



負責任之旅

2024年

報告

# 負責任之旅



## 引言

- 03 行政總裁致辭
- 05 關於新秀麗
- 07 副總裁兼全球可持續發展主管致辭
- 09 負責任之旅－重要里程碑
- 10 2024年摘要及認可
- 11 我們的可持續發展策略
- 14 品牌可持續發展亮點：新秀麗、TUMI及American Tourister

## 產品

- 18 目標及2024年進展
- 19 我們的方法
- 20 進一步明確2030年願景：推進產品可持續發展框架
- 22 耐用性與質量
- 23 可持續物料
- 26 可循環性
- 28 產品足跡
- 29 2025年持續焦點

## 地球

- 31 目標及2024年進展
- 32 我們的方法
- 33 進一步明確2030年願景：制定科學氣候目標
- 34 氣候行動
- 38 負責任資源使用
- 40 大自然
- 40 2025年持續焦點

## 員工及大眾

- 42 目標及2024年進展
- 43 我們的方法
- 44 進一步明確2030年願景：人權承諾與盡職審查
- 45 培訓與發展
- 46 文化與共融
- 48 員工參與
- 49 健康與安全
- 50 保護供應鏈的參與者
- 54 企業捐贈
- 55 2025年持續焦點

## 管治

- 57 我們的方法
- 58 可持續發展管治
- 59 商業行為
- 60 產品政策

## 數據附錄

- 62 關於本報告
- 63 碳足跡概要
- 64 香港聯交所環境關鍵績效指標
- 68 香港聯交所社會關鍵績效指標
- 73 氣候相關財務披露工作組聲明

# 行政總裁致辭

歡迎閱讀新秀麗2024年負責任之旅報告。通過這份報告，我們分享了我們在加強及執行本公司策略方面的持續努力，致力於打造一個更具可持續性、韌性及責任感的企業。報告重點呈現我們在此過程中獲取的經驗、成就及進展，展現了我們跨地區、跨品牌團隊的奉獻精神與領袖才能。我為我們落實賦能每段旅程，推動世界進步的共同使命深感自豪。

在新秀麗，我們相信每段旅程均蘊藏無限可能。無論是城市穿梭亦或環球探索，每次出行都是連接彼此、拓展視野、感受世界的機會。隨着全球旅行及旅遊業的持續發展，消費者愈發追求更具可持續性的全新體驗及產品。我們做好準備通過開創行業可持續發展新路徑滿足這一需求。

憑藉在創新與耐用性領域115年的卓越領導地位，我們堅定履行減少對地球影響的承諾。我們持續革新生產方式，提高產品耐用性，通過採用更多可持續性物料，擴大產品可修復性，並借助我們在創新及規模化方面的成功經驗，推動更具循環性的解決方案。於2024年，採用部分再生物料的產品於銷售淨額中的佔比較2023年的約34%提升至約40%。

在此基礎上，我們於去年宣佈致力於實現具雄心的近期科學氣候目標—包括在我們的零售店、生產及配送設施以及辦事處中就我們的自身營運持續使用百分百可再生電力<sup>1</sup>—並通過大幅增加再生物料的使用，在堅守產品耐用性承諾的同時，力爭於2030年前顯著降低價值鏈碳排放。我對我們在這一旅程中邁出的重要一步以及在2024年已經取得的進展感到自豪。

我們的進步離不開員工的努力。我們遵循黃金法則，這一原則對公司內的人際關係造成啟發，提醒我們須包容及尊重差異。去年，我們位於喬治亞州維達利亞的TUMI配送設施受到颶風海倫的嚴重破壞。該地區因斷電斷水陷入災難狀態—許多員工社區亦受波及。我們位於佛羅里達州傑克遜維爾配送中心的新秀麗員工迅速行動，載滿一卡車飲用水、食物、嬰幼兒及寵物食品、清潔用品等必要物資，兩次往返五小時車程馳援維達利亞團隊及其家屬。我們無分品牌，互助共濟，體現「一個團隊」精神。這種精神是我們每個人成功的關鍵。



於2024年11月，Kyle Gendreau及新秀麗團隊實地考察位於中國的供應商寶豪。

<sup>1</sup>我們通過現場太陽能發電、綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)來實現這一目標。

我們深知僅憑一己之力難以實現可持續發展目標，因此我們與供應商緊密合作—部分合作關係已延續數十載。去年我實地考察中國供應商時，親眼見到鋁材回收廠重新加工物料的情景，再次深切感受到供應商與我們共同落實可持續發展的堅定承諾。我們於2024年首次將再生鋁材應用於產品製造。通過大規模實施我們的策略方案並深化與供應商及合作夥伴的合作，為新秀麗持續實現可持續、負責任增長打好紮實根基。

最後，我要感謝我們的全球可持續發展團隊，以及與我們攜手同行的所有員工、供應商及合作夥伴。

我們期待與您分享我們的進展。

此致



**Kyle Francis Gendreau**

執行董事兼行政總裁



「通過大規模實施我們的策略方案並深化與供應商及合作夥伴的合作，為新秀麗持續實現可持續、負責任增長打好紮實根基。」

**Kyle Francis Gendreau**

# 關於新秀麗

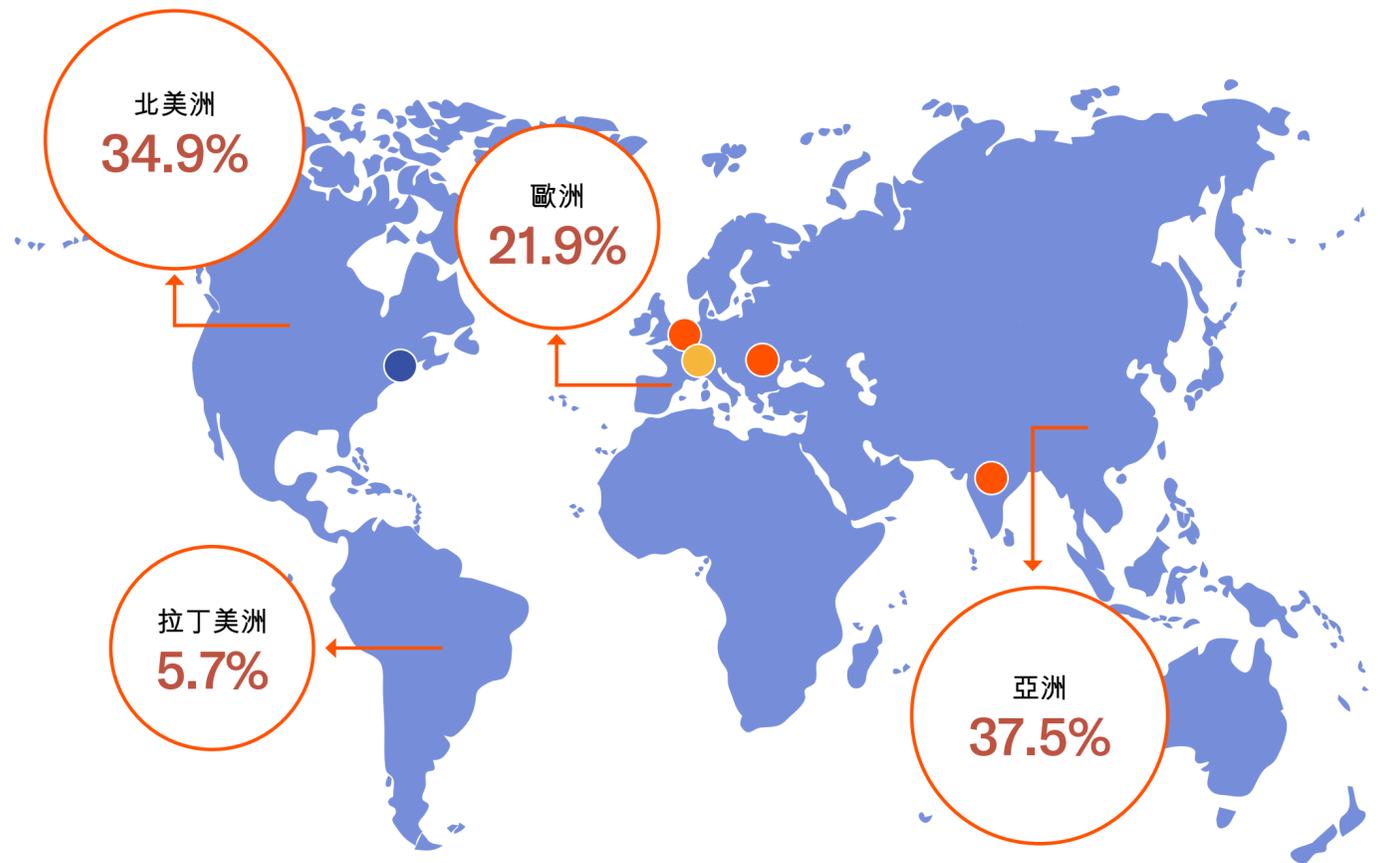
## 我們的業務概覽

新秀麗集團有限公司（前稱新秀麗國際有限公司，連同其綜合附屬公司統稱「本公司」或「其」）擁有115年悠久歷史，是全球最著名、規模最大的行李箱公司，並且是全球時尚箱包行業的翹楚。本公司擁有及經營以新秀麗®、TUMI®及American Tourister®為首並以客戶為中心的標誌性品牌組合，該等品牌為我們客戶的旅程提供全球信賴、創新及日益可持續發展的產品。憑藉歷史悠久的行業領導地位，我們的願景是引領行業邁向更可持續發展的未來。

我們約有**12,100**名全職同等僱員分佈於世界各地**40**多個國家，我們憑藉創造標誌性設計的歷史以及品質、耐用性及創新的強大傳統，引領行業。

隨着我們在負責任之旅中不斷前進，我們將繼續投資開發新物料，推進更高效的製造流程，提高產品的可修復性及更具可持續性的產品系列。

## 按地區劃分的銷售淨額



● 生產廠房

● 聯合企業總部曼斯菲爾德

● 聯合企業總部盧森堡

**3**  
個生產廠房

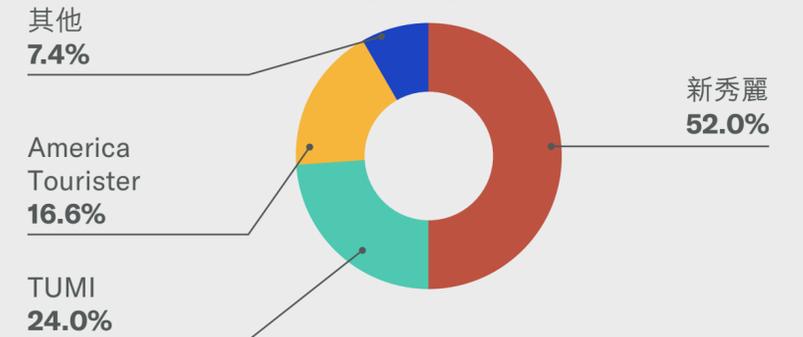
**1,119**  
家自營零售店

約有**12,100**  
名全職同等僱員分佈於世界  
各地**40**多個國家

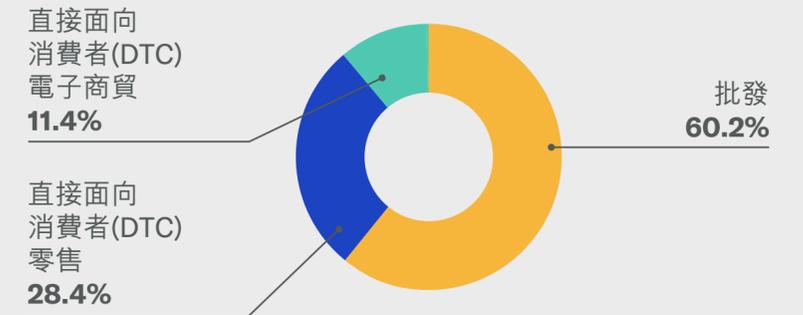
**32**  
個配送中心及倉庫

## 2024年銷售淨額： 3,588.6百萬美元

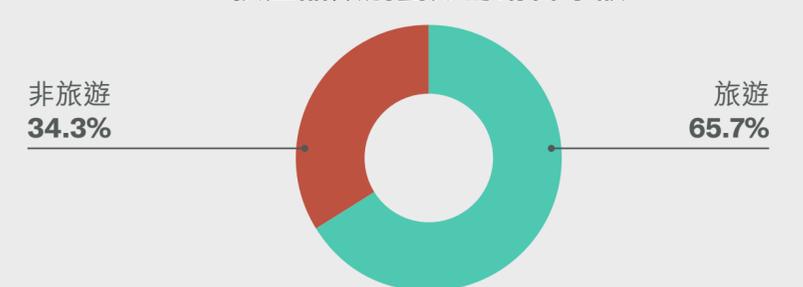
### 按品牌劃分的銷售淨額



### 按渠道劃分的銷售淨額

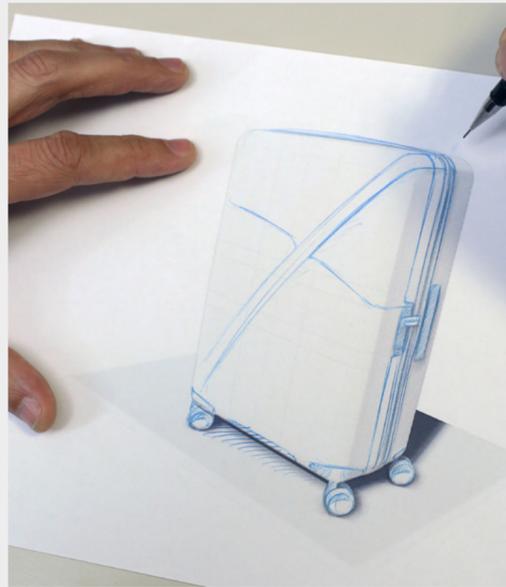


### 按產品類別劃分的銷售淨額



## 我們的價值鏈

### 我們產品的使用週期



#### 產品設計及開發

我們的產品之旅始於產品設計及開發。我們幾乎所有產品均由新秀麗內部團隊以可持續發展為宗旨設計及開發。



#### 物料採購

下一步，新秀麗自有生產設施及供應商採購製造我們產品的物料。絕大多數產品由塑料製成，如聚碳酸酯、聚丙烯、聚酯纖維、尼龍、ABS以及它們的再生版本。



#### 產品製造

我們的產品由公司自有及自營設施以及第三方設施製造。我們的自有及自營設施使用百分百可再生電力<sup>1</sup>。供應商也在減少其碳足跡，目前已有30多個亞洲生產基地安裝太陽能電池陣列，相比2023年的22個有所增加。



#### 物流及配送

我們的產品通過各種渠道銷售，如批發合作夥伴、直接面向消費者(DTC)零售及電子商貿。我們的配送中心及公司自有及自營零售店亦使用百分百可再生電力<sup>1</sup>。我們主要通過水運、公路、鐵路及偶爾通過空運配送。



#### 產品使用及維修

我們的產品經久耐用，於世界各地深受喜愛及使用。我們通過自有及第三方全球及地區維修中心提供維修服務，幫助客戶延長行李箱的使用壽命。部分維修工作可在我們的門店完成。



#### 使用週期結束

我們正在探索如何更好地支持客戶在產品使用週期結束後回收其產品。我們在設計時越來越顧及產品的可回收性及可拆解性，並已在多個市場試行回收計劃。

<sup>1</sup>通過現場太陽能發電、參與綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)共同實現。

# 副總裁兼全球可持續發展主管致辭

回顧2024年，我對我們的團隊在推進負責任之旅進程中展現的卓越貢獻深感自豪與感激。我們共同敲定了2030年的願景，並在各個領域取得了重大進展。看到我們的團隊對新願景充滿熱情和幹勁，並為跨品牌及地區目標的實現制定規劃圖，我深感振奮。

## 提升產品的可持續性

產品的可持續性是我們可持續發展工作的核心，我們對例如首次將再生鋁材應用於產品製造中，以及物色到新的優質再生聚碳酸酯及再生聚丙烯來源等里程碑事件深感欣慰。自2018年推出使用再生物料的產品以來，我們不斷增加這些物料在各個部件及產品系列中的使用。於2024年，約40%的銷售淨額來自部分使用再生物料的產品。這是我們脫穎而出的關鍵：利用我們的創新能力尋找在物料、修復、耐用性等方面更加可持續的解決方案，並借助我們的規模優勢，逐步將這些解決方案應用於更多的產品及品牌，從而放大我們的影響力。

## 設定科學氣候目標

於2024年，我們公佈具雄心的近期以科學為本的氣候目標。我們承諾在公司自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處中繼續使用百分百可再生電力<sup>1</sup>。此外，我們亦設定多個目標，到2030年將範圍1及範圍2排放量減少42%（以2023年為基準年），並按單位毛利強度基準將採購商品及服務的範圍3排放量減少52%（以2022年為基準年）。於2025年3月，我們取得科學基礎減量目標倡議(SBTi)的驗證。

<sup>1</sup>通過現場太陽能發電、參與綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)共同實現。

我們以科學為本的氣候目標是我們2030年願景的基石，也是我們提升行業領導地位的重要一步。為實現這些目標，我們將在產品中大幅增加再生物料的使用，同時保持我們對耐用性的高要求。我們將在已經面市的成熟解決方案上再接再勵，這也是我們相信這些目標雖具雄心，但切實可行的原因。與我們值得信賴的供應商保持持續且緊密的合作關係對我們的成功至關重要。

## 完善我們對社會責任及人權的管理方式

我們的員工及合作夥伴是推動我們進步的關鍵，我們的一切行動均遵循「己所不欲，勿施於人」的黃金法則。今年的另一個重要里程碑是更新了我們的社會責任指引，制定了我們的人權承諾，並著手開展人權盡職調查工作。我們計劃於2025年完成並發佈我們新的人權承諾。

## 認可

獲得外界認可是對我們所取得進步的大力肯定，我們很高興入選《時代》雜誌「2025年全球最佳可持續增長企業(World's Best Companies in Sustainable Growth 2025)」，在可持續性方面表現出色且財務狀況良好的500家公司排行榜中名列第40位。此外，我們的MSCI ESG評級由A級改善至AA級，而我們的CDP氣候評級則維持在B級。



於2024年11月，Kyle Gendreau、Marina Dirks及新秀麗團隊實地考察位於中國的Alco生產廠房。

## 展望未來

我為已取得的成就深感自豪，並對2025年滿懷期待。我們將致力於進一步推進我們的產品可持續發展框架，尤其是在可修復性方面，並探索可規模化的使用週期結束解決方案。我們將在氣候方面繼續取得進展，並進一步落實人權工作。為應對全球即將出台的各项法規，我們正有序推進各項工作，以改進系統、流程及衡量標準。於2025年，我們將為核心品牌推出更具針對性的面向消費者的可持續發展宣傳語，這些宣傳語基於我們於2024年制定的品牌可持續性定位作出。考慮到消費者對我們產品的耐用性及可修復性的關注，我們致力於與消費者進行互動，並提供有關我們可持續發展工作的清晰、準確及有據可依的信息，於2025年及未來，相關工作將持續推進。

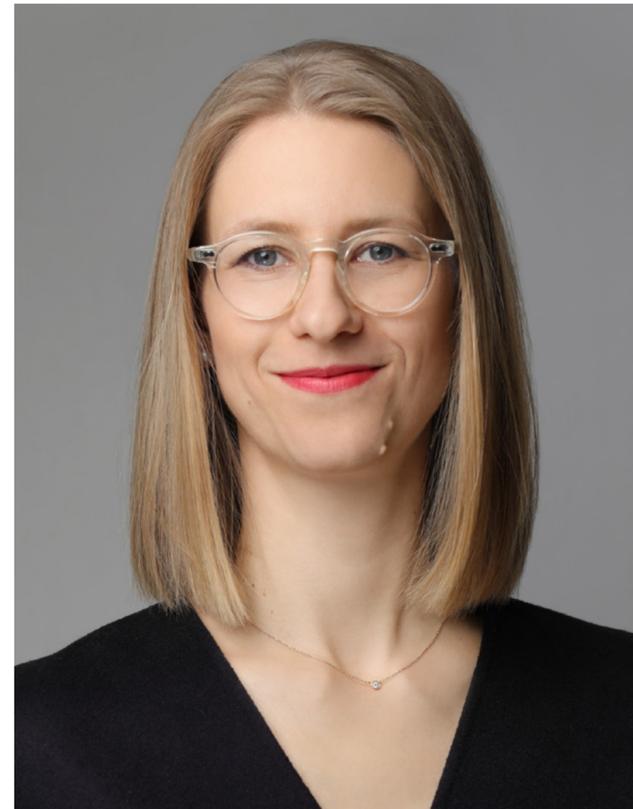
我期待着分享未來旅程中的見解及進展。

此致

*Marina Dirks*

**Marina Dirks**

副總裁兼全球可持續發展主管



「我們共同敲定了**2030**年的願景，並在各個領域取得了重大進展。看到我們的團隊對新願景充滿熱情和幹勁，並為跨品牌及地區目標的實現制定規劃圖，我深感振奮。」

**Marina Dirks**

# 負責任之旅 — 重要里程碑



Jesse Shwayder在科羅拉多州丹佛市創立新秀麗，並採用「己所不欲，勿施於人」的黃金法則作為本公司的指導原則

**1910年**



SILHOUTTE行李箱以耐用性為先，採用嵌入式配件，可防止磨損

**1958年**



推出採用舊水瓶中回收的聚酯纖維製成的產品；此後，擴大並規模化地將其應用於襯裡及外層織物中

**2018年**



## 負責任之旅

推出新秀麗可持續發展策略—負責任之旅及2025年／2030年目標

**2020年**

在所有公司自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處中使用百分百可再生電力<sup>1</sup>，較目標日期提前了兩年

**2023年**

推出首款拉桿及外殼採用再生鋁材製成的產品

設定以科學為本的氣候目標，在我們的營運過程中使用百分百可再生電力，到2030年將範圍1及範圍2排放量減少42%（以2023年為基準年），到2030年將採購商品及服務的範圍3溫室氣體(GHG)排放量減少52%<sup>2</sup>

