計量工具，其撇除影響本集團的呈報股權持有人應佔溢利（虧損）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，本集團相信其有助證券分析員、投資者及其他利益相關方更全面地了解本集團的相關財務表現。有關本集團股權持有人應佔溢利（虧損）與經調整淨收入（虧損）的對賬，請參閱「管理層討論與分析—截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月—經調整淨收入（虧損）」。
- 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。本集團相信該等財務計量工具會提供更多資訊，有利於更全面地了解其經營表現及其業務的相關趨勢。有關本集團期內溢利（虧損）與經調整 EBITDA 的對賬，請參閱「管理層討論與分析—截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月—經調整 EBITDA」。
- 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。
- 經調整每股基本及攤薄盈利（虧損）均為非 IFRS 財務計量工具，是以經調整淨收入（虧損）分別除以每股基本及攤薄盈利（虧損）計算所用的加權平均股份數目計算所得。

nm 無意義。

財務摘要

- 截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額為 2,061.1 百萬美元，較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的 1,356.6 百萬美元增加 51.9%（按不變匯率基準計算則增加 61.9%）。經撇除俄羅斯及 Speck 的銷售淨額（定義見「管理層討論與分析－截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月－銷售淨額」），截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的綜合銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 758.3 百萬美元或 58.3%（按不變匯率基準計算則增加 68.7%）。進一步撇除 2022 年及 2021 年第二季度及第三季度本集團於中國的銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的綜合銷售淨額較去年同期增加 794.6 百萬美元或 67.4%（按不變匯率基準計算則增加 78.5%）。於截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團的銷售趨勢持續改善。
- 與截至 2019 年 9 月 30 日止九個月相比，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月本集團的綜合銷售淨額減少 23.0%（按不變匯率基準計算則減少 17.5%）。經撇除俄羅斯及 Speck 的銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的綜合銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月減少 19.1%（按不變匯率基準計算則減少 13.3%）。進一步撇除 2022 年及 2019 年第二季度及第三季度本集團於中國的銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的綜合銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月減少 17.3%（按不變匯率基準計算則減少 11.0%）。
- 截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的毛利率由去年同期的 52.7% 上升至 55.4%。毛利率上升是由於(i)銷售淨額增加；(ii)本集團上調產品價格，以緩和產品、貨運及關稅成本的升幅；及(iii)促銷折扣降低。進一步討論請參閱「管理層討論與分析－截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月－銷售成本及毛利」。
- 本集團在營銷方面的開支由截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的 50.2 百萬美元增加 52.4 百萬美元或 104.4% 至截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的 102.6 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的營銷開支佔銷售淨額百分比由截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的 3.7% 增加 130 個基點至 5.0%。本集團已選擇性地於旅遊需求復甦較快的市場增加廣告投放。本集團計劃於 2022 年餘下時間加大對營銷的投資，以推動銷售淨額增長，並抓緊旅遊業持續復甦的機遇。
- 截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團呈報經營溢利 281.7 百萬美元，較去年同期的經營虧損 35.7 百萬美元改善 317.4 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2022 年減值費用及 2022 年重組費用，本集團錄得經營溢利 293.2 百萬美元⁽¹⁾。相比之下，經撇除非現金 2021 年減值費用、2021 年重組費用及出售 Speck 的虧損，本集團於去年同期產生經營溢利 7.5 百萬美元⁽¹⁾。
- 截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的溢利為 133.9 百萬美元，較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的虧損 144.8 百萬美元改善 278.6 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2022 年減值費用及 2022 年重組費用（兩者均扣除相關稅務影響），本集團錄得溢利 144.7 百萬美元⁽¹⁾。相比之下，截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2021 年減值費用、2021 年重組費用、出售 Speck 的虧損及截至 2021 年 9 月 30 日止九個月與信貸協議若干修訂（定義見「管理層討論與分析－其他信息－負債」）相關的費用（均已扣除相關稅務影響）以及與集團內若干知識產權重整（「集團內知識產權重整」）相關的稅項抵免 26.0 百萬美元，本集團產生虧損 112.9 百萬美元⁽¹⁾。
- 截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，股權持有人應佔溢利為 114.5 百萬美元，較去年同期股權持有人應佔虧損 147.7 百萬美元改善 262.1 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2022 年減值費用及 2022 年重組費用（兩者均扣除相關稅務影響），本集團錄得股權持有人應佔溢利 125.3 百萬美元⁽¹⁾。相比之下，截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2021 年減值費用、2021 年重組費用、出售 Speck 的虧損及截至 2021 年 9 月 30 日止九個月與信貸協議若干修訂相關的費用（均已扣除相關稅務影響）以及與集團內知識產權重整相關的稅項抵免 26.0 百萬美元，本集團錄得股權持有人應佔虧損 115.8 百萬美元⁽¹⁾。
- 經調整 EBITDA 為非 IFRS 財務計量工具，由截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的 55.3 百萬美元改善 274.5 百萬美元至截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的 329.7 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的經調整 EBITDA 利潤率為 16.0%，而截至 2021 年 9 月 30 日止九個月則為 4.1%。經調整 EBITDA 利潤率改善主要由於銷售持續改善及毛利率穩健，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。
- 截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團產生經營活動所得現金 180.4 百萬美元，而去年同期經營活動所得現金則為 155.3 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的現金產生總額⁽²⁾為 37.3 百萬美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的現金產生總額⁽²⁾則為 24.2 百萬美元。經營活動所得現金及現金產生總額的按年增加反映本集團於截至 2022 年 9 月 30 日止九個月銷售淨額及盈利能力提升，部分被為了滿足不斷改善的消費者需求及支持因旅遊業復甦導致的銷售淨額增長而增加對營運資金（主要是存貨）的投資所抵銷。
- 於 2022 年 9 月 30 日，本集團的現金及現金等價物為 801.0 百萬美元，未償還金融債務為 2,198.8 百萬美元（撇除遞延融資成本 8.9 百萬美元），導致淨債務為 1,397.9 百萬美元，而於 2021 年 12 月 31 日的淨債務則為 1,477.2 百萬美元。
- 於 2022 年 9 月 30 日，流動資金總額⁽³⁾為 1,443.8 百萬美元，而於 2021 年 12 月 31 日則為 1,501.4 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團償還其優先信貸融通項下的未償還借款 535.0 百萬美元，包括自願提前償還款項 501.3 百萬美元及規定季度攤銷付款 33.7 百萬美元。

註釋

- (1) 見「管理層討論與分析」所載的截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月的對賬。
- (2) 現金產生（消耗）總額是按綜合現金流量表中的現金及現金等價物增加（減少）總額減去(i)貸款及借款總額；(ii)遞延融資成本及(iii)外匯兌換影響應佔現金流量總額計算。
- (3) 流動資金總額是按綜合財務狀況表內的現金及現金等價物，加上就循環信貸融通項下可獲得的融資額兩者總和計算。

免責聲明

非 IFRS 財務計量工具

本公司於「財務業績概要及財務摘要」及「管理層討論與分析」章節呈列若干非 IFRS⁽¹⁾財務計量工具，因上述各財務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地了解本集團的經營表現及影響其業務的趨勢。本文所計算的此等非 IFRS 財務計量工具未必可與其他公司所使用類似命名的計量工具進行比較，且不應被視為可與 IFRS 財務計量工具比較的計量工具。非 IFRS 財務計量工具作為一項分析工具有其局限性，不應被視為獨立於或代替本集團根據 IFRS 所呈報的財務業績的分析。

前瞻性陳述

本文件包含前瞻性陳述。前瞻性陳述反映本公司目前對未來事件及表現的觀點。該等陳述可能會探討（其中包括）本公司銷售淨額、毛利率、經營溢利（虧損）、經調整淨收入（虧損）、經調整 EBITDA⁽²⁾、經調整 EBITDA 利潤率、現金流量、流動資金及資本資源、潛在減值、增長、策略、計劃、表現、分派、組織架構、未來店舖開張或關閉、市場機遇以及整體市場及行業狀況。本公司一般以「預期」、「尋求」、「相信」、「計劃」、「擬」、「估計」、「預測」、「預計」、「可能」、「將」、「會」及「或許」等詞彙或類似詞彙或陳述識別前瞻性陳述。前瞻性陳述是基於管理層使用現有可用資料作出的看法及假設。該等陳述僅屬預測，並非未來表現、行動或事件的保證。前瞻性陳述受限於風險及不確定因素。該等風險、不確定因素及其他因素亦包括 2019 冠狀病毒疫症對本公司未來財務及經營業績的影響，該等影響可能因全球 2019 冠狀病毒疫症的持續時間及嚴重程度，以及從 2019 冠狀病毒疫症影響中復甦的步伐及幅度而存在顯著差異。

倘發生一項或以上風險或不確定因素，或倘管理層的基本觀點及假設被證明為不正確，實際結果可能會與前瞻性陳述所預期者有重大差異。可能導致實際結果出現重大差異的因素包括：全球經濟狀況的影響、政治或社會動盪及武裝衝突的影響、2019 冠狀病毒疫症的持續時間及嚴重程度、2019 冠狀病毒疫症導致消費者支出水平下降、通貨膨脹的影響、2019 冠狀病毒疫症等因素導致整體經濟下滑或消費者支出普遍減少、2019 冠狀病毒疫症之後的復甦步伐及幅度、消費者支出模式或偏好出現重大變化、製成品或主要零部件供應中斷或延遲、本集團的產品在當前零售環境中的表現、客戶遇到財務困難及相關破產及收款問題、以及與本集團成功實施重組計劃相關的風險。

前瞻性陳述僅提述截至其作出當日的情況。本公司股東、有意投資者及其他利益相關方不應過分依賴該等前瞻性陳述。本公司明確表示，除適用證券法例及法規所規定外，其概無任何責任因新增資訊、未來事件或其他因素而更新或修訂任何前瞻性陳述。

約整

除另有說明外，本報告中若干金額已向上或向下約整至最接近的百萬位。因此，表格中個別金額的實際總數與所示總數之間、本文件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文件中的金額與其他公開文件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頒佈的《國際財務報告準則》。
- (2) 未計利息、稅項、折舊及攤銷前的盈利。

綜合收益（虧損）表

	截至 9 月 30 日止三個月		截至 9 月 30 日止九個月	
	2022 年	2021 年	2022 年	2021 年
<i>(以百萬美元呈列，每股數據除外)</i>				
銷售淨額	790.9	557.1	2,061.1	1,356.6
銷售成本	(355.7)	(248.1)	(918.5)	(641.8)
毛利	435.2	309.0	1,142.6	714.8
分銷開支	(209.7)	(179.0)	(585.5)	(505.4)
營銷開支	(44.8)	(21.5)	(102.6)	(50.2)
一般及行政開支	(59.8)	(53.5)	(164.5)	(155.9)
減值（費用）撥回	1.2	—	(10.7)	(30.2)
重組（費用）撥回（不包括計入銷售成本中的金額）	0.7	(5.4)	(0.7)	(11.3)
其他收入（開支）	(1.0)	1.1	3.1	2.5
經營溢利（虧損）	121.8	50.7	281.7	(35.7)
財務收入	2.9	1.0	5.5	2.7
財務費用	(38.5)	(31.0)	(103.3)	(135.2)
財務費用淨額	(35.6)	(30.0)	(97.8)	(132.5)
除所得稅前溢利（虧損）	86.2	20.7	183.9	(168.2)
所得稅（開支）抵免	(20.8)	(23.2)	(50.0)	23.4
期內溢利（虧損）	65.4	(2.5)	133.9	(144.8)
股權持有人應佔溢利（虧損）	58.2	(5.2)	114.5	(147.7)
非控股權益應佔溢利	7.2	2.7	19.4	2.9
期內溢利（虧損）	65.4	(2.5)	133.9	(144.8)
每股盈利（虧損）：				
每股基本及攤薄盈利（虧損）				
<i>(以每股美元呈列)</i>	0.040	(0.004)	0.080	(0.103)

綜合全面收益（虧損）表

(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	
	2022 年	2021 年	2022 年	2021 年
期內溢利（虧損）	65.4	(2.5)	133.9	(144.8)
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）	8.5	2.1	28.7	12.8
結算交叉貨幣掉期協議（除稅後）	(2.4)	0.9	(0.1)	0.9
境外業務外幣匯兌收益（虧損）	(3.3)	(0.6)	2.9	5.4
其他全面收益	2.8	2.4	31.5	19.1
期內全面收益（虧損）總額	68.2	(0.1)	165.4	(125.7)
股權持有人應佔全面收益（虧損）總額	62.8	(2.0)	150.4	(126.9)
非控股權益應佔全面收益總額	5.4	1.9	15.0	1.2
期內全面收益（虧損）總額	68.2	(0.1)	165.4	(125.7)

綜合財務狀況表

(以百萬美元呈列)	2022年 9月30日	2021年 12月31日
非流動資產		
物業、廠房及設備	138.4	155.1
租賃使用權資產	297.7	348.9
商譽	813.3	828.5
其他無形資產	1,375.7	1,392.3
遞延稅項資產	115.3	124.2
衍生金融工具	31.3	—
其他資產及應收款項	61.4	65.7
非流動資產總額	<u>2,833.1</u>	<u>2,914.7</u>
流動資產		
存貨	556.7	348.4
應收賬款及其他應收款項	285.1	206.2
預付費用及其他資產	75.2	60.2
現金及現金等價物	801.0	1,324.8
流動資產總額	<u>1,718.0</u>	<u>1,939.6</u>
資產總額	<u>4,551.1</u>	<u>4,854.3</u>
權益及負債		
權益：		
股本	14.4	14.4
儲備	825.3	675.3
股權持有人應佔權益總額	<u>839.7</u>	<u>689.7</u>
非控股權益	45.4	36.9
權益總額	<u>885.1</u>	<u>726.6</u>
非流動負債		
貸款及借款	2,075.9	2,682.0
租賃負債	213.6	302.8
僱員福利	31.3	28.1
非控股權益認沽期權	68.4	47.2
遞延稅項負債	155.7	140.4
衍生金融工具	—	3.4
其他負債	4.8	6.1
非流動負債總額	<u>2,549.7</u>	<u>3,210.0</u>
流動負債		
貸款及借款	62.4	60.7
長期貸款及借款的即期部分	51.6	46.6
租賃負債的即期部分	147.1	131.2
僱員福利	94.6	92.9
應付賬款及其他應付款項	694.1	529.0
即期稅項負債	66.5	57.3
流動負債總額	<u>1,116.3</u>	<u>917.7</u>
負債總額	<u>3,666.0</u>	<u>4,127.7</u>
權益及負債總額	<u>4,551.1</u>	<u>4,854.3</u>
流動資產淨額	<u>601.7</u>	<u>1,021.9</u>
資產總額減流動負債	<u>3,434.8</u>	<u>3,936.6</u>

綜合權益變動表

(以百萬美元呈列，股份數目除外)	儲備					保留盈利／ (累計虧絀)	股權持有人 應佔權益 總額	非控股 權益	權益總額
	股份數目	股本	額外繳入 股本	換算儲備	其他儲備				
截至 2022 年 9 月 30 日止三個月									
於 2022 年 7 月 1 日的結餘	1,437,826,770	14.4	1,068.2	(57.8)	105.3	(354.9)	775.2	43.2	818.4
期內溢利	—	—	—	—	—	58.2	58.2	7.2	65.4
其他全面收益 (虧損)：									
對沖之公允價值變動 (除稅後)	—	—	—	—	8.5	—	8.5	0.0	8.5
結算交叉貨幣掉期協議 (除稅後)	—	—	—	—	(2.4)	—	(2.4)	—	(2.4)
境外業務外幣匯兌虧損	—	—	—	(1.5)	—	—	(1.5)	(1.8)	(3.3)
期內全面收益 (虧損) 總額	—	—	—	(1.5)	6.1	58.2	62.8	5.4	68.2
直接計入權益的與擁有人的交易：									
計入權益的認沽期權之公允價值變動	—	—	—	—	—	(2.8)	(2.8)	—	(2.8)
以股份支付的薪酬開支	—	—	—	—	3.7	—	3.7	—	3.7
行使購股權	367,493	0.0	1.1	—	(0.3)	—	0.8	—	0.8
向非控股權益派付股息	—	—	—	—	—	—	—	(3.2)	(3.2)
於 2022 年 9 月 30 日的結餘	1,438,194,263	14.4	1,069.3	(59.3)	114.8	(299.5)	839.7	45.4	885.1

綜合權益變動表（續）

	儲備							非控股 權益	權益總額
	股份數目	股本	額外繳入 股本	換算儲備	其他儲備	保留盈利／ （累計虧絀）	股權持有人 應佔權益 總額		
<i>（以百萬美元呈列，股份數目除外）</i>									
截至 2021 年 9 月 30 日止三個月									
於 2021 年 7 月 1 日的結餘	1,435,846,257	14.3	1,063.1	(70.2)	61.4	(549.3)	519.3	31.9	551.2
期內溢利（虧損）	—	—	—	—	—	(5.2)	(5.2)	2.7	(2.5)
其他全面收益（虧損）：									
對沖之公允價值變動（除稅後）	—	—	—	—	2.1	—	2.1	0.0	2.1
結算交叉貨幣掉期協議（除稅後）	—	—	—	—	0.9	—	0.9	—	0.9
境外業務外幣匯兌收益（虧損）	—	—	—	0.2	—	—	0.2	(0.8)	(0.6)
期內全面收益（虧損）總額	—	—	—	0.2	3.0	(5.2)	(2.0)	1.9	(0.1)
直接計入權益的與擁有人的交易：									
計入權益的認沽期權之公允價值變動	—	—	—	—	—	(4.3)	(4.3)	—	(4.3)
以股份支付的薪酬開支	—	—	—	—	3.8	—	3.8	—	3.8
向非控股權益派付股息	—	—	—	—	—	—	—	(1.0)	(1.0)
於 2021 年 9 月 30 日的結餘	1,435,846,257	14.3	1,063.1	(70.0)	68.2	(558.8)	516.8	32.8	549.6

