

Sams^onite

新秀丽国际有限公司

股份代号: 1910



负责任之旅

2023

可持续发展摘要

欢迎

欢迎参阅新秀丽2023年可持续发展摘要报告。本报告分享了我们负责任之旅至今获得的一些经验、见解、里程碑与进展。由衷感谢所有辛勤付出、同舟共济的同仁、合作伙伴及供应商。

请点击以下网站浏览完整环境、社会及管治报告：
corporate.samsonite.com/zh/sustainability

“由于新秀丽的规模及影响力，我们相信可持续发展不仅仅是一项责任，更加是一个让我们透过整条价值链为员工和地球带来有意义的改变，并引领行业转型的机会。”

Kyle Francis Gendreau
行政总裁



“自我们启动负责任之旅以来，我们已经完成了很多出色的工作，我相信最好的就在前方。我能够看到已经打下的基础，感受到我们策略的动力，并理解其为我们的员工带来的使命感。”

Marina Dirks
副总裁兼全球可持续发展主管



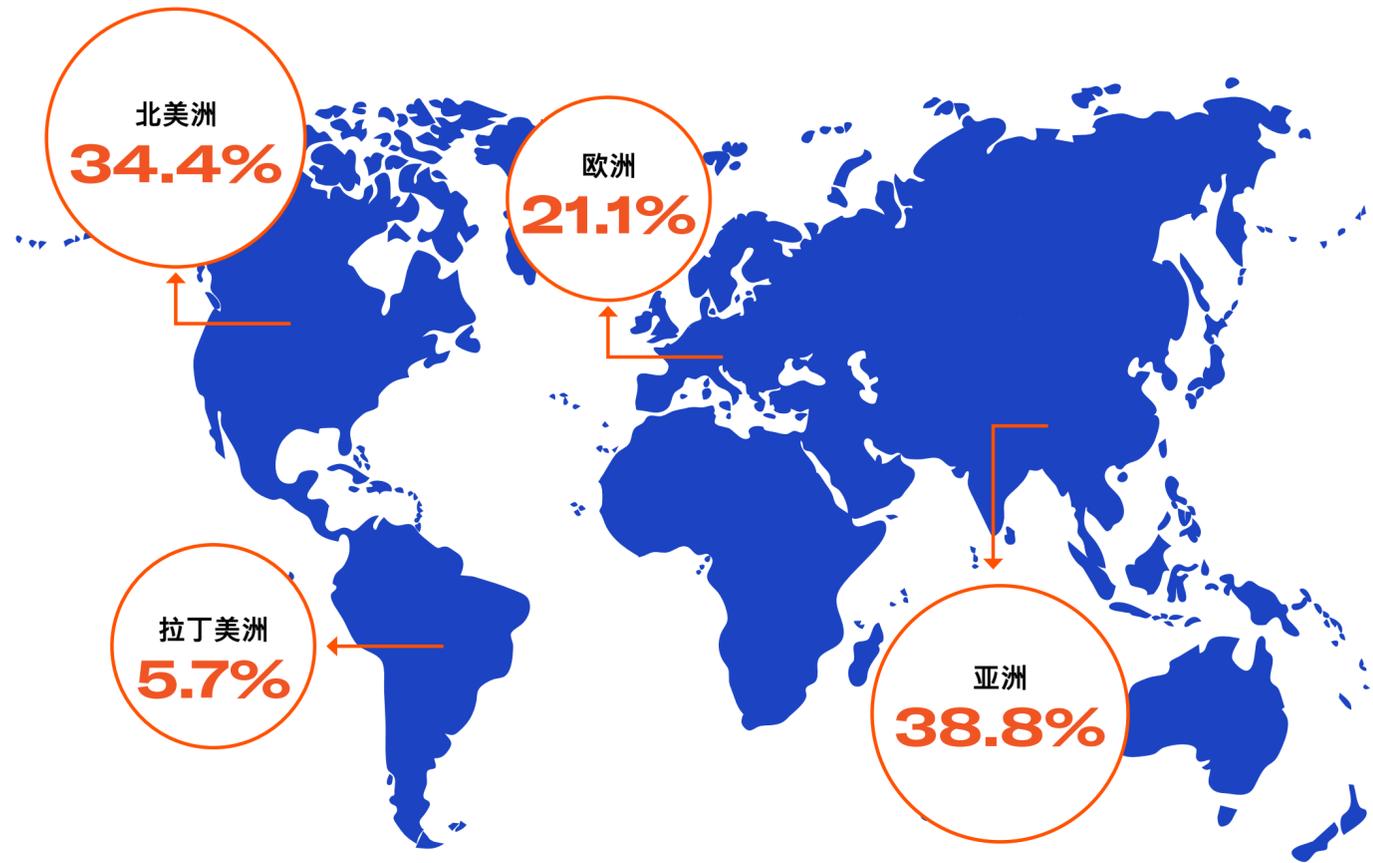
关于新秀丽

新秀丽国际有限公司（“本公司”，连同其综合附属公司统称为“本集团”）的悠久历史可追溯至1910年，是全球时尚箱包行业的翘楚，并且是全球最著名、规模最大的行李箱公司。本集团主要在全球从事设计、制造、采购及分销行李箱、商务包及电脑包、户外包及休闲包以及旅游配件，旗下品牌主要包括新秀丽®、Tumi®、American Tourister®、Gregory®、High Sierra®、Lipault®及Hartmann®品牌以及其他自有及获授权的品牌。

