

負責任之旅

2022年環境、社會及管治報告



Sams^onite

新秀麗國際有限公司
股份代號：1910

負責任之旅



方針

我們如何實現可持續發展

- 5 — 全球可持續發展主管致辭
- 6 — 我們的可持續發展策略
- 7 — 實施我們的策略
- 8 — 2022年摘要

產品

我們如何提高產品的可持續性

- 10 — 引言
- 11 — 耐用性設計
- 12 — 物料創新
- 14 — 倡導維修
- 15 — 促進回收及再利用
- 17 — 透過合作推動創新
- 18 — 改進包裝物料

地球

我們如何保護環境

- 20 — 引言
- 22 — 管理我們的碳足跡
- 23 — 能源效益及節能
- 25 — 可再生能源
- 26 — 量度我們的範圍3 GHG排放物
- 27 — 評估與氣候相關的風險及機遇
- 28 — 管理資源使用

員工

我們如何助力員工

- 32 — 引言
- 33 — 聆聽員工心聲
- 34 — 多元共融
- 36 — 讓員工參與其中
- 37 — 培訓與發展
- 39 — 保護供應鏈的參與者
- 41 — 提升福祉
- 41 — 保護及修復大自然
- 42 — 賦能弱勢社區

管治

我們如何維持高標準

- 44 — 我們的產品政策
- 45 — 僱傭及勞工常規
- 47 — 健康與安全常規
- 48 — 供應鏈風險管理

數據

- 50 — 關於本報告
- 51 — 碳足跡概要
- 52 — 環境關鍵績效指標
- 58 — 社會關鍵績效指標
- 64 — 氣候相關財務披露工作組聲明

引言

- 3 — 行政總裁致辭
- 4 — 關於新秀丽 — 我們的業務概覽



行政總裁致辭



歡迎閱讀「負責任之旅」— 新秀麗2022年環境、社會及管治報告。

回顧2022年，這是旅遊業及我們的業務復甦的一年，我相信我們步入正軌，從疫情後的重新調整向發展穩步邁進。與許多其他企業一樣，我們一直在應對我們所處時代的挑戰：不斷變化的地緣政治緊張局勢、嚴峻的經濟逆風及極端天氣事件，但我們有條不紊地努力使本公司處於有利地位，以把握國際旅遊重新增長所帶來的機遇。

去年，我們見證了全球全面和熱烈地重新開放旅遊，中國亦開始重新開放旅遊。我們接受持續挑戰，使客戶更容易作出可持續發展選擇：滿足他們對高性能、創新及耐用箱包及行李箱的需求與期望，同時秉持負責任的態度採用對地球影響較小的物料及工藝製造該等產品。

本報告向您簡要介紹我們於2022年所取得的進展：加倍努力落實我們的策略重點，包括繼續

進行投資使可持續發展融入整體業務。例如，我們更新及完善我們產品實現可持續發展的方針，專注於循環經濟，包括可維修性及可回收性設計；量度及分析我們大範圍碳足跡；及加強採購可再生能源。我們開始翻新我們的零售店（2023年將陸續有來），並說好我們產品創新及可持續發展的故事，包括繼續增加我們含有部分再生成分的產品的數量。

這些發展建基於我們對員工的支持，讓我們建立多元化、共融及能力出眾的團隊，幫助我們實現目標，引領行業轉型及成為全球最具可持續性的時尚箱包及行李箱公司。我們很高興從焦點小組及員工調查（我們全球87%的員工作出了回應）中得知，90%的受訪者對新秀麗的多元共融措施持肯定態度，這一發現為我們進一步制定全體員工計劃提供見解。我們如何應對最緊迫的短期可持續發展行動及目標與我們需要長期深入貫徹系統性轉型之間取得平衡，

是我們未來幾年所有決策的關鍵。我希望於2023年至2024年看到更具體的進展及發展，但亦將對我們於2025年及2030年所能實現的目標充滿期待。敬請拭目以待吧！

感謝您關注我們的業務。

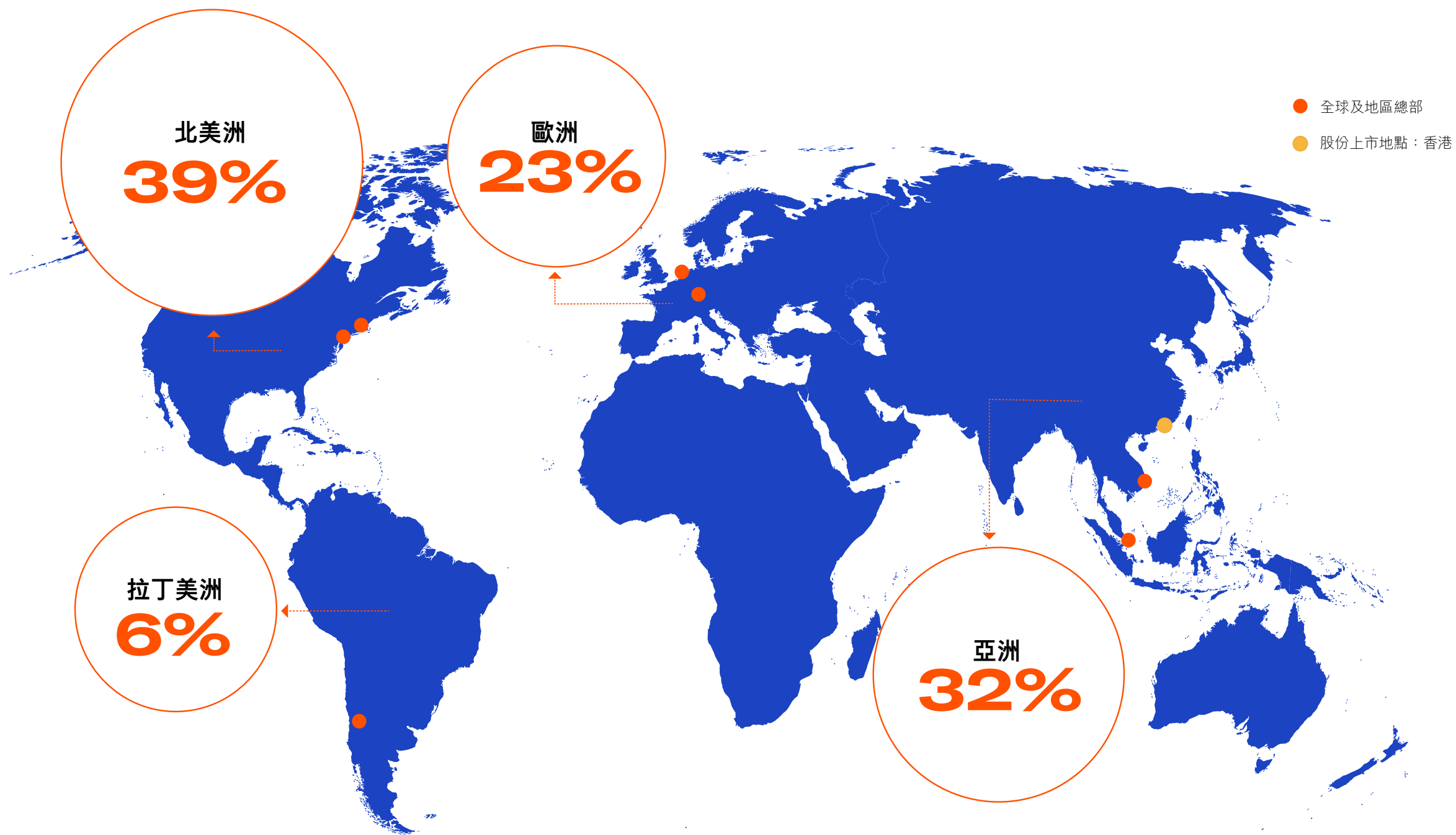
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'KFG'.

此致

Kyle Francis Gendreau
行政總裁

關於新秀麗 — 我們的業務概覽

按地區劃分的銷售淨額

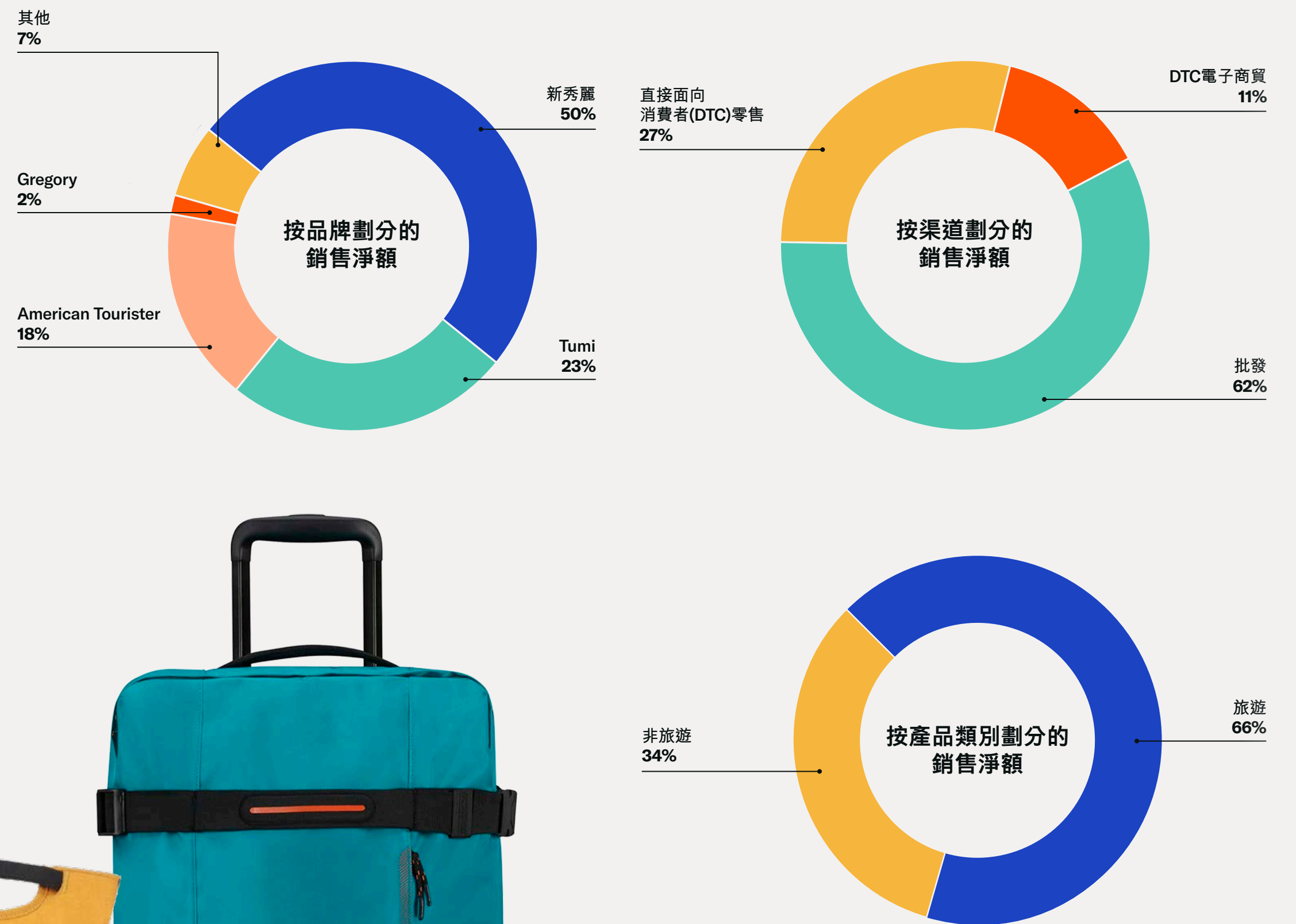


3
個生產廠房及
30個配送中心及
倉庫

985
家自營店舖

於全球**40**多個
國家擁有
10,700名
僱員

2022年綜合銷售淨額：2,880百萬美元



全球可持續發展主管致辭

作為我們可持續發展策略精神及前進動力的代名詞與象徵，「負責任之旅」是新秀麗自然之選。我們致力於生產有助於讓客戶旅程更輕鬆的產品，同時我們也透過提供對環境影響較小的產品幫助客戶之旅程更具可持續性。

此外，將可持續性界定為「旅程而非目的地」，說明了將環境及社會因素融入業務的複雜性。該界定亦強調，可持續發展是一個不斷演變的概念，定義為可量度的持續改進及里程碑更具意義，而不是實現靜態目標。

