



新秀麗集團有限公司  
股份代號：1910

2025年

負責任之旅



# 目錄

## 引言

- [3 關於新秀麗集團](#)
- [4 2025年摘要及認可](#)
- [5 行政總裁致辭](#)
- [7 副總裁兼全球可持續發展主管致辭](#)

## 策略

- [10 我們的可持續發展策略](#)
- [11 負責任之旅 - 重要里程碑](#)
- [12 產品誕生之路](#)
- [13 雙重重要性](#)
- [14 透過品牌傳遞可持續發展理念](#)
- [18 持份者參與](#)

## 產品

- [20 目標及2025年進展](#)
- [21 我們的方法](#)
- [22 產品可持續發展框架](#)
- [23 耐用性與質量](#)
- [25 可持續物料](#)
- [31 可循環性：維修與回收](#)
- [34 產品足跡](#)
- [35 產品：後續行動](#)

## 地球

- [37 目標及2025年進展](#)
- [38 我們的方法](#)
- [40 氣候行動](#)
- [45 負責任資源使用](#)
- [47 大自然](#)
- [48 地球：後續行動](#)

## 員工及大眾

- [50 目標及2025年進展](#)
- [51 我們的方法](#)
- [53 賦能員工：培訓與發展](#)
- [57 文化與共融](#)
- [59 企業捐贈](#)
- [60 健康與安全](#)
- [61 人權與社會責任](#)
- [67 員工及大眾：後續行動](#)

## 管治

- [69 我們的方法](#)
- [70 可持續發展管治](#)
- [72 商業行為](#)
- [73 產品政策](#)

## 數據附錄

- [75 關於本報告](#)
- [77 碳足跡概要](#)
- [78 香港聯交所環境關鍵績效指標](#)
- [82 香港聯交所社會關鍵績效指標](#)
- [87 氣候相關風險報告](#)

# 關於新秀麗集團

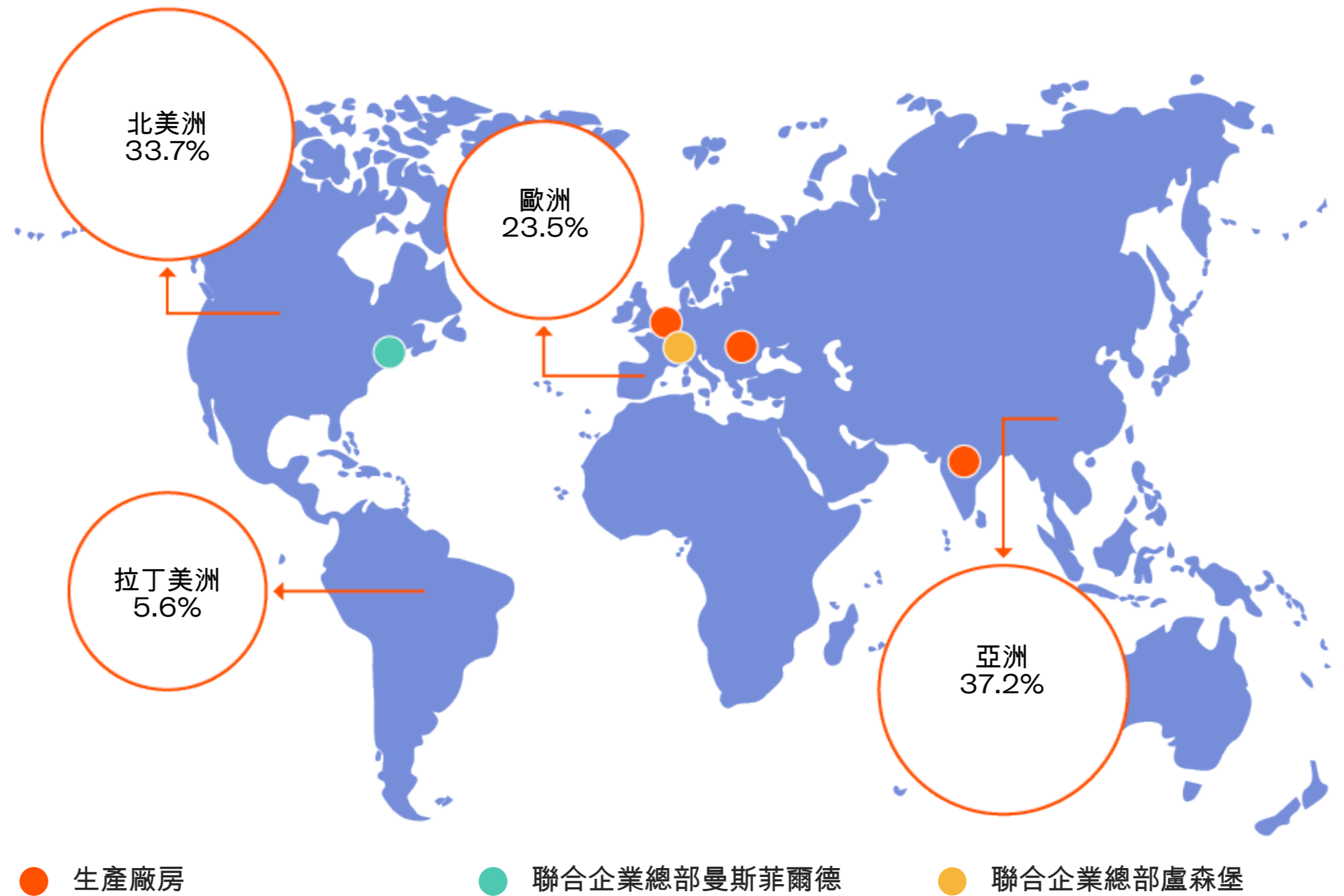
## 我們的業務概覽

新秀麗集團有限公司(連同其綜合附屬公司統稱「本公司」、「我們」或「我們的」)始於1910年,擁有悠久的歷史,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。我們擁有及經營以新秀麗®、TUMI®及American Tourister®為首並以消費者為中心的標誌性品牌組合,該等品牌為我們客戶的旅程提供全球信賴、創新及日益可持續發展的產品。憑藉歷史悠久的行業領導地位,我們的願景是引領行業邁向更可持續發展的未來。

我們約有**11,500**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,推進更高效的生產流程,提高產品的可修復性,並將更多可持續物料納入產品當中。

## 按地區劃分的銷售淨額



**3**  
個生產廠房

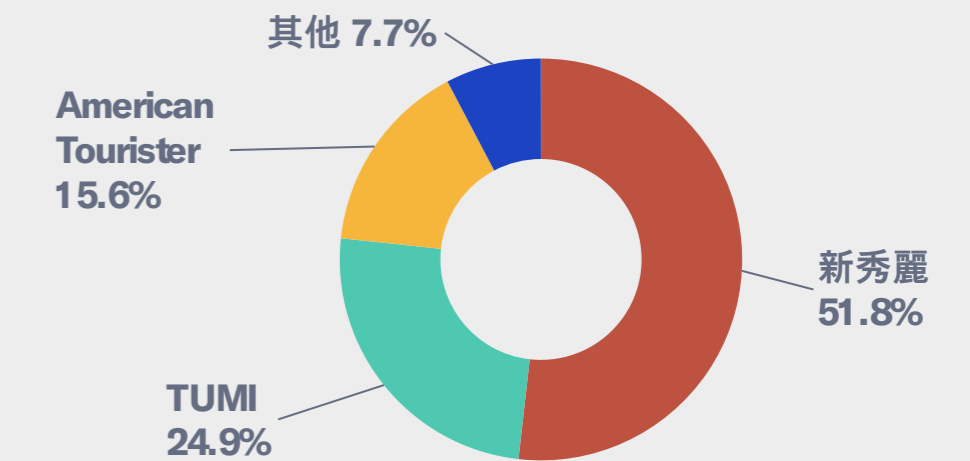
**8**  
個配送中心

**1,150**  
家自營零售店

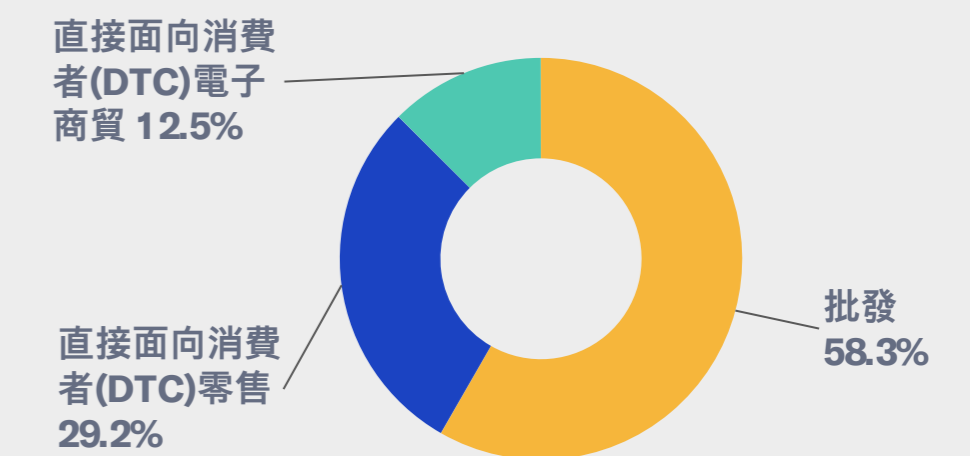
**約有11,500**  
名全職同等僱員分佈於世界各地**40**多個國家

## 2025年銷售淨額： 3,497.6百萬美元

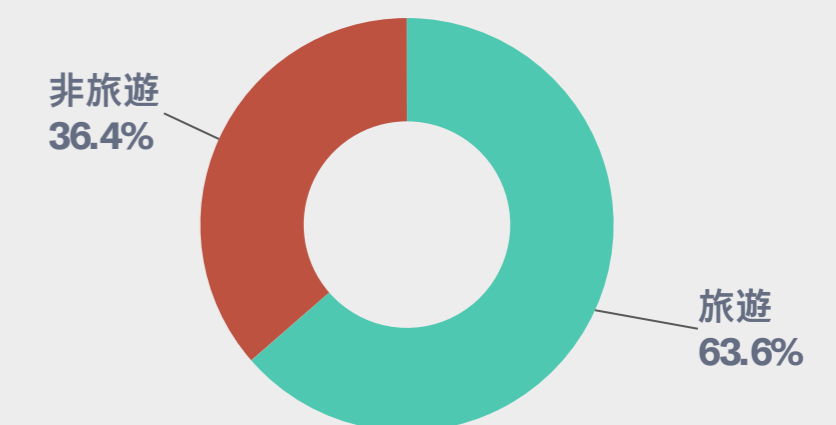
### 按品牌劃分的銷售淨額



### 按渠道劃分的銷售淨額



### 按產品類別劃分的銷售淨額



# 2025年摘要及認可

產品		地球		員工及大眾		認可
於全球推出新秀麗 <b>Paralux</b> 系列，該系列榮獲紅點設計大獎雙項殊榮，將我們領先的產品可持續發展特質融入到核心產品系列。	約 <b>40%</b> 的銷售淨額來自含有部分再生物料的產品。	按銷售產品強度計算，於我們的基準年份2022年至2024年，範圍3排放量減少 <b>19%</b> 。 <sup>2</sup>	更新我們的氣候風險評估情境分析，以評估潛在的氣候相關風險與機會。	為我們整體價值鏈制定與《聯合國工商企業與人權指導原則》一致的人權盡職調查流程。		<p>連續第二年榮獲</p> <h2>TIME</h2> <p>2026年全球最佳可持續增長企業</p> <p>在500家公司中排名第74位 在零售、批發及消費品類別中排名第六</p>
編製可持續物料指南，明確規範關鍵物料使用標準。我們將於2026年開始為外部團隊進行培訓。	建立新的回收合作夥伴關係，從我們的美國配送中心回收使用週期結束的產品。	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 <sup>3</sup> 每年採購百分百可再生電力。位於喬治亞州維達利亞市的TUMI配送中心的太陽能裝置投入營運。		繼續為全體員工提供廣泛的培訓與發展機會，賦能專業成長，其中包括為零售店員工提供可持續發展培訓，協助銷售點傳播可持續發展理念。		<p>MSCI ESG評級</p> <p><b>AA</b></p> <p>CCC B BB BBB A AA AAA</p> <p>由A上調至AA</p> <p>Climate CDP 2025 B</p> <p>氣候評級為B</p>
推出兩款以創新為導向的全新限量系列：新秀麗 Essens Circular 與 Proxis Circular，發佈了我們首款外殼75% (按重量計) 採用生物循環物料的產品以及我們的首款數碼產品護照。 <sup>1</sup>		制定全新可持續包裝指南。我們的原則包括：減少物料使用、採用可重複使用及可回收包裝，並在可行時優先選用更具可持續性的物料。		於各地區擴大員工導師計劃，協助員工在個人與專業層面相互學習、共同成長。		
制定全球 <b>2030</b> 年維修願景，作為進一步優化維修服務的指南，並於歐洲的部分指定門店舉辦首屆 <b>Repair &amp; Go</b> 週，提升客戶對我們維修服務的認識。活動期間共維修750件行李箱。		開始制定我們的可持續裝修指南，鼓勵門店探索綠色建築認證。我們位於新加坡的Samsonite ION Orchard 旗艦店獲得 LEED Gold® 認證，為新秀麗東南亞地區首家取得該認證的門店。		為員工制定人權培訓方案。我們將於2026年開始全面推行該方案，以期強化全體員工的人權意識。		<p>CPA</p> <p>Hong Kong Institute of Certified Public Accountants</p> <p>香港會計師公會</p> <p>企業管治特別嘉許獎</p>

<sup>1</sup> 採用國際可持續性和碳認證 (ISCC) Plus 質量平衡法。

<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。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> 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。

## 行政總裁致辭

歡迎閱讀新秀麗集團2025年「負責任之旅」報告。本報告標誌着新秀麗集團邁入全新篇章，將可持續發展與韌性進一步融入我們的全球業務當中，同時持續深化我們對可持續增長的承諾。「負責任之旅」的核心是我們的客戶以及我們所秉持的信念——旅行讓我們連接彼此、拓展視野、感受世界。正因如此，我們立志賦能每段旅程，推動世界進步。

我們是全球最著名、規模最大的行李箱公司，並且是全球時尚箱包行業的翹楚，因此我們的規模讓我們有機會創造最為深遠的影響。我們運用創新能力，在物料、維修、耐用性等層面尋求更具可持續性的解決方案，並憑藉我們的規模優勢，逐步將其融入更多產品與品牌，擴大我們的影響力。

我們於今年在全球推出新秀麗Paralux™系列，達成一項重要里程碑。Paralux 榮獲紅點設計大獎永續設計與整體設計雙項殊榮。這是我們首款在全球推出大規模融入多項領先產品可持續特質的系列：業界領先的耐用性、易於維修，並使用更多可持續物料。該系列完美體現新秀麗品牌的精髓：開創性設計、經典品質、可持續創新，以及對全球出行方式的深刻理解。更多資料，請參閱第28頁。

多年來，我們持續致力研究創新方法，在保持嚴格耐用性標準的前提下，將再生物料運用於產品之中。本年度，我們啟動試點計劃，在歐洲設計、開發並製作了新秀麗Essens™ Circular 與 Proxis™ Circular兩款限量系列，均採用了更多可持續、回收或再生物料，例如舊行李箱和餐廚回收食用油。這兩款產品皆具輕量與堅固特性，部件易於維修，且碳足跡更低。同時，我們進一步取得創新突破，在上述產品中首次應用數碼產品護照，從而提升產品生命週期的透明度，提供獲取可持續解決方案、物料來源與法規遵循等重要資料的渠道，並隨附維修與使用週期結束說明。更多資料，請參閱第34頁。



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

## 行政總裁致辭

我們的進步離不開所有員工的努力。作為一家全球性公司，我們的團隊遍佈全球40多個國家，文化涵蓋不同的國籍和背景。我們遵循「待人如己」的黃金法則，以此啟發公司內部的人際關係建設，提醒我們接納並尊重差異。我們的責任不僅限於直屬員工，更延伸至整個價值鏈：包含協助生產產品的人員、推動可持續創新的供應商，以及在產品生命週期中合作的所有夥伴。這也是我們持續強化人權盡職調查流程的原因。我們努力透過企業捐贈，在業務營運之外創造正面影響。本年度，我們更新了捐贈策略，促進核心品牌在實踐中發揮重要作用。TUMI透過與 Seatrees 及 Jocotoco Conservation Foundation的全新合作，深化對「地球 1%」（1% for the Planet）產品系列的承諾；而新秀麗和American Tourister也開始尋找新的全球合作夥伴。

過去幾年裏，我們攜手並肩、砥礪前行，取得了諸多斐然成就，朝着2030年願景穩步邁進。更多資料，請參閱第10頁。對此，我倍感自豪。我要特此向我們的團隊致以誠摯的謝意，感謝你們的無私付出、卓越創意與不懈努力。同時，我也要衷心感謝我們的合作夥伴與供應商，我們的進步離不開你們的緊密合作與鼎力支持。

我們期待與您分享我們的進展。

此致



**Kyle Gendreau**  
執行董事兼行政總裁



## 副總裁兼全球可持續發展主管致辭

回顧2025年，這是極為關鍵的一年，我們加速落實多項可持續發展重點工作。過去數年來，我們的全球可持續發展團隊與跨地區、跨品牌團隊緊密攜手，深入瞭解需求、挖掘機會，精心繪製了2030年願景與藍圖。本年度，我們見證這些基礎工作付諸實行——各團隊將全球指引融入日常工作，在一次次的抉擇中穩步前行。

我們的努力一步步轉化為深遠和切實的影響。我們始終以產品為核心，在打造更具可持續性的品牌體驗方面不斷進步。2025年，作為我們《全球可持續發展產品框架》的組成部分，我們制定了更加宏偉的全新產品目標和標準，制定了可持續物料指南，並開始向內部團隊推行相關培訓，同時發佈了2030年全球維修願景。

除產品之外，我們正在致力於打造更具可持續性的包裝，這對消費者而言是品牌體驗中相當重要的一環。為此，我們推出全新的可持續包裝指南，為包裝團隊與零售團隊提供明確方向，協助其選用既能持續保護產品、又可減少環境影響並提升客戶體驗的物料。

為進一步將可持續理念融入客戶旅程之中，我們革新了核心品牌（新秀麗、TUMI、American Tourister）的產品吊牌與銷售點標示，有效傳遞可持續發展理念。為了支持這項推廣工作，我們制定了溝通要點，並為零售人員提供培訓，強化其向客戶介紹產品可持續性特質時的信心。這些工作皆體現了我們的堅定承諾：讓客戶清晰瞭解我們如何在可持續發展方面確保「言行一致」。



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

我們深知，消費者在選購行李箱或箱包時，最重視產品耐用性，其次為可修復性與可持續物料的使用。我們在這些方面均已取得進展：執行嚴格的物料與產品測試、創新居家可維修設計，專注於在產品當中採用再生物料。我們也在持續邁向近期以科學為本的氣候目標：自有業務維持使用百分百可再生電力<sup>1</sup>，並持續擴增現場太陽能裝置；同時以2022年為基準年，按強度基準減少範圍3碳足跡，為此我們主要通過在產品中採用再生物料的方式來達成這一目標。2025年，約40%的銷售淨額來自含有部分再生物料的產品。與此同時，我們不斷優化進度評估和管理方式。其中一項重要成果是優化SAP平台，捕捉產品層面的物料數據，從而更加精準地追蹤氣候路線圖的執行成效。

我們堅持尊重人權，並在整個價值鏈中強化整體人權盡職調查，協助我們釐清各項行動的優先順序。因此，我們根據經驗完善人權相關做法，並進一步規範我們的承諾。

與值得信賴的供應商建立緊密合作關係，對我們取得成功至關重要。為此，我們新設了一個職位，招聘了全球供應鏈可持續發展總監，以深化與供應鏈合作夥伴的關係，共同努力實現我們為產品、地球與員工及大眾制定的目標。

我為我們所取得的進展深感自豪，而我們的團隊對可持續發展承諾展現出的熱情、魄力與主人翁精神則讓我備受鼓舞——這正是我們的宏偉目標得以實現的原因。與業內同行以及合作夥伴的通力合作，也同樣讓我深受激勵，這不僅提升了我們快速學習、加速創新的能力，更能擴大解決方案的規模與影響力。

我對新的一年滿懷憧憬，期待在我們邁向「負責任之旅」下一階段的進程中，共同取得令人振奮的進展。

此致

*Marina Dirks*

**Marina Dirks**

副總裁兼全球可持續發展主管



<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。自有物業包括自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處。

# 策略

「負責任之旅」如何引領我們實現2030年及未來願景



- 10** 我們的可持續發展策略
- 11** 負責任之旅 - 重要里程碑
- 12** 產品誕生之路
- 13** 雙重重要性
- 14** 透過品牌傳遞可持續發展理念
- 18** 持份者參與

# 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。

在新秀麗集團，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。

為此，我們設計新穎、值得全球信賴且更具可持續性的耐用產品。我們積極採取行動，以減少對地球的影響。我們鼓勵員工、合作夥伴及社區加入我們的「負責任之旅」，攜手成長。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，將重點放在受強效管治的基礎所支持的三項策略 — 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。在品牌和地區層面，我們亦投入時間完善2030年願景和目標，並加強我們流程的問責制，為實現該等目標提供支持。於2024年及2025年全年，相關工作持續推進。