綜合權益變動表（續）

(以百萬美元呈列，股份數目除外)	儲備								
	股份數目	股本	額外繳入股本	換算儲備	其他儲備	保留盈利／ (累計虧絀)	股權持有人 應佔權益 總額	非控股 權益	權益總額
截至 2022 年 9 月 30 日止九個月									
於 2022 年 1 月 1 日的結餘	1,436,905,063	14.4	1,066.3	(66.5)	78.2	(402.7)	689.7	36.9	726.6
期內溢利	—	—	—	—	—	114.5	114.5	19.4	133.9
其他全面收益（虧損）：									
對沖之公允價值變動（除稅後）	—	—	—	—	28.8	—	28.8	(0.1)	28.7
結算交叉貨幣掉期協議（除稅後）	—	—	—	—	(0.1)	—	(0.1)	—	(0.1)
境外業務外幣匯兌收益（虧損）	—	—	—	7.2	—	—	7.2	(4.3)	2.9
期內全面收益總額	—	—	—	7.2	28.7	114.5	150.4	15.0	165.4
直接計入權益的與擁有人的交易：									
計入權益的認沽期權之公允價值變動	—	—	—	—	—	(11.3)	(11.3)	—	(11.3)
以股份支付的薪酬開支	—	—	—	—	10.0	—	10.0	—	10.0
行使購股權	391,903	0.0	1.2	—	(0.3)	—	0.9	—	0.9
歸屬時間掛鈎受限制股份單位	897,297	0.0	1.8	—	(1.8)	—	—	—	—
向非控股權益派付股息	—	—	—	—	—	—	—	(6.5)	(6.5)
於 2022 年 9 月 30 日的結餘	1,438,194,263	14.4	1,069.3	(59.3)	114.8	(299.5)	839.7	45.4	885.1

綜合權益變動表（續）

(以百萬美元呈列，股份數目除外)	儲備						股權持有人 應佔權益 總額	非控股 權益	權益總額
	股份數目	股本	額外繳入 股本	換算儲備	其他儲備	保留盈利/ (累計虧絀)			
截至 2021 年 9 月 30 日止九個月									
於 2021 年 1 月 1 日的結餘	1,434,880,447	14.3	1,061.1	(77.2)	48.6	(412.7)	634.1	34.9	669.0
期內溢利（虧損）	—	—	—	—	—	(147.7)	(147.7)	2.9	(144.8)
其他全面收益（虧損）：									
對沖之公允價值變動（除稅後）	—	—	—	—	12.7	—	12.7	0.1	12.8
結算交叉貨幣掉期協議（除稅後）	—	—	—	—	0.9	—	0.9	—	0.9
境外業務外幣匯兌收益（虧損）	—	—	—	7.2	—	—	7.2	(1.8)	5.4
期內全面收益（虧損）總額	—	—	—	7.2	13.6	(147.7)	(126.9)	1.2	(125.7)
直接計入權益的與擁有人的交易：									
計入權益的認沽期權之公允價值變動	—	—	—	—	—	1.6	1.6	—	1.6
以股份支付的薪酬開支	—	—	—	—	8.0	—	8.0	—	8.0
行使購股權	3,094	0.0	0.0	—	0.0	—	0.0	—	0.0
歸屬時間掛鈎受限制股份單位	962,716	0.0	2.0	—	(2.0)	—	—	—	—
向非控股權益派付股息	—	—	—	—	—	—	—	(3.3)	(3.3)
於 2021 年 9 月 30 日的結餘	1,435,846,257	14.3	1,063.1	(70.0)	68.2	(558.8)	516.8	32.8	549.6

綜合現金流量表

(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	
	2022年	2021年	2022年	2021年
經營活動之現金流量：				
期內溢利（虧損）	65.4	(2.5)	133.9	(144.8)
作出調整以將期內溢利（虧損）與經營活動所得現金淨額進行對賬：				
折舊	8.3	10.6	26.5	35.8
無形資產攤銷	5.7	7.9	17.4	24.3
租賃使用權資產攤銷	29.2	29.5	88.6	90.7
減值費用（撥回）	(1.2)	—	10.7	30.2
計入財務費用的認沽期權之公允價值變動	3.7	3.4	9.8	2.4
以股份支付的非現金薪酬	3.7	3.8	10.0	8.0
借款及租賃負債的利息開支	29.8	28.8	84.2	99.3
終止確認遞延財務費用的非現金費用	—	—	—	30.1
所得稅開支（抵免）	20.8	23.2	50.0	(23.4)
	165.4	104.7	431.1	152.6
經營資產及負債變動：				
應收賬款及其他應收款項	(41.9)	(17.0)	(96.8)	(45.6)
存貨	(106.4)	52.9	(241.8)	100.2
其他流動資產	(4.6)	(12.5)	(15.4)	(10.8)
應付賬款及其他應付款項	134.8	50.3	212.6	53.7
其他資產及負債	7.1	4.2	(2.2)	12.6
經營活動所得現金	154.4	182.6	287.5	262.7
借款及租賃負債的已付利息	(25.4)	(23.6)	(76.3)	(88.8)
已付所得稅	(11.1)	(1.9)	(30.8)	(18.6)
經營活動所得現金淨額	117.9	157.1	180.4	155.3
投資活動之現金流量：				
購買物業、廠房及設備	(15.2)	(1.2)	(27.8)	(5.8)
其他無形資產添置	(2.1)	(0.6)	(5.2)	(2.0)
出售 Speck 的所得款項	—	35.3	—	35.3
投資活動（所用）所提供現金淨額	(17.3)	33.5	(33.0)	27.5
融資活動之現金流量：				
定期貸款信貸融通付款	(12.9)	(8.2)	(83.7)	(248.0)
循環信貸融通付款	(301.3)	(40.0)	(451.3)	(140.0)
其他貸款及借款所得款項（付款）	2.7	(1.4)	9.2	1.0
租賃負債的本金付款	(34.4)	(38.0)	(104.4)	(120.1)
支付遞延融資成本	—	—	—	(3.5)
行使購股權所得款項	0.8	—	0.9	0.0
向非控股權益派付股息	(3.2)	(1.0)	(6.5)	(3.3)
融資活動所用現金淨額	(348.3)	(88.6)	(635.8)	(513.9)
現金及現金等價物（減少）增加淨額	(247.7)	102.0	(488.4)	(331.1)
期初現金及現金等價物	1,064.6	1,058.2	1,324.8	1,495.0
匯率變動的影響	(15.9)	(6.7)	(35.4)	(10.4)
期末現金及現金等價物	801.0	1,153.5	801.0	1,153.5

管理層討論與分析

截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月

銷售淨額

於截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 233.8 百萬美元或 42.0%（按不變匯率基準計算則增加 54.7%）。由於市場持續推出具有成效的疫苗，多國政府進一步放寬社交距離、旅遊及其他限制，導致旅遊業持續復甦，因而緩和了 2019 冠狀病毒疫症對本集團在大多數國家的產品需求的影響，故本集團的銷售淨額趨勢持續改善。

於評估截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的業績時，若干因素影響與過往期間的可比性，主要是暫停並隨後出售俄羅斯業務及出售 Speculative Product Design, LLC（「Speck」）。由於烏克蘭的武裝衝突，本集團於 2022 年 3 月 14 日暫停在俄羅斯的所有商業活動，且本集團隨後釐定繼續擁有俄羅斯的業務不再可行。本集團於 2022 年 7 月 1 日根據於 2022 年 6 月 30 日簽訂的最終協議完成出售其俄羅斯業務。於 2021 年 7 月 30 日，本公司一家全資附屬公司出售 Speck，該公司為一家個人電子設備纖薄保護殼的設計商及分銷商，以 Speck® 品牌銷售旗下產品。

於下文的討論中，銷售淨額表現不包括(i)本集團的先前俄羅斯業務於 2021 年及 2019 年第三季度的銷售淨額（「俄羅斯第三季度銷售淨額」），(ii)Speck 於 2021 年 7 月及 2019 年第三季度的銷售淨額（「Speck 第三季度銷售淨額」，連同俄羅斯第三季度銷售淨額統稱「俄羅斯及 Speck 的第三季度銷售淨額」）。此外，進一步撇除本集團於中國 2022 年、2021 年及 2019 年第三季度的銷售淨額以資比較。於 2022 年第二季度及第三季度，中國政府再度實施旅遊限制及社交距離措施，以應對 2019 冠狀病毒疫症的進一步爆發，這減慢了本集團在中國銷售淨額的復甦步伐。

經撇除俄羅斯及 Speck 的第三季度銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，綜合銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 250.6 百萬美元或 46.4%（按不變匯率基準計算則增加 59.5%）。進一步撇除本集團於中國的銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，綜合銷售淨額較去年同期增加 257.1 百萬美元或 53.6%（按不變匯率基準計算則增加 67.8%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團的綜合銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止三個月減少 14.2%（按不變匯率基準計算則減少 6.1%）。經撇除俄羅斯及 Speck 的第三季度銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，綜合銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止三個月減少 8.0%（按不變匯率基準計算則增加 0.6%）。進一步撇除本集團於中國的銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，綜合銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止三個月減少 5.5%（按不變匯率基準計算則增加 4.2%）。

本集團的銷售淨額延續利好趨勢，經撇除俄羅斯及 Speck 的銷售淨額（定義見「管理層討論與分析－截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月－銷售淨額」），本集團於 2022 年 10 月按不變匯率基準計算的銷售淨額與 2019 年 10 月相比增加 2.3%，而進一步撇除本集團於中國的銷售淨額則增加 6.5%。

按地區劃分的銷售淨額

下表載列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月按地區劃分的銷售淨額明細，以絕對值及佔總銷售淨額百分比列賬。

	截至 9 月 30 日止三個月					
	2022 年		2021 年		2022 年與 2021 年比較	
	銷售淨額 百萬美元	銷售淨額 百分比	銷售淨額 百萬美元	銷售淨額 百分比	增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的增加 （減少）百分比 ⁽⁵⁾
按地區劃分的銷售淨額 ⁽¹⁾ ：						
北美洲 ⁽²⁾	292.3	37.0 %	214.9	38.6 %	36.0 %	36.4 %
亞洲	264.4	33.4 %	174.0	31.2 %	52.0 %	66.0 %
歐洲 ⁽³⁾	193.2	24.4 %	139.5	25.0 %	38.5 %	68.7 %
拉丁美洲	40.6	5.1 %	28.2	5.1 %	43.9 %	56.7 %
企業	0.4	0.1 %	0.5	0.1 %	(28.7) %	(28.7) %
銷售淨額 ⁽⁴⁾	790.9	100.0 %	557.1	100.0 %	42.0 %	54.7 %

註釋

- (1) 本集團銷售淨額的地域位置分佈一般反映出售產品的國家／地區，並不一定為終端消費者實際所在的國家／地區。
- (2) 於 2021 年 7 月 30 日，本公司一家全資附屬公司出售 Speck。經撇除於 2021 年 7 月的 Speck 第三季度銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，於北美洲的銷售淨額較去年同期增加 81.7 百萬美元或 38.8%（按不變匯率基準計算則增加 39.2%）。
- (3) 由於烏克蘭的武裝衝突，本集團於 2022 年 3 月 14 日暫停在俄羅斯的所有商業活動。本集團於 2022 年 7 月 1 日完成出售其俄羅斯業務。經撇除於 2021 年的俄羅斯第三季度銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月歐洲的銷售淨額較去年同期增加 66.2 百萬美元或 52.1%（按不變匯率基準計算則增加 85.4%）。
- (4) 經撇除俄羅斯及 Speck 的第三季度銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，綜合銷售淨額較去年同期增加 250.6 百萬美元或 46.4%（按不變匯率基準計算則增加 59.5%）。
- (5) 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的年度同期的平均匯率計算所得。

品牌

下表載列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月按品牌劃分的銷售淨額明細，以絕對值及佔總銷售淨額百分比列賬。

	截至 9 月 30 日止三個月					
	2022 年		2021 年		2022 年與 2021 年比較	
	銷售淨額 百萬美元	百分比	銷售淨額 百萬美元	百分比	增加 (減少) 百分比	撇除匯兌影響的增加 (減少) 百分比 ⁽³⁾
按品牌劃分的銷售淨額：						
新秀丽	414.8	52.5 %	259.6	46.6 %	59.8 %	75.5 %
Tumi	165.3	20.9 %	134.9	24.2 %	22.5 %	29.9 %
American Tourister	145.6	18.4 %	100.3	18.0 %	45.2 %	58.6 %
Gregory	14.2	1.8 %	16.6	3.0 %	(14.4) %	(2.7) %
Speck ⁽¹⁾	—	— %	4.3	0.8 %	(100.0) %	(100.0) %
其他 ⁽²⁾	51.0	6.4 %	41.5	7.4 %	22.8 %	34.8 %
銷售淨額	790.9	100.0 %	557.1	100.0 %	42.0 %	54.7 %

註釋

- (1) 於 2021 年 7 月 30 日，本公司一家全資附屬公司出售 Speck，包括 Speck 品牌。
- (2) 「其他」一欄包括 High Sierra、Kamiliant、ebags、Xtrem、Lipault、Hartmann、Saxoline 及 Secret 等本集團若干其他自有品牌，以及透過本集團 Rolling Luggage 及 Chic Accent 零售店出售的第三方品牌。
- (3) 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的年度同期的平均匯率計算所得。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團核心品牌的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月均按年強勁增長。新秀丽品牌的銷售淨額於本集團所有地區均有所增長，按年增加 155.2 百萬美元或 59.8%（按不變匯率基準計算則增加 75.5%）。Tumi 品牌的銷售淨額按年增加 30.4 百萬美元或 22.5%（按不變匯率基準計算則增加 29.9%）。Tumi 品牌銷售淨額的增長是受到北美洲增加 12.0 百萬美元、亞洲增加 9.9 百萬美元、歐洲增加 8.3 百萬美元及拉丁美洲增加 0.3 百萬美元所推動。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，American Tourister 品牌的銷售淨額於本集團所有地區均有所增長，較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 45.4 百萬美元或 45.2%（按不變匯率基準計算則增加 58.6%）。

產品類別

本集團銷售的產品來自兩個主要產品類別：旅遊及非旅遊。下表載列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月按產品類別劃分的銷售淨額明細，以絕對值及佔總銷售淨額百分比列賬。

	截至 9 月 30 日止三個月					
	2022 年		2021 年		2022 年與 2021 年比較	
	銷售淨額 百萬美元	百分比	銷售淨額 百萬美元	百分比	增加 (減少) 百分比	撇除匯兌影響的增加 (減少) 百分比 ⁽³⁾
按產品類別劃分的銷售淨額：						
旅遊	538.6	68.1 %	333.5	59.9 %	61.5 %	75.0 %
非旅遊 ^{(1) (2)}	252.3	31.9 %	223.7	40.1 %	12.8 %	24.5 %
銷售淨額	790.9	100.0 %	557.1	100.0 %	42.0 %	54.7 %

註釋

- (1) 非旅遊類別包括商務、休閒、配件及其他產品。

- (2) 於 2021 年 7 月 30 日，本公司一家全資附屬公司出售 Speck。經撇除於 2021 年 7 月適用的 Speck 第三季度銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，非旅遊產品類別銷售淨額較去年同期增加 32.9 百萬美元或 15.0%（按不變匯率基準計算則增加 26.9%）。
- (3) 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的年度同期的平均匯率計算所得。

旅遊產品類別於截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 205.2 百萬美元或 61.5%（按不變匯率基準計算則增加 75.0%）。由於市場持續推出具有成效的疫苗，多國政府進一步放寬社交距離、旅遊及其他限制，導致旅遊業持續復甦，因而緩和了 2019 冠狀病毒疫症對本集團在大多數國家的旅遊產品需求的影響，故本集團旅遊產品類別的銷售淨額趨勢持續改善。非旅遊產品類別（包括商務、休閒、配件及其他產品）截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的總銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 28.6 百萬美元或 12.8%（按不變匯率基準計算則增加 24.5%）。經撇除於 2021 年 7 月適用的 Speck 第三季度銷售淨額，非旅遊產品類別截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較去年同期增加 32.9 百萬美元或 15.0%（按不變匯率基準計算則增加 26.9%）。

