



新秀丽集团有限公司  
股份代号：1910

# 2025 年

摘要报告

# 负责任之旅



# 欢迎致辞

欢迎阅读新秀丽「负责任之旅」之**2025**年摘要报告。本报告分享我们于本年度如何加速落实多项可持续发展重点工作，从而打造更具可持续性、韧性及负责任的企业。

感谢所有一路与我们携手同行的员工、供货商及合作伙伴。

欲了解更多详情，请继续阅读，如需浏览2025年「负责任之旅」报告全文，请访问网站：[corporate.samsonite.com/zh/sustainability](https://corporate.samsonite.com/zh/sustainability)



「我们是全球最著名、规模最大的行李箱公司，并且是全球时尚箱包行业的翘楚，因此我们的规模让我们有机会创造最为深远的影响。我们运用创新能力，在物料、维修、耐用性等层面寻求更具可持续性的解决方案，并凭借我们的规模优势，逐步将其融入更多产品与品牌，扩大我们的影响力。」

**Kyle Gendreau**  
执行董事兼行政总裁

「回顾2025年，这是极为关键的一年，我们加速落实多项可持续发展重点工作。我们的努力一步步转化为深远和切实的影响。我们始终以产品为核心，在打造更具可持续性的品牌体验方面不断进步。」

**Marina Dirks**  
副总裁兼全球可持续发展主管

# 负责任之旅 — 关键里程碑



Jesse Shwayder在科罗拉多州丹佛市创立新秀丽，并采用「待人如己」的黄金法则作为本公司的指导原则。

**1910年**



推出SILHOUTTE行李箱，增强我们对耐用性的承诺。SILHOUTTE采用嵌入式配件，保护所载物件免于磨损。

**1958年**



收购American Tourister，成为我们价格亲民且质量卓越的行李箱品牌。

**1993年**



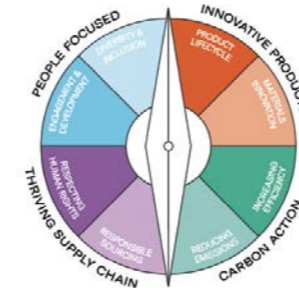
收购TUMI：我们旗下的经典高性能轻奢品牌，其产品持久耐用且易于维修。

**2016年**



新秀丽和TUMI推出采用从旧水瓶中回收的聚酯纤维制成的产品；此后，扩大并规模化地将其应用于衬里及外层织物中。

**2018年**



推出新秀丽集团可持续发展策略——「负责任之旅」，发布TUMI首款采用再生物料制作内部衬里与外壳的旅行箱系列。

**2020年**

在所有公司自有及自营零售店、生产及配送设施以及办事处中使用百分百可再生电力<sup>1</sup>，较目标日期提前了两年。

推出首款可由消费者仅需一支笔即可自行在家轻松维修滚轮的行李箱。

**2023年**

推出新秀丽Proxis Circular限量版行李箱，为我们首款采用由废弃食用油提炼的生物循环物料制成的产品。<sup>2</sup>

为新秀丽Proxis和Essens Circular限量版行李箱系列推出首个数码产品护照，为实现供应链全程可追溯取得重大突破。

发布荣获红点设计大奖双项殊荣的新秀丽Paralux，为我们首款在全球推出大规模融入多项领先产品可持续特质的系列。

**2025年**

**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。



**1976年**

开始向我们的客户提供维修服务以及居家维修指导。



**2003年**

发布新秀丽集团《道德宪章》，此为我们的供货商行为准则，阐明我们对打造公平且安全职场的承诺。《道德宪章》的制定参照了《联合国世界人权宣言》等全球公认公约与框架。

**2017年**

发布第一份可持续发展报告。



**2019年**

推出首款外壳采用自奶酪杯等生活垃圾中回收的消费后聚丙烯制成的新秀丽行李箱。



**2021年**

在比利时及荷兰试行首个行李箱回收计划，此后每年继续开展这些计划，并在亚洲等其他地区开展试点。

TUMI推出首个采用再生聚碳酸酯的19 Degree系列。

**2024年**

新秀丽和TUMI推出首款拉杆及外壳采用再生铝材制成的产品。

设定以科学为本的短期气候目标。

推出新秀丽ESSENS限量版，为我们首款真正实现循环利用的行李箱，其外壳采用回收的旧行李箱物料制成——向消费者推广可循环性理念。