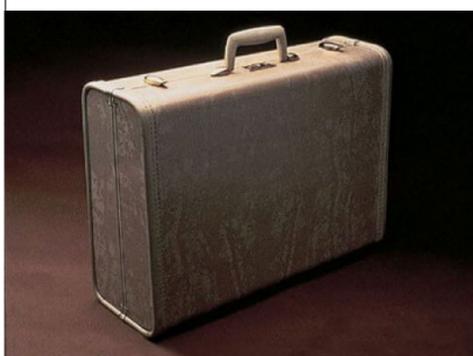
**2024年**



**1941年**

透過聖經人物三松選取「新秀麗」為商標以表達品牌的強度及耐用性

Samsonite



**2017年**

發佈第一份ESG報告



**2019年**

推出首款外殼採用自乳酪杯等生活垃圾中回收的消費後聚丙烯製成的新秀麗行李箱



**2021年**

在比利時及荷蘭試行首個行李箱回收計劃，此後每年繼續開展這些計劃



<sup>1</sup>通過現場太陽能發電、參與綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)共同實現。

<sup>2</sup>以2022年為基準，按單位毛利強度基準計算，定義為與本公司在各財政年度採購的商品及服務相關的排放量（按噸二氧化碳當量計）除以本公司在該財政年度的毛利。

# 2024年摘要及認可

## 產品

推出**產品可持續發展框架**：制定詳細規劃圖以增加再生物料的使用，開始探索建立全球可維修指數的方法，並提供更多回收計劃方案。

採用部分**再生物料**的產品於**銷售淨額中的佔比較2023年的約34%提升至約40%**。

推出**首款**採用**再生鋁材**把手的**產品**，目前正在努力迅速擴大使用範圍。

發現了從洗衣機滾筒中**回收聚丙烯**的優質新來源。

推出新秀丽ESSENS限量版，這是我們**首款真正實現循環利用的行李箱**，其外殼採用回收的舊行李箱物料製成。

## 地球

設定一個與氣候科學相符且經科學基礎減量目標倡議(SBTi)驗證的**具雄心的近期氣候目標**，我們計劃通過致力增加再生物料的使用部分實現這一目標。

**減少範圍3溫室氣體(GHG)排放足跡**按收入強度計算，相比去年減少了16.5%。

確保我們的自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處每年採購**百分百可再生電力**<sup>1</sup>；並完成了位於美國喬治亞州配送中心的新太陽能裝置。

完成**新的大自然影響評估**，審視我們的業務在價值鏈上的潛在影響。

## 員工及大眾

開始制定我們的**人權承諾**，並著手開展人權盡職調查工作。

進一步完善我們的**全球社會責任計劃**，包括更新我們的全球社會責任指引。完成348次審核，包括98家供應商因獲得WRAP<sup>2</sup>認證而免於審核。

**93%**的團隊員工**對我們文化與共融方面的工作表示滿意**，相比去年上升了3%。

**主管及以上職級的女性佔比為36%**，自2022年以來基本持平。

在2024年底，我們提前**實現專業發展目標**。

在38個國家**推出全球招聘平台**，著力構建標準化與包容性並重的招聘體系。

## 認可

# TIME

**2025年全球最佳可持續增長企業**

在500家公司中排名第40位、  
在零售、批發及消費品類別中排名第二

MSCI  
ESG評級



CCC B BB BBB A AA AAA

由A上調至AA

CDP

氣候評級為B

<sup>1</sup>通過現場太陽能發電、參與綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)共同實現。

<sup>2</sup>國際社會責任認證組織(WRAP)。

# 我們的可持續發展策略

## 我們的企業宗旨

賦能每段旅程，推動世界進步。

## 我們的可持續發展願景

利用我們的領導地位，為我們的行業開闢一條更加可持續發展的未來之路。

在新秀麗，我們相信每段旅程均蘊藏無限可能。無論是城市穿梭亦或環球探索，每次出行都是連接彼此、拓展視野、感受世界的機會。

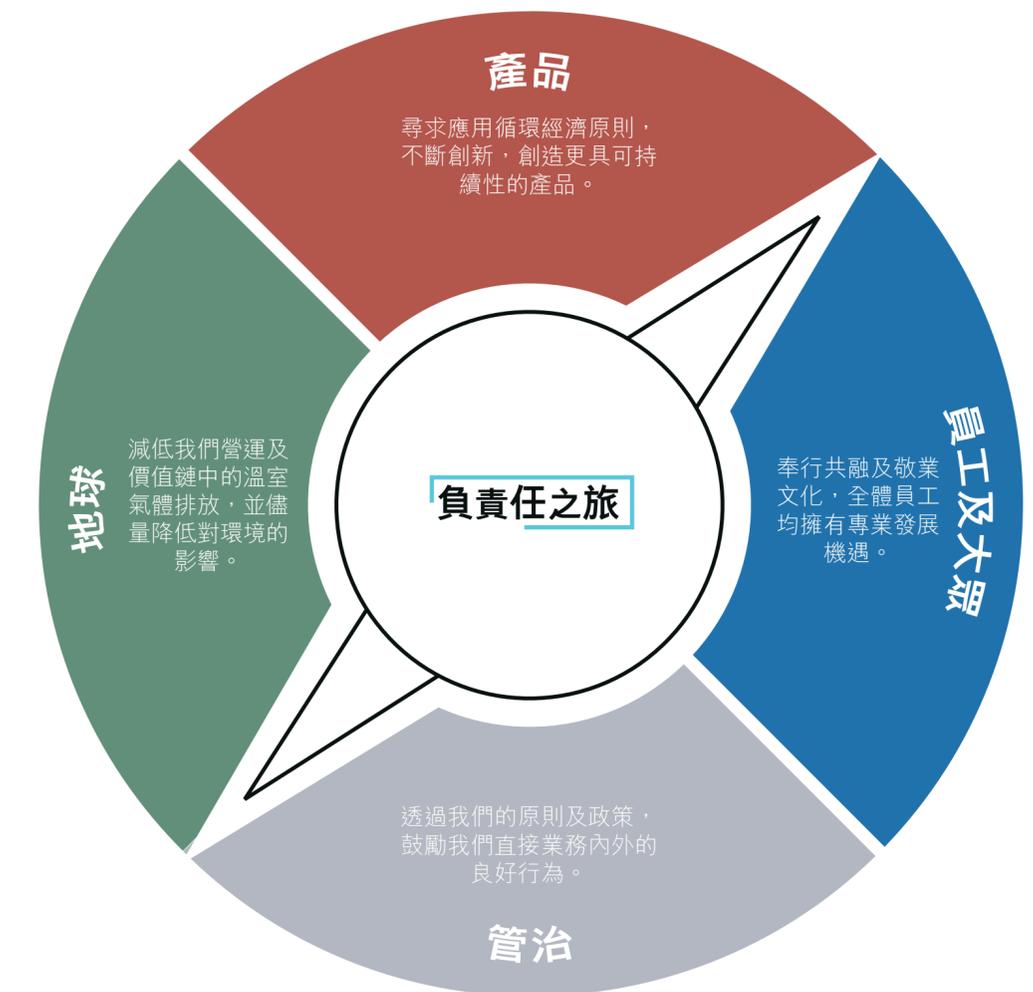
這就是我們以賦能每段旅程，推動世界進步為宗旨的原因。

創造全球信賴、創新且更具可持續性的耐用產品。採取行動以減少我們對地球的影響。鼓勵我們的員工、合作夥伴及社區加入我們的「負責任之旅」。利用我們的領導地位，為我們的行業開闢一條更加可持續發展的未來之路，共同推動世界進步。

## 負責任之旅

我們於2020年推出「負責任之旅」全面可持續發展策略，該項策略以我們115年推陳出新的傳統為基礎。我們將其視作指導我們在邁向2030年旅程中作出決策的指南針及實現我們長遠目標的途徑。於2022年，我們完善制定策略框架的方法，將重點放在以強有力的管治基礎為支撐的三項策略－產品、地球及員工及大眾。於2023年，我們進行了一項雙重重要性評估，以確認我們對最重大影響領域和風險的見解。我們亦花費時間更新我們的目標，並加強我們流程的穩健性及問責制，在品牌和地區兩個層面支持實現該等目標。於2024年，相關工作持續推進。

我們將繼續完善策略及目標，以確保我們能夠藉此實現我們的願景。有關進一步資料，請參閱管治一節。



## 雙重重要性

於2023年，我們根據歐盟企業可持續發展報告指令 (CSRD)進行了一項雙重重要性評估，此舉有助於我們深化對新秀麗最重要主題（如下圖所示）的見解及理解，包括主要持份者認為業務哪方面對員工及環境造成最重要影響（「由內向外」的觀點），以及他們認為可持續發展相關發展及事件帶來的最重大的風險及機遇（「由外向內」的觀點）。

在多種情況下，評估結果強調了我們認為的「負責任之旅」下的重點領域－例如產品可持續發展、減緩氣候變化以及文化與共融。評估結果亦幫助我們識別與我們業務相關的主題，這些主題在我們最初啟動策略以來的過去數年中不斷演變，例如在社會議題方面從合規導向轉變為更深入地關注價值鏈整體的工作條件及人權，以及對適應氣候變化的新焦點。評估結果還為我們提供了進一步制定2030願景及2024年重點關注領域的見解：推進我們的產品可持續發展框架、設定以科學為本的氣候目標以及制定我們的人權承諾。

借助我們的雙重重要性評估結果，我們將在2025年繼續完善並推進我們的可持續發展策略及目標。

您可以閱讀以下頁面以了解我們如何應對重大問題的更多信息：

 商業行為	管治	第59頁
 循環經濟	產品	第26頁
 適應氣候變化	地球	第34頁
 文化與共融	員工及大眾	第46頁
 能源管理	地球	第38頁
 溫室氣體排放／減緩氣候變化	地球	第33頁
 塑料使用及處理	產品	第23頁
 產品質量及安全	產品	第22頁
 可追蹤性	產品	第21頁
 工作條件及人權	員工及大眾	第44頁

## 品牌可持續性定位

於2024年，我們的團隊一直致力於為我們的核心品牌新秀麗®、TUMI®及American Tourister®分別專門界定其可持續性定位，助力各品牌明確對可持續性的獨特主張，清晰傳導各品牌為本公司的可持續發展進程作出的貢獻。

該流程涵蓋幾個評估及分析階段：審查全球品牌框架及關鍵品牌元素，以確定每個可持續性定位能夠契合及強化的真實主題；審查現有的品牌可持續發展舉措及計劃；重新審視客戶偏好，以確保關聯性及共鳴度；諮詢全球及地區內部團隊的關鍵利益相關者，以徵求他們的意見；收集反饋，並對70多個主要同業品牌展開調研。

在全球各地，我們擁有一系列針對不同的旅行需求且具有獨特市場定位及優勢的地區性品牌。隨着我們將這項工作所累積的經驗推廣至全公司，旗下規模較小的品牌也將從中受益。

[更多資料請參閱品牌亮點。](#)





## 持份者參與

與各持份者保持透明合作至關重要，這既能幫助我們瞭解其訴求與期望，又能助力我們實現可持續發展目標。我們相信，建立有意義的合作夥伴關係能夠推動多方協同行動，為自身企業、合作夥伴、社區及地球創造共享機遇及積極影響。

我們致力於與合作夥伴密切合作，共同應對需要廣泛協作的挑戰，例如可持續物料創新、推進更具循環性的解決方案、落實氣候行動及維護人權。我們的參與方式包括與多樣化合作夥伴共同開展各種活動（本頁提供具體案例）。在所有工作中，我們始終貫徹透明、包容、一致及問責原則，以促進積極影響及共同價值。我們還努力確保新出現的問題、風險及要求得到考慮、評估並採取適當行動。

我們通過多種正式及非正式的方式與持份者互動，包括會議、調查活動與訪談、焦點小組、資訊簡報以及其他形式的溝通與對話。

### 持份者團體

### 參與

<b>客戶</b>	我們通過自有、付費與口碑獲取的社交與數碼媒體、店內銷售點營銷與傳播、客戶服務以及售後服務（包括維修、反饋調查及傾聽活動）與客戶互動。於2025年，我們將通過自有渠道進一步加強面向客戶的品牌可持續發展宣傳。
<b>員工</b>	我們的人力資源、員工體驗以及地區及全球領導團隊通過多種正式及非正式的方式定期與全球員工互動，包括地區及全球性的全員大會與活動、全球員工通訊、年度意見調查以及數碼化人力資源平台。
<b>批發商</b>	我們的銷售團隊通過定期會議及產品演示、專門制定的營銷活動以及Salsify等中央平台與批發客戶互動，使合作夥伴能夠獲取準確且最新的內容。有關可持續發展的專項對話則通過信息徵詢、調查及談話進行。
<b>投資者</b>	我們的行政總裁、財務總監、副總裁、全球可持續發展主管與投資者關係團隊透過定期財務與可持續發展披露、策略業務更新及直接交流，積極與投資者群體保持互動。
<b>供應商</b>	我們視供應商為真正合作夥伴，當中不少與我們保持數十年的業務關係。我們每年舉辦的全球供應商晚宴正是對這種夥伴關係及優秀供應商的認可。我們的產品設計、開發及品質保證團隊定期進行實地考察，全方位推動生產流程（包括創新）的發展。全球社會責任團隊則透過供應商審核及培訓，以提高意識並強化《道德憲章》及社會責任方案的核心要求。這些互動旨在深化對社會合規議題的理解，並支持供應商改善認證及審核表現。
<b>報告機構</b>	我們可持續發展團隊及投資者關係團隊透過透明及全面的財務與可持續發展披露，與相關機構保持緊密溝通。我們與分析師及評級機構維持開放對話渠道，促進其對我們財務表現、策略規劃及營運狀況作出知情的評估。
<b>學術界</b>	我們與精選大學建立策略合作，共同推進多個領域的發展，包括物料研發、修復技術及系統調研和創新，並協助應對各項技術挑戰。

# 品牌可持續發展亮點



## 創新驅動世界

每段旅程都蘊含連接人心的力量，這份力量既能推動我們前行，亦能促進世界進步。

作為承襲創新與耐用兼備的傳統並深受信賴的業界領袖，我們致力減少對我們熱愛探索的地球的影響。我們持續革新產品製造工藝與耐久性能－採用更多可持續物料、擴展可修復性，並積極推進更完善的循環解決方案。

我們的進步源自不斷測試與拓展新構想的團隊，更攜手合作夥伴共赴徵程。以黃金法則為指導原則，我們致力為員工創造更多發展機遇，讓其共享企業進步成果。

## 產品

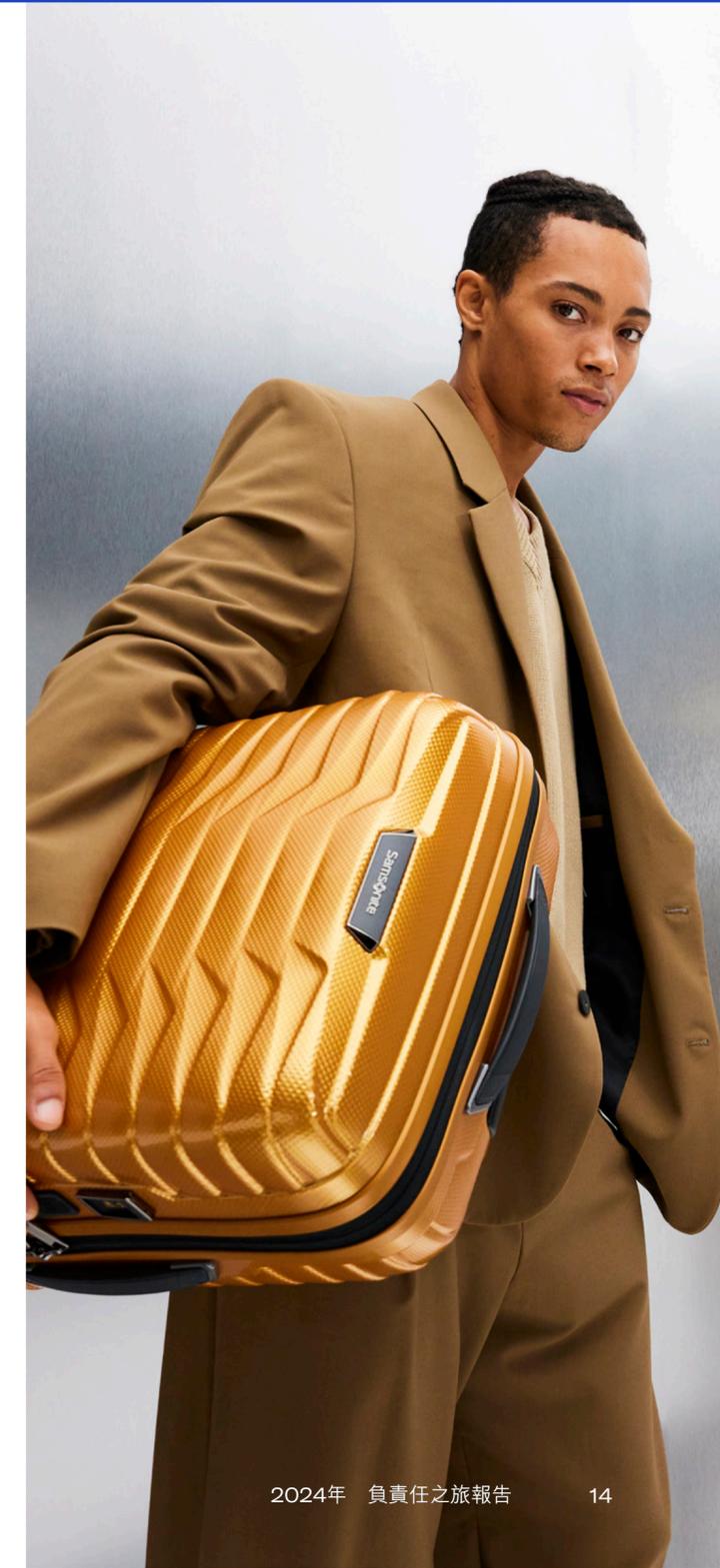
- **創新驅動行業前行：**新秀麗憑藉悠久的創新傳統，運用領先專業技術，持續突破行李箱的可持續發展界限。
- **可修復性：**新秀麗於全球約70個國家（包括多間門店）提供行李箱維修服務。
- **更可持續的物料：**於2024年，新秀麗約47%的銷售淨額來自採用部分回收物料的產品。
- **閉環：**新秀麗探索如何擴大規模並支持其客戶在產品使用壽命結束時回收或重新利用產品。2024年，新秀麗推出首款真正循環利用的行李箱「ESSENS限量版」，其外殼採用回收行李箱物料製成。

## 地球

- **氣候行動：**新秀麗根據科學基礎減量目標倡議(SBTi)的要求，協助本公司達成近期減排目標。
- **百分百使用可再生電力：**新秀麗旗下所有自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處均百分百使用可再生電力。例如，我們位於比利時奧德納爾德市及印度納西克市的設施均設有現場太陽能裝置。

## 員工及大眾

- **專業發展：**新秀麗致力為全體員工提供平等發展機會，此舉旨在支持本公司於2024年年底為全員提供專業發展機會的目標，而我們已提前一年達成此目標。
- **供應鏈安全作業環境：**供應商同意本公司的《道德憲章》，當中載列其對公平及安全工作場所的承諾。



# 品牌可持續發展亮點



## 守護至珍之責

在TUMI，我們深信自身肩負着為後代保護地球的責任。

因此，我們致力於提升產品的可持續性，從設計端提高耐用性與可修復性，同時持續導入再生物料以減少環境足跡。

全體員工的熱忱投入，使我們脫穎而出。我們不僅賦能員工，更要求供應商恪守嚴謹標準。為深化此承諾，我們正積極參與全球各地珍貴生態的保育行動。

我們同心守護至珍之物，既是珍愛的隨身之物，亦是心之所向的天地。

## 產品

- **歷久彌新**：TUMI行李箱及箱包歷經70項嚴苛測試，確保質量始終如一。
- **可修復性**：TUMI在全球約60個國家提供維修服務，其中多數服務可在門店內完成，以此延長產品使用壽命。
- **使用更多可持續物料**：於2024年，TUMI約42%的銷售淨額來自部分使用再生物料的產品。

## 地球

- **氣候行動**：TUMI根據科學基礎減量目標倡議(SBTi)的要求，協助本公司達成近期減排目標。
- **百分百使用可再生電力**：TUMI旗下所有自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處均百分百使用可再生電力。例如，TUMI的維達利亞配送中心近期裝設太陽能板，可滿足該設施絕大部分用電需求。

## 員工及大眾

- **員工培養投資計劃**：TUMI積極推動員工發展方案，全力支持本公司於2024年年底前為全員提供專業發展機會的目標，最終較原定時間提前整整一年達成。
- **供應鏈安全作業環境**：供應商同意本公司的《道德憲章》，當中載列其對公平及安全工作場所的承諾。



# 品牌可持續發展亮點

**AMERICAN  
TOURISTER**  
SINCE 1933

**持續求進**於1933年，我們的創始人以非凡勇氣傾盡畢生積蓄，將夢想付諸實踐，打造價格親民且質量卓越的行李箱，讓更多人得以開啟世界之門，在探索中成長，在體驗中蛻變。

近一個世紀後的今天，我們依然秉持這份開拓與冒險精神。作為全球信賴的品牌，我們正致力於打造更具耐用性、採用更多可持續物料的鮮明個性產品，同時賦能新一代追逐更大夢想、探索更遠天地，為他們自身及所在社區構築更光明的未來。

勇往直前，與American Tourister同行。

## 產品

- **觸手可及的冒險精神**：American Tourister提供質優且價格親民的行李箱，同時提升耐用性並增加再生物料的使用。
- **可修復性**：American Tourister在全球約70個國家的大多數市場提供維修服務。
- **使用更多可持續物料**：American Tourister正逐步提高使用再生物料於產品中。

## 地球

- **氣候行動**：American Tourister根據科學基礎減量目標倡議(SBTi)的要求，協助本集團達成近期減排目標。
- **百分百使用可再生電力**：American Tourister旗下所有自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處均百分百使用可再生電力。例如，我們位於比利時奧德納爾德市及印度納西克市的設施均設有現場太陽能裝置。

## 員工及大眾

- **多元文化與包容性**：作為全球品牌，American Tourister致力營造友善的工作環境。其93%的團隊成員對本公司的文化與包容性措施給予正面評價。
- **供應鏈安全作業環境**：供應商同意本公司的《道德憲章》，當中載列其對公平及安全工作場所的承諾。



# 產品

我們如何打造更可持續發展的產品



- 18 目標及2024年進展
- 19 我們的方法
- 20 進一步明確2030年願景：推進產品可持續發展框架
- 22 耐用性與質量
- 23 可持續物料
- 26 可循環性
- 28 產品足跡
- 29 2025年持續焦點



