



「負責任之旅」

2024年
摘要報告

歡迎

歡迎閱讀新秀麗**2024**年負責任之旅摘要報告。通過這份報告，我們分享了我們在加強及執行企業策略方面的持續努力，致力於打造一個更具可持續性、韌性及責任感的企業。報告重點呈現我們在此過程中獲取的經驗、成就及進展，展現了我們跨地區、跨品牌團隊的奉獻精神與領袖才能。

感謝與我們攜手同行的所有員工、供應商及合作夥伴。

欲知詳情，請繼續閱讀，或瀏覽**2024**年負責任之旅報告全文：
corporate.samsonite.com/zh/sustainability

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

Kyle Francis Gendreau
執行董事兼行政總裁

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

Marina Dirks
副總裁兼全球可持續發展主管

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丽，並採用「己所不欲，勿施於人」的黃金法則作為本公司的指導原則

1910年



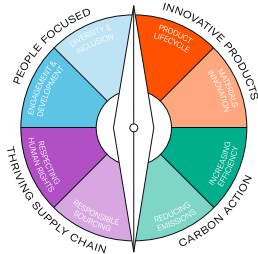
SILHOUTTE行李箱以耐用性為先，採用嵌入式配件，可防止磨損

1958年



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

2018年



負責任之旅

推出新秀丽可持續發展策略—負責任之旅及2025年／2030年目標

2020年

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

2023年

推出首款拉桿及外殼採用再生鋁材製成的產品

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

2024年



1941年

透過聖經人物三松選取「新秀丽」為商標以表達品牌的強度及耐用性



2017年

發佈第一份ESG報告



2019年

推出首款外殼採用自乳酪杯等生活垃圾中回收的消費後聚丙烯製成的新秀丽行李箱



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



¹ 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。

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

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。

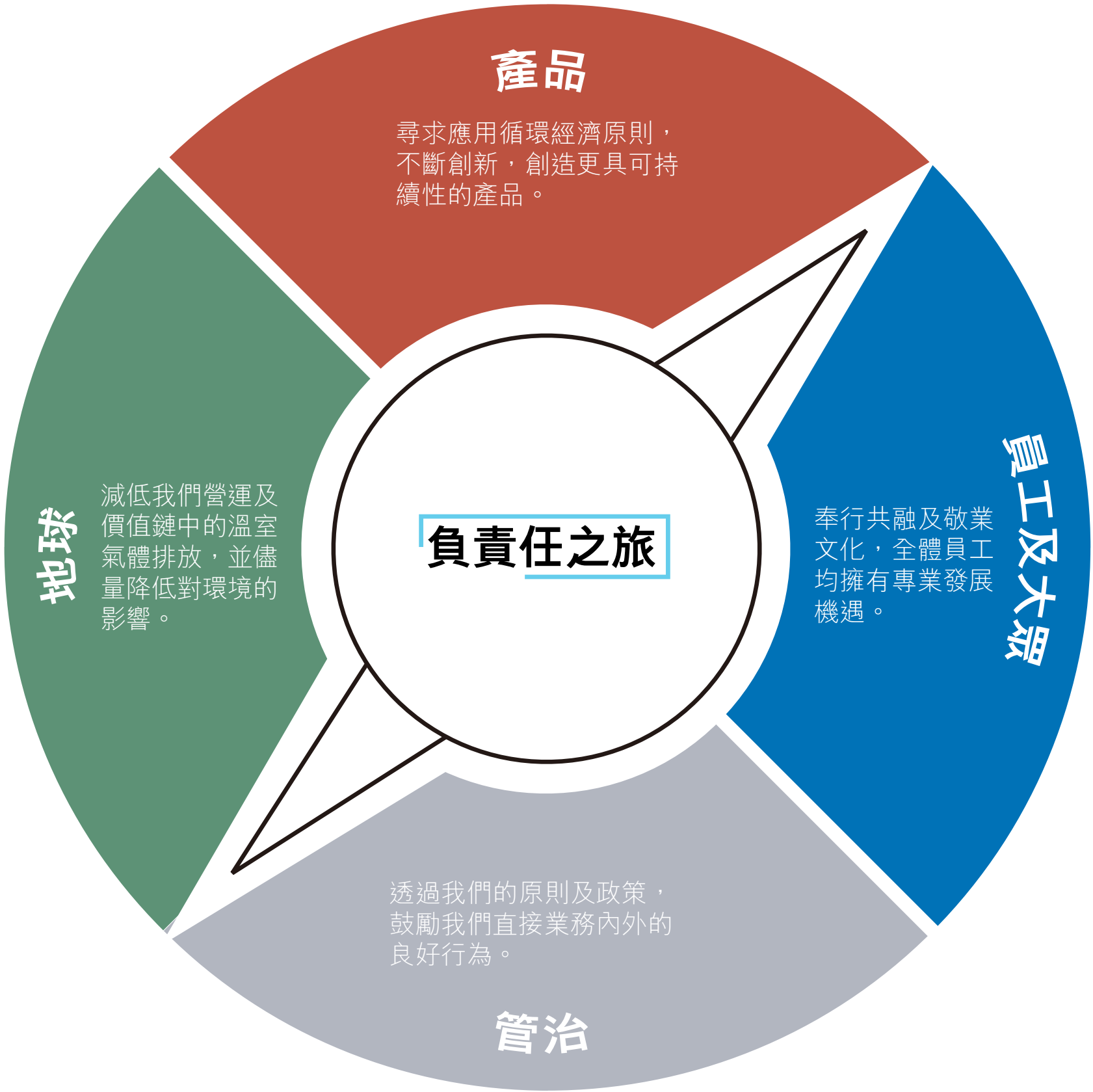
我們的可持續發展願景

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。