<sup>1</sup> 通过现场太阳能发电、参与绿色电力计划及购买可再生能源证书(REC)共同实现。

<sup>2</sup> 采用国际可持续性和碳认证(ISCC) Plus质量平衡法。

# 我们的可持续发展策略

## 我们的企业宗旨

赋能每段旅程，推动世界进步。

## 我们的可持续发展愿景

利用我们的领导地位，为我们的行业开辟一条更加可持续发展的未来之路。

## 负责任之旅

我们于2020年推出「负责任之旅」全面可持续发展策略，该项策略以我们115年推陈出新的传统为基础。我们将其视作指导我们在迈向2030年旅程中作出决策的指南针及实现我们长远目标的途径。于2022年，我们完善制定策略框架的方法，将重点放在受强效管治的基础所支持的三项策略——产品、地球及员工及大众。于2023年，我们进行了一项双重重要性评估，以确认我们对最重大影响领域和风险的见解。在品牌和地区层面，我们亦投入时间完善2030年愿景和目标，并加强我们流程的问责制，为实现该等目标提供支持。于2024年及2025年全年，相关工作持续推进。

我们将继续完善策略及目标，以确保我们能够藉此实现2030年及未来愿景。



# 认可

连续第二年荣获

# TIME

2026年全球最佳可持续增长企业

在500家公司中排名第74位  
在零售、批发及消费品类别中排名第六



由A上调至AA



气候评级为B



企业管治特别嘉许奖

# 产品

## 目标及2025年进展

### 可持续物料

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。



### 2025年进展

- 约40%的销售净额来自含有部分再生物料的产品。

### 产品可持续发展

通过应用设计创新及可循环性，不断提高产品的可持续性，同时尽量减少碳排放及浪费。



### 2025年进展

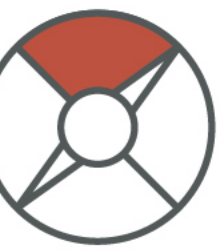
- 进一步完善产品可持续发展框架的要求和等级。
- 制定全球2030年维修愿景。
- 探索新的合作模式，处理美国特定配送中心产生的不可销售产品的处置问题。
- 完善关键产品部件在增加使用再生物料方面的进展追踪机制。

## 我们的方法

产品可持续性是我们可持续发展的核心要务，亦是我们的首要策略重点，帮助我们减少碳足迹，逐步实现**2030**年及未来愿景。同时，我们深知，可持续发展对客户日益重要，因此致力于让客户能轻松透过我们的品牌作出更环保的选择，同时在产品质量、性能与设计美学方面绝不妥协。

最具可持续性的产品是经久耐用的产品，设计耐用、优质且功能实用、易于维修而非更换的产品，始终是我们企业传承的核心。我们所用物料的选择与采购，以及探索更多循环解决方案，已成为我们的核心考虑，尤其是我们用量最大的物料塑料。

我们致力于加速扩大可持续物料在产品及应用中的规模，在逐步淘汰原生物料、推进循环解决方案的同时，始终确保产品耐用性，并持续减少碳足迹。



# 2025年摘要

## 耐用性

对于我们的品牌和地区而言，耐用性与质量均为所有产品的根本，也是我们产品可持续发展框架中不可或缺的一环。我们的许多制造合作伙伴皆设有现场实验室，针对各种箱包产品执行一系列高规格测试与验证，确保我们的产品能够承受严苛的使用环境并证明其长期使用的可靠性。



## 可持续物料

2025年，我们编制可持续物料指南，就关键物料的使用提供指引。我们已于2026年初开始向内部团队推行该指南，并与特定供货商展开试行。

## 再生物料

使用再生物料是推动我们业务去碳化的关键手段，并且我们继续专注于在所有品牌与地区的产品中采用再生物料。

## 可循环性及维修

2025年，我们为新秀丽Paralux系列引入了可维修的零件，让顾客能根据分步教学影片，在家中轻松更换行李箱滚轮或拉杆。我们亦透过公司直营维修中心、第三方合作维修点及遍及约80个国家的门店维修点提供维修服务。

## 使用周期结束及回收

由于塑料的使用与处置是新秀丽集团的重要议题，因此产品使用周期结束后的处理是我们构思产品生命周期时的关键考虑因素。2025年，我们扩大了合作范围，为收集与回收无法维修或再利用的产品寻求解决方案，将其转变为户外座椅及铺装产品，确保此类产品不会被运往堆填区。