我们约有**12,100**名全职同等员工分布于世界各地**40**多个国家，我们凭借创造标志性设计的历史以及品质、耐用性及创新的强大传统，引领行业。

随着我们在负责任之旅中不断前进，我们将继续投资开发新物料，推进更高效的制造流程，提高产品的可修复性及更具可持续性的产品系列。

按地区划分的销售净额



3个

生产厂房及

32个

配送中心及仓库

1,052家

自营零售店

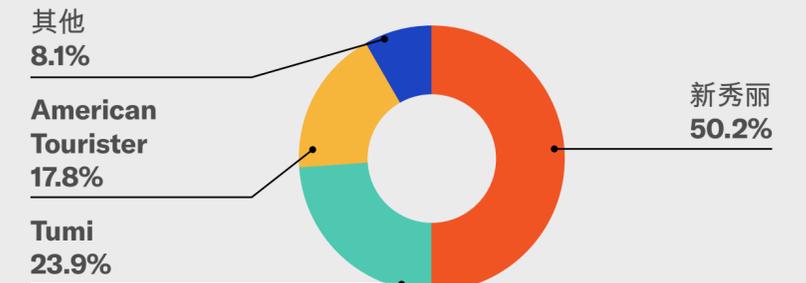
约有

12,100名

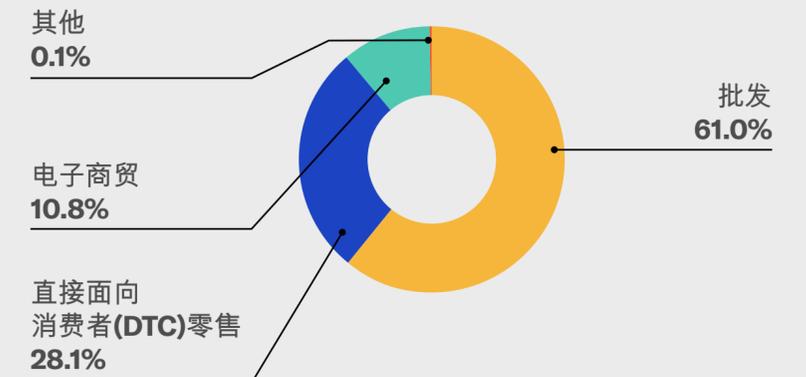
全职同等员工
分布于世界各地
40多个国家

2023年综合销售净额：3,682.4百万美元

按品牌划分的销售净额



按渠道划分的销售净额



按产品类别划分的销售净额



我们的历史



1910年

Jesse Shwayder于1910年在科罗拉多州丹佛市创立新秀丽。



1958年

Silhouette行李箱以耐用性为先，采用嵌入式配件，可防止磨损。



1986年

新秀丽推出屡获殊荣的Oyster—第一个带有三点式锁扣系统的行李箱。



2004年

新秀丽推出四轮行李箱，改善了旅客的机动性及便利性。