於2022年，我們可持續發展的大部分工作集中於內部，旨在使我們於2023年及其後加快這負責任之旅。我們為迄今為止之成就感到驕傲，但我們知道，在尋求引領及推動行業可持續發展轉型的過程中，我們仍任重道遠。

作為一家以產品為中心的公司，我們環保工作重點自然是開發更具可持續性的行李箱及箱包。於繼續擴大使用可回收物料之同時，我們於2022年成立全球可持續發展產品委員會，該委員會與外部顧問合作，為產品的可持續性建立更全面的方針，同時考慮循環經濟原則及生命週期評估(LCA)見解。基於該項工作，我們將於2023年確定並設定明確的績效目標。

於2022年，我們還擴大採購可再生能源並繼續落實節能措施。我們首次量度了範圍3碳足跡，涵蓋我們自身營運之外的整個價值鏈，包括產品原材料及供應商的製造活動。這是一個重要的里程碑，對我們充分了解我們的排放量至關重要，如此我們才能制定更佳的減排計劃。我們迎合投資者的期望，開展全面氣候風險評估，理解並披露氣候變化對我們業務的影響。

我們五個區域多元共融委員會在員工相關措施方面取得實質性進展。我們開展了全球員工調查，獲得有關我們企業文化(包括我們的多元共融措施)的真知灼見。

我們亦繼續在各區域擴充人力資源信息系統，建立管理可持續性的正式管治架構。整體而言，該等項目有助我們於2023年及其後更深入地了解我們的機會、完善我們的目標及加快我們的進程。



期望該環境、社會及管治報告內容能向您提供有用信息，並歡迎提供反饋意見。

此致

Ezequiel (Zeke) Hart
全球可持續發展主管

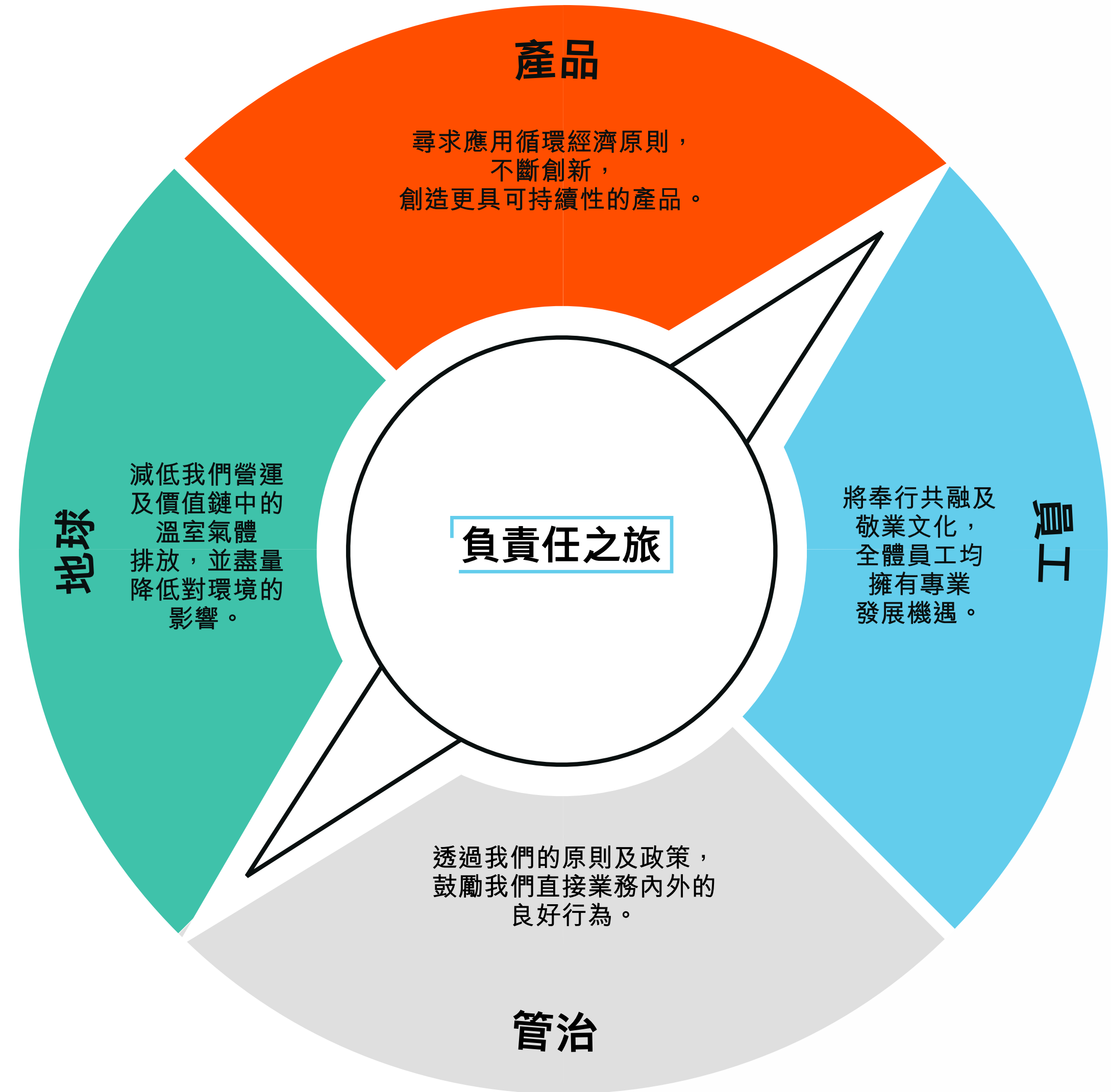
我們的可持續發展策略

我們的願景是成為全球最具可持續性的時尚箱包及行李箱公司。

為幫助我們實現這一願景並旨在引領箱包及行李箱行業的可持續發展轉型，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110年推陳出新的傳統為基礎，專注於基於全球重要性評估結果的四個領域。透過該評估，我們識別與我們的業務及持份者最相關的可持續發展主題並釐定優先等級。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主要策略－產品、地球及員工。

我們的可持續發展策略是我們用來指導我們邁向2030年之旅程中的決策的指南針及實現我們長遠目標的途徑。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。

負責任之旅



實施我們的策略

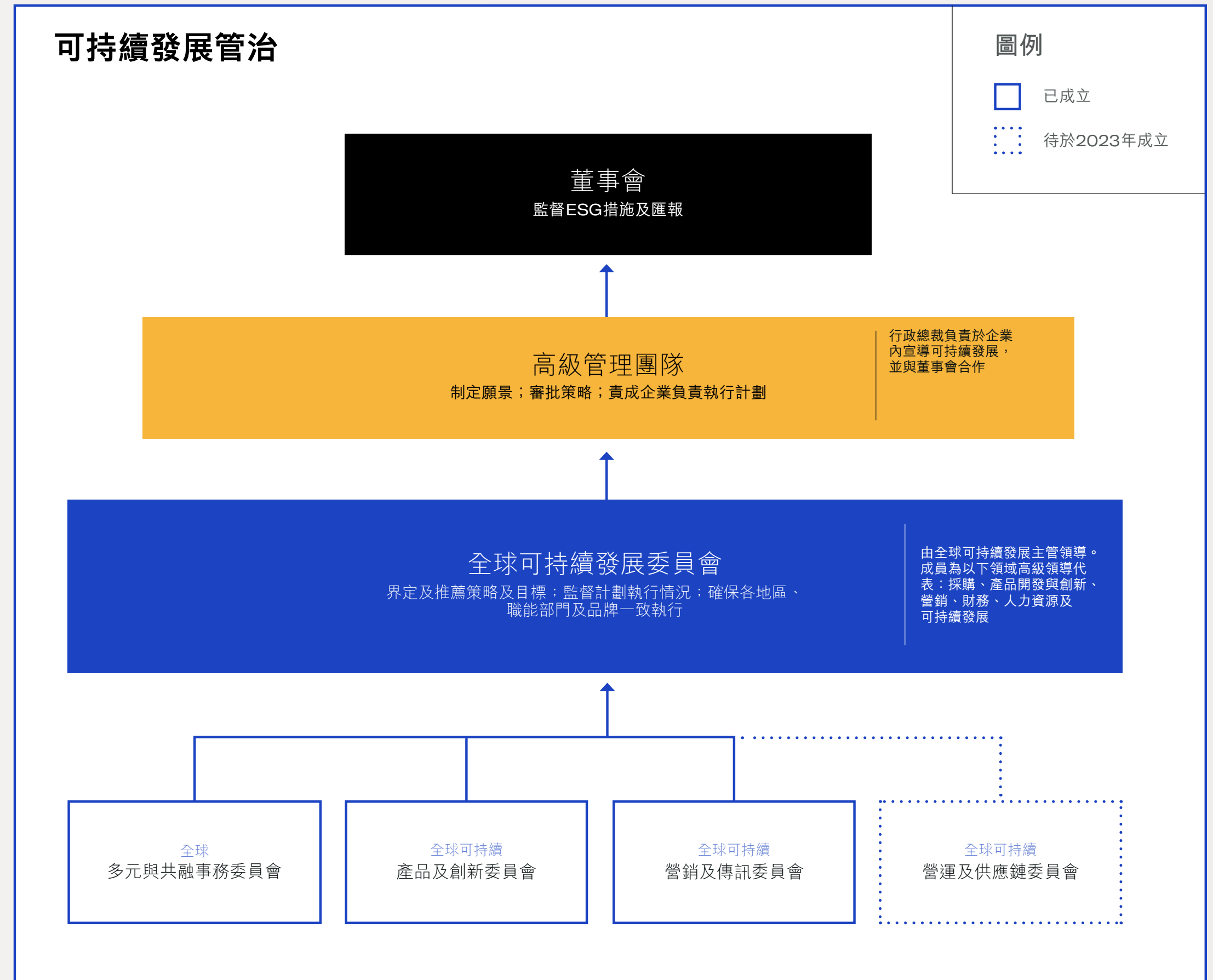
作為一家主要採用分權區域管理架構的全球企業，具備有效的管治模式來管理我們品牌及區域的可持續發展至關重要。我們的行政總裁倡導可持續發展計劃，我們的董事會及高級管理團隊在行政總裁的引領下制定願景及大方向。我們的全球可持續發展主管直接向行政總裁匯報，並負責協調組織整體並使企業內各持份者參與制定我們的可持續發展策略並監督我們計劃的實施及溝通。

於2022年初，為加快推進「負責任之旅」並將可持續發展進一步融入我們的企業文化，我們成立全球可持續發展委員會，以實現策略協調及一致性，並推動全公司上下問責。該委員會由代表我們各區域及主要職能部門（包括產品、營銷、採購、人力資源、財務及可持續發展）的高級領導組成，負責根據我們就「負責任之旅」所取得的進展更新及完善我們的策略及目標。

於下半年，我們成立兩個新的全球可持續發展委員會，一個專注於產品，而另一個專注於傳訊。正如全球可持續發展委員會，該等新的全球可持續發展委員會由我們各區域、品牌及相關職能部門的代表組成。他們將制定行動計劃、協調執行情況並驅使企業內各持份者參與，同時亦能夠在整個公司分享最佳措施，以便快速地效法成功案例。

我們的產品委員會由設計、採購及產品開發的內部領導組成，其當務之急是開發一項將在整個公司推行的循環經濟方針，最初專注於我們的三大品牌新秀麗、Tumi及American Tourister。

我們的傳訊委員會匯集我們各區域的營銷領導以及全球投資者關係及人力資源代表。他們最初的重點是調整及協調我們各品牌及區域的可持續發展信息，確保我們與客戶、員工、投資者及其他主要持份者的溝通方式一致。



2022年 摘要

產品

基於循環經濟原則更新及完善我們可持續產品方針

提高含有再生物料的產品至超過銷售額的**23%**；我們最受歡迎的三個產品系列至少含40%回收物料（按重量計）

管治

建立可持續發展管治架構，包括一個全球可持續發展委員會及兩個新的全球委員會

*氣候相關財務披露工作組



地球

可再生電力使用量新增至**25%**，較2021年翻一番以上

首次量度我們**範圍3**（間接）溫室氣體排放

完成與氣候相關財務披露工作組*指引一致的氣候風險及機遇評估

員工

我們第一次全球員工調查的回覆率為87%：**90%**的受訪者對新秀麗的多元共融持肯定態度

確認我們的性別平衡目標：於2030年女性至少佔管理層（主管及以上級別）的**45%**

我們如何提高產品的可持續性



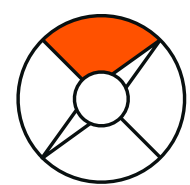
American Tourister的新款 Urban Track系列是我們首款完全由再生物料製成的旅行包產品系列