我们持续评估各项措施的成效，并探讨如何协助更多顾客循环利用或重新使用我们的产品。

## 新秀丽Proxis与Essens Circular限量版

Proxis与Essens Circular限量版于欧洲研发、设计及制造，突破新秀丽在可持续行李箱领域的界限。

Proxis Circular 是我们首款采用生物循环物料的行​​李箱，这些物料衍生自生物来源的废料及残余物——例如废弃食用油。整体而言，Proxis Circular行李箱按重量计，生物循环物料及再生物料占总量合共达 65% (采用 ISCC PLUS 质量平衡法计算)。<sup>1</sup>

新秀丽Essens Circular限量版完美体现循环设计理念：外壳采用至少80%重量比例的再生物料，当中约 35% 为来自旧行李箱的再生聚丙烯。<sup>2</sup>



## 数码产品护照

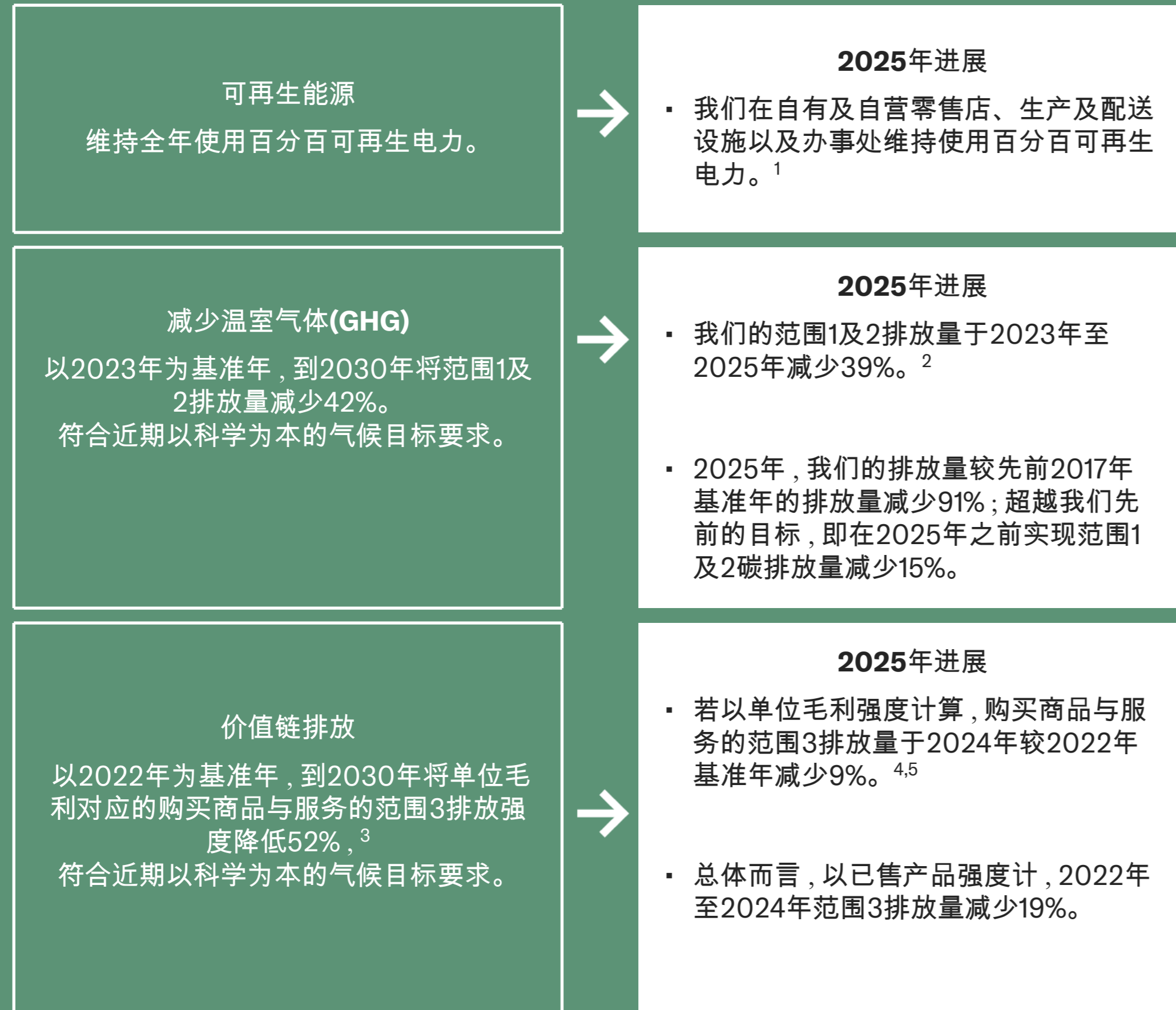
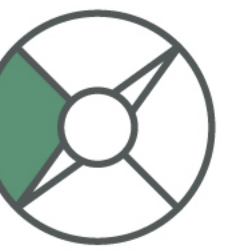
随着Essens Circular与Proxis Circular的推出，我们引进了首个数码产品护照。数码产品护照详列物料来源、再生物料、维修建议及使用周期结束处置方案，展现透明化管理理念。可透过每件产品内嵌的二维码，访问专属护照，获取产品数据，以及保养、维修与回收指引。