2014年

收购Lipault及Gregory。



2017年

发布第一份ESG报告。

2019年

推出新秀丽的S'Cure Eco行李箱，这是我们第一个外壳由至少85%消费后回收的聚丙烯制成的行李箱。



2022年

新秀丽庆祝位于新加坡开业新的品牌开发及采购中心。

1941年

透过圣经人物三松选取“新秀丽”为商标以表达品牌的强度及耐用性。



1973年

新秀丽漩涡标志面世。它的四片叶子代表新秀丽在四大洲的业务。

1993年

收购American Tourister, Inc.。



2012年

收购High Sierra及Hartmann品牌。



2016年

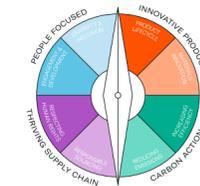
收购全球领先的高端时尚品牌Tumi。

2018年

我们推出Recyclex™商标。

recyclex™

负责任之旅



2020年

推出新秀丽可持续发展策略—负责任之旅及2025年/2030年目标。

2023年

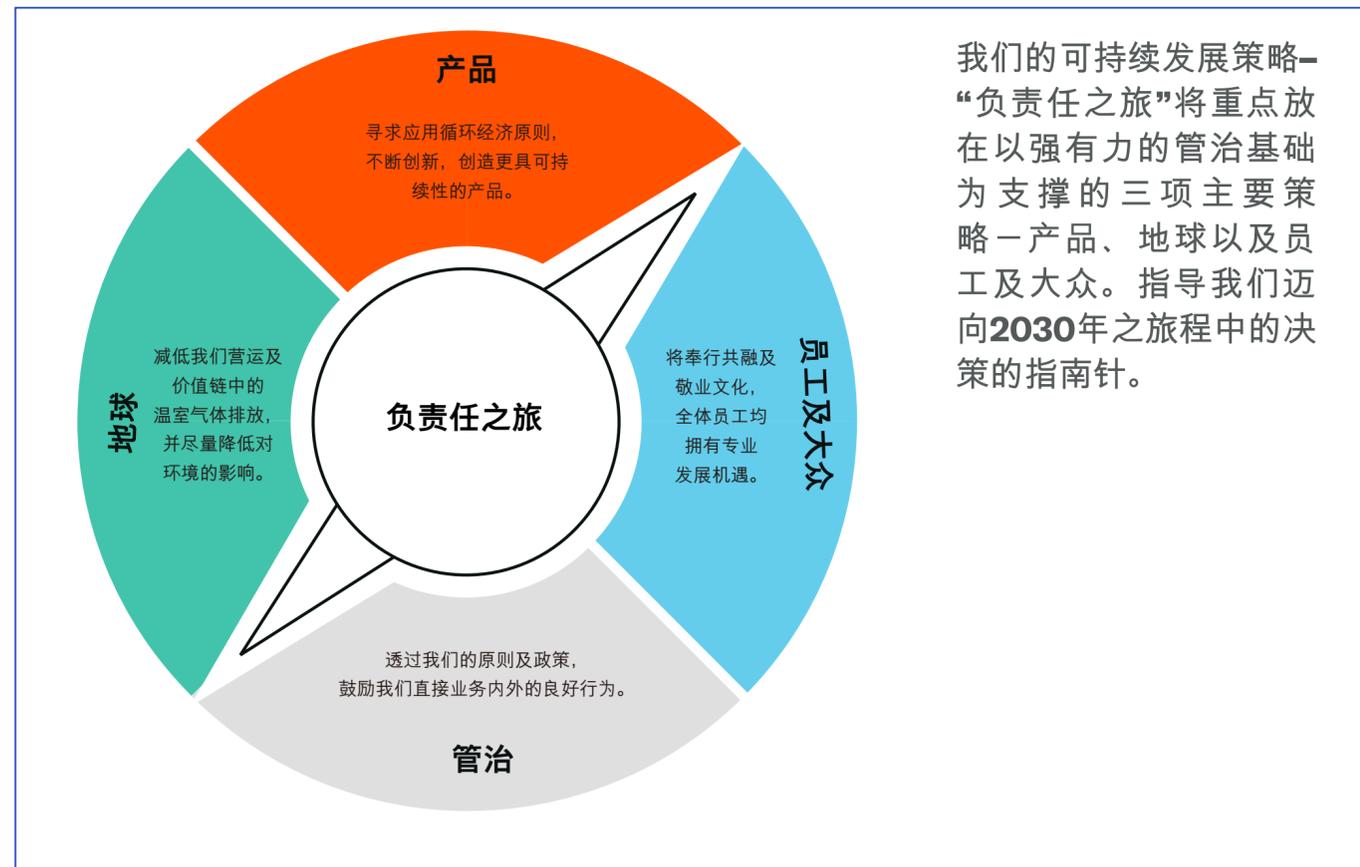
我们的产品组合迄今为止最具可持续性，同时我们正在努力进一步提升再生物料的使用、可修复性及耐用性，并为客户提供使用周期结束解决方案。