商務產品截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較去年同期增加 21.5 百萬美元或 18.4%（按不變匯率基準計算則增加 30.5%）。經撇除於 2021 年 7 月適用的 Speck 第三季度銷售淨額，商務產品截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較去年同期增加 22.6 百萬美元或 19.6%（按不變匯率基準計算則增加 31.8%）。休閒產品截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額按年增加 5.8 百萬美元或 10.3%（按不變匯率基準計算則增加 22.1%）。配件產品截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額按年增加 1.0 百萬美元或 2.4%，但按不變匯率基準計算則增加 11.6%。經撇除於 2021 年 7 月適用的 Speck 第三季度銷售淨額，配件產品截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較去年同期增加 4.0 百萬美元或 11.0%（按不變匯率基準計算則增加 21.0%）。

分銷渠道

本集團通過兩個主要分銷渠道銷售產品：批發及直接面向消費者（「DTC」）。下表載列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月按分銷渠道劃分的銷售淨額明細，以絕對值及佔總銷售淨額百分比列賬。

	截至 9 月 30 日止三個月					
	2022 年		2021 年		2022 年與 2021 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	銷售淨額 百分比	增加 (減少) 百分比	撇除匯兌影響的增加 (減少) 百分比 ⁽³⁾
按分銷渠道劃分的銷售淨額：						
批發	506.6	64.0 %	340.7	61.1 %	48.7 %	61.6 %
DTC ⁽¹⁾	283.8	35.9 %	215.9	38.8 %	31.4 %	44.0 %
其他 ⁽²⁾	0.4	0.1 %	0.5	0.1 %	(14.3) %	(14.3) %
銷售淨額	790.9	100.0 %	557.1	100.0 %	42.0 %	54.7 %

註釋

(1) DTC（即直接面向消費者）包括本集團運營的實體零售和電子商貿網站。

(2) 「其他」一欄主要包括授權收入。

(3) 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的年度同期的平均匯率計算所得。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月批發渠道的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 165.9 百萬美元或 48.7%（按不變匯率基準計算則增加 61.6%）。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月向網上零售商銷售的銷售淨額（計入本集團的批發渠道內）較去年同期增加 9.1 百萬美元或 16.0%（按不變匯率基準計算則增加 24.5%）。

DTC 渠道（包括自營零售店及 DTC 電子商貿）的銷售淨額由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 215.9 百萬美元（佔銷售淨額的 38.8%）增加 67.9 百萬美元或 31.4%（按不變匯率基準計算則增加 44.0%）至截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的 283.8 百萬美元（佔銷售淨額的 35.9%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，DTC 零售渠道銷售淨額較去年同期增加 53.0 百萬美元或 33.6%（按不變匯率基準計算則增加 47.2%），主要由於消費者需求增加及於去年同期因 2019 冠狀病毒疫症而暫時關閉的部分自營零售店重新開業所致。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團新增 7 家自營零售店，部分被 5 家永久關閉的自營零售店所抵銷。這導致截至 2022 年 9 月 30 日止三個月淨增加 2 家自營零售店，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月則淨減少 11 家自營零售店。於 2022 年 9 月 30 日自營零售店的總數為 965 家，而於 2021 年 9 月 30 日則為 1,016 家自營零售店及於 2019 年 9 月 30 日則為 1,285 家自營零售店。由於本集團多家自營零售店因 2019 冠狀病毒疫症於 2021 年第三季度暫時關閉，本公司認為其 2022 年季度初至今的可比較店舖銷售指標並不反映其業務的相關趨勢。本公司並無於銷售淨額的討論及分析中計入該等指標。

DTC 電子商貿的總銷售淨額由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 58.3 百萬美元（佔銷售淨額的 10.5%）增加 14.9 百萬美元或 25.6%（按不變匯率基準計算則增加 35.3%）至截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的 73.3 百萬美元（佔銷售淨額的 9.3%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團銷售淨額中 139.5 百萬美元來自電子商貿渠道（包括來自本集團 DTC 電子商貿網站的銷售淨額 73.3 百萬美元（計入 DTC 渠道內）以及向網上零售商銷售的銷售淨額 66.2 百萬美元（計入批發渠道內），較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月按年增加 24.1 百萬美元或 20.8%（按不變匯率基準計算則增加 30.0%），而當時電子商貿則佔本集團銷售淨額 115.4 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團來自電子商貿渠道的銷售淨額佔總銷售淨額的 17.6%，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月則佔總銷售淨額的 20.7%。來自電子商貿渠道的銷售淨額佔總銷售淨額的百分比按年下降，主要是由於政府放寬社交距離限制及世界各地市場重啟，導致許多顧客再次親臨實體店購物而非在網上購物。

地區

北美洲

由於美國及加拿大社交距離限制放寬、市場重啟及旅遊持續反彈，本集團截至 2022 年 9 月 30 日止三個月於北美洲的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 77.4 百萬美元或 36.0%（按不變匯率基準計算則增加 36.4%）。於 2021 年 7 月 30 日，本公司一家全資附屬公司出售 Speck。經撇除於 2021 年 7 月的 Speck 第三季度銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月於北美洲的銷售淨額較去年同期增加 81.7 百萬美元或 38.8%（按不變匯率基準計算則增加 39.2%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團於北美洲的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止三個月下跌 13.7%（按不變匯率基準計算則下跌 13.8%）。於 2022 年第三季度，本集團於北美洲的銷售淨額（與 2019 年同期相比並撇除 Speck 第三季度銷售淨額）繼續按季改善，銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止季度減少 0.8%（按不變匯率基準計算則減少 0.8%）。相比之下，於 2022 年第二季度，本集團於北美洲的銷售淨額（與 2019 年同期相比並撇除 2019 年第二季度的 Speck 銷售淨額）減少 16.8%（按不變匯率基準計算則減少 17.0%）。相比之下，於 2022 年第一季度，本集團於北美洲的銷售淨額（與 2019 年同期相比並撇除 2019 年第一季度的 Speck 銷售淨額）減少 21.5%（按不變匯率基準計算則減少 21.6%）。

與 2019 年 10 月相比及撇除 Speck 銷售淨額後，本集團於 2022 年 10 月於北美洲按不變匯率基準計算的銷售淨額減少 1.8%。

新秀麗品牌截至 2022 年 9 月 30 日止三個月於北美洲的銷售淨額較去年同期增加 72.2 百萬美元或 84.7%（按不變匯率基準計算則增加 85.2%）。Tumi 品牌的銷售淨額較去年同期增加 12.0 百萬美元或 14.4%（按不變匯率基準計算則增加 14.7%）。American Tourister 品牌的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 0.4 百萬美元或 1.4%（按不變匯率基準計算則增加 1.8%）。Gregory 品牌的銷售淨額較去年同期減少 1.2 百萬美元或 25.6%（按不變匯率基準計算則減少 25.6%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，美國的銷售淨額按年增加 69.5 百萬美元或 33.9%。經撇除於 2021 年 7 月的 Speck 第三季度銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月美國的銷售淨額較去年同期增加 73.7 百萬美元或 36.7%。由於社交距離限制放寬及市場重啟，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，加拿大的銷售淨額按年增加 8.0 百萬美元或 79.9%（按不變匯率基準計算則增加 87.7%）。

與截至 2019 年 9 月 30 日止三個月相比，經撇除於 2019 年的 Speck 第三季度銷售淨額，美國截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額減少 1.3%。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，加拿大的銷售淨額與截至 2019 年 9 月 30 日止三個月相比增加 9.1%（按不變匯率基準計算則增加 8.0%）。

亞洲

儘管中國再度實施旅遊限制及社交距離措施減慢了銷售淨額的復甦步伐，但亞洲其他國家的銷售淨額表現持續改善。本集團截至 2022 年 9 月 30 日止三個月於亞洲的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 90.4 百萬美元或 52.0%（按不變匯率基準計算則增加 66.0%）。經撇除本集團於中國 2022 年及 2021 年第三季度應佔的銷售淨額，本集團截至 2022 年 9 月 30 日止三個月於亞洲的銷售淨額較去年同期增加 96.9 百萬美元或 85.9%（按不變匯率基準計算則增加 104.7%）。

儘管 2022 年第三季度的改善步伐受到中國封城的影響而繼續有所放緩，但本集團 2022 年第三季度於亞洲的銷售淨額（與 2019 年同期相比）繼續按季改善。於截至 2022 年 9 月 30 日止季度，本集團錄得的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止季度減少 20.6%（按不變匯率基準計算則減少 13.9%）；進一步撇除本集團於中國 2022 年及 2019 年第三季度應佔的銷售淨額，本集團錄得銷售淨額減少 16.8%（按不變匯率基準計算則減少 7.5%）。相比之下，於 2022 年第二季度，本集團於亞洲的銷售淨額（與 2019 年同期相比）減少 38.2%（按不變匯率基準計算則減少 34.5%）；進一步撇除本集團於中國 2022 年及 2019 年第二季度應佔的銷售淨額，本集團錄得銷售淨額減少 31.4%（按不變匯率基準計算則減少 26.2%）。相比之下，於 2022 年第一季度，本集團於亞洲的銷售淨額（與 2019 年同期相比）減少 39.6%（按不變匯率基準計算則減少 38.6%）。

本集團於亞洲的銷售淨額延續利好趨勢。本集團於 2022 年 10 月按不變匯率基準計算的銷售淨額與 2019 年 10 月相比減少 3.9%，而撇除本集團於中國的銷售淨額則增加 8.5%。

新秀麗品牌截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較去年同期增加 41.3 百萬美元或 58.5%（按不變匯率基準計算則增加 72.8%）。Tumi 品牌的銷售淨額按年增加 9.9 百萬美元或 26.8%（按不變匯率基準計算則增加 39.6%）。American Tourister 品牌的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 30.6 百萬美元或 66.7%（按不變匯率基準計算則增加 80.4%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，印度的銷售淨額較去年同期增加 26.1 百萬美元或 71.0%（按不變匯率基準計算則增加 84.7%），主要由於印度政府取消所有旅遊限制以及進一步放寬其他社交距離措施。由於澳洲政府結束封城限制並開放該國邊境，澳洲的銷售淨額較去年同期增加 12.9 百萬美元或 377.3%（按不變匯率基準計算則增加 413.2%）。南韓的銷售淨額按年增加 11.3 百萬美元或 62.3%（按不變匯率基準計算則增加 87.3%）。日本的銷售淨額按年增加 6.7 百萬美元或 26.5%（按不變匯率基準計算則增加 57.5%）。香港呈報的總銷售淨額（包括在香港本地市場、澳門以及向若干其他亞洲市場分銷商錄得的銷售淨額）按年增加 2.1 百萬美元或 15.0%（按不變匯率基準計算則增加 15.4%）。該等銷售淨額按年增幅部分被中國（由於再次封城及旅遊限制持續）的銷售淨額減少 6.5 百萬美元或 10.6%（按不變匯率基準計算則減少 5.4%）所抵銷。經撇除中國於 2022 年及 2021 年第三季度應佔的銷售淨額，亞洲的銷售淨額按年增加 96.9 百萬美元或 85.9%（按不變匯率基準計算則增加 104.7%）。

印度截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較 2019 年同期增加 33.7%（按不變匯率基準計算則增加 52.2%），而截至 2022 年 9 月 30 日止三個月本集團在亞洲其餘主要市場的銷售淨額仍然較截至 2019 年 9 月 30 日止三個月減少，包括：中國（減少 32.4%，按不變匯率基準計算則減少 34.0%）、日本（減少 48.9%，按不變匯率基準計算則減少 34.8%）、南韓（減少 34.8%，按不變匯率基準計算則減少 27.0%）及香港（減少 47.4%，按不變匯率基準計算則減少 47.4%）。

歐洲

本集團截至 2022 年 9 月 30 日止三個月於歐洲的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 53.7 百萬美元或 38.5%（按不變匯率基準計算則增加 68.7%）。由於烏克蘭的武裝衝突，本集團於 2022 年 3 月 14 日暫停在俄羅斯的所有商業活動，且本集團隨後釐定繼續擁有俄羅斯的業務不再可行。本集團於 2022 年 7 月 1 日根據於 2022 年 6 月 30 日簽訂的最終協議完成出售其俄羅斯業務。經撇除 2021 年俄羅斯第三季度銷售淨額，本集團截至 2022 年 9 月 30 日止三個月於歐洲的銷售淨額較去年同期增加 66.2 百萬美元或 52.1%（按不變匯率基準計算則增加 85.4%）。

於 2022 年第三季度，本集團於歐洲的銷售淨額（與 2019 年同期相比）繼續按季改善。截至 2022 年 9 月 30 日止季度，本集團錄得的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止季度減少 8.3%，但按不變匯率基準計算則增加 10.7%；進一步撇除 2019 年俄羅斯第三季度銷售淨額，本集團於歐洲的銷售淨額減少 0.1%，但按不變匯率基準計算則增加 20.6%。相比之下，於 2022 年第二季度，本集團於歐洲的銷售淨額（與 2019 年同期相比）減少 11.0%（按不變匯率基準計算則減少 0.5%）；進一步撇除於 2022 年及 2019 年第二季度的俄羅斯銷售淨額，本集團於歐洲的銷售淨額減少 1.8%，但按不變匯率基準計算則增加 9.9%。相比之下，於 2022 年第一季度，本集團於歐洲的銷售淨額（與 2019 年同期相比）減少 27.7%（按不變匯率基準計算則減少 21.5%）。

與 2019 年 10 月相比及撇除俄羅斯銷售淨額後，本集團於 2022 年 10 月於歐洲按不變匯率基準計算的銷售淨額增加 13.3%。

新秀麗品牌截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較去年同期增加 32.2 百萬美元或 34.6%（按不變匯率基準計算則增加 65.5%）。Tumi 品牌的銷售淨額按年增加 8.3 百萬美元或 61.9%（按不變匯率基準計算則增加 98.9%）。American Tourister 品牌的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 12.1 百萬美元或 49.5%（按不變匯率基準計算則增加 76.8%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月於英國的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 12.0 百萬美元或 134.2%（按不變匯率基準計算則增加 172.1%）。意大利的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 6.3 百萬美元或 44.3%（按不變匯率基準計算則增加 67.7%）。法國的銷售淨額較去年同期增加 4.5 百萬美元或 31.6%（按不變匯率基準計算則增加 53.0%）。德國截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較去年同期增加 4.1 百萬美元或 20.6%（按不變匯率基準計算則增加 40.4%）。西班牙的銷售淨額按年增加 4.0 百萬美元或 34.5%（按不變匯率基準計算則增加 56.3%）。

本集團截至 2022 年 9 月 30 日止三個月在歐洲的所有主要市場錄得的銷售淨額均較截至 2019 年 9 月 30 日止三個月下跌，包括：德國（減少 20.5%；按不變匯率基準計算則減少 13.2%）、英國（減少 5.2%；按不變匯率基準計算則減少 2.0%）、法國（減少 7.4%；但按不變匯率基準計算則增加 1.1%）、意大利（減少 6.1%；但按不變匯率基準計算則增加 2.5%）及西班牙（減少 2.7%；但按不變匯率基準計算則增加 6.1%）。

拉丁美洲

本集團截至 2022 年 9 月 30 日止三個月於拉丁美洲的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 12.4 百萬美元或 43.9%（按不變匯率基準計算則增加 56.7%）。

於 2022 年第三季度，本集團於拉丁美洲的銷售淨額（與 2019 年同期相比）繼續按季改善。截至 2022 年 9 月 30 日止季度，本集團錄得的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止季度增加 6.4%（按不變匯率基準計算則增加 38.0%）。相比之下，於 2022 年第二季度，本集團於拉丁美洲的銷售淨額（與 2019 年同期相比）增加 4.9%（按不變匯率基準計算則增加 34.6%）。相比之下，於 2022 年第一季度，本集團於拉丁美洲的銷售淨額（與 2019 年同期相比）減少 3.4%，但按不變匯率基準計算則增加 28.7%。

與 2019 年 10 月相比，本集團於 2022 年 10 月於拉丁美洲按不變匯率基準計算的銷售淨額增加 26.9%。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，*新秀麗* 品牌於拉丁美洲的銷售淨額較去年同期增加 9.5 百萬美元或 88.4%（按不變匯率基準計算則增加 102.7%）。*Tumi* 品牌於拉丁美洲的銷售淨額較去年同期增加 0.3 百萬美元或 19.1%（按不變匯率基準計算則增加 19.9%）。*American Tourister* 品牌的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月增加 2.3 百萬美元或 51.5%（按不變匯率基準計算則增加 59.6%）。*Saxoline* 品牌的銷售淨額按年增加 0.6 百萬美元或 22.4%（按不變匯率基準計算則增加 46.3%）。*Xtrem* 品牌的銷售淨額較去年同期增加 0.5 百萬美元或 9.2%（按不變匯率基準計算則增加 19.9%）。

智利截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較去年同期減少 1.3 百萬美元或 11.6%，但按不變匯率基準計算則增加 5.5%。墨西哥的銷售淨額按年增加 5.8 百萬美元或 76.3%（按不變匯率基準計算則增加 77.7%）。巴西的銷售淨額按年增加 4.0 百萬美元或 114.5%（按不變匯率基準計算則增加 116.2%）。

本集團截至 2022 年 9 月 30 日止三個月在拉丁美洲的兩個主要市場錄得的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止三個月下跌，包括：智利（減少 10.6% 但按不變匯率基準計算則增加 15.5%）及墨西哥（減少 9.2%；按不變匯率基準計算則減少 6.0%）。巴西截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止三個月增加 52.0%（按不變匯率基準計算則增加 99.0%）。