<sup>1</sup> 生物循环及再生物料的重量百分比适用于Proxis™ Circular Spinner 75型号。其他尺寸 (Spinner55及81) 的百分比将略有差异。

<sup>2</sup> 再生物料的重量百分比适用于Essens™ Circular Spinner 75型号。较小尺寸 (Spinner 55) 的百分比将略有差异。

# 地球

## 目标及2025年进展



### 我们的方法

2025年，我们继续致力推动能源管理、减缓气候变化与适应气候变化这三个我们持份者确定的重大地球议题上的工作。

本年度，我们在实现近期以科学为本的气候目标方面取得进展，该等目标已通过科学基础减量目标倡议(SBTi)的验证，涵盖我们的直接营运范畴并延伸至整个价值链。

除应对气候变化外，我们亦透过制订可持续建筑指南及可持续包装指南，进一步拓展可持续发展惯例的范围，同时推进多项节水及减废项目。

### 包装及附件

2025年，我们推出全面的可持续包装指南，以支持我们团队在设计及选择包装以及在与供货商合作时作出知悉、可持续发展的决策。该指南有助于确保与我们的可持续包装原则及更广泛的可持续发展策略保持一致。

作为该指南的一部分，我们将五种最常见的包装物料与一系列潜在解决方案进行对应，以应对其相关的可持续发展挑战。为支持落实执行，我们与主要持份者沟通，以提升其对该指南的熟悉程度，并确定近期落实执行的潜在机会。

<sup>1</sup> 我们通过现场太阳能发电、绿色电力计划及购买可再生能源证书(REC)达成这一目标。

<sup>2</sup> 减排百分比基于范围二市场基准排放量计算得出。

<sup>3</sup> 2022年为我们向SBTi提交目标供验证时可获取的范围3排放量数据的最近一年。

<sup>4</sup> 按每单位毛利计算的强度基准，指于各财政年度内与本公司采购的商品及服务相关的二氧化碳当量排放量（以公吨计），除以本公司于该财政年度的毛利。

<sup>5</sup> 为确保报告数据的准确性，我们的范围3数据采用延迟一年呈报机制，以便使用实际公司数据并尽量减少估算。

# 2025年摘要

## 营运排放：范围1及2

对于我们自有及自营零售店、生产及配送设施以及办事处，我们鼓励团队物色及实施能源效益及可再生电力。为此，我们于2025年开始制定可持续建筑指南，旨在为全球设施的内部合作伙伴提供统一导向。该指南与我们的范围1及2减排目标相符，并以最佳实践为基础。

## 现场太阳能

我们自身营运的能源使用中约80%来自电力。因此，我们的优先任务之一是在自有及自营设施中使用百分百可再生电力。<sup>1</sup>

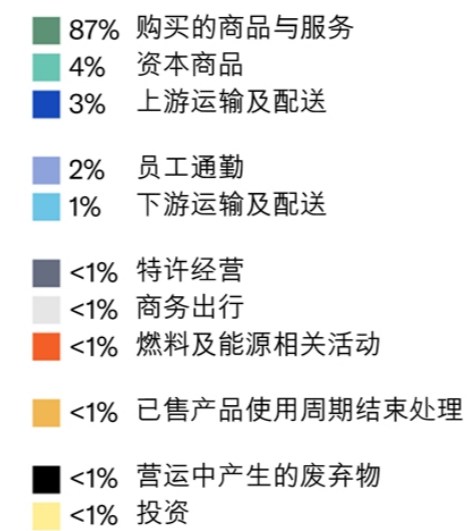
本年度，作为乔治亚州维达利亚市TUMI配送中心扩建项目的一部分，我们安装了容量达960千瓦交流电及1,267千瓦直流电的太阳能光伏数组，可覆盖大部分设施用电。