於2025年，我們多個領域的重心均轉向落地執行。過去數年我們已取得長足進展，透過全新制訂的路線圖、行動計劃與優化的追蹤機制，我們的工作重心將更具針對性，有助加速推進我們的「負責任之旅」。

我們將繼續完善策略及目標，以確保我們能夠藉此實現2030年及未來願景。有關進一步資料，請參閱[管治](#)一節。



# 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「待人如己」的黃金法則作為本公司的指導原則。

**1910年**



推出SILHOUTTE行李箱，增強我們對耐用性的承諾。SILHOUTTE採用嵌入式配件，保護所載物件免於磨損。

**1958年**



收購American Tourister，成為我們價格親民且質量卓越的行李箱品牌。

**1993年**



收購TUMI：我們旗下的經典高性能輕奢品牌，其產品持久耐用且易於維修。

**2016年**



新秀麗和TUMI推出採用從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**



推出新秀麗集團可持續發展策略——「負責任之旅」，發佈TUMI首款採用再生物料製作襯裡與外殼的旅行箱系列。

**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。

推出首款可由消費者僅需一支筆即可自行在家輕鬆維修滾輪的行李箱。

**2023年**

推出新秀麗Proxis Circular限量版行李箱，為我們首款外殼採用75%由廢棄食用油提煉的生物循環物料製成的產品。<sup>2</sup> 為新秀麗Proxis和Essens Circular限量版行李箱系列推出首個數碼產品護照，為實現供應鏈全程可追溯取得重大突破。

發佈榮獲紅點設計大獎雙項殊榮的新秀麗Paralux為我們首款在全球推出大規模融入多項領先產品可持續特質的系列。

**2025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。



**1976年**

開始向我們的客戶提供維修服務以及居家維修指導。



**2003年**

發佈新秀麗集團《道德憲章》，此為我們的供應商行為準則，闡明我們對打造公平且安全職場的承諾。《道德憲章》的制定參照了《聯合國世界人權宣言》等全球公認公約與框架。

**2017年**

發佈第一份可持續發展報告。



**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，並在亞洲等其他地區開展試點。

TUMI推出首個採用再生聚碳酸酯的19 Degree系列。

**2024年**

新秀麗和TUMI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。

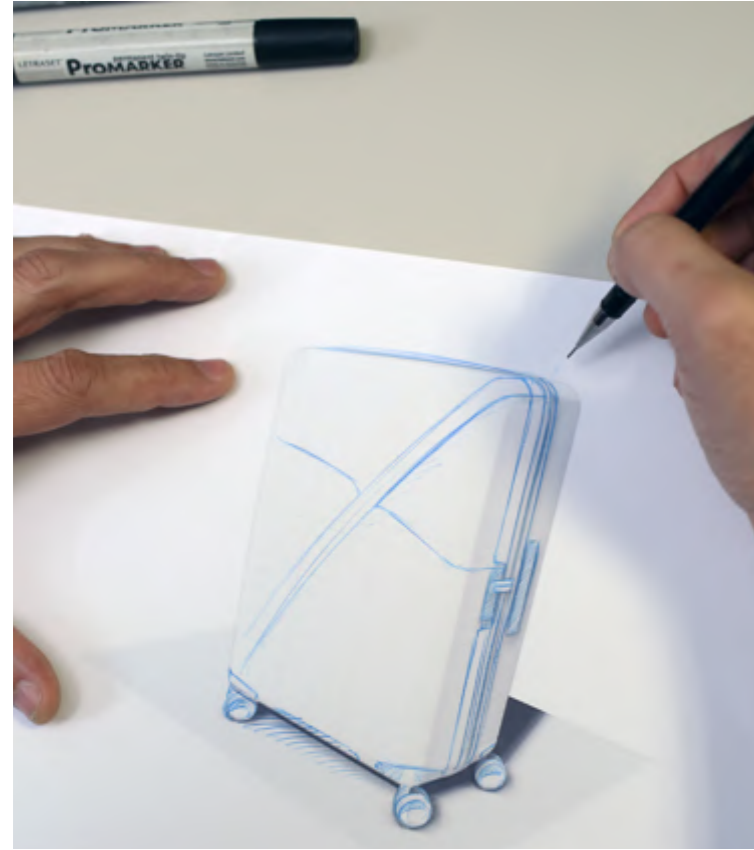
推出新秀麗ESSENS限量版，為我們首款真正實現循環利用的行李箱，其外殼採用回收的舊行李箱物料製成——向消費者推廣可循環性理念。



<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> 採用國際可持續性和碳認證(ISCC) Plus質量平衡法。

# 產品誕生之路



## 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設計及開發，而可持續發展作為其宗旨亦越來越受到重視。



## 物料採購

下一步，新秀麗集團自有生產設施及供應商採購製造我們產品的物料。絕大多數產品由塑膠製成，如聚碳酸酯、聚丙烯、聚酯纖維、尼龍、ABS及其再生版本。



## 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>



## 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>我們主要通過水路、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，得到廣泛使用。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。

# 雙重重要性

我們最新的雙重重要性評估於2023年進行，此舉有助於我們深化對新秀麗集團最重要議題（如右圖所示）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。評估結果亦確認了自我們啟動策略以來，重要性有所提高的新興主題，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。

透過此視角，隨着我們邁向2030年遠景，我們不斷完善以及落實我們的可持續發展策略。基於我們的產品可持續框架、近期以科學為本的氣候目標以及人權工作，我們於2025年制定了2030年維修願景，定稿可持續物料指南、制訂《可持續包裝指南》，並在整個價值鏈強化整體人權盡職調查，協助我們釐清各項行動的優先順序。

您可以閱讀以下頁面，瞭解我們如何應對重大問題的更多資料（議題按字母順序排列）：

 商業行為	管治	第68頁
 循環經濟	產品	第31頁
 適應氣候變化	地球	第43頁
 文化與共融	員工及大眾	第57頁
 能源管理	地球	第41頁
 溫室氣體排放/減緩氣候變化	地球	第40頁
 塑膠使用及處理	產品	第25頁
 產品質量及安全	產品	第23頁
 可追蹤性	產品	第34頁
 工作條件及人權	員工及大眾	第60頁

## 透過品牌傳遞可持續發展理念

我們擁有多元且互補的品牌組合，構成了我們業務增長的基石：核心品牌包括新秀麗、TUMI及American Tourister，輔以一系列地區性品牌，且各自擁有獨特定位與優勢，針對不同需求和場景量身打造。

於2024年，我們的團隊為我們的核心品牌新秀麗、TUMI及American Tourister界定其可持續性定位，明確各品牌獨特的可持續性主張以及在促進本集團進步方面承擔的角色。在此基礎上，我們於2025年為核心品牌重新搭建了可持續發展網站，並開始更系統地將可持續理念融入各個消費者觸點（例如吊牌、銷售點文宣物料）。我們亦為零售人員提供相關培訓，幫助其從容向消費者介紹我們的可持續發展承諾。我們將在2026年繼續推動這項工作。

在傳播方面，我們的核心品牌各自對「負責任之旅」的願景與宗旨有着獨特的詮釋：





## 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用性能 - 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，更與合作夥伴攜手共赴征途。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，讓其共用企業進步成果。

## 亮點

### 近期進展

新秀麗品牌的傳承奠基於牢固耐用的承諾，其靈感源自聖經人物三松。憑藉領先的創新能力，新秀麗持續突破行李箱的可持續發展界限，例如於2025年推出Proxis Circular限量版行李箱，部分採用以廢棄食用油製成的耐用生物循環物料。<sup>1</sup> 更多資料，請參閱第29頁。

與此類似，Underscore系列箱包外層織物採用80–85%再生尼龍和15–20%再生皮革製成。其中50%以上的皮革（按重量計）為消費後回收皮革，由鞋類、沙發及其他二手傢俱飾品等本應送往掩埋的廢棄物再製而來。這是新秀麗品牌首度於亞洲以此形式使用再生皮革。此外，襯裡、拉鏈帶與拉鏈齒百分百（按重量計）採用消費後回收聚酯纖維。



<sup>1</sup> 採用ISCC Plus質量平衡法



### 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。

### 亮點

#### 近期進展

TUMI 以設計歷久彌新、品質卓越且功能出眾的產品而聞名。從今年開始，其標誌性的 19 Degree 系列在行李箱手柄系統採用再生鋁材，外殼則採用回收工業後再生聚碳酸酯及再生鋁材製造。

除了以回收物料或低碳物料取代原生物料外，輕量化設計也是降低產品碳足跡的有效策略。全新 19 Degree Lite 系列採用輕量且高強度的 Tegriss® (一種自強化聚丙烯) 外殼，搭配低密度鎂合金手把，所有結構均經嚴格測試，在不影響耐用性的前提下有效減重。

最後，TUMI於2025年繼續成為「地球 1%」的會員，將19 Degree 聚碳酸酯系列所獲銷售額的1%贈予兩家專注於保護熱帶雨林與海洋生態系統的合作機構。更多資料，請參閱第59頁。



# AMERICAN TOURISTER

SINCE 1933

## 持續求進

於1933年，我們的創辦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。

## 亮點

### 近期進展

American Tourister以價格親民、耐用且極具設計感的箱包和行李箱而聞名，致力於在產品中使用更多再生物料，逐步降低碳足跡，實現廢物利用。例如，近期推出森林綠色系的Airconic限量行李箱，這是該品牌首款外殼含有至少55% (按重量計) 再生聚丙烯的產品。

與此同時，以銷售量計，Take2Cabin是我們在歐洲最暢銷的背包。其襯裡100%、外層織物100% (按重量計) 均採用消費後再生PET製成。



# 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，又能幫助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，共同應對需要廣泛合作的挑戰，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
客戶	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。我們透過IPSOS的定期調查獲取消費者見解——例如在2024和2025年，受訪消費者均表示，耐用性、可修復性與再生物料的使用是他們最重視的可持續性。我們在2025年升級了面向消費者的品牌可持續發展網站，並正在自有渠道中系統性納入面向客戶的品牌可持續發展宣傳。
員工	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、半年一次的文化與共融調查以及數碼化人力資源平台。我們於今年推出可持續發展講座系列，獲得廣泛好評。
批發商	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。
投資者	我們的行政總裁、財務總監、副總裁兼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。
供應商	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此等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（包括創新和可持續性）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。
報告機構	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。
學術界	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、維修技術及系統調研和創新，並協助應對各項技術挑戰。

# 產品

我們如何打造更可持續發展的產品



- 20 目標及2025年進展
- 21 我們的方法
- 22 產品可持續發展框架
- 23 耐用性與質量
- 25 可持續物料
- 31 可循環性：維修與回收
- 34 產品足跡
- 35 產品：後續行動

# 目標及2025年進展

作為全球最著名、規模最大的行李箱公司以及全球時尚箱包行業的翹楚，我們憑藉高品質、耐用且實用的產品而備受信賴。我們選用的物料、產品的設計方式，以及產品的使用、重複利用或處置方式，均會對環境帶來長遠影響。透過將可持續理念融入設計、產品開發與創新流程，我們得以發揮影響力，促進大規模變革，為更多循環解決方案提供支援；同時持續服務旅客，並以尊重員工與地球的方式推動業務增長。

## 1

### 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。

#### 2025年進展

- 約40%的銷售淨額來自含有部分再生物料的產品。

## 2

### 產品可持續發展

#### 目標

通過應用設計創新及可循環性，不斷提高產品的可持續性，同時儘量減少碳排放及浪費。

#### 2025年進展

- 進一步完善產品可持續發展框架的要求和等級
- 制定全球2030年維修願景
- 探索新的合作模式，處理美國特定配送中心產生的不可銷售產品的處置問題
- 完善關鍵產品部件在增加使用再生物料方面的進展追蹤機制。

# 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，幫助我們減少碳足跡，逐步實現**2030年**及未來願景。同時，我們深知，可持續發展對客戶日益重要，因此致力於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。

最具可持續性的產品是經久耐用的產品，設計耐用、優質且功能實用、易於維修而非更換的產品，始終是我們企業傳承的核心。我們的消費者見解研究<sup>1</sup>顯示，選購行李箱與箱包產品時，耐用性是受訪者在調查當中最重視的可持續性特徵。此外，可修復性與再生物料的使用是消費者重視的其他兩個重要的可持續性特徵。維修一直是今年我們的重點工作之一。更多詳情，請參閱第31頁。

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。

我們通過試行新項目、推廣我們的經驗及利用我們的領導力來推動規模化以及在業內的影響力，持續創新。

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。

今年我們進一步完善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，更推動本機構在該等行動上全球協同一致。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22頁。

2025年，我們定稿可持續物料指南，針對關鍵物料提供更具可持續性的方案，協助我們實現產品可持續發展與氣候目標，並降低對員工與社區的影響。該指南旨在支援產品開發、設計與採購團隊選用及採購可持續物料，適用於新秀丽集團所有地區與品牌。我們已於2026年初開始向內部團隊推行該指南，並與指定的供應商展開試行。

有關產品政策的進一步資料，請參閱管治第73頁。

透過跨區域、跨團隊合作，我們已強化在系統、應用及產品(SAP)系統中的數據收集機制，以取得更詳細的產品物料組成信息，賦能我們追蹤關鍵產品部件在使用再生物料方面的進展。

## 本章涵蓋的重要議題

循環經濟

塑膠使用與處置

產品質量與安全

可追溯性

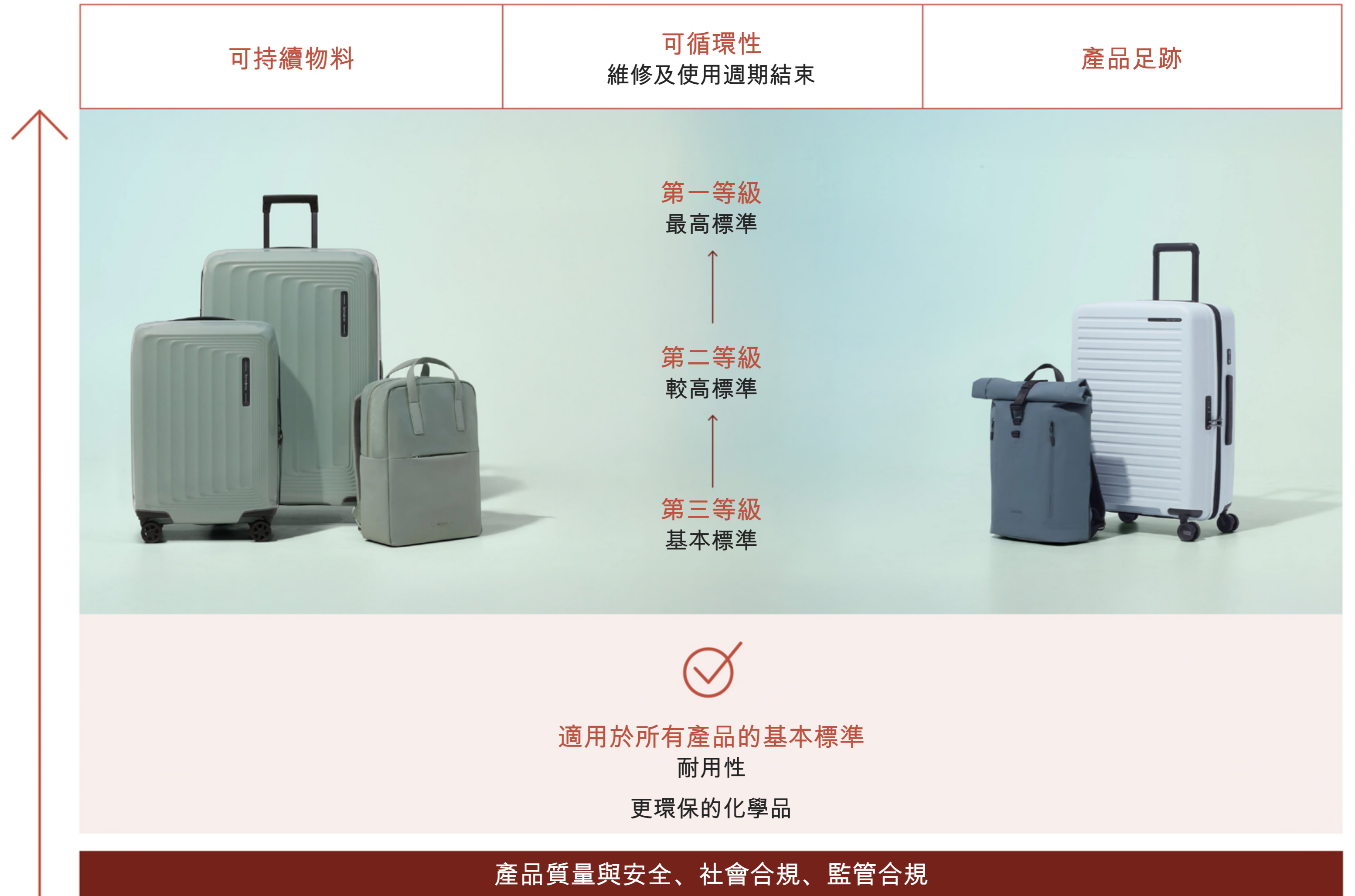
<sup>1</sup> 由新秀丽集團有限公司委託的IPSOS 2025年品牌研究，調查對象為年齡在18歲及以上、每年至少進行一次過夜旅行且在過去3年內購買過或計劃在未來一年內購買箱包或行李箱的男女。調查涵蓋了14個國家（歐洲：法國、英國、德國、西班牙和意大利；北美；拉丁美洲：智利和墨西哥；亞太：中國、印度、日本、韓國、印尼和澳洲），各國家均進行了約1,000次線上訪談（只有印尼和澳洲各為500次），調查時間為2025年11月至12月。

# 我們的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（包括維修及使用週期結束）及產品足跡。2025年全年，我們繼續進一步為該框架制定各項要求和等級，推進各大支柱的工作進展。

我們與內部跨功能團隊緊密合作，為各個等級訂立再生物料含量的最低標準。這項工作基於對現有物料能力與限制的清晰理解，同時也反映我們未來的發展方向。在訂立這些最低標準時，我們參考公認的認證和標準，評估現階段技術可行性，並兼顧創新潛力，同時將產品耐用性與效能列為優先考量。

更多資料，請參閱全章內容——第26頁的可持續物料；第31頁的維修與回收；第34頁的產品足跡。



# 耐用性與質量

## 我們的承諾

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。

## 我們的方法

對於我們的品牌和地區而言，耐用性與品質均為所有產品的根本，也是我們產品可持續發展框架中不可或缺的一環。

我們的消費者見解研究<sup>1</sup>顯示，在行李箱與箱包產品中，耐用性是受訪者最重視的可持續性特徵。我們的產品均經過嚴謹測試，以承受使用當中的嚴苛考驗，證明其長期使用的可靠性。我們的許多製造合作夥伴皆設有現場實驗室，針對各種箱包產品執行一系列高規格測試與驗證，確保產品滿足我們特定的要求。

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：

將行李箱在常溫下及低溫冷凍後，裝上重物並多次摔落，以輪體與箱殼着地方式評估抗衝擊性能。

拉鏈測試：  
反覆開合拉鏈數千次。

滾輪測試：  
於粗糙地面長距離拖行數公里。

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。

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。

<sup>1</sup>由新秀麗集團有限公司委託的IPSOS 2025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14個國家（歐洲：法國、英國、德國、西班牙和意大利；北美；拉丁美洲：智利和墨西哥；亞太：中國、印度、日本、韓國、印尼和澳洲），各國家均進行了約1,000次線上訪談（只有印尼和澳洲各為500次），調查時間為2025年11月至12月。

# 案例研究

## 新秀麗：以牢固耐用的承諾，鑄就品牌傳承。

自1910年創立以來，新秀麗便將耐用性作為品牌承諾的基石。從早期「站箱」測試（人站在行李箱上，證明箱體可承受超過1000磅的重量），到如今先進的測試規範，新秀麗始終信守對牢固度與可靠性的堅定承諾。

數十年來，公司持續引領創新，提升產品耐用度，幫助塑造旅行箱包產業發展：從20世紀40年代的硫化纖維，到ABS、聚碳酸酯等輕量化聚合物，乃至ROXKIN等專屬物料。

透過模擬真實使用情境的嚴謹測試，我們針對每個部件的強韌性、耐用度與環境耐受力進行全面評估。在業界尚未制定耐用性標準的情況下，新秀麗採用的全面機制有助於確保我們的產品經久耐用，同時推動創新，減少廢棄物，並建立消費者的信任。



## TUMI：享譽盛名的頂級品質與卓越功能，歷久彌新。

TUMI在耐用性領域的領先地位始於20世紀80年代。當時品牌創辦人決心打造全球首款採用彈道尼龍製成的旅行用品。彈道尼龍屬於高密度織物，最初為防彈背心研發，專為承受野蠻搬運、磨損與各種外力衝擊而設計。這一突破性物料首度運用於TUMI的首個美國製造系列，不僅延長了產品使用週期，更重塑了市場對旅行用品性能的期待。

自此以來，物料與部件的耐用性始終是TUMI設計理念的核心。從彈道尼龍、先進NY66樹脂，到FXT®面料塗層、注塑成型聚丙烯滾輪，以及強化型X-Brace™把手系統，TUMI不斷突破物料與工藝創新的界限。憑藉嚴格的內部測試與生產審查，每一個細節皆經過精心設計，確保每一趟旅程中的穩定性能表現。