銷售成本及毛利

銷售成本由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 248.1 百萬美元（佔銷售淨額 44.5%）增加 107.6 百萬美元或 43.4% 至截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的 355.7 百萬美元（佔銷售淨額 45.0%）。儘管銷售成本受到全球貨運及原材料成本上漲的負面影響，但本集團利用其與供應商的長久關係盡可能減輕成本上升的影響，並在大多數市場上調價格，以抵銷因上述因素對利潤率造成的壓力。

由於銷售額按年增加，毛利由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 309.0 百萬美元增加 126.2 百萬美元或 40.8% 至截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的 435.2 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，毛利率為 55.0%，而去年同期則為 55.5%。毛利率與 2021 年第三季度相比下降 50 個基點，主要是由於品牌、國家及渠道銷售組合變動所致，部分被減少促銷活動以及本集團為緩解產品、運費及關稅成本上升而提高產品售價所抵銷。多國貨幣兌美元貶值亦對毛利率造成負面影響。

本集團於 2022 年第三季度的毛利率為 55.0%，而截至 2019 年 9 月 30 日止三個月則錄得毛利率 55.7%。毛利率下降 70 個基點主要是由於與 2019 年第三季度相比，2022 年第三季度的生產成本固定但銷售淨額減少，貨運和原材料成本上升，因美國普及特惠稅制方案（「普惠制」）未獲重續導致關稅上升，以及亞洲的銷售組合變動所影響，部分被減少促銷活動以及本集團為緩解產品、運費及關稅成本上升而提高產品售價所抵銷。

分銷開支

分銷開支由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 179.0 百萬美元（佔銷售淨額 32.1%）增加 30.7 百萬美元或 17.2% 至截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的 209.7 百萬美元（佔銷售淨額 26.5%）。與截至 2019 年 9 月 30 日止三個月相比，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的分銷開支減少 30.9%，而佔銷售淨額的百分比則較截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的 33.0% 減少 650 個基點。分銷開支佔銷售淨額的百分比有所改善，主要由於銷售淨額增加及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構所致。

營銷開支

本集團的營銷開支由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 21.5 百萬美元增加 23.3 百萬美元或 108.5% 至截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的 44.8 百萬美元。營銷開支佔銷售淨額的百分比由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 3.9% 增加 180 個基點至截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的 5.7%。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的營銷開支佔銷售淨額的百分比比較截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的 4.9% 增加 80 個基點。本集團已選擇性地於旅遊需求復甦較快的市場增加廣告投放。

一般及行政開支

一般及行政開支由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 53.5 百萬美元（佔銷售淨額 9.6%）增加 6.2 百萬美元或 11.6% 至截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的 59.8 百萬美元（佔銷售淨額 7.6%）。一般及行政開支佔銷售淨額的百分比減少反映了銷售淨額增加及管理層採取措施（包括裁員及其他節流措施）精簡業務的固定成本結構的成果，以助減輕 2019 冠狀病毒疫症對本集團盈利能力造成的負面影響。一般及行政開支佔銷售淨額的百分比由截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的 6.0% 增加至截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的 7.6%，主要由於 2022 年第三季度的銷售淨額基數較低所致。

減值費用（撥回）

下表載列截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的非現金減值費用（撥回）（「2022 年第三季度減值費用（撥回）」）明細。截至 2021 年 9 月 30 日止三個月並無錄得減值費用（撥回）。

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月	
	2022 年	2021 年
	2022 年第三季 度減值費用 (撥回)	2021 年第三季 度減值費用 (撥回)
適用於以下各項的減值費用（撥回）： 功能範疇		
租賃使用權資產 分銷	(1.2)	—
減值費用（撥回）總額	(1.2)	—

根據《國際會計準則》（「IAS」）第 36 號資產減值（「IAS 第 36 號」），本集團須至少每年評估無限可用年期的無形資產。本集團審閱無限可用年期的無形資產之賬面值，以釐定是否有任何減值跡象顯示現金產生單位（「現金產生單位」）低於其賬面值（導致減值費用），或發生事件或情況變化而導致無形資產（撇除商譽）的可收回金額超過其減值賬面淨額（導致減值撥回）。本集團亦須於各報告期末審閱有限可用年期的有形及無形資產的減值跡象。倘有任何跡象顯示資產可能減值或可能發生減值撥回，則本集團須評估資產或現金產生單位的可收回金額。

2022 年第三季度減值費用（撥回）

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團釐定並無觸發事件顯示其無限可用年期的無形資產或具有有限可用年期的其他資產出現減值。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，情況變化導致租賃使用權資產的可收回金額超過其減值賬面淨額，本集團撥回了對先前減值租賃使用權資產的非現金減值費用 1.2 百萬美元。

截至 2021 年 9 月 30 日止三個月，本集團釐定並無觸發事件顯示其無限可用年期的無形資產或具有有限可用年期的其他資產出現減值。

重組費用（撥回）

下表載列截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的重組費用（撥回）（「2022 年第三季度重組費用（撥回）」）及截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的重組費用（「2021 年第三季度重組費用」）明細。

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月	
	2022 年	2021 年
	2022 年第三季 度重組費用 (撥回)	2021 年第三季 度重組費用
功能範疇		
計入銷售成本的重組費用	—	0.2
分銷功能應佔的重組費用（撥回）	(0.7)	1.2
一般及行政功能應佔的重組費用	0.0	4.2
重組費用（撥回）（撇除計入銷售成本的金額）	(0.7)	5.4
重組費用（撥回）總額	(0.7)	5.6

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團釐定無需再計提重組部分並撥回 0.7 百萬美元。

於 2020 年及 2021 年上半年，為應對 2019 冠狀病毒疫症，本集團大幅削減其經營開支，以減輕銷售額下滑對溢利及現金流量的影響，同時精簡業務以切合未來發展所需。配合成本節流行動及其他重組措施，本集團於截至 2021 年 9 月 30 日止三個月確認 2021 年第三季度重組費用 5.6 百萬美元。2021 年第三季度重組費用主要包括關閉店舖成本、與於 2021 年 7 月 30 日出售 Speck 相關的遣散費及若干其他成本（如下文所述）。

於 2021 年 6 月，作為全球重組方案的一環，本公司於新加坡設立品牌開發及採購中心，以加強協調本公司的產品開發、品牌管理及供應鏈營運。設立該中心使本公司能夠為多個主要品牌（包括新秀丽及 American Tourister）設計及開發更貼近市場的產品，同時管理其廣泛的採購活動。於 2021 年 6 月，本集團亦完成集團內若干知識產權重整（「集團內知識產權重整」）。截至 2021 年 9 月 30 日止三個月，本集團確認與於新加坡設立品牌開發及採購中心相關的費用。

其他收入（開支）

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團錄得其他開支 1.0 百萬美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月則錄得其他收入 1.1 百萬美元。

經營溢利

下表呈列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月本集團呈報的經營溢利與經調整後的經營溢利的對賬。

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月		增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽¹⁾
	2022 年	2021 年		
呈報的經營溢利	121.8	50.7	140.0 %	165.4 %
減值費用（撥回）	(1.2)	—	n/a	n/a
重組費用（撥回）	(0.7)	5.6	nm	nm
出售 Speck 的虧損	—	1.3	(100.0) %	(100.0) %
經調整後的經營溢利	119.8	57.7	107.7 %	129.5 %

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的年度同期的平均匯率計算所得。
n/a 不適用。
nm 無意義。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團呈報經營溢利 121.8 百萬美元，較去年同期的經營溢利 50.7 百萬美元改善 71.0 百萬美元。2022 年第三季度的經營溢利較去年同期有所改善，主要由於銷售淨額改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。

財務費用淨額

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的財務費用淨額由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 30.0 百萬美元增加 5.5 百萬美元或 18.5% 至 35.6 百萬美元。該增幅主要是由於外匯虧損增加 9.1 百萬美元以及貸款及借款的利息開支因利率提升而增加 1.7 百萬美元所致，部分被其他財務費用減少 2.8 百萬美元及利息收入增加 1.9 百萬美元所抵銷。

於 2022 年第三季度，本集團提前償還循環信貸融通（定義見「管理層討論與分析－其他信息－負債」）項下未償還借款 301.3 百萬美元。

下表載列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月的財務費用總額明細。

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月	
	2022 年	2021 年
於損益中確認：		
利息收入	2.9	1.0
財務收入總額	2.9	1.0
貸款及借款的利息開支	(24.1)	(22.4)
與優先信貸融通相關的遞延融資成本攤銷	(1.1)	(1.2)
租賃負債的利息開支	(4.5)	(5.2)
認沽期權之公允價值變動	(3.7)	(3.4)
外匯收益（虧損）淨額	(8.4)	0.7
其他財務費用	3.3	0.5
財務費用總額	(38.5)	(31.0)
於損益中確認的財務費用淨額	(35.6)	(30.0)

除所得稅前溢利

下表呈列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月本集團呈報的除所得稅前溢利與經調整後的除所得稅前溢利的對賬。

(以百萬美元呈列)	除所得稅前溢利			
	截至 9 月 30 日止三個月		增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽¹⁾
	2022 年	2021 年		
呈報的除所得稅前溢利	86.2	20.7	316.4 %	389.0 %
減值費用（撥回）	(1.2)	—	n/a	n/a
重組費用（撥回）	(0.7)	5.6	nm	nm
出售 Speck 的虧損	—	1.3	(100.0) %	(100.0) %
經調整後的除所得稅前溢利	84.3	27.7	204.6 %	258.0 %

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的年度同期的平均匯率計算所得。

n/a 不適用。

nm 無意義。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團錄得除所得稅前溢利 86.2 百萬美元，較去年同期的除所得稅前溢利 20.7 百萬美元改善 65.5 百萬美元。2022 年第三季度的除所得稅前溢利較去年同期有所改善，主要由於銷售淨額改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。

所得稅開支

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，本集團錄得所得稅開支 20.8 百萬美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月則錄得所得稅開支 23.2 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月錄得所得稅開支主要是由於呈報的除所得稅前溢利 86.2 百萬美元、未確認遞延稅項資產變動及高稅收司法權區與低稅收司法權區之間的溢利組合變動所致。截至 2021 年 9 月 30 日止三個月錄得所得稅開支主要是由於儲備變動、未確認遞延稅項資產變動及高稅收司法權區與低稅收司法權區之間的溢利組合變動所致。

截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月，本集團業務的綜合實際稅率分別為 24.1% 及 112.1%。本集團截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的實際稅率減少主要是由於未確認遞延稅項資產變動、與出售本集團於俄羅斯的業務相關的減值費用及高稅收司法權區與低稅收司法權區之間的溢利組合變動所致。

所呈報的實際稅率按本集團應繳納稅項的司法權區之加權平均所得稅率計算，並就永久性賬面／稅務差異、稅項優惠、稅務儲備變動及未確認遞延稅項資產變動作出調整。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（虧損）並就期內若干個別項目作出調整而確認。

溢利（虧損） 期內溢利（虧損）

下表呈列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月本集團呈報的期內溢利（虧損）與經調整後的期內溢利（虧損）的對賬。

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月		增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽¹⁾
	2022 年	2021 年		
呈報的期內溢利（虧損）	65.4	(2.5)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
減值費用（撥回）	(1.2)	—	n/a	n/a
重組費用（撥回）	(0.7)	5.6	<i>nm</i>	<i>nm</i>
出售 Speck 的虧損	—	1.3	(100.0) %	(100.0) %
稅務影響	0.5	(2.5)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
經調整後的期內溢利	64.0	2.0	<i>nm</i>	<i>nm</i>

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的年度同期的平均匯率計算所得。
n/a 不適用。
nm 無意義。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的溢利為 65.4 百萬美元，較截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的虧損 2.5 百萬美元改善 68.0 百萬美元。2022 年第三季度的溢利較去年同期有所改善，主要由於銷售淨額改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。

股權持有人應佔溢利（虧損）

下表呈列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月本集團呈報的股權持有人應佔溢利（虧損）與經調整後的股權持有人應佔溢利（虧損）的對賬。

股權持有人應佔溢利（虧損）

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月		增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽¹⁾
	2022 年	2021 年		
呈報的股權持有人應佔溢利（虧損）	58.2	(5.2)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
減值費用（撥回）	(1.2)	—	n/a	n/a
重組費用（撥回）	(0.7)	5.6	<i>nm</i>	<i>nm</i>
出售 Speck 的虧損	—	1.3	(100.0) %	(100.0) %
稅務影響	0.5	(2.5)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
經調整後的股權持有人應佔溢利（虧損）	56.8	(0.7)	<i>nm</i>	<i>nm</i>

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的年度同期的平均匯率計算所得。

n/a 不適用。

nm 無意義。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，股權持有人應佔溢利為 58.2 百萬美元，較去年同期股權持有人應佔虧損 5.2 百萬美元改善 63.4 百萬美元。2022 年第三季度的股權持有人應佔溢利較去年同期有所改善，主要由於銷售淨額改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。

每股基本及攤薄盈利（虧損）

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，每股基本及攤薄盈利為 0.040 美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月每股基本及攤薄虧損則為 0.004 美元。每股基本及攤薄盈利按年改善，主要由於銷售淨額改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，用於計算每股基本盈利的股份加權平均數為 1,437,899,879 股股份，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月，用於計算每股基本虧損的股份加權平均數則為 1,435,846,257 股股份。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，用於計算每股攤薄盈利的發行在外股份加權平均數為 1,440,344,143 股股份，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月，用於計算每股攤薄虧損的發行在外股份加權平均數則為 1,435,846,257 股股份。

經調整 EBITDA

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的未計利息、稅項、折舊及攤銷前的經調整盈利（「經調整 EBITDA」，一項非 IFRS 財務計量工具）由截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 72.2 百萬美元改善 61.8 百萬美元至 134.1 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITDA 利潤率為 17.0%，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月則為 13.0%，主要由於銷售持續改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構。

下表呈列本集團截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月的期內溢利（虧損）與經調整 EBITDA 的對賬：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月		增加（減少）	撇除匯兌影響的
	2022 年	2021 年	百分比	增加（減少）百分比 ⁽³⁾
期內溢利（虧損）	65.4	(2.5)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
加（減）：				
所得稅開支	20.8	23.2	(10.6) %	(3.0) %
財務費用	38.5	31.0	24.1 %	17.9 %
財務收入	(2.9)	(1.0)	197.2 %	222.8 %
折舊	8.3	10.6	(21.5) %	(14.0) %
攤銷總額	34.9	37.4	(6.6) %	0.2 %
EBITDA	165.0	98.7	67.1 %	83.5 %
加（減）：				
以股份支付的薪酬開支	3.7	3.8	(0.2) %	0.7 %
減值費用（撥回）	(1.2)	—	n/a	n/a
重組費用（撥回）	(0.7)	5.6	<i>nm</i>	<i>nm</i>
租賃使用權資產攤銷	(29.2)	(29.5)	(0.9) %	6.9 %
租賃負債的利息開支	(4.5)	(5.2)	(13.3) %	(5.7) %
其他調整 ⁽¹⁾	1.0	(1.1)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
經調整 EBITDA ⁽²⁾	134.1	72.2	85.6 %	106.3 %
經調整 EBITDA 利潤率	17.0 %	13.0 %		

註釋

(1) 其他調整主要包括綜合收益（虧損）表中的「其他收入（開支）」。

(2) 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。由於本集團採納 IFRS 第 16 號租賃（「IFRS 第 16 號」）計入經營租金開支，因此經調整 EBITDA 計入租賃利息及攤銷開支。

(3) 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的年度同期的平均匯率計算所得。

n/a 不適用。

nm 無意義。

本公司呈列 EBITDA、經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率，因其相信當檢視其經營業績（根據 IFRS 編製）及與期內溢利（虧損）進行對賬時，該等計量工具會提供更多資訊，有利於更全面了解其經營表現及影響其業務的趨勢。EBITDA、經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率是本集團用於評估其經營表現及賺取現金能力的重要量度標準。

本文所計算的 EBITDA、經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率為非 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，且不應被視為可與本公司綜合收益（虧損）表中期內溢利（虧損）比較。該等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本公司根據 IFRS 所呈報的經營業績的分析。

經調整淨收入

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的經調整淨收入（一項非 IFRS 財務計量工具）為 64.9 百萬美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的經調整淨收入則為 8.7 百萬美元。經調整淨收入改善 56.2 百萬美元主要由於銷售淨額改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的經調整每股基本及攤薄盈利（為非 IFRS 財務計量工具）為每股 0.045 美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的經調整每股基本及攤薄盈利則為每股 0.006 美元。經調整每股基本及攤薄盈利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得出。

下表呈列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止三個月本集團股權持有人應佔溢利（虧損）與經調整淨收入的對賬：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止三個月			
	2022 年	2021 年	增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽³⁾
股權持有人應佔溢利（虧損）	58.2	(5.2)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
加（減）：				
計入財務費用的認沽期權之公允價值變動	3.7	3.4	9.1 %	9.1 %
無形資產攤銷	5.7	7.9	(28.0) %	(25.0) %
出售 Speck 的虧損	—	1.3	(100.0) %	(100.0) %
減值費用（撥回）	(1.2)	—	n/a	n/a
重組費用（撥回）	(0.7)	5.6	<i>nm</i>	<i>nm</i>
稅項調整 ⁽¹⁾	(0.8)	(4.4)	(81.0) %	(80.7) %
經調整淨收入 ⁽²⁾	64.9	8.7	646.5 %	797.1 %