負責任之旅

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

我們將繼續完善策略及目標，以確保我們能夠藉此實現我們的願景。



認可

TIME

2025年全球最佳可持續增長企業

在500家公司中排名第40位、
在零售、批發及消費品類別中排名第二

MSCI
ESG評級



CCC B BB BBB A AA AAA

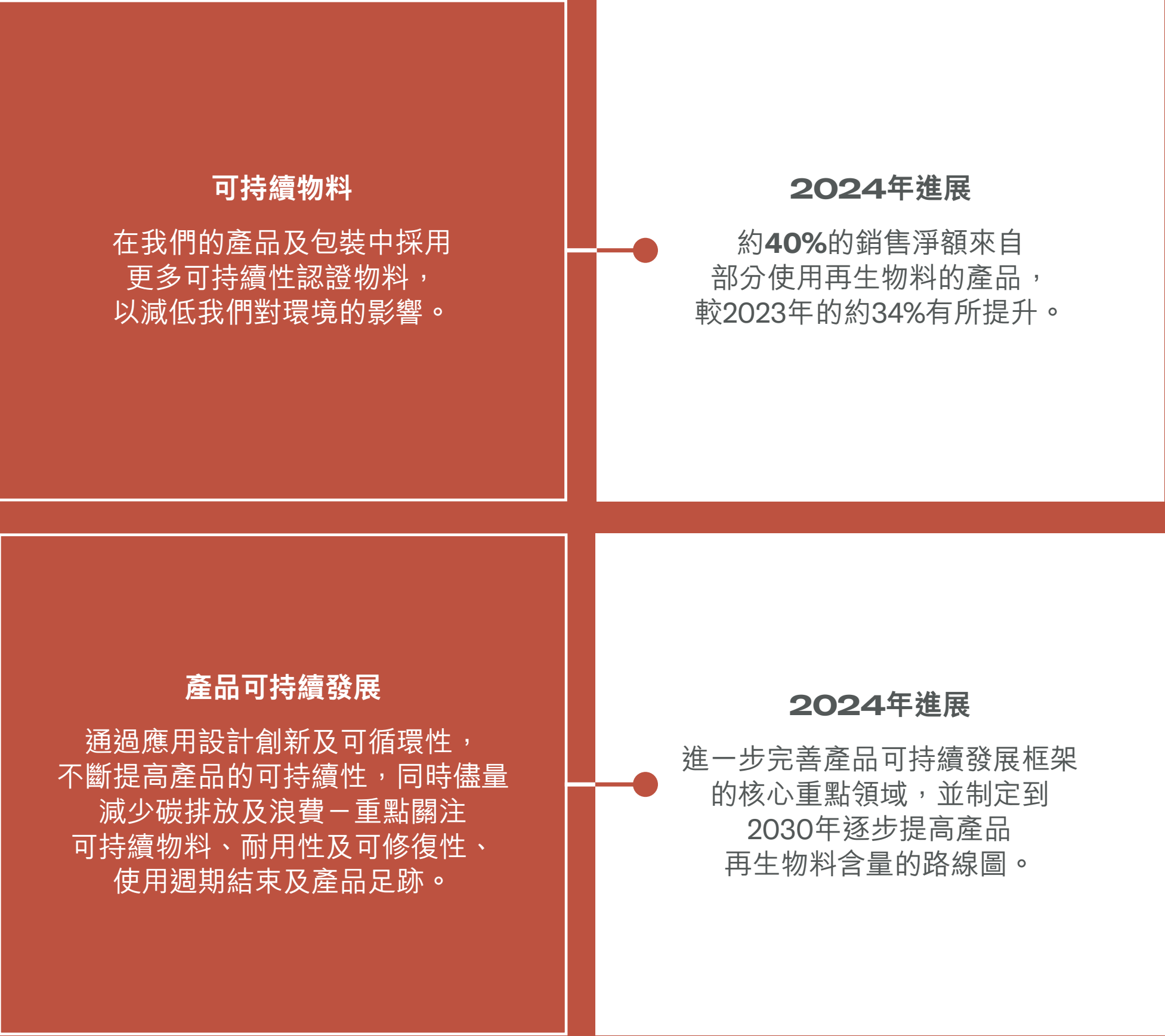
評級由A上調至AA



氣候評級為B

產品

目標及2024年進展



我們的方法

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

最具可持續性的產品是經久耐用的產品，設計耐用、質量高且功能實用、易於維修而非更換的產品，始終是我們企業傳承的核心。

根據最新的消費者見解研究¹顯示，在行李箱與箱包產品中，耐用性是受訪者在調查當中最重視的可持續性，其次為可修復性與再生物料的使用。

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。

推進產品可持續發展框架

我們於2024年推出新的產品可持續發展框架，聚焦三大關鍵領域：可持續物料、可循環性及產品足跡。所有產品將分為基礎級或三個更高等級，各等級均滿足產品可持續性屬性的量化標準，並隨等級提升而進階。

在我們針對增加再生物料的使用開展了廣泛的路線圖工作後，2025年的重點關注領域之一將是可修復性。

我們的產品可持續發展框架



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

2024年摘要

探尋再生物料新來源

我們在亞太市場推出新秀麗Octolite系列行李箱，其綠色款外殼含50%來自舊洗衣機滾筒的rPP¹，內襯與拉鏈則由消費後塑料水瓶製作的百分百rPET²製成。我們亦開發了新的來自回收飲水機水桶的rPC³優質料源。



再生鋁材

我們首度推出採用再生鋁材製作的產品：新秀麗ESSENS限量款與TUMI 19 Degree鋁鎂合金系列。

我們如何擴大可持續發展解決方案－再生成分

創新與試點

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

規模化與商業化

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

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

於2024年，約**40%**的銷售淨額來自部分使用再生物料的產品。

可持續物料指南

我們制定了首份可持續物料指南，針對關鍵物料的特定可持續性風險提出對策，涵蓋各類塑膠、特定金屬、皮革及包裝物料。

可修復性