# 可持續物料

## 我們的目標

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。



## 我們的方法

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；而鋁材的碳足跡在我們使用的物料中位於前列，因此增加使用再生鋁材成為策略要務。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源消耗與廢棄物，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合作、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。例如，American Tourister Take2Cabin背包系列大獲成功，其襯裡與外層織物均百分百（按重量計）使用消費後再生PET物料。以銷售量計，Take2Cabin目前是我們最暢銷的背包款式。更多有關負責任資源使用的承諾，請參閱第45頁。更多有關我們在包裝及可持續包裝指南方面的進展，請參閱第45頁。



## 使用更多可持續物料

主要可持續物料	我們的重點	使用方式舉例
再生聚酯纖維(rPET)	我們致力於將更多取自PET水瓶等物品的再生聚酯纖維融入產品中。	外層織物、襯裡、背帶與拉鏈帶。
再生尼龍(rPA)	我們持續增加源自織物等物料的工業後再生尼龍在產品中的使用量。	背包及旅行袋外飾和織物。
再生聚丙烯(rPP)	我們致力於增加由回收的家用包裝廢棄物製成的再生聚丙烯的使用量。	行李箱外殼以及部分結構部件。
再生聚碳酸酯(rPC)	我們致力於增加再生聚碳酸酯的使用量，其來源包括製造過程中產生的邊角料與裁切廢料等工業後來源的物料。我們亦在亞洲開發了來自回收飲水機水桶的消費後料源。	硬箱外殼及部分結構部件。
再生鋁材(rAlu)	除塑膠外，我們亦擴大使用再生鋁材，原料來源包括建築廢料、飛機、汽水罐等。	拉桿；硬箱外殼。
生物循環物料	隨着我們使用更多可持續物料，我們持續探索源自可再生廢棄物的物料，例如以廢棄食用油提煉而成的聚合物製成生物塑膠。	限量使用，例如應用於我們的限量版Proxis Circular的外殼中。

## 堅守品質標準，採用更多可持續物料：

在考慮如何才能在產品中採用更多可持續物料時，我們努力確保產品品質不受影響。我們已在下文列出採用該等物料的優勢和局限：

- 再生塑膠：與傳統塑膠相似，再生塑膠普遍具有輕量和耐用的特點，且性能表現與傳統塑膠相近。然而，由於原料來自消費後塑膠，因此質量穩定性較難掌控，且目前並非在所有地區皆具商業可行性。
- 再生鋁材：碳足跡遠低於原生鋁材，生產所需能源也大幅減少，但若使用比例較高，可能會導致外觀微瑕。
- 生物循環物料：性能表現不輸傳統塑膠，但商業化可行性仍面臨挑戰。對於技術上無法進行機械回收的物料（例如複合物料），生物循環物料是一個重要的物料來源。

## 進展

### 再生物料

使用再生物料是推動我們業務去碳化的關鍵手段。

2025年，約40%的銷售淨額來自含有部分再生物料的產品。隨着我們為各個等級定義再生物料的最低使用門檻，產品可持續發展框架得到進一步完善。

我們繼續專注於在所有品牌與地區的產品中採用再生物料。然而核心挑戰依然存在：維持耐用性。自採用再生物料以來，我們始終恪守嚴格的品質標準，無論使用何種物料，產品持續達到並超越品質控制的預期。產品開發團隊持續透過測試與創新提升再生塑料製品的耐用性，運用最新塑料回收技術，使性能媲美原生物料。

### 可持續物料指南

今年，我們與產品開發、設計及採購團隊合作，完成制定可持續物料指南。該指南為關鍵物料訂立可持續發展準則，涵蓋各類塑料、礦產金屬及皮革。其確立了全球統一的規範，應對各種物料特定的可持續發展風險，並指定優先採用的第三方可持續發展認證，以確認其環境效益。該指南將協助各團隊選用與採購能將環境影響減至最低並避免對人體有害的物料。我們已於2026年開始向內部團隊推行該指南，並與指定的供應商展開試點計劃。

以下案例研究展示我們於2025年在將更具可持續性的物料融入產品系列並推向市場方面的進展。



# 案例研究

## 新秀麗Paralux

新秀麗Paralux系列體現了我們產品可持續發展框架的核心重點與基本原則，並將過往創新試點及限量版產品的洞察與能力，擴展為全球供應的產品。

歷經三年跨部門全球合作，該系列於2025年秋季全球上市，經嚴格測試與精工打造，既符合高耐用性標準，又降低環境影響。採用更具可持續性的物料，包含至少50%消費後再生聚丙烯外殼、100%再生鋁製拉桿管，所有布料、拉鏈帶及襯裡均採用100%再生PET（按重量計）。Paralux同時配備可維修的滾輪及拉桿，延長產品使用壽命。憑藉性能與可持續性的完美平衡，Paralux榮獲兩項紅點設計大獎（分別為可持續設計及整體設計獎），肯定其卓越品質、耐用性與創新價值。



## 擴大再生鋁材的應用

由於鋁材是我們所使用的物料中碳強度最高的物料，大規模以再生鋁材(rAlu)取代原生鋁材是降低產品碳足跡的關鍵策略，亦是達成我們範圍3以科學為本的氣候目標不可或缺的一環。

我們的團隊一直致力於尋求具商業效益的再生鋁材供應來源，例如來自飛機與汽車。2024年，我們開始在TUMI標誌性19 Degree 鋁合金系列及新秀麗Essens限量版的箱包拉桿系統中採用百分百再生鋁材。歷經數月耐用性測試後，我們將再生鋁應用範圍擴展至TUMI 19 Degree 鋁合金系列，現已實現外殼按重量計至少30%採用再生鋁材。2025年，Essens標準款的拉桿系統已採用按重量計百分百的再生鋁材製成。



# 案例研究

## 新秀麗Proxis與Essens Circular限量版

Proxis與Essens Circular限量版於歐洲研發、設計及製造，突破新秀麗在可持續行李箱領域的界限。

Proxis Circular 是我們首款採用生物循環材料的行李箱，這些材料衍生自生物來源的廢料及殘餘物——例如餐廳廚房的廢棄食用油，其原始原料為葡萄籽油等植物油。整體而言，Proxis Circular行李箱按重量計共含65%生物循環與再生物料，外殼更採用至少75%再生食用油（採用ISCC PLUS質量平衡法計算）。<sup>1</sup>

行李箱外殼透過將廢棄食用油轉化為聚合物，再製成耐用的物料薄層，實現資源再利用。此工藝符合國際可持續發展與碳認證（ISCC）質量平衡法。除採用ISCC PLUS認證材質製成的外殼外，我們更致力於在箱體各部件中最大化使用再生物料，包括橘色拉桿採用百分百再生鋁材，而襯裡則採用百分百再生PET（按重量計）。

新秀麗Essens Circular限量版完美體現循環設計理念：外殼採用按重量計至少80%的再生物料，當中約35%為來自舊行李箱的再生聚丙烯，經粉碎後與其他消費後再生物料混合製成。<sup>2</sup>

行李箱內部的織帶及襯裡均採用百分百消費後再生PET製作，拉桿則採用百分百消費後再生鋁材。Essens Circular採用可簡單更換的組件設計以延長產品壽命，例如滾輪可在家中簡單拆卸更換。

Essens Circular限量版榮獲Henry Van de Velde Awards大獎（環境組別）。這項比利時最負盛名的設計獎項旨在表彰能創造積極社會、經濟及環境影響的創新設計。欲了解更多詳情，請點擊[此處](#)。



<sup>1</sup> 生物循環與再生物料的重量百分比適用於Proxis™ Circular Spinner 75型號。其他尺寸（Spinner 55與81）的百分比將略有差異。

<sup>2</sup> 再生物料的重量百分比適用於Essens™ Circular Spinner 75型號。較小尺寸（Spinner 55）的百分比將略有差異。

## 供應商創新會議

今年九月，新秀麗集團亞洲區於新加坡舉辦為期三天的供應商創新會議，現場氣氛熱烈激昂。本次活動特邀逾20家一至三級供應商，分享其最具前瞻性的創意構想。

由品牌經理、產品設計師、供應鏈與可持續發展專家及地區總裁組成的跨職能評審團，就產品結構、功能性與可持續性三大主題進行評審。

每家供應商有20分鐘時間發表最多六項構想，三天共分享了逾120項構想。構想內容涵蓋從簡單的增效方案（例如採用模製拉鏈軌道，從而免除手動生產工序並減少廢料）到更具野心的物料創新，以降低產品碳足跡。

項目分為「即時執行」（預計明年推出）及「中期行動」（需進一步開發）兩類。



# 可循環性：維修與回收

## 我們的承諾

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、可維修且耐用的設計，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。

## 我們的方法

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，同時堅守顧客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，協助顧客循環利用箱包，在滿足旅行需求的同時降低對環境的影響。我們仍需面對諸多挑戰，並深知產品循環規模化的成功需依賴更廣泛的系統性變革。我們正與供應商及產業夥伴建立合作網絡，以推動實質進展。

## 進展

- 我們已制定2030年全球維修願景——凝聚團隊共識，提升其作為維修推動者的能力。
- 今年，歐洲四家店鋪首度舉辦新秀麗Repair & Go週，邀請顧客攜帶損壞的行李箱進行現場檢查。凡團隊能力所及，均會即時進行維修。活動期間共維修了750件行李，我們並於同年稍後再次舉辦該活動。
- 我們透過歐洲及東南亞的分店，再度舉辦區域性顧客回收活動。
- 我們建立了新的回收合作夥伴關係，旨在從美國指定的配送中心回收使用週期結束的產品進行循環再造。
- 11月，Essens Circular限量版憑藉結合循環性、可修復性及使用消費後物料的優勢，榮獲2026年Henry Van de Velde大獎（環境組別）。更多資料，請參閱第29頁。

## 維修

維修始終是我們落實可循環性的核心策略。我們的願景是推動維修概念轉型，使其被視為優化與延長產品壽命的常態化必要流程。

我們不斷透過以下方式提升產品可修復性：採用便於維修的設計、增加更多可在家中維修的部件、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）。

作為產品保修服務的一環，我們透過公司直營維修中心、第三方合作維修點及遍及約80個國家的門店維修點提供維修服務。

為進一步延長產品使用壽命，我們提供常見備件（如滾輪、鎖扣與把手）供顧客自行維修：SupportandGo平台讓偏好在家中維修的消費者能訂購零件並觀看線上教學影片。該平台亦協助顧客定位鄰近服務中心或店內維修團隊，這些團隊能迅速執行維修作業——因為如今，許多常見的維修項目由店內團隊進行會更容易。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維修的比例不斷提高。因此，越來越多的產品得以維修。

# 案例研究

## 優化部件設計，簡化維修流程

我們為新秀麗Paralux系列引入了可維修的零件，讓顧客能根據分步教學影片，在家中輕鬆更換行李箱滾輪或拉桿。透過推動簡易的居家維修，並在網上或店內提供替換零件，這項創新不僅提升了便利性，同時減少了因將產品寄送至維修中心而產生的碳足跡。



## 支持居家維修

作為創新項目及突破維修界限的成果，我們推出了Essens Zipped系列，這是我們首個配備可完全居家維修拉鏈的系列。憑藉正在申請專利的創新概念，我們研發出一種將拉鏈固定在箱殼上的方法，使維修變得更簡單。

居家維修的需求持續增長。在歐洲，2025年發送到顧客手中進行居家維修的零件量，首度超越了發送到維修中心的數量。這是一項令人振奮的進展，體現了我們持續賦予顧客維修而非更換產品的能力。



## 更便捷的TUMI維修服務

TUMI的第一級維修計劃涵蓋手把、滾輪、拉鏈等11項核心維修項目，該計劃已全面優化升級，為門店服務建立了統一的全球標準。我們重新製作、翻譯並在TUMI University發佈了最新的維修教學影片，確保所有地區均可查閱且步調一致。

完成培訓後，店鋪員工將獲得TUMI認證，從而提升準確性、問責性及一致性。儘管門店仍可按需要訂購零件，但所有店鋪現在均具備在店內完成所有第一級維修的知識與能力。



## 使用週期結束及回收

由於塑料的使用與處置是新秀麗集團的重要議題，因此產品使用週期結束後的處理是我們構思產品生命週期時的關鍵考慮因素。我們持續評估並探索如何協助更多顧客在產品使用週期結束時，進行回收或改裝。

雖然我們產品中使用的大部分物料均可回收，但必須先將產品拆解，零件方可進行循環再造。這意味着這些產品無法直接透過市政回收計劃處理，而必須由工業回收設施處理。為耐用的旅遊產品建立有效的逆向物流是一項複雜的工程，且在我們經營的不同地區之間存在顯著差異。因此，我們的計劃仍處於起步階段，僅在歐洲及東南亞的部分國家開展試點項目與合作，包括提供店內回收試點，以獎賞鼓勵顧客將舊行李箱交給我們回收，我們亦從中不斷學習經驗。

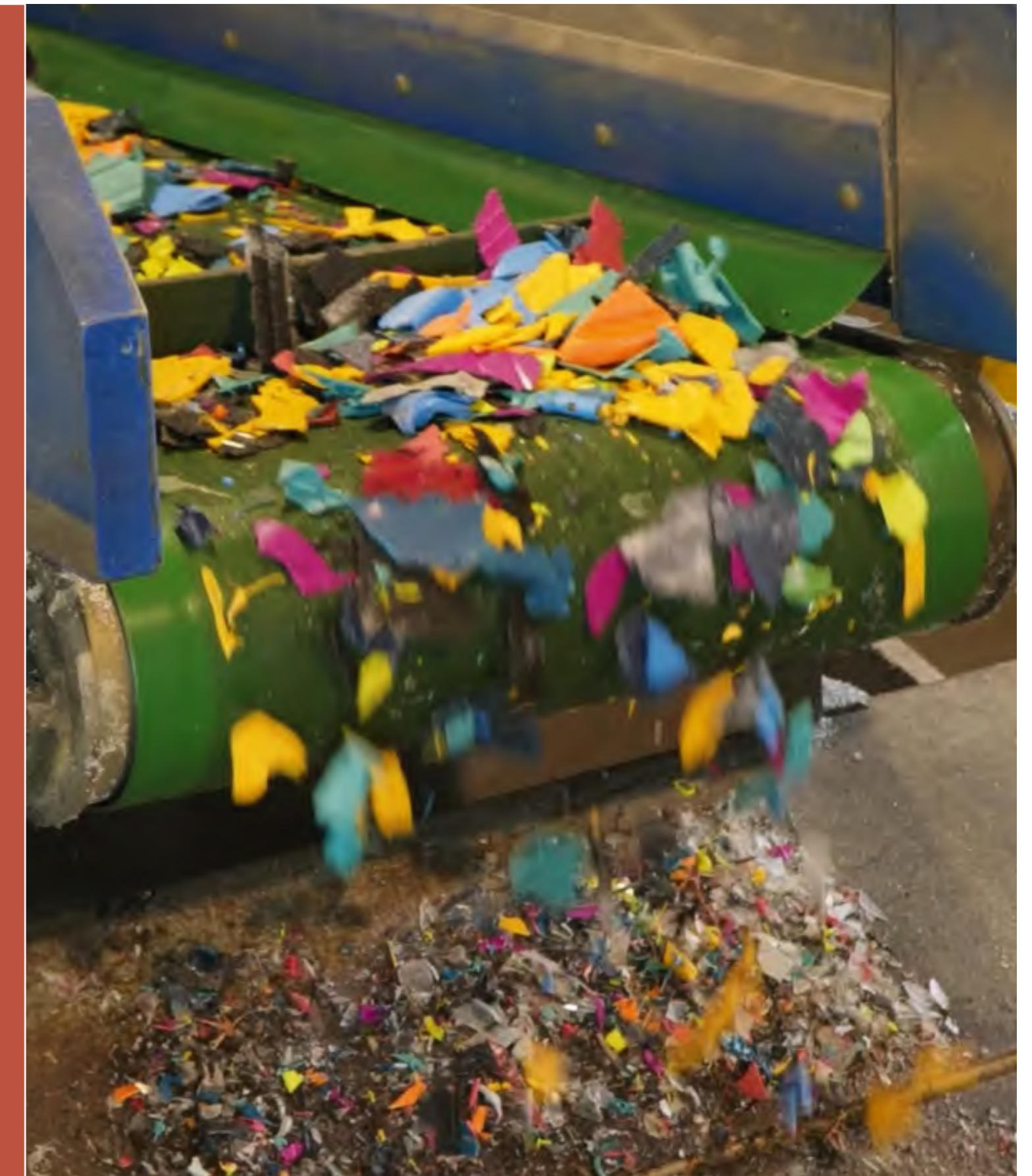
在過去一年，我們在北美洲致力促進無法修復及無法銷售的行李箱與提袋（包括作為維修備用零件來源的產品）的回收工作。

## 案例研究

### 收集與回收無法修復的產品

在佛羅里達州傑克遜維爾市與喬治亞州維達利亞市的配送中心，我們每月還會收集損壞且無法修復的產品、退回後無法使用但仍可用作維修備用零件來源的產品以及無法銷售的存貨。這些產品包括行李箱、背包、公事包、手提袋、旅行袋及斜揹袋。經檢驗後，我們與合作夥伴攜手捐贈可繼續使用的產品，賦予其二次生命。

**2025**年，我們擴大了合作範圍，為收集與回收無法修復或再利用的產品尋求解決方案，將其轉變為戶外座椅及鋪裝產品，確保此類產品不會被運往堆填區。截至本報告發佈之日，我們已收集**4,729**件產品，其中**2,405**件獲捐贈、**2,424**件被回收再利用，避免**27,914**磅物料進入堆填區。未來一年，我們將評估各項廢棄物管理計劃的成效，並將相關經驗推廣至更多配送網路，以提高環保意識，並為無法維修的產品發掘更多回收再造的機會。



# 產品足跡

## 我們的方法

減少產品足跡是進一步減少我們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考慮到相關見解，並在持續推行改進措施時監測進展。

## 進展

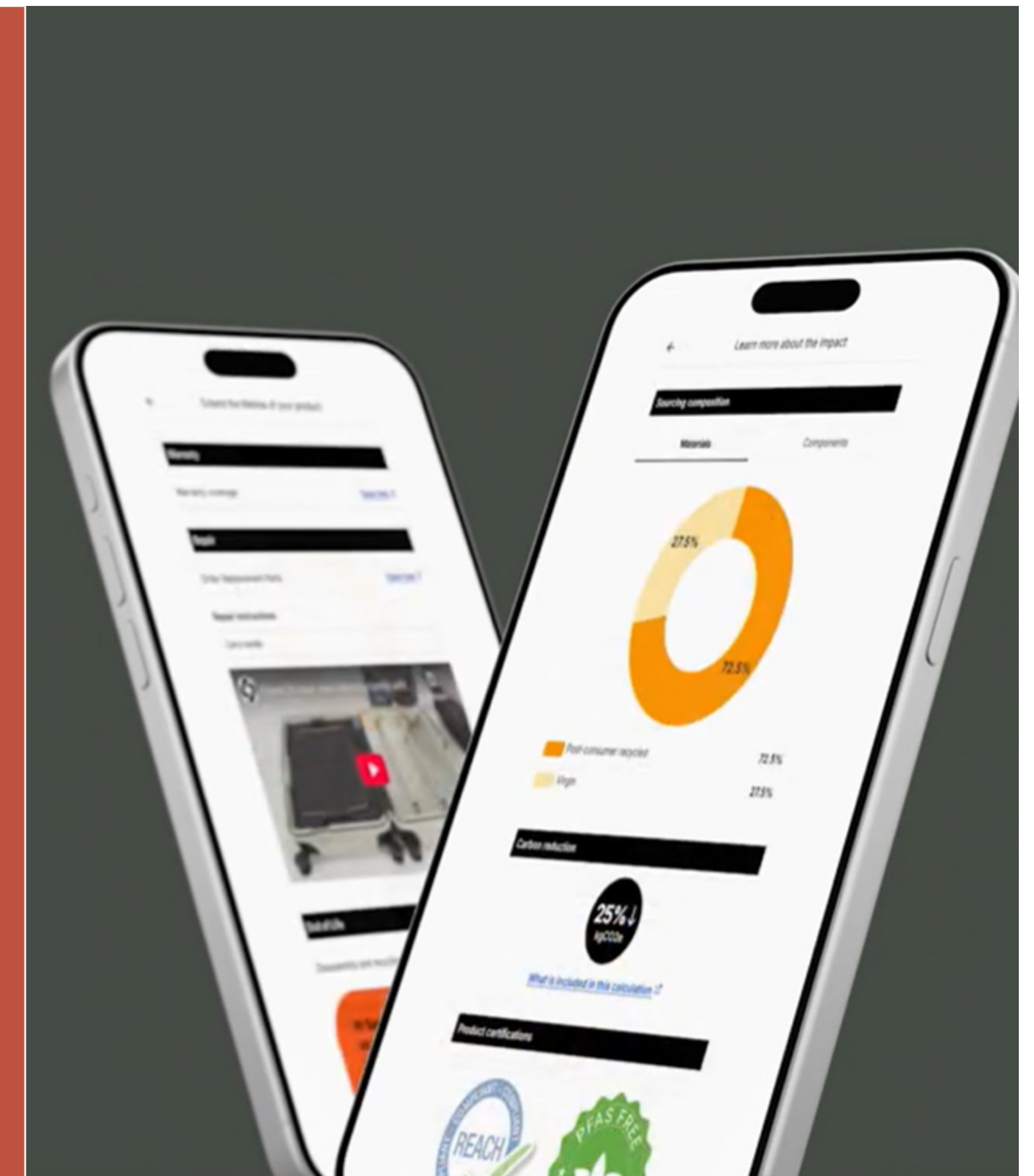
根據產品生命週期評估的排放數據計算顯示，透過增加拉桿管的再生鋁含量，可減少約 5-20% 的產品內含碳。我們於2024年首度將此技術應用於新秀麗Essens限量版。隨後在2025年間，我們進一步將再生鋁的應用擴展至新秀麗Essens標準款及TUMI 19 Degree鋁合金系列等產品的拉桿及其他部件。