## 我们直接控制范围以外的排放：范围3

我们绝大部分(99%)的温室气体 (GHG)排放属范围3，其中大部分来自原材料开采、加工及产品制造(约87%)。

### 范围3按类别划分的排放(2024年)<sup>2</sup>



2022年至2024年，按毛利计算，范围3排放量减少9%。<sup>3</sup>按绝对值计算，2024年我们范围3的GHG绝对排放总量为694,934公吨CO<sub>2</sub>e，而2022年为570,651公吨CO<sub>2</sub>e。<sup>4</sup>

为减少产品的GHG足迹，我们将重点在产品中采用再生物料，包括再生塑料及铝材。用再生可替代物料代替原生物料，减少我们产品的含碳量，从而减少我们的范围3排放量。

## 东南亚首家新秀丽LEED金级认证门店

新秀丽位于新加坡ION Orchard购物中心的旗舰店于今年获得LEED Gold®认证，对此我们深感自豪；该店铺为新秀丽在新加坡及东南亚首家取得LEED v4.1 ID+C: Retail认证的零售店。LEED是一项全球认可的标准，表示建筑已在能源效率、节水、可持续物料及整体环境设计方面达到高表现基准。



## 大自然

于2025年，我们已就所有品牌梳理所有皮革供货商及其制革厂，并将我们优选的皮革采购方法纳入可持续物料指南。

<sup>1</sup> 我们通过现场太阳能发电、绿色电力计划及购买可再生能源证书(REC)达成这一目标。

<sup>2</sup> 燃料及能源相关活动未计入范围1或范围2。

<sup>3</sup> 所呈报的总量包含商品与服务类别的间接支出排放。

<sup>4</sup> 该等结果反映2023年在将再生物料纳入产品方面取得部分进展。然而，分析方法的改进推动了商品与服务以及运输类别中的大部分规范化减排量。另外，报告总量包含商品与服务类别的间接支出排放。

# 员工及大众

## 目标及2025年进展



### 专业发展

到2025年，我们将确保全体员工都能获得专业发展的机会。



### 2025年进展

- 我们已于2024年提前实现这一目标。于2025年，新秀丽再次为全体员工提供发展机会，结合学习、技能提升及员工参与措施，以促进全体员工及团队的成长、生产效率及相互尊重。

### 社会责任与人权

我们寻求扩大现有的社会责任方案，以识别、缓解及补救业务可能对人权造成的影响。



### 2025年进展

- 我们持续致力于保障人权，并已加强我们于整个价值链的人权尽职审查工作，协助我们确定行动重点。
- 我们正在制定符合联合国工商企业与人权指导原则的全价值链人权尽职审查程序，并已扩展我们的全球社会责任方案。

### 性别平衡

到2030年，我们将确保女性占主管及以上职级的管理团队最少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。



### 2025年进展

- 女性占全体员工的52%。主管级及以上职级的女性比例为37%。
- 93%的团队对我们的文化与共融工作持正面看法。<sup>1</sup>

## 我们的方法

作为一家全球性的公司，我们的文化涵盖许多不同的国籍和背景：我们本质上具有多元化性质。我们在40多个国家聘用约11,500名全职同等雇员。我们努力确保新秀丽集团维持兼容并蓄的职场环境，并创造有助于团队茁壮成长的工作环境和企业文化。

黄金法则 — 「待人如己」 — 影响着我们所做的一切，体现在其倡导本机构整体发展良性关系，提醒我们应包容及尊重差异。



## 新秀丽的职场生活

### 配送

在各配送中心，我们专注于确保全球流程贯彻一致，并在此基础上作出更多努力，以促进员工福祉。在佛罗里达州杰克逊维尔，我们举办家庭日、文化分享聚餐及特别员工表彰日。

### 生产

在位于印度纳西克市的新秀丽生产设施，1,900名员工中超过85%来自当地小区，其中包括500多名女性。作为管理层致力于打造安全高效、重视员工及当地环境的工作场所的措施之一，公司为全体员工提供免费交通接送，并投资于多项旨在节约资源的措施。

### 企业

过去一年，TUMI重点将员工反馈转化为实际行动。在完成2024年员工文化与共融调查后，我们围绕创新、团队合作、表彰、人才培养及身心健康等核心方面持续推进各项工作。我们推出全新全球招聘网站、通过同侪表彰计划以及2026年导师计划。

<sup>1</sup> 来自我们于2024年进行的最新文化与共融调查。

# 2025年摘要

## 培训与发展

我们为全体员工提供领袖才能培训、技能发展及绩效管理工具等机会，以履行我们致力于协助每位员工充分发挥潜能的承诺。

### 跨世代沟通培训

在拉丁美洲，我们提供的培训着重于加强代际沟通，同时培养让每个人都能感受到被倾听和尊重的文化。该计划涵盖一系列重要的议题，由积极倾听至了解从婴儿潮一代到Z世代每一代人的形象特征及沟通方式，同时要注意避免出现刻板印象。

