

明報 (2023 年 1 月 5 日)

<https://finance.mingpao.com/fin/columnist1463481138946/20230104/1672826892850/%e6%96%b0%e7%a7%80%e9%ba%97%e5%8f%97%e6%83%a0%e6%97%85%e9%81%8a%e6%a5%ad%e5%be%a9%e7%94%a6-%e4%bc%ba%e6%a9%9f%e8%b7%9f%e9%80%b2>

專家觀點>金利豐證券

新秀麗受惠旅遊業復甦 伺機跟進

新秀麗受惠旅遊業復甦 伺機跟進

標籤：金利豐證券

文章日期：2023年1月4日

Like 0 | Share        

全球各國已經放寬社交隔離、旅遊及其他限制，就連內地亦加快復常，即將放鬆邊境政策，有助旅遊或出行的需求持續復甦，帶動旅遊相關產品需求大增。新秀麗（1910）為全球最大的旅遊行李箱公司，核心旅遊品牌包括新秀麗、Tumi和American Tourister等。2022年首9個月，新秀麗品牌的銷售淨額在集團所有地區均有所增長，按年增加68.1%至10.35億美元，佔總收入的50.2%。

截至2022年9月底止第三季度，集團扭虧為盈，錄得純利5,820萬美元。期內，銷售淨額7.91億美元，按年上升42%，經營溢利增加1.4倍至1.22億美元，經調整EBITDA上升85.6%至1.34億美元；惟整體毛利率下跌0.5個百分點至55%。至於去年首三季度，同樣虧轉盈，純利1.15億美元，銷售淨額20.61億美元，按年上升52%，經營溢利為2.82億美元；整體毛利率由去年同期的52.7%，上升2.7個百分點至55.4%。

以地區劃分，2022年首三季度北美洲的銷售淨額，按年增加45.2%至7.82億美元。亞洲地區的銷售淨額，按年增加36.5%至6.58億美元，主要受制於中國因新冠疫情影響而再度實施旅遊限制和社交距離措施。至於歐洲市場，分部銷售淨額增加82.7%至4.95億美元。由於烏克蘭的武裝衝突，集團在2022年3月14日暫停於俄羅斯的所有商業活動，並在7月簽訂最終協議完成出售其俄羅斯業務。2022年9月底，自營零售店的總數為965家。

走勢上，昨日呈「大陽燭」上揚，10天線升穿20天線，STC%K線續走高於%D線，惟MACD牛差距擴大，宜候低20.4元吸納，若以大成交突破22.45元阻力，升勢有望持續，不跌19.1元續持有。

金利豐證券研究部執行董事黃德几

筆者為證監會持牌人士

本人並無持有上述股份