我们的可持续发展策略

可持续发展优先事项

于2023年，我们进行了“双重重要性评估”，此过程有助我们确认我们的业务对员工及环境的重大影响，以及可能影响我们财务表现的重大可持续发展层面。以下为最重要的议题（按字母表顺序）：商业行为；循环经济；适应气候变化；多元与共融；能源管理；温室气体排放/减缓气候变化；塑料使用及处理；产品质量及安全；可追踪性；及工作条件及人权。

在多种情况下，评估结果强调了我们的“负责任之旅”下的重点领域。自我们最初启动策略以来，我们亦看到一些主题在过去五年中已不断成熟及提升。这些结果将用于检讨和完善可持续发展策略和目标。



我们的可持续发展策略—“负责任之旅”将重点放在以强有力的管治基础为支撑的三项主要策略—产品、地球以及员工及大众。指导我们迈向**2030**年之旅程中的决策的指南针。

落实我们的策略

我们具备有效的管治模式来管理我们全球品牌及区域的可持续发展。我们的行政总裁倡导可持续发展计划，我们的董事会及高级管理团队在行政总裁的引领下制定愿景及大方向。我们的副总裁兼全球可持续发展主管直接向行政总裁汇报，并负责制定我们的策略并领导我们计划的实施及沟通，同时协调并使企业内外各持份者参与其中。我们的全球可持续发展委员会制定及建议策略和目标，监督我们可持续发展措施的执行，并确保各地区、职能部门和品牌一致执行。委员会获多个专家团队支持：产品可持续发展工作小组、可持续发展营销及通讯委员会及多元与共融事务委员会。



与供应商携手合作

新秀丽营业经已超过110年，与部分供应商的关系可追溯至数十年前。随着我们成长，他们也一起成长；随着我们更密切地关注工人的福利和工作条件等议题，他们与我们携手上路。供应商必须同意我们的《道德宪章》，当中载列我们对公平及安全工作场所的承诺。已签署《道德宪章》的所有制成品与部分原材料及零件供应商都同时成为新秀丽的全球社会责任方案成员，通过定期审查和监督以支持他们遵守和实施宪章原则。此外，全球社会责任团队全年与内部持份者及供应商持续开展培训等各种活动，以进一步提高人们的认识，强调我们的重点要求。