我们认为，当我们花时间去相互理解，我们就能打造人人都能成长发展的工作场所。



## 通过全球精神健康倡议加强福祉

因应2024年的文化与共融调查，我们于2025年10月首次在全球庆祝世界精神卫生日，由各区域宣传认识、健康习惯、公开对话并获得支持，同时赋予员工优先考虑自身精神健康的权利。在欧洲，比利时首位健康总监发表了主题演讲，团队被邀请参加了「挑战5天改善精神健康状况」。

在拉丁美洲，该活动一直延续到10月，活动涉及健康小秘方、促进员工援助计划(EAP)以及提供艺术治疗、按摩及主动休息的福利周的方式来推广这一倡议。与此同时，亚太地区推出了其区域性的员工援助计划，扩大了整个企业获得保密性精神健康资源及支持的渠道。



## 企业捐赠

作为我们新策略方针的一部分，我们为我们的核心品牌新秀丽、TUMI及American Tourister，根据其各自的全球可持续定位及我们的可持续发展策略，量身订制了企业捐赠重点领域。本年度，TUMI继续成为「地球1%」的会员。TUMI将19 Degree聚碳酸酯系列产品销售额的1%捐赠给致力于保护热带雨林和海洋生态系统的两个合作伙伴。TUMI很自豪能够与[Jocotoco Foundation](#)及[Seatrees](#)合作来支持此项工作。

新秀丽与American Tourister 已开始物色新的全球合作伙伴。

## 人权与尽职审查

2025年，我们已在整个价值链中优化我们整体的人权尽职审查流程，并委任我们的新全球供应链可持续发展主管 Payal Jain：

「新秀丽集团以经久耐用驰名。我很高兴我在可持续发展和供应链管理方面的经验能帮助公司扩大全球影响力。」

# 后续行动

## 产品

- 可持续物料指南：  
继续向内部团队推行该指南，并与更多供货商进行试点合作。
- 再生物料：  
我们计划进一步提高产品关键组件中经认证再生物料的比例。
- 维修：  
各地区将持续推进维修解决方案，我们正与地区团队协调制定路线图，以应对全球维修挑战——重点在于优化顾客体验。
- 使用周期结束及回收：  
借鉴先前在欧洲、亚洲及北美洲试点计划所获得的洞察见解，我们计划于2026年在美国指定零售店铺启动回收试点计划。

## 地球

- 可再生电力：  
维持自有及自营设施百分百可再生电力<sup>1</sup>供应，并继续探索于可行情况下增设及扩展现场太阳能的机会。
- 能效：  
与生产基地和配送中心合作，识别并落实节能项目。
- 回收物料：  
与产品团队及供货商合作，按照范围3路线图所述，扩大使用再生物料和替代物料。
- 全球社会责任方案：  
开始在我们的全球社会责任方案中扩展对供货商的环境要求。
- 可持续包装指南：  
继续推行我们的可持续包装指南。
- 可持续建筑指南：  
完成我们的可持续建筑指南，并在全球向团队推行。

## 员工及大众

- 培训与发展：  
继续为全体员工提供培训及发展机会。
- 文化与共融：  
开展2026年全球文化与共融调查，协助我们持续了解新秀丽集团的员工体验。
- 企业捐赠：  
为新秀丽及American Tourister继续审阅及优化我们的企业捐赠方式，并监察及评估TUMI的两项合作伙伴关系。
- 灾害救援：  
制定全球灾害救援方法，指引各本地团队更好地提供最佳支持，与我们多年来在全球支持有需要小区的工作相辅相成。
- 人权尽职审查：  
透过开展培训及能力建设，将人权尽职审查方法扩展至策略性供货商，确保上游风险得到妥善管理。