我們測試並追蹤部分產品系列的影響，透過衡量碳足跡及能源消耗等關鍵指標，引導更具可持續性的設計與物料選擇。

## 案例研究

### 推出數碼產品護照

針對限量版新秀麗Essens Circular與Proxis Circular行李箱系列推出的數碼產品護照，代表了品牌在2025年的一項突破性創新。數碼產品護照詳列物料來源、再生物料、維修建議及使用週期結束處置方案，展現透明化管理理念。可透過每件產品內嵌的二維碼，訪問專屬護照，獲取經認證的產品數據，以及保養、維修與回收指引。此舉不僅賦予消費者延長產品壽命的實用工具，更具體展示如何將廢棄物流（如舊行李箱或廢食用油）透過回收轉化為嶄新實用的產品。



### 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源消耗更低，從而有助於減少溫室氣體(GHG)排放。

今年於亞太地區推出的Lite-Geo™系列，是新秀麗旗下輕量商務背包系列——中型背包僅重500克，小型背包更輕至450克。此創新系列於2025年榮獲紅點設計大獎，採用耐用的CORDURA® Lite面料打造，具備卓越的韌性，且能有效防撕裂及抗磨損。其運用獨特的摺紙工藝技術塑造結構與風格，同時將重量降至最低。



## 產品： 後續行動

- 可持續物料指南：繼續向內部團隊推行該指南，並與更多供應商進行試點合作。
- 再生物料：我們計劃進一步提高產品關鍵組件中經認證再生物料的比例。
- 維修：各地區將持續推進維修解決方案，我們正與地區團隊協調制定路線圖，以應對全球維修挑戰——重點在於優化顧客體驗。
- 使用週期結束及回收：借鑒先前在歐洲、亞洲及北美洲試點計劃所獲得的洞察見解，我們計劃於2026年在美國指定零售店鋪啟動回收試點計劃。

# 地球

我們如何儘量降低對環境的影響



37 目標及2025年進展

38 我們的方法

40 氣候行動

45 負責任資源使用

47 大自然

48 地球：後續行動

# 目標及2025年進展

致力應對氣候變化，對確保本公司業務的長期韌性及全球旅遊業的未來發展至關重要。我們正透過採用百分百可再生電力<sup>1</sup>、提升營運效率、優化資源利用，並與供應商合作降低採購商品及服務的影響，以減低整個價值鏈對氣候的影響。

## 1

### 可再生能源

#### 目標

維持全年使用百分百可再生電力。

#### 2025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>

## 2

### 減少溫室氣體(GHG)

#### 目標

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。

#### 2025年進展

- 我們的範圍**1**及**2**排放量於2023年至2025年減少39%。<sup>2</sup>
- 2025年，我們的排放量較先前2017年基準年的排放量減少91%；超越我們先前的目標，即在2025年之前實現範圍**1**及**2**碳排放量減少15%。

## 3

### 價值鏈排放

#### 目標

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> 符合近期以科學為本的氣候目標要求。

#### 2025年進展

- 若以單位毛利強度計算，購買商品與服務的範圍**3**排放量於2024年較2022年基準年減少9%。<sup>4,5</sup>
- 總體而言，以已售產品強度計，2022年至2024年範圍**3**排放量減少19%。

<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> 減排百分比基於範圍二市場基準排放量計算得出。

<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。

<sup>4</sup> 按每單位毛利計算的強度基準，指於各財政年度內與本公司採購的商品及服務相關的二氧化碳當量排放量（以公噸計），除以本公司於該財政年度的毛利。

<sup>5</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

**2025年**，我們繼續致力推動能源管理、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地球議題上的工作。我們在實現更具雄心的氣候目標方面取得進展：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。

通過繼續投資於可再生電力與能源效益措施，我們已將範圍1及2市場基準排放量減低至2025年的2,623公噸CO<sub>2</sub>e(二氧化碳當量)，較2023年基準年減少39%。我們範圍3的GHG絕對排放總量於2024年為694,934公噸CO<sub>2</sub>e，而2022年(範圍3基準年)為570,651公噸CO<sub>2</sub>e。<sup>1</sup>

根據單位毛利的GHG強度基準，範圍3排放量於2022年至2024年間減少了9%。

我們持續監控物料及水資源等自然資源的使用情況。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。

2025年，我們根據可持續包裝原則，制定了可持續包裝指南，並繼續對包裝使用量進行基準評估。2026年，我們將繼續在各團隊中推廣並落實全球包裝指南。我們一直實施回收計劃以應對產品使用週期結束，並通過在指定配送中心開展回收試點項目來促進循環，這將有助於我們獲取洞察，以進一步拓展我們的方法。更多資料，請參閱第33頁。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。

## 本章涵蓋的重要議題

適應氣候變化

能源管理

溫室氣體排放/減緩氣候變化



<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。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。

# 我們的科學氣候目標

於2025年3月，我們的科學基礎氣候目標正式通過驗證。然而，我們為達成目標而開展的工作早在正式通過驗證前已在進行。早於2018年，我們已推出首個採用再生塑料的系列；而在制定溫室氣體減排路線圖的過程中，我們亦將擴大再生物料的應用確立為核心策略之一。我們與各個地區及主要品牌共同制定的路線圖明確列出有助達成2030年新目標的具體行動。憑藉此基礎路線圖以及本機構整體的持續合作，我們在實現以科學為本的氣候目標方面已取得進展。

我們以科學為本的氣候目標包括：

- 繼續在我們所有自身營運中使用百分百可再生電力<sup>1</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>2</sup>

**2025年進展包括：**

- 在我們所有自身營運中維持使用百分百可再生電力<sup>1</sup>。
- 以2023年為基準年，將範圍1及2的絕對排放量減少39%。
- 以2022年為基準年，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9%。

該等遞增減幅對我們達成未來數年的目標至關重要，並充分體現了我們為應對直接營運（包括與零售及製造場所相關的排放）及價值鏈排放而採取的關鍵措施。



<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。

# 氣候行動

## 我們的目標

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<sup>1</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%**。

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。

## 我們的方法

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。為此，我們於2025年開始制定可持續建築指南，旨在為全球設施的內部合作夥伴提供統一導向。該指南與我們的範圍1及2減排目標相符，並以最佳實踐為基礎，其中部分實踐已於組合中推行。該指南強調能源效益項目的重要性，並鼓勵定期評估現場可再生能源方案，以及在考慮其他可持續發展因素之餘，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、加工及產品製造(約87%)。為減少產品的GHG足跡，我們將重點在產品中採用再生物料，包括再生塑料及鋁材。用再生可替代物料代替原生物料，可大幅減少我們產品的含碳量，從而減少我們的範圍3排放量及總碳足跡。更多資料，請參閱第25頁至第27頁的產品章節。

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。2025年，我們就關鍵的可持續發展措施對前55家供應商進行調查，回覆率達100%。在受訪供應商中，75%表示已制定可持續發展目標(涵蓋能源效率、可再生電力及廢棄物管理)，93%表示擁有GRS及ISO9001等認證。調查結果亦凸顯環保方面的努力：共有38家供應商表示正使用可再生電力，且許多供應商報告中提到其注重減少廢物及節約用水。與2024年相比，此項進展顯著。此外，共有41家供應商告知我們其已建立環境管理體系。

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。

我們與專家合作，每年測量我們的排放量，按《溫室氣體議定書》中的規定開展工作。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。

## 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，我們的優先任務之一是在自有及自營設施中使用百分百可再生電力。<sup>1</sup>過去三年，我們的自有及自營設施中均使用百分百可再生電力。

2025年，我們的排放量較2017年基準年的排放量減少91%；超越我們先前設定在2025年之前實現碳排放量減少15%的目標。儘管新增公司自營的設施，但我們仍然實現這一成果。

我們亦繼續降低自身營運的碳強度，與2023年基準年相比減少了47%。<sup>2</sup>我們的範圍1及2基於地點排放量因範圍1排放下降而由2023年的23,842公噸減少至2025年的23,215公噸。我們承諾維持範圍2基於市場排放量為零，並以2023年為基準年，到2030年將範圍1及範圍2基於地點排放量減少42%。

為進一步推進進展，我們將持續購買可再生能源，並開展能源效率及去碳化項目。

我們亦致力推動安裝及使用現場太陽能電池陣列，並在近期於印度納西克市的生產基地及喬治亞州維達利亞市配送中心擴充了太陽能裝置。更多資料，請參閱第42頁。

於2025年，我們位於匈牙利塞克薩德市的生產工廠已完成安裝現場太陽能設施。該廠房目前設有超過1,700塊屋頂太陽能光伏板，預計每年可產生530,000千瓦時電力。

塞克薩德團隊進行太陽能安裝，既為支持實現我們以科學為本的氣候目標，亦為更廣泛的地區溫室氣體減排目標作出貢獻。



實施提升設施能源效益的項目仍是我們的首要任務。在我們的設施中，我們識別出多項有助於減少範圍1及2溫室氣體排放的項目，如LED照明改造、供暖、通風及空氣調節(HVAC)升級以及工業流程改進。

例如，在我們位於比利時奧德納爾德市的生產基地，近期的升級工程（包括更換燃氣鍋爐、安裝全新照明控制系統，以及調整冷卻模具和循環泵）使2025年的能源消耗量較2024年有所下降。

範圍1及2排放	2025年	2024年	2023年
範圍1 (公噸CO <sub>2</sub> e)	2,623	2,659	4,275
範圍2基於地點 (公噸CO <sub>2</sub> e)	20,592	18,421	19,567
範圍2基於市場 (公噸CO <sub>2</sub> e)	0	0	0

<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> 這一大幅度減少乃基於2023年及2025年以市場為基礎的排放。

## 案例研究

### 於喬治亞州維達利亞市的氣候行動

作為喬治亞州維達利亞市TUMI配送中心擴建項目的一部分，我們安裝了容量達960千瓦交流電及1,267千瓦直流電的太陽能光伏陣列。

該太陽能陣列於2025年正式投入運作，足夠應付設施的大部分電力需求。與太陽能陣列連接的整合式電池儲能系統，主要在晚間及用電高峰期提供電力支援。

我們的維達利亞團隊亦致力將太陽能裝置與關鍵節能方案結合，以發揮可再生能源設施的最大效能，並進一步降低整體能源消耗。其他作為擴建計劃一部分的已完成項目包括：於設施內60%的區域安裝LED照明系統，並配備動態感應器，以在空間閒置時減少耗電。

我們的團隊持續評估在設施推行額外能源及溫室氣體（GHG）減排方案的可行性，以助我們實現以科學為本的目標：以2023年為基準年，於2030年前將範圍1及範圍2的溫室氣體排放量減少42%。

### 範圍3排放

2024年，我們承諾一項以科學為本的氣候目標，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%。<sup>1</sup>

我們已在減少範圍3排放方面取得進展。2022年至2024年，按毛利計算，範圍3排放量減少9%。<sup>2</sup>按絕對值計算，2024年我們範圍3的GHG絕對排放總量為694,934公噸CO<sub>2</sub>e，而2022年為570,651公噸CO<sub>2</sub>e。<sup>3</sup>



購買商品與服務仍佔我們範圍3排放的大部分，其同比波動主要歸因於區域市場需求的演變，以及我們致力將再生物料整合至產品中。

2025年，我們持續收集供應商的數據，以分析及評估產品中所使用的原生及再生物料，以及運輸過程對溫室氣體的影響。透過收集此等數據，我們能更精確地核算為減少範圍3排放而實施的各項策略成效。

範圍3的GHG	2024年 <sup>4</sup>	2023年	2022年
範圍3按百萬美元毛利計算的強度（公噸CO <sub>2</sub> e/毛利） <sup>5</sup>	323	266	355
範圍3絕對排放量（公噸CO <sub>2</sub> e）	694,934	580,272	570,651

<sup>1</sup> 範圍3以科學為本目標是以2022基準年為衡量標準。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。

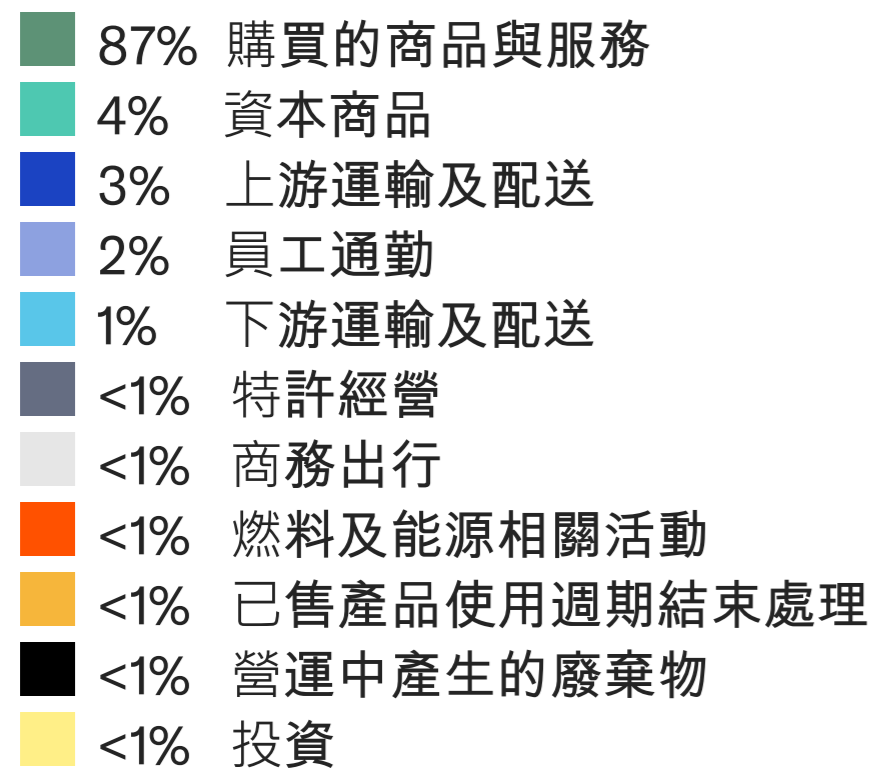
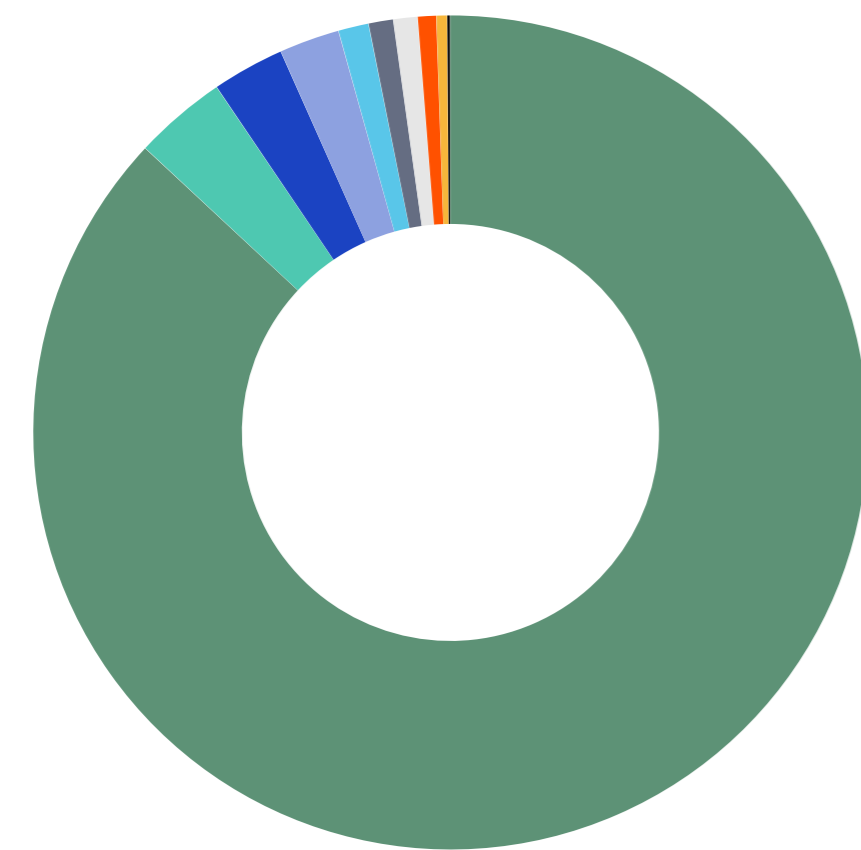
<sup>2</sup> 所呈報的總量包含商品與服務類別的間接支出排放。

<sup>3</sup> 該等結果反映2023年在將再生物料納入產品方面取得部分進展。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。

<sup>4</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。

<sup>5</sup> 我們於2024年ESG報告中披露的範圍3強度是以每千美元收入的數值列報。

範圍3按類別劃分的排放 (2024年)<sup>1</sup>



### 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。2025年，我們又進行了一次深入的情景分析，以協助內部決策。

#### 目的與價值

一般而言，實體風險及過渡風險可從多方面對公司造成衝擊。例如：營運及供應鏈延誤、應變及復原所需的額外財務開支、員工的健康與安全風險，以及聲譽、法律及合規後果。探討氣候影響在不同情景下對業務的潛在衝擊，對我們而言是有用工具。我們利用相關資訊指導我們在公司應變準備及業務連續性方面的方法，並確保符合關鍵法規及框架。

2022年，我們進行了首次氣候情景分析。分析結果具有參考價值，我們從中汲取了寶貴經驗。2025年，我們採用更新的情景及模型，針對實體風險及過渡風險，就潛在的氣候相關風險與機遇進行了更嚴謹且深入的情景分析。

實體風險分析涵蓋了高排放的「一切照舊」情景 (SSP5-8.5)，即2100年前全球升溫超過4°C的情況；以及中度升溫情景 (SSP2-4.5)，即2100年前全球升溫約3°C。過渡風險及機遇分析則包含與《巴黎協定》1.5°C目標相符的情景，以及綠色金融網絡的「碎片化世界」及「延遲過渡」情景，藉此涵蓋代表有序與無序過渡等多種潛在未來。

#### 情景分析

在這些情景分析中，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。分析中使用的時間跨度旨在滿足不斷演變的監管要求，短期定為當前財務報告期，中期以2030年為中心，長期以2050年為中心。

<sup>1</sup> 燃料及能源相關活動未計入範圍1或範圍2。

### 實體風險與機遇

實體風險情景分析涵蓋了100項資產，當中包括新秀麗集團的主要資產以及關鍵供應鏈資產所在地。評估的資產類型包括我們品牌旗下遍佈全球的生產基地、配送中心、倉庫、辦公室及零售店。總體而言，分析結果顯示在2030年的高升溫情景(SSP5-8.5)下，與評估的其他類型氣候災害相比，熱浪及熱壓力、內澇(由暴雨引起的積水淹浸)以及熱帶氣旋對我們的營運及供應鏈構成最大風險。雖然部分場所曾遭遇上述災害，但其對本公司的衝擊仍然輕微。例如，為應對熱浪，我們已實施現有策略以緩解衝擊，包括將組裝班次提早，以利用較清涼的氣溫，並在工作區域引入絕熱冷卻系統。

我們正探討將實體風險評估結果整合至更廣泛的業務營運及規劃流程中。例如，除了各場所已採取的措施外，我們正考慮各種韌性措施，以助降低面對相關風險的脆弱性。我們正與全球各地的保險及設施團隊合作，以瞭解設施層面的應變準備，並探索提升韌性的機遇。



2025年，我們繼續採取措施，透過改善關鍵設施的實體基礎設施，並持續投資於能源效率及可再生能源以對沖能源成本上漲，從而降低我們面對的氣候風險。例如，在我們位於喬治亞州維達利亞市的TUMI配送中心，一組1.1兆瓦的太陽能光伏陣列已於2025年中旬投入運作，並配備電池備用系統，以在停電時提供應急電源。更多資料，請參閱第42頁。

### 過渡風險與機遇

過渡風險情景分析評估了一系列風險，包括溫室氣體排放定價上升、對現有產品及服務的強制要求與監管、加強排放或氣候報告行為，以及向低排放技術轉型。

整體而言，過渡風險分析顯示我們面臨的過渡風險處於極低至中度水平。業務面臨的最顯著過渡風險是全球向低碳經濟轉型所帶來的營運成本上升。強化碳定價機制可能加速逐步淘汰化石燃料，並擴大可再生能源容量。在淨零排放情景下，這些影響在短期至中期最為顯著。為應對此風險，我們持續致力於減少溫室氣體排放，措施包括購買可再生能源、專注於資產組合的能源效益項目(更多資料，請參閱第41頁)，以及與供應商合作減少其排放(即我們的範圍3排放)。

相反，過渡機遇被評定為極低至極高，且在所有情景下均隨時間推移而增加。最大的機遇在於與範圍3排放相關的「產品與服務」類別，並建基於我們開發強調耐用性的低影響產品型號的專業知識。更多資料，請參閱第23頁。我們專注於提供更具可持續性及低碳產品(參見第28頁及第29頁的案例研究)，包括包括使用再生或其他更可持續物料製成的兼具經久耐用、可維修及可回收的產品，從而降低風險並把握過渡機遇。第二大機遇在於整合低排放能源，這將幫助我們減少未來面對碳稅及能源價格波動的風險。上述兩項策略均已展開，並成為我們圍繞轉型風險進行適應規劃的核心。