Secret



Ebags



我們的目標

透過應用循環經濟原則及設計創新不斷提高產品的可持續性，同時盡量減少碳排放及廢棄物，重點關注耐用性、物料、可維修性及使用週期結束。

引言

我們知道如何設計及製造我們的產品對於實現我們成為全球最具可持續性的時尚箱包及行李箱公司的願景而言至關重要。

隨着全球旅遊業全面復甦，我們希望盡己所能，透過為客戶提供具可持續性設計的產品，幫助減低對客戶之旅程帶來的影響：經久耐用、高效製造、使用再生或可再生物料；易於維修不用更換，並能夠在使用週期結束時進行回收或再利用。最終，我們希望能夠在可能的情況下透過再利用舊產品的物料製造新產品實現完全循環。

於過去一年，我們一直思考如何使我們的產品更可循環利用。我們將首先關注我們在物料創新、耐用性及維修方面的優勢，並將於2023年繼續完善並製定我們的策略、全球目標及成功指標。我們繼續與合作夥伴合作，投資於可持續物料及工藝創新，從測試見解中吸取經驗教訓，並推出最佳措施。我們的產品循環經濟策略以三項基本原則作基礎：

我們的客戶在選擇更具可持續性的產品時不應作出妥協：我們知道我們的大部分客戶都意識到他們對地球造成的影響，並且我們希望我們的品牌能使他們盡可能容易地作出更具可持續性、可循環性的選擇，而不影響價格、質量、性能或風格。

我們的可持續性解決方案應推動減碳，並從整體上考慮環境及社會影響：可循環性是產品可持續性使用週期中的一項主要考慮因素，但我們亦會考慮其碳足跡以及我們供應鏈中的任何潛在質量、健康或安全問題。

我們的方針將靈活切合我們各品牌及區域所需：隨着我們努力支持及擴大國際行李箱及時尚箱包循環經濟，使我們的解決方案惠及最多客戶並適用於最廣泛的產品是當務之急。實際上，這意味着我們可能就不同品牌或區域而調整我們的方針，但時刻銘記可循環性及優質客戶服務。

我們的循環方針



耐用性設計

設計經久耐用的產品是我們更負責任地使用資源的關鍵方法之一。



創新物料

選用更具循環性及可持續性的物料，如回收、可再生和低碳物料。



促進回收及再利用

制定解決方案，使我們產品遠離垃圾堆填區，確保產品在使用週期結束時能夠在可能的情況下重複使用或回收。



倡導維修

透過簡單維修及可更換零部件，幫助我們的客戶盡可能長時間保留及維護我們的產品。

考慮到這些原則，我們將採用四項方針以在我們產品的使用週期內實施可循環性解決方案。我們將繼續秉持我們耐用性設計的長期承諾，同時擴大我們的現有努力，以創新物料；倡導維修；及促進回收及再利用。

耐用性設計

最具可持續性的產品就是經久耐用的產品。我們可以自豪地說，我們以設計經久耐用、高質量的產品而聞名。這是我們能夠更負責任地使用資源的主要方式之一。簡單地說，每個行李箱的設計都是為了能夠承受旅遊的舟車勞頓，並提供經年服務。每一個行李箱的使用週期越長，我們使用的資源就越少，且我們的整體影響就越低。

我們並未固步自封，而是仍在盡可能致力進一步提高耐用性。除透過定制及嚴格的質量控制測試對我們的物料及產品進行一絲不苟的測試外，我們還利用維修中心的數據來了解我們箱包及行李箱的哪些地方最先出現磨損。然後優先提高這些地方的耐用性。

新秀麗歐洲創新項目工程師 NATHAN VANDEN BULCKE



「我在2021年10月加入新秀麗。這是我的第一份工作，畢業時獲得根特大學可持續性物料工程學位。這是一個將我的學習成果付諸實踐的絕佳機會；我的第一個任務是對不同的產品系列進行使用壽命評估(LCA)，計算溫室氣體(GHG)排放。LCA是一種強大的工具，使我們能夠對不同的產品及產品場景進行比較，以幫助找到排放重點位置。這樣做有助於我們作出有針對性的改變，以在減少GHG方面產生最大影響，但不會降低產品質量及耐用性。

我也很高興參與更多像對我們耐用及輕便的Roxkin™物料進行改進這樣的技術項目。我喜歡能夠專攻有助於將實在的產品推向市場的技術元素 — 看到最終的結果令人感到十分欣慰。我也慶幸能夠與來自多個不同部門的眾多優秀同事一起工作。

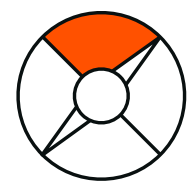
我也很高興參與更多像對我們耐用及輕便的Roxkin™物料進行改進這樣的技術項目。我喜歡能夠專攻有助於將實在的產品推向市場的技術元素 — 看到最終的結果令人感到十分欣慰。我也慶幸能夠與來自多個不同部門的眾多優秀同事一起工作。

在可持續性方面，我希望繼續更深入地了解我們產品及我們業務的整體影響。因為在你能夠改進某個東西之前，你首先必須了解它。我知道我的職業生涯才剛剛開始，還有很多東西需要我去發現，但從事創新方面的工作極具吸引力：探索新的可能性是令人非常興奮的。而且即使有些事情沒有按計劃進行，你也可以從中學習。」

產品系列

Tumi的Voyageur箱包的設計一向輕巧而時尚。當我們重新開發這一標誌性產品系列時，我們希望使用再生尼龍作包身面料，繼續提高Tumi品牌的可持續性。回收過程對紗線的要求很高，而與原始紗線相比，質量自然有所下降。考慮到這一點，我們的技術團隊審閱不同的方案，以提高面料的質量及耐用性，同時實現所需的輕量化。

解決方案是使用我們的一個歐洲合作夥伴為Tumi開發的特別定制塗層。這種塗層最初是為了提高面料的易清潔性：日常使用箱包時，它會從人們手中沾染污垢、灰塵及油漬並吸收雨水，這些都會使物料開始降解。透過我們的廣泛測試，我們發現該塗層不僅提高快速輕易去除污垢的能力，而且還延長面料及產品本身的使用週期。



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。

進展報告

於2022年，本公司**23%**以上的全球銷售收益源自含有一定比例**再生物料**的產品，較2021年的估計17%有所增加，而2019年僅為5%。

物料創新

我們的使命是在我們的產品及包裝中加快及擴大使用更具可持續性物料，以幫助改善產品的可循環性並降低其碳足跡。迄今為止，我們主要關注的產品可持續性領域之一是將再生物料融入我們的產品組合。於2022年，含有再生成分的產品佔我們銷售收益的23%以上（較2021年的約17%有所增加）*。雖然我們對所取得的穩步進展感到自豪，但我們的目標是在未來數年使此項數字有所增加。

我們知道，輕量化及使用再生物料取代原始石化物料可產生重大影響，並有可能顯著減少產品的碳足跡。為幫助我們大規模及快速創新，我們與多家全球合作夥伴合作，且我們一直在尋找對環境影響較小的新物料。

我們持續評估我們箱包及行李箱的再生及可再生物料，包括探索織物、纖維素及尼龍的改進方案。我們認為考慮我們如何將物料進行組合至關重要，以避免過於複雜的組合可能令使用

週期結束後的再利用或回收變得更加困難。關鍵的是，我們僅選用符合我們高質量及耐用性標準的物料。

在將可持續物料創新推出市場時，我們知道必須特別注意可循環性與減碳之間的潛在權衡。我們將優先考慮在產品的整個使用週期內減少其碳足跡的解決方案，而非僅僅減少物料本身的隱含碳。於2022年，我們的十大暢銷產品系列中有三個屬於我們最具可持續性的產品，按重量計含有40%至60%的再生成分。

與傳統（原始）尼龍製成品相比，**Gregory新款Rhune**背包系列的產品碳足跡減少了**51-57%**。

*在去年的ESG報告中，我們分享到於2021年，我們14%的銷售額源自含有再生物料的產品。此後，我們已改進收集及驗證該項來自我們各區域及品牌的數據的流程。根據該項改進後的數據，我們對我們的估計作出了修訂。



物料創新

Gregory經過全面改造的**Deva及Baltoro**產品系列是我們最暢銷的高端背包系列，其透過使用再生物料、不含全氟化合物(PFC)的耐用防水劑及創新底盤設計使其所用高密度聚乙烯(HDPE)塑料較上一代減少50%，從而使2022年的碳足跡減少31%。▶



於2022年推出的新款**American Tourister Urban Track**系列，是我們首款完全由再生物料製成的旅行包產品系列。平均來說，一個旅行包使用的再生聚對苯二甲酸乙二醇酯(rPET)數量相當於多達42個再生塑料瓶(按大容量輪式旅行包計)。▼

當Tumi重新推出其標誌性的**Alpha Bravo**產品系列(我們全球核心產品系列之一)時，再生物料的使用成為設計過程中不可或缺的一部分。我們的全球團隊開發出一種新的再生尼龍，能夠滿足Tumi嚴格的質量測試要求。我們的設計及產品團隊亦將rPET運用於襯裡、內外織帶，甚至拉鍊帶。

Recyclex物料技術™是包括rPET、再生尼龍、再生聚碳酸酯及再生聚丙烯等再生物料的組合。於2022年，我們透過使用rPET使相當於約1億個500毫升(20克)塑料瓶免於被送到堆填區。該總數較前幾年大幅上升(我們估計2018年至2021年累計略高於1億瓶)。



於2022年，**新秀麗Magnum ECO**系列於2021年在歐洲成功推出，成為我們全球最暢銷的產品系列之一。外殼採用相當於483個大乳酪杯的消費後再生的食品包裝製成，而襯裡則採用相當於8個塑料瓶製成。◀



倡導維修

即使是設計最好、最堅固的行李箱，隨着時間的推移以及旅遊里程的增加，最終也會自然而然地出現一些損耗或毀損。製造易於維修的產品一直是我們傳統的一環，且在產品設計階段開始時就考慮到了這一點。例如，透過我們選用標準化零件或指定製造工藝，例如使用旋入式元件而非鉚接。

在售後支援方面，全面的維修服務是我們廣泛的產品保修服務的核心。為了令客戶更輕鬆和便利，我們現在透過由48個國家的160多個自營及第三方維修中心組成的全球網絡及在全球19個國家的近500家店舖提供店內維修來提供維修方案，而最近則透過幫助我們的客戶在家完成其自己的DIY維修。

我們的產品系列在設計上越多的考慮到易於拆解，它們就越利於DIY維修。在歐洲，我們的多品牌服務平台Supportandgo在教程視頻的幫助下就識別產品及需要維修的零件的過程為客戶提供指導。然後客戶在網上訂購零件，並以郵遞把零件送交給他們，避免客戶及產品不必要的往返。於2022年，我們以這種方式發出20,000多份零件訂單。

延長行李箱使用週期：僅在北美洲，自2019年至2022年底，**Tumi的維修中心維修45,000**多個超出保修期的箱包，避免浪費及對堆填區的影響。



新秀麗Zipwash襯裡 – 新秀麗在北美洲及歐洲推出一系列行李箱及箱包，其襯裡可被輕易拆解以便清洗或維修。



大部分在北美洲銷售的新秀麗行李箱使用**YKK Fuzion Zipper**，其耐磨性是普通拉鍊的五倍，而且易於維修。為迎合客戶的要求，產品包含一個拉鍊維修工具包，或可向我們的客戶服務團隊訂購該工具包。

Gregory終身保修承諾使該品牌在設計及工藝方面產生特殊的考慮因素及標準，以確保產品更易於維修。作為這一重點的一部分，我們於2022年推出一項新的DIY現場維修計劃。該保修計劃使我們的客戶能夠快捷及輕易地更換其產品上的常見配件及帶扣，而無須將產品運送至維修中心，省時省力。



TUMI維修

Tumi於倫敦市中心的旗艦店於2022年開設一間新的維修室。與Tumi於北美洲、亞洲及歐洲店舖內設置的維修設施一樣，它就位於店舖當中。這意味着團隊可以更有效地進行產品維修，節省運輸成本及相關碳排放，同時提供更高質的客戶服務。自其開業以來，僅在倫敦，它就處理1,000餘次維修。