# 目標及2024年進展

## 可持續物料

在我們的產品及包裝中採用更多可持續性認證物料，以減低我們對環境的影響。

## 產品可持續發展

通過應用設計創新及可循環性，不斷提高產品的可持續性，同時盡量地減少碳排放及浪費。重點關注可持續物料、耐用性及可修復性、使用週期結束及產品足跡。

## 2024年進展

約**40%**的銷售淨額來自部分使用再生物料的產品，較2023年的約34%有所提升。

## 2024年進展

進一步完善產品可持續發展框架的核心重點領域，並制定到2030年逐步提高產品再生物料含量的路線圖。



# 我們的方法

產品可持續性是我們可持續發展的核心要務，亦是我們的首要策略重點。我們深知，可持續發展對客戶日益重要，因此致力讓客戶能輕鬆透過我們的品牌作出更環保的選擇，同時在產品質量、性能與設計美學方面絕不妥協。

## 本章涵蓋的重點議題

循環經濟

塑料使用與處置

產品質量與安全

可追溯性

最具可持續性的產品是經久耐用的產品，設計耐用、質量高且功能實用、易於維修而非更換的產品，始終是我們企業傳承的核心。根據最新的消費者見解研究<sup>1</sup>顯示，在行李箱與箱包產品中，耐用性是受訪者在調查當中最重視的可持續性，其次為可修復性與再生物料的使用。

近期，我們所用物料的選擇與採購，以及探索更多循環解決方案，已成為我們的核心考量，尤其是我們用量最大的物料－塑膠，其於2023年雙重實質性評估中被列為優先影響項目。

我們致力於加速擴大可持續物料在產品及包裝中的應用規模，在逐步淘汰原生物料、推進循環解決方案的同時，始終確保產品耐用性，並持續減少碳足跡。

於2024年，我們正式推出不斷完善的產品可持續發展框架。該框架不僅規劃了未來數年的產品可持續發展願景，更推動全球組織在該等行動上協同一致。隨着產品逐步升級至更高標準，此框架能以簡明整合的方式量化進程，並系統化呈現我們的成果。更多詳情請參閱第20頁。

有關產品政策的進一步資料，請參閱管治第60頁。



<sup>1</sup>由新秀丽集團有限公司委託的IPSOS 2024年品牌研究，調查對象為年齡在18歲及以上、每年至少進行一次過夜旅行且在過去3年內購買過或計劃在未來一年內購買箱包或行李箱的男女。調查涵蓋了四大地區的12個國家，各國家均進行了約1,000次線上訪談，調查時間為2024年11月。

# 進一步明確2030年願景

## 推進產品可持續發展框架

承襲115年創新與耐用性的傳統，我們於2024年推出新的產品可持續發展框架，聚焦三大關鍵領域：可持續物料、可循環性及產品足跡。所有產品將分為基礎級或三個更高等級，各等級均滿足產品可持續性屬性的量化標準，並隨等級提升而進階。此框架明確了我們在產品可持續發展優先事項方面的願景，旨在幫助我們評估我們在實現可持續產品願景和目標方面的進展，涵蓋我們整個業務範疇。本年度，我們正通過跨部門協作，確保詞彙與釋義的一致性，制定關鍵指標，並建立分地區、有時限的路線圖。

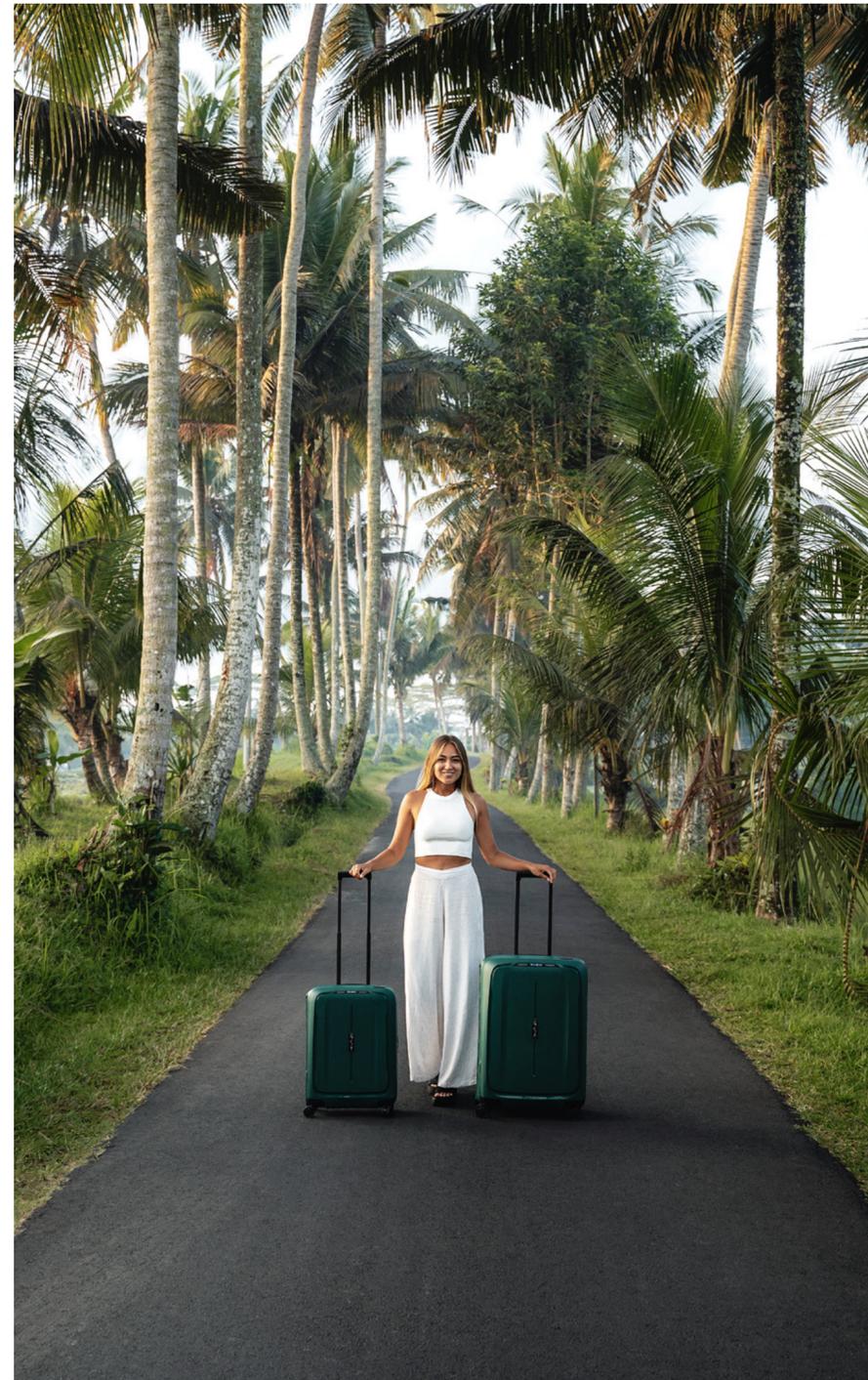
## 我們的產品可持續發展框架



## 2024年進展包括：

- 制定地區性詳細路線圖，大幅提升使用再生物料於各產品系列及部件（如外殼、襯裡、拉桿等）。
- 制定可持續物料指南，明確規範關鍵物料使用標準，並根據客戶偏好識別優先認證體系。於2025年，我們將率先於內部團隊及供應商中推行此框架。
- 探索建立全球可維修指數，綜合考量多重因素以精準衡量進展。我們將於2025年進一步深化可修復性實踐。
- 持續試點產品使用週期結束回收計劃，評估潛在新合作夥伴與地區，協助我們拓展2025年試點項目規模。
- 針對精選產品系列試點推行溯源平台，聯動供應商，並對應我們的要求，使其與對客戶最相關的數據點一致。

更多詳情，請參閱後續第**22至29**頁。



## 流程見解



**Pauline Koslowski**  
研究、創新及開發副總裁

「我們的可持續發展團隊正與各品牌及地區緊密合作，將此框架深度整合至各項系統與流程中，通過細化現有目標、制定清晰的量化指標與數值目標來推動進展。實現該等目標的關鍵推動力，將取決於我們與供應商建立的策略夥伴關係，以及消費者參與度，例如共同支援可循環科技與系統變革、提高再生及可持續物料的供應，以及促進消費行為轉變。」

# 耐用性與質量

## 承諾

我們堅持以優質物料與設計確保產品的卓越耐用性，並透過嚴格的測試與創新技術，實現長效性能的承諾。

## 方法

耐用與優質的產品是我們的品牌核心，每件行李箱的設計與製造皆以提供多年使用為宗旨。該等特質不僅是我們值得信賴的品牌承諾，更是客戶對我們的期待與要求。我們將其視為產品可持續發展框架的基礎，因為產品使用壽命愈長，資源消耗就愈少，整體環境影響也愈低。新秀麗產品提供質量或工藝缺陷保證，期限兩年至十年不等，部分產品更享有終身保修；TUMI®及American Tourister®產品則提供最高十年的全球有限保修，而Gregory®的多數產品享有有限終身保修。

## 耐用性與質量

新秀麗的品牌傳統植根於對耐用性的執著追求，其品牌名稱源自聖經人物三松，象徵力量與堅韌。耐用性與可修復性是客戶選購行李箱或箱包的首要考量因素。我們的產品均經過嚴苛測試，以確保其能承受長期使用的考驗，並隨時間驗證可靠性。眾多製造合作夥伴設有現場實驗室，對箱包進行一系列嚴格測試與試驗，確保產品符合我們的特定標準。

我們的質量保證團隊經常前往生產現場稽核測試流程，測試內容包括以下項目：



### 跌落測試：

將行李箱低溫冷凍後，裝上重物，從不同高度多次摔落，以輪體與箱殼著地方式評估抗衝擊性能



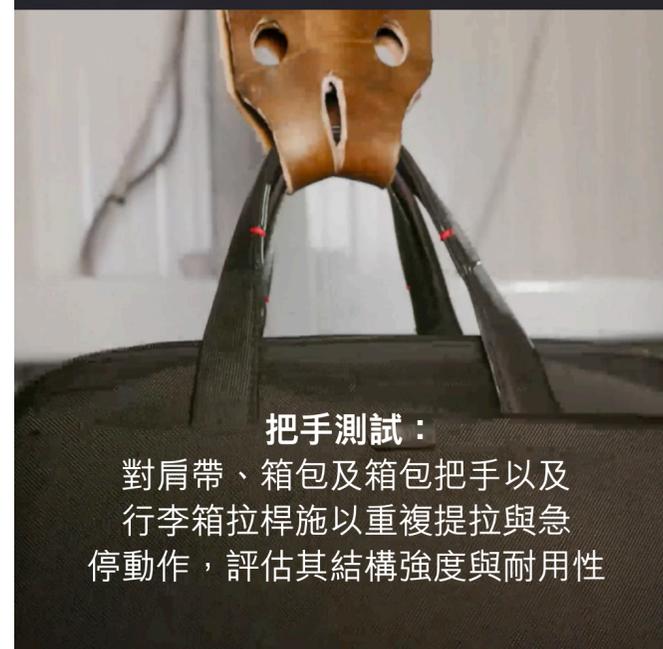
### 拉鍊測試：

反覆開合拉鍊數千次，確保功能正常性與長期耐用度



### 滾輪測試：

於粗糙地面長距離拖行數公里，測試滾輪耐久性與滾動效能



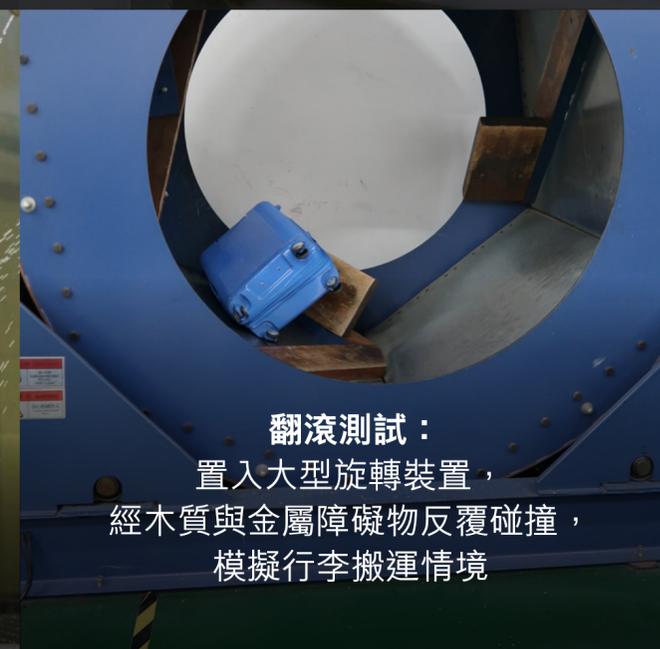
### 把手測試：

對肩帶、箱包及箱包把手以及行李箱拉桿施以重複提拉與急停動作，評估其結構強度與耐用性



### 溫濕度測試：

將產品置於極端溫濕度環境，驗證物料在不同環境下的穩定性



### 翻滾測試：

置入大型旋轉裝置，經木質與金屬障礙物反覆碰撞，模擬行李搬運情境

# 可持續物料

## 目標

在我們的產品及包裝中採用更多可持續性認證物料，以減低我們對環境的影響。

## 方法

我們致力於提升產品中可持續物料的用量，塑膠作為我們使用量最大的物料，亦是雙重重要性評估所界定的優先改善領域。通過增加再生與其他可持續物料的用量，我們能有效降低產品碳足跡、減少製造過程中的能耗與廢棄物，進而推動更完善的可循環解決方案。

自2018年起，我們持續通過試點與測試，探索如何在維持產品結構完整性與耐用性的前提下，最有效地整合再生物料。隨着經驗積累，我們已能大幅擴大再生成分的應用範圍，涵蓋更多物料、部件及產品系列。我們與供應商等合作夥伴共同協作、測試與學習，研發可應用於產品的創新可持續物料。隨後，我們將這些成功經驗擴大至我們的產品組合中，憑藉我們的規模優勢，此舉能快速擴大我們的影響力。更多有關負責任資源使用的目標，請參閱第38頁。

## 我們如何擴大可持續發展解決方案 – 再生成分

### 創新與試點

我們憑藉悠久的創新傳統與行業領先的專業技術，持續突破可持續行李箱的研發前線。

多年來，我們持續探索將**再生物料融入**產品的新方法，同時堅守嚴格的耐用性標準。於2018年，我們推出採用再生物料的新秀麗Eco系列。



### 規模化與商業化

憑藉我們的規模優勢，通過將創新技術應用至每年售出的數百萬件產品中，我們可大幅擴大影響力。

- 於2024年，約**40%的銷售淨額**來自部分使用再生物料的產品。
- 目前我們已將來自回收水瓶的**再生PET**、來自酸奶杯及CD的**再生聚丙烯**，以及來自後工業來源的**再生聚碳酸酯**應用於多個暢銷產品系列，如新秀麗ESSENS或TUMI 19 Degree系列。
- 我們亦致力物色優質再生物料的**新供應來源**，例如回收洗衣機滾筒或飲水機水桶。
- 於2024年，我們首度推出採用**再生鋁材**製作的產品：新秀麗ESSENS限量款與TUMI 19 Degree鋁鎂合金系列。



## 2024年進展

### 再生成分

再生成分是我們業務減碳的核心槓桿。於2024年，我們執行了詳細且嚴謹的再生成分路徑規劃，具體訂明到2030年我們將在主要產品系列關鍵部件中採用的再生物料類型，並模擬預估其可實現的溫室氣體減排效益。透過此詳細規劃，我們有信心達成新的氣候目標（見第31頁）。

我們持續穩定提升產品中再生物料的佔比。於2024年，約40%的銷售淨額來自部分使用再生物料的產品，較2023年的約34%有所提升。同年，我們在北美洲推出新秀麗Ziplite 6系列，該系列受歡迎、銷量大且價格親民，其襯裡採用百分百消費後rPET織物製成，為大眾化商業產品應用再生成分設立了新標準。

儘管所有品牌及地區的再生物料（特別是塑膠）使用量逐年穩定增加，我們仍面臨一項關鍵挑戰：維持產品耐用性。這或許被視為一種潛在的取捨，但無論使用何種物料，我們均將始終堅持高品質標準。於2024年，我們產品開發團隊的重點任務包括透過測試與方法學習來提升再生塑膠的耐用性，如解聚技術、新型聚合物共混或回收後處理工藝。

### 再生成分應用進展

再生成分應用進展	2024年	2023年
部分使用再生物料的產品所佔的銷售淨額百分比	約40%	約34%

### 案例研究：再生鋁材

於2024年，我們在產品循環化與減少碳足跡的進程中達成了再生物料應用的新里程碑：隨着再生物料應用擴展至塑膠以外的領域，我們首次推出採用再生鋁製拉桿的產品，並且亦為市場引入外殼含30%再生鋁材（按重量計）的產品。鋁材是我們所用物料中碳足跡最高的物料之一，約為聚碳酸酯的三倍、聚丙烯的九倍。然而，再生鋁材的碳足跡低於原生鋁材高達80%。我們正全力推進其規模化應用。



## 可持續物料指南

於2024年，我們制定了首份可持續物料指南，明確規範關鍵物料的可持續指南，涵蓋各類塑膠、特定金屬、皮革及包裝物料。

該指南旨在制定具一致性與可信度的全球性指南，針對各類物料的特定可持續性風險提出對策，並明確首選的第三方可持續認證標準，以驗證其環保效益。於2025年，我們將與產品開發、設計及採購團隊合作，將該等指南全面應用於業務各方面。

### 案例研究：第三方認證

於2024年6月，我們位於比利時奧德納爾德市的生產基地已取得全球回收標準(GRS)認證。GRS是一項國際性、自願性的綜合第三方認證，涵蓋再生成分、產銷監管鏈、社會與環境實踐(如降低水資源及能源消耗)、負責任化學品管理及良好工作條件。奧德納爾德廠區生產的所有產品，只要總重量或一個或多個關鍵部件的再生物料含量達50%以上，即符合GRS認證要求，例如新秀麗ESSENS及新秀麗Dream2Go系列行李箱。此外，我們匈牙利生產基地亦獲得國際可持續發展與碳認證(ISCC Plus)，以應用生物循環物料，我們計劃於2025年在限量款產品系列中首次採用生物循環物料。

## 創新物料

### 開拓新興市場

在實現產品可持續發展目標的過程中，我們不斷面臨挑戰，包括足夠優質再生物料的商業化供應。憑藉規模優勢，我們具備刺激再生聚丙烯(rPP)與再生聚碳酸酯(rPC)市場發展的潛力，目前該等供應鏈已逐步成形滿足我們需求。

我們亦積極探索再生物料以外的解決方案，包括評估其他產業的廢棄物或副產品，並測試其應用於產品部件的可行性。例如採用來自餐廚廢棄油的生物循環物料，我們計劃於2025年推出的限量新品中應用。這對於那些技術上無法進行機械回收的物料(如我們最輕的行李箱中使用的複合物料)尤為重要。



### 案例研究：探尋再生物料新來源

為擴大再生成分於產品中的應用規模，我們正積極拓展具商業可行性的優質料源，不同市場的物料供應存在顯著差異。例如在歐洲，我們採用家庭塑膠包裝廢棄物(包括酸奶杯及其他塑料食品容器)的再生聚丙烯(rPP)製造箱體，而亞太地區因該類廢棄物供應不足，而必須開發替代來源。於2024年7月，我們在亞太市場推出新秀麗Octolite系列新款行李箱，其綠色款外殼含至少50%來自舊洗衣機滾筒的rPP，內襯與拉鏈則由消費後塑料水瓶製作的百分百rPET製成。我們亦在亞太地區開發了新的來自回收飲水機水桶的rPC優質料源。

# 可循環性

## 承諾

我們致力於推進更完善的循環解決方案，優先考慮在最具影響力的領域採用優質、可修復且耐用的設計，同時確保產品的可回收性，以儘量減少浪費並儘量提高資源使用效率。

## 方法

為提升產品的可持續性，我們積極推進更完善的循環解決方案，採用更多可持續物料，並探索兼顧更佳可修復性與可回收性的設計選項，同時堅守客戶所期待的優質與耐用性標準。我們致力提升資源使用效率，逐步擴大產品回收計劃，協助客戶循環利用箱包，在滿足旅行需求的同時降低對環境的影響。我們認為，物料循環規模化的成功需依賴更廣泛的系統性變革，因此正與供應商及產業夥伴建立合作網絡，以推動實質進展。

## 可修復性

可修復性始終是我們落實可循環性的核心策略，我們深知這對客戶至關重要。我們不斷透過以下方式提升產品可修復性：採用便於修復的設計、增加更多自主修復部件、確

保各產品系列零件有更佳的通用性，以及使用更易拆解的產品部件（如卡扣式組件或以螺絲取代鉚釘）。

我們的願景是將維修重塑為優化與延長產品使用壽命的常態化必要程序。當客戶聯繫我們時，各地區受過專業訓練的客戶服務團隊均能提供維修與售後服務的相關資料。

作為我們廣泛的產品保修（涵蓋材質與工藝問題）的一環，我們透過全球自有維修中心、第三方合作維修點及遍及約90個國家的門店維修點提供維修服務。我們正持續擴大常見備件（如滾輪、鎖扣與把手）的供應，客戶可透過線上教學影片指導，自行在家完成簡易維修。

## 使用週期結束及回收

塑膠物料的使用與處置是新秀麗的核心議題之一，因此使用週期結束是其產品生命週期中的重要考量。我們正進一步評估此考量並探索如何支持更多客戶在產品使用週期結束後進行回收或再利用。

儘管我們產品使用的大多數物料均可回收，但須先經拆解方可進行分類處理。這意味着消費者無法透過市政回收系統處理，而需依賴工業級回收設施處理該等物料。就我們

## 案例研究：探索建立全球可維修指數

於2024年，我們開始完善產品可修復性策略，並定義如何在其產品可持續發展框架中衡量「最佳實踐」可修復性。為此，我們正根據歐洲團隊與安特衛普大學 ReUseLab專家的合作成果，開發全球可維修指數。該院校團隊正幫助我們自其他行業（例如電子產品行業）汲取經驗，改善銷售端的維修資訊傳達，並在產品開發階段採納專家的維修設計建議。

我們的目標是建立一套全球通用的可修復性衡量標準，適用於各個地區與品牌，幫助我們進一步提升產品的可修復性。核心要素包括維修的可用性、可及性、簡易度及成本。客戶對維修服務的認識及獲取維修服務的方式亦因地區而異，我們將於2025年進一步探索相關方法。