<sup>1</sup>通过现场太阳能发电、参与绿色电力计划及购买可再生能源证书(REC)共同实现。

# 关于新秀丽集团

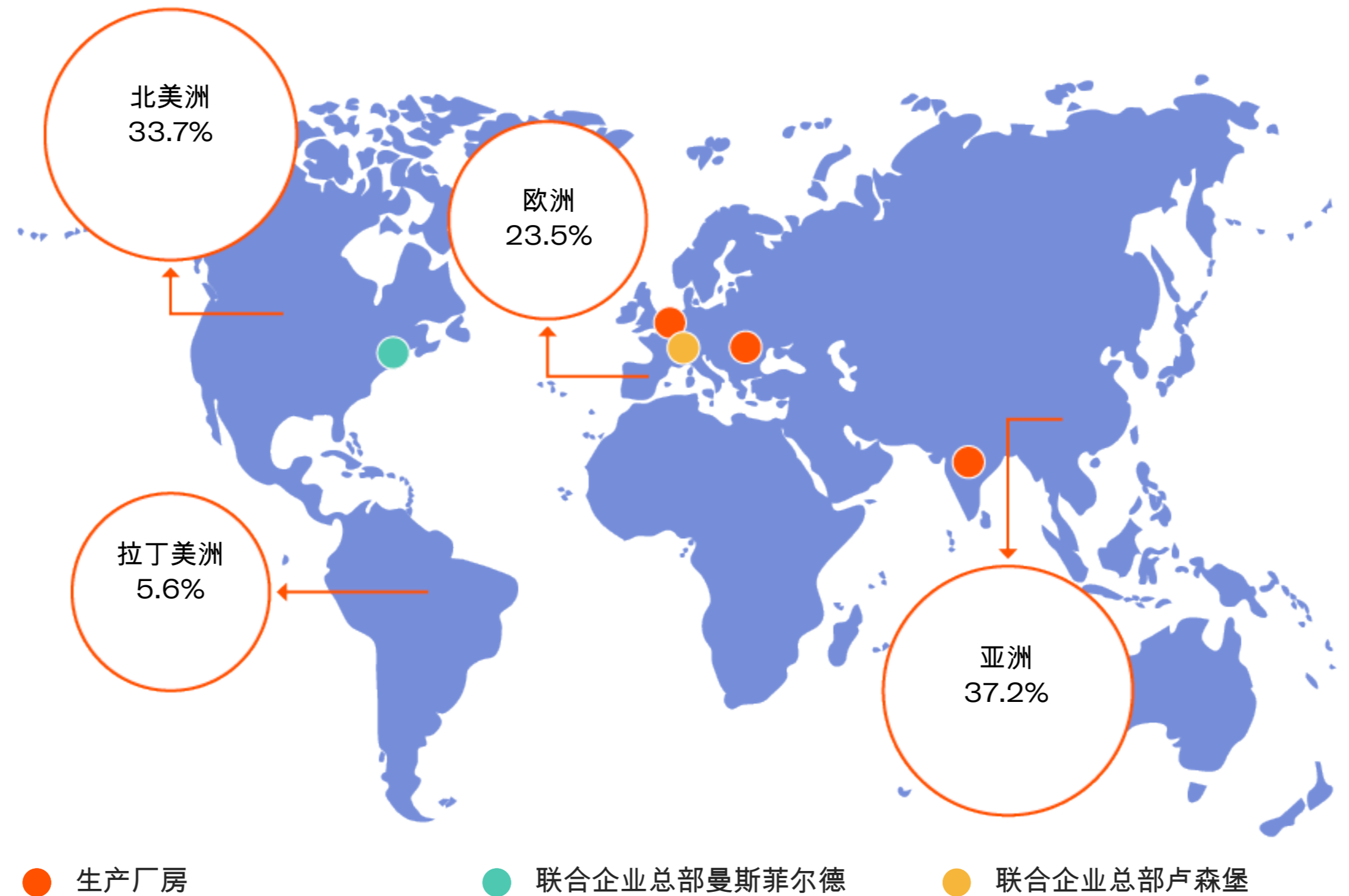
## 我们的业务概览

新秀丽集团有限公司(连同其综合附属公司统称「本公司」、「我们」或「我们的」)始于1910年,拥有悠久的历史,是全球最著名、规模最大的行李箱公司,并且是全球时尚箱包行业的翘楚。我们拥有及经营以新秀丽®、TUMI®及American Tourister®为首并以消费者为中心的标志性品牌组合,该等品牌为我们客户的旅程提供全球信赖、创新及日益可持续发展的产品。凭借历史悠久的行业领导地位,我们的愿景是引领行业迈向可持续发展的未来。

我们约有**11,500**名全职同等雇员分布于世界各地**40**多个国家,我们凭借创造标志性设计的历史以及质量、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,推进更高效的生产流程,提高产品的可修复性,并将更多可持续物料纳入产品当中。