「我們的店內維修站於2022年秋季在我們新開張的店舖正式開業，現時我們每週接待進店維修**30**餘次。為我們客戶的行李箱及箱包進行即日現場維修不僅是一項周到體貼的服務，而且它可以使我們不必將產品送走，減低碳足跡。我們經常對我們維修的一些箱包的使用週期感到驚訝，有些經過**20**餘年使用後送來維修，證明我們的產品確實十分耐用！」

新秀麗英國及愛爾蘭
電子商貿及零售主管 Alex Willson

促進回收及再利用

我們專注於卓越的產品質量及耐用性，並致力於在實際可行的情況下盡量進行維修，因此客戶可期待自己的箱包及行李箱能長年陪伴他們出行。

當我們產品的使用週期最終結束時，我們希望確保物料能夠在可能的情況下進行重複使用或回收，使產品遠離堆填區。我們的目標是設計產品便於拆解，這意味着除了顯而易見地選用再生物料外，我們亦作出其他選擇例如使用卡入式或可拆解元件，以及盡可能於製造時避免使用使拆解變得複雜的鉚釘及膠水。

我們開始支持多種物料再生及回收途徑，而且還陸續有來。由於全球各地的當地再生市場及基礎設施差異懸殊，為實現這一目標，我們正透過與合作夥伴合作幫助改善行李箱的區域再生方案，同時透過店內回收計劃激勵客戶參與，從而使我們能夠向合作夥伴提供一系列可拆解及回收的產品。

在物料再生及回收的同時，我們正考慮如何延長產品的使用週期，儘量充分利用產品，或為其提供第二次生命。這是我們循環產品方針中最具挑戰性的部分，且目前處於早期階段。它完全符合我們的耐用性及設計理念，因為只有透過有效的設計及製造，我們才能擁有堅固、適合重複使用及翻新的產品及物料。我們在歐洲及亞洲的試點回收計劃是了解產品回收潛力的第一步。

案例研究

鼓勵在歐洲回收我們的產品



RECYCLE
YOUR CASE



於2022年，我們在比利時及荷蘭擴大我們於2021年試點成功的回收行李箱推廣活動，以鼓勵客戶與我們一起回收他們的舊行李箱。邀請非常簡單：送回任何品牌的硬質行李箱，我們將對其進行回收，而客戶獲得20歐元供購買新秀丽的新產品。超過1,290個行李箱被送來進行回收，其硬殼被轉化為非食品包裝物料。

我們正在探索與我們的回收合作夥伴一起開展行李箱拆解、分類及回收，以提高我們所能回收的物料的比例。我們的研發團隊正致力於回收聚丙烯，讓我們重新使用該物料於內部應用。

介紹認識新秀麗PROXIS

新秀麗Proxis是一款在歐洲以Roxkin™製成的硬質行李箱系列，而Roxkin™是我們專有的由雙向拉伸聚丙烯(BOPP)薄膜製成的輕量、可復原及可完全回收物料。Proxis體現我們設計可持續性產品方針的三個要素：設計注重高性能持久性及易於維修以及最終可回收性。每一個行李箱極其堅硬且輕盈，購買時均提供Samsonite wecare (我們的定制免費維修服務，該服務同時亦讓客戶可在行李箱使用週期結束時對其進行回收或再利用)。

「Proxis獨特的手繪設計靈感來自爬行動物皮膚的結構及外觀。它與Roxkin™的韌性及抵抗力相符，且就像皮膚一樣，行李箱外殼將保護裡面的東西。」

Proxis設計師Alice A.

案例研究

尋找回收 行李箱的 新用途

於2022年，我們在亞洲與合作夥伴世界自然基金會一起試辦了兩次為期一個月的推廣活動，呼籲我們的客戶將他們的新秀麗舊行李箱帶到店鋪給當地慈善合作夥伴回收再造成有用的新產品，以便測試物流及客戶的反應。在馬來西亞，UPCYCLED by FE將行李箱改造成花盆。在印尼，Plustik將回收的行李箱用作鋪墊北雅加達Taman Wisata Angke Mangrove的鋪路磚。兩次活動總共回收超過4,300個行李箱。



4,300

個

新秀麗行李箱透過當地慈善合作機構進行回收

透過合作推動創新

只有透過合作才可以讓我們以所需的規模及速度實現可持續性突破，因此，與合作夥伴共同研究、測試及投資對環境影響較小的新物料對我們的業務具有長遠意義。在過去的一年裡，我們的產品團隊與一系列創新者及開拓者合作，將新思路推向市場：

LYONDELLBASELL QCP

基於我們與LyondellBasell在為新秀麗Magnum ECO系列開發QCP物料消費後再生聚丙烯方面的合作，我們就再生物料開發出一套新的分揀流程，使我們能夠為2022年夏季產品系列提供更多顏色鮮豔的方案。



SORPLAS™

我們與索尼半導體解決方案合作，於2022年在亞洲推出白色新秀麗Beamix系列行李箱。它們含有SORPLAS™，一種由舊水瓶及廢光盤製成的再生聚碳酸酯物料，具有與原生聚碳酸酯相同的耐用性及壽命，但碳排放更低，而且還可以減少物料被送往垃圾堆填區。

「SORPLAS」為Sony Group Corporation的商標。



皮革替代品

去年，我們報導了我們與意大利供應商合作開發一種創新的新皮革替代品，該物料由農副產品（包括釀酒過程中的廢葡萄）製成。該物料以優異成績透過我們的質量測試，而今年我們在亞洲將它應用於我們的新款新秀麗Work Folio商務配件系列。

TUMI ALPHA X面料

為使Tumi耐磨Alpha產品系列更上一層樓，我們於2022年與我們的面料廠合作開發一種面料織法，以提高該類面料的質量及耐用性。透過將尼龍、高密度聚酯纖維及其他紗線相結合，我們開發出一種比我們現有的Alpha面料強五倍以上的物料。其將於2023年推出。



改進包裝物料

隨着我們轉變為使用更多的再生成分及更具可持續性物料，我們的銷售點物料及包裝物料於2022年期間在全球各地持續演進。

例如，Gregory品牌99%的包裝轉變為使用再生成分，包括其100%的背包產品轉變為使用再生塑料袋包裝。Tumi經已進行變革；而與此同時於拉丁美洲新秀麗、American Tourister、Saxoline及Xtrem品牌的行李箱轉變為使用100%再生紙板、rPET箭頭、再生繩子、再生紙製品（如吊牌）及再生低密度聚乙烯（LDPE）包裝袋。

在亞洲，所有塑料膠帶均被紙質膠帶取代；包裝袋（如果使用）改用再生LDPE；而任何剩下

的泡沫塑料被紙盒包裝取代。我們亦在北美洲使用再生LDPE塑料袋，並逐步淘汰泡沫塑料。

我們還監控及追蹤生產設施將產品安全送達配送中心，再由其配送予我們的客戶時所使用的二級及三級包裝數量。

2022年，我們估計消耗包裝物料5,936公噸，其中包括5,492公噸經森林管理委員會(FSC)[®]認證的紙板或100%再生紙板、420公噸塑料、24公噸膠帶以及0.3公噸聚苯乙烯。與2021年相比增長55%，大致上與產品銷售增長以及重建或補充庫存水平一致，乃由於我們自2019冠狀病毒疫症中持續復甦。



「我們不斷進行實驗，為我們的產品開發使用週期結束解決方案，而這些實驗使我們對消費者關心的議題及再生物料的質量獲得許多寶貴見解。這些見解使我們距離實現完全循環又近了一步。」
新秀麗歐洲研究、創新與開發副總裁
Pauline Koslowski

2023年的 下一步工作：

- 繼續發展我們的循環經濟方針—包括開發使用回收再利用解決方案及鞏固我們與馬斯特里赫特大學(Maastricht University)在回收物料測試方面的合作成果。
- 界定我們的可持續產品關鍵績效指標及目標。
- 繼續擴大我們旗下整個產品組合使用再生物料。

我們如何保護環境

所有 **Gregory Rhune** 織物都由再生物料製成，與傳統尼龍包相比，碳足跡減少51%至57%



High Sierra



引言

顯然，企業、政府及民間社會須於並盡快於脫碳、保護及修復天然資源方面合作。作為全球領先的生產商，我們致力於在我們的營運及整個價值鏈中減少溫室氣體(GHG)排放、減少我們對天然資源的使用(如原始原材料、能源及水)，並避免或減少浪費。

該等方針固然對我們至關重要，我們的客戶亦非常重視，他們期待企業能讓他們於購物時更容易作出更可持續的選擇。於2022年，我們在落實氣候策略方面取得進展，並投放資源於量度、管理及披露我們的溫室氣體排放。我們亦一直努力加深了解氣候變化給我們的業務帶來的風險及機遇。

量度我們的影響

我們量度所有生產廠房、大部分配送設施及所有我們自己繳付能源費用的辦事處的能源使用情況。我們亦就零售店的統計有效樣本採取相同措施。

我們利用我們擁有數據的設施的能源使用概況來估計其他辦事處及店舖的能源使用情況及GHG排放。我們亦量度生產設施的用水量、包裝物料使用情況以及無害及有害廢棄物。於2022年，我們並不知悉任何嚴重違反與空氣及GHG排放、排放物及廢棄物有關的適用法律和法規的事件。

亮點

- 將我們的可再生電力使用量增加至25%，較去年翻一番以上
- 首次量度我們範圍3(間接)溫室氣體的排放
- 完成與氣候相關財務披露工作組(TCFD)指引一致的氣候風險及機遇評估



碳信息披露項目的氣候披露

我們於2022年第二次回應CDP*的氣候問卷。我們於該項氣候披露項目中得分為「B」，高於全球平均水平，並與紡織品及織物製品行業的企業相一致。這也較我們最初的得分「C」顯著提高。該分數反映了我們對氣候相關業務影響的理解，並體現了我們正在對氣候問題採取協調行動。碳信息披露項目的評分標準每年愈發嚴格以推動最佳行為，我們擬於未來年度提升表現。為此，我們將透過繼續減少我們範圍1和2的排放，增加使用可再生電力，量度及披露更多的範圍3(間接價值鏈相關)的排放類別，以及提供我們的氣候風險評估結果的細節。

*CDP前稱碳信息披露項目

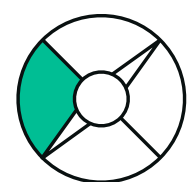
GEERT MOENS，安全與設施經理，比利時

「我於2000年加入公司，在位於奧德納爾德的比利時生產基地工作。在過去的15年，我看到可持續發展的重要性大幅增加，我們一直致力於在生產及辦公過程中節約能源及提高效益，這包括升級我們的生產設備及其絕緣物料、將箱子的物料重量從平均4至5公斤減少至3至3.5公斤(減輕重量意味減少生產所用能源)、仔細檢查生產的各個環節是否有氣體或能源洩漏等方面。即使簡單的措施例如將室溫降低一或兩度也大幅節約了能源。

迄今為止，我們的能源效益在2014年的基礎上提高20%。我對此深以為傲，但這並非易事，需要所有員工的通力協作—不僅生產及配送部同事，還有掌握預算的財務總監及廠長。我深知量度及監測能源消耗是成功及持續改善的關鍵，更不用說為投資制定商業方案了。

於2023年，我將領導兩個項目：以LED取代舊照明，及減少我們生產及配送設施用水。像許多企業一樣，我們也希望在未來幾年減少對天然氣的依賴。」





我們的目標

與**2017年**基準相比，到**2025年**將營運的碳強度降低**15%**。

進展報告

於2022年，我們營運的GHG絕對排放量較2017年減少33%（如果計及我們植樹帶來的抵銷則減少37%）。這一減幅部分可歸因於2019冠狀病毒疫症期間的內部生產及銷售下降，但絕大部分減幅乃由於我們增加使用可再生電力及實施能效項目。這反映在我們的碳強度上：**按收入標準化計算的GHG排放量較2017年減少19%**（如果計及我們植樹帶來的抵銷則減少23%）。