我們已開始建立一套全球通用的可修復性衡量標準。在歐洲，受惠於產品設計的改進及零配件配送的簡化，如今越來越多的維修在批發及零售店完成。同時，我們的SupportandGo平台使越來越多的客戶能夠在家完成快速自助維修，該趨勢的快速增長提高便利性及產品使用壽命。零配件配送在這一轉變中發揮至關重要的作用，支持店內及消費者進行修復的比例不斷提高。

新秀麗ESSENS限量款

我們已回收2,500個行李箱，並將其用於限量款新秀麗ESSENS行李箱系列。該行李箱在本公司位於比利時的奧德納爾德設施製造，再生物料的總佔比（按重量計算）達到至少70%。於推出後兩個月內，1,000件產品全部售罄。



¹ rPP（再生聚丙烯）
² rPET（再生聚對苯二甲酸乙二酯）
³ rPC（再生聚碳酸酯）

地球

目標及2024年進展

可再生能源

維持全年使用百分百可再生電力。

2024年進展

我們在自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處維持使用百分百可再生電力¹。

減少溫室氣體(GHG)排放

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

2024年進展

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

價值鏈排放

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

2024年進展

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

¹ 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。

² 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。

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

我們的方法

2024年，我們進一步加強在能源管理、減緩氣候變化與適應氣候變化上的工作。自2023年起，我們繼續在我們自有及自營零售店、生產及配送設施以及辦事處使用百分百可再生電力，較目標日期提前兩年。我們通過現場太陽能發電、參與綠色電力計劃及購買可再生能源證書(REC)等組合方式達致目標。我們亦在設施內繼續實施能源效益項目，例如LED改造、更新供暖、通風和冷卻(HVAC)升級以及工業流程改進。

為了實現我們價值鏈的減排並減少我們產品的溫室氣體(GHG)足跡，我們正在增加再生物料的使用，包括再生塑料及鋁材。



制定以科學為本的氣候目標

我們宣佈一套基於全球公認的科學基礎減量目標倡議(SBTi)所設標準的新氣候目標。我們於2024年10月向SBTi提交該等目標，並於2025年3月取得驗證。在確立該等目標前，我們的團隊開展了深入工作，為我們的物料相關排放制定了GHG減排路線圖，各地區均已具體訂明行動方案，以實現新的2030年目標。我們的策略主要專注於兩方面：維持百分百可再生電力¹，以及在產品中加入更多的再生成分。