## 按地区划分销售净额



**3**  
个生产厂房

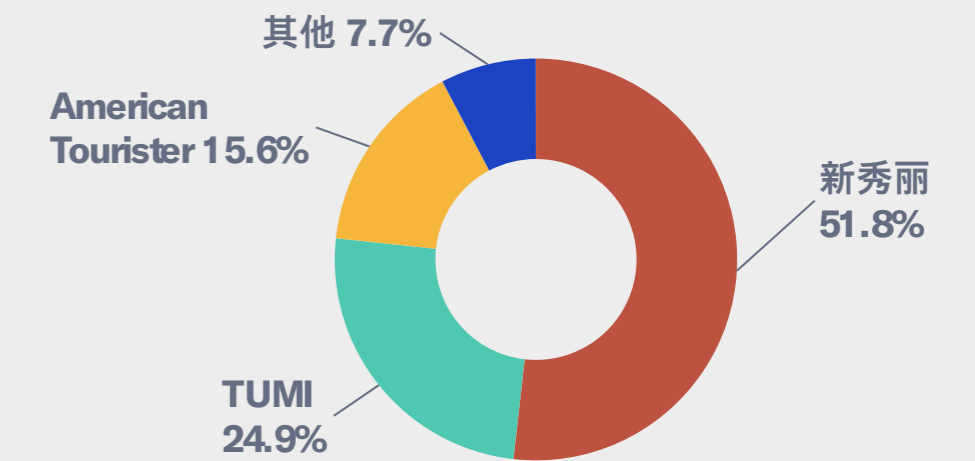
**8**  
个配送中心

**1,150**  
家自营零售店

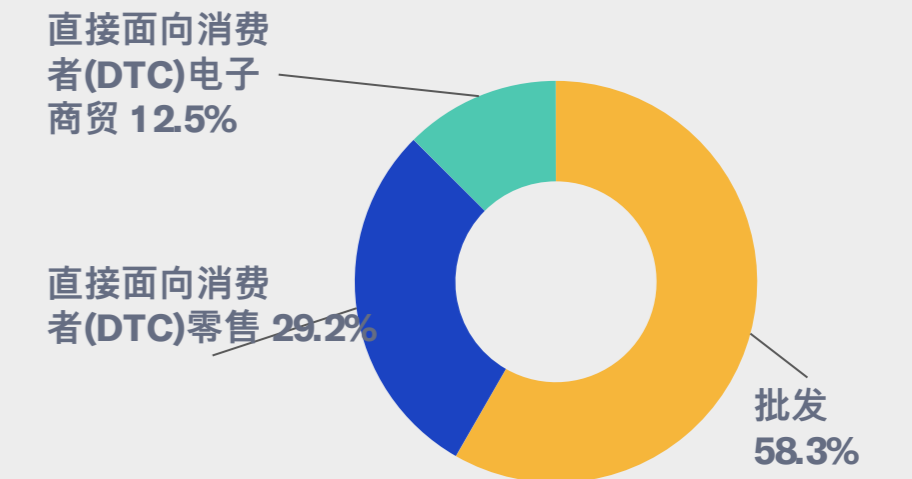
**约有11,500**  
名全职同等雇员分布于世界各地**40**多个国家

## 2025年销售净额： 3,497.6百万美元

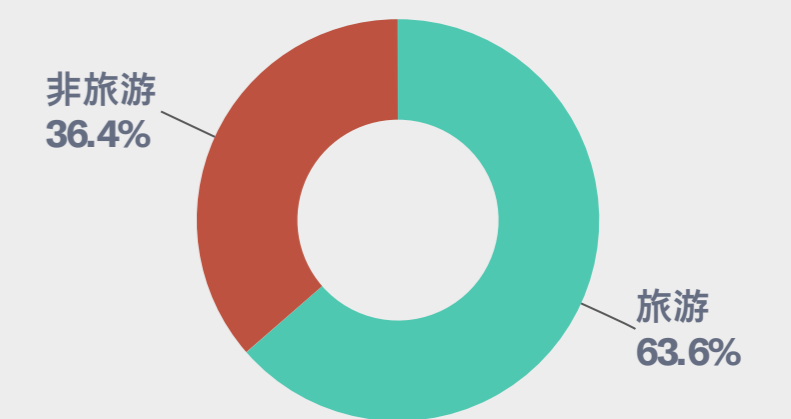
### 按品牌划分的销售净额



### 按渠道划分的销售净额



### 按产品类别划分的销售净额



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

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。

© 新秀丽集团有限公司 2026年  
版权所有。

未得新秀丽集团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 新秀丽集团有限公司  
设计 BRODIE Consulting