# 負責任資源使用

## 我們的方法

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。

## 進展

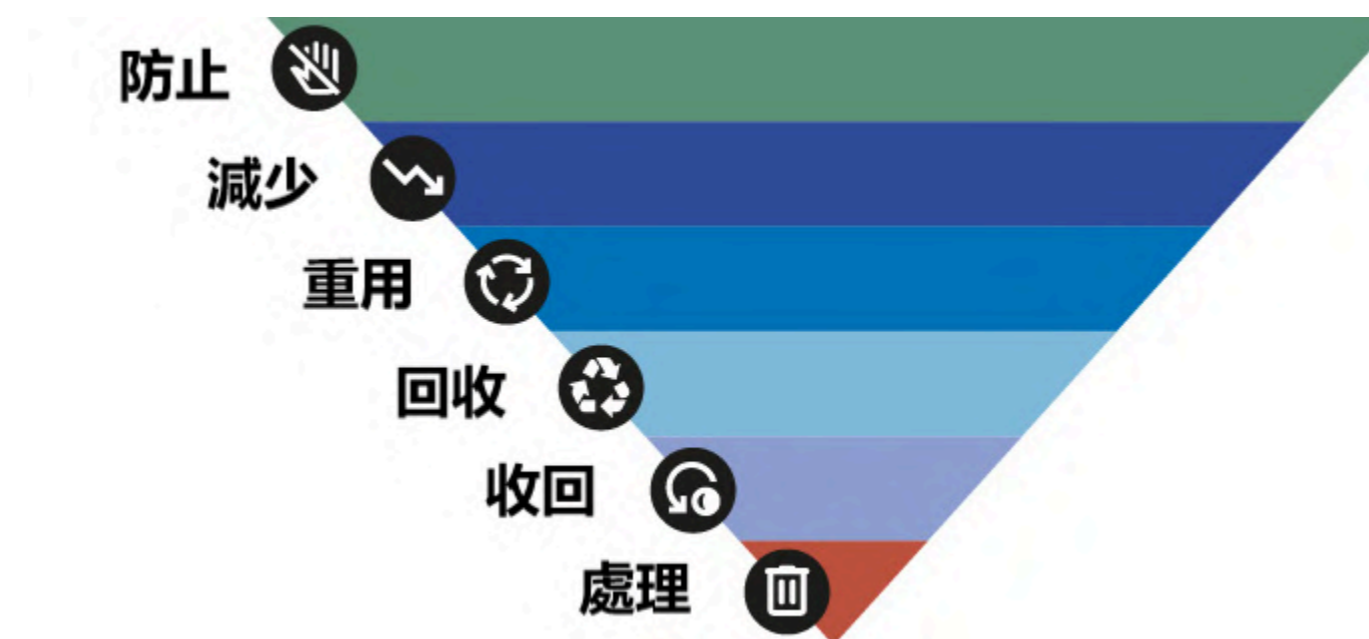
### 物料使用

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。我們將繼續聚焦在我們的產品中採用再生物料，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。我們在產品中使用再生物料的工作與我們的可持續物料指南一致，該指南確定了全球對關鍵物料（包括塑料、皮革和礦產物料）的要求，旨在盡量減少對環境的影響。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

我們的可持續包裝原則於2024年明確制定，並與全球認可的廢棄物處理層級（如下圖所示）保持一致，旨在減少包裝廢棄物並降低包裝對環境的影響。我們的第一項原則是通過消除不必要的包裝（如可能）和減少包裝重量來最大限度地減少物料使用。我們的第二項原則專注於優先使用可重複使用的包裝，並使用能在生命週期結束後可回收的包裝。我們的第三項原則是優先使用更可持續的物料，通過減少原生物料消耗並盡可能使用再生和可持續來源物料來實現這一目標。這些原則有助於在全球保持一致，並在現有工作基礎上更進一步。例如，我們位於匈牙利的生產基地已在成品包裝中採用至少90%的再生物料。

### 廢棄物層級



2025年，我們推出全面的可持續包裝指南，以支持我們團隊在設計及選擇包裝以及在與包裝供應商合作時作出可持續選擇，使相關決策與我們的可持續包裝原則及整體可持續發展策略保持一致。該指南以我們2024年制定的包裝原則為基礎，是實施我們可持續包裝策略的依據。作為該指南的一部分，我們將五種最常見的包裝物料與一系列潛在解決方案進行對應，以應對其相關的可持續發展挑戰。為支持落實執行，我們與主要持份者溝通，以提升其對該指南的熟悉程度，並確定近期落實執行的潛在機會。除推出可持續包裝指南外，我們亦持續提升及規範我們的全球包裝數據。經改進的全球包裝數據支持我們在供應鏈各環節作出策略決策，同時亦促進就生產者延伸責任(EPR)要求進行更完善的報告。

為進一步擴大我們可持續包裝指南的使用範圍，我們將於2026年繼續與主要持份者合作，了解在與包裝供應商合作過程中所識別的挑戰及機遇。我們亦將持續優化我們的包裝數據流程，以更好地把握進展情況。

## 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。我們的可持續建築指南及可持續包裝指南均採用廢棄物層級，強調從源頭預防廢棄物，以及廢棄物轉移及物料回收的重要性。於2025年，我們產生了2,689公噸的無害廢棄物及15公噸的有害廢棄物，較2024年有所增加。在2,689公噸的無害廢棄物總量中，81%被再利用、回收或以其他方式收回；其餘19%則透過堆填、焚化或其他方式處理。

## 水

我們的營運及生產過程並非水密集型，且我們持續尋找減少設施耗水量的方法。我們位於比利時奧德納爾德市的生產基地，以及位於佛羅里達州傑克遜維爾市、喬治亞州維達利亞及墨西哥圖爾蒂特蘭市的配送中心，均在廚房和衛生間配備低流量節水裝置，全球多個辦事處及公司自營零售店亦是如此。於2024年，我們位於印度納西克市的生產中心啟用一座120KL的污水處理廠，以回收生活廢水。由於該處理廠的啟用，於2025年，約35%的經污水處理廠處理的污水被用於沖洗及園藝用途。去年，生產設施耗水82,910立方米，較2024年減少9%。



## 案例研究

### 東南亞首家新秀丽LEED金級認證門店

新秀丽位於新加坡ION Orchard購物中心的旗艦店於今年獲得LEED Gold®認證，對此我們深感自豪；該店舖為新秀丽在新加坡及東南亞首家取得LEED v4.1 ID+C: Retail認證的零售店。LEED是一項全球認可的標準，表示建築已在能源效率、節水、可持續物料及整體環境設計方面達到高表現基準。達成此里程碑需要一年多的不懈努力，反映本地團隊的努力及投入。於打造該旗艦店時，團隊希望營造一個展示品牌及其產品系列的空間，與我們創新、傳承及可持續發展的價值觀一致。新秀丽現時在新加坡同時擁有EDGE及LEED認證店舖。我們鼓勵取得此類綠色建築認證，這是我們今年開始制定的可持續建築指南的一部分。



# 大自然

## 我們的方法

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。

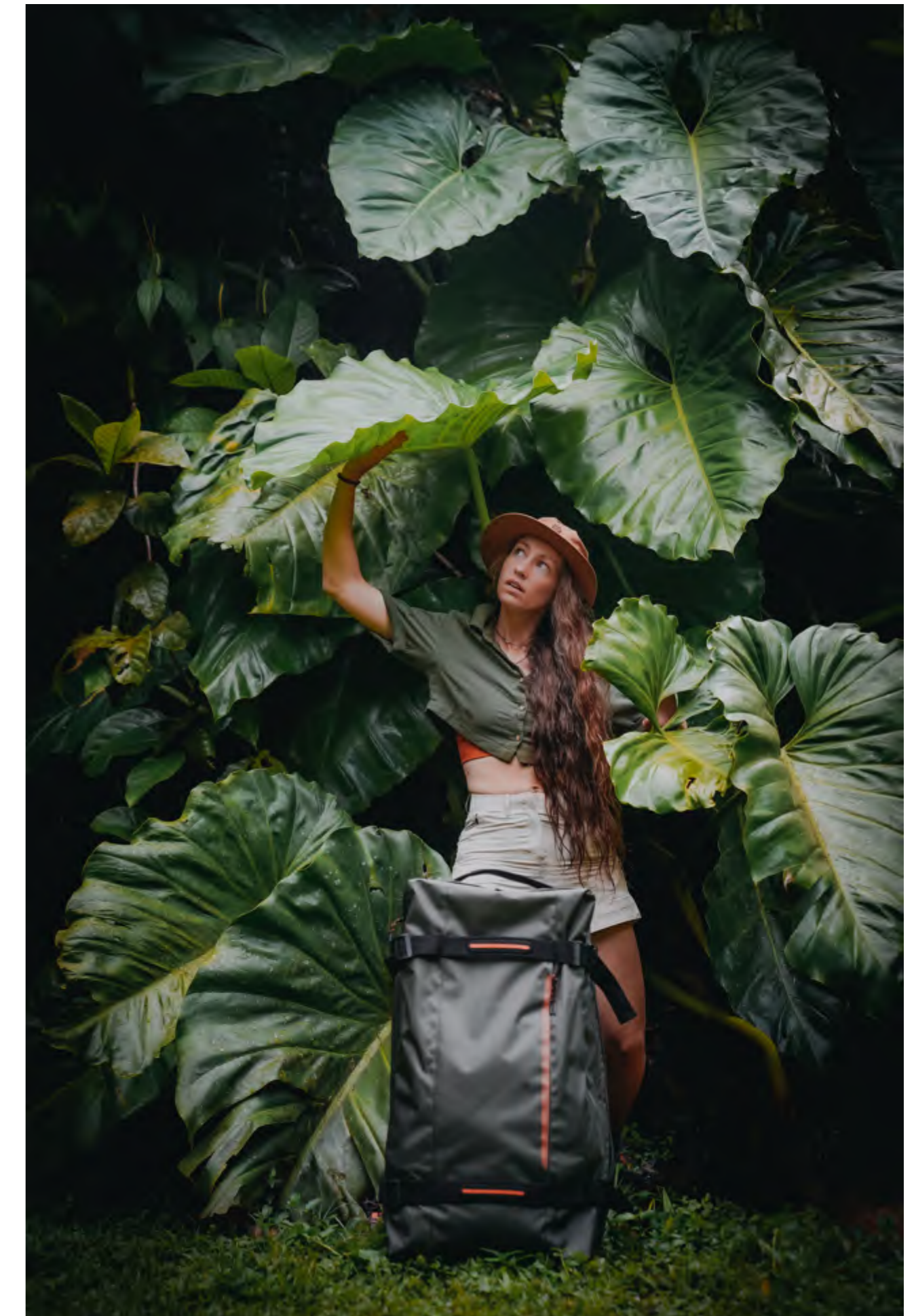
我們的業務對大自然的影響主要來自上游供應鏈，包括我們所使用的物料，其中包括各種塑膠、鋁材、鋼材和少量皮革。更多有關物料使用的資料，請參閱第25頁。我們一直在檢討我們負責任的資源使用和管理方式，並於2024年完成了首次大自然評估。此舉為我們將大自然融入正在進行的可持續發展工作奠定了基礎，使我們得以開展旨在同時惠及氣候與大自然的相關工作。

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機構金牌評級的製革廠。

於2025年，我們已就所有品牌梳理所有皮革供應商及其製革廠。當我們引進新的製革廠時，我們積極鼓勵其取得皮革工作組認證，並支持其獲得金牌評級。作為我們產品可持續發展框架的一部分，我們已於可持續物料指南內制定皮革採購優選方案。

皮革工作組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：它是一個非牟利機構，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。

更多有關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的資料，請參閱第45頁和整個[產品章節](#)。



## 進展

### 供應鏈評估

過去數年，我們對上游供應鏈及直營場所進行了高層次評估，於2025年，我們將評估重點放在了解我們價值鏈的影響。評估結果顯示，我們最大的影響來自產品所使用的原材料。為處理此問題，我們在新制定的可持續物料指南及可持續包裝指南中提出相關要求，尤其針對紙張、木材及皮革等天然物料。評估亦強調提升供應鏈透明度的重要性，因此我們將於2026年開展詳細的供應鏈梳理工作，使我們能夠評估供應鏈各環節更具體的風險及影響。在大自然評估的基礎上，我們亦計算了直營場所的用水影響，以識別位於水資源緊張地區的場所，從而更好地了解如何提升韌性。我們發現位於印度的場所風險最高：我們已實施多項關鍵節水措施，包括安裝污水處理廠以回收及再利用生活廢水。部分經處理的水用於工廠場地的綠化灌溉。於2026年，我們將在供應商梳理工作中，分析整個供應鏈的用水情況。



## 地球： 後續行動

- 可再生電力：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。
- 能效：與生產基地和配送中心合作，識別並落實節能項目。
- 回收物料：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。
- 全球社會責任方案：開始在我們的全球社會責任方案中擴展對供應商的環境要求。
- 可持續包裝指南：繼續推行我們的可持續包裝指南。
- 可持續建築指南：完成我們的可持續建築指南，並開始在全球向團隊推行。

<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

- 50 目標及2025年進展
- 51 我們的方法
- 53 賦能員工：培訓與發展
- 57 文化與共融
- 59 企業捐贈
- 60 健康與安全
- 61 人權與社會責任
- 67 員工及大眾：後續行動

# 目標及2025年進展

我們的員工是我們成功的核心，推動我們的業績表現並塑造我們的企業文化。我們為所有員工提供領袖才能培訓、技能發展及績效管理工具等機會，同時堅持嚴格的社會責任實踐，以尊重人權。這一切旨在履行我們致力於幫助員工充分發揮潛能的承諾。

## 1

### 專業發展

#### 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。

#### 2025年進展

- 我們已於2024年提前實現這一目標。於2025年，新秀丽再次為全體員工提供發展機會，結合學習、技能提升及員工參與措施，以促進全體員工及團隊的成長、生產效率及相互尊重。

## 2

### 社會責任與人權

#### 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。

#### 2025年進展

- 我們持續致力於保障人權，並已加強我們於整個價值鏈的人權盡職審查工作，協助我們確定行動重點。
- 我們正在制定符合《聯合國工商企業與人權指導原則》的全價值鏈人權盡職審查程序，並已擴展我們的全球社會責任方案。

## 3

### 性別平衡

#### 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。

#### 2025年進展

- 女性佔全體員工的52%。主管級及以上職級的女性比例為37%。
- 93%的團隊對我們的文化與共融工作持正面看法。<sup>1</sup>

<sup>1</sup> 來自我們於2024年進行的最新文化與共融調查。

# 我們的方法

作為一家全球性的公司，我們的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**11,500**名全職同等僱員。我們努力確保新秀麗集團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。

黃金法則 — 「待人如己」 — 影響着我們所做的一切，體現在其倡導本機構整體發展良性關係，提醒我們應包容及尊重差異。該指導原則讓每個人每天都能帶着真實的自我和獨特特質投入工作，因為我們知道這將有助於我們每一位成員和我們的業務取得成功。

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，無論其身處在何處，擔任何種職位。這些地區團隊由我們的全球人力資源部門（包括我們的全球員工體驗主管）提供支持，以便全體員工都能繼續獲得發展機會、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，我們對直接員工以及整個價值鏈中的相關人士負責：從零售、製造及配送，到在供應鏈中協助我們製作產品的人，以及我們營運所在的廣大社區。我們從19個國家的206家供應商採購製成品。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。

## 本章涵蓋的重要議題

文化與共融

工作條件與人權

# 新秀麗集團的職場生活

## 維達利亞、傑克遜維爾及斯特拉特福德的配送中心

在各配送中心，我們專注於確保全球流程貫徹一致，並在此基礎上作出更多努力，以促進員工福祉：在喬治亞州維達利亞，我們舉辦員工答謝活動，如夏季野餐、感恩節午宴以及夏季冰棒和雪糕聚會。在佛羅里達州傑克遜維爾，我們舉辦家庭日、文化分享聚餐及特別員工表彰日。在安大略省斯特拉特福德市，我們安排如貝果早餐及薄餅午餐等貼心活動，並在可行情況下鼓勵員工提前下班，以表達我們的感謝之意。



## 納西克市的生產設施

在位於印度納西克市的新秀麗生產設施，1,900名員工中超過85%來自當地社區，其中包括500多名女性。作為管理層致力於打造安全高效、重視員工及當地環境的工作場所的措施之一，公司為全體員工提供免費交通接送，並投資於多項旨在節約資源的措施：該設施屋頂安裝的1,950千瓦太陽能電池板陣列所產生的可再生電力，滿足了現場24%的能源需求。該設施每年亦收集超過290萬公升雨水以供營運使用，並自1996年啟用以來，在廠區內及納西克地區種植及培育逾一百萬棵樹——此項工作獲馬哈拉施特拉邦政府頒發「樹友獎」表彰。



## TUMI在紐約州及新澤西州的企業營運

黃金法則始終是TUMI塑造職場文化的核心理念。過去一年，我們重點將員工反饋轉化為實際行動。在完成2024年員工文化與共融調查後，我們圍繞創新、團隊合作、表彰、人才培養及身心健康等核心方面持續推進各項工作。我們已升級招聘平台，推出全新全球招聘網站，並優化我們的SharePoint平台TUMI Express。通過全新的同儕表彰計劃，以及職涯里程碑獎項及工作週年慶祝活動，我們進一步表彰表現卓越的同事。2025年導師計劃的成功，保證了該計劃能夠於2026年繼續推進，支持更多專業發展機會。



# 賦能員工：培訓與發展

## 我們的目標

於**2025年**，我們為全體員工提供發展機會，結合學習、技能提升及員工參與措施，促進全體員工及團隊的生產效率、成長及相互尊重。

## 我們的方法

我們的《發展計劃》體現我們在員工職涯各個階段對其成長與福祉的承諾，涵蓋從入職培訓及技能發展，到績效管理、領袖才能發展，以及營造包容與尊重的職場環境。我們通過全球協同並結合地區實際制定的措施，善用導師、多語種支持及科技擴大覆蓋範圍及影響力，以確保相關資源的可及性。

## 進展

我們於2025年的相關工作持續提升發展機會的可及性及影響力，惠及各地工作的員工。我們的措施圍繞員工及團隊的技能提升，旨在強化能力、聯繫及加深對各自職位如何幫助實現我們2030年願景的理解。儘管我們已於2024年達成既定目標，其後我們一直致力於提升所提供培訓的深度及質量。2025年，我們在整個企業範圍內大力投資於培訓與發展，包括提升團隊技能，協助其了解自身角色如何有助於實現我們2030年願景。



## 案例研究

### 支持零售同事

我們為零售團隊提供按角色訂製的可持續發展培訓，旨在培養其在日常顧客互動中的實務知識與信心。該培訓計劃因應店舖環境而設，聚焦與產品相關的學習內容及簡短的技能提升練習，例如設計一段15秒的可持續發展推介辭。此項培訓加強團隊對耐用性、再生物料及可維修性等議題的理解，使銷售人員能更有信心地回應顧客的常見問題。通過將可持續發展與品質及耐用性相結合，我們賦能團隊將可持續理念融入真實可信的品牌故事。

「培訓內容通俗易懂，讓我更有信心清晰自然地向顧客介紹我們的可持續發展優勢。」

Mel Zapatero, 紐約TUMI助理店舖經理

「可持續發展對我們大多數顧客而言非常重要。培訓很有幫助，因為它分階段講解可持續發展，讓我能夠向顧客說明如何方便取得及更換零件。」

Sue Finazzo, 英國埃塞克斯郡新秀麗銷售顧問

「當顧客購買我們的行李箱時，我有信心向他們介紹可持續發展如何讓產品更加物有所值。」

Bernadette White, 英國約克新秀麗值班主管。

## 進一步推動員工參與我們的「負責任之旅」

讓員工參與、了解我們的「負責任之旅」進展並受到鼓舞，是保持發展動力並將策略落實為行動的重要一環。支持各業務環節員工理解可持續發展與其職責的關聯，有助於促進其個人成長及在職發展。

我們透過多種方式讓員工掌握最新資訊，例如在地區及全球員工大會、品牌會議，以及全球員工季刊《The Explorer》和地區員工通訊中更新可持續發展進展，並在新員工培訓及入職過程中加以介紹。我們亦每年持續發佈《可持續發展摘要報告》。

於2025年，我們進一步擴大相關工作，在招聘網站中加入面向潛在求職者的品牌可持續發展訊息。我們亦推出全新的新秀麗集團可持續發展SharePoint網站，分享關鍵資源、活動及參與我們「負責任之旅」的機會，並製作一段短片，概述本公司在可持續發展方面的承諾與進展。

與員工互動是一個雙向過程：我們就可持續發展的重點及表現進行公開溝通，同時為員工創造具實質意義的機會，讓他們分享反饋及建議。最新推出並廣受歡迎的「可持續發展講者系列」正是一個很好例子。該系列活動邀請內部專家透過線上直播及現場問答環節，分享幕後見解。例如於6月，超過650名員工參與歐洲區研究、創新及開發副總裁在此活動中分享了新秀麗Essens及Proxis Circular限量版行李箱推出市場背後的歷程。