2024年摘要

自身營運：範圍1及2排放

在2024年，我們的範圍1及2排放量為2,659公噸CO₂e，較2023年的水平降低38%。為此，我們維持百分百使用再生電力¹，並在整個營運過程中實施能源效益項目：

現場太陽能發電

我們在印度納西克市的生產基地及配送中心以及喬治亞州維達利亞市的配送中心擴充了太陽能裝置。

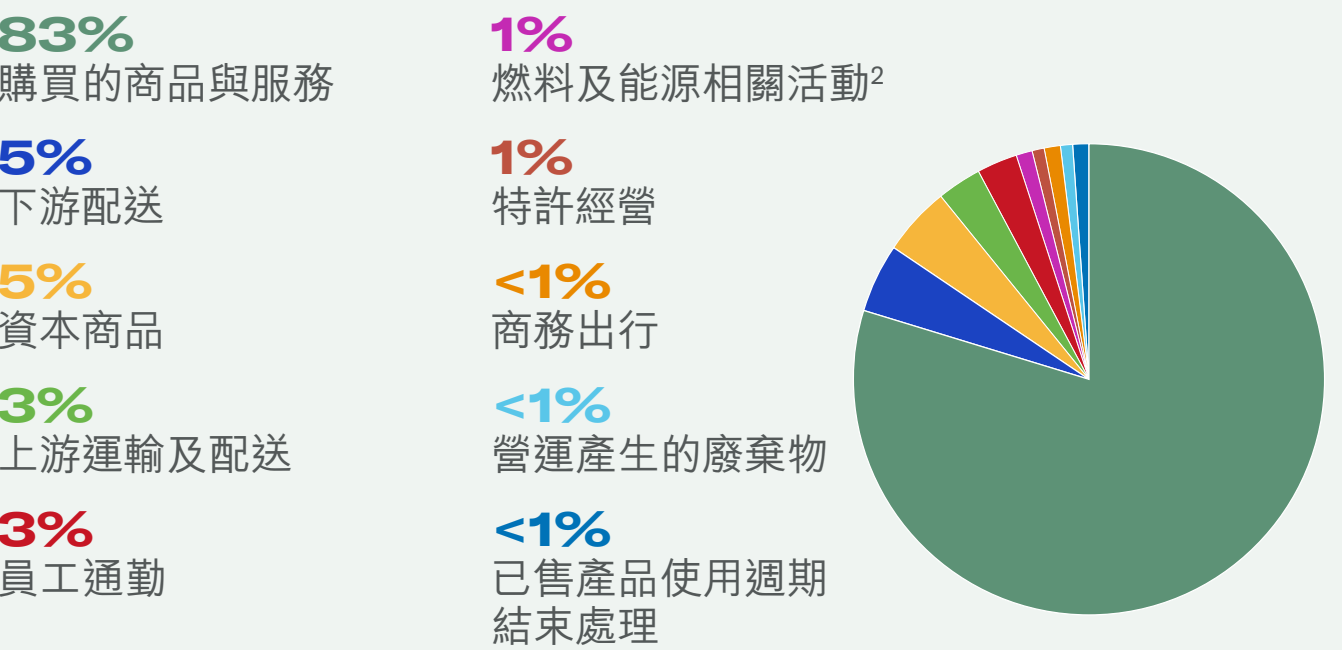
能源效益

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



價值鏈：範圍3排放

我們絕大部分(99%)的溫室氣體(GHG)排放來自我們的價值鏈，其中80%來自原材料提取、加工及產品生產。



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

與供應商一起開展氣候行動

我們就關鍵的可持續發展措施對74家頂級供應商進行調查，回覆率達73%。在受訪供應商中，75%的供應商制定了可持續發展目標，包括能源效益、可再生電力及廢棄物管理，82%的供應商擁有GRS及ISO 9001等認證。

包裝及附件

為減少廢棄物，我們已為本公司明確可持續包裝原則：減少物料使用、使用可重複使用和可再生的包裝，以及優先使用更可持續物料。於2025年，我們會於營運中開始陸續推行。



可持續店鋪實踐

我們在新加坡的新達(Suntec)店鋪推出一個更具可持續性的試點，已通過EDGE Advanced綠色建築標準認證，是我們在零售業務中重複使用物料、節約天然資源的良好示例。