註釋

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

(2) 指本公司股權持有人應佔經調整淨收入。

(3) 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的年度同期的平均匯率計算所得。

n/a 不適用。

nm 無意義。

本公司呈列經調整淨收入及經調整每股基本及攤薄盈利，因其相信此等計量工具有助證券分析員、投資者及其他利益相關方更了解本公司的相關財務表現。呈列經調整淨收入及有關經調整每股基本及攤薄盈利計算時，本公司撇除影響呈報的股權持有人應佔溢利（虧損）的多項成本、費用及貨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。

本文所計算的經調整淨收入及經調整每股基本及攤薄盈利為非 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，且不應被視為可與本公司綜合收益（虧損）表呈列的股權持有人應佔溢利（虧損）或每股基本及攤薄盈利（虧損）比較。經調整淨收入及有關經調整每股基本及攤薄盈利計算作為一項分析工具有其局限性，不應被視為獨立於或代替本公司根據 IFRS 所呈報的經營業績的分析。

現金流量

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，經營活動所得現金流量為 117.9 百萬美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止三個月則錄得經營活動所得現金流量 157.1 百萬美元。與截至 2021 年 9 月 30 日止三個月相比，經營活動所得現金流量按年減少 39.2 百萬美元，主要與營運資金投資增加 99.7 百萬美元（主要是由於增加存貨以支持因消費者需求上升及旅遊業復甦所導致的銷售淨額增長）及已付所得稅增加 9.2 百萬美元相關，部分被經調整淨收入改善所抵銷。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，投資活動所用現金流量淨額為 17.3 百萬美元，主要與物業、廠房及設備的資本開支 15.2 百萬美元有關。本集團選擇性地增設新零售點、翻新若干現有零售點、投資其歐洲生產廠房以擴大產能和支援新產品創新及投資於機器及設備。截至 2021 年 9 月 30 日止三個月，投資活動所得現金流量淨額為 33.5 百萬美元，主要與出售 Speck 的所得款項淨額 35.3 百萬美元（部分被物業、廠房及設備的資本開支 1.2 百萬美元所抵銷）有關。本集團擬增加資本開支，用於 2019 冠狀病毒疫症期間推遲的項目以及進入 2023 年的關鍵策略性項目。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，融資活動所用現金流量淨額為 348.3 百萬美元，主要由於償還本集團優先信貸融通（定義見「管理層討論與分析－其他信息－負債」）項下未償還借款 314.2 百萬美元，包括自願提前償還款項 301.3 百萬美元及規定季度攤銷付款 12.9 百萬美元所致。融資活動所用現金流量淨額亦包括租賃負債付款 34.4 百萬美元。截至 2021 年 9 月 30 日止三個月，融資活動所用現金流量淨額為 88.6 百萬美元。截至 2021 年 9 月 30 日止三個月，本集團償還其優先信貸融通項下的未償還借款 48.2 百萬美元，包括利用出售 Speck 所得款項提前償還款項 40.0 百萬美元及規定季度攤銷付款 8.2 百萬美元。截至 2021 年 9 月 30 日止三個月，融資活動所用現金流量淨額亦包括租賃負債付款 38.0 百萬美元。

截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月

銷售淨額

於截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 704.4 百萬美元或 51.9%（按不變匯率基準計算則增加 61.9%）。由於市場持續推出具有成效的疫苗，多國政府進一步放寬社交距離、旅遊及其他限制，導致旅遊業持續復甦，因而緩和了 2019 冠狀病毒疫症對本集團在大多數國家的產品需求的影響，故本集團的銷售淨額趨勢持續改善。然而，中國再度實施旅遊限制及社交距離措施，以應對 2019 冠狀病毒疫症的進一步爆發，這減慢了本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月亞洲銷售淨額的復甦步伐。

於評估截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的業績時，若干因素影響與過往期間的可比性，主要是暫停並隨後出售俄羅斯業務及出售 Speck。由於烏克蘭的武裝衝突，本集團於 2022 年 3 月 14 日暫停在俄羅斯的所有商業活動，且本集團隨後釐定繼續擁有俄羅斯的業務不再可行。本集團於 2022 年 7 月 1 日根據於 2022 年 6 月 30 日簽訂的最終協議完成出售其俄羅斯業務。於 2021 年 7 月 30 日，本公司一家全資附屬公司出售 Speck，該公司為一家個人電子設備纖薄保護殼的設計商及分銷商，以 Speck® 品牌銷售旗下產品。

於下文的討論中，若干銷售淨額表現不包括(i)本集團的先前俄羅斯業務於 2022 年第二季度、2021 年及 2019 年第二季度及第三季度的銷售淨額（「俄羅斯銷售淨額」），(ii)Speck 於 2021 年 1 月至 7 月期間及 2019 年 1 月至 9 月期間的銷售淨額（「Speck 銷售淨額」，連同俄羅斯銷售淨額統稱「俄羅斯及 Speck 的銷售淨額」）。此外，進一步撇除本集團於中國 2022 年、2021 年及 2019 年第二季度及第三季度的銷售淨額以資比較。於 2022 年第二季度及第三季度，中國政府再度實施旅遊限制及社交距離措施，以應對 2019 冠狀病毒疫症的進一步爆發，這減慢了本集團在中國銷售淨額的復甦步伐。

經撇除俄羅斯及 Speck 的銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，綜合銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 758.3 百萬美元或 58.3%（按不變匯率基準計算則增加 68.7%）。進一步撇除本集團於中國的銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，綜合銷售淨額較去年同期增加 794.6 百萬美元或 67.4%（按不變匯率基準計算則增加 78.5%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團綜合銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月減少 23.0%（按不變匯率基準計算則減少 17.5%）。經撇除俄羅斯及 Speck 的銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，綜合銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月減少 19.1%（按不變匯率基準計算則減少 13.3%）。進一步撇除本集團於中國的銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，綜合銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月減少 17.3%（按不變匯率基準計算則減少 11.0%）。

按地區劃分的銷售淨額

下表載列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月按地區劃分的銷售淨額明細，以絕對值及佔總銷售淨額百分比列賬。

	截至 9 月 30 日止九個月					
	2022 年		2021 年		2022 年與 2021 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	銷售淨額 百分比	增加 (減少) 百分比	撇除匯兌影響的增加 (減少) 百分比 ⁽⁵⁾
按地區劃分的銷售淨額 ⁽¹⁾ ：						
北美洲 ⁽²⁾	782.1	37.9 %	538.7	39.7 %	45.2 %	45.4 %
亞洲	657.7	31.9 %	481.8	35.5 %	36.5 %	45.6 %
歐洲 ⁽³⁾	494.5	24.0 %	270.7	20.0 %	82.7 %	112.7 %
拉丁美洲	125.5	6.1 %	64.3	4.7 %	95.2 %	109.7 %
企業	1.2	0.1 %	1.1	0.1 %	11.9 %	11.9 %
銷售淨額 ⁽⁴⁾	2,061.1	100.0 %	1,356.6	100.0 %	51.9 %	61.9 %

註釋

- (1) 本集團銷售淨額的地域位置分佈一般反映出售產品的國家/地區，並不一定為終端消費者實際所在的國家/地區。
- (2) 於 2021 年 7 月 30 日，本公司一家全資附屬公司出售 Speck。經撇除於 2021 年 1 月至 7 月期間的 Speck 銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，於北美洲的銷售淨額較去年同期增加 276.4 百萬美元或 54.7%（按不變匯率基準計算則增加 54.9%）。
- (3) 由於烏克蘭的武裝衝突，本集團於 2022 年 3 月 14 日暫停在俄羅斯的所有商業活動。本集團於 2022 年 7 月 1 日完成出售其俄羅斯業務。經撇除於 2022 年第二季度及 2021 年第二季度及第三季度的俄羅斯銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月歐洲的銷售淨額較去年同期增加 244.6 百萬美元或 98.7%（按不變匯率基準計算則增加 131.6%）。

- (4) 經撇除俄羅斯及 Speck 的銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，綜合銷售淨額較去年同期增加 758.3 百萬美元或 58.3%（按不變匯率基準計算則增加 68.7%）。
- (5) 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的年度同期的平均匯率計算所得。

品牌

下表載列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月按品牌劃分的銷售淨額明細，以絕對值及佔總銷售淨額百分比列賬。

	截至 9 月 30 日止九個月					
	2022 年		2021 年		2022 年與 2021 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	銷售淨額 百分比	增加 (減少) 百分比	撇除匯兌影響的 增加(減少)百分比 ⁽³⁾
按品牌劃分的銷售淨額：						
新秀丽	1,034.8	50.2 %	615.5	45.4 %	68.1 %	80.5 %
Tumi	448.8	21.8 %	328.6	24.2 %	36.6 %	42.1 %
American Tourister	380.1	18.4 %	228.8	16.9 %	66.2 %	77.2 %
Gregory	49.1	2.4 %	49.3	3.6 %	(0.5)%	7.6 %
Speck ⁽¹⁾	—	— %	33.0	2.4 %	(100.0)%	(100.0)%
其他 ⁽²⁾	148.3	7.2 %	101.5	7.5 %	46.1 %	58.0 %
銷售淨額	2,061.1	100.0 %	1,356.6	100.0 %	51.9 %	61.9 %

註釋

- (1) 於 2021 年 7 月 30 日，本公司一家全資附屬公司出售 Speck，包括 Speck 品牌。
- (2) 「其他」一欄包括 High Sierra、Kamiliant、ebags、Xtrem、Lipault、Hartmann、Saxoline 及 Secret 等本集團若干其他自有品牌，以及透過本集團 Rolling Luggage 及 Chic Accent 零售店出售的第三方品牌。
- (3) 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的年度同期的平均匯率計算所得。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團核心品牌的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月均錄得按年強勁增長。新秀丽品牌的銷售淨額於本集團所有地區均有所增長，按年增加 419.3 百萬美元或 68.1%（按不變匯率基準計算則增加 80.5%）。Tumi 品牌的銷售淨額按年增加 120.2 百萬美元或 36.6%（按不變匯率基準計算則增加 42.1%）。Tumi 品牌銷售淨額的增長是受到北美洲增加 86.8 百萬美元、歐洲增加 20.3 百萬美元、亞洲增加 11.8 百萬美元及拉丁美洲增加 1.2 百萬美元所推動。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，American Tourister 品牌的銷售淨額於本集團所有地區均有所增長，較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 151.4 百萬美元或 66.2%（按不變匯率基準計算則增加 77.2%）。

產品類別

本集團銷售的產品來自兩個主要產品類別：旅遊及非旅遊。下表載列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月按產品類別劃分的銷售淨額明細，以絕對值及佔總銷售淨額百分比列賬。

	截至 9 月 30 日止九個月					
	2022 年		2021 年		2022 年與 2021 年比較	
	百萬美元	銷售淨額 百分比	百萬美元	銷售淨額 百分比	增加 (減少) 百分比	撇除匯兌影響的 增加(減少)百分比 ⁽³⁾
按產品類別劃分的銷售淨額：						
旅遊	1,353.0	65.6 %	756.9	55.8 %	78.8 %	89.8 %
非旅遊 ^{(1), (2)}	708.1	34.4 %	599.8	44.2 %	18.1 %	26.8 %
銷售淨額	2,061.1	100.0 %	1,356.6	100.0 %	51.9 %	61.9 %

註釋

- (1) 非旅遊類別包括商務、休閒、配件及其他產品。
- (2) 於 2021 年 7 月 30 日，本公司一家全資附屬公司出售 Speck。經撇除於 2021 年 1 月至 7 月期間適用的 Speck 銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，非旅遊產品類別銷售淨額較去年同期增加 141.4 百萬美元或 24.9%（按不變匯率基準計算則增加 34.1%）。
- (3) 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的年度同期的平均匯率計算所得。

旅遊產品類別於截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 596.1 百萬美元或 78.8%（按不變匯率基準計算則增加 89.8%）。由於市場持續推出具有成效的疫苗，多國政府進一步放寬社交距離、旅遊及其他限制，導致旅遊業持續復甦，因而緩和了 2019 冠狀病毒疫症對本集團在大多數國家的旅遊產品需求的影響，故本集團旅遊產品類別的銷售淨額趨勢持續改善。非旅遊產品類別（包括商務、休閒、配件及其他產品）截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的總銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 108.3 百萬美元或 18.1%（按不變匯率基準計算則增加 26.8%）。經撇除於 2021 年 1 月至 7 月期間適用的 Speck 銷售淨額，非旅遊產品類別截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較去年同期增加 141.4 百萬美元或 24.9%（按不變匯率基準計算則增加 34.1%）。

商務產品截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較去年同期增加 70.0 百萬美元或 22.5%（按不變匯率基準計算則增加 31.1%）。經撇除於 2021 年 1 月至 7 月期間適用的 Speck 銷售淨額，商務產品截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較去年同期增加 80.4 百萬美元或 26.7%（按不變匯率基準計算則增加 35.6%）。休閒產品截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額按年增加 31.5 百萬美元或 20.3%（按不變匯率基準計算則增加 29.5%）。配件產品截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額按年減少 0.2 百萬美元或 0.2%，但按不變匯率基準計算則增加 6.7%。經撇除於 2021 年 1 月至 7 月期間適用的 Speck 銷售淨額，配件產品截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較去年同期增加 22.4 百萬美元或 25.2%（按不變匯率基準計算則增加 33.9%）。

分銷渠道

本集團通過兩個主要分銷渠道銷售產品：批發及直接面向消費者。下表載列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月按分銷渠道劃分的銷售淨額明細，以絕對值及佔總銷售淨額百分比列賬。

	截至 9 月 30 日止九個月					
	2022 年		2021 年		2022 年與 2021 年比較	
	百萬元	銷售淨額 百分比	百萬元	銷售淨額 百分比	增加 (減少) 百分比	撇除匯兌影響的 增加(減少)百分比 ⁽³⁾
按分銷渠道劃分的銷售淨額：						
批發	1,319.0	64.0 %	857.2	63.2 %	53.9 %	63.6 %
DTC ⁽¹⁾	740.7	35.9 %	498.4	36.7 %	48.6 %	59.1 %
其他 ⁽²⁾	1.4	0.1 %	1.1	0.1 %	22.7 %	22.7 %
銷售淨額	2,061.1	100.0 %	1,356.6	100.0 %	51.9 %	61.9 %

註釋

(1) DTC（即直接面向消費者）包括本集團運營的實體零售和電子商貿網站。

(2) 「其他」一欄主要包括授權收入。

(3) 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的年度同期的平均匯率計算所得。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月批發渠道的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 461.8 百萬美元或 53.9%（按不變匯率基準計算則增加 63.6%）。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月向網上零售商銷售的銷售淨額（計入本集團的批發渠道內）較去年同期增加 43.7 百萬美元或 33.6%（按不變匯率基準計算則增加 40.9%）。

DTC 渠道（包括自營零售店及 DTC 電子商貿）的銷售淨額由截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的 498.4 百萬美元（佔銷售淨額的 36.7%）增加 242.4 百萬美元或 48.6%（按不變匯率基準計算則增加 59.1%）至截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的 740.7 百萬美元（佔銷售淨額的 35.9%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，DTC 零售渠道銷售淨額較去年同期增加 201.6 百萬美元或 58.5%（按不變匯率基準計算則增加 70.4%），主要由於消費者需求增加及於去年同期因 2019 冠狀病毒疫症而暫時關閉的部分自營零售店重新開業所致。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團永久關閉 66 家自營零售店（其中 37 家位於俄羅斯），部分被 26 家新增店舖所抵銷。這導致截至 2022 年 9 月 30 日止九個月淨減少 40 家自營零售店，而截至 2021 年 9 月 30 日止九個月則淨減少 80 家自營零售店。於 2022 年 9 月 30 日自營零售店的總數為 965 家，而於 2021 年 9 月 30 日則為 1,016 家自營零售店及於 2019 年 9 月 30 日則為 1,285 家自營零售店。由於本集團多家自營零售店因 2019 冠狀病毒疫症於 2021 年首九個月暫時關閉，本公司認為其 2022 年年初至今的可比較店舖銷售指標並不反映其業務的相關趨勢。本公司並無於銷售淨額的討論及分析中計入該等指標。

DTC 電子商貿的總銷售淨額由截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的 153.6 百萬美元（佔銷售淨額的 11.3%）增加 40.7 百萬美元或 26.5%（按不變匯率基準計算則增加 33.8%）至截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的 194.3 百萬美元（佔銷售淨額

的 9.4%)。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團銷售淨額中 368.3 百萬美元來自電子商貿渠道（包括來自本集團 DTC 電子商貿網站的銷售淨額 194.3 百萬美元（計入 DTC 渠道內）以及向網上零售商銷售的銷售淨額 174.0 百萬美元（計入批發渠道內），較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月按年增加 84.4 百萬美元或 29.8%（按不變匯率基準計算則增加 37.0%），而當時電子商貿則佔本集團銷售淨額 283.8 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團來自電子商貿渠道的銷售淨額佔總銷售淨額的 17.9%，而截至 2021 年 9 月 30 日止九個月則佔總銷售淨額的 20.9%。來自電子商貿渠道的銷售淨額佔總銷售淨額的百分比按年下降，主要是由於政府放寬社交距離限制及世界各地市場重啟，導致許多顧客再次親臨實體店購物而非在網上購物。