产品

可持续物料目标

在我们的产品及包装中采用更多可持续性认证物料，以减低我们对环境的影响。

2023年进展

全球至少部分由再生物料制成的产品占销售净额约34%，较2022年的约23%有所提高。

产品可持续发展目标

通过应用设计创新及可循环性，不断提高产品的可持续性，同时最大限度地减少碳排放及浪费—重点关注可持续物料、耐用性及可修复性、使用周期结束及产品足迹。

2023年进展

我们已经建立了一个全球产品可持续发展框架，聚焦于三个关键影响领域：可持续物料、可循环性及产品足迹。

产品可持续发展是我们可持续发展工作的重心。最具可持续性的产品是经久耐用的产品，而设计耐用、质量高、易于维修而非更换的产品一直是我们公司传统的一部分。我们对迄今取得的进展感到自豪，如推广使用可持续物料、提升可循环性及减少产品足迹。

2023年，我们已建立新的全球产品可持续发展框架，明确我们在三个关键影响领域：可持续物料、可循环性及产品足迹的愿景。这将有助于我们更好地评估我们在实现业务的可持续产品愿景及目标方面的进展。我们将在2024年继续制定这一路线图。

我们的产品可持续发展框架



产品可持续发展随着产品级别上升而提升

产品摘要

案例研究 循环解决方案－回收行李箱

我们在比利时及荷兰连续第三年举办回收行李箱推广活动，以鼓励客户与我们一起回收他们以前拥有的行李箱。如果客户带来任何品牌硬质行李箱，我们将对其外壳及拉杆进行回收，而客户获得新秀丽的新产品的代金券。今年，我们与社会企业AAROVA（一家为那些难以进入劳工市场的人提供就业机会的组织）合作拆解行李箱以供回收。回收的聚丙烯以及来自其他无法修复的箱子和来自我们实验室的物料已经过我们的研发(R&D)团队就重复使用进行测试。我们很高兴与大家分享，我们计划于2024年在欧洲推出一款含有该再生物料的限量版行李箱。



案例研究 可修复性

随着我们的供应商合作伙伴升级他们的回收线，我们现在能够为新秀丽ESSENS箱子生产一系列有吸引力的颜色，而且它们滚轮的设计易于拆卸、更换及维修：您仅需要一支笔就可以拆卸它们！

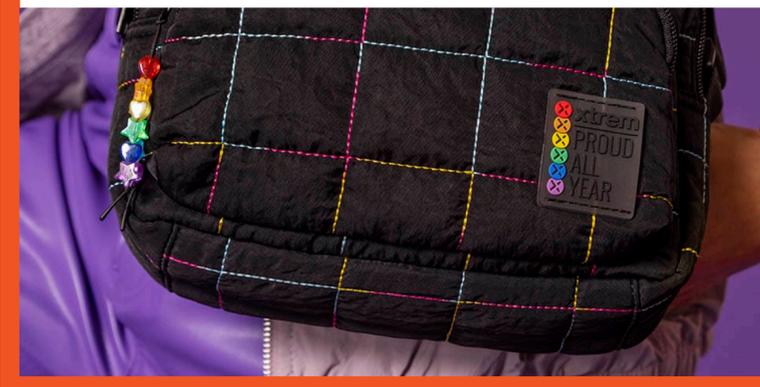
案例研究 可持续物料－TUMI 19 DEGREE

再生物料使用量按年稳步增长，同时仍通过我们严格的质量规定。作为示例，Tumi的19 Degree外壳现由超过90%的再生聚碳酸酯制成，而衬里、拉链带及伸缩布等若干其他部件则由再生PET(rPET)制成。



案例研究 XTREM PRIDE 精选系列

于2023年，我们在拉美推出全新的全年精选系列Xtrem Pride，衬里由百分百的消费后rPET制成。Xtrem采用了品牌的网格图案，并在每款箱包上用彩虹色进行了图形化处理：Aria背包上的渐变图案、Sara斜挎包上的多色绗缝以及Arlo单肩包上的软垫网面。