保護自然和生物多樣性

我們進行了一項高層次的大自然評估，以更好地了解我們對淡水和陸地生態系統的影響，並與科學基礎目標網絡(SBTN)所用方法保持一致。這評估為我們決定如何將大自然融入正在進行的可持續發展工作奠定了基礎。

¹ 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。

² 不包括在範圍1或範圍2。

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

員工及大眾

目標及2024年進展

專業發展

到**2025**年，我們將確保全體員工都能獲得專業發展的機會。

2024年進展

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

社會責任及人權

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

2024年進展

開始制定《人權承諾》，並開展人權盡職審查程序。

性別平衡

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

2024年進展

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

我們的方法

我們在40多個國家聘用約12,100名全職同等僱員。我們努力確保新秀丽維持兼容並蓄的職場環境，並創造有助於團隊茁壯成長的工作環境和企業文化。

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



人權承諾與盡職調查

我們計劃於2025年完成並發佈新《人權承諾》。該承諾將指導我們尊重與我們的業務營運和供應鏈相關的員工、工人和社區的尊嚴、福祉和人權。該承諾亦將闡述我們如何努力識別及尋求預防負面人權影響、與國際人權標準保持一致以及與利益相關者建立信任。

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

2024年摘要

專業發展

我們為新任及資深領導人員提供了領袖才能發展課程，著重於提升其能力和技能，尤其是在溝通、尊重和包容方面。

各地區的所有員工都已強制接受反騷擾和歧視培訓。



文化與共融

在我們每半年一次的文化與共融調查中，全部41個國家的同事參與率達到76%。值得注意的是，93%的受訪者對我們的文化與共融工作給予正面評價，較2022年提升3%。

全球求職網站的推出

我們在38個國家創建了新的新秀麗和TUMI全球求職網站。這使可在全球各地實現一致、高效及具包容性的招聘流程，並使我們在招聘流程的每個階段都能更好地瞭解性別平衡和其代表性。

全新的全球員工通訊刊物

我們推出全新的員工季刊《The Explorer》。這刊物讓員工隨時了解公司的各項計劃、突顯成就，並提供分享經驗、培養團隊精神及加強全球聯繫的機會。

全球社會責任方案

我們進一步完善全球社會責任方案，包括更新我們的全球社會責任指引。

完成了348次審查，包括98家供應商因獲得國際社會責任認證組織(WRAP)認證而免於審查。

所有與我們簽約的製成品及原物料和零件供應商，都必須同意我們的《道德憲章》，當中載列我們對公平及安全工作場所的承諾，並借鑒全球公認的公約和框架。詳情請參閱報告全文。

《道德憲章》十大原則

工作須始終出於自願

工作須基於正規僱傭

結社權與集體談判權須得到保障

禁止歧視員工

工作條件須安全衛生

須建立有效員工申訴機制

禁止童工

持續致力儘量減輕環境影響

工資須能滿足基本生活需求

[更多詳情請點擊此處](#)

工作時長須合理

企業捐贈

我們的企業捐贈集中在三個主題上：保護大自然、提升福祉及賦能社區。我們通過捐贈資金、實物捐贈及員工志願服務，支持非盈利合作夥伴。本年度，新秀麗®、TUMI®及American Tourister®確定了最能反映其市場定位及影響力機會的企業捐贈重點領域，並已開始審核及挑選其非牟利合作夥伴。