地區 北美洲

由於美國及加拿大社交距離限制放寬、市場重啟及旅遊持續反彈，本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於北美洲的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 243.4 百萬美元或 45.2%（按不變匯率基準計算則增加 45.4%）。於 2021 年 7 月 30 日，本公司一家全資附屬公司出售 Speck。經撇除於 2021 年 1 月至 7 月期間的 Speck 銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於北美洲的銷售淨額較去年同期增加 276.4 百萬美元或 54.7%（按不變匯率基準計算則增加 54.9%）。

本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於北美洲的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月減少 21.2%（按不變匯率基準計算則減少 21.4%）。經撇除於 2019 年 1 月至 9 月期間的 Speck 銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於北美洲的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月減少 13.0%（按不變匯率基準計算則減少 13.1%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，*新秀麗*品牌於北美洲的銷售淨額較去年同期增加 168.8 百萬美元或 77.7%（按不變匯率基準計算則增加 78.0%）。*Tumi* 品牌的銷售淨額增加 86.8 百萬美元或 46.8%（按不變匯率基準計算則增加 47.1%），主要由於本集團自營正價零售店舖及 DTC 電子商貿銷售的強勁復甦所致。*American Tourister* 品牌的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 20.1 百萬美元或 34.9%（按不變匯率基準計算則增加 35.1%）。*Gregory* 品牌的銷售淨額較去年同期增加 0.9 百萬美元或 4.9%（按不變匯率基準計算則增加 4.9%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，美國的銷售淨額按年增加 220.3 百萬美元或 42.3%。經撇除於 2021 年 1 月至 7 月期間的 Speck 銷售淨額，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月美國的銷售淨額較去年同期增加 253.3 百萬美元或 51.9%。由於社交距離限制放寬及市場重啟，截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，加拿大的銷售淨額按年增加 23.1 百萬美元或 132.8%（按不變匯率基準計算則增加 140.0%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，經撇除於 2019 年 1 月至 9 月期間的 Speck 銷售淨額，美國的銷售淨額與截至 2019 年 9 月 30 日止九個月相比減少 13.0%。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，加拿大的銷售淨額與截至 2019 年 9 月 30 日止九個月相比減少 11.8%（按不變匯率基準計算則減少 14.5%）。

亞洲

儘管中國再度實施旅遊限制及社交距離措施，減慢了 2022 年第二季度及第三季度的銷售淨額的復甦步伐，但亞洲其他國家的銷售淨額表現持續改善。本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於亞洲的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 175.9 百萬美元或 36.5%（按不變匯率基準計算則增加 45.6%）。經撇除本集團於中國 2022 年及 2021 年第二季度及第三季度應佔的銷售淨額，本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於亞洲的銷售淨額較去年同期增加 212.3 百萬美元或 58.8%（按不變匯率基準計算則增加 69.8%）。

本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於亞洲的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月減少 32.7%（按不變匯率基準計算則減少 28.8%）。經撇除本集團於中國 2022 年及 2019 年第二季度及第三季度應佔的銷售淨額，本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於亞洲的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月減少 30.0%（按不變匯率基準計算則減少 25.1%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，*新秀麗*品牌的銷售淨額較去年同期增加 70.3 百萬美元或 35.3%（按不變匯率基準計算則增加 44.0%）。*Tumi* 品牌的銷售淨額按年增加 11.8 百萬美元或 10.6%（按不變匯率基準計算則增加 18.5%）。*American Tourister* 品牌的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 71.6 百萬美元或 61.3%（按不變匯率基準計算則增加 70.6%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，印度的銷售淨額較去年同期增加 75.6 百萬美元或 88.2%（按不變匯率基準計算則增加 98.6%），主要由於印度政府取消所有旅遊限制以及進一步放寬其他社交距離措施。由於澳洲政府結束封城限制並開放該國邊境，澳洲的銷售淨額較去年同期增加 25.7 百萬美元或 200.4%（按不變匯率基準計算則增加 221.5%）。南韓的銷售淨額按年增加 22.2 百萬美元或 40.8%（按不變匯率基準計算則增加 57.9%）。日本的銷售淨額按年增加 16.7 百萬美元或 24.3%（按不變匯率基準計算則增加 46.3%）。香港呈報的總銷售淨額（包括在香港本地市場、澳門以及向若干其他亞洲市場分銷商錄得的銷售淨額）按年增加 3.5 百萬美元或 8.5%（按不變匯率基準計算則增加 8.9%）。該等銷售淨額按年增幅部分被中國（由於再次封城及旅遊限制持續，尤其於 2022 年第二季度及第三季度）的銷售淨額減少 41.6 百萬美元或 24.2%（按不變匯率基準計算則減少 22.3%）所抵銷。經撇除中國於 2022 年及 2021 年第二季度及第三季度應佔的銷售淨額，亞洲的銷售淨額按年增加 212.3 百萬美元或 58.8%（按不變匯率基準計算則增加 69.8%）。

印度於截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較 2019 年同期增加 24.3%（按不變匯率基準計算則增加 38.0%），而截至 2022 年 9 月 30 日止九個月本集團在亞洲其餘主要市場的銷售淨額仍然較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月減少，包括：中國（減少 42.2%，按不變匯率基準計算則減少 44.4%）、日本（減少 48.8%，按不變匯率基準計算則減少 39.7%）、南韓（減少 46.5%，按不變匯率基準計算則減少 41.6%）及香港（減少 61.1%，按不變匯率基準計算則減少 61.1%）。

歐洲

本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於歐洲的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 223.7 百萬美元或 82.7%（按不變匯率基準計算則增加 112.7%）。由於烏克蘭的武裝衝突，本集團於 2022 年 3 月 14 日暫停在俄羅斯的所有商業活動，且本集團隨後釐定繼續擁有俄羅斯的業務不再可行。本集團於 2022 年 7 月 1 日根據於 2022 年 6 月 30 日簽訂的最終協議完成出售其俄羅斯業務。經撇除俄羅斯於 2022 年第二季度以及 2021 年第二季度及第三季度應佔的銷售淨額，本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於歐洲的銷售淨額較去年同期增加 244.6 百萬美元或 98.7%（按不變匯率基準計算則增加 131.6%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團於歐洲錄得的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月下跌 15.1%（按不變匯率基準計算則下跌 2.7%）。經撇除俄羅斯於 2022 年第二季度以及 2019 年第二季度及第三季度應佔的銷售淨額，本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於歐洲的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月減少 9.5%（但按不變匯率基準計算則增加 3.6%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，*新秀麗*品牌的銷售淨額較去年同期增加 148.5 百萬美元或 84.6%（按不變匯率基準計算則增加 116.0%）。*Tumi* 品牌的銷售淨額按年增加 20.3 百萬美元或 71.2%（按不變匯率基準計算則增加 102.6%）。*American Tourister* 品牌的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 49.2 百萬美元或 108.6%（按不變匯率基準計算則增加 138.4%）。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於英國的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 36.5 百萬美元或 229.2%（按不變匯率基準計算則增加 266.3%）。德國截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的銷售淨額較去年同期增加 25.9 百萬美元或 73.0%（按不變匯率基準計算則增加 95.1%）。法國的銷售淨額較去年同期增加 21.5 百萬美元或 86.2%（按不變匯率基準計算則增加 109.9%）。意大利的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 20.3 百萬美元或 72.7%（按不變匯率基準計算則增加 94.8%）。西班牙的銷售淨額按年增加 20.1 百萬美元或 97.3%（按不變匯率基準計算則增加 122.0%）。

本集團於截至 2022 年 9 月 30 日止九個月在歐洲的所有主要市場錄得的銷售淨額均較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月減少，包括：德國（減少 28.5%；按不變匯率基準計算則減少 24.3%）、英國（減少 8.9%；按不變匯率基準計算則減少 7.4%）、法國（減少 19.1%；按不變匯率基準計算則減少 14.4%）、意大利（減少 21.0%；按不變匯率基準計算則減少 16.3%）及西班牙（減少 8.9%；按不變匯率基準計算則減少 3.8%）。

拉丁美洲

本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於拉丁美洲的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 61.2 百萬美元或 95.2%（按不變匯率基準計算則增加 109.7%）。本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月於拉丁美洲的銷售淨額較截至 2019 年 9 月 30 日止九個月增加 2.2%（按不變匯率基準計算則增加 33.4%）。

截至 2022 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去年同期增加 31.7 百萬美元或 136.4%（按不變匯率基準計算則增加 148.8%）。*Tumi* 品牌於拉丁美洲的銷售淨額較去年同期增加 1.2 百萬美元或 40.0%（按不變匯率基準計算則增加 39.0%）。*American Tourister* 品牌的銷售淨額較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月增加 10.4 百萬美元或 115.8%（按不變匯率基準計算則增加 123.7%）。*Saxoline* 品牌的銷售淨額按年增加 3.7 百萬美元或 43.5%（按不變匯率基準計算則增加 64.7%）。*Xtrem* 品牌的銷售淨額較去年同期增加 13.0 百萬美元或 106.3%（按不變匯率基準計算則增加 127.5%）。

墨西哥的銷售淨額按年增加18.1百萬美元或102.9%（按不變匯率基準計算則增加102.8%）。智利截至2022年9月30日止九個月的銷售淨額較去年同期增加14.4百萬美元或52.7%（按不變匯率基準計算則增加75.1%）。巴西的銷售淨額按年增加11.1百萬美元或156.0%（按不變匯率基準計算則增加147.2%）。

本集團於截至2022年9月30日止九個月在拉丁美洲的兩個主要市場錄得的銷售淨額較截至2019年9月30日止九個月減少，包括：墨西哥（減少14.1%，按不變匯率基準計算則減少10.5%）及智利（減少5.3%但按不變匯率基準計算則增加16.8%）。巴西於截至2022年9月30日止九個月的銷售淨額較截至2019年9月30日止九個月增加34.4%（按不變匯率基準計算則增加75.5%）。

銷售成本及毛利

銷售成本由截至2021年9月30日止九個月的641.8百萬美元（佔銷售淨額47.3%）增加276.7百萬美元或43.1%至截至2022年9月30日止九個月的918.5百萬美元（佔銷售淨額44.6%）。儘管銷售成本受到全球貨運及原材料成本上漲的負面影響，但本集團利用其與供應商的長久關係盡可能減輕成本上升的影響，並在大多數市場上調價格，以抵銷因上述因素對利潤率造成的壓力。

由於銷售額按年增加，毛利由截至2021年9月30日止九個月的714.8百萬美元增加427.7百萬美元或59.8%至截至2022年9月30日止九個月的1,142.6百萬美元。毛利率由去年同期的52.7%上升至截至2022年9月30日止九個月的55.4%。毛利率上升是由於(i)銷售淨額增加；(ii)本集團上調產品價格，以緩和產品、貨運及關稅成本的升幅；及(iii)促銷折扣減低所致。截至2022年9月30日止九個月，由於普惠制於2020年12月未獲重續，導致從普惠制受惠國進口至美國的貨品的關稅成本增加，毛利率升幅因而受到影響。多國貨幣兌美元貶值亦對毛利率造成負面影響。

分銷開支

分銷開支由截至2021年9月30日止九個月的505.4百萬美元（佔銷售淨額37.3%）增加80.1百萬美元或15.8%至截至2022年9月30日止九個月的585.5百萬美元（佔銷售淨額28.4%）。與截至2019年9月30日止九個月相比，截至2022年9月30日止九個月的分銷開支減少35.2%，而佔銷售淨額的百分比則較截至2019年9月30日止九個月的33.8%減少540個基點。分銷開支佔銷售淨額百分比下跌，主要由於銷售淨額增加及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構所致。

營銷開支

本集團的營銷開支由截至2021年9月30日止九個月的50.2百萬美元增加52.4百萬美元或104.4%至截至2022年9月30日止九個月的102.6百萬美元。營銷開支佔銷售淨額的百分比由截至2021年9月30日止九個月的3.7%增加130個基點至截至2022年9月30日止九個月的5.0%。截至2022年9月30日止九個月的營銷開支較截至2019年9月30日止九個月減少30.9%，而佔銷售淨額的百分比則較截至2019年9月30日止九個月的5.5%減少50個基點。本集團已選擇性地於旅遊需求復甦較快的市場增加廣告投放。本集團計劃於2022年餘下時間加大對營銷的投資，以推動銷售淨額增長，並抓緊旅遊業持續復甦的機遇。

一般及行政開支

一般及行政開支由截至2021年9月30日止九個月的155.9百萬美元（佔銷售淨額11.5%）增加8.7百萬美元或5.6%至截至2022年9月30日止九個月的164.5百萬美元（佔銷售淨額8.0%）。一般及行政開支佔銷售淨額的百分比減少反映了銷售淨額按年增加。與截至2019年9月30日止九個月相比，截至2022年9月30日止九個月的一般及行政開支減少3.0%。一般及行政開支佔銷售淨額的百分比由截至2019年9月30日止九個月的6.3%增加至截至2022年9月30日止九個月的8.0%，主要由於2022年上半年的銷售淨額基數較低所致。

減值費用

下表載列截至2022年9月30日止九個月的非現金減值費用（撥回）（「2022年減值費用」）及截至2021年9月30日止九個月的非現金減值費用（「2021年減值費用」）明細。

(以百萬美元呈列)		截至 9 月 30 日止九個月	
		2022 年	2021 年
適用於以下各項的減值費用：		2022 年 減值費用	2021 年 減值費用
功能範疇			
商譽		—	14.4
商名及其他無形資產		—	10.3
租賃使用權資產	分銷	2.8	5.5
物業、廠房及設備	分銷	0.1	—
其他 ⁽¹⁾	分銷	7.8	—
減值費用總額		10.7	30.2

註釋

(1) 截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的其他減值費用歸因於本集團於 2022 年 7 月 1 日完成出售俄羅斯業務。

根據 IAS 第 36 號，本集團須至少每年評估無限可用年期的無形資產。本集團審閱無限可用年期的無形資產之賬面值，以釐定是否有任何減值跡象顯示現金產生單位低於其賬面值（導致減值費用），或發生事件或情況變化而導致無形資產（撇除商譽）的可收回金額超過其減值賬面淨額（導致減值撥回）。本集團亦須於各報告期末審閱有限可用年期的有形及無形資產的減值跡象。倘有任何跡象顯示資產可能減值或可能發生減值撥回，則本集團須評估資產或現金產生單位的可收回金額。

2022 年減值費用

由於烏克蘭的武裝衝突，本集團於 2022 年 3 月 14 日暫停在俄羅斯的所有商業活動，且本集團隨後釐定繼續擁有俄羅斯的業務不再可行。本集團於 2022 年 7 月 1 日根據於 2022 年 6 月 30 日簽訂的最終協議完成出售其俄羅斯業務。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團確認與出售其俄羅斯業務相關的非現金減值費用共計 11.9 百萬美元，部分被先前計提減值的使用權資產的減值撥回 1.2 百萬美元所抵銷。

2021 年減值費用

根據對截至 2021 年 9 月 30 日止九個月虧損店舖的評估，以及由於 2019 冠狀病毒疫症導致顧客流量減少及業績欠佳，本集團釐定若干零售店舖（各自為現金產生單位）的賬面值超過其相應可收回金額。截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，本集團就租賃使用權資產確認非現金減值費用共計 5.5 百萬美元。

此外，於 2021 年 6 月，本集團將 Speck 應佔的資產分類為持作出售。Speck 已於 2021 年 7 月 30 日出售。截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，本集團確認與出售 Speck 相關的非現金減值費用共計 24.7 百萬美元，其中商譽應佔的減值費用為 14.4 百萬美元，其餘則為若干其他無形資產減值。

重組費用

下表載列截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的重組費用（撥回）（「2022 年重組費用」）及截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的重組費用（「2021 年重組費用」）明細。

(以百萬美元呈列)		截至 9 月 30 日止九個月	
		2022 年	2021 年
功能範疇		2022 年 重組費用	2021 年 重組費用
銷售成本		—	0.3
計入銷售成本的重組費用		—	0.3
分銷功能應佔的重組費用		0.2	1.9
一般及行政功能應佔的重組費用		0.5	9.4
重組費用（撇除計入銷售成本的金額）		0.7	11.3
重組費用總額		0.7	11.6

本集團於截至 2022 年 9 月 30 日止九個月確認 2022 年重組費用 0.7 百萬美元。如上文所述，由於烏克蘭的武裝衝突，本集團於 2022 年 3 月 14 日暫停在俄羅斯的所有商業活動。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團就出售其俄羅斯業務確認費用 1.4 百萬美元。該金額部分被第三季度的重組費用撥回 0.7 百萬美元所抵銷。

於 2020 年及 2021 年上半年，為應對 2019 冠狀病毒疫症，本集團大幅削減其經營開支，以減輕銷售額下滑對溢利及現金流量的影響，同時精簡業務以切合未來發展所需。配合成本節流行動及其他重組措施，本集團於截至 2021 年 9 月 30 日止九個月確認 2021 年重組費用 11.6 百萬美元。2021 年重組費用主要包括與永久性裁員相關的遣散費、關閉店舖成本、與於 2021 年 7 月 30 日出售 Speck 相關的遣散費及若干其他成本（詳情見下文）。