的產品類別而言，逆向物流尤具挑戰性。目前已有組織致力為其他類型的大型耐用消費品開發使用週期結束循環解決方案，我們將持續透過試點計劃與合作夥伴關係汲取經驗。

## 2024年進展

### 可修復性

於2024年，我們擴充維修網絡，使維修更加觸手可及，並減少更換需求。無論在保修期內還是保修期外，本公司所有品牌均提供維修，確保消費者能夠延長產品的使用壽命。

在歐洲，我們的維修生態系統隨着本地化及自助服務選項的增加而發展。受惠於產品設計的改進及零配件配送的簡化，如今越來越多的維修在批發及零售店完成。同時，我們的SupportandGo平台使越來越多的客戶能夠在家完成快捷自助維修，該趨勢的快速增長提高便利性及產品使用壽命。零配件配送在這一轉變中發揮至關重要的作用，支持店內及消費者進行修復的比例不斷提高。因此，越來越多的產品得以維修而不是更換。

我們北美洲維修中心收到的TUMI產品平均使用壽命超過8年，表明我們的客戶如何長時間使用其產品，並對我們可進一步延長客戶產品使用壽命的可修復性服務表示欣賞。

### 使用週期結束及回收

截至目前，我們已實施多項地區性試點計劃。例如，歐洲及亞洲的自營零售店繼續實施回收計劃，鼓勵客戶回收他們的舊行李箱。在新加坡，新秀麗與世界自然基金會新加坡分會合作，支持其「地球一小時」活動：這是一項可提高氣候變化意識及促進可持續行為的全球活動。在此次推廣活動中，每完成一筆行李箱回收交易，便向世界自然基金會新加坡分會捐贈新幣10元。箱子被改造成鑰匙扣及包包掛件。我們將於2025年開始與新合作夥伴合作，並將試點計劃擴展至全球。



### 案例研究：新秀麗ESSENS限量款

於2024年全年，我們的歐洲產品開發團隊繼續加大力度再利用物料以實現閉環，與合作夥伴協力支持當地收集與回收行李箱物料的途徑。雖然我們並不預期將收集到的行李箱物料大規模地用於新產品，但該項目以一種非常直接可見的方式向消費者強調可循環性。

今年，我們已回收2,500個行李箱，並將其用於限量款新秀麗ESSENS行李箱系列。該行李箱在本公司位於比利時由可再生電力供電的奧德納爾德設施製造，旨在儘量使用再生成分：按重量計算，把手及鎖扣百分百使用再生鋁材，外殼至少35%由舊有的再生行李箱製成及至少45%由再生的消費後廢棄物製成，使再生物料的總佔比（按重量計算）達到至少70%。

消費者對這一可持續試點計劃的參與度很高：於推出後兩個月內，1,000件產品全部售罄。我們自回收過程中獲得的部分經驗已應用於其他系列。例如，我們已於2025年初開始將再生鋁材用於新秀麗ESSENS行李箱的拉桿，並將進一步將其推廣至其他新系列及現有系列。

# 產品足跡

## 方法

減少產品足跡是本公司進一步減少整體環境足跡的關鍵驅動力。我們致力於優先選用低碳物料，這對實現我們以科學為本的氣候目標至關重要。針對部分產品系列，包括歐洲製造的產品及 Gregory 產品，我們將使用週期評估(LCA)作為衡量我們產品足跡的工具。此舉使我們能夠在產品設計與開發過程中顧及到相關見解，並在持續推行改進措施時監測進展。

## 2024年進展

過去一年，我們與內部持份者合作制定全球及地區適用的範圍3 (價值鏈) 以科學為本的目標路線圖，詳細規劃了實現減少碳足跡目標的具體路徑。相關數據源自對產品LCA排放核算的理解。

我們正在對行李箱及箱包部件(如鎖扣、滾輪及拉桿)中使用更大比例的可持續物料進行壓力測試。所有這些細節都很重要：通過增加拉桿中的再生鋁材含量，產品使用週期分析顯示，我們有望減少約5%至20%的含碳量。首款應用此技術的產品新秀麗 ESSENS 限量版行李箱於2024年上市。我們正著手將再生鋁材推廣至其他多款產品系列，包括常規款新秀麗 ESSENS 系列及採用鋁製的TUMI 19 Degree系列。

## 案例研究：Gregory Retna系列

2024年推出的Gregory Retna單日徒步背包系列在設計階段即採用環境影響數據評估每款產品的碳足跡及相關影響(包括水資源及能源使用)。基於該項評估，我們實施多項措施以減少該等影響，使該產品系列與採用原始尼龍物料的RETNA 25單日徒步背包相比，碳足跡減少57%。



## 輕量化物料

除以再生或低碳物料替代原生物料外，輕量化設計亦是減少產品碳足跡的有效策略：在功能性與耐用性之間取得精準平衡，並盡可能採用最輕量化的物料。更輕的物料通常在生產及運輸過程中能耗更低，從而有助於減少GHG排放。

### 案例研究：新秀麗UpLIFT系列

新秀麗UpLIFT系列為2024年在北美洲推出的全新超輕量化旅遊產品系列，其軟質行李箱較前代產品減少25%的物料使用<sup>1</sup>。軟箱款採用百分百消費後再生PET塑料製作箱體面料、內襯及拉鍊（拉鍊帶及拉鍊齒），而硬箱款則配備百分百消費後再生PET內襯及拉鍊（拉鍊帶及拉鍊齒），其中符合全球航空公司登機尺寸的款式重量僅五磅。



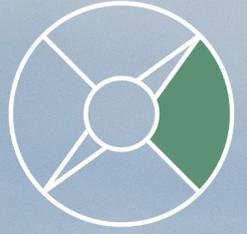
## 產品：2025年持續焦點

- 通過持續研發新型解決方案，並在全系列產品中擴大應用解決方案的規模，使用更多可持續物料於我們產品。將於2025年第二季度推出的限量版新品將實現突破性進展，所含再生物料比例更高。新秀麗限量版系列將首次使用從餐廳回收食用油提煉的生物循環物料。
- 在全球更多行李箱系列的拉桿中採用再生鋁材，並進一步擴展至外殼。
- 將可持續物料指南融入企業及供應商營運，並為熱銷的新秀麗S'Cure系列推出通過GRS認證的版本。
- 進一步完善全球可修復指數。
- 繼續尋求提升產品使用週期結束時可循環性的解決方案，包括與潛在新合作夥伴的回收計劃。
- 推出我們的首款公開數碼產品護照，旨在制定及發佈至少一個產品系列送達顧客前的完整流程，並概述應用於製造流程的各項可持續性認證。

<sup>1</sup>按重量比較登機箱、中型旋轉行李箱、大型旋轉行李箱及旅行袋。

# 地球

我們如何儘量降低對環境的影響



- 31 目標及2024年進展
- 32 我們的方法
- 33 進一步明確2030年願景：  
制定以科學為本的氣候目標
- 34 氣候行動
- 38 負責任資源使用
- 40 大自然
- 40 2025年持續焦點

# 目標及2024年進展

## 可再生能源

維持全年使用百分百  
可再生電力。

## 2024年進展

我們在自有及自營  
零售店、生產及配送設施  
以及辦事處維持使用百分百  
可再生電力<sup>1</sup>。

## 減少溫室氣體(GHG)排放

以2023年為基準年，到2030  
年將範圍1及2排放量減少  
42%。符合近期以科學為本的  
氣候目標要求。

## 2024年進展

我們的範圍1及2排放量較2023年  
減少38%。以2017年為基準，我們  
亦將營運的碳強度降低91%，遠超  
2025年前降低15%的目標。

## 價值鏈排放

以2022年為基準年<sup>2</sup>，到2030年  
將單位毛利對應的購買商品與服務  
的範圍3排放強度降低52%。  
符合近期以科學為本的氣候目標要  
求。

## 2024年進展

2022年至2023年，按銷售產品強  
度計算，範圍3排放量減少16.5%。  
按收入標準化後，我們價值鏈的  
範圍3排放量於2023年較2022年  
減少20.5%<sup>3</sup>。

<sup>1</sup>我們通過現場太陽能發電、綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)達成這一目標。

<sup>2</sup>2022年為我們向SBTi提交目標供驗證時可獲取的範圍3排放量數據的最近一年。

<sup>3</sup>為確保報告數據的準確性，我們的範圍3數據採用延遲一年呈報機制，以便使用實際公司數據並儘量減少估算。



# 我們的方法

**2024年**，我們進一步加強在能源管理、減緩氣候變化與適應氣候變化這三個我們持份者確定的重大環境議題上的工作，本章將予以闡述（有關循環經濟、塑料使用及處理、產品質量及安全以及可追蹤性等產品相關議題，請參閱產品章節）。我們制定了更具雄心的新氣候目標：涵蓋直接營運並延展至整個價值鏈的近期以科學為本的目標。通過現場太陽能發電、參與綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)等組合方式，我們亦持續在自身營運中使用百分百可再生電力。

## 本章涵蓋的重要議題

適應氣候變化

能源管理

溫室氣體(GHG)排放  
減緩氣候變化

自2017年起，通過可再生電力投資與能源效益措施，我們已將範圍1及2排放量減少91%，降至2024年的2,659公噸CO<sub>2</sub>e。2023年我們範圍3的GHG絕對排放總量為580,272公噸CO<sub>2</sub>e，而2022年為570,651公噸CO<sub>2</sub>e<sup>1</sup>。然而，根據GHG強度基準並按銷售產品標準化，範圍3排放量減少16.5%。

我們亦一直檢討負責任資源使用與管理的方法，並於近期完成首次大自然評估。該評估為將大自然要素納入我們正在進行的可持續發展工作奠定基礎，同時惠及氣候與大自然。

我們持續監控包裝物料及水資源等其他自然資源。雖然營運用水並非我們業務的重大議題，我們仍持續在營運中盡可能節約用水，並將水資源風險納入大自然評估體系進一步加以評估。

2024年，我們確立可持續包裝原則，目前正開展包裝用量基準測算。2025年，我們將制定包裝可持續發展策略。我們一直持續實施回收計劃以應對產品使用週期結束，並盡可能通過試點回收促進循環。我們的團隊持續推行營運廢棄物減排計劃，並提升生產基地、配送中心、店舖及辦事處的可持續營運水平。



<sup>1</sup>所呈報的總量包含商品與服務類別的間接支出排放。於2023年ESG報告所呈報的數據中，我們尚未計算間接支出排放。為確保報告數據的準確性，我們的範圍3數據採用延遲一年呈報機制，以便使用實際公司數據並儘量減少估算。

# 進一步明確2030年願景

## 制定科學氣候目標

自提前兩年實現使用百分百可再生電力的目標並大幅減少GHG排放以來，我們在2024年的負責任之旅又邁出重要一步，宣佈一套基於科學基礎減量目標倡議(SBTi)所設標準的新目標。SBTi是全球公認的企業氣候行動組織，旨在幫助企業在應對氣候變化方面做好本分。其目標標準旨在向企業展示企業需要減少GHG排放的數量及速度，以防出現氣候變化的最壞影響，將全球氣溫上升限制在1.5攝氏度以內。我們現已加入全球7,000多家公司已制定或承諾制定以科學為本的氣候目標<sup>1</sup>的行列，而這些公司的市值佔全球市值的近40%。

### 我們的新目標包括：

- 繼續在我們所有自身營運中使用百分百可再生電力<sup>2</sup>，包括所有本公司自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處。
- 以2023年為基準年，到2030年將範圍1及2的絕對排放量減少42%。

- 以2022年為基準年，到2030年將單位毛利對應的購買商品與服務的範圍3排放強度降低52%<sup>3</sup>。購買商品與服務（我們範圍3排放類別1）包含我們產品生產過程中原材料及加工環節產生的所有排放。該類別佔我們範圍3排放總量的80%，是我們整體足跡的最大組成部分。

我們於2024年10月向SBTi提交該等目標，並於2025年3月取得驗證。在確立該等目標前，我們的團隊開展了深入工作，為我們的物料相關排放制定了GHG減排路線圖，各地區及主要品牌均已具體訂明行動方案，以實現新的2030年目標。我們的策略主要專注兩方面：維持百分百可再生電力<sup>2</sup>，以及在產品中加入更多的再生成分。路線圖的制定過程使用了我們產品中使用的主要物料的原生及再生成分的碳強度信息，以及每種物料的一般比重。我們其後將該等信息與我們團隊在整合更多可持續物料方面的商業及產品性能知識相結合。路線圖亦計及我們預期未來會出現的更廣泛變動，如預計業務增長及全球產品組合的可能變動。

### 進展見解



#### Marina Dirks

副總裁兼全球可持續發展主管

「我們在路線圖中列出的行動基於多年來將再生物料融入產品的經驗。我們在2018年推出了以再生塑料為特色的產品系列，並從那時起不斷擴大其在更多產品及部件中的使用。為實現我們的目標，我們希望依靠已經推出市場的解決方案，進一步擴大使用再生物料，而這正是我們有信心實現目標的原因。」

<sup>1</sup> <https://sciencebasedtargets.org/reports/sbti-monitoring-report-2023>

<sup>2</sup> 我們通過現場太陽能發電、綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)達成這一目標。

<sup>3</sup> 2022年為我們向SBTi提交目標供驗證時可獲取的範圍3排放量數據的最近一年。

# 氣候行動

## 目標

繼續在我們所有自身營運中使用百分百可再生電力，包括所有本公司自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處。

以2023年為基準年，到2030年將範圍1及2的絕對排放量減少42%。

以2022年為基準年，到2030年將單位毛利對應的購買商品與服務的範圍3排放強度降低52%<sup>1</sup>。購買商品與服務（我們範圍3排放類別1）包含我們產品生產過程中原材料及加工環節產生的所有排放。

## 方法

對於我們自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處，我們鼓勵團隊繼續物色及實施能源效益及可再生電力的機會。常見的能源效益項目包括安裝LED照明設備（可提供更高質量的照明，同時減少用電需求）、安裝佔用傳感器以自動關閉無人空間的燈光，以及更新供暖及製冷系統以提高舒適度並減少能源使用。我們亦定期評估及投資現場可再生太陽能方案，並通過當地公用事業機構及綠色電力計劃購買可再生能源。

我們與全球價值鏈上的供應商及合作夥伴合作，以採購原材料、生產及配送我們的產品。我們絕大部分(99%)的溫室氣體(GHG)排放屬範圍3，其中大部分來自原材料提取、加工及產品生產（約80%）。為減少產品的GHG足跡，我們將大幅增加再生成分的使用，包括再生塑料及鋁材。用再生物料代替原生物料，可大幅減少我們產品的含碳量。

除要求使用低碳物料，我們亦要求供應商進一步減少其生產足跡。例如，我們在亞洲的採購團隊鼓勵更多的供應商安裝太陽能電池陣列，使亞洲地區備有太陽能裝置的供應商設施總數超過30家。

我們繼續與供應商一起開展負責任之旅，並要求彼等支持我們尋找新的再生成分來源及其他更可持續物料，增加可再生能源的使用，減少碳足跡，並提高彼等在社會責任方案中的表現。

2024年，我們就關鍵的可持續發展措施對74家頂級供應商進行調查，回覆率達73%。在受訪供應商中，75%的供應商制定了可持續發展目標，包括能源效益、可再生電力及廢棄物管理，82%的供應商擁有GRS及ISO 9001等認證。調查亦強調環保方面所做的努力，13%的供應商使用可再生電力，且許多供應商注重減少廢棄物及用水。

我們與專家合作，每年按《溫室氣體議定書》測量我們的排放量。我們在大多數分析中使用針對公司的原始數據，為設定目標及衡量進展提供準確的基礎。更多詳情，請參閱數據附錄。

<sup>1</sup>2022年為我們向SBTi提交目標供驗證時可獲取的範圍3排放量數據的最近一年。

## 2024年進展

### 範圍1及2排放

電力在我們的能源使用中佔主導地位：我們自身營運的能源使用中約80%來自電力。因此，我們致力於在自有及自營設施中使用百分百可再生能源。

2023年，我們首次在自身營運中實現使用百分百可再生電力，較目標日期提前兩年，消除我們自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處的所有基於市場的範圍2排放<sup>1</sup>。以2017年為基準，我們亦將營運的碳強度降低91%，遠超2025年前降低15%的目標。今年，即2024年，我們的範圍1及2基於市場的排放量為2,659公噸CO<sub>2</sub>e，較2023年的水平降低38%。我們將繼續購買可再生能源，並開展能源效益及去碳化項目，以進一步減少我們設施的範圍1及2 GHG排放。作為我們以科學為本的目標的一部分，我們承諾到2030年維持範圍2基於市場的零排放，並將範圍1及範圍2排放減少42%。

我們亦繼續擴大現場太陽能電池陣列、參與綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)及能源屬性證書(EAC)。近期，我們在印度

納西克市的生產基地及配送中心（請參閱後頁案例研究）以及喬治亞州維達利亞市的配送中心擴充了太陽能裝置。

我們繼續在我們的設施中實施能源效益項目，如LED照明改造、供暖、通風及冷卻(HVAC)升級以及工業流程改進。例如，在比利時奧德納爾德市的生產基地，我們：

- 在2024年秋季更換我們的一台燃氣鍋爐，這將減少冬季月份工廠供暖所需的天然氣
- 安裝新的照明控制裝置
- 調整冷卻模具
- 調整循環泵

通常，在一年中較冷的時候，廠房的水冷卻過程會盡可能採用自然冷卻方式。在較暖的天氣需要機械製冷時，則使用天然氣製冷劑產生製冷能量，這種製冷劑不含HFC，因此對氣候的影響較小。

在佛羅里達州傑克遜維爾市的配送中心，我們於2023年安裝了新的HVAC系統，用耗電量少更多的新設備取代14台較舊的設備。這有助於將該設施的能源使用從2023年的510萬千瓦時減少至2024年的290萬千瓦時。

範圍1及2排放	2024年	2023年
範圍1（公噸CO <sub>2</sub> e）	2,659	4,275
範圍2 基於地點（公噸CO <sub>2</sub> e）	18,421	19,567
範圍2 基於市場（公噸CO <sub>2</sub> e）	0	0

### 範圍3排放

2024年，我們承諾一項以科學為本的目標，即到2030年，將我們購買商品與服務的範圍3排放強度降低52%。我們已在此方面取得實質性進展。2022年至2023年，按銷售產品強度計算，範圍3排放量減少16.5%<sup>2</sup>。按收入標準化後，我們價值鏈的範圍3排放量於2023年較2022年減少20.5%。按絕對值計算，2023年我們範圍3的GHG絕對排放總量為580,272公噸CO<sub>2</sub>e，而2022年為570,651公噸CO<sub>2</sub>e<sup>3</sup>。

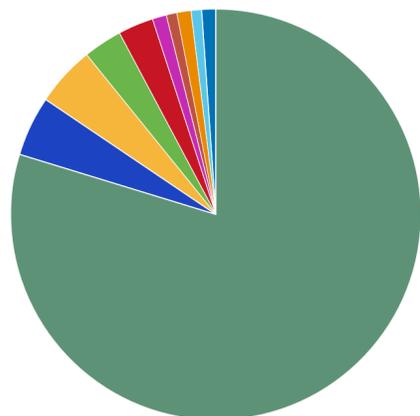
2024年，我們進一步增加針對公司及供應商的數據收集，特別是用於衡量我們產品中使用的原生及再生物料產生的GHG影響以及運輸影響的分析。儘管我們的GHG足跡全面，然而在下一次範圍3評估中，我們計劃採取更多措施來進一步完善我們的GHG核算。

<sup>1</sup>我們通過現場太陽能發電、綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)達成這一目標。

<sup>2</sup>所呈報的總量包含商品與服務類別的間接支出排放。於2023年ESG報告所呈報的數據中，我們尚未計算間接支出排放。為確保報告數據的準確性，我們的範圍3數據採用延遲一年呈報機制，以便使用實際公司數據並儘量減少估算。

<sup>3</sup>該等結果反映2023年在將再生成分納入塑料方面取得部分進展。然而，分析方法的改進推動了商品與服務以及運輸類別中的大部分規範化減排量。另外，報告總量包含商品與服務類別的間接支出排放。於2023年ESG報告中呈報的數據中，我們尚未計算間接支出排放。

範圍3按類別劃分的排放 (2023年)



**83%**  
購買的商品與服務

**3%**  
上游運輸及配送

**1%**  
特許經營

**5%**  
下游配送

**3%**  
員工通勤

**<1%**  
商務出行

**5%**  
資本商品

**1%**  
燃料及能源相關活動<sup>1</sup>

**<1%**  
營運產生的廢棄物

**<1%**  
已售產品使用週期結束處理

案例研究：於納西克市的氣候行動

我們位於印度納西克市的生產設施自2018年起已開始使用太陽能發電。截至2023年，該廠房的現場太陽能電池板的發電量約為1.0兆瓦，約佔該設施總用電量的18%。2024年年底，團隊完成安裝更多太陽能電池板，我們預期該等電池板將於2025年投入使用。此次擴充將使設施的現場太陽能總發電量達到2.4兆瓦，為設施提供30%的現場太陽能電力。由於此次擴充，該設施大幅減少對印度電網電力的消耗，而印度電網仍以產生大量溫室氣體 (GHG) 排放的燃煤發電廠為主。

在能源審計的基礎上，我們在納西克市的團隊亦在工廠內部的能源效益措施路線圖方面持續取得進展。該等措施包括照明、供暖及生產效率措施。例如，通過安裝變頻驅動器及能源效益更高的冷卻塔，納西克市廠房在2023年可以用與之前18台機器相同的耗電量運行33台機器。未來的措施包括在裝配線上安裝更高效的風扇及新型節能空氣壓縮機。



範圍3排放	2023年 <sup>2</sup>	2022年 <sup>2</sup>
範圍3 按百萬美元收入計算的強度 (公噸CO <sub>2</sub> e / 收入)	0.16	0.20
範圍3 絕對排放量 (公噸CO <sub>2</sub> e)	580,272	570,651

<sup>1</sup> 未計入範圍1或範圍2

<sup>2</sup> 為確保報告數據的準確性，我們的範圍3數據採用延遲一年呈報機制，以便使用實際公司數據並儘量減少估算。

## 氣候風險管理與適應

我們定期評估氣候變化對我們業務造成的風險，包括對我們的實體資產及業務模式造成的風險。2022年，我們進行了一次情景分析，以評估與氣候相關的潛在風險及機遇，並計劃在2025年更新該評估。我們重點評估氣候變化帶來的極端及長期實體風險，如極端高溫、洪水、海平面上升及野火，以及與向低碳經濟轉型相關的過渡風險及機遇，如監管、科技、能源價格及市場需求的變化。