管理我們的碳足跡

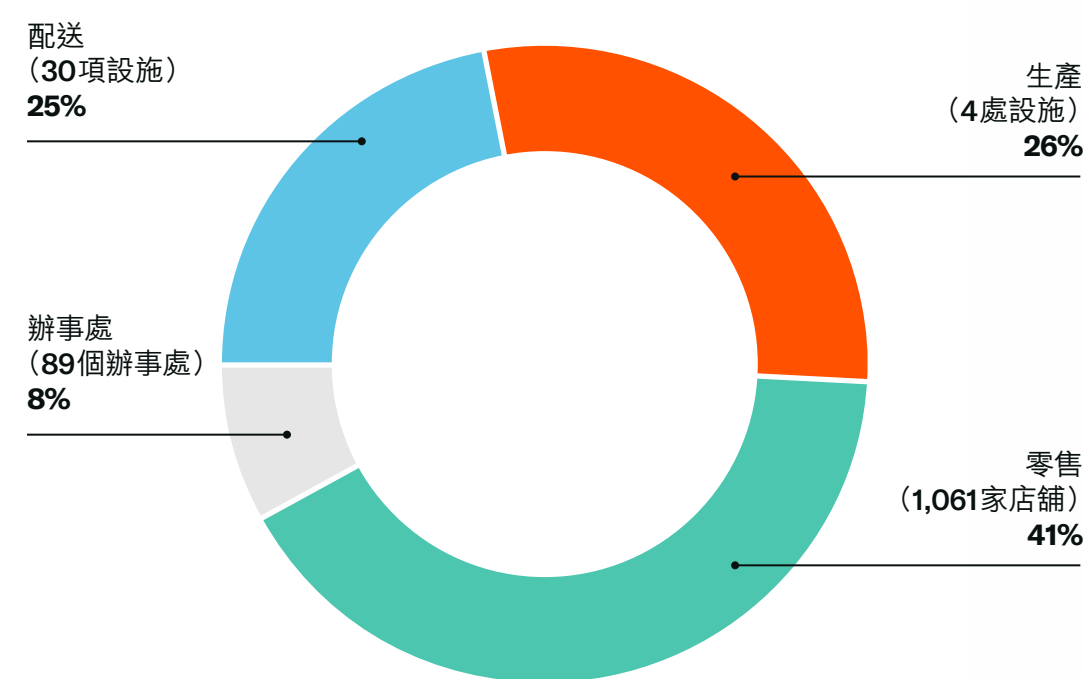
我們營運中的GHG排放量（範圍1和2）

我們2022年的碳足跡計算結果乃基於對位於42個國家1,184家店舖、生產及配送設施以及辦事處（包括年內關閉的71處場所）的能源使用所收集及估計的數據得出。自2017年以來，我們一直與專家顧問通力協作，以量度及評估我們的年度營運（範圍1和2）碳足跡。2022年的GHG盤查乃基於所有生產設施及我們營運的大部分配送中心的實際能源數據、部分辦事處的實際數據、對於缺乏數據的設施之估計以及零售店的統計有效樣本。在計算我們的碳足跡時，我們遵守《溫室氣體議定書企業標準》*。

總的來說，我們在2022年產生19,236公噸CO₂e。我們範圍1的排放量為2,339公噸

範圍1及範圍2排放

2022年按設施類型劃分的GHG排放明細¹



我們的GHG足跡（公噸CO₂e）²

	2017年 基線	2020年	2021年	2022年
GHG排放總量	28,776	17,352	18,738	19,236
納西克市植樹造林帶來的碳抵銷	1,181	1,059	1,358	1,752
GHG排放減去碳抵銷	27,595	16,293	17,380	17,484

¹ 部分生產及配送中心包括連接辦事處；包括移動源的排放。

² 我們印度納西克市工廠的團隊自2011年起開始在當地種植果樹及藥用樹，以幫助支持社區。由於大部分樹木位於新秀麗的自有土地或由印度政府管理的受保護土地，因此該等種植樹木符合永久抵銷要求。

CO₂e，包括取暖所用天然氣、車輛、設備和備用發電所用汽油、柴油和丙烷以及製冷劑產生的排放物。在基於市場的計量方法下，我們範圍2的排放量（源自所購電力）在我們的直接業務足跡中佔絕大部分，為16,897公噸CO₂e。如果計入我們在印度納西克市植樹帶來的碳抵銷（詳見第41頁），2022年我們的碳足跡合共為17,484公噸CO₂e。

有關我們的GHG足跡的更多詳情，請參閱數據章節第51頁。

*《溫室氣體議定書》(https://ghgprotocol.org)為量度及管理排放量的綜合性全球標準化框架，由世界資源研究所(WRI)及世界可持續發展工商理事會(WBCSD)合作制定。

能源效益及節能

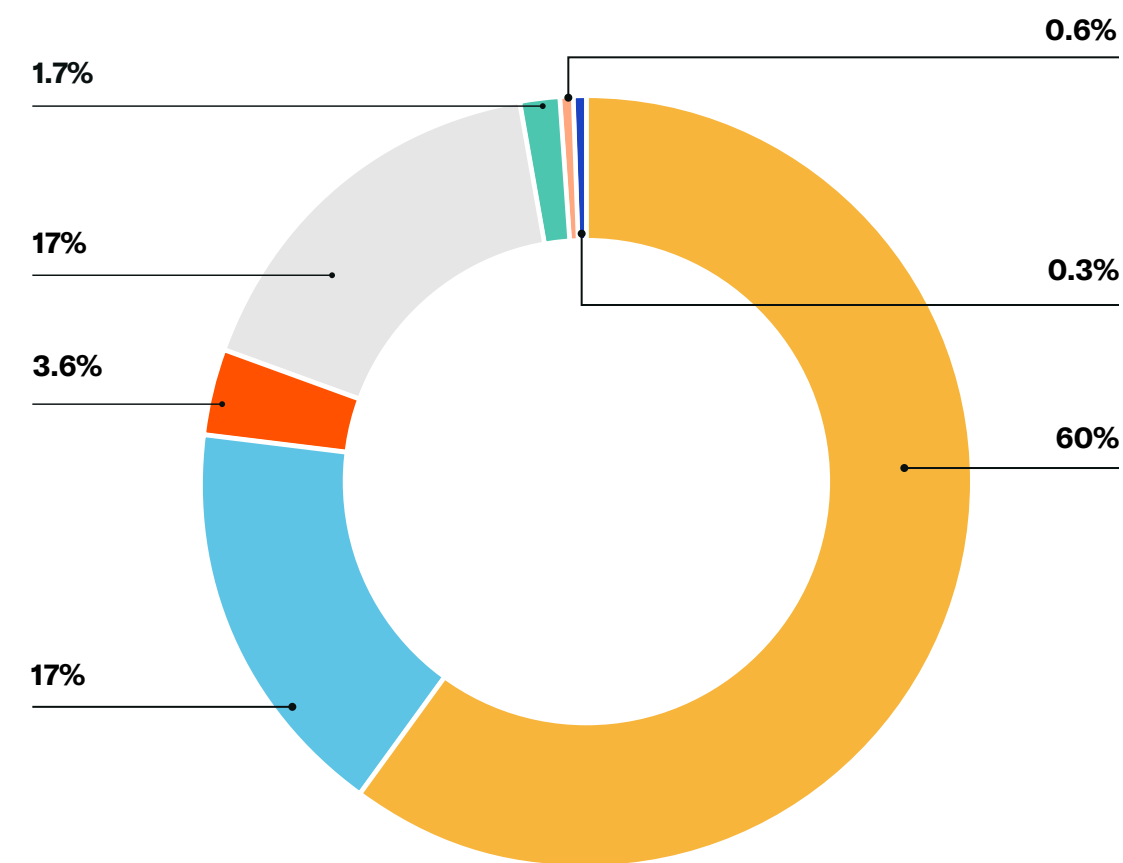
能源使用概述

為確定我們可在哪些方面減少能源足跡並評估一段時間內的進展，我們量度了我們的生產廠房及其他設施的能源使用情況，包括直營配送中心、辦公室及零售店。

我們設施使用的大部分能源(81%)為電力形式；除為插頭負載及照明供電外，電力是生產、加熱及冷卻的主要能源。剩餘19%來自天然氣、汽油、柴油及丙烷。我們使用天然氣在特定的產品生產營運過程中產生熱氣，並為空間供暖。汽油及柴油用於為車輛提供動力，而柴油亦用於備用發電。我們使用少量丙烷為叉車及部分員工食堂提供電力。

於2022年，我們在我們的設施（特別是在我們的生產基地及配送中心）實施多項能效措施，以減少我們的能源使用及GHG排放。例如，我們使用更高效的鍋爐替換比利時及匈牙利生產設施的老舊加熱鍋爐，並安裝程控自動加熱系統。該等改進措施使我們歐洲生產業務的天然氣使用量減少了11%，使得GHG排放量每年

2022年能源來源

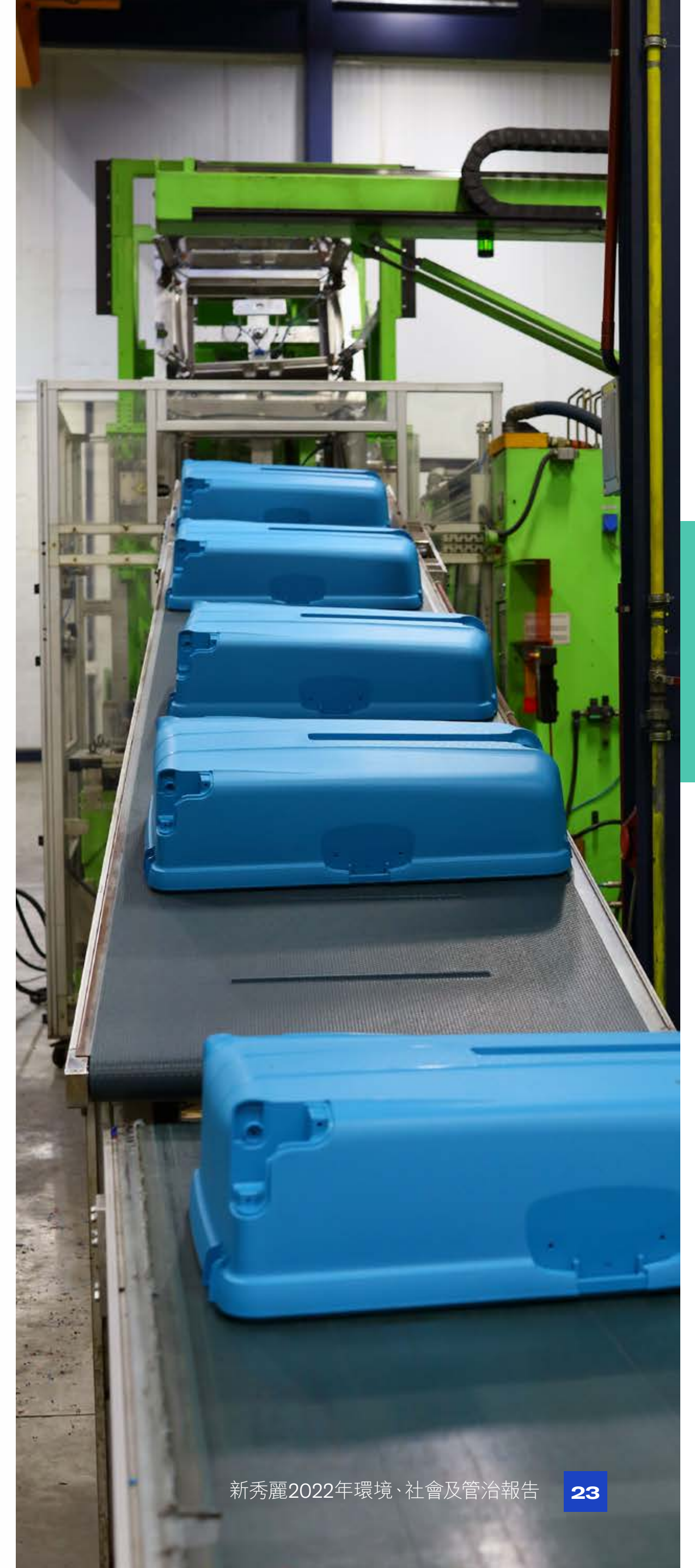


- 電網購買的常規電力：127,181百萬英熱值
- 購買的可再生能源：35,800百萬英熱值
- 現場生產的可再生能源：7,522百萬英熱值
- 天然氣：35,209百萬英熱值
- 柴油：3,658百萬英熱值
- 汽油：1,362百萬英熱值
- 丙烷：708百萬英熱值