於 2021 年 6 月，作為全球重組方案的一環，本公司於新加坡設立品牌開發及採購中心，以加強協調本公司的產品開發、品牌管理及供應鏈營運。設立該中心使本公司能夠為多個主要品牌（包括新秀丽及 American Tourister）設計及開發更貼近市場的產品，同時管理其廣泛的採購活動。於 2021 年 6 月，本集團亦完成集團內知識產權重整。截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，本集團確認與於新加坡設立品牌開發及採購中心相關的費用。

其他收入

截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月，本集團分別錄得其他收入 3.1 百萬美元及 2.5 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的其他收入包括出售資產的收益及租賃退出／重新計量的收益以及若干其他雜項收入及開支項目。截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的其他收入包括出售資產的收益及退出若干零售店舖位置後租賃退出／重新計量的收益，部分被出售 Speck 的虧損 1.3 百萬美元及期內產生的其他雜項開支所抵銷。

經營溢利（虧損）

下表呈列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月本集團呈報的經營溢利（虧損）與經調整後的經營溢利的對賬。

(以百萬美元呈列)	經營溢利（虧損）			
	截至 9 月 30 日止九個月			
	2022 年	2021 年	增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽¹⁾
呈報的經營溢利（虧損）	281.7	(35.7)	nm	nm
減值費用	10.7	30.2	(64.5) %	(70.6) %
重組費用	0.7	11.6	(93.7) %	(95.7) %
出售 Speck 的虧損	—	1.3	(100.0) %	(100.0) %
經調整後的經營溢利	293.2	7.5	3,821.8 %	4,120.4 %

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的年度同期的平均匯率計算所得。
nm 無意義。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團呈報經營溢利 281.7 百萬美元，較去年同期的經營虧損 35.7 百萬美元改善 317.4 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2022 年減值費用及 2022 年重組費用，本集團錄得經營溢利 293.2 百萬美元。相比之下，經撇除非現金 2021 年減值費用、2021 年重組費用及出售 Speck 的虧損，本集團於去年同期產生經營溢利 7.5 百萬美元。2022 年首九個月的經營溢利較去年同期有所改善，主要由於銷售淨額及毛利改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。

財務費用淨額

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的財務費用淨額由截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的 132.5 百萬美元減少 34.7 百萬美元或 26.2% 至 97.8 百萬美元。此減幅主要由於 2021 年上半年在 2021 年增額 B 定期貸款融通（定義見「管理層討論與分析—其他信息—債務」）項下借款完成後錄得的 30.1 百萬美元債務清償虧損不復出現所致。此外，於 2021 年及 2022 年首九個月償還債務後（包括於 2021 年提前償還優先信貸融通項下的未償還借款 370.0 百萬美元及於 2022 年首九個月提前償還 501.3 百萬美元（請參閱管理層討論與分析—其他信息—債務）），貸款及借款的利息開支減少 10.9 百萬美元，部分被因本集團包含非控股權益認沽期權的附屬公司的財務表現有所改善，令可贖回非控股權益的認沽期權費用按年增加 7.4 百萬美元所抵銷。

下表載列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月的財務費用總額明細。

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止九個月	
	2022 年	2021 年
於損益中確認：		
利息收入	5.5	2.7
財務收入總額	5.5	2.7
貸款及借款的利息開支	(66.4)	(77.3)
清償貸款及借款的虧損 ⁽¹⁾	—	(30.1)
與優先信貸融通相關的遞延融資成本攤銷	(3.7)	(5.5)
租賃負債的利息開支	(14.1)	(16.5)
認沽期權之公允價值變動	(9.8)	(2.4)
外匯虧損淨額	(11.6)	(1.7)
其他財務費用	2.3	(1.7)
財務費用總額	(103.3)	(135.2)
於損益中確認的財務費用淨額	(97.8)	(132.5)

註釋

(1) 截至 2021 年 6 月 30 日止六個月，本公司於 2021 年增額 B 定期貸款融通項下借款完成後錄得 30.1 百萬美元的清償虧損。該虧損包括撇銷未攤銷遞延融資成本 24.1 百萬美元（屬已清償融通賬面淨額的一部分），以及於清償有關融通後向貸款人支付約 6.0 百萬美元的贖回溢價。

除所得稅前溢利（虧損）

下表呈列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月本集團呈報的除所得稅前溢利（虧損）與經調整後的除所得稅前溢利（虧損）的對賬。

除所得稅前溢利（虧損）

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止九個月		增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽²⁾
	2022 年	2021 年		
呈報的除所得稅前溢利（虧損）	183.9	(168.2)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
減值費用	10.7	30.2	(64.5) %	(70.6) %
重組費用	0.7	11.6	(93.7) %	(95.7) %
出售 Speck 的虧損	—	1.3	(100.0) %	(100.0) %
與債務借款及修訂相關的費用 ⁽¹⁾	—	31.9	(100.0) %	(100.0) %
經調整後的除所得稅前溢利（虧損）	195.4	(93.2)	<i>nm</i>	<i>nm</i>

註釋

(1) 截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，與信貸協議若干修訂相關的費用主要是由於清償貸款及借款的虧損 30.1 百萬美元所致。

(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的年度同期的平均匯率計算所得。
nm 無意義。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團錄得除所得稅前溢利 183.9 百萬美元，較去年同期的除所得稅前虧損 168.2 百萬美元改善 352.0 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2022 年減值費用及 2022 年重組費用後，本集團錄得除所得稅前溢利 195.4 百萬美元，而去年同期經撇除非現金 2021 年減值費用、2021 年重組費用、出售 Speck 的虧損及與債務借款及修訂相關的費用後，則錄得除所得稅前虧損 93.2 百萬美元。2022 年首九個月的除所得稅前溢利（虧損）較去年同期有所改善，主要由於銷售淨額及毛利改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。

所得稅（開支）抵免

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團錄得所得稅開支 50.0 百萬美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止九個月則錄得所得稅抵免 23.4 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月錄得所得稅開支主要是由於呈報的除所得稅前溢利 183.9 百萬美

元、未確認遞延稅項資產變動及高稅收司法權區與低稅收司法權區之間的溢利組合變動所致。截至 2021 年 9 月 30 日止九個月錄得所得稅抵免主要是由於 2019 冠狀病毒疫症的影響導致呈報的除所得稅前虧損 168.2 百萬美元、重組活動、儲備變動、未確認遞延稅項資產變動及高稅收司法權區與低稅收司法權區之間的溢利組合變動所致。

截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月，本集團業務的綜合實際稅率分別為 27.2% 及 13.9%。本集團截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的實際稅率增加主要是由於未確認遞延稅項資產變動、與出售本集團於俄羅斯的業務相關的減值費用及高稅收司法權區與低稅收司法權區之間的溢利組合變動所致。經撇除截至 2022 年 9 月 30 日止九個月與未確認遞延稅項資產變動相關的稅項及與出售本集團於俄羅斯的業務相關的減值費用，業務截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的綜合實際稅率應為 28.2%。經撇除截至 2021 年 9 月 30 日止九個月與未確認遞延稅項資產變動相關的稅項及重組活動，業務的綜合實際稅率應為 21.7%。

所呈報的實際稅率按本集團應繳納稅項的司法權區之加權平均所得稅率計算，並就永久性賬面／稅務差異、稅項優惠、稅務儲備變動及未確認遞延稅項資產變動作出調整。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（虧損）並就期內若干個別項目作出調整而確認。

溢利（虧損） 期內溢利（虧損）

下表呈列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月本集團呈報的期內溢利（虧損）與經調整後的期內溢利（虧損）的對賬。

(以百萬美元呈列)	期內溢利（虧損）			
	截至 9 月 30 日止九個月			
	2022 年	2021 年	增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽²⁾
呈報的期內溢利（虧損）	133.9	(144.8)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
減值費用	10.7	30.2	(64.5) %	(70.6) %
重組費用	0.7	11.6	(93.7) %	(95.7) %
與法人實體重組相關的稅項抵免	—	(26.0)	(100.0) %	(100.0) %
出售 Speck 的虧損	—	1.3	(100.0) %	(100.0) %
與債務借款及修訂相關的費用 ⁽¹⁾	—	31.9	(100.0) %	(100.0) %
稅務影響	(0.6)	(17.1)	(96.4) %	(97.1) %
經調整後的期內溢利（虧損）	144.7	(112.9)	<i>nm</i>	<i>nm</i>

註釋

(1) 截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，與信貸協議若干修訂相關的費用主要是由於清償貸款及借款的虧損 30.1 百萬美元所致。

(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的年度同期的平均匯率計算所得。

nm 無意義。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的溢利為 133.9 百萬美元，較截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的虧損 144.8 百萬美元改善 278.6 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2022 年減值費用及 2022 年重組費用（兩者均扣除相關稅務影響），本集團的溢利為 144.7 百萬美元。相比之下，截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2021 年減值費用、2021 年重組費用、出售 Speck 的虧損及截至 2021 年 9 月 30 日止九個月與信貸協議若干修訂相關的費用（均已扣除相關稅務影響）以及與集團內知識產權重整相關的稅項抵免 26.0 百萬美元，本集團產生虧損 112.9 百萬美元。2022 年首九個月的期內溢利較去年同期有所改善，主要由於銷售淨額及毛利改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。

股權持有人應佔溢利（虧損）

下表呈列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月本集團呈報的股權持有人應佔溢利（虧損）與經調整後的股權持有人應佔溢利（虧損）的對賬。

股權持有人應佔溢利（虧損）

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止九個月		增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽²⁾
	2022 年	2021 年		
呈報的股權持有人應佔溢利（虧損）	114.5	(147.7)	<i>nm</i>	<i>nm</i>
減值費用	10.7	30.2	(64.5) %	(70.6) %
重組費用	0.7	11.6	(93.7) %	(95.7) %
與法人實體重組相關的稅項抵免	—	(26.0)	(100.0) %	(100.0) %
出售 Speck 的虧損	—	1.3	(100.0) %	(100.0) %
與債務借款及修訂相關的費用 ⁽¹⁾	—	31.9	(100.0) %	(100.0) %
稅務影響	(0.6)	(17.1)	(96.4) %	(97.1) %
經調整後的股權持有人應佔溢利（虧損）	125.3	(115.8)	<i>nm</i>	<i>nm</i>

註釋

- 截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，與信貸協議若干修訂相關的費用主要是由於清償貸款及借款的虧損 30.1 百萬美元所致。
- 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的年度同期的平均匯率計算所得。
nm 無意義。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，股權持有人應佔溢利為 114.5 百萬美元，較去年同期股權持有人應佔虧損 147.7 百萬美元改善 262.1 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2022 年減值費用及 2022 年重組費用（兩者均扣除相關稅務影響），本集團的股權持有人應佔溢利為 125.3 百萬美元。相比之下，截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2021 年減值費用、2021 年重組費用、出售 Speck 的虧損及截至 2021 年 9 月 30 日止九個月與信貸協議若干修訂相關的費用（均已扣除相關稅務影響）以及與集團內知識產權重整相關的稅項抵免 26.0 百萬美元，本集團錄得股權持有人應佔虧損 115.8 百萬美元。2022 年首九個月的股權持有人應佔溢利較去年同期有所改善，主要由於銷售淨額及毛利改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。

每股基本及攤薄盈利（虧損）

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，每股基本及攤薄盈利為 0.080 美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止九個月每股基本及攤薄虧損則為 0.103 美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，每股基本盈利計算所用的加權平均股數為 1,437,289,677 股，而截至 2021 年 9 月 30 日止九個月每股基本虧損計算所用的股數則為 1,435,254,423 股。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，每股攤薄盈利計算所用發行在外加權平均股數為 1,439,110,521 股，而截至 2021 年 9 月 30 日止九個月每股攤薄虧損計算所用的股數則為 1,435,254,423 股。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2022 年減值費用及 2022 年重組費用（兩者均扣除相關稅務影響），經調整每股基本及攤薄盈利為 0.087 美元。相比之下，截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，經撇除非現金 2021 年減值費用、2021 年重組費用、出售 Speck 的虧損及與截至 2021 年 9 月 30 日止九個月信貸協議若干修訂相關的費用（均已扣除相關稅務影響）以及與集團內知識產權重整相關的稅項抵免 26.0 百萬美元，經調整每股基本及攤薄虧損為 0.081 美元。經調整每股基本及攤薄盈利按年改善，主要由於銷售淨額及毛利改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。

經調整 EBITDA

經調整 EBITDA（一項非 IFRS 財務計量工具）由截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的 55.3 百萬美元改善 274.5 百萬美元至截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的 329.7 百萬美元。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的經調整 EBITDA 利潤率為 16.0%，而截至 2021 年 9 月 30 日止九個月則為 4.1%，主要由於銷售持續改善及毛利率穩健，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構所致。

下表呈列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月本集團的期內溢利（虧損）與經調整 EBITDA 的對賬：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止九個月		增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽³⁾
	2022 年	2021 年		
期內溢利（虧損）	133.9	(144.8)	nm	nm
加（減）：				
所得稅開支（抵免）	50.0	(23.4)	nm	nm
財務費用	103.3	135.2	(23.6) %	(24.5) %
財務收入	(5.5)	(2.7)	100.6 %	114.2 %
折舊	26.5	35.8	(26.1) %	(21.2) %
攤銷總額	106.0	115.0	(7.8) %	(3.0) %
EBITDA	414.1	115.1	259.7 %	287.3 %
加（減）：				
以股份支付的薪酬開支	10.0	8.0	24.1 %	25.5 %
減值費用	10.7	30.2	(64.5) %	(70.6) %
重組費用	0.7	11.6	(93.7) %	(95.7) %
租賃使用權資產攤銷	(88.6)	(90.7)	(2.3) %	3.2 %
租賃負債的利息開支	(14.1)	(16.5)	(14.6) %	(9.3) %
其他調整 ⁽¹⁾	(3.1)	(2.5)	25.4 %	(128.0) %
經調整 EBITDA ⁽²⁾	329.7	55.3	496.6 %	546.7 %
經調整 EBITDA 利潤率	16.0 %	4.1 %		

註釋

(1) 其他調整主要包括綜合收益（虧損）表中的「其他收入（開支）」。

(2) 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。由於本集團採納 IFRS 第 16 號計入經營租金開支，因此經調整 EBITDA 計入租賃利息及攤銷開支。

(3) 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的年度同期的平均匯率計算所得。
nm 無意義。

本公司呈列 EBITDA、經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率，因其相信當檢視其經營業績（根據 IFRS 編製）及與期內溢利（虧損）進行對賬時，該等計量工具會提供更多資訊，有利於更全面了解其經營表現及影響其業務的趨勢。EBITDA、經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率是本集團用於評估其經營表現及賺取現金能力的重要量度標準。

本文所計算的 EBITDA、經調整 EBITDA 及經調整 EBITDA 利潤率為非 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，且不應被視為可與本公司綜合收益（虧損）表中期內溢利（虧損）比較。該等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本公司根據 IFRS 所呈報的經營業績的分析。

經調整淨收入（虧損）

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的經調整淨收入（一項非 IFRS 財務計量工具）為 148.2 百萬美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的經調整淨虧損則為 95.0 百萬美元。經調整淨收入改善 243.2 百萬美元，主要由於銷售淨額及毛利改善，以及管理層採取措施精簡業務的固定成本結構帶來的利好影響所致。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月的經調整每股基本及攤薄盈利（為非 IFRS 財務計量工具）為每股 0.103 美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止九個月的經調整每股基本及攤薄虧損則為 0.066 美元。經調整每股基本及攤薄盈利（虧損）是以經調整淨收入（虧損）分別除以每股基本及攤薄盈利（虧損）計算所用的加權平均股數計算得出。

下表呈列截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 9 月 30 日止九個月本集團股權持有人應佔溢利（虧損）與經調整淨收入（虧損）的對賬：

(以百萬美元呈列)	截至 9 月 30 日止九個月			
	2022 年	2021 年	增加（減少） 百分比	撇除匯兌影響的 增加（減少）百分比 ⁽⁴⁾
股權持有人應佔溢利（虧損）	114.5	(147.7)	nm	nm
加（減）：				
計入財務費用的認沽期權之公允價值變動	9.8	2.4	300.9 %	300.9 %
無形資產攤銷	17.4	24.3	(28.5) %	(26.3) %
與債務借款及修訂相關的費用 ⁽¹⁾	—	31.9	(100.0) %	(100.0) %
減值費用	10.7	30.2	(64.5) %	(70.6) %
重組費用	0.7	11.6	(93.7) %	(95.7) %
出售 Speck 的虧損	—	1.3	(100.0) %	(100.0) %
與法人實體重組相關的稅項抵免	—	(26.0)	(100.0) %	(100.0) %
稅項調整 ⁽²⁾	(4.9)	(23.0)	(78.8) %	(78.7) %
經調整淨收入（虧損） ⁽³⁾	148.2	(95.0)	nm	nm

註釋

(1) 截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，與信貸協議若干修訂相關的費用主要是由於清償貸款及借款的虧損 30.1 百萬美元所致。