持續焦點

產品

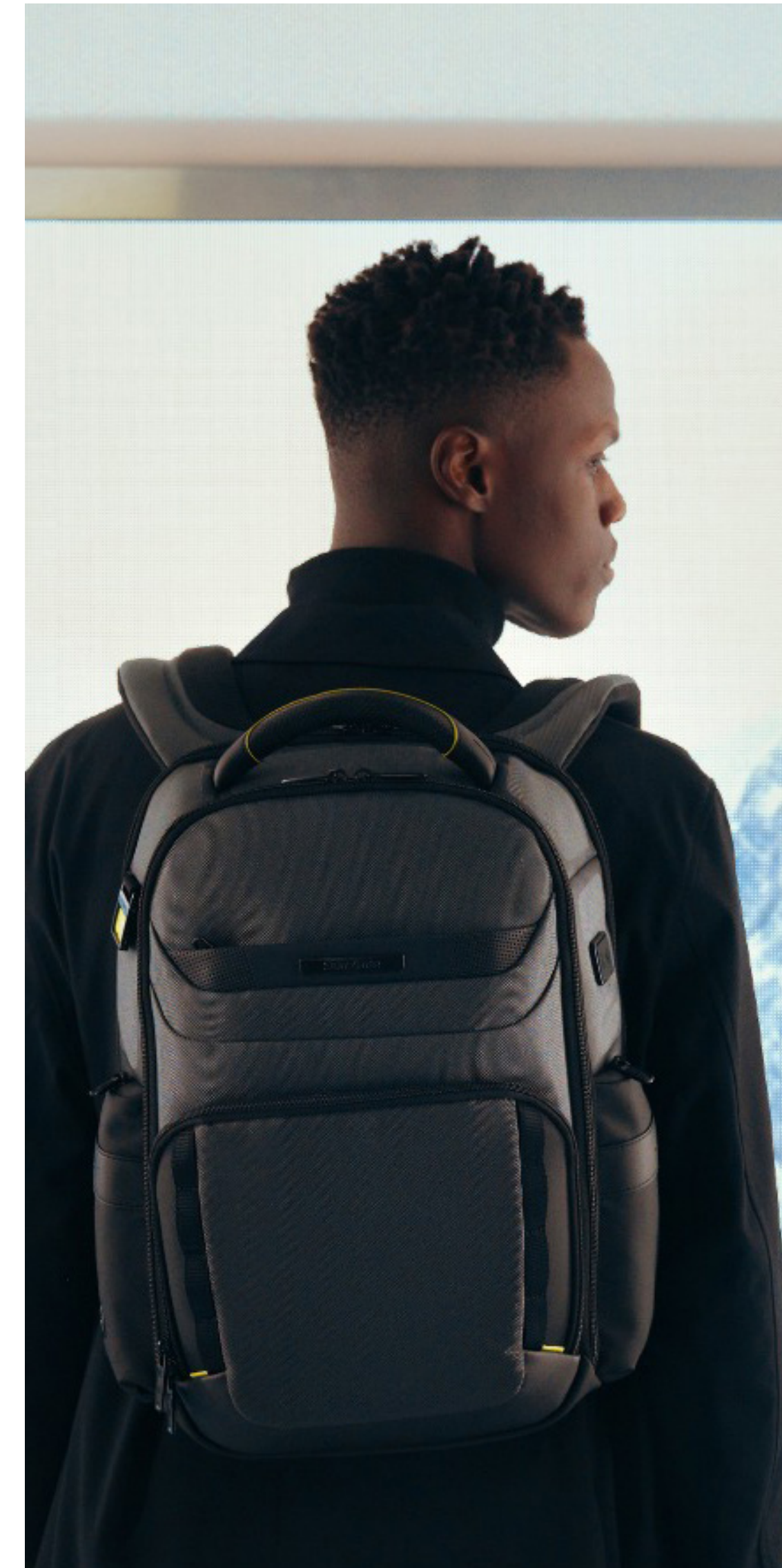
- 使用**更多可持續物料**於我們產品系列中。
- 將可持續物料指南融入企業及供應商營運。
- 在全球更多行李箱系列的拉桿中採用再生鋁材，並進一步擴展至外殼。
- 進一步完善全球可修復指數。
- 繼續**尋求提升**產品使用週期結束時可循環性的解決方案。
- 推出我們的首款公開數碼產品護照，旨在制定及發佈至少一個產品系列送達顧客前的完整流程，並概述應用於製造流程的各項可持續性認證。

地球

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

員工及大眾

- 持續為我們所有員工提供培訓與發展的機會。
- 以創新、認可、職業發展及團隊合作為持續增長的重點領域，此於我們的「文化與包容調查」中提出。
- 完善我們的《人權承諾》，並在相關團隊中推行培訓。
- 持續檢討並完善我們的企業捐贈策略。