減少了150公噸CO₂e。我們亦繼續在製造、配送、辦公及零售設施中安裝高效的LED燈及運動傳感器。截至2022年底，我們全球約40%的設施所佔面積使用LED照明，全球至少35%的設施所佔面積裝有節能運動傳感器及定時器。

歐洲生產業務
天然氣使用量減少

11%



案例研究

使我們在巴西的業務更具資源效益

「我們希望對巴西的經營方式作出持續而積極的改變 — 即使是細微的改變亦能聚沙成塔，帶來質的變化。

我們在努力降低本地足跡的過程中如何減少能源消耗就是一個很好的例子：我們最先著手的工作之一是將我們所有零售店的照明全部更換為LED燈。我們於2022年對我們的總部及主要倉庫作出系列搬遷，可持續發展是新選址的首要考慮因素。我們使用的第三方倉庫全部為LED照明，並在現場自行生產可再生電力。同樣，新辦公室的所有照明均為LED燈，建築本身採光極佳 — 當然，我們很幸運這裡陽光充沛！

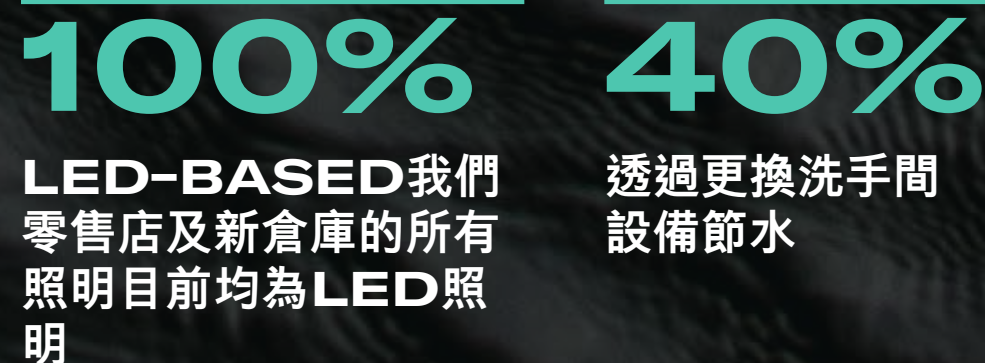
改用LED燈意味着今年的能源消耗將減少80%，所以這真的很重要。同樣，我們更換了新辦公室的衛生間設施，使用水量減少約40%：在聖保羅這樣一個缺水的城市，每一滴水都很寶貴。

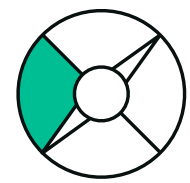
要讓這些改變得以持續，與員工攜手共進是當務之急。我們在搬遷時開展了一系列活動來提高員工的意識，並激勵我們的員工改變他們在工作中的一些行為。例如，我們設定了一個目標，以減少我們產生的印刷品的數量，並確保所有的辦公廢物被分類收集，以便於回收。我們還開展活動，鼓勵員工注意空調的使用，並禁止在辦公室使用塑料杯（每年約37,000個杯子）。

在我們的門店，我們使用由經認證的可持續發展紙張製成的購物袋，並對紙板垃圾進行分類收集，我們一直在回收及重複使用銷售點物料，並將舊貨捐贈予當地的慈善機構。今年，我們希望透過傳訊活動繼續敦促員工的行為，並邀請我們的部分商業合作夥伴加入我們的節能之旅。要做的事情還有很多！」



Helen Mariana，人力資源業務合作伙伴；Nardeli Gedro，總經理；Camila Barros，行政管理及採購協調員；Hudson Manzano，商務主管 — 巴西聖保羅





我們的目標

最遲於**2025**年，以**百分百**可再生電力為營運提供動力，讓營運實現**碳平衡**。

進展報告

於2022年，我們使用的電力中**25%**來自**可再生能源**（21%來自購買的可再生電力，4%來自現場太陽能發電）。

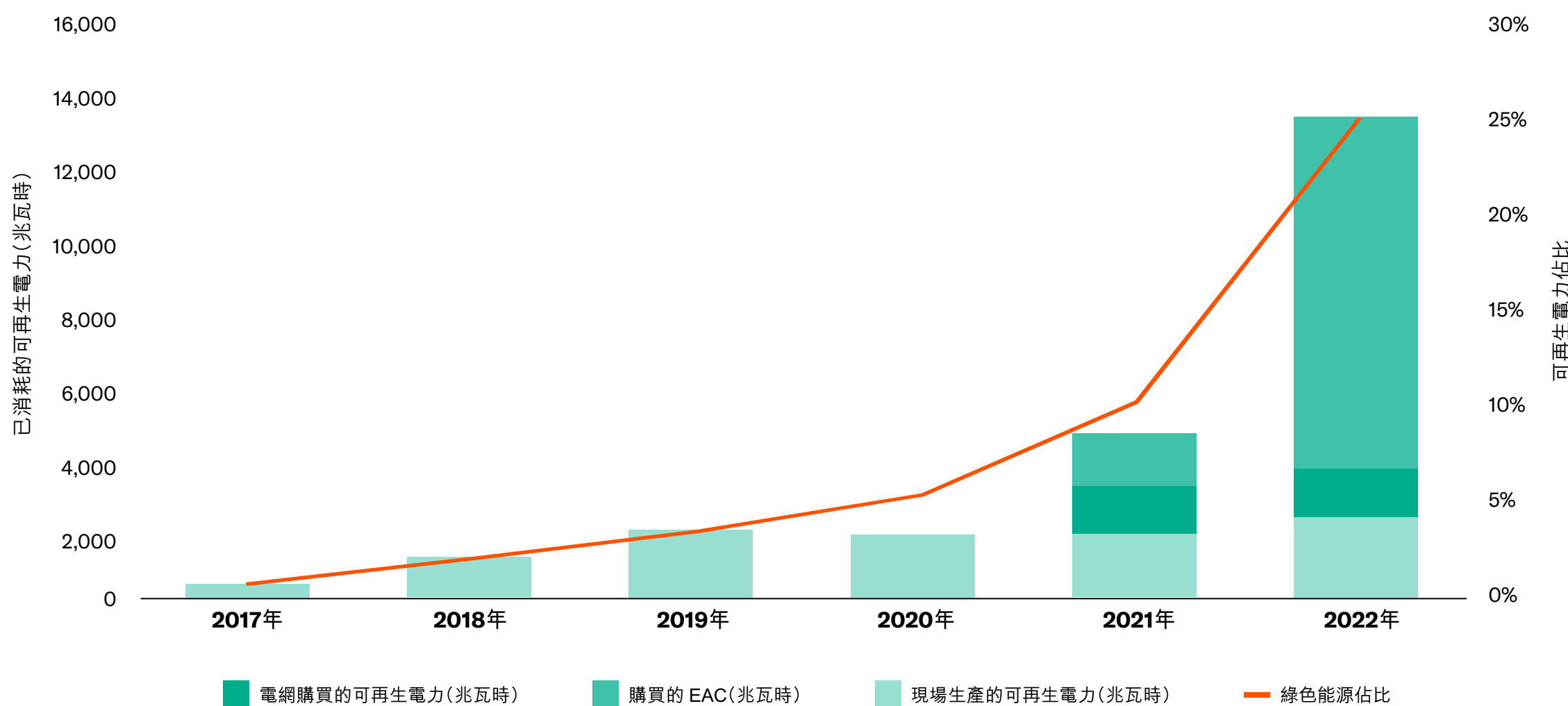
可再生能源

我們在設施中使用的大部分能源(81%)為電力，我們很高興在2022年可再生資源的佔比增加至25%，這意味着自2017年以來增加了30多倍。我們在比利時及匈牙利的歐洲生產廠房目前使用的電力全部為可再生電力（來自現場屋頂太陽

陽能及能源屬性證書(EAC)）。此外，我們的印度生產基地使用的23%的電力來自現場太陽能。對於我們的非生產設施，只要供應和經濟上可行，我們將會購買可再生電力；這包括參與美國及英國的公共設施可再生電力計劃。

於2022年，我們使用可再生電力產生的範圍2 GHG排放總較傳統電力減少16%。於2023年，我們計劃擴大在美國及英國購買可再生電力的規模。

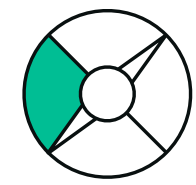
可再生電力消耗量



於2022年，我們透過美國及英國的公共設施項目購買了540兆瓦時的**可再生電力**，並在匈牙利及比利時購買了9,953兆瓦時的EAC。

我們在2022年將比利時奧德納爾德生產廠房的太陽能電池板陣列**從2,000塊增加至6,000塊**。這個太陽能陣列目前可以滿足廠房全部的電力需求，並向當地電網輸入額外的太陽能電力。這對我們而言是一項明智的投資：與購買傳統電力相比，此舉每年可節省約70,000美元的電力成本。





我們的目標

估計、追蹤及支持減少我們範圍3排放物的行動。

進展報告

於2022年，我們開展了一項全面工作以估算我們2021年《溫室氣體議定書》所界定全部適用範圍3類別的排放物。

量度我們的範圍3 GHG排放物

新秀丽與供應商及合作夥伴的全球網絡合作採購原材料並生產及配送我們的產品。意識到與我們大部分價值鏈(我們自身的營運之外)相關的重大排放及影響，我們首次與專家顧問合作，協助我們根據《溫室氣體議定書》的指引量度及評估我們的範圍3(間接價值鏈)排放物。我們識別，在範圍3的15個排放物類別中，我們的排放物佔11個類別。為計算我們在該等類別的碳足跡，我們盡可能使用各公司個別的原

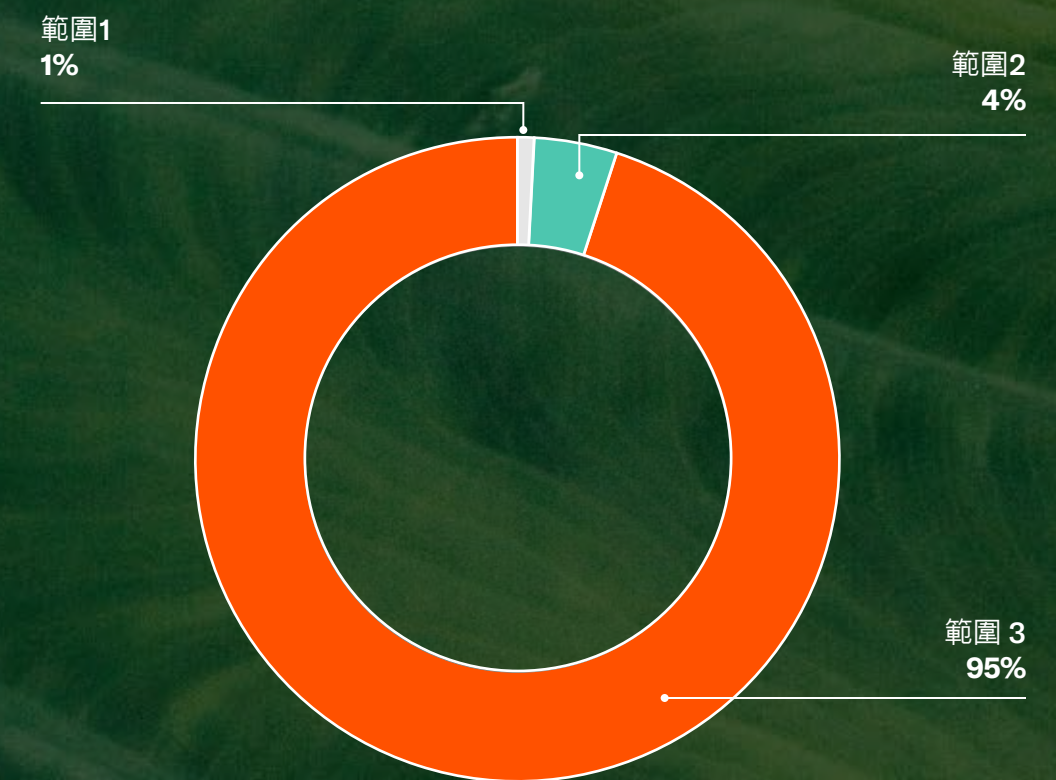
始數據資料。在無法獲得原始數據的情況下，我們使用行業平均數據、使用壽命評估數據及消費數據作為替代。