自信地談論可持續發展

可持續發展講座系列  
**Essens Circular与Proxis Circular：  
 推動可持續行李箱的發展邊界**

研究、創新與發展副總裁Pauline Koslowski  
 與副總裁兼全球可持續發展主管Marina Dirks對談

本次活動將於六月舉行。

Samsonite Group  
 新秀麗集團有限公司  
 股份代號：1910

負責任之旅

2024年  
 摘要報告

# 培訓與發展

我們為全體員工提供領袖才能培訓、技能發展及績效管理工具等機會，以履行我們致力於協助每位員工充分發揮潛能的承諾。於2025年，培訓內容包括：

- 《行為準則》：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》每年分發予全球員工，而員工必須確認收悉並保證遵守。
- 可持續發展專項培訓：例如，為我們的全球零售銷售人員提供培訓，提升其介紹我們產品的可持續發展特性和回應顧客提問的信心與能力。
- 反騷擾和歧視：此年度活動強化我們致力於為全體員工營造安全、尊重及共融的工作環境的承諾。
- 其他全球培訓主題：例如，加強領袖才能、溝通及績效管理技能，包括目標設定、有效反饋，以及領導多元化及跨世代團隊。

於2025年，我們持續根據2024年文化與共融調查的員工反饋採取行動，擴大員工參加發展及參與計劃的機會，以支持各團隊的成長、創新及福祉。

我們於3月紀念國際婦女節，強化對性別平衡的承諾；並於10月紀念世界精神健康日，彰顯我們對員工福祉的重視，培育關懷與尊重的文化。

我們透過在拉丁美洲正式推行「新秀麗超級明星」等項目，進一步強化認可文化，凸顯同儕之間的相互肯定與成就讚賞。為促進創新與創意，各地區亦設立相關計劃（如歐洲的「Idea Box」），鼓勵員工分享新想法及解決方案。

我們加大對員工發展的重視，包括推行類似在北美地區推出的導師計劃，以及優化並提升績效管理流程的易用性，旨在協助員工設定目標、追蹤進展並獲得具實質意義的反饋。

我們持續圍繞同理心、適應能力、情緒智力、積極聆聽及提供反饋等議題，營造強大的溝通與合作文化：

- 跨部門合作：例如在制定可持續包裝指南時，相關領域專家團隊在多數情況下亦就內容提供意見及反饋。
- 因地制宜的培訓：例如在墨西哥配送中心開展手語培訓。
- 提升供應鏈能力：我們的全球社會責任團隊及亞洲質量保證團隊接受良好生產規範(GMP)培訓，以加強其技術知識，並提升其在我們自身營運及供應商合作夥伴營運中維護品質及合規標準的能力，滿足部分批發客戶的要求。

## 跨世代溝通培訓

我們所有的工作場所和團隊都是多代人一起並肩工作。這種年齡、經驗和觀念的碰撞是一種真實優勢，但它也需要我們具備防止誤解他人的意識及溝通技巧。

在拉丁美洲，我們提供的培訓着重於加強代際溝通和建立真正的聯繫，同時培養讓每個人都能感受到被傾聽和尊重的文化。

該計劃涵蓋：

- 了解從嬰兒潮一代到Z世代每一代人的形象特徵及溝通方式，同時要注意避免出現刻板印象。
- 經常積極現場傾聽。
- 學習如何靈活進行個人的溝通交流方式，更好地與同事聯繫。
- 分享深思熟慮後的反饋及個人故事經歷。
- 保持開放的心態向比我們自身年長或年輕的人學習。
- 積極支持包容性的工作環境，激勵每個人都熱忱投入到工作中。

我們認為，當我們花時間去相互理解、積極傾聽並能以同理心對待，我們就能建立更強大的團隊，創造出更好的結果，並打造人人都能成長發展的工作場所。



# 文化與共融

## 我們的目標

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。

## 我們的方法

我們賦予了各地區團隊權力，以確定及推動其各自的當地目標和行動，並為文化、共融與參與設定各自的關鍵行為指標(KBI)和關鍵績效指標(KPI)。例如，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。此外，他們因地制宜制定了本地化計劃，支持員工福祉並促進健康的環境——意識到福祉問題是造就敬業、積極及高績效員工隊伍的前提。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。

作為一個全球性機構，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，使新秀丽集團能夠了解全球團隊如何體驗共融和文化。上一次調查於2024年進行，有超過8,000名僱員參與，調查顯示93%的參與者對新秀丽集團的多元化和共融持肯定態度。我們將於2026年進行下一次全球文化與共融調查。

## 進展

在這一年中，我們的人力資源團隊與同事合作，提高意識、改善實務、向模範學習，朝着2030年的性別平衡目標邁進。在2025年底，主管及以上的女性比例為37%，與2024年基本一致。女性佔全體員工的52%。

在我們2024年亞太區僱員導師計劃（旨在培養團隊之間的跨文化意識、尊重和合作）取得成功的基礎上，其他地區亦於2025年推出了自己的導師計劃。亞太地區試點項目所帶來的見解表明，導師有幫助僱員成長的潛力，並在個人及專業方面相互學習。同事們提供指導，提供職業支持，分享知識及獲得新視角來幫助加強技能，並在團隊內部及團隊之間建立更牢固的關係。例如，北美洲的TUMI啟動了他們的首次導師計劃，將11對來自零售店、總公司及高級領導層的同事聯繫在一起，為期六個月。該計劃促進了跨職能合作、職業發展及領袖才能的成長。



## 案例研究

### 通過全球精神健康倡議加強福祉

我們2024年的文化與共融調查的見解強調了健康對文化繁榮的關鍵性。為此，我們於2025年10月首次在全球慶祝世界精神衛生日，由各區域宣傳認識、健康習慣、公開對話並獲得支持，同時賦予員工優先考慮自身精神健康的權利。向所有人公開領導層信息、交流及網絡研討會。在歐洲，比利時首位健康總監發表了主題演講，團隊被邀請參加了「挑戰5天改善精神健康狀態」，輔以正念課程及散步談話活動。在北美洲，鼓勵人們每天都參與自拍挑戰及當地健康時刻的活動，而TUMI則通過員工援助計劃(EAP)信息發佈會鞏固了獲得的保密支持以及在健康日為員工提供座椅按摩。

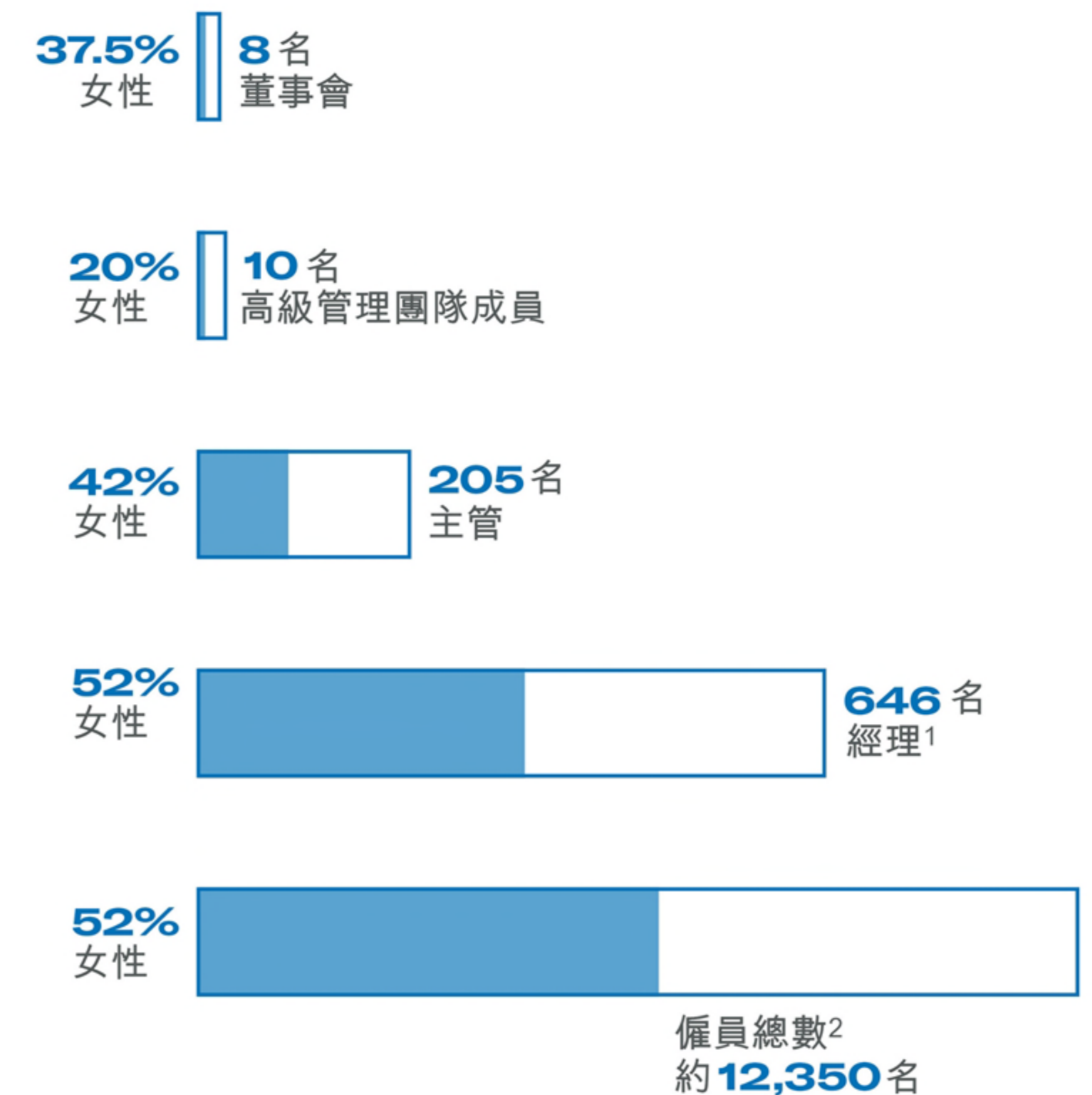
整個10月，拉丁美洲都在以健康小貼士、EAP宣傳以及提供藝術治療、按摩及主動休息的福利周的方式來推廣這一倡議。與此同時，亞太地區推出了其區域性的員工援助計劃，進一步擴大了整個企業獲得保密精神健康資源及支持的渠道。總的來說，該等措施強化了我們對培養關懷文化的承諾，鼓勵全球員工將自身精神健康放在首位。



### 企業中的性別平衡<sup>1,2</sup> 於2025年12月31日

- 女性佔企業各職級的百分比
- 企業各職級的僱員人數總額

本圖表未按比例顯示



<sup>1</sup> 經理不包括門店經理。

<sup>2</sup> 代表實際僱員人數，而非11,500名全職同等僱員。

# 企業捐贈

## 我們的方法

作為我們新策略方針的一部分，我們為我們的核心品牌新秀麗、**TUMI**及**American Tourister**，根據其各自的全球可持續定位及我們的可持續發展策略，量身訂製了企業捐贈重點領域。我們赋能品牌團隊挑選通過三大核心活動挑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。

雖然我們已經完善了整體捐贈方式，但我們的品牌繼續保持特定的傳統合作關係，例如北美洲TUMI對聖裘德兒童研究醫院的支持。此次合作對我們的僱員而言意義重大。我們將繼續通過捐贈資金、實物捐贈及員工志願服務等方式支持這些特定的當地合作夥伴。

## 進展

**TUMI**在其「守護至珍之責」的品牌定位指導下，繼續成為「地球 1%」的會員。**TUMI**將19 Degree聚碳酸酯系列產品銷售額的1%捐贈給致力於保護熱帶雨林和海洋生態系統的合作夥伴。有關這些合作夥伴的更多信息，請參閱旁邊的案例研究。

新秀麗及**American Tourister**於2025年開始物色新的全球合作夥伴。



## TUMI案例分析

### Jocotoco基金會

TUMI很自豪能夠通過無限制捐款來支持Jocotoco基金會，這意味着慈善機構可以更靈活地使用資金來支持各種緊急的保育行動。僅在2025年，Jocotoco在世界各地的所付出的努力就包括：

- 拯救13,638英畝熱帶森林。
- 種植73,862種熱帶原生植物，重建586英畝野生動物棲息地。
- 支援在前線保衛雨林的守林員。

### Seatrees

Seatrees的核心任務是保護和恢復藍碳：在沿海及海洋生態中對碳封存（包括紅樹林、海帶、海草草甸、珊瑚礁及濕地）。該等生態系統吸收碳的效率是陸地森林的五至十倍。

TUMI的資金用於以下活動：在西班牙恢復6,250平方英尺的海草草甸；在毛伊島恢復6,250平方英尺的沿海流域；以及在印尼種植250棵珊瑚碎塊。

# 健康與安全

## 我們的方法

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，並已有政策和流程，將儘量降低這些危險。

## 進展

在2025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。

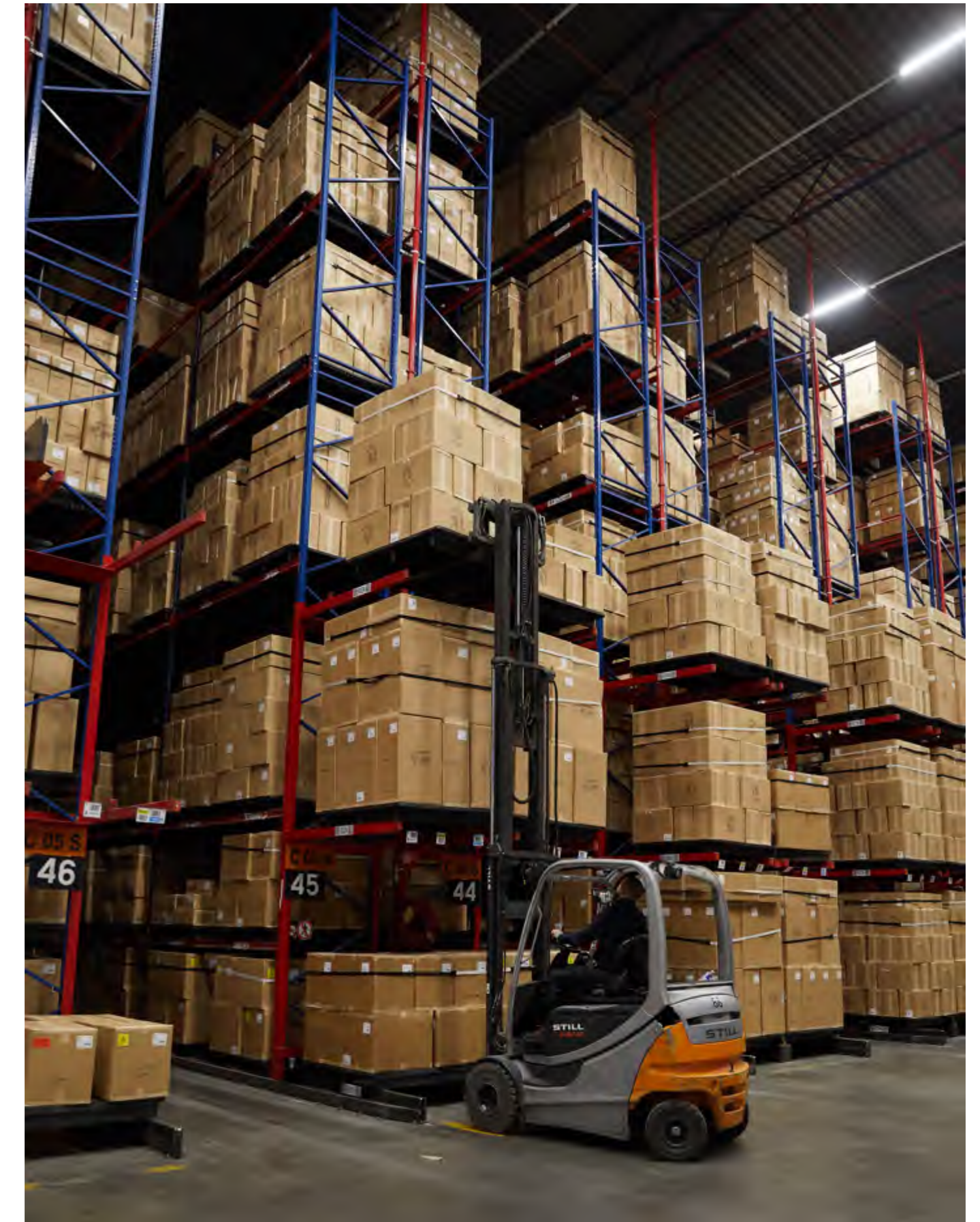
## 提高安全意識

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，這裏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。



# 人權與社會責任

## 我們的目標

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。



## 我們的方法

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，並由全球供應鏈可持續發展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。

## 人權與盡職審查

2025年，我們繼續以《道德憲章》為基礎，按照《聯合國商業與人權指導原則》(UNGP)及經濟合作與發展組織(OECD)《跨國公司指南》，在整個價值鏈中開展盡職審查程序，包括更新我們2024年對整個價值鏈中我們重視的人權議題的評估，以優先採取行動。

今年開始我們優化我們整體的人權盡職審查流程，隨着我們新全球供應鏈可持續發展主管的任命(詳見66頁)，我們將繼續與負責識別、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。在2026年初，我們開始與區域採購和人力資源採購團隊合作，幫助其了解人權盡職調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。

## 《道德憲章》

我們簽約的製成品及原材料和零件供應商，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。如需閱讀我們的《道德憲章》，[請點擊此處](#)。

## 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集團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：我們鼓勵製成品及指定零件/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。

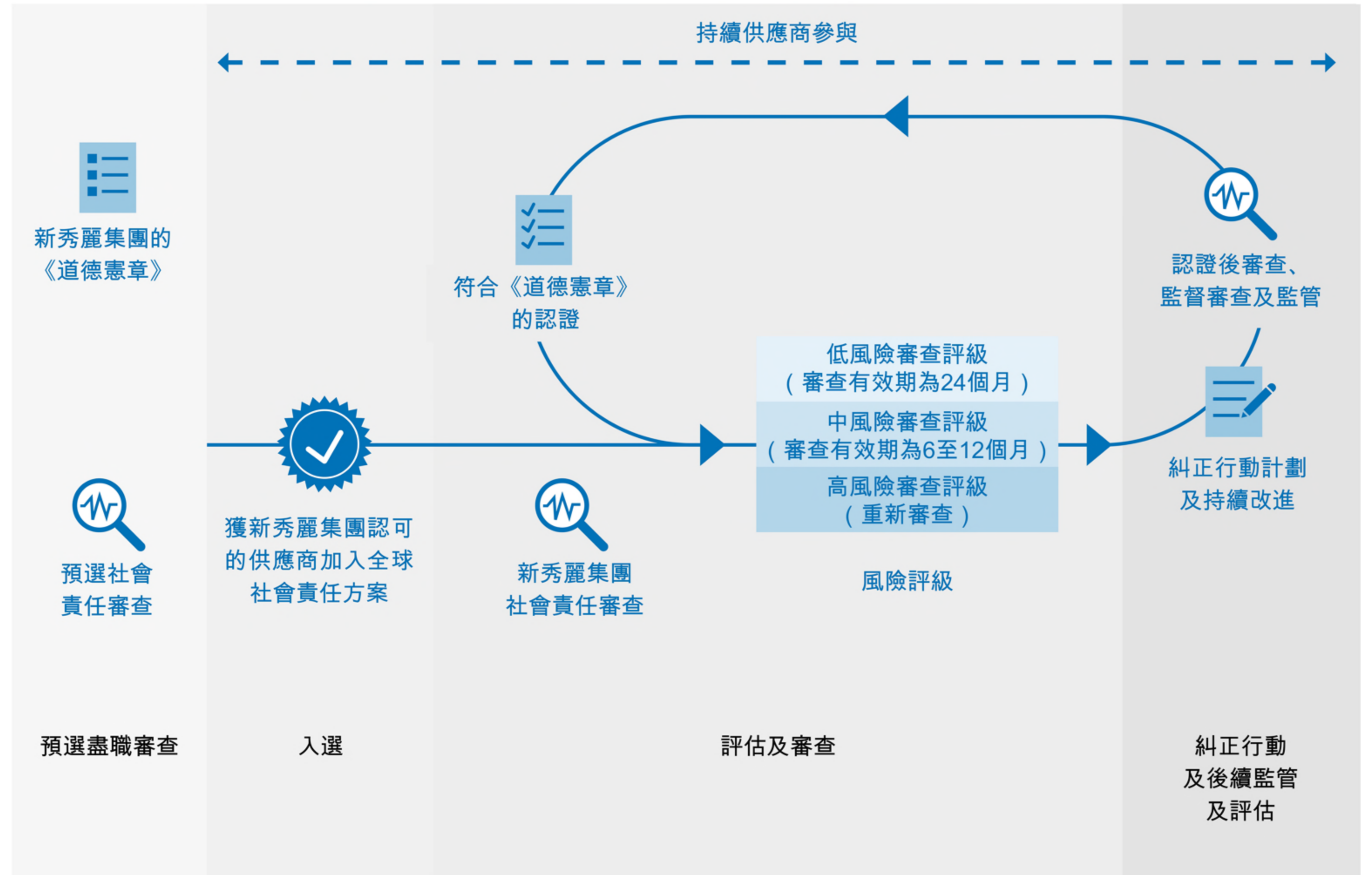
- 由新秀麗集團批准的認可第三方審查師執行的社會責任審查：社會責任團隊向第三方審查師提供指導、文件、培訓及審查要求，審查方法及文件編製方法以新秀麗集團社會責任審查指南為基礎，並考慮ISO19011管理體系審查指引。第三方審查師的表現通過報告質量與準確性進行評估，並通過影子審查進行監督。
- 由新秀麗集團的內部社會責任團隊執行的社會責任審查：我們的社會責任審查團隊由七名員工組成，其亦會根據新秀麗集團社會責任審查準則及相同的ISO19011指南執行審查。我們的團隊具備WRAP首席審查員資格，或獲得專業社會責任審核協會(APSCA)認可的同等社會責任認證，並每兩至三年參加一次該等培訓。為了讓團隊跟上新法規的步伐，他們參加培訓課程來提高他們在我們開展生產業務國家的現行審計標準、當地國家法律法規方面的技能。