極端高溫為我們在最近一次風險評估中發現的最顯著的實體風險。極端高溫已影響我們的多個自有及第三方生產及配送設施。多間工廠所面臨的極端降水風險亦有所上升。

氣候變化的轉型風險包括原材料成本上漲及／或原材料短缺、電力及天然氣價格上漲導致直接營運成本上漲、為應對新的監察及報告規定而增加監察及合規成本，以及與日

益注重可持續發展的客戶群體相關的市場及聲譽風險。我們亦發現客戶對低碳產品日益增長的偏好所帶來的機遇。我們專注於提供更具可持續性及低碳產品，包括使用再生或其他更可持續物料製成的產品，這些產品經久耐用、可修復及可回收，對具可持續發展意識的客戶具有吸引力。該策略是我們圍繞轉型風險進行適應規劃的基石。

2024年，我們採用新的氣候風險管理指南，其中規定持續識別、評估及管理氣候風險的具體流程。我們亦已採取相關措施，通過改善關鍵設施的實體基礎設施、繼續投資於能源效益和可再生能源來對沖能源成本的上升，從而降低我們面臨的氣候風險。例如，在我們位於喬治亞州維達利亞市的TUMI配送中心，我們完成了一個擴建項目，其中包括一個1.1兆瓦的太陽能光伏陣列，我們將於2025年開始使用該陣列，並配有備用電池，可在停電時提供應急電力。



# 負責任資源使用

## 方法

為幫助減少我們的環境足跡，我們不斷確定及實施策略，優化從生產設施、配送中心到辦事處及零售店等各個營運環節的資源使用。

## 2024年進展

### 物料使用

我們的大部分產品由不同類型的塑料製成，如聚碳酸酯、聚丙烯、PET、尼龍或ABS。我們亦使用鋁材、鋼材及少量皮革。我們將繼續在我們的產品中加速使用再生成分，包括在所有產品系列中使用再生塑料，包括再生PET、尼龍、聚碳酸酯及聚丙烯。我們亦已開始在產品中加入再生鋁材。含有部分再生物料的產品佔銷售淨額的百分比從2023年的約34%增加至2024年的約40%，而我們正努力確定可持續物料指南中全球對關鍵物料的要求。有關我們物料的更多資料，請參閱本章大自然一節及產品章節。

## 包裝及附件

於2024年，我們為本公司明確可持續包裝原則，幫助我們的團隊儘量減少包裝廢棄物，降低包裝對環境的影響。我們在包裝方面的第一項原則是盡量減少物料使用。我們的第二項原則是盡可能使用可重複使用的包裝，以及在使用週期結束時可再生的包裝。我們的第三項原則是優先使用更可持續物料。例如，為特定包裝解決方案更換物料，或優先使用可再生、可回收或其他更具可持續性的現有物料。在我們位於匈牙利的生產基地，我們已採用百分百可再生成分的包裝。目前，我們正在審查包裝規格及廢棄物狀況，並將在2025年與合作夥伴共同制定可持續包裝策略。

## 儘量減少經營廢棄物

我們要求所有設施都儘量減少廢棄物和用水量。我們對每個場所和配送中心的有害及無害廢棄物進行監控，並根據當地法律呈報廢棄物的產生及處理情況。於2024年，在匈牙利生產基地，我們改進了分類收集廢棄物料的流程，目前正與各類物料的指定回收商合作，以確保回收物的品質優良，並最佳化以用於再加工及再利用。在2024年，我們

產生了2,153公噸的無害廢棄物及10公噸的有害廢棄物，較2023年略有增加。在2,163公噸的廢棄物總量中，將近75%被再利用、回收或以其他方式回收；其餘25%則透過堆填、焚化或以其他方式處理。

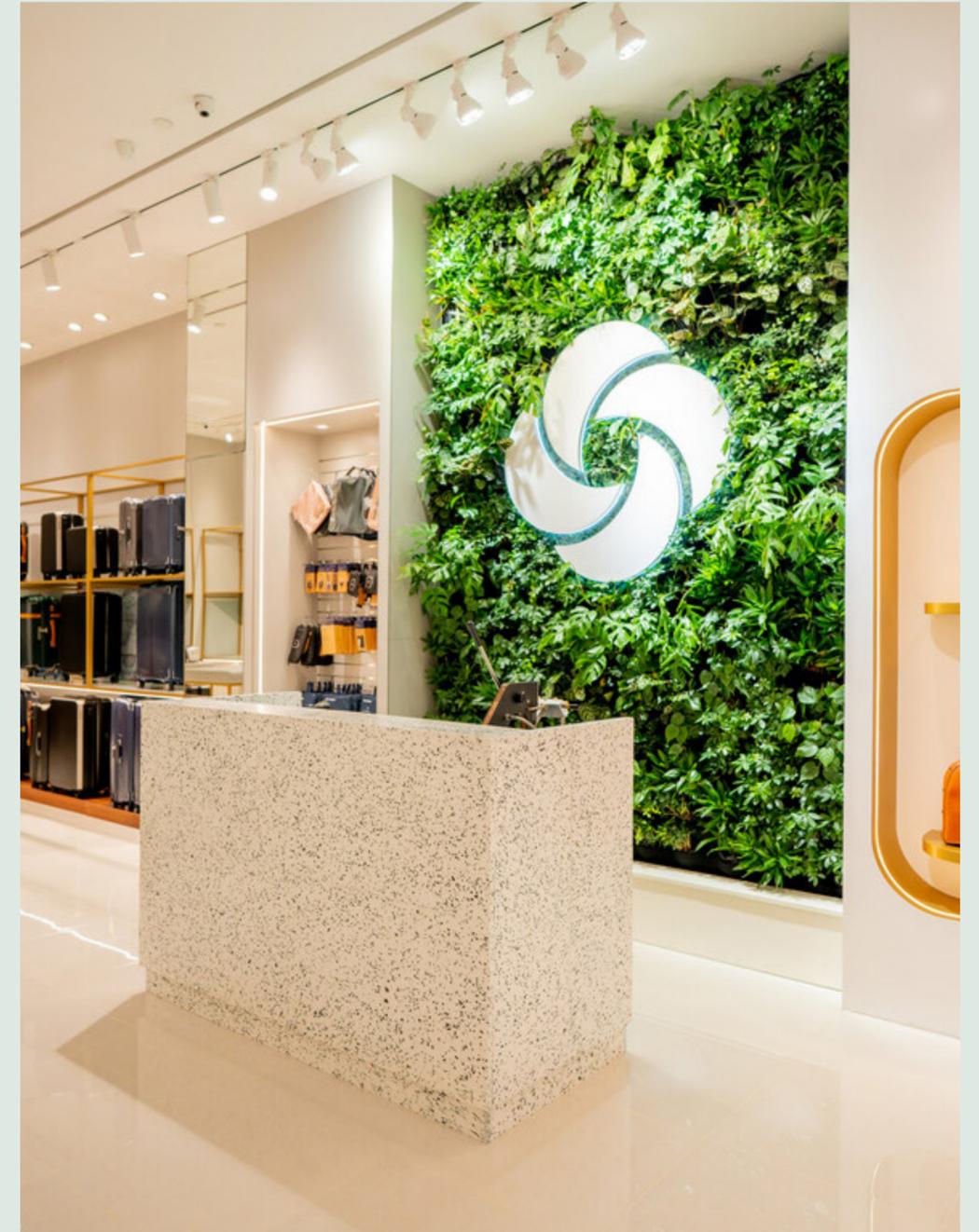


## 水

我們的營運及生產過程並非水密集型，但作為我們大自然評估的一部分，我們正在評估水資源的稀缺性，且我們亦會持續尋找減少設施耗水量的方法。我們在比利時的生產基地以及在美國和墨西哥的配送中心都在廚房和衛生間配備了低流量節水裝置，在全球的多個辦事處和公司自營零售店亦是如此。我們在印度的生產中心已經將回收的雨水用於沖洗和園藝用途；在2024年，其啟用一座1.2KL的污水處理廠，將生活廢水回收用於園藝和沖洗用途。在2024年，該生產設施耗水47,556,000公升，較2023年減少6%。

### 案例研究：可持續店舖實踐

我們使用耐用的家具、裝置和飾面設計店舖，且通常會在新店舖重複使用舊店舖的家具和裝置。我們計劃在2025年開始正式制定可持續裝修指南。在2024年，我們推出了一個試點，讓大家知道對我們來說，何為更具可持續性的店舖：我們在新加坡的新達(Suntec)店舖，已通過EDGE Advanced綠色建築標準認證，是我們在零售業務中重複使用物料、節約天然資源的良好示例。其收銀台由再生塑膠製成，店內的木質結構取材自當地船廠的回收木材，而木質貨架則經過翻新重新投入使用。看似玻璃的貨架，實際上由再生塑膠製成。所有Suntec商店的照明都採用LED，其效益遠高於非LED商業照明。



# 大自然

## 方法

我們意識到社會依存於大自然，而作為一家負責任的企業，我們的目標是減輕我們的影響，並為保護自然資源做好我們本分。

我們亦一直在檢討我們負責任的資源使用和管理方式，並剛剛完成第一次大自然評估。這評估為我們將大自然融入正在進行的可持續發展工作奠定了基礎，推動氣候行動與大自然保護協同增效。我們的業務對大自然的影響主要來自上游供應鏈，包括我們所使用的物料，其中包括各種塑膠、鋁材、鋼材和少量皮革（有關我們所使用物料的更多詳情，請參閱**第38頁**物料使用）。

我們意識到皮革存在相關的獨特風險，包括與森林砍伐的潛在聯繫。我們使用皮革製作特定的箱包、鑰匙鏈或錢包等配件以及行李標籤及把手等部分飾物。我們估計，我們的採購支出中少於5%用於主要由皮革製成的產品，其中TUMI所佔份額最大。TUMI鼓勵我們的供應鏈團隊及第三方供應商將採購重點放在經皮革工作組認證並獲得該組織金牌評級的製革廠。LWG是一個全球性的多方利益相關者社群，致力於以負責任的皮革構建可持續發展的未來：它

是一個非牟利組織，致力於推動最佳實踐，並為負責任的皮革生產帶來積極的社會和環境變化。當我們引進新的製革廠，我們積極鼓勵他們拿取皮革工作組認證，且我們與他們協力拿取金牌評級。作為我們產品可持續發展框架的一部分，我們正於可持續物料指南內闡明全球皮革採購要求。

**第38頁**和整個產品章節將進一步詳述我們在儘量減少包裝使用和避免物料浪費方面所做的努力。

## 2024年進展

### 保護大自然和生物多樣性

自刊發上一份報告以來，我們進行了一項高層次的大自然評估，以更好地了解我們對淡水和陸地生態系統的影響，並與科學基礎目標網絡(SBTN)所用方法保持一致。我們探討了上游供應鏈和直營場所所承受的壓力。這評估為我們決定如何將大自然融入正在進行的可持續發展工作奠定了基礎，推動有利於氣候行動與大自然保護的工作。這將使我們更有能力通過降低實質風險及提高復原能力來保護我們的供應鏈。

## 地球：2025年持續焦點

- 維持自有及自營設施百分百可再生電力<sup>1</sup>供應，並繼續探索於可行情況下增設及擴展現場太陽能的機會。
- 與生產基地和配送中心合作，辨識並落實節能項目。
- 與產品團隊及供應商合作，按照範圍3路線圖所述，擴大使用再生物料和替代物料。
- 分析我們目前的包裝做法，制定並推出包裝可持續發展策略。

<sup>1</sup>通過現場太陽能發電、參與綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)共同實現。

# 員工及大眾

我們如何努力確保新秀丽維持兼容並蓄的職場環境



- 42 目標及2024年進展
- 43 我們的方法
- 44 進一步明確2030年願景：  
人權承諾與盡職審查
- 45 培訓與發展
- 46 文化與共融
- 48 員工參與
- 49 健康與安全
- 50 保護供應鏈的參與者
- 54 企業捐贈
- 55 2025年持續焦點

# 目標及2024年進展

## 專業發展

到2025年，我們將確保全體員工都能獲得專業發展的機會。

## 2024年進展

我們已於2024年底提前實現這一目標。我們通過增設地區導師提供多語種支持，並運用科技擴大服務範圍，以確保員工培訓覆蓋範圍。

## 社會責任及人權

我們尋求擴大現有的社會責任方案，以識別、緩解及補救業務可能對人權造成的影響。

## 2024年進展

開始制定《人權承諾》，並開展人權盡職審查程序。

## 性別平衡

到2030年，我們將確保女性佔主管及以上職級的管理團隊成員最少45%，以實現性別平衡。我們亦將努力維持全體員工的性別平衡。

## 2024年進展

93% 的團隊對我們的文化與共融工作持正面看法，較去年增加3%。女性佔全體員工的 50%。主管及以上職級的女性比例為36%，自2022年以來基本維持不變。



# 我們的方法

我們是一家全球性的公司，其文化涵蓋許多不同的國籍和背景：我們本質上具有多元化性質。我們在**40**多個國家聘用約**12,100**名全職同等僱員。我們努力確保新秀麗維持兼容並蓄的職場環境，並創造有助於團隊茁壯成長的工作環境和企業文化。

黃金規則－「己所不欲，勿施於人」－影響著我們所做的一切，體現在其倡導整個組織發展良性關係，提醒我們應該包容及尊重差異。該指導原則讓我們每個人每天都能帶著真實的自我和獨特的差異投入工作，因為我們知道這將有助於企業及個人取得成功。



## 本章涵蓋的重大主題

文化與共融

工作條件與人權

我們的人力資源團隊在地區層面管理招聘、培訓與發展計劃，以及員工關係，致力於為每一位員工創造一個充滿活力的環境，無論其身處何處，擔任何種職位。這些地區團隊由我們的全球人力資源部門（包括我們的員工體驗主管）提供支持，以便全體員工都能獲得發展機會、表彰獎勵計劃，以及有助於其事業成長的社群和網絡。

我們認為，我們不僅對直接員工負責，亦對整個價值鏈負責，包括在供應鏈中幫助我們製作產品的人，以及我們營運所在的廣大社區。我們的《道德憲章》概述了我們對道德商業實踐的承諾，其要求供應商符合基於國際人權、公平勞動、體面工作條件及可持續發展指導方針的標準。我們的全球社會責任團隊持續落實我們的全球社會責任方案，其中包括定期對供應商進行審查，以確保供應商的意識、合規性以及必要時的補救措施。



# 進一步明確2030年願景



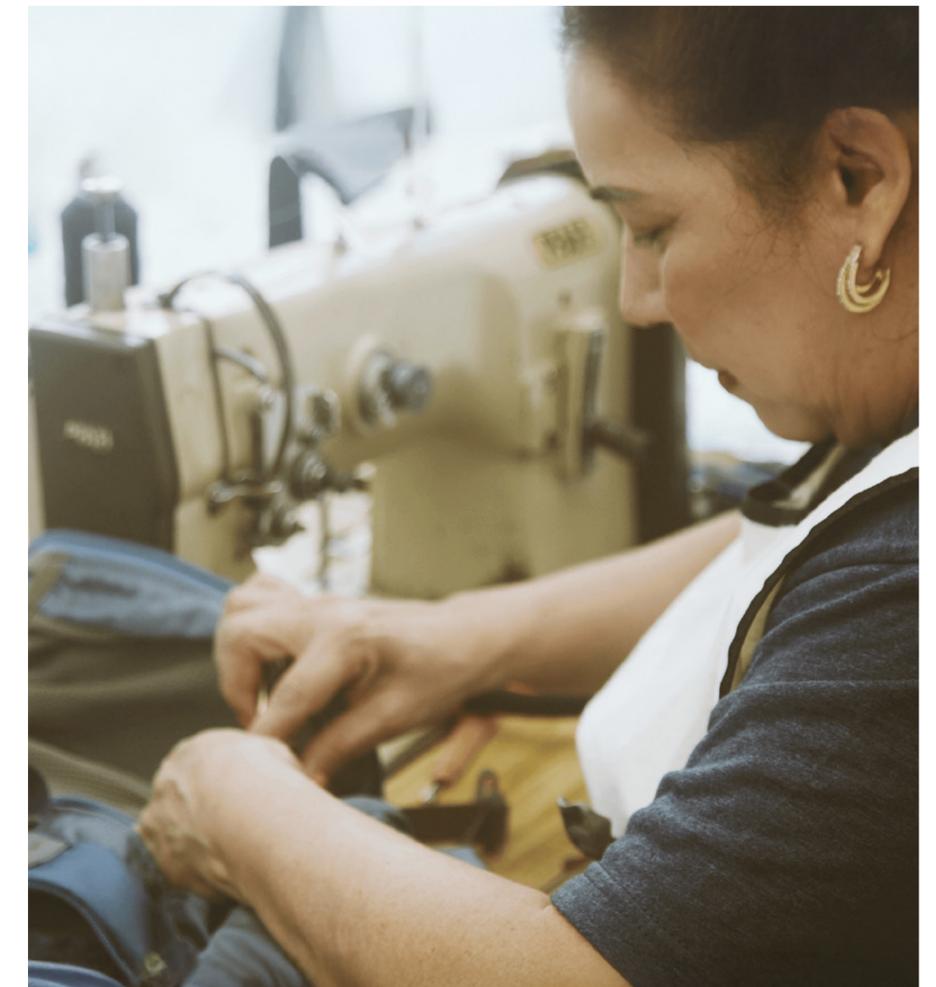
## 人權承諾與盡職審查

新秀丽承諾在整個價值鏈中尊重人權。在2024年，我們的團隊一直以《道德憲章》為基礎，努力制定《人權承諾》。

我們計劃於2025年完成並發佈新承諾。該承諾將指導我們尊重與我們的業務營運和供應鏈相關的員工、工人和社區的尊嚴、福祉和人權。該承諾亦將闡述我們如何努力識別及尋求預防負面的人權影響、與國際人權標準保持一致以及與利益相關者建立信任。制定《人權承諾》是邁向符合《聯合國商業與人權指導原則》(UNGP)的關鍵一步。

於2025年，我們將針對全球的採購、人力資源、法律和可持續發展團隊展開有關新承諾的培訓，以使其了解人權盡職審查流程及我們在價值鏈中採取的行動，並確保所有相關的內部利益相關者都能在落實承諾的過程中做好本分。

我們已開始人權盡職審查程序制定工作，並將與負責識別、監控、評估及補救在價值鏈中發現的任何負面人權問題的團隊合作。



# 培訓與發展

## 目標

到2025年，我們將確保全體員工都能獲得**專業發展**的機會。我們已於2024年底提前完成此目標。

## 方法

我們的《專業發展計劃》體現我們對員工成長和福祉的承諾。這涵蓋領袖才能培訓、技能發展、入職培訓、績效管理工具、強制性反騷擾培訓，以及文化與共融資源。我們通過增設地區導師提供多語種支持，並運用科技擴大服務範圍，以確保員工培訓覆蓋範圍。我們致力於幫助每個人充分發揮潛力，因此我們將於2025年開始記錄每位員工的培訓發展時長。

## 關鍵專注領域：

- **領袖才能發展**：為新任及資深領導人員提供持續成長的機會。
- **技能培訓**：為員工提供在工作場所成長及成功所需的知識和工具。

- **績效管理**：使員工和管理者能夠設定目標、追蹤進度，並通過反饋及支持促進持續成長。
- **文化與共融培訓**：培養尊重他人的文化，使員工敢於展現真實自我。

## 2024年進展

### 專業發展

今年，我們為新任及資深領導人員提供了領袖才能發展課程，著重於提升其能力和技能，尤其是在溝通、尊重和包容方面。此外，我們亦開展了「培訓師培訓」課程，以確保所有員工能以自己偏好的語言接受現場或虛擬培訓。在2024年，各地區的所有員工都已強制接受反騷擾和歧視培訓。

有關全體員工預期必須遵守的業務行為和道德標準詳情，請參閱《行為準則》。《行為準則》每年都會分發給員工，而員工必須確認收到《行為準則》，並明確表示會遵守《行為準則》。

## 案例研究：專業發展周

在拉丁美洲，我們舉辦了專業發展周，鼓勵員工成為自己職業生涯的設計師。該等課程專為領導人員和個人專門制定，協助其了解發展自身技能和進步的方法，例如工作實習，以及如何識別及培養他人的才能。



# 文化與共融

## 目標

到2030年，我們將確保女性佔主管及以上職級的管理團隊成員最少45%，以實現性別平衡。我們亦將努力維持全體員工的性別平衡。

## 方法

我們已賦予各地區團隊權力，以確定及推動其各自的當地目標和行動，並為文化與共融設定各自的關鍵行為指標(KBI)和關鍵績效指標(KPI)。例如，作為2025策略的一部分，我們的地區文化與共融委員會鼓勵員工參加相關共融培訓，根據當地見解和反饋實施策略，並監控各地區在實現全球目標方面的進展。其全年都會舉辦文化與共融活動，以宣揚我們多元化的員工隊伍，提升員工歸屬感。這些團隊每季向我們的全球文化與包容委員會提交進展報告，並請求支援。

作為一個全球性組織，我們了解到不同地區和社區對文化與共融的體驗各不相同。我們每半年一次的文化與共融調查就此提供了寶貴的見解，使我們能夠了解全球團隊如何體驗共融和文化。