於2021年，我們的範圍3 GHG排放總量約381,506公噸CO₂e。與所採購的商品和服務(包括原材料)相關的排放物佔範圍3排放物的絕大部分(85%)。其次為配送相關排放物(8%)。範圍3足跡的剩餘排放物由資本商品、上游燃料的使用、管理營運中的廢棄物、商務出行、員工通勤、客戶使用產品、處理產品以及營運特許經營組成。

放眼未來，我們計劃定期量度及披露我們的範圍3足跡，完善我們的計算方法，盡可能使用可靠的原始數據取替代性數據，並分析結果以開始確定策略及優先重點領域，以減少我們的間接排放量。鑒於該等環節對我們整體足跡的貢獻，我們明白如何處理原材料將會最為重要。

於2021年，範圍3排放物佔我們總碳足跡的95%。

2021年範圍3 GHG排放量按種類如下



評估與氣候相關的風險及機遇

在過去一年，我們已採取重要措施，以建立對業務的氣候相關風險及機遇的了解，包括對實體風險（如極端高溫及降水）及向低碳經濟過渡的風險（例如更高的能源成本、新的監管合規要求以及不斷變化的客戶預期）進行符合TCFD*相關規定的評估。該評估研究在以下兩種情況下的2030年及2050年的潛在氣候、經濟及政策狀況：一種是採取積極及可實現的方式促進全球淨零排放，另一種是一切照舊導致全球排放量持續增加。

實體風險評估使用特定地點的氣候建模數據來預測我們生產基地以及主要配送中心、辦公室及供應商設施的未來狀況。該評估所識別的最重要風險是極端高溫的增加，這可能影響多個生產及配送設施的生產力。

極端降水亦令部分地點面對更大風險。其他潛在影響包括乾旱、野火及海平面上升。儘管該等實體影響可能會影響我們的營運，我們認為該等風險並不構成重大財務風險。

為評估過渡風險，我們已審閱與國際能源署規定的情景（可持續發展情景及既定政策情景）相關的政策及經濟預測，連同與我們的收入及開支相關的內部財務數據。我們發現，新秀丽面臨多種潛在的過渡風險，最明顯的包括生產我們的產品所用原材料的成本增加及／或原材料短缺。我們在經營過程中亦可能遭遇能源成本增加；為應對新的監管要求造成合規成本增加；以及與生態意識日益增強的消費者群體有關的市場風險。然而，我們為提高我們產品的可持續性所作的努力亦提供了一個機會，提升我們在具有生態意識的消費者中的市場份額。

於2023年，我們將推出新的氣候風險管理指引。該指引將有助於確保我們就在策略制定、業務規劃、資金分配、投資決策、內部控制及日常營運作出決策時繼續考慮與氣候變化相關的風險，包括上述風險及未來可能出現的其他風險。我們將對透過我們的程序所識別的風險及機遇逐一採取行動，並持續進行評估。

完整氣候相關財務披露工作組
(TCFD)披露事項響應請查閱
第64頁

*氣候相關財務披露工作組就氣候相關財務風險和機遇的建議披露向公司提供指導。

管理資源使用

廢棄物

我們監控每個生產設施及配送中心的有害及無害廢棄物，並根據當地法律定期報告廢棄物的產生及處置情況。儘管我們尚未設定具體的限時減廢目標，但在我們的生產營運及整個業務過程中（包括我們的辦公室及零售店）均致力減少當地廢棄物。

於2022年，我們產生1,035公噸的無害廢棄物及16公噸的有害廢棄物，無害廢棄物較2021年增加47%，有害廢棄物較2021年增加36%。該增幅與內部生產產量增長大體一致，乃由於我們繼續自2019冠狀病毒疫症中復甦。我們聘請第三方廢棄物管理公司採用適當方式收集及處置我們產生的最低有害廢棄物。

自2022年初以來，我們研發實驗室用於測試的所有行李箱及我們奧德納爾德營運設施（涵蓋7個歐盟國家）的所有不可修復的箱子均被分類收集並送去回收。此舉使我們每年減少

60公噸的常規廢棄物。我們亦致力在我們的零售點重複使用及回收使用過的產品。在英國，任何退回門店的舊背包或行李箱均被捐贈予Newlife。Newlife會將行李箱轉售或拆解回收。收益用於援助英國各地的殘疾兒童及絕症患者。

水

用水和廢水排放並不對我們的業務構成重大問題。我們大多數設施的用水僅限於衛生間和廚房設施。我們的生產過程無須大量用水：水主要用於封閉系統冷卻我們的生產設施。儘管如此，部分辦公室和生產設施配備低流量的水裝置，旨在減少30%的用水量。

2022年，生產設施耗水4,600萬公升，較2021年增加20%。隨着我們自2019冠狀病毒疫症中持續復甦，該增幅大致上與內部生產產量增長一致。

減少包裝浪費

我們一直在尋找方法，盡量降低生產設施及配送網絡所使用包裝的影響。例如，我們重新設計比利時生產廠房的包裝工藝，不再使用緩衝襯墊，於2022年節約逾6,000公斤的二級包裝。除減少包裝外，我們亦致力於確保包裝物料可回收，並由更可持續物料製成。我們生產廠房使用的所有紙板經森林管理委員會(FSC)[®]認證或由100%再生物料製成。

綠色店舖

我們目前正就我們的辦公室和零售空間尋求綠色建築認證。我們專注於整合節能技術、選用具有再生成分含量及低隱含碳的辦公室飾面及家具，以及盡量減少施工所產生廢棄物的規範。2022年的部分例子包括：

- 四家辦事處(瑞士迪蒂孔；瑞典西約塔蘭；智利聖地亞哥；及泰國曼谷)選址於獲得LEED認證的建築物
- 我們位於法國巴黎的辦事處獲得高質量環境認證
- 我們的香港辦事處獲得世界自然基金會綠色辦公室計劃認證
- 英國店舖正尋求獲得綠色建築標誌認證：五家已達到一星級綠色建築標誌
- 意大利的11家店舖選址於獲BREEAM或LEED認證的購物中心內

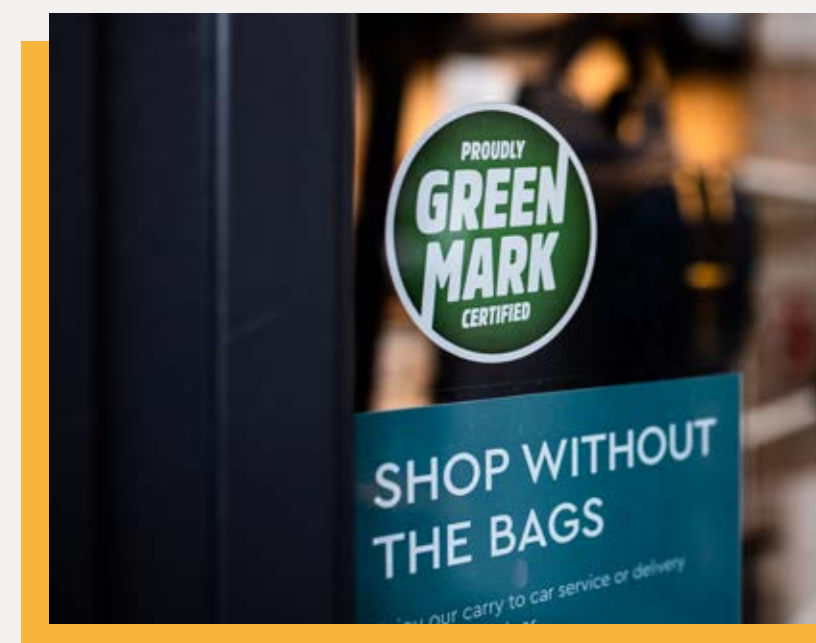


Sadie Conway，英國零售初級區域經理及店舖可持續發展倡導者：

「我現已在新秀麗工作三年，起初是朴茨茅斯的一名店舖經理。在我有機會使店舖更可持續發展時，見證到作出該等改變所付出的所有努力，大開眼界。可持續發展對我個人而言十分重要，我認為與所有英國店舖一起擴大影響範圍是極好的。

我們的店舖是我們減少碳足跡的最大挑戰之一。我們一直與Green Mark合作，幫助在我們的店舖中加入外部認可的可持續發展計劃—我們已有五家店舖獲得一星級認證，目前其餘的六家店舖即將獲得一星級認證。

我們將於2023年致力全面達致二星級。我們計劃每年減少所有店舖的能源消耗，並協助所有店舖團隊參與當地志願活動。使同事與我們一起作出該等努力可能不容易，但一旦解釋出新程序及系統背後的原因，就更容易改變他人的想法。如我能用我的經驗幫助世界各地的同事，那就太棒了！」



賦予舊產品第二次生命：帶進英國店舖的舊旅行箱或箱包均被回收或翻新(如可能)，以透過其商業街慈善商店為殘疾兒童慈善機構Newlife籌集資金。

店舖層面的可持續發展認證：於2022年，我們加入了Green Mark，這是英國的一項全國性計劃，幫助我們對商店環境和管理系統作出積極改善，同時讓我們的員工參與其中。

可再生能源：於2022年，我們使用100%的可再生電力，為我們54%的英國零售店(該等店舖並非透過房東提供能源)提供能源。

零廢物填埋：我們在英國的所有店舖的商業廢物均被回收，或由我們的承包商First Mile送去異地進行能源回收。

為當地社區帶來變化：我們熱情的英國店舖團隊定期撿拾垃圾，幫助清理當地社區。

2023年的下一步

■ 可再生能源：
我們預計在2023年透過可再生能源發電項目將至少三分之一的美國設施轉為使用100%可再生電力。



■ 能源效益：
我們將進行能源效益升級，包括更新暖氣、通風和空調以及於若干設施改裝使用LED。

■ 間接價值鏈排放：
我們將與供應商在範圍3評估及試點項目的基礎上，量度排放量，完善計算方法，評估減少範圍3足跡的機會，並製定高層次的行動計劃。

■ 目標設定：
目前，新秀麗正在評估為範圍3制定科學的目標(SBT)的可行性。我們最低限度擬在2023年為範圍1和2制定經更新符合科學的目標。



我們如何助力員工



團隊於比利時新秀麗歐洲總部

引言

新秀麗的成功是我們共同的責任，我們希望與員工持續探討如何一起成長及進步。我們於2022年開展了最大規模的聆聽活動，邀請全球各地的同事分享在新秀麗的工作感受。

我們的員工遍佈全球42個國家，涵蓋各行各業，我們希望新秀麗能令所有人感到歡迎。我們全球87%的員工參加了我們的首次全球調查，其中90%的受訪者表示對新秀麗的多元共融表現持積極態度。

我們利用此活動所收集的各項反饋，助力我們打造更加強大的業務及企業文化。我們明年的目標之一是加深各地區之間的聯繫。

我們即將完成推出中央人力資源工具 Ask Athena，此後，我們將會採用同一系統及流程於我們全球營運所在42個國家中的40個國家提供人力資源服務。我們亦設置一項新職位－全球員工體驗主管，以提高我們全球員工的參與度、包容性及歸屬感。

然而，我們不僅關注自身員工，我們亦關心供應鏈及我們營運所在更廣泛社區的人群。

DESHIRA BALIDEMAJ， 新秀麗全球人力資源業務合作夥伴主管



「你永遠不知道機遇降臨時會如何改變你的生活。我十年前在Tumi參加暑假實習，自此開啟我在新秀麗長達十年的全球職業生涯，歷經九個品牌。

自首次暑假實習後，我大學畢業即獲得加入Tumi新澤西全球人力資源團隊的機會。多年來，我曾參與人力資源的各方面工作，發展可算全面。我受益於跨越不同語言、文化、時區的全球化工作。最重要的是，我非常喜歡這種豐富多彩，天天不同的工作方式。

在新秀麗收購Tumi後，我有機會加入新秀麗全球人力資源高級副總裁[Marcie Whitlock]的團隊，因此我欣然接受。我的工作協助Marcie女士及最高管理層的項目管理。Ask Athena是

我迄今參與的最大型項目。這是我們首次利用同一技術連接所有地區的全球性項目的一項重要計劃。

我們已在大部分國家上線Ask Athena，這項數碼化轉型對我們意義重大。我們更加清楚業務的架構，並據此了解及匯報多元共融數據，以為人力資源提供更具策略性的支持業務。我們亦即將推出更多應用程序，例如績效管理平台。

我非常有幸得到Marcie的支持，在她的指導下，工作無往不利。她積極給予我們反饋意見，令我每天不斷成長。我非常感謝諸多其他商業夥伴，他們一路隨行，助我成長。我的成功離不開他們的合作支持。」