案例研究 产品足迹－GREGORY

于2023年，Gregory再次使用定制化的使用周期评估工具开发了对环境影响较小的产品，包括Miko & Maya单日徒步背包及Zulu & Jade高透气背包。



地球

可再生能源目标

用百分百可再生能源为我们的自身运营供电，并在**2025年前**实现我们自身运营的碳中和

2023年进展

在我们的自身运营中实现**百分百**可再生能源，较我们的目标提前了两年。

碳强度目标

与2017年基准相比，到2025年将自身运营的**碳强度降低15%**。

2023年进展

与2017年基准相比，自身运营的碳强度降低**85%**。

价值链排放目标

评估、追踪及支持减少**范围3**排放的行动。

2023年进展

除追踪及处理我们的**范围3**排放外，我们的行政总裁亦提出了我们对关键供应商与我们合作减少**范围3**排放的期望。

我们致力继续降低对环境的影响。于2023年，我们加快应对气候变化的行动，包括致力制定以科学为本的气候目标，实施能源效益及可再生能源措施，并采用针对气候的风险管理指引。我们亦持续采取措施降低资源耗用。

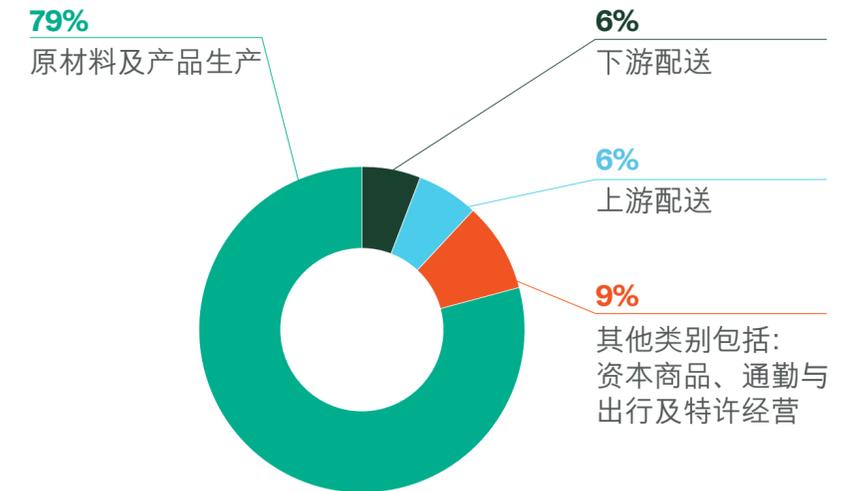
为实现进一步减少自身运营产生的**范围1**及**范围2**排放目标，我们将继续实施能效项目，如改装使用LED、升级供暖、通风及制冷(HVAC)系统以及改进各项流程，并使用**百分百**可再生能源。我们将继续通过进一步扩充现场太阳能电池阵列、参与绿色电力计划，以及购买可再生能源证书(REC)和能源属性证书(EAC)，继续就我们运营使用**百分百**可再生能源。

为实现我们减少供应商排放物的**范围3**目标，我们将与供应商合作，增加我们产品的再生成分，并尽可能用再生物料取代原生物料。我们的排放总量为549,377公吨CO₂e，其中**99%**以上的排放属于**范围3**。

案例研究 电动车车队

我们亦将**欧洲的大部分车队车辆改为电动车**，并鼓励员工选择环保的通勤方式，我们为比利时厂房的员工提供自行车租赁计划，并为比利时、巴西及马来西亚的团队提供补贴或免费公共交通服务。

范围3按类别划分的GHG排放物(2022年)*



* 由于2023年的数据于发布时尚未最终确定，我们在此引用2022年的**范围3**数据。

案例研究 太阳能

于2023年，我们进一步提升现场太阳能发电能力。我们杜拜的办事处现正部分使用现场太阳能供电，能源消耗减少**33%**。我们亦正在**乔治亚州维达利亚市**的Tumi配送中心开展一个**太阳能**项目，并在**印度纳西克市**的生产中心扩充现有太阳能装置。