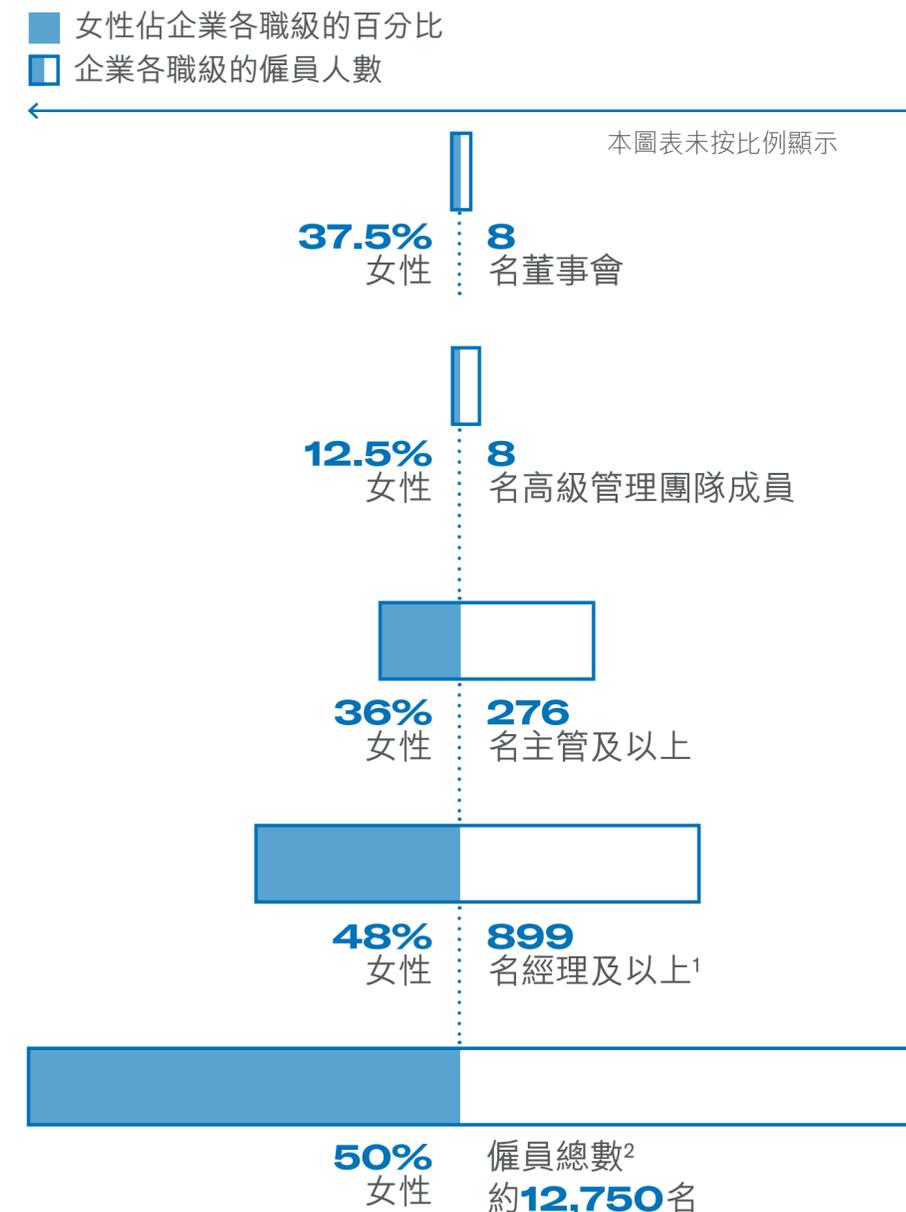
## 2024年進展

在2024年的調查中（我們進行的第二次調查），全部41個國家的同事參與率達到76%。值得注意的是，93%的受訪者對我們的文化與共融工作給予正面評價，較2022年提升3%。在這些回饋的指導下，我們優先將創新、表彰、專業發展和團隊合作作為持續成長的關鍵領域。

在這一年中，我們的人力資源團隊與各團隊合作，提高意識、改善實務、向模範學習，朝著2030年的性別平衡目標邁進。在2024年底，主管及以上的女性比例為36%，自2022年以來基本保持不變。女性佔全體員工的50%。

## 企業中的性別分佈

於2024年12月31日



<sup>1</sup>經理不包括店長

<sup>2</sup>指相對於12,100名全職同等僱員的實際僱員人數

於此分享部分我們在2024年所取得進展的示例。

### 亞太地區的導師計劃

亞太地區的導師計劃是多項文化與包容措施之一，旨在培養團隊內部的跨文化意識、尊重和理解。在2024年，該計劃為來自不同地區部門和辦事處的八對學員－導師組合提供了獨特的成長、分享知識及獲得新視角的機會。對每一對組合而言，最初只是虛擬的指導課程，最終以學員令人興奮地親自訪問導師位於阿拉伯聯合酋長國迪拜的家鄉告終，在這一過程中，其學習了領袖才能和尊重，並結下了友誼。



### 全球求職網站的推出

為體現我們吸引全球頂尖人才的承諾，並幫助我們實現性別平衡的目標，我們在38個國家創建了新的新秀麗和TUMI全球求職網站。這使可在全球各地實現一致、高效及具包容性的招聘流程，並利用與Oracle Recruiting Cloud的新合作夥伴關係，使我們在招聘流程的每個階段都能更好地瞭解性別平衡和其代表性。自推出以來，全球已有超過91,000名新申請人申請職位，顯示了該平台的影響力和吸引頂尖求職者的能力。

### 案例研究：性別平衡意識培訓

在拉丁美洲，我們的團隊與管理顧問EY合作，使用其工具評估文化與共融的成熟度，並將其融入本公司的勞動力生命週期流程，以協助找出差距及改進機會。我們為領導人員舉辦了一系列培訓課程，重點提倡包容性領導行為，以繼續培養具性別平衡、多元化和包容性的工作文化。

### 案例研究：鼓勵關注毅力及團結



歐洲文化與共融團隊非常榮幸地邀請到比荷盧經濟聯盟首位征服七大高峰（七大洲最高峰）的女性蘇菲·萊納茨(Sofie Lenaerts)，親臨奧德納爾德辦事處分享她在職業成長、團隊合作和協作精神方面的深刻見解，從而自她非凡的旅程中獲得靈感。她的主題演講可在現場或線上聽到，強調堅毅、韌性和團結的力量，在員工中引起了深刻的共鳴。

# 員工參與

## 方法

我們認識到維持員工福祉並促進健康環境的重要性，這是建立一支積極參與、充滿熱誠且高效能的員工隊伍的基礎。我們的地區團隊全年都會舉辦各式各樣的活動，以支持並回應員工和社區的需求。

## 2024年進展

### 全新的全球員工通訊刊物

我們的目標是通過全新的員工季刊《The Explorer》繼續培養團隊精神、增進溝通並加強全球聯繫。這刊物於6月推出，讓員工隨時了解公司的各項計劃、突顯成就，並提供分享經驗的機會。

《The Explorer》包括探索學堂(ExplorEd) (提供專業發展的學習材料) 和焦點特寫(Spotlights) (專題報導員工和團隊的成功事蹟、員工趣事、共融措施進展和可持續發展的最新消息) 兩個板塊。此外，該通訊刊物亦提供反饋工具，讓員工分享其想法和意見。

我們將繼續致力於支持合作，並確保每一個聲音都能被聽到。



## The Explorer

### 最新消息



2024年文化與共融調查：主要亮點

專業發展



### 探索學堂



釋放商業創意實現步驟



### 員工專訪：找尋成就感和歸屬感

Saul Cabrera在墨西哥配送中心擔任操作員。在過去的三年里，他是一名盡忠職守的員工。有聽力障礙的Saul分享了自己在新秀丽大家庭中找尋成就感和歸屬感的心路歷程。



### 可持續發展

您知道嗎？

在2023年，我們已建立新的全球產品可持續發展框架，闡述我們在三個關鍵影響領域（可持續物料、可循環性及產品足跡）的願景。

欲知詳情，請[點擊此處！](#)

# 健康與安全

## 方法

確保員工在生產、配送、零售環節及地區辦事處的安全對我們來說至關重要。無論在何處營運，我們都遵循既定程序，以確保遵守相關的職業健康與安全法律法規。我們重點關注生產和配送場所的潛在危險，例如機械和移動車輛，並已制定政策和流程，將儘量降低這些危險。

## 2024年進展

在2024年，就我們所知沒有發生不遵守相關職業健康和安安全法律法規的重大事件，亦沒有相關的重大監管行動或重大訴訟。

## 提高安全意識

我們發現，預防事故的最佳方法是提高安全意識，所有相關員工在開始為我們工作之前都會接受基本的安全培訓。這包括了解潛在的危險以及在緊急情況下該如何處理。只有經過專門培訓和授權的員工才可以使用電動工具、叉車和真空壓縮機等機械。我們的員工亦接受了有關防護設備方面的教育，如耳塞、安全眼鏡和鋼趾鞋，我們還提供所有必要的個人防護裝備。

我們大多數員工都在自營零售店工作，這裡的健康和安全風險比起於生產和配送方面為低。在這方面，我們尋求遵守所有當地的法律，並提供與零售環境相關的培訓（例如安全搬運方法、應對門店扒手，以及儘量減少滑倒、絆倒和摔倒）。目前尚未集中整理健康與安全年度數據。

## 優化標準化意外事故應對措施

儘管我們作出最大的努力，但工作場所的事故還是時有發生。當事故發生時，我們有明確、標準化的流程指導我們的員工如何處理相關情況。傷者必須接受急救或必要的醫療護理，且事故必須正式上報，讓我們可以調查事故發生的原因，並採取措施防止事故再次發生。



# 保護供應鏈的參與者

## 目標

我們尋求擴大現有的社會責任方案，以識別、緩解及補救業務可能對人權造成的影響。

## 方法

新秀丽擁有115年的悠久歷史，與部分供應商的關係可追溯至數十年前。我們有責任尊重我們的員工以及我們全球供應鏈內工作人員的人權。我們的全球社會責任團隊落實新秀麗的全球社會責任方案，由我們的行政總裁為更廣泛的社會責任議程提供指導及方向，並由全球供應鏈助理主管以及副總裁兼全球可持續發展主管提供支持。

我們自世界各地龐大而複雜的供應商網絡進行採購，採購團隊遍佈不同地區。在開始與新供應商合作之前，我們會進行全面的盡職調查，以確保不存在嚴重的勞工問題，包括健康與安全方面的問題。我們亦會定期與現有供應商接洽，並進行監督，以確保其持續遵守我們的標準。

我們絕不容忍非法工作條件以及使用童工、強迫勞動或販賣勞工等侵犯人權的行為。我們的僱傭政策在地區及地方層面制定，以便能夠全面遵守各國的法規及法律。

### 《道德憲章》十大原則

**工作須始終出於自願：**僱主須確保員工無需為獲取工作機會支付任何費用，且不存在債務脅迫或強制勞動的情形。

**結社權與集體談判權須得到保障：**員工代表不應遭受歧視，且有權在工作場所履行其代表職能。

**工作條件須安全衛生：**僱主須提供安全健康的工作環境，嚴禁肢體、精神或性騷擾。

**禁止童工：**最低僱用年齡不得低於完成義務教育的法定年齡，且不得低於15周歲（於若干經濟欠發達國家可為14周歲）。

**工資須能滿足基本生活需求：**員工薪資不得低於法定最低工資或對僱主具約束力的集體勞工協議所訂標準（以較高者為準）。

**工作時長須合理：**工作時長須符合國家法律、集體協議及本守則的規定（以最嚴格者為準）。

**工作須基於正規僱傭：**僱主須依法以書面合約形式聘用員工。

**禁止歧視員工：**不得因種族、出身、膚色、性別、宗教、政見、工會活動等事由，在招聘、薪酬、培訓機會、晉升、解僱或退休等方面歧視員工。

**須建立有效員工申訴機制：**僱主須建立有效申訴程序，使員工能夠就工作條件及／或僱傭條款及條件提出異議。

**持續致力儘量減輕環境影響：**新秀丽鼓勵供應商持續採取措施儘量降低環境影響，並考慮建立環境管理體系（如ISO 14001）以管控環境績效。

**更多詳情請[點擊此處](#)。**

今年，我們制定了新的《人權承諾》，並致力於根據《聯合國企業與人權指導原則》執行人權盡職調查，詳情請參閱**第44頁**。

### 《道德憲章》

我們簽約的製成品及原物料和零件供應商，都必須同意我們的《道德憲章》，當中載列我們對公平及安全工作場所的承諾，並借鑒全球公認的公約和框架，包括《聯合國世界人權宣言》、《聯合國企業與人權指導原則》、《歐洲人權公約》以及主要國際勞工組織公約。

該憲章包含我們與合作夥伴承諾遵守的十項原則，包括禁止童工、確保工作時間合理、工作條件安全衛生以及儘可能減少對環境的影響。作為一項關鍵基準，所有供應商都須達到或超出我們的標準，並且我們希望其能夠持續改進。我們亦希望供應商將《道德憲章》的要求傳達給其自身的供應商。

### 全球社會責任方案

我們的所有製成品及部分原材料和零件供應商都已加入新秀麗的全球社會責任方案（我們已於2024年更新該方案），以通過定期審查和監督來支持其遵守和實施憲章原則。審查由我們自身或經認可第三方進行。我們已專門制定年度審查計劃，而供應商會接受三種類型中的一種審查：

- **WRAP認證或同等第三方審查：**我們鼓勵製成品及選定零件／物料供應商通過國際社會責任認證組織(WRAP)計劃或其他第三方審查報告或同等認證計劃（如四支柱 Sedex會員道德貿易審核(SMETA)和商業社會責任倡議(BSCI)）獲得認證。
- **由新秀麗批准的認可第三方審查師執行的社會責任審查：**社會責任團隊向第三方審查師提供指導、文件、培訓及審查要求，審查方法及文件編製方法以新秀麗社會責任審查指南為基礎，並考慮ISO19011管理體系審查指引。第三方審查師的表現通過報告質量與準確性進行評估，並通過影子審查進行監督。

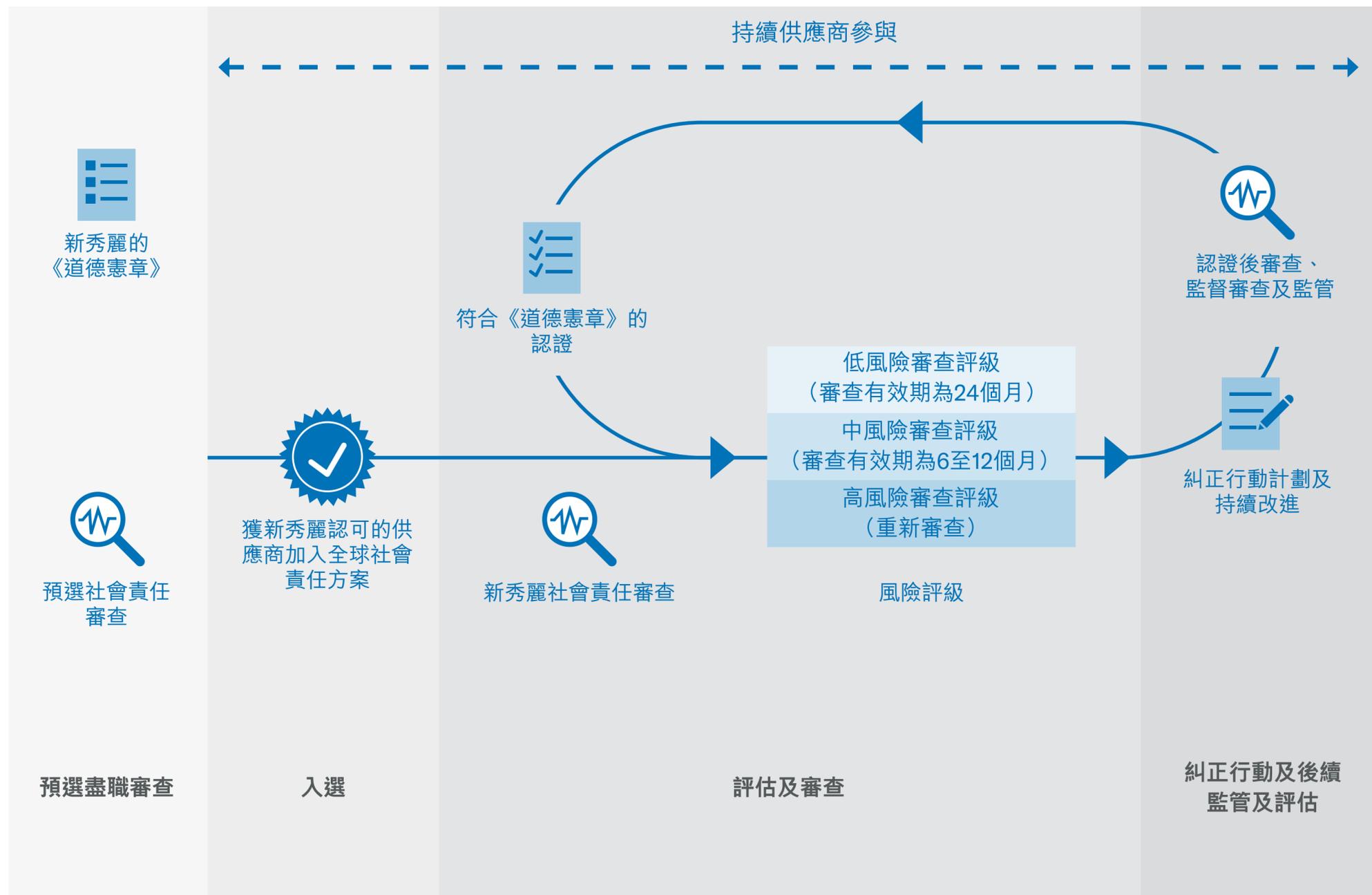
- **由新秀麗的內部社會責任團隊執行的社會責任審查：**我們的社會責任審查團隊亦會根據新秀麗社會責任審查準則及相同的ISO19011指南執行審查。我們的團隊乃經認可的首席社會責任審查員，並參加定期培訓。

審查結果乃基於訪談、文件核查及實地檢查，綜合評估工廠的合規狀況。使用第三方團隊或新秀麗內部團隊的考慮乃基於一般及風險考慮，包括但不限於受審查方過往審查表現、預期採購量，以及地理、文化、語言及監管考量。

各供應商均獲評定風險等級（介乎低風險至高風險），重新審查頻率通常介乎3至24個月，除非發現零容忍違規行為（有關更多信息，請參閱**第53頁**）。如有必要，供應商將在審查後兩周內向合規團隊提交一份糾正行動計劃(CAP)，其後於審查（或重新審查）後不超過三個月的時間內，共享CAP結案時間表及實物證據，以支持已發現問題的結案。

可進行監督及認證後的半突擊或突擊審查以鼓勵維護社會責任。

### 供應商社會責任之旅



有關該等步驟（不同審查類型、風險評級及糾正行動計劃）的詳情，請參閱第51頁。

### 零容忍違規行為

倘通過審查發現零容忍違規行為，如監獄勞工、童工或強迫勞動，將立即採取行動。工廠必須糾正所有違規行為，方能恢復生產。供應商可於首次事件發生之日起60天內申請社會責任重新審查。倘發現第二次事件，工廠將被禁止向新秀丽供貨。

### 相關政策

有關我們在社會責任及盡職審查方面的標準及指引的更多資料，請參閱以下政策：

《[供應商道德憲章](#)》

《[全球舉報政策](#)》

並請點擊[此處](#)以獲取有關我們商業道德舉報熱線的更多資料。

## 2024年進展

我們已更新全球社會責任方案指引，以便更一致且更具可比性地管理新舊供應商，同時闡明可用的認證類型及其在我們業務進程中的整合方式。

我們2024年的目標是將製成品以及原材料及零件供應商的審查總數（及／或認證豁免）增至300家以上。2024年，我們共進行了348次審查，其中包括WRAP認證豁免。

## 勞工標準

於2024年，我們並無知悉在僱傭員工的任何國家中，存在任何對我們業務或財務狀況產生重大不利影響的有關薪酬與解僱、招聘與晉升、工作時間、休息時間、平等機會、多元化、反歧視或其他福利待遇等方面的僱傭及勞工實務法規的不合規情況。我們亦無知悉在我們的營運或我們供應商的營運中，存在任何有關防止童工或強迫勞動的相關勞動標準的重大不合規情況。

工廠審查	2024年
<b>已審查製成品工廠</b>	<b>164</b>
由新秀丽社會責任團隊審查的工廠	138
由第三方公司審查的工廠	26
<b>因獲得WRAP<sup>1</sup>認證而免於審查的製成品工廠</b>	<b>66</b>
<b>已審查原材料及零件工廠</b>	<b>86</b>
由新秀丽社會責任團隊審查的工廠	69
由第三方公司審查的工廠	17
<b>因獲得WRAP<sup>1</sup>認證而免於審查的原材料及零件工廠</b>	<b>32</b>

<sup>1</sup>因獲得國際社會責任認證組織(WRAP)認證而免於審查，惟可能面臨其他審查

# 企業捐贈

## 方法

通過全球及地方團隊，我們的企業捐贈集中在三個主題上：保護地球美麗家園；提升福祉；及賦能弱勢社區。該等主題彰顯我們的企業使命，並為我們提供了多種推動積極影響的機會。

我們共同通過三大核心活動支持使命與該等主題相符的非牟利合作夥伴，包括捐贈資金、實物捐贈及員工志願服務。

## 2024年進展

本公司以及全球各地的員工透過捐贈及志願服務積極支持多個當地慈善機構。本年度，我們維持該等努力並取得了顯著進展。

作為我們對核心品牌（新秀麗、TUMI及American Tourister）進行品牌定位工作的一部分，我們確定了最能反映其市場定位及影響力機會的企業捐贈重點領域，並已開始審核及挑選其非牟利合作夥伴。

## 重植森林

我們位於拉丁美洲的新秀麗辦事處與Reforestemos Foundation再次聯手，繼續六年前開始的重植森林之旅。我們與40名志願者一起，在我們倉庫所在的同一地區種植樹木。2024年，我們的業務透過與Reforestemos Foundation、One Tree Planted及Reforest Action等合作夥伴支持在各地種植超過150,000棵樹。



## 世界清潔日

在我們位於匈牙利的配送中心，我們的員工於2024年9月的世界清潔日當天，為位於我們新秀麗塞克薩德場地附近的博德里徒步路線組織了一次垃圾清理活動。在這次9公里的徒步中，87名參與者共收集了近38千克的垃圾。

### TUMI與聖裘德兒童研究醫院®

TUMI與孟菲斯市的聖裘德兒童研究醫院®合作已有14年。我們通過年度籌款和與慈善目標相關的營銷活動來支持這項崇高的事業。其中包括患者藝術派對(Patient Art Party)、聖裘德感恩贈與促銷活動®(St. Jude Thanks & Giving®)以及聖裘德步行/跑步籌款活動(St. Jude Walk/Run fundraiser)，以及TUMI帶你回家活動。在TUMI帶你回家活動中，我們設計並生產一款獨家行李箱，並在節日假期捐贈給聖裘德家庭。



### TUMI與GrowNYC

我們部分北美洲的員工透過TUMI與地球1%的合作關係，與環保非牟利組織GrowNYC合作，於紐約總督島支持該慈善機構。團隊協助收割並捆紮蔬菜以供捐贈及公共市場銷售，並清理雜草及打掃花園和花壇。

#### 迎接新學年

美國新秀麗曼斯菲爾德舉辦了一次回到校園補給啟動活動，捐贈了150個裝滿基本學習用品的背包，以支持當地有需要的學生。

### 員工及大眾：2025年持續焦點

- 持續為我們所有員工提供培訓與發展的機會。
- 以創新、認可、職業發展及團隊合作為持續增長的重點領域，此於我們的文化與包容調查中提出。
- 完善我們的人權承諾，並在採購、人力資源、法律及可持續發展團隊中推行培訓。
- 持續檢討並完善我們的企業捐贈策略。