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集團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三至二十四個月，除非發現零容忍違規行為。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



## 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六十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麗集團供貨。

有關該等步驟（不同類型的審查、風險評級及糾正行動計劃）的更多資料，請參閱第62頁。

## 勞工標準

於2025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。

一經發現任何不符合勞工標準的行為，我們會與供應商制定整改行動計劃，並對供應商進行跟進、監督整改進度，確保相關不合規問題得到妥善處理。

## 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。



## 進展

於2025年，我們加強了整個價值鏈（包括第三方及自營配送中心）的人權盡職審查流程，並採納了採購團隊、人力資源、法律及內部審計團隊的意見。。

根據國際標準以及基於風險的人權盡職審查方法，我們優先處理我們價值鏈中最重視的議題 - 那些最有可能受到我們活動或業務關係嚴重影響的風險最高的人權問題。

我們當前最重視的議題包括：

- 童工
- 勞役，包括不當招聘牟利行為
- 結社自由
- 健康與安全
- 安全及健康的環境
- 工資及社會保障
- 工作時長

我們正在開發一個供應鏈映射工具，它將幫助提高我們供應鏈的底層環節的能見度。隨着能見度的提高，我們將使用基於風險的方法來確保我們正在處理風險最高的程序和物料。

於2025年，我們共進行了378次審核（包括國際社會責任認證組織(WRAP)認證）。新秀麗集團擁有的全部三個生產基地目前均已通過WRAP認證。

我們對來自15家工廠的供應商進行了社會責任方面的培訓，培訓由WRAP和新秀麗集團內部團隊共同進行。來自30家工廠的代表參加了由我們的全球社會責任團隊舉辦的關於常見違規問題的線上研討會。

工廠審查	2025年	2024年
已審查製成品工廠	169	164
由新秀麗集團社會責任團隊審查的工廠	142	138
由第三方公司審查的工廠	27	26
因獲得 <b>WRAP</b> 認證 <sup>1</sup> 而免於審查的製成品工廠	89	66
已審查原材料及零件工廠	83	86
由新秀麗集團社會責任團隊審查的工廠	60	69
由第三方公司審查的工廠	23	17
因獲得 <b>WRAP</b> 認證 <sup>1</sup> 而免於審查的原材料及零件工廠	37	32

## 與全球供應鏈可持續發展 主管Payal Jain 的問答



「新秀麗集團以經久耐用馳名。我很高興我在可持續發展和供應鏈管理方面的經驗能幫助公司擴大全球影響力。」

**提問：**Payal，請告訴我們一些關於您的背景，以及您想加入新秀麗集團的原因？

**回答：**我在紡織行業擁有豐富的經驗：在加入新秀麗之前，我在一家領先的時尚零售商工作了22年，在亞洲和歐洲的供應鏈和企業職位工作；致力於可持續發展的挑戰（包括人權盡職調查及社會影響）。供應鏈的工作總是讓我感到充滿激情，我喜歡在有激情的地方工作！

我在想怎樣才能為做出新的貢獻？新秀麗集團以經久耐用馳名，所以我對這個新職位感到興奮，並且有機會將我在可持續發展和供應鏈管理方面的經驗幫助公司擴大全球影響力。

**提問：**剛進公司的幾個月有什麼是給您留下了深刻的印象的呢？

**回答：**我一直認為可持續發展不應該只由「可持續發展的人」推動。新秀麗集團令人印象深刻的地方在於，它是每個人在整個行業的重要支柱。我們在可持續發展團隊中的職責是提供工具和知識，不過我們是共同推動進步的。

我發現合作是一件會令人振奮的事情：保證了我們分享及尋求見解的相互學習過程。我們在為供應商提供指導的同時，也從他們所面臨的挑戰中總結經驗，共同努力，使我們能夠創造更有意義的影響。

**提問：**那您近期的首要任務是什麼呢？

**回答：**我工作的重心是加強與供應商的合作，更努力實現可持續發展目標，擴大可追蹤性和績效量度，並為員工創造價值及環境提供保障。能夠參與我們這一場「負責任之旅」，我感到非常興奮！

## 案例研究

### 制定新秀麗集團的人權盡職審查方法

於2025年，我們加強了整個價值鏈（包括第三方及自營配送中心）的人權盡職審查流程，並採納了採購團隊、人力資源、法律及內部審計團隊的意見。

我們的人權盡職審查方法與《聯合國工商企業與人權指導原則》(UNGPs)一致。在我們現有供應商社會責任方案基礎上，我們識別、預防、減輕及處理我們業務在整個價值鏈可能產生的人權影響。

在制定和加強我們方法的過程中，我們與自營及租賃配送中心管理層開展諮詢與交流。該等交流有助我們了解現行政策及流程，發現進一步規範全球實務的必要性，並肯定已推行的良好措施——例如維達利亞市由員工主導的安全委員會，致力於處理工作場所相關事宜，以及在拉丁美洲為10名行政人員提供手語培訓，旨在為聽障同事團隊營造更加共融的工作環境。

於2026年初，我們開始開展相關培訓，旨在提升採購、供應鏈、人力資源及法律團隊對我們方法的了解。

## 員工及大眾： 後續行動

- 培訓與發展：繼續為全體員工提供培訓及發展機會。
- 文化與共融：開展2026年全球文化與共融調查，協助我們持續了解新秀麗集團的員工體驗。
- 企業捐贈：為新秀麗及American Tourister持續審閱及優化我們的企業捐贈方式，並監察及評估TUMI的兩項合作夥伴關係。
- 災害救援：制定全球災害救援方法，指引各本地團隊更好地提供最佳支援，與我們多年來在全球支援有需要社區的工作相輔相成。
- 人權盡職審查：透過開展培訓及能力建設，將人權盡職審查方法擴展至策略性供應商，確保上游風險得到妥善管理。

# 管治



我們如何將我們共同的目標、價值觀及原則付諸實踐



- 69 我們的方法
- 70 可持續發展管治
- 72 商業行為
- 73 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。

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，《新秀丽集團道德憲章》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**2025**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>

## 本章涵蓋的重要議題

### 商業行為

### 系統管理

我們使用專門的可持續發展數據平台管理和整合整個業務的ESG數據。就本報告而言，我們已開始利用與財務報告相同的平台，支持最終階段（「最後一英里」）的數據核驗與提交。我們亦已選定一套專門方案，以提升供應鏈透明度及數據收集能力，並計劃於2026年推行。全球可持續發展團隊負責該等系統的監督管理，並在需要時為各職能部門及團隊的用戶提供培訓。

法律及可持續發展團隊在外部法律顧問及專業顧問的支持下，持續追蹤各市場新出台及正在形成的監管要求。我們正為未來數年可能適用的法規作準備，而該等法規可能要求建立或完善各項政策、計劃、流程、系統、指標及披露安排。

# 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。

專家團隊支持全球可持續發展委員會，每年會面**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
- 文化與共融委員會

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。我們定期降低會議的頻率，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。

## 可持續發展管治



## 可持續發展相關風險

我們認識到客戶、員工及投資者等持份者對氣候變化、更具可持續性的產品、員工相關議題以及其他可持續發展相關事項的關注日益增加。

此外，我們營運所在的多個國家已開始制定與氣候變化減緩及風險披露、包裝、人權、人力資本、僱傭以及可持續發展報告等議題相關的新監管要求。新法律的實施，法律、監管要求、政策或國際協議的變更或其詮釋的改變，監管機構執法重點的變化以及我們營運所在各市場之間存在不同或相互競爭的法規及標準（亦可能涉及我們核心產品及服務以外的事項，包括環境可持續發展、氣候變化、人力資本及僱傭事宜），均可能導致新秀麗集團的採購、營運及合規相關成本以及資本開支上升。

我們的業務亦可能面臨與氣候變化相關的風險，包括對供應鏈造成的潛在影響，例如原材料的供應及價格，以及運輸中斷及／或運費成本上漲。氣候變化亦可能帶來實體風險，例如火、風暴及洪水等極端天氣事件的發生頻率及／或強度增加，從而可能導致我們的業務營運中斷；此外，旨在減少化石燃料使用的政策措施或消費者選擇亦可能帶來相關風險。

於2025年，我們開展深入的情景分析，以評估潛在的氣候相關風險及機遇，並對上一次於2022年進行的分析作出更新。更多資料，請參閱第43頁的「地球」章節，以及第78頁及之後的香港聯交所附錄及氣候相關風險報告。

與此同時，持份者對可持續發展及其他事項的期望不斷演變，且在持份者之間日益分化，而該等事項日益受到監管機構及持份者的關注，並成為新出台及不斷演變的監管要求及框架所涵蓋的議題。近期公眾情緒出現快速且難以預測的變化，進一步加劇了相關風險，而我們認為，能否切實有效地回應此類發展，對包括監管機構、投資者、客戶及員工在內的持份者而言十分重要。

我們的副總裁兼可持續發展主管（向行政總裁匯報）負責制定我們的策略及目標，並領導跨部門的全球可持續發展委員會，協助監督我們的「負責任之旅」各項措施的執行情況，該等措施已融入我們的營運之中。新秀麗集團的可持續發展管理人員亦與企業及區域層面的各職能部門合作，共同識別及管理可持續發展相關風險及機遇。

我們將可持續發展納入企業風險管理(ERM)流程，將氣候相關及其他ESG風險與傳統業務風險一併管理。內部審計副總裁與副總裁兼全球可持續發展主管共同協調風險識別及緩解工作，並與設施管理人員及企業團隊合作，以應對實體風險及轉型風險。相關結果納入本公司整體年度風險評估，並正式向審核及風險委員會以及董事會匯報，以確保管治監督。重要性評估及按季度可持續發展表現跟蹤進一步將ESG考量納入新秀麗集團的風險監察及決策過程。

更多詳情請參閱第78頁及之後的香港聯交所附錄及氣候相關風險報告。

# 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《新秀麗集團行為準則》。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，並要求員工保證他們遵守了準則。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，透過免費熱線舉報疑似違反《行為準則》的事宜。可匿名舉報，我們將盡力在最大範圍內保密。該熱線可在我們的網站（於企業管治章節項下 - [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。凡善意使用該熱線的員工均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。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2025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2025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。我們亦尋求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2025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2025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

- 75** 關於本報告
- 77** 碳足跡概要
- 78** 香港聯交所環境關鍵績效指標
- 82** 香港聯交所社會關鍵績效指標
- 87** 氣候相關風險報告

# 關於本報告

本報告涵蓋本公司於截至2025年12月31日止財政年度的活動及成果。本公司「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內環境、社會及管治報告守則(「守則」)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。

本公司採用最新的eGrid排放系數、國際能源署(IEA)及加拿大環境與氣候變化部發佈的排放系數(針對基於地點的排放)、合約性工具排放系數(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(2025年版本)》中的系數。對於範圍1，已採用美國國家環境保護局《溫室氣體盤查排放因子(2025年)》及政府間氣候變化專門委員會(IPCC)第六次評估報告(AR6)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。

<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。

# 關於本報告

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)

# 碳足跡概要

範圍1及範圍2 GHG排放量 (自有業務), 以公噸CO <sub>2</sub> e計	2025年	2024年	2023年
範圍1	2,623 *	2,659	4,275
範圍2 (基於市場)	0 *	0	0
範圍2 (基於地點)	20,592 *	18,421	19,567
範圍1及範圍2總排放量 (基於市場)	2,623 *	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>	2024年	2023年	2022年 <sup>2</sup>
1. 商品和服務	604,172	464,510	455,609
2. 資本商品	25,040	29,942	15,830
3. 燃料及能源相關活動 (未計入範圍1或範圍2)	4,928	6,782	6,094
4. 上游運輸及配送	19,468	20,333	34,106
5. 營運產生的廢棄物	835	1,072	797
6. 商務出行	6,581	5,248	6,072
7. 員工通勤	16,267	15,366	13,445
8. 上游租賃資產	不適用	不適用	不適用
9. 下游運輸及配送	8,192	27,112	31,874
10. 已售產品的加工	不適用	不適用	不適用
11. 已售產品使用	不適用	不適用	不適用
12. 已售產品使用週期結束處理	2,826	2,079	1,775
13. 下游租賃資產	不適用	不適用	不適用
14. 特許經營	6,623	7,827	5,049
15. 投資	1.2	1.2	不適用
範圍3總排放量	694,934	580,272	570,651

\* 畢馬威會計師事務所對該等2025年的指標作出獨立有限保證的審閱。請參閱此處的溫室氣體排放聲明。

<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	2025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38至44頁及第77頁。		
<b>關鍵績效指標A1.1</b> 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）。	1,543 千克  1,382 千克氮氧化物（其中，418 千 克來自柴油、781 千克來自天然 氣、1 千克來自丙烷、2 千克來自 液化石油氣以及180 千克來自汽 油）  161 千克硫氧化物（其中，151 千 克來自柴油、9 千克來自天然氣、 0.004 千克來自丙烷、0.01 千 克來自液化石油氣以及1.3 千 克來自汽油）  2 千克R-134 製冷劑  0 千克R-410A 製冷劑  2 千克R-404A 製冷劑  8 千克R-407A 製冷劑

關鍵績效指標	報告範圍	2025年
<b>關鍵績效指標A1.2</b> 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）。	2,623 公噸CO <sub>2</sub> e（強度：0.0003 公噸CO <sub>2</sub> e/平方英尺）  範圍1：2,623 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）：20,592 公噸 CO <sub>2</sub> e
<b>關鍵績效指標A1.3</b> 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。	15 公噸  強度：0.002 千克/平方英尺
<b>關鍵績效指標A1.4</b> 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。	2,689 公噸  強度：0.3 千克/平方英尺

關鍵績效指標	報告範圍	2025年
<p><b>關鍵績效指標A1.5</b></p> <p>說明設定的排放目標以及為實現這些目標而採取的步驟。</p>	<p>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)。</p>	<p>範圍1排放目標:以2023年為基準年,到2030年將範圍1的排放量減少42%。</p> <p>範圍3排放目標:以2022年為基準年,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%。</p> <p>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。</p> <p>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41至43頁。</p>

關鍵績效指標	報告範圍	2025年
<p><b>關鍵績效指標A1.6</b></p> <p>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。</p>	<p>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。</p>	<p>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。</p> <p>有關我們減少廢棄物行動的更多信息,請參閱本報告第46頁。</p>

關鍵績效指標	報告範圍	2025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25至27頁及第45至46頁。		
<b>關鍵績效指標A2.1</b> 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）。	53,836兆瓦時電網購買的常規電力（強度：6.4千瓦時/平方英尺） 9,320兆瓦時電網購買的綠色電力（強度：1.11千瓦時/平方英尺） 3,552兆瓦時就地生產的可再生電力（強度：0.42千瓦時/平方英尺） 211.4兆瓦時電動汽車燃料用電（強度：0.03千瓦時/平方英尺） 10,354兆瓦時天然氣（強度：1.231千瓦時/平方英尺）

關鍵績效指標	報告範圍	2025年
<b>關鍵績效指標A2.2</b> 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。	82,910立方米 強度：0.010立方米/平方英尺
<b>關鍵績效指標A2.3</b> 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）。	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。 有關我們提高能源效益行動的更多信息，請參閱本報告第40至44頁。

關鍵績效指標	報告範圍	2025年
<b>關鍵績效指標A2.4</b> 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。	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。 有關我們提高水源效益行動的更多信息,請參閱本報告第46頁。
<b>關鍵績效指標A2.5</b> 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。	12,891公噸 800.4公噸塑膠 11,494公噸紙板 21公噸泡棉 22公噸膠帶 553公噸紙張 0公噸生物物料 強度:1.69千克/製成品數量

關鍵績效指標	報告範圍	2025年
<b>層面A3: 環境與天然資源</b>		
一般披露 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47頁。		
<b>關鍵績效指標A3.1</b> 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48頁。
<b>層面A4: 氣候變化</b>		
一般披露 有關新秀麗及氣候變化的更多信息,請參閱本報告第44頁及第87至97頁。		
<b>關鍵績效指標A4.1</b> 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44頁及第87至97頁。

# 香港聯交所社會關鍵績效指標

關鍵績效指標		2025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51至58頁。		
<b>關鍵績效指標B1.1</b> 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37%，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57及58頁。	
<b>關鍵績效指標B1.2</b> 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		2025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60頁。		
<b>關鍵績效指標B2.1</b> 過去三年（包括報告年度）每年因工身故的人數及比率。	我們於過往四年（包括2025年）並無因工身故事件。	
<b>關鍵績效指標B2.2</b> 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。	
<b>關鍵績效指標B2.3</b> 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60頁。	

關鍵績效指標		2025年
層面B3：發展及培訓		
一般披露		
有關新秀麗及發展及培訓的更多信息，請參閱本報告第55至56頁。		
<b>關鍵績效指標B3.1</b> 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55至56頁。	
<b>關鍵績效指標B3.2</b> 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55至56頁。	
層面B4：勞工準則		
一般披露		
有關新秀麗及勞工準則的更多信息，請參閱本報告第61至65頁。		
<b>關鍵績效指標B4.1</b> 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	有關更多信息，請參閱第62頁新秀麗的《道德憲章》。  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。	
<b>關鍵績效指標B4.2</b> 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。	

關鍵績效指標		2025年
層面B5：供應鏈管理		
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60至64頁。		
<b>關鍵績效指標B5.1</b> 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。我們與206家製成品供應商開展合作，該等供應商擁有244家製成品工廠，其中74%位於東亞、19%位於東南亞、4%位於南亞及2%位於世界其他地區。	
<b>關鍵績效指標B5.2</b> 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62及64頁。	

關鍵績效指標	2025年
<p><b>關鍵績效指標B5.3</b></p> <p>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。</p>	<p>與我們合作的所有製成品以及原材料及零件供應商必須保證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。</p> <p>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。審查由我們自己、獲認證的第三方或WRAP認證體系進行。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62至65頁。</p>
<p><b>關鍵績效指標B5.4</b></p> <p>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。</p>	<p>我們的所有直接供應商必須保證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40頁及第62頁至65頁。</p>

關鍵績效指標	2025年
<p><b>層面B6：產品責任</b></p> <p>一般披露</p> <p>有關新秀麗及產品責任的更多信息，請參閱本報告第72頁至73頁。</p>	
<p><b>關鍵績效指標B6.1</b></p> <p>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。</p>	<p>我們的業務性質使得召回不常發生，我們並不知悉2025年有任何產品召回。目前並無中央收集該數據。</p>
<p><b>關鍵績效指標B6.2</b></p> <p>接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。</p>	<p>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。</p>
<p><b>關鍵績效指標B6.3</b></p> <p>描述與維護及保障知識產權有關的慣例。</p>	<p>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73頁。</p>

關鍵績效指標	2025年
<p><b>關鍵績效指標B6.4</b></p> <p>描述質量保證過程及產品召回程序。</p>	<p>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73頁。</p>
<p><b>關鍵績效指標B6.5</b></p> <p>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。</p>	<p>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73頁。</p>

關鍵績效指標	2025年
<p><b>層面B7：反貪腐</b></p> <p>一般披露</p> <p>有關新秀麗及反貪腐的更多信息，請參閱本報告第72頁。</p>	
<p><b>關鍵績效指標B7.1</b></p> <p>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。</p>	<p>於2025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72頁。</p>
<p><b>關鍵績效指標B7.2</b></p> <p>描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。</p>	<p>請參閱新秀麗《全球反貪腐政策》及第64至72頁的商業道德舉報熱線。</p>
<p><b>關鍵績效指標B7.3</b></p> <p>描述向董事及員工提供的反貪腐培訓。</p>	<p>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72頁。</p>

關鍵績效指標	2025年
<b>層面B8：社區</b>	
<p>一般披露</p> <p>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59頁。</p>	
<p><b>關鍵績效指標B8.1</b></p> <p>重點捐獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。</p>	<p>我們根據各核心品牌—新秀麗、TUMI及American Tourister—各自的全球可持續發展定位以及我們的可持續發展策略，制定企業捐贈的重點方向。品牌團隊獲賦能選擇通過以下三種主要活動，支持使命與有關主題一致的非營利合作夥伴：捐贈資金、實物產品捐贈以及員工義工服務。更多信息請參閱第59頁。</p>
<p><b>關鍵績效指標B8.2</b></p> <p>就重點範疇所捐獻的資源（如金錢或時間）。</p>	<p>更多信息請參閱第59頁。</p>

# 氣候相關風險報告

此次披露乃在新秀麗集團此前披露的氣候相關財務披露工作組 (TCFD) 聲明基礎上進行，旨在符合香港聯交所在D部分：氣候相關披露中列明的披露義務，該等標準與國際財務報告準則可持續發展標準基本一致。新秀麗集團以《國際財務報告準則比較：國際財務報告準則第2號—氣候相關披露與2024年11月發佈的TCFD建議》為基礎，並提升其先前的TCFD披露內容，以確保與國際財務報告準則及香港聯交所披露要求保持一致。這是因為由國際可持續準則理事會發佈的《國際財務報告準則第2號—氣候相關披露》，已整合並與TCFD發佈的四項核心建議及11項推薦披露內容保持一致。