员工及大众

性别平衡目标

到2030年，我们将确保女性占主管及以上级别的管理团队成员最少45%，以实现性别平衡。我们亦将努力维持全体员工的性别平衡。

2023年进展

截至2023年底，女性占主管及以上级别的员工的37%（较2022年上升1%），而女性占我们全体员工的**49%**。

专业发展目标

我们将确保于2025年所有员工均可获得专业发展机会。

2023年进展

我们提供一系列的教育机会以帮助我们的员工成长。除小组研讨会及网络研讨会外，我们还提供在线课程，我们的员工可以按照自己的节奏学习。

社会责任目标

我们将扩大我们现有的社会责任方案，以识别、缓解及补救业务的潜在负面人权影响。

2023年进展

我们正更新社会责任指引，支持实施《道德宪章》，并将于2024年完成此目标。

我们约有12,100名全职同等员工分布于世界各地40多个国家，我们希望确保新秀丽是一个欢迎所有人的地方，并创造一个帮助我们的团队共同成长和繁荣的工作环境及商业文化。

黄金法则—己所不欲，勿施于人—指导我们所做的一切。



案例研究

领导力发展培训

我们新推出的新晋领袖培训以中层人事经理为对象，帮助他们提高建立积极关系、激发参与热情和提高工作效率所需的基本技能。今年，每个地区都委任了一支团队作为当地的导师和大使。

案例研究

HIGH SIERRA 与 HOMELESS CONNECT TORONTO

新秀丽志愿者在2023年 Homeless Connect Toronto 活动中分发了**725个High Sierra Citypak**及**90个Swoop SG**儿童书包，该活动带来了如牙医、疫苗诊所、法律援助及住房服务等**100多项**免费服务及资源，共同支持多伦多无家可归的人士。



案例研究

员工参与及福祉

每年，我们举办多项活动支援雇员；以2023年为例，我们庆祝自信月(Pride Month)，提高对影响LGBTQ+社区议题的认识、促进相互接纳及性别平等。



展望未来—2024年的计划

产品

- 可持续产品—建立新的产品可持续发展框架，制定涵盖三个关键影响领域的目标及路线图：可持续物料、可循环性及产品足迹。
- 再生成分—在我们的产品中加速使用再生成分。
- 循环—在欧洲推出一款限量版行李箱，含有回收使用周期结束的行李箱物料。
- 可持续包装—开发内部可持续包装指引。

地球

- 能源效益—继续于可行时实施能源效益措施。
- 可再生能源—为营运维持百分百的可再生能源，在乔治亚州维达利亚市的配送中心落成另一个太阳能项目。
- **GHG**路线图—为自身营运（范围1和2）及供应链（范围3）制定一个与科学目标倡议标准相一致的近期以科学为本的减排目标。我们计划完成路线图后于2024年公布我们的目标。

员工及大众

- 员工体验—完善及扩展我们的全球员工体验策略。
- 性别平衡—推进我们的性别平等策略，以于2030年前实现我们的性别平衡目标。
- 人权—加强人权尽职审查工作。
- 企业捐赠—着手协调我们于全球的企业捐赠活动。

管治

- **ESG**指标—逐步改进我们的ESG指标并执行第三方预保证，以准备并满足新的报告要求。
- **ESG**资源—继续开发我们的内部ESG资源，并让我们的团队进一步参与。
- 可持续发展的沟通—进一步加强对内和对外沟通。



本报告之中文译本与英文版本如有任何差异，概以英文版本为准。

© 新秀丽国际有限公司2024年版权所有

未得新秀丽国际有限公司事先书面许可，不得以电子、机械、复印、录制或任何其他形式或方法，将本刊物的任何部分复制、储存于检索系统之内或传送。

出版新秀丽国际有限公司
设计BRODIE



请点击以下网站浏览完整环境、社会及管治报告：
corporate.samsonite.com/zh/sustainability

请使用以下电子邮件联系我们：
sustainability@samsonite.com