# 管治

我們如何將我們共同的目標、價值觀及原則付諸實踐



- 57 我們的方法
- 58 可持續發展管治
- 59 商業行為
- 60 產品政策

# 我們的方法

我們的可持續發展策略是一個共同的願景：不論我們在全球任何地方經營業務，我們都會致力實現相同的目標，並採用一系列共同的價值觀及原則以管理我們的行動，從而使我們的員工清楚我們對他們的期望。在董事會及高級管理團隊的支持下，該等原則已在我們的業務、政策中明確傳達，並透過我們的實踐體現。

本章涵蓋的重點主題包括：

商業行為

我們制定了高標準，並期望我們的供應商亦制定高標準。我們有一套公司政策，用以規範我們整個價值鏈中的標準與行為。例如，《新秀丽道德憲章》是我們的供應商行為準則，其中載有我們對可接受的商業行為的觀點。所有與我們訂立合約的製成品以及原材料及零件供應商均必須遵守其最低標準，我們會進行定期審查以確保其遵守。

我們認識到我們對透明度的責任，並致力於維持高標準的企業管治、可持續發展管治及商業行為，並確認其為公司有效及透明營運以及實現我們可持續發展目標的根本。有關我們對管治及風險管理方法的更多資料載於我們的**2024年年報**，包括企業管治報告。

有關我們企業管治職能部門的更多資料，請瀏覽：  
<https://corporate.samsonite.com/zh>。



# 可持續發展管治

作為一家採用分權地區管理架構的全球企業，具備有效的管治模式來管理我們全球品牌及地區的可持續發展至關重要。我們的行政總裁倡導可持續發展計劃，我們的董事會及高級管理團隊在行政總裁的引領下制定願景及大方向。我們的副總裁兼全球可持續發展主管直接向行政總裁匯報，並負責制定我們的策略並領導我們計劃的實施及溝通，同時協調並使企業內外各持份者參與其中。

## 全球可持續發展委員會

我們的全球可持續發展委員會至少每季度召開一次會議，協助監督我們可持續發展措施的執行，並幫助確保各地區、職能部門和品牌一致執行。該委員會由副總裁兼全球可持續發展主管領導，由來自關鍵地區及職能部門的高級領導人員組成，包括產品、營銷、採購、人力資源、財務及法律。

以下是支持全球可持續發展委員會的專家團隊，該等團隊每年會見面3-4次：

- 產品可持續發展工作小組、可持續發展營銷及傳訊委員會、多元與共融事務委員會。根據需要將成立額外的委員會及工作小組，以為我們可持續發展目標的執行提供最佳支持。

委員會及工作小組包括來自我們的地區、品牌及相關職能部門的代表。他們制定行動計劃，協調執行，吸引企業內持份者，並在全公司共享最佳實踐。2024年，我們有時降低了會議的頻率，在若干工作階段分組進行，這使我們能夠進行更深入的協調，而其他相關方的偶爾參與則更為靈活。



# 商業行為

我們致力於進行符合道德和透明度的營運，並以我們的《行為準則》為指引，該準則專注於遵守適用法律、負責任的商業實踐及道德行為。我們的商業行為、僱傭及勞工常規管理着全球的公司、銷售辦事處、配送中心、製造和零售員工，包括全職及兼職員工。我們的政策旨在吸引及挽留各地區的最優秀人才、提供有意義的發展機會、獎勵及表彰員工表現及確保工作環境的安全，同時提升及保障員工的健康與福祉。

## 《行為準則》

我們要求全體員工行事合乎道德，遵守《**新秀麗行為準則**》。該準則載列了我們的價值觀及恪守道德標準及法律合規的承諾。例如，禁止賄賂或收受回佣的行為、禁止不準確記錄，並禁止使用公司財產謀取個人私利。我們每年都會分發準則，並要求員工證明他們遵守了準則。我們相信每個人都應該能夠在自由、平等、安全及具尊嚴的情況下進行正當及有收穫的工作。我們要求員工尊重他人，例如供應商、社區人士和客戶。全體員工都必須遵從與國際勞工組織制訂者一致的勞動、健康及安全準則。未有遵守準則的員工將受到紀律處分，可能包括解僱。

## 商業道德舉報熱線

我們向每一位員工提供機會，透過匿名、免費、保密的熱線舉報疑似違反《行為準則》的事宜。該熱線可在我們的網站（於企業管治章節項下一點擊**此處**）上的《行為準則》內找到，並透過電子方式、海報及員工手冊向所有營業地點的員工發佈。使用該熱線的員工受到保護以免遭報復。我們會調查相關舉報並採取適當補救措施。2024年，我們將該熱線提供給第三方，如客戶及供應商。

## 反貪腐

我們致力於以誠信態度透明地經營業務、避免貪腐行為。我們希望新秀麗全體員工、代理人、董事、人員及代表以公平、合乎道德及合法的方式進行業務，且我們的《全球反貪腐政策》要求他們遵守所有適用的反貪腐法律。我們的《行為準則》載有關於我們向政府官員提供款項、賄賂及收受回佣、禮品和利益衝突所持立場的指引。我們實施反貪腐合規方案，包括報告、監察及認證的管控程序、定期培訓以及部署內部程序以支持合規，例如要求對若干類型的交易進行審批，或由我們的內部審計團隊在高風險地

區進行監察。於2024年，我們不曾獲悉在我們僱用職員的國家有任何嚴重違反與賄賂、勒索、欺詐或洗錢有關的法例及法規的情況。

有關支持我們商業行為的政策，請參閱我們的《**全球反貪腐遵循政策**》及《**行為準則**》。



# 產品政策

## 廣告及標籤

我們的廣告及產品標籤政策必須遵守所有適用法律。

於2024年，本公司不曾獲悉有嚴重違反與廣告或產品標籤有關的適用法例及法規的情況，令我們的業務、財務業績或聲譽蒙受重大不利影響。

## 數據保護及私隱

遵守有關數據保護及私隱的適用法律規定是我們的政策。我們亦為我們的美國及歐洲業務遵守支付卡行業(PCI)規例，以保護若干敏感的客戶數據，如信用卡資料。PCI合規性按適用的PCI協議規定每年評估。我們並不保留信用卡資料。

## 知識產權

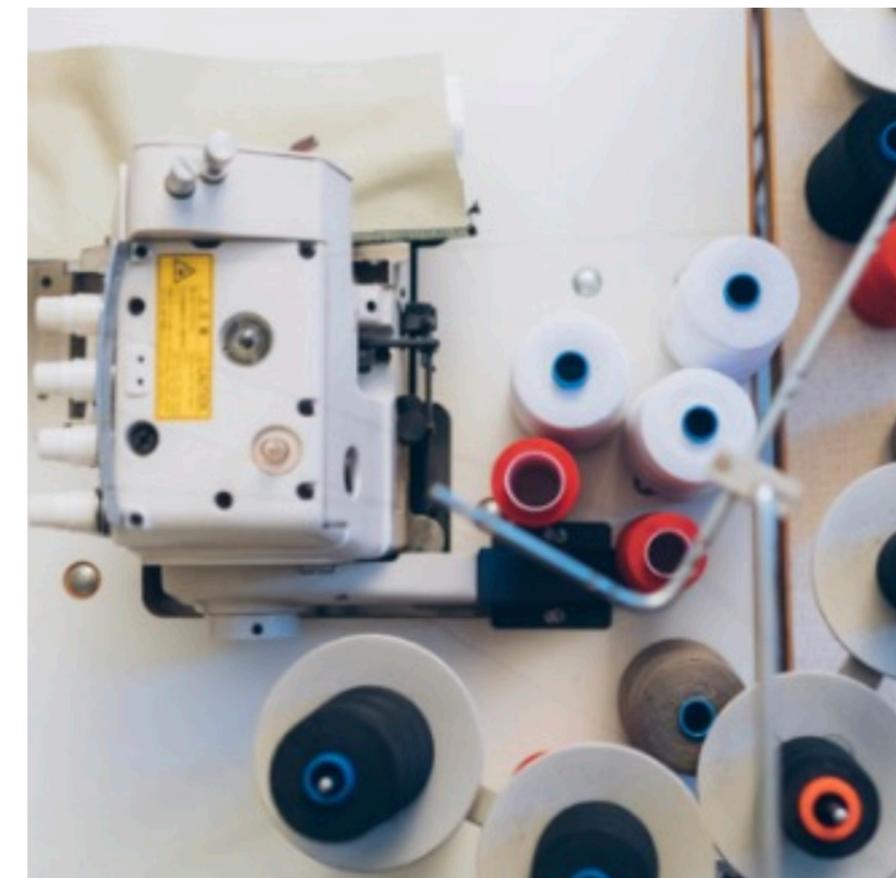
我們的知識產權團隊為重要的創新理念及設計尋求專利及設計保護，並為關鍵品牌和商標取得商標註冊。若合乎商業原則，我們會採取行動強制執行我們的知識產權，還會對抗第三方不當的申索。於2024年，並無任何已知對我們的專利或商標的侵權或對我們作出的侵權指控，令我們的業務、財務業績或聲譽蒙受重大不利影響。

## 質量保證

我們各主要產品類別均備有質量指引，以及產品質量保證方案，確保我們銷售的產品達到或超出我們嚴謹的規定。我們於自有及自營的各生產設施或第三方供應商進行測試及原材料、零件及製成品檢查，確保質量達標。

遵守與我們產品中若干化學物質水平相關的所有適用法律規定是我們的政策。如有必要，於產品開發過程中，我們透過獲得認證的第三方實驗室進行測試，其後在生產過程中隨機抽驗，並在更新舊產品方案時再次進行測試。

於2024年，我們並不知悉任何嚴重違反我們營運所在國家與健康與安全、標籤或產品及服務私隱事項有關的法律和法規的事件。我們並未知悉面臨任何預計會對我們產生重大影響的現時或待決監管行動或訴訟。



# 數據附錄

我們如何與ESG披露框架最佳實踐保持一致，包括香港聯交所(HKSE)的ESG報告指引

- 62 關於本報告
- 63 碳足跡概要
- 64 香港聯交所環境關鍵績效指標
- 68 香港聯交所社會關鍵績效指標
- 73 氣候相關財務披露工作組聲明

# 關於本報告

本報告涵蓋本公司於截至2024年12月31日止財政年度的活動及成果。本公司2024年負責任之旅報告每年予以編製及刊發。其乃就遵照香港聯交所(HKSE)證券上市規則，主板上市規則附錄C2內ESG報告指引所載的「不遵守就解釋」條文編製。

除另有說明者外，本報告包括本公司綜合財務報表中所載列由本公司直接控制的所有綜合附屬公司的自有或營運的零售店、生產及配送設施以及辦事處。除另有說明者外，由第三方擁有及經營的公司及由獲授權人士管理的產品類別並不包括在本報告範圍。

收集、報告及驗證本報告資料的方法乃基於本公司本身的流程及國際認可的報告準則。本報告內容乃根據其與本公司業務目標、其地區化組織架構及主要持份者期望的關聯性而編製。

## 環境數據量度、方法及範圍

對於範圍1和2的排放量，本公司採用營運管控方法來定義組織範圍。本公司專注於排放物的主要源頭，包括設於比利時奧德納爾德市、匈牙利塞克薩德市及印度納西克市自有及自營的生產設施；全球配送中心網絡；辦事處及自營零售店（「報告地區」）。本公司採用由世界資源研究所(WRI)及世界可持續發展工商理事會(WBCSD)所制定《溫室氣體議定書》項下原則及指引計算及報告直接及間接溫室氣體(GHG)排放量。

釐定二氧化碳(CO<sub>2</sub>)排放及CO<sub>2</sub>e乃根據量度或估計的能源及燃料使用量乘以相關GHG排放系數，並計及全球暖化潛在趨勢。可行的話，本公司採用最新的eGrid排放系數（針對基於地點的排放），以及供應商和剩餘物排放系數（針對基於市場的排放）<sup>1</sup>。

本公司或採用國際能源署（International Energy Agency (IEA)）出版刊物：《排放系數（2024年版本）》中的系數。對於範圍1燃料，已採用美國國家環境保護局《溫室氣體盤查排放因子》的相關系數。本公司的範圍1排放物（由

其自有及管控的業務中燃燒燃料產生）由天然氣、丙烷、汽油及柴油燃燒產生以及來自其HVAC（供暖、通風及空調）設備洩漏的氫氟烴製冷劑氣體。本公司的範圍2排放物（由使用購買電力產生）在相同設施中使用購買電力時產生。就此報告而言，燃料來源的能源數據轉換成CO<sub>2</sub>e。

對於範圍3排放物，本公司會延遲一年呈報數據，以便透過使用實際公司數據及儘量減少估算來維持報告的準確性。在無法獲得原始數據的情況下，我們使用行業平均值和支出數據作為替代。與產品有關的排放物是透過對選定產品的生命週期評估，使用從我們的製造工廠收集的原始數據來計算。與配送有關的排放物是利用我們配送中心的產品運輸距離和配送方式的原始數據來計算。與廢棄物有關的排放物是利用我們的製造工廠產生的廢棄物的原始數據計算。所有其他類別的排放物均透過將行業平均數據或基於支出的排放系數應用於本公司的特定數據來計算。

**如對本報告或本公司的任何負責任之旅計劃有任何疑問、評價或意見，請發送電郵至：  
[sustainability@samsonite.com](mailto:sustainability@samsonite.com)**

<sup>1</sup>基於地點的計量方法依據發生能源消耗之電網的平均GHG排放強度。相比之下，基於市場的計量方法依據與公用事業公司簽訂的合同協議（例如：參加綠色電力計劃和購買可再生資源電力的協議）所產生的特定排放量。

# 碳足跡概要

截至2024年，我們自有業務的碳強度相較2017年的基線水平降低91%，遠遠超出2025年降低15%的目標。我們的範圍3排放量以售出產品計量，於2022年至2023年減少16.5%；按收入標準化後，我們價值鏈的範圍3排放量在同一時間內減少20.5%<sup>1</sup>。

範圍1及範圍2 GHG排放量（自有業務），以公噸CO <sub>2</sub> e計	2024年	2023年
範圍1	2,659	4,275
範圍2（基於市場）	0	0
範圍2（基於地點）	18,421	19,567
範圍1及範圍2總排放量（基於市場）	2,659	4,275
範圍3 GHG排放量（價值鏈），以公噸CO <sub>2</sub> e計 <sup>1</sup>	2023年	2022年 <sup>2</sup>
1. 商品和服務	464,510	455,609
2. 資本商品	29,942	15,830
3. 燃料及能源相關活動（未計入範圍1或範圍2）	6,782	6,094
4. 上游運輸及配送	20,333	34,106
5. 營運產生的廢棄物	1,072	797
6. 商務出行	5,248	6,072
7. 員工通勤	15,366	13,445
8. 上游租賃資產	不適用	不適用
9. 下游運輸及配送	27,112	31,874
10. 已售產品的加工	不適用	不適用
11. 已售產品使用	不適用	不適用
12. 已售產品使用週期結束處理	2,079	1,775
13. 下游租賃資產	不適用	不適用
14. 特許經營	7,827	5,049
15. 投資	1.2	不適用
範圍3總排放量	580,272	570,651

<sup>1</sup>我們的範圍3數據會延遲一年呈報，以便透過使用實際公司數據及儘量減少估算來維持報告的準確性。

<sup>2</sup>所呈報的總量包括商品和服務類別中間接支出的排放量。我們2023年的ESG報告所呈報的數字中，我們尚未計算間接支出的排放量。

# 香港聯交所環境關鍵績效指標

關鍵績效指標	報告範圍	2024年
<b>層面A1：排放量</b> 一般披露 有關新秀丽及排放量的更多信息，請參閱本報告第 <b>31</b> 至 <b>36</b> 頁及第 <b>63</b> 頁。		
關鍵績效指標A1.1排放類型及其相應排放數據。	所有報告地區（所有自有／直接管控的零售店、生產及配送設施以及辦事處）。	<b>3,581千克</b> 3,516千克氮氧化物（其中，2,005千克來自柴油、1,441千克來自天然氣、3千克來自丙烷4.5千克來自液化石油氣以及62千克來自汽油） 45千克硫氧化物（其中，30千克來自柴油、9千克來自天然氣、0.03千克來自丙烷、0.03千克來自液化石油氣以及7千克來自汽油） 1千克R-134製冷劑 8千克R-410A製冷劑 3.5千克R-404A製冷劑 7千克R-407A製冷劑

關鍵績效指標	報告範圍	2024年
關鍵績效指標A1.2直接（範圍1）和能源間接（範圍2）溫室氣體排放量及強度（倘適用）。	總排放量和報告地區所佔面積（所有自有／直接管控的零售店、生產及配送設施以及辦事處）。	<b>2,659公噸CO<sub>2</sub>e</b> （強度：0.0003公噸CO <sub>2</sub> e／平方英尺） 範圍1：2,659公噸CO <sub>2</sub> e 範圍2（基於市場）：0公噸CO <sub>2</sub> e 範圍2（基於地點）：18,421公噸CO <sub>2</sub> e
關鍵績效指標A1.3所產生的有害廢棄物總量及強度（倘適用）。	位於奧德納爾德市（比利時）、塞克薩德市（匈牙利）、納西克市（印度）的自有及自營的生產設施以及位於烏納市（德國）的自有及自營的配送中心的有害廢棄物總量和所佔面積。	<b>9.69公噸</b> 強度：0.005千克／平方英尺

# 香港聯交所環境關鍵績效指標

關鍵績效指標	報告範圍	2024年
關鍵績效指標A1.4所產生的無害廢棄物總量及強度（倘適用）。	位於奧德納爾德市（比利時）、塞克薩德市（匈牙利）、納西克市（印度）的自有及自營的生產設施以及位於維達利亞市（美國）、傑克遜維爾市（美國）、寧波市（中國）、烏納市（德國）、普達韋爾市及基利庫拉市（智利）、圖爾蒂特蘭市（墨西哥）、納西克市（印度）及伊森尤特市（土耳其）的自有及自營的配送中心的無害廢棄物總量和所佔面積。	<b>2,153公噸</b> 強度：0.4千克／平方英尺
關鍵績效指標A1.5說明設定的排放目標以及為實現這些目標而採取的步驟。	所有報告地區（所有自有／直接管控的零售店、生產及配送設施以及辦事處）。	<b>範圍1排放目標：</b> 相較2023年的基線，我們計劃到2030年將範圍1排放量減少42%。 <b>範圍3排放目標：</b> 相較2022基年，我們計劃到2030年將來自採購商品和服務的範圍3排放量按美元附加值減少52%。  在實現我們先前的GHG排放量及可再生能源目標之後，我們於2024年根據科學基礎減量目標倡議(SBTi)設定的標準制定了一套新的目標。我們於2024年10月向SBTi提交了這些目標，並於2025年3月取得驗證。為實現這些目標，我們計劃1) 在自有及自營的設施中保持百分百使用可再生能源，並提高能源效益；及2) 在產品中增加更多回收物料的使用。  有關為實現這些目標而採取的步驟的更多信息，請參閱本報告第 <b>35至36</b> 頁。

關鍵績效指標	報告範圍	2024年
關鍵績效指標A1.6對如何處理有害廢棄物和無害廢棄物的說明，以及對所設定減少目標和為實現這些目標而採取措施的說明。	位於奧德納爾德市（比利時）、塞克薩德市（匈牙利）及納西克市（印度）的自有及自營的生產設施。	我們沒有具體的限時減廢目標，但我們要求所有的設施儘量減廢。  有關我們減少廢棄物行動的更多信息，請參閱本報告第 <b>38</b> 頁。

# 香港聯交所環境關鍵績效指標

關鍵績效指標	報告範圍	2024年
<b>層面A2：資源使用</b>		
一般披露 有關新秀丽及資源使用的更多信息，請參閱本報告第23至25頁、第31至36頁及第38至39頁。		
關鍵績效指標A2.1按類型（例如電力、天然氣或石油）劃分的直接及／或間接能源消耗總量和強度。	能源消耗總量和報告地區所佔面積（所有自有／直接管控的零售店、生產及配送設施以及辦事處）。	<p>36,633兆瓦時電網購買的常規電力（強度：3.94千瓦時／平方英尺）</p> <p>12,014兆瓦時的電網購買的綠色電力（強度：1.29千瓦時／平方英尺）</p> <p>3,111兆瓦時就地生產的可再生電力（強度：0.33千瓦時／平方英尺）</p> <p>223兆瓦時電動汽車燃料用電（強度：0.02千瓦時／平方英尺）</p> <p>9,495兆瓦時天然氣（強度：1.02千瓦時／平方英尺）</p> <p>106,752公升汽油（強度：0.01公升／平方英尺）</p> <p>230,896公升柴油（強度：0.25公升／平方英尺）</p> <p>2,108公升丙烷（強度：0.0002公升／平方英尺）</p> <p>2,876公升液化石油氣（強度：0.0003公升／平方英尺）</p>

關鍵績效指標	報告範圍	2024年
關鍵績效指標A2.2用水總量和強度。	位於奧德納爾德市（比利時）、塞克薩德市（匈牙利）及納西克市（印度）的自有及自營的生產設施的用水總量和所佔面積。位於維達利亞市（美國）、傑克遜維爾市（美國）、寧波市（中國）、斯特拉特福德市（加拿大）、馬尼拉（菲律賓）、烏納市（德國）、圖爾蒂特蘭市（墨西哥）、奧德納爾德市（比利時）、納西克市（印度）及普達韋爾市（智利）的自有及自營的配送中心。位於邁阿密海灘（美國）、奧克布魯克（美國）、伯靈頓（美國）、魯貝（法國）、華沙（波蘭）及圖爾庫（芬蘭）的自有及自營的零售設施。位於奧德納爾德市（比利時）的自有及自營的辦公空間。	<p><b>76,377立方米</b></p> <p>強度：0.016立方米／平方英尺</p>
關鍵績效指標A2.3說明設定的能源使用效益目標以及為實現這些目標而採取的步驟。	所有報告地區（所有自有／直接管控的零售店、生產及配送設施和辦事處）。	<p>我們沒有具體的限時減排目標，但提高能源效益是我們實現GHG減排目標策略的重要組成部分。</p> <p>有關我們提高能源效益行動的更多信息，請參閱本報告第32至36頁。</p>