(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綜合收益（虧損）表的對賬項目的稅務影響。

(3) 指本公司股權持有人應佔經調整淨收入（虧損）。

(4) 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的年度同期的平均匯率計算所得。
nm 無意義。

本公司呈列經調整淨收入（虧損）及經調整每股基本及攤薄盈利（虧損），因其相信此等計量工具有助證券分析員、投資者及其他利益相關方更了解本公司的相關財務表現。呈列經調整淨收入（虧損）及有關經調整每股基本及攤薄盈利（虧損）計算時，本公司撇除影響呈報的股權持有人應佔溢利（虧損）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。

本文所計算的經調整淨收入（虧損）及經調整每股基本及攤薄盈利（虧損）為非 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，且不應被視為可與本公司綜合收益（虧損）表呈列的股權持有人應佔溢利（虧損）或每股基本及攤薄盈利（虧損）比較。經調整淨收入（虧損）及有關經調整每股基本及攤薄盈利（虧損）計算作為一項分析工具有其局限性，不應被視為獨立於或代替本公司根據 IFRS 所呈報的經營業績的分析。

現金流量

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，經營活動所得現金流量為 180.4 百萬美元，而截至 2021 年 9 月 30 日止九個月則錄得經營活動所得現金流量 155.3 百萬美元，反映銷售淨額及毛利改善。經營活動所得現金流量按年增加，主要反映相比截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，經調整淨收入改善以及借款及租賃負債的已付利息減少 12.5 百萬美元，部分被營運資金變動減少 68.0 百萬美元（主要是由於增加存貨以支持因消費者需求上升及旅遊業復甦所導致的銷售淨額增長）所抵銷。於 2022 年 9 月 30 日的存貨為 556.7 百萬美元，較於 2021 年 9 月 30 日的 332.6 百萬美元增加 224.0 百萬美元，因為本公司繼續增加其存貨投資以支持因旅遊業復甦導致消費者需求增加所帶來的銷售淨額增長。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，投資活動所用現金流量淨額為 33.0 百萬美元，主要與物業、廠房及設備的資本開支 27.8 百萬美元有關。本集團選擇性地增設新零售點、翻新若干現有零售點、投資其歐洲生產廠房以擴大產能和支援新產品創新及投資於機器及設備。截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，投資活動所提供的現金流量淨額為 27.5 百萬美元，主要與出售 Speck 的所得款項淨額 35.3 百萬美元（部分被物業、廠房及設備的資本開支 5.8 百萬美元所抵銷）有關。本集團擬增加資本開支，用於 2019 冠狀病毒疫症期間推遲的項目以及進入 2023 年的關鍵策略性項目。

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，融資活動所用現金流量淨額為 635.8 百萬美元，主要由於償還本集團優先信貸融通項下的未償還借款 535.0 百萬美元（包括自願提前償還款項 501.3 百萬美元及規定季度攤銷付款 33.7 百萬美元）所致。融資活動所用現金流量淨額亦包括租賃負債付款 104.4 百萬美元。截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，融資活動所用現金流量淨額為 513.9 百萬美元。本集團償還其優先信貸融通項下的未償還借款 388.0 百萬美元，包括提前償還款項 365.0 百萬美元及規定季度攤銷付款 23.0 百萬美元。截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，融資活動所用現金流量淨額亦包括租賃負債付款 120.1 百萬美元。

於 2022 年 9 月 30 日，本集團的現金及現金等價物為 801.0 百萬美元，而於 2021 年 12 月 31 日則為 1,324.8 百萬美元。現金及現金等價物一般以本集團實體各自的功能貨幣計值。

其他信息

負債

下表載列本集團於 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 12 月 31 日的貸款及借款的賬面值：

(以百萬美元呈列)	2022 年 9 月 30 日	2021 年 12 月 31 日
A 定期貸款融通	590.0	640.0
B 定期貸款融通	536.6	541.6
2021 年增額 B 定期貸款融通	464.3	493.0
循環信貸融通	202.5	668.7
優先信貸融通總額	1,793.4	2,343.3
優先票據 ⁽¹⁾	343.0	398.0
其他借款及債務	62.4	60.8
貸款及借款總額	2,198.8	2,802.0
減遞延融資成本	(8.9)	(12.6)
貸款及借款總額減遞延融資成本	2,190.0	2,789.4

註釋

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

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團償還其優先信貸融通（定義見下文）項下的未償還借款 535.0 百萬美元，包括自願提前償還款項 501.3 百萬美元及規定季度攤銷付款 33.7 百萬美元。提前償還款項 501.3 百萬美元包括循環信貸融通（定義見下文）項下提前償還借款 451.3 百萬美元、A 定期貸款融通（定義見下文）項下提前償還借款 25.0 百萬美元及 2021 年增額 B 定期貸款融通（定義見下文）項下提前償還借款 25.0 百萬美元。截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，本集團償還其優先信貸融通項下的未償還借款 388.0 百萬美元，包括提前償還款項 365.0 百萬美元及規定季度攤銷付款 23.0 百萬美元。

本集團的各項債務責任於下文詳述。

優先信貸融通協議

於 2018 年 4 月 25 日（「完成日」），本公司及其若干直接及間接全資附屬公司與若干貸款人及財務機構訂立經修訂及重述的信貸及擔保協議（自完成日起不時修訂，「信貸協議」）。信貸協議就下述融通作出規定：(1)一筆為數 800.0 百萬美元的優先有抵押 A 定期貸款融通（「A 定期貸款融通」）、(2)一筆為數 665.0 百萬美元的優先有抵押 B 定期貸款融通（「B 定期貸款融通」）、(3)一筆為數 495.5 百萬美元的 B 定期貸款融通（「2021 年增額 B 定期貸款融通」，連同 A 定期貸款融通及 B 定期貸款融通統稱「定期貸款信貸融通」）及(4)一筆為數 850.0 百萬美元的循環信貸融通（「循環信貸融通」）。根據信貸協議提供的信貸融通在本文中稱為「優先信貸融通」。

於 2020 年 3 月 20 日，鑒於 2019 冠狀病毒疫症造成的不確定因素及挑戰，本公司根據循環信貸融通借款 810.3 百萬美元（於借款日期按適用匯率換算的美元等值金額），以確保獲得本集團的流動資金。截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，本集團償還循環信貸融通項下未償還借款的本金額 451.3 百萬美元。於 2022 年 9 月 30 日，由於未償還的借款 202.5 百萬美元及就提供予若干債權人的未償還信用證而動用 4.6 百萬美元融通，故循環信貸融通項下可供借入的金額為 642.9 百萬美元。於 2021 年 12 月 31 日，由於未償還借款 668.7 百萬美元及就提供予若干債權人的未償還信用證而動用 4.6 百萬美元融通，故循環信貸融通項下可供借入的金額為 176.7 百萬美元。

利率及費用

信貸協議項下借款應計及應付的利息：

(a)就 A 定期貸款融通及循環信貸融通而言，利率等於適用基準利率（以美元計值的借款利率為倫敦銀行同業拆息（「LIBOR」），以歐元計值的循環信貸融通的借款利率為歐元銀行同業拆息（「EURIBOR」））另加介乎 1.125% 及 1.875% 之間的年利率（或基準利率另加介乎 0.125% 和 0.875% 之間的年利率），適用年利率根據本公司及其受限制附屬公司於各財政季度末的第一留置權淨槓桿比率或本公司的企業評級而得出，及

(b)就 B 定期貸款融通而言，利率等於 LIBOR (LIBOR 下限為 0.00%) 另加年利率 1.75% (或基準利率另加年利率 0.75%)，及

(c)就 2021 年增額 B 定期貸款融通而言，利率等於 LIBOR (LIBOR 下限為 0.75%) 另加年利率 3.00% (或基準利率另加年利率 2.00%)。

除支付優先信貸融通項下的未償還借款本金額的利息外，借款人須就循環信貸融通項下的未動用承諾金額支付等於每年 0.20% 的慣常代理費及承諾費，而其承諾費可根據下述兩項中產生之較低利率上調：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，或本公司的企業評級 (倘適用)。

攤銷及最後到期日

A 定期貸款融通規定預定季度付款，於 2022 年及 2023 年到期的攤銷付款，年度攤銷為 A 定期貸款融通項下貸款的原來本金額的 5.0%，於 2024 年到期的攤銷付款，年度攤銷遞增至 A 定期貸款融通項下貸款的原來本金額的 7.5%。

B 定期貸款融通規定預定季度付款，金額等於 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 2025 年 4 月 25 日到期及須予支付。

2021 年增額 B 定期貸款融通規定預定季度付款，自截至 2021 年 9 月 30 日止財政季度起，每季度支付金額等於項下貸款原來本金額的 0.25%，餘額於 2025 年 4 月 25 日到期及須予支付。

循環信貸融通項下未償還貸款的本金額概無預定攤銷。

倘於 B 定期貸款融通及 2021 年增額 B 定期貸款融通到期日前 91 天當日尚未根據信貸協議的條款償還或再融資超過 50.0 百萬美元的 B 定期貸款融通及 2021 年增額 B 定期貸款融通，則 A 定期貸款融通及循環信貸融通將於 B 定期貸款融通及 2021 年增額 B 定期貸款融通 (如適用) 到期日前 90 天當日到期。

擔保及抵押

借款人於優先信貸融通項下的債項由本公司及本公司若干於盧森堡、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。所有優先信貸融通項下的債項以及該等債項的擔保，均以借款人及信貸融通擔保人的絕大部分資產 (包括分擔抵押品 (定義見下文)) 作抵押 (若干例外情況除外)。

若干契諾及違約事件

優先信貸融通包含多個可限制本公司及其各受限制附屬公司進行 (其中包括) 以下事項的能力的慣常負面契諾 (若干例外情況除外)：(i) 舉借額外負債；(ii) 就其股本支付股息或作出分派或贖回、回購或償付其股本或其他負債；(iii) 作出投資、貸款及收購；(iv) 與其聯屬公司進行交易；(v) 出售資產 (包括其附屬公司的股本)；(vi) 整合或合併；(vii) 重大改變其現行業務；(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，信貸協議規定本公司及其附屬公司須達成若干季度財務契諾。截至 2022 年及其後的測試期間，本公司及其附屬公司須維持 (i) 不高於 4.50:1.00 的備考總淨槓桿比率，惟該最高備考總淨槓桿比率於准許收購完成的財政季度後的六個財政季度期間將由另行適用的比率上調 0.50 倍至最高不超過 6.00:1.00 的備考總淨槓桿比率，及 (ii) 不低於 3.00:1.00 的備考綜合現金利息保障比率 (統稱為「財務契諾」)。財務契諾僅適用於 A 定期貸款融通下貸款人及循環信貸融通下貸款人的權益。本公司於截至 2022 年 9 月 30 日止測試期間遵守財務契諾。信貸協議亦包含有關違約事件 (包括控制權變更) 的若干慣常聲明及保證、肯定性契諾及條文。

最低流動資金契諾

2021 年增額 B 定期貸款融通規定本公司須符合 100.0 百萬美元的最低流動資金契諾，直至 2021 年增額 B 定期貸款融通全數清償為止。

本公司於 2022 年 9 月 30 日符合最低流動資金契諾，且於本報告日期仍符合有關契諾。

其他信息

就借款及修訂產生的遞延融資成本均遞延入賬，並被貸款及借款所抵銷。遞延融資成本於優先信貸融通的年期內按實際利率法攤銷。截至 2022 年 9 月 30 日及 2021 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 3.7 百萬美元及 5.5 百萬美元。

截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，本公司於 2021 年增額 B 定期貸款融通項下借款完成後錄得 30.1 百萬美元的清償虧損。該虧損包括被終止確認的未攤銷遞延融資成本 24.1 百萬美元（屬已清償融通賬面淨額的一部分）。

利率掉期

本集團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 2019 年 9 月 4 日，本集團訂立利率掉期協議，自 2019 年 9 月 6 日起生效並將於 2024 年 8 月 31 日終止。利率掉期協議的名義金額隨着時間遞減。由於本集團進行了利率掉期，於 2022 年 9 月 30 日，優先信貸融通的本金額中約 31% 的等值金額的 LIBOR 已固定約為 1.208%，此降低了本公司面對的部分加息風險。利率掉期協議須自 2019 年 9 月 30 日起每月支付固定利息。利率掉期交易可作為現金流量對沖。於 2022 年 9 月 30 日，利率掉期按市價計值，導致本集團產生淨資產 31.3 百萬美元，並入賬列作資產，而實際收益（虧損）部分則遞延至其他全面收益（虧損）。於 2021 年 12 月 31 日，利率掉期按市價計值，導致本集團產生淨負債 3.4 百萬美元，並入賬列作負債，而實際收益（虧損）部分則遞延至其他全面收益（虧損）。

於 2026 年到期的 350.0 百萬歐元年利率 3.500% 之優先票據

於 2018 年 4 月 25 日（「發行日」），本公司間接全資附屬公司 Samsonite Finco S.à r.l.（「發行人」）發行於 2026 年到期本金總額為 350.0 百萬歐元年利率 3.500% 之優先票據（「優先票據」）。優先票據是根據發行人、本公司及其若干直接或間接全資附屬公司（連同本公司統稱為「擔保人」）於發行日訂立的契約（「契約」）按面值發行。

到期日、利息及贖回

優先票據將於 2026 年 5 月 15 日到期。優先票據的發行在外本金總額按固定年利率 3.500% 計息，每半年以現金支付一次，於每年 5 月 15 日及 11 月 15 日到期支付。

倘贖回於自以下所列年度的 5 月 15 日開始的十二個月期間內發生，則於 2021 年 5 月 15 日之後，發行人可按下列贖回價（以本金總額的百分比表示）加截至適用贖回日的應計及未付利息及其他款項（如有）贖回全部或不時贖回部分優先票據（受限於有關記錄日期的登記持有人於有關利息支付日期收取到期利息的權利）：

年度	贖回價
2022 年	100.875 %
2023 年及其後	100.000 %

倘若發生若干被界定為構成控制權變更的事件，則發行人可能須發出要約以購買優先票據。

擔保及抵押

優先票據由擔保人按優先次級基準提供擔保。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（涉及發售優先票據的所得款項）中的權利作出二級質押，作為抵押（「分擔抵押品」）。分擔抵押品亦按一級方式為信貸協議項下借款提供抵押。

若干契約及違約事件

契約包含多個可限制本公司及其受限制附屬公司（包括發行人）進行（其中包括）下述事項的能力的慣常負面契約（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配，或者回購或贖回本公司或其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) 削減分擔抵押品中的抵押權益。契約亦包含關於違約事件的若干慣常規定。

其他貸款及借款

本公司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集團實體的功能貨幣計值的浮息工具。該等信貸額度為本集團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 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 12 月 31 日，其他貸款及借款的總額分別為 62.4 百萬美元及 60.7 百萬美元。

下表載列本集團於 2022 年 9 月 30 日及 2021 年 12 月 31 日的貸款及借款的合約到期日：

(以百萬美元呈列)	2022 年 9 月 30 日	2021 年 12 月 31 日
按要求或於一年內	114.0	107.3
一年後但兩年內	61.6	53.3
兩年後但五年內	2,023.2	2,641.4
	2,198.8	2,802.0

交叉貨幣掉期

本集團先前利用交叉貨幣掉期，以對沖歐元與美元之間貨幣波動相關的貨幣風險。於 2019 年 4 月，本集團訂立交叉貨幣掉期，指定為淨投資對沖。該對沖包括歐元與美元的名義貸款金額 50.0 百萬美元。於 2022 年 8 月，本集團終止有關掉期。交叉貨幣掉期於終止時的公允市場價值為 4.2 百萬美元。收益於綜合收益（虧損）表入賬列作財務費用的對沖收益。

於 2021 年 12 月 31 日，交叉貨幣掉期按市值計價，導致本集團產生淨資產 0.1 百萬美元，並入賬列作資產，而實際收益（虧損）部分則遞延至其他全面收益（虧損）。

購買物業、廠房及設備

截至 2022 年 9 月 30 日止九個月，購買物業、廠房及設備為 27.8 百萬美元。本集團選擇性增設新零售點、翻新若干現有零售點、投資其歐洲生產廠房以擴大產能和支援新產品創新及投資於機器及設備。截至 2021 年 9 月 30 日止九個月，購買物業、廠房及設備為 5.8 百萬美元。本集團擬增加資本開支，用於 2019 冠狀病毒疫症期間推遲的項目以及進入 2023 年的關鍵策略性項目。

一般事項

於 2022 年 9 月 30 日及截至該日止九個月期間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、債券持有人及其他相關利益團體提供有關本集團表現的最新消息。

本公司股東、潛在投資者、貸款人、債券持有人及其他相關利益團體務請注意，本公告所載的所有數字是基於本集團的管理賬目而作出，有關管理賬目尚未經本公司核數師審計或審閱。編製本集團管理賬目時所應用的會計政策與編製本公司截至 2021 年 12 月 31 日止年度之經審計財務報表時所應用者貫徹一致。

本公司股東、潛在投資者、貸款人、債券持有人及其他相關利益團體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 International S.A.
新秀丽國際有限公司
主席
Timothy Charles Parker

香港，2022 年 11 月 11 日

於本公告日期，執行董事為 Kyle Francis Gendreau，非執行董事為 Timothy Charles Parker，以及獨立非執行董事為 Claire Marie Bennett、Angela Iris Brav、Paul Kenneth Etchells、Jerome Squire Griffith、Tom Korbas 及葉鶯。