儘管本報告包含了新秀麗集團認為可能對我們及我們的持份者具重要性的氣候相關風險信息，但任何此類議題的重要性，或其被納入本報告的事實，均不應被視為該等議題已達到為遵守適用證券法律法規或其他報告框架所設定的財務重要性標準。新秀麗集團已識別出與我們業務相關的主要氣候相關風險與機遇。我們持續關注不斷變化的監管環境，並持續評估已識別出的氣候相關風險與機遇對我們業務的重要性。截至目前，我們尚未認定該等風險已對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大影響。

## 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。

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。

我們的行政總裁負責監督審查我們業務面對的氣候相關風險與機遇（包括考慮與風險和機會相關的權衡），並持續監察氣候風險管理措施的進展。行政總裁參與了本公司2025年初始氣候目標及近期科學基礎減量目標的制定工作，該等目標已通過科學基礎減量目標倡議 (SBTi) 的驗證並作為本公司策略的一部分。行政總裁亦確保本公司持續監察各項目標的進展，並不時對目標進行調整。

行政總裁負責監督高級管理團隊，該團隊負責確立我們的可持續發展願景、批准相關策略，並確保各部門對各項計劃的落實執行。此外，行政總裁亦直接督導我們的副總裁兼全球可持續發展主管的工作，該主管與公司各部門的高層領導協調合作，負責制定我們的氣候策略並監督相關策略的執行情況。我們的副總裁兼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，並監督本公司實現減碳目標及氣候風險管理的進展。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。

董事會至少有一名成員具備環境議題方面的專業能力，該成員曾於一家接受環境審查並推進可持續發展轉型的機構任職，從而具備相關經驗。

#### b) 描述管理層在評估及管理氣候相關風險與機遇的角色。

新秀麗集團的副總裁兼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，以確定新秀麗集團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、副總裁兼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。

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兼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。

副總裁兼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。新秀麗集團生產廠房、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。

當識別特定的氣候風險時，內部審計副總裁及／或副總裁兼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，新秀麗集團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。

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。儘管氣候變化是新秀麗集團的一項重要可持續發展議題，這一點已得到我們2023年雙重重要性評估的證實，但新秀麗集團認為，沒有必要通過財務激勵措施以推動我們的團隊去達成可持續發展目標。

## 風險管理： 機構如何識別、評估及管理氣候相關風險

### a) 描述機構識別和評估氣候相關風險的流程。

新秀麗集團已於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地位。此外，新秀麗集團副總裁兼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。

2025年，新秀麗集團聘請了一家專業諮詢公司，利用氣候情景分析來評估並識別可能對我們的業務產生重大財務或策略影響的氣候相關風險與機遇。此次合作在我們2022年情景分析的基礎上進行，並遵循國際財務報告準則及氣候相關財務披露工作組 (TCFD) 的建議。相關風險與機遇在與全球可持續發展團隊商討後確定。

#### 轉型氣候風險與機遇識別

2025年，新秀麗集團評估了在向低碳經濟轉型過程中可能出現的潛在風險與機遇。此次評估採用了三個時間跨度 (短期 / 當前、中期 (至2030年) 及長期 (至2050年))，該等時間維度結合了新秀麗集團的氣候目標及資產生命週期。同時，評估還參考了綠色金融體系網絡提供的三種氣候情景。本次分析不僅涵蓋我們自身的營運，亦更廣泛地延伸至整個價值鏈，並深入探討政策與法律、技術、市場及聲譽等各類風險。同時，分析亦識別出與資源效率、能源結構、產品與服務、市場及韌性相關的各類機遇。

#### 情景

- 碎片化世界情景假設全球各國在氣候政策響應上出現延遲及分化，從而導致較高的實體風險及轉型風險。設定淨零排放目標的國家僅能部分實現其目標 (達成80%)，而其他國家則繼續沿用當前的政策。
- 延遲過渡情景假設年度排放量將於2030年後才開始下降。2030年之前不會出台新的氣候政策，而各國及各地區的行動力度將取決於當前已實施的政策，並因此存在差異。
- 2050淨零排放情景旨在通過嚴格的氣候政策與技術創新，將全球變暖幅度控制在1.5°C以內，並於2050年前後實現全球二氧化碳淨零排放。

#### 實體氣候風險識別

2025年，新秀麗集團針對實際及潛在的實體氣候風險進行了情景分析，分析範圍涵蓋我們的資產組合 (78項核心資產) 及部分價值鏈地點 (22個核心供應商地點)。該分析針對當前 (短期) 及兩個未來的時間跨度 (中期 (至2030年) 及長期 (至2050年)) 展開，並綜合考慮財務報告週期、氣候目標及資產使用年期等因素。情景分析採用了聯合國政府間氣候變化專門委員會 (IPCC) 第六次評估報告中的共享社會經濟路徑 (SSP) 排放情景，評估資產面對慢性和急性氣候相關災害的風險程度及脆弱性，並探討現有應對準備系統的穩健性。

## 情景

- SSP5-8.5假設未來溫室氣體排放量極大且將持續攀升至2100年，並伴隨日益嚴重的實體氣候變化影響。到2050年，二氧化碳排放量大致將會較當前水平翻倍，而到2100年，全球變暖超過4°C的概率將超過50%。
- SSP2-4.5假設社會、經濟和技術發展趨勢不會顯著偏離歷史模式；該情景描繪了本世紀中葉後溫室氣體排放量持續下降、實體影響減小的未來情景。到2100年全球變暖程度控制在3°C以內的概率將超過50%。

對於實體和轉型氣候相關風險評估，新秀麗集團基於氣候模型的風險數據考量風險發生概率，並通過與關鍵業務職能代表的溝通評估其脆弱性——以確定潛在影響程度。針對每項實體氣候災害（如洪水、野火、熱壓力等）或已識別的轉型風險與機遇，我們將風險評分與基於利益相關方意見的脆弱性評分相乘，得出風險評分。該評分體系使我們能夠識別出需要重點關注的風險與機遇。

## b) 描述本機構管理氣候相關風險的流程。

通過將氣候相關風險及其他ESG風險與傳統業務風險並列處理，我們將可持續發展融入我們的企業風險管理（ERM）流程。內部審計副總裁與副總裁兼全球可持續發展主管共同協調風險識別與緩解工作，協同設施管理人員及企業團隊共同應對實體風險與轉型風險。相關評估結果將納入本公司整體年度風險評估體系，並正式提交審計與風險委員會及董事會，以確保治理監督機制有效運行。通過重要性評估與季度可持續發展績效追蹤，我們將ESG考量進一步融入新秀麗集團的風險監控與決策體系。

管理已識別氣候風險的責任由一名或多名「風險負責人」承擔。這些風險負責人需與內部審計副總裁及 / 或副總裁兼可持續發展全球負責人協商，針對所有被評定為中等風險或高風險的氣候風險制定風險管理措施，並落實商定的措施。

我們為所有公司自有及重要租賃設施投保財產保險，並為大部分業務營運購買營業中斷保險，以幫助減輕受保風險（如風災或水災）的損失。

**策略：**  
氣候相關風險與機遇對本機構業務、策略及財務規劃的實際與潛在影響

**a)** 描述本機構在短期、中期和長期內已識別出的氣候相關風險與機遇。

新秀麗集團於2025年開展了最新氣候相關情景分析，旨在評估實體氣候風險及向低碳經濟轉型可能對本集團產生的影響。該分析涵蓋三個時間跨度，並基於以上所述的多個氣候情景進行詳細論述。以下所列為評分最高的風險與機遇：

#### 實體氣候風險分析

以下反映了在高排放情景下，中期內識別出的最重大風險（綜合考慮受影響資產數量及風險評分）。

氣候災害	風險評分 <sup>1</sup>	時間	潛在影響
熱壓力	高	在高排放情景下，到2030年的最高風險	極端高溫事件可能因引發停電和設備故障而影響營運，導致更高的業務中斷成本。持續高溫還對員工健康與安全構成威脅，尤其影響在非空調環境或戶外工作的員工。熱浪風險主要影響基礎設施和能源系統，而熱壓力風險則關乎員工福祉，二者對維持營運連續性和保障勞動力安全均至關重要。
熱帶氣旋	高	在所有時間跨度和排放情景中為第二高風險	熱帶氣旋可能因強風暴雨導致建築外牆、屋頂系統及標識受損，從而嚴重影響營運。洪水可能使設施停運數日，延誤庫存週轉和區域配送。儘管應急措施可縮短停工時間，但仍可能產生恢復成本、發運產品積壓及客戶服務延遲等問題。恢復正常營運還可能需要人員加班。
暴雨洪水	高	在高排放情景下，到2030年為第三高風險	暴雨洪水可能會破壞基礎設施及週邊通道，從而影響營運。洪水可能阻礙人員進出倉庫或配送中心，延誤貨物運輸，並中斷生產計劃。這些干擾可能導致保險費率上升、維修成本增加以及因業務中斷造成的收入損失。若延誤持續，還可能因未能滿足客戶期望而導致聲譽受損。

<sup>1</sup> 風險評分與我們的企業風險管理類別相對應：極低、低、中等、高和極高。

## 轉型氣候風險與機遇分析

氣候風險類型	風險評分 <sup>1</sup>	時間	潛在影響
市場	中	在短期至中期內為最高	新秀麗集團可能面臨直接營運成本上升的壓力，因為全球向低碳經濟轉型的努力推高了電力和天然氣等傳統能源的價格。政策驅動的措施（包括碳定價、化石燃料補貼的逐步取消以及使用可再生能源的強制要求）預計將增加高排放能源的使用成本。在淨零排放情景下，影響可能最為顯著。
市場	中	在中長期內為最高	新秀麗集團面臨因低碳轉型導致的原材料成本上漲帶來的市場風險。監管壓力與消費者訴求可能推高採購成本，尤其當供應商將脫碳成本轉嫁給企業時。氣候變化引發的資源短缺與環境變化可能進一步推高價格，影響利潤率並迫使供應鏈調整。在淨零排放情景下，上述影響可能最為顯著。
政策與法律	中高	長期最高	更嚴格的監管措施（包括產品標籤規定、報告要求以及涵蓋排放和支持循環經濟的相關標準）可能對新秀麗集團產生影響。監管要求可能包括生產者延伸責任（EPR）制度，該制度要求生產商對產品生命週期末端管理承擔更大責任，並鼓勵可持續創新與產品設計。在淨零排放情景下，相關影響可能最為顯著。

氣候機遇類型	風險評分	時間	潛在影響
產品與服務	高 - 極高	長期（2050年）最佳	消費者對氣候變化的日益關注正推動需求轉向可持續、透明且對環境影響較小的產品。這種消費預期的轉變，疊加環保相關的監管發展，為新秀麗集團帶來了重大機遇，幫助其擴大市場份額並推動收入增長。在淨零排放情景下將產生最大影響，但在碎片化世界情景與延遲過渡情景兩種情境下，相關衝擊同樣不容小覷。
能源來源	中高	長期（2050年）最佳	整合低排放能源是新秀麗集團降低直接能源採購成本的契機，同時可減少新秀麗集團因低碳轉型導致的能源成本波動風險。在淨零排放情景和延遲過渡情景下，將產生最大影響。
產品與服務	中高	長期（2050年）最佳	隨着消費者偏好轉向可持續消費，預計這種偏好轉變將推動以再利用、翻新和回收為核心的循環商業模式的發展。通過擴大循環產品供應，新秀麗集團有望滿足不斷變化的消費者需求。在淨零排放情景下將產生最大影響。

<sup>1</sup> 轉型風險與機遇的評分分為低、中低、中、中高和高五個等級。

## b) 描述氣候相關風險與機遇對本機構業務、策略及財務規劃的影響。

新秀麗集團針對氣候相關風險與機遇的策略，通過氣候轉型規劃予以落實。我們已制定經SBTi批准的氣候目標，並制定及推進各項措施——同時考慮影響自身營運及供應鏈的機會——以減少排放、降低風險並把握機遇。新秀麗集團持續優化氣候轉型計劃，其中主要依賴於擴大產品中可持續物料的應用規模，並推進更多循環解決方案。我們正通過全球可持續發展團隊積極探索相關路徑。

新秀麗集團制定的氣候目標及推進路徑，與我們宏大的氣候願景相契合，並能緩解營運足跡範圍內因碳稅、碳費或排放交易計劃可能引發的風險。

目標	實現路徑
在所有自有營運中持續使用百分百可再生電力，包括公司所有自營零售門店、製造與配送設施及辦公場所。	我們已實現並持續保持百分百可再生電力供應。 <sup>1</sup>
以 <b>2023</b> 年為基準年，到 <b>2030</b> 年將範圍 <b>1</b> 及 <b>2</b> （基於市場）的絕對排放量減少 <b>42%</b> 。	對於我們自有及自營的零售門店、生產與配送設施及辦公場所，我們鼓勵團隊持續發掘並實施節能降耗與可再生電力應用方案。為此，我們於2025年啓動《可持續建築指南》的制定工作，旨在為我們全球的內部合作夥伴提供統一指導。該指南與我們的範圍1和範圍2減排目標相契合，並基於最佳實踐制定——其中部分方案已在現有資產組合中實施。該指南強調節能項目的重要性，鼓勵定期評估現場可再生能源選項，並通過當地公用事業公司及綠色電力計劃採購可再生能源，同時兼顧其他可持續發展考量。
以 <b>2022</b> 年為基準年，到 <b>2030</b> 年將單位毛利對應的購買商品與服務的範圍 <b>3</b> 排放強度降低 <b>52%</b> 。購買商品與服務（我們範圍 <b>3</b> 排放類別 <b>1</b> ）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 <b>3</b> 排放總量的 <b>80%</b> ，是我們整體足跡的最大組成部分。	我們與全球供應商和合作夥伴構成的價值鏈合作，共同完成原材料採購、產品製造及配送。公司溫室氣體（GHG）排放量中絕大部分（99%）屬範圍3排放，其中約87%源自原材料開採、加工及產品製造環節。 <ul style="list-style-type: none"> <li>為降低產品溫室氣體足跡，我們正着力在我們的產品中採用再生物料，包括再生塑料和鋁材。用再生可替代物料替代原生物料可顯著降低產品的碳含量。</li> <li>我們正要求供應商進一步縮減其生產足跡。</li> <li>我們持續與供應商共同推進「負責任之旅」，呼籲他們協助開拓再生物料新來源、增加可再生能源使用、降低碳足跡，並提升其在社會合規計劃中的表現。</li> </ul>

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

新秀麗集團還制定了更廣泛的應對氣候變化潛在影響的策略。

### 產品與服務

隨着消費者日益傾向於選擇環保品牌，若企業因應對氣候變化不力而聲譽受損，將可能對產品銷售產生負面影響。這影響着我們產品的設計、生產和營銷方式。我們正積極創新行李箱產品設計，以降低其隱含碳足迹，以滿足消費者日益增長的低碳足迹產品需求。2023年，我們推出全新產品可持續性框架，聚焦三大核心領域：可持續物料、循環利用及產品碳足迹。

我們還開展了一項詳盡而扎實的再生物料使用路線圖規劃，明確了到2030年計劃在核心產品系列關鍵部件中採用的再生物料種類，並模擬了由此帶來的溫室氣體減排效益。在日益增多的產品中，我們正用再生物料替代原生物料，從而減少物料管理環節相關的溫室氣體排放。

我們持續聚焦在我們的產品中採用再生物料。2025年，約40%的銷售淨額來自含有部分再生物料的產品。同時，我們正着力提升產品的可持續性，重點加強耐用性、可維修性和可回收性；隨着消費者在購買決策中日益重視環保因素，我們相信這些措施將幫助我們擴大市場份額。

### 上 / 下游價值鏈

我們在供應鏈和價值鏈中識別出的風險包括：因洪水和熱帶氣旋等因素導致的供應鏈中斷。約四至五年前，得克薩斯州遭遇寒潮，影響了我們的一名供應商，導致原材料價格飆升。為應對該風險，我們正探索降低供應中斷引發連鎖反應的策略，包括構建供應商網絡冗餘機制及優化原材料需求預測。

### 營運

氣候事件曾對資產和營運造成影響。極端高溫曾對全球製造、配送及倉儲基地的營運造成影響。此外，極端降水曾在我們整個網絡中造成輕微營運影響，主要源於對社區及員工的廣泛影響。2024年，喬治亞州維達利亞市的TUMI配送中心遭受颶風海倫侵襲。該地區因電力中斷和缺水陷入全面癱瘓—包括眾多員工居住的社區。來自佛羅里達州傑克遜維爾配送中心的新秀麗員工迅速行動，駕駛滿載物資的卡車往返維達利亞兩趟，每次耗時五小時，為當地團隊及其家屬運送飲用水、食品、嬰幼兒及寵物食品以及清潔用品。新秀麗集團為所有自有及重要租賃設施投保財產險，並為多數業務營運購買營業中斷保險，以幫助減輕受保風險的損失。

從氣候轉型角度來看，通過整合低排放能源來應對潛在能源成本上漲的影響，為新秀丽集團提供了降低能源採購直接成本的機會，並減少了新秀丽集團因低碳轉型導致的能源成本波動風險。短期內，我們正積極推進設備能效升級及現場可再生能源發電建設。2025年我們制定了可持續建築指南，為全球設施提供統一方向，強調節能項目的重要性，鼓勵定期評估現場太陽能可再生能源方案，並通過當地公用事業公司及綠色電力計劃採購可再生能源。

**c)** 描述本機構策略的韌性，同時考慮不同的氣候相關情景，包括**2°C**或更低溫度下的情景。

2025年，新秀丽集團開展了一項氣候相關情景分析（詳見《風險管理》章節），該分析有助於評估企業應對氣候變化潛在影響的韌性。情景分析的核心假設已在《風險管理》中闡述（請參閱第43頁）；新秀丽集團將持續進行氣候風險評估，並據此調整應對氣候變化潛在影響的策略。

就實體氣候風險情景分析而言，新秀丽集團的策略在所有評估情景和時間跨度中均展現出一定的韌性。已識別實體風險等級從低到高不等，但本次評估所選資產或供應商均未發現極高風險。基於2025年分析結果，新秀丽集團面臨的主要實體氣候風險包括熱壓力、暴雨洪澇及熱帶氣旋，尤其在高排放情景和中期（2030年）時間跨度下更為顯著。儘管這些災害可能影響營運、員工健康並破壞供應連續性，但新秀丽集團已建立相應規程與應對措施（如調整輪班時間表、提高製冷能力），並正將氣候情景納入營運規劃，以應對不斷演變的風險。我們持續投入抵禦氣候變化的基礎設施建設、供應鏈風險管理及應急準備工作，旨在增強抗風險能力，最大限度降低氣候相關實體災害對我們財務和營運的潛在影響。隨着全球氣候風險加劇，公司通過主動應對策略，有效保障資產安全、員工福祉及長期業務表現。

就轉型情景分析而言，新秀丽集團的策略在所有評估情景中均展現出一定韌性，已識別的轉型風險被評估為極低至中等水平，且未發現關鍵性或極高風險。在中長期（2030-2050年）淨零排放情景下，風險表現最為突出。儘管向低碳經濟轉型可能影響營運成本、供應鏈穩定性及合規要求，但預計對新秀丽集團財務表現的影響可控。這是因為我們在可再生能源、供應鏈策略及可持續產品開發方面的持續投入，增強了應對已識別氣候相關風險的韌性。新秀丽集團的韌性建立在三項支柱之上：強有力的舒緩措施、情景分析規劃的應用，以及對可持續發展領導力與韌性規劃的承諾。隨着氣候政策、市場動態及利益相關方期望的演變，我們需持續評估氣候相關風險與機遇的潛在財務影響，並監測新秀丽集團所面對的風險。

**d) 描述氣候相關風險的識別、評估和管理流程如何與本機構的整體風險管理制度相結合。**

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。副總裁兼全球可持續發展主管定期與新秀麗的地區總裁會面，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兼全球可持續發展主管協商，以確保適當考慮氣候風險。

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。

指標及目標：用於評估和管理與氣候相關風險與機遇的指標和目標

**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。

#### GHG指標

新秀麗集團將GHG指標納入其氣候策略的一部分進行審查，並自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。

我們根據《溫室氣體議定書》的標準和指南中的指引編制了我們的範圍1、2及3 GHG排放量。

#### 內部碳價

新秀麗集團目前認為毋須採用內部碳價來推動環境政策及目標的實施。在一項堅定持久的承諾推動下，可持續發展已深植於本公司的企業文化及營運之中，超越單純的經濟激勵因素。

**b)** 披露範圍1、範圍2及（若適用）範圍3溫室氣體（GHG）排放量及相關風險。

我們於**2025**年的範圍1及2 GHG足跡如下：

- 範圍1：2,623公噸CO<sub>2</sub>e
- 範圍2：0公噸CO<sub>2</sub>e（基於市場）

我們2024年11類排放物範圍3足跡為694,934公噸CO<sub>2</sub>e。有關更多資料，請參閱第42至43頁。

**c)** 描述本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。

於2025年3月，我們的科學基礎減量目標獲得正式認證。

我們的目標包括：

- 繼續在我們所有自身營運中使用百分百可再生電力<sup>1</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（基於市場）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>2</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。

兩項GHG排放目標均涵蓋二氧化碳、甲烷(CH<sub>4</sub>)及氧化亞氮(N<sub>2</sub>O)。有關我們在實現該等目標方面的進展及路徑的更多詳情，請參閱「策略」一節。

<sup>1</sup> 我們通過現場太陽能發電、綠色電力計劃及購買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。

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

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。

© 新秀麗集團有限公司 2026年  
版權所有。

未得新秀麗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 新秀麗集團有限公司  
設計 BRODIE Consulting