# 香港聯交所環境關鍵績效指標

關鍵績效指標	報告範圍	2024年
關鍵績效指標A2.4說明在尋找適合目的的水源方面是否存在任何問題、設定的用水效益目標以及為實現這些目標所採取的步驟。	位於奧德納爾德市（比利時）、塞克薩德市（匈牙利）、納西克市（印度）的自有及自營的生產設施及自有及自營的配送中心。	<p>用水及廢水排放並不對新秀麗構成重大問題，因此我們並未設定具體的減排目標。</p> <p>有關我們提高水源效益行動的更多信息，請參閱本報告第<b>39</b>頁。</p>
關鍵績效指標A2.5製成品所用包裝物料總量（以公噸計），如適用，應參考每單位產品的用量。	位於奧德納爾德市（比利時）、塞克薩德市（匈牙利）及納西克市（印度）的自有及自營的生產設施以及位於維達利亞市（美國）、傑克遜維爾市（美國）、奧德納爾德市（比利時）、寧波市（中國）、斯特拉特福德市（加拿大）、馬尼拉（菲律賓）、普達韋爾市及基萊庫拉市（智利）、圖爾蒂特蘭市（墨西哥）、納西克市（印度）及伊森尤特市（土耳其）的自有及自營的配送中心。	<p><b>11,748公噸</b></p> <p>941公噸塑膠</p> <p>10,463公噸紙板</p> <p>21公噸泡棉</p> <p>12公噸膠帶</p> <p>292公噸紙張</p> <p>19公噸生物物料</p> <p>強度：1.68千克／製成品數量</p>

關鍵績效指標	報告範圍	2024年
<b>層面A3：環境與天然資源</b>		
<p>一般披露</p> <p>有關新秀麗及環境與天然資源的更多信息，請參閱本報告第<b>40</b>頁。</p>		
關鍵績效指標A3.1說明相關活動對環境與天然資源的重大影響以及為管控這些影響而採取的行動。	所有報告地區（所有自有／直接管控的零售店、生產及配送設施和辦事處）。	更多信息請參閱本報告第 <b>40</b> 頁。
<b>層面A4：氣候變化</b>		
<p>一般披露</p> <p>有關新秀麗及氣候變化的更多信息，請參閱本報告第<b>37</b>頁及第<b>73</b>至<b>76</b>頁。</p>		
關鍵績效指標A4.1說明已經及可能對發行人造成影響的重大氣候相關問題、以及為管控這些影響而採取的行動。	所有報告地區（所有自有／直接管控的零售店、生產及配送設施和辦事處）。	更多信息請參閱本報告第 <b>37</b> 頁及第 <b>73</b> 至 <b>76</b> 頁。

# 香港聯交所社會關鍵績效指標

## 關鍵績效指標

2024年

### 層面B1：僱傭

一般披露

有關新秀丽及僱傭的更多信息，請參閱本報告第**42**至**49**頁。

關鍵績效指標B1.1按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的員工總數。	目前，女性佔我們主管及以上員工的36%，且我們期望於2030年將該比例提高至45%。有關我們員工的更多信息，請參閱第 <b>43</b> 及 <b>46</b> 頁。
關鍵績效指標B1.2按性別、年齡組別及地區劃分的員工流失比率。	由於缺乏全球應用的人力資源信息系統(HRIS)，並未中央收集僱員流失比率，故我們並未披露。我們正在實施全球HRIS，其將使我們能夠收集及報告該信息。

## 關鍵績效指標

2024年

### 層面B2：健康與安全

一般披露

有關新秀丽及健康與安全的更多信息，請參閱本報告第**49**頁。

關鍵績效指標B2.1過去三年（包括報告年度）每年因工身故的人數及比率。	我們於過往三年（包括2024年）並無因工身故事件。
關鍵績效指標B2.2因工傷損失工作日數。	我們目前並無可靠的機制來中央收集該數據。我們正在評估未來自我們的生產廠房及配送中心收集該數據的可行性。儘管我們員工的健康與安全是當務之急，但我們的業務性質使得工傷歷來從未對我們公司構成重大風險。
關鍵績效指標B2.3描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	更多信息請參閱第 <b>49</b> 頁。

# 香港聯交所社會關鍵績效指標

## 關鍵績效指標

2024年

### 層面B3：發展及培訓

一般披露

有關新秀丽及發展及培訓的更多信息，請參閱本報告第**45**頁。

關鍵績效指標B3.1按性別及員工類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓員工百分比。	我們目前並無中央追蹤培訓標準的流程。更多信息請參閱第 <b>45</b> 頁。
關鍵績效指標B3.2按性別及員工類別劃分的每名員工完成受訓的平均時數。	我們目前並無中央追蹤培訓標準的流程。更多信息請參閱第 <b>45</b> 頁。

## 關鍵績效指標

2024年

### 層面B4：勞工準則

一般披露

有關新秀丽及勞工準則的更多信息，請參閱本報告第**50**至**53**頁。

關鍵績效指標B4.1描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	請參閱新秀丽的《 <a href="#">道德憲章</a> 》及《 <a href="#">現代奴役聲明</a> 》。更多信息請參閱第 <b>49</b> 及 <b>50</b> 頁。  我們對使用童工、強迫或販賣勞工等違法工作情況及人權侵犯行為零容忍。我們在地區及當地層面制定及實施僱傭政策，以全面遵守各國的法規及法例。
關鍵績效指標B4.2描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	當發現不符合情況時，我們會與供應商合作解決問題。如未能補救將導致合約終止。

# 香港聯交所社會關鍵績效指標

關鍵績效指標		2024年
<b>層面B5：供應鏈管理</b> 一般披露 有關新秀麗及供應鏈管理的更多信息，請參閱本報告第 <b>50</b> 至 <b>53</b> 頁。		
關鍵績效指標B5.1按地區劃分的供應商數目。	我們的第三方製成品供應商主要位於亞洲。於大約245個供應商中，約60%位於東亞、20%位於東南亞、10%位於南亞及10%位於世界其他地區。	
關鍵績效指標B5.2描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法。	有關新秀麗對供應商進行審計及監察的方法的更多信息，請參閱第 <b>51</b> 及 <b>53</b> 頁。	

關鍵績效指標		2024年
關鍵績效指標B5.3描述識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	與我們合作的所有製成品以及原材料及零件供應商必須證明用於製造我們產品的物料符合所有適用環境及社會法律，且必須同意我們的《道德憲章》，當中載列我們對公平及安全工作場所的承諾。我們的採購團隊持續監察我們政策及規定的履行情況。  供應商為新秀麗的全球社會責任方案成員，通過定期審查和監督以支持他們遵守和實施憲章原則。我們自己或透過獲認證的第三方進行審查。專門制定的年度審查計劃獲制定，而供應商接受三種類型中的一種審查。更多信息請參閱第 <b>50</b> 至 <b>53</b> 頁。	

# 香港聯交所社會關鍵績效指標

關鍵績效指標	2024年
關鍵績效指標B5.4描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	我們的所有直接供應商必須證明用於製造我們產品的物料符合所有適用環境及社會法律，而我們的採購團隊持續監察我們政策規定的履行情況。更多信息請參閱第 <b>50</b> 至 <b>53</b> 頁。
<b>層面B6：產品責任</b>	
一般披露 有關新秀丽及產品責任的更多信息，請參閱本報告第 <b>59</b> 至 <b>60</b> 頁。	
關鍵績效指標B6.1已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須召回的百分比。	我們的業務性質使得召回不常發生，我們並不知悉2024年有任何產品召回。目前並無中央收集該數據。
關鍵績效指標B6.2接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	並無中央收集該數據。我們於各業務範疇均認真貫徹產品責任，而且所有地區市場均有全面措施處理客戶服務。

關鍵績效指標	2024年
關鍵績效指標B6.3描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	我們的知識產權團隊積極為重要的創新理念及設計尋求專利及設計保護，並為關鍵品牌和商標取得商標註冊。若合乎商業原則，我們會採取行動強制執行我們的知識產權，還會積極對抗第三方任何不當的申索。更多信息請參閱第 <b>60</b> 頁。
關鍵績效指標B6.4描述質量保證過程及產品召回程序。	我們各主要產品類別均備有質量指引。我們已制定全面的產品質量保證方案，確保我們銷售的產品達到或超出這些嚴謹的性能規定。我們於自有及自營的各生產設施以及多間第三方供應商進行產品測試及原材料、零件及製成品檢查，確保工藝水準達標。更多信息請參閱第 <b>60</b> 頁。

# 香港聯交所社會關鍵績效指標

關鍵績效指標	2024年
關鍵績效指標B6.5描述消費者數據保護及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	遵守有關數據保護及私隱的適用法律規定是我們的政策。我們亦為我們的美國業務遵守支付卡行業(PCI)規例，以保護若干敏感的客戶數據，如信用卡資料。我們定期透過第三方驗證PCI合規性。在其他國家，我們並不保留信用卡資料。更多信息請參閱第60頁。
<b>層面B7：反貪腐</b>	
一般披露 有關新秀麗及反貪腐的更多信息，請參閱本報告第59頁。	
關鍵績效指標B7.1於報告期內對發行人或其員工提出並已審結的貪腐訴訟案件的數目及訴訟結果。	於2024年，本公司不曾獲悉在其僱用職員的國家有任何嚴重違反與賄賂、勒索、欺詐或洗錢有關的法例及法規的情況。更多信息請參閱第59頁。
關鍵績效指標B7.2描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	請參閱新秀麗《 <a href="#">全球反貪腐政策</a> 》及第53及59頁的 <a href="#">商業道德舉報熱線</a> 。

關鍵績效指標	2024年
關鍵績效指標B7.3描述向董事及員工提供的反貪腐培訓。	此外，我們有反貪腐合規方案，包括多種報告、監察及認證的管控程序，以及定期培訓。更多信息請參閱第59頁。
<b>層面B8：社區</b>	
一般披露 我們支持社區中的各種非牟利合作夥伴，並考慮如何將我們的企業捐贈重點領域與各社區的需要最佳地結合起來。雖然新秀麗並無正式的社區參與政策，但我們確實有慈善捐贈的全球指導方針，其中包括考慮社區代表。更多信息請參閱第53至55頁。	
關鍵績效指標B8.1重點捐獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	新秀麗的企業捐贈活動重點關注三個主題： <ul style="list-style-type: none"> <li>• 保護地球美麗家園</li> <li>• 提升福祉</li> <li>• 賦能弱勢社區。</li> </ul> 更多信息請參閱第54至55頁。
關鍵績效指標B8.2就重點範疇所捐獻的資源（如金錢或時間）。	更多信息請參閱第54至55頁。

# 氣候相關財務披露工作組聲明

披露事項	回應
管治：圍繞氣候相關風險與機遇的機構管治。	
a)描述董事會對氣候相關風險與機遇的監管情況。	<p>董事會負責監督ESG措施及匯報，包括氣候相關風險與機遇。我們的行政總裁（負責監督審查我們業務面對的氣候相關風險，並持續監察氣候風險管理措施的進展）定期向其他董事介紹ESG進展情況。我們的副總裁、全球可持續發展主管至少每年向董事會提供最新信息，或根據新氣候風險的出現及／或先前確定的氣候風險的概率、影響或時間的變化，更頻繁地提供最新情況。董事會檢討本公司的可持續發展策略，並檢討及監督本公司實現減碳目標及氣候風險管理的策略及進展。作為審核委員會監督本公司風險管理系統的一部分，董事會審核委員會檢討本公司的風險管理常規，因其與已確定的氣候相關及其他ESG風險有關。</p>
b)描述管理層在評估及管理氣候相關風險與機遇的角色。	<p>新秀麗的副總裁、全球可持續發展主管直接向行政總裁報告，負責協調整個機構，以確定新秀麗的可持續發展策略與執行，並協調ESG報告及披露工作。行政總裁、副總裁、全球可持續發展主管與總法律顧問共同定期向董事會及高級管理團隊提供最新信息。</p> <p>氣候相關風險亦被納入本公司的風險評估流程，乃由內部審計副總裁推動。內部審計副總裁與副總裁、全球可持續發展主管協調，確保在與非氣候風險平等的基礎上，將近期氣候風險作為正在進行的企業風險管理過程的一部分進行識別及評估。</p> <p>副總裁、全球可持續發展主管及內部審計副總裁與機構全體其他管理人員協調，以識別及評估中長期氣候風險。新秀麗生產廠房、主要配送中心及其他關鍵設施的設施經理協助識別及評估各自設施的實體風險。其他公司管理人員及員工協助識別及評估實體風險及過渡風險。</p> <p>當識別特定的氣候風險時，內部審計副總裁及／或副總裁、全球可持續發展主管與適當人士協商，以確定該等風險的潛在緩解措施。此外，新秀麗的全球可持續發展委員會定期召開會議，以就我們的可持續發展工作，包括氣候行動進行協調並建立問責制。</p> <p>該委員會由代表各地區、我們三大核心品牌及主要職能部門的高級領導人員組成，負責更新及完善我們的可持續發展策略及目標，包括為管理氣候相關風險與機遇所作的策略工作。</p>

# 氣候相關財務披露工作組聲明

披露事項	回應
<p><b>策略：氣候相關風險與機遇對機構的業務、策略及財務規劃的實際及潛在影響。</b></p>	
<p><b>a) 描述機構所識別的短、中、長期氣候相關風險與機遇。</b></p>	<p>新秀丽已確定並評估在兩種可能的未來情景下的氣候風險與機遇。於2022年，為進行該分析，我們遵從氣候相關財務披露工作組的指導方針，評估了指導方針所界定的潛在極端及長期實體風險，如極端高溫、洪水、海平面上升及野火，以及與向低碳經濟轉型相關的過渡風險，包括現行及新興監管引致的風險、新技術、政策及法律風險、市場風險及聲譽風險。</p> <p>現時，我們估計該等風險對新秀丽財務業績的可能影響相對較小。我們未曾識別任何重大財務風險。極端高溫為已確定的最顯著的實體風險。多間工廠所面臨的極端降水風險亦有所上升。這些風險在未來可能會持續存在。已確定的其他潛在實體風險（整體較不重大）包括野火、乾旱及大風。</p> <p>氣候變化的轉型風險包括成本上漲及／或原材料短缺；因電力及天然氣價格上漲導致直接營運成本上漲；為應對新的監察及報告規定而增加監察及合規成本；及與可持續發展意識日益增強的客戶群有關的市場及聲譽風險。我們亦從客戶對低碳產品日益增強的偏好中看到機會。我們對更具可持續發展及低碳產品（包括以回收或其他更可持續發展物料製成以及持續耐用、可修復及可回收的產品）的關注已吸引具可持續發展意識的客戶。</p>
<p><b>b) 描述氣候相關風險與機遇對機構業務、策略及財務規劃的影響。</b></p>	<p>過去一年，我們已採取措施，透過改善關鍵設施的實體基礎設施，以及繼續投資於能源效益和可再生能源發電，以對沖能源成本上升，從而減少我們面臨的氣候風險。例如，我們在喬治亞州維達利亞市的TUMI配送中心安裝一個1.1兆瓦的太陽能光伏陣列，將於2025年開始使用，並配有備用電池，可在停電時提供應急電力。我們亦為所有公司擁有的以及重要租賃設施投購財產保險，並為我們的大部分業務營運投購業務中斷保險，以幫助降低所覆蓋風險造成的損失，如大風或洪水造成的風險。</p> <p>我們正積極創新行李箱產品的設計，減少相關的隱含碳排放，從而滿足消費者對低隱含碳足跡產品的偏好。於2023年，我們推出新的產品可持續發展框架，聚焦於三個關鍵領域：可持續物料、可循環性及產品足跡。</p> <p>我們亦進行詳盡健全的再生成分路線圖繪製工作，訂明我們計劃於2030年前在主要產品系列關鍵組件中納入的再生物料，並建模計算可減少的溫室氣體排放。經過該詳細評估，我們有信心可以達成新的氣候目標。</p> <p>我們持續穩步提高產品中再生物料的比率。於2024年，採用部分再生物料的產品佔銷售淨額約40%，高於2023年的約34%。</p> <p>我們亦致力透過加強我們對耐用性、可修復性及可回收性的重視，提高我們產品的可持續性；我們相信該等努力有助我們獲得市場份額，因我們的客戶群在作出購買決定時日益受環保因素所驅動。</p>

# 氣候相關財務披露工作組聲明

披露事項	回應
<p><b>策略：氣候相關風險與機遇對機構的業務、策略及財務規劃的實際及潛在影響。</b></p>	
<p><b>c)描述機構的策略彈性，並考慮不同氣候相關情境（包括2°C或更嚴苛的情境）。</b></p>	<p>於2022年，新秀麗已開展與氣候相關的情景分析，以評估一系列在未來以下兩種情況下可能為新秀麗帶來風險或機遇的潛在社會、經濟和政策轉變：與SSP 1-2.6和國際能源署可持續發展情景相一致，採取「積極及可實現」的方式促進全球淨零排放；及與SSP 3-7.0和國際能源署的既定政策情景相一致的未來「一切照舊」。我們已評估2030年和2050年的潛在影響。雖然該項評估確定了上述若干與氣候相關的風險，但現時，我們估計該等風險對新秀麗財務業績的可能影響相對較小。我們未曾識別任何重大財務風險。</p> <p>由於我們不斷評估消費者對低隱含碳產品的期望和偏好，氣候相關風險與機遇可能影響我們的策略。我們正探索多種方法增加我們產品中的再生及低碳物料，消費者偏好的進一步轉變可能會引導我們未來在該領域繼續努力。能源價格變動亦會提高營運成本及全球商品與服務購買成本，從而影響我們的業務營運。該等變動可能影響有關能源效益及／或可再生能源潛在投資的決策，例如，以當前能源價格在財務上沒有吸引力的潛在努力會隨着價格上漲而變得更具吸引力。最後，旅遊需求變化可能會影響全球對我們產品的需求。</p>

# 氣候相關財務披露工作組聲明

披露事項	回應
<b>風險管理：風險管理：機構如何識別、評估及管理氣候相關風險。</b>	
<b>a)描述機構識別和評估氣候相關風險的流程。</b>	<p>新秀丽已於2024年制定新的氣候變化風險管理，其界定識別、評估及管理氣候相關風險的流程。每年，作為我們全公司的多方風險管理流程的一部分，我們都會考慮我們的政策及計劃是否能充分識別和應對我們業務面臨的重大短期氣候及其他ESG風險。我們的內部審計團隊每年都會與本公司各地區的高級管理團隊以及本公司企業職能的高級管理層一起，共同促進企業風險評估過程。該流程審查本公司營運面臨的重大風險，同時考慮策略目標和關鍵措施。風險評估的結果由各地區總裁及財務總監、全球財務總監和行政總裁進行驗證，並向董事會審核委員會報告。在這一過程中，氣候相關風險與其他風險處於同等地位。此外，新秀丽副總裁、全球可持續發展主管與內部審計部門、全球可持續發展委員會、設施管理人員和其他人員持續進行內部協調，以支持實施應對氣候相關風險的系統和流程。</p>
<b>b)描述機構管理氣候相關風險的流程。</b>	<p>此外，於2022年，新秀丽聘請了一家專家諮詢公司，專門評估及確定可能對我們的業務產生重大財務或策略性影響的氣候相關風險與機遇。我們計劃於2025年重複一次該評估。除這一基於情景的定期分析外，新秀丽副總裁、全球可持續發展主管亦持續協調中長期氣候風險的風險評估過程，並由機構其他人士協助。</p> <p>管理已確認氣候風險的責任分配予一個或多個「風險擁有人」。該等風險擁有人與內部審計副總裁及／或副總裁、全球可持續發展主管協商，為所有被評為中等風險或高風險的氣候風險確認風險管理步驟，然後執行協定的步驟。</p> <p>我們為所有公司所擁有及重要租賃設施投保財產保險，為大部分業務營運投保業務中斷險，以幫助減輕投保風險造成的損失，如大風或洪水造成的損失。</p>
<b>c)描述氣候相關風險的識別、評估和管理流程如何與機構的整體風險管理制度相結合。</b>	<p>倘主要近期決策有可能顯著減輕或加劇本公司的氣候風險的情況下，新秀丽都會在其決策過程中明確考慮氣候風險。這包括策略發展、業務規劃、資本分配、投資及內部控制的決策。具體例子包括關於公司策略的決策，該等決策可能會引導本公司走向或遠離風險更大的產品開發途徑，關於主要設備採購的決策，或關於新設施選址及設計的決策。副總裁、全球可持續發展主管定期與新秀丽的地區總裁會面，討論氣候風險以及其他可持續發展議題，以確保在決策中考慮該等問題。地區總裁亦根據需要與副總裁、全球可持續發展主管協商，以確保適當考慮氣候風險。</p> <p>重大投資支出的相關授權明確指出，擬議投資是否有可能加劇或減輕本公司已確認的任何氣候風險的影響。</p>

# 氣候相關財務披露工作組聲明

披露事項	回應
<b>指標及目標：</b> 用於評估和管理與氣候相關風險與機遇的指標和目標。	
<b>a)披露機構依循策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機遇所採用的指標。</b>	<p>我們自2017年以來每年開展範圍1及2的GHG盤查。我們於2022年開始進行年度範圍3盤查。我們量度《溫室氣體議定書》所界定的範圍1、2及3類別排放物。</p>
<b>b)披露範圍1、範圍2及（若適用）範圍3溫室氣體(GHG)排放及相關風險。</b>	<p>我們於2024年的範圍1及2 GHG足跡如下：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 範圍1：2,659公噸CO<sub>2</sub>e</li> <li>• 範圍2：0公噸CO<sub>2</sub>e（基於市場）</li> </ul> <p>我們2023年11類排放物範圍3足跡為580,272公噸CO<sub>2</sub>e。</p> <p>有關更多資料，請參閱第<b>63</b>頁。</p>
<b>c)描述機構在管理氣候相關風險與機遇所使用的目標，以及落實該目標的表現。</b>	<p>於2024年，我們制定與科學基礎減量目標倡議相一致的新目標如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 到2030年，範圍1及2排放物自2023年基準年減少42%。</li> <li>2. 保持每年採購百分百可再生電力，目前我們通過現場太陽能發電、參與綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)共同實現。</li> <li>3. 到2030年，範圍3商品和服務的美元附加值排放物自2022年基準年減少52%。</li> </ol>

本報告之中文譯本與英文版本如有任何差異，概以英文版本為準。

©新秀丽集團有限公司 2025年  
版權所有

未得新秀丽集團有限公司事先書面許可，不得以電子、機械、複印、錄製或任何其他形式或方法，將本刊物的任何部分複製、儲存於檢索系統之內或傳送。

出版 新秀丽集團有限公司  
設計 BRODIE Consulting



[corporate.samsonite.com/zh/sustainability](https://corporate.samsonite.com/zh/sustainability)

[sustainability@samsonite.com](mailto:sustainability@samsonite.com)