¹ 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)相結合的方式實現。

關於新秀麗

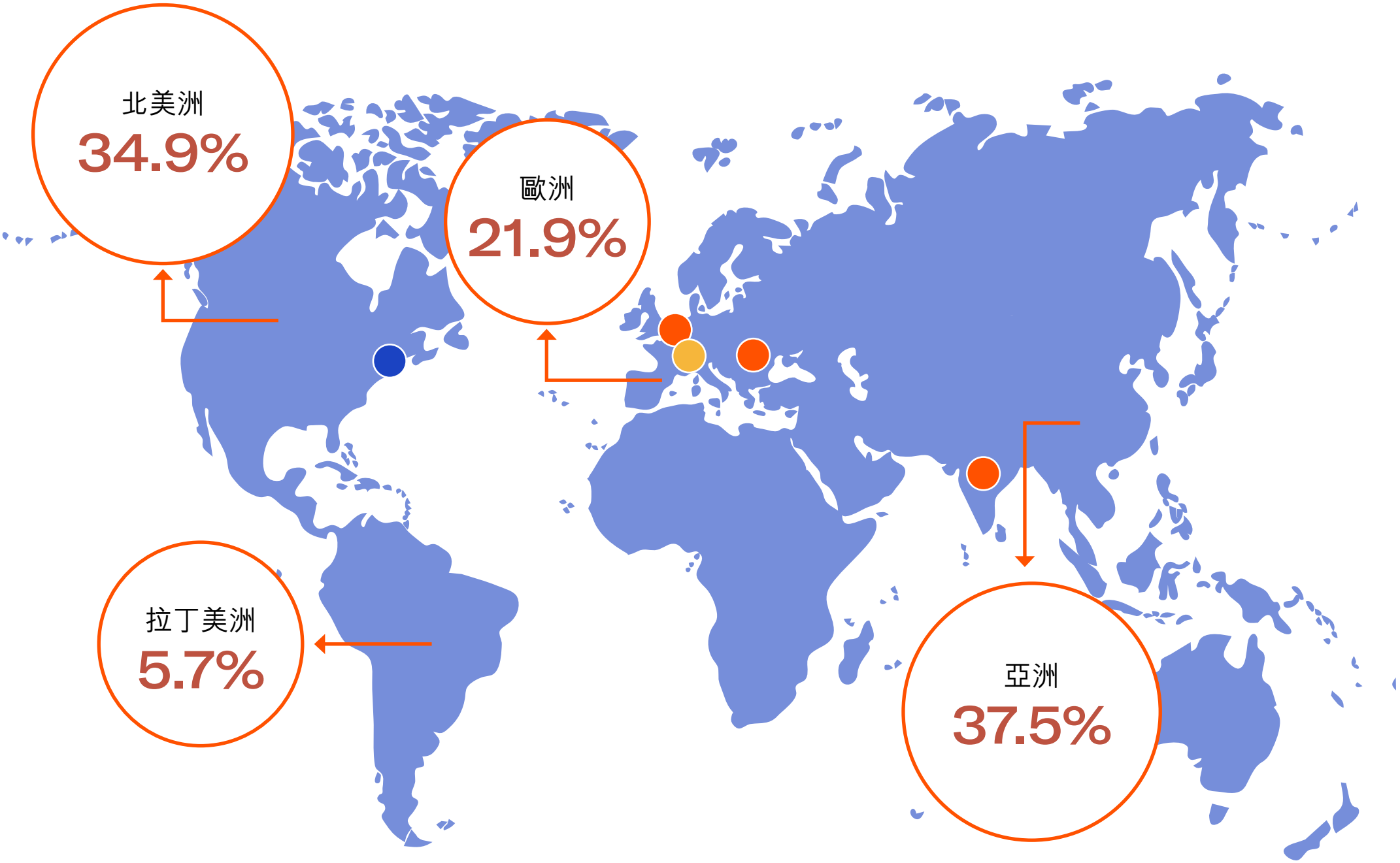
我們的業務概覽

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

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

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

按地區劃分的銷售淨額



● 生產廠房

● 聯合企業總部曼斯菲爾德

● 聯合企業總部盧森堡

3
個生產廠房

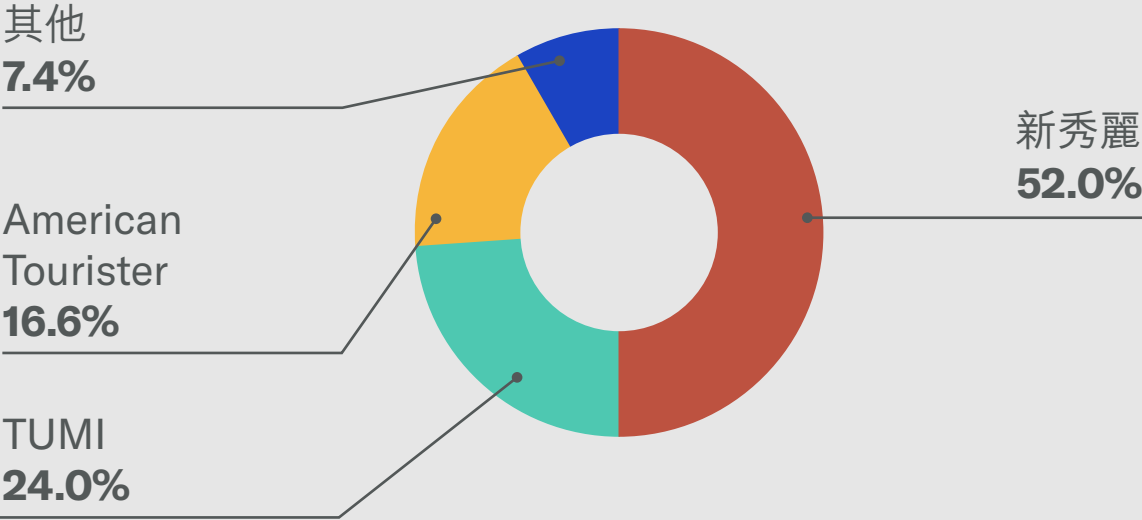
1,119
家自營零售店

約有**12,100**
名全職同等僱員分佈於世界各地**40**多個國家

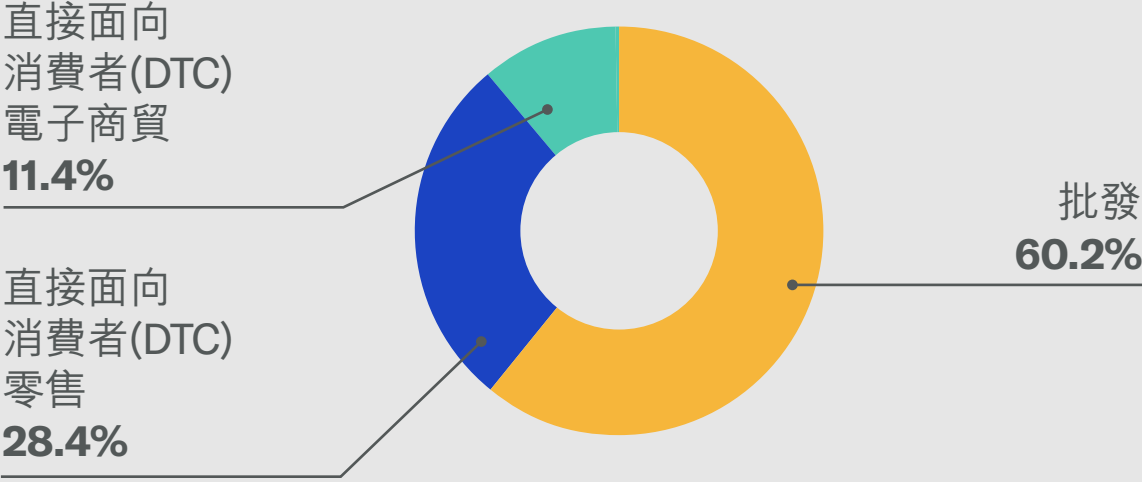
32
個配送中心及倉庫

2024年銷售淨額： 3,588.6百萬美元

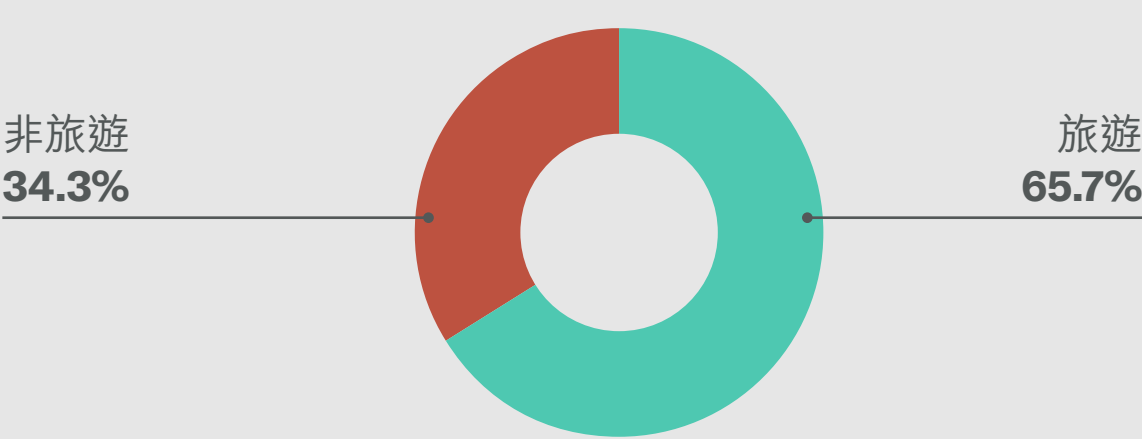
按品牌劃分的銷售淨額



按渠道劃分的銷售淨額



按產品類別劃分的銷售淨額



本報告之中文譯本與英文版本如有任何差異，概以英文版本為準。

© 新秀丽集團有限公司 2025年
版權所有

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

出版 新秀丽集團有限公司
設計 BRODIE Consulting



corporate.samsonite.com/zh/sustainability

sustainability@samsonite.com