聆聽員工心聲

全球多元共融調查

我們在第三方顧問的協助下首次開展一項匿名全球調查，其中涉及我們的現有文化以及員工在工作、團隊及全公司層面的多元共融體驗及意見。我們來自42個國家及19個部門各層級的8,000多名員工提交了調查反饋，涵蓋我們全球87%的員工，這亦是我們員工參與度的有力指標。

調查結果令人欣喜：90%的受訪者表示對新秀麗的多元共融表現持積極態度，而且不同地區及不同部門之間的差異很小。

總體而言，該項調查清楚表明，我們的員工於兩年疫情期間非常注重前瞻性行動。

我們亦聽到我們員工的具體要求，例如提供更加規範的發展機會以及更加透明的晉升架構，我們正在針對反饋意見採取行動。

我們對不同地區的11個專項小組開展跟蹤調查，尤其關注新秀麗的企業文化。我們共有704名員工參加專項小組並分享自己的觀點，幫助我們制定優先文化目標。其中前三項文化目標為：創新一積極接受新觀點，敏而好學；人才／以人為本－認可並獎勵優秀工作表現，支持員工展現真我；及勇於承擔－為員工制定明確的目標，鼓勵員工敢於決策及注重績效。

我們現在能夠從全球及區域視角了解員工的工作感受以及員工的期待。以此作為未來工作的起點，我們將努力推動各層面的行為改變，以實現我們的黃金法則及多元共融使命。

透明度對我們而言至關重要，我們負責各國業務的總裁在員工大會分享調查結果，確保每名員工均知悉如何把握機會加強我們的業務及改善我們的工作環境。

黃金法則指導我們所做的一切－激發公司內的人際關係，提醒我們須包容及尊重差異

這一指導原則，伴隨我們對多元共融的承諾，使得我們每個人都能把真實的自我與獨特的不同帶入每日的工作之中。實踐該觀點使新秀麗與我們每個人都能實現巨大的成功。



意見箱

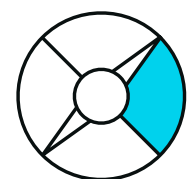
在歐洲，我們邀請團隊成員討論如何改善新秀麗的日常生活。我們設立了數碼意見箱，並邀請員工就多項議題提出建議，其中涵蓋多元共融、工作環境、溝通、產品創新及可持續發展。

員工只需掃描遍佈我們設施的海報的二維碼，即可匿名提交反饋意見。我們的工廠及大堂亦擺放實體「意見箱」。

於2022年，我們接獲170多條意見，並在多元共融會議上討論每一條意見。

90%

的受訪者表示對新秀麗的多元共融表現持積極態度



我們的目標

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低限度**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。

進展報告

截至2022年底，女性佔我們主管及以上級別的管理團隊成員的**36%**，而女性佔全體員工的**50%**。

多元共融

我們希望新秀麗的每名員工能夠在日常工作中展現真我及獨特個性，因為這有助於我們的業務及我們每個人取得成功。為此，我們更新了現有目標，並承諾到2030年女性佔我們主管及以上級別的管理團隊成員最低限度**45%**。千里之行，始於足下。我們於2021年推出涵蓋四大部分的多元共融策略，並於2022年付諸實踐。

為打造更具包容性的企業，第一步是對無意識偏見的認識，而無意識偏見是指傾向於偏愛與我們最相似的人。為此，我們開展培訓以提

高員工的意識，並為員工提供更具包容性的工具。

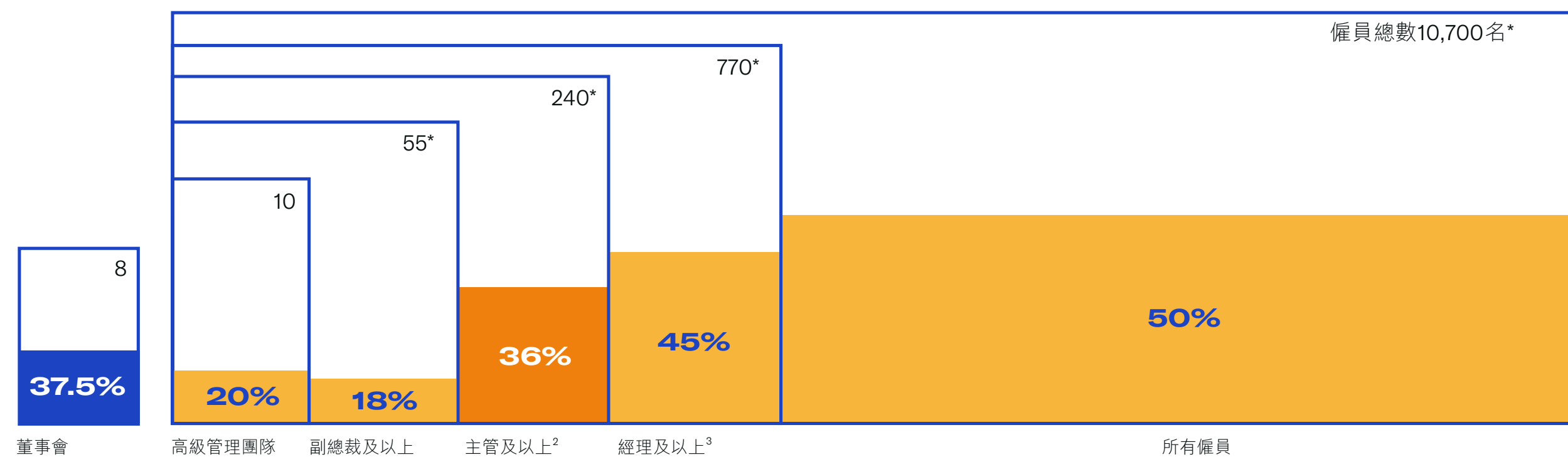
在歐洲，我們於2022年上線新學習平台，為企業及零售員工提供培訓。我們共有約**450**名員工參加了**15**期每週微學習培訓課程，其中重點涉及包容性、無意識偏見及成長心態。

在北美洲地區，我們為所有員工提供學習機會，包括現場培訓課程、網絡研討會及在線自主學習。所有員工均可參加的部分培訓課程包括：反騷擾及反歧視培訓、無意識偏見培訓以

及旨在實現我們全球性別平衡目標及提高女性權利的塑造專業形象培訓。

鑒於導師支持可對個人的職業發展產生極大作用，我們一直重視指導計劃。在拉丁美洲，我們為多名非正式員工安排新導師，並幫助其與不同國別的負責人建立聯繫，以促進文化交流。

企業中女性的百分比¹



¹ 圖表並未按比例
² 目標：2030年前佔45%
³ 不包括店長
 * 數字為約數

參與度及文化

我們開展「自信月」(Pride Month)活動以消除恐同症並促進相互接納及性別平等，同時提高對影響LGBTQ+社區問題的認識。我們在歐洲開展了一系列相關活動，邀請我們的員工及客戶「展現真我」，例如「絢麗自我」員工競賽及 American Tourister 面向客戶的「自信」彩虹旗活動。

交流

多元共融已成為我們一切不同形式內部溝通中的常態 — 不論是在區域總裁主持的員工大會或是員工通訊。

我們於所在市場舉辦多元共融活動，以進一步提高這議題的關注度。我們邀請來自公司以外的講者就一系列相關主題分享觀點，並舉辦相關網絡研討會。在美國，我們亦在國際婦女

節、全國原住民日等重要紀念日舉辦特別活動。

問責制及追蹤

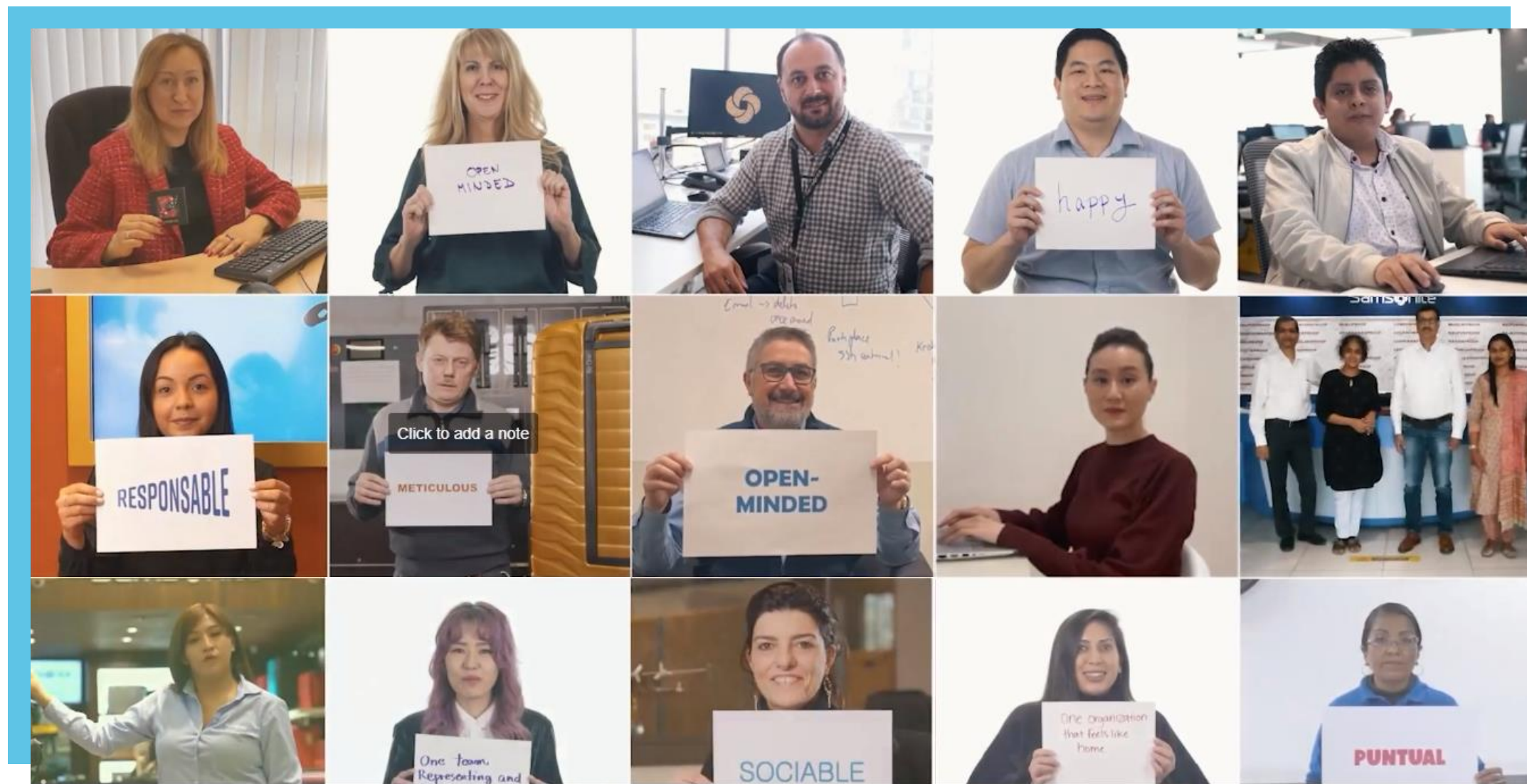
2022年全球多元共融調查為我們提供了大量數據，其中涉及員工對我們管理多元共融事項的意見，以及我們持續跟蹤進展情況的基準。92%的受訪者認為多元共融為一項重點策略，並反映出我們將多元共融作為最優先事項而作出的努力。

透過Ask Athena，我們可匯總所在地區的人口統計數據，讓我們更清楚了解員工，並令我們可監察達標的進度，尤其是性別平衡方面。

案例研究



在拉丁美洲，我們成功打造首個由員工主導的團體「新秀麗女性」，以支持我們的全球性別平衡目標。我們努力營造一個賦予女性權力並提高女性技能的安全環境。於2022年，我們組織了關於時間管理、心理健康、領導風格及自我認知的網絡研討會。該小組的成就已獲得女性管理人員的認可，我們以此為榮，並計劃於2023年在全拉丁美洲地區進一步推廣該項目。拉丁美洲團隊亦將於2023年全新打造一個「員工資源組」：「進擊的拉丁美洲人」。



讓員工參與其中

我們在各地區均設立志願者團隊，由志願者負責舉辦活動團結員工並支持善舉。

案例研究

世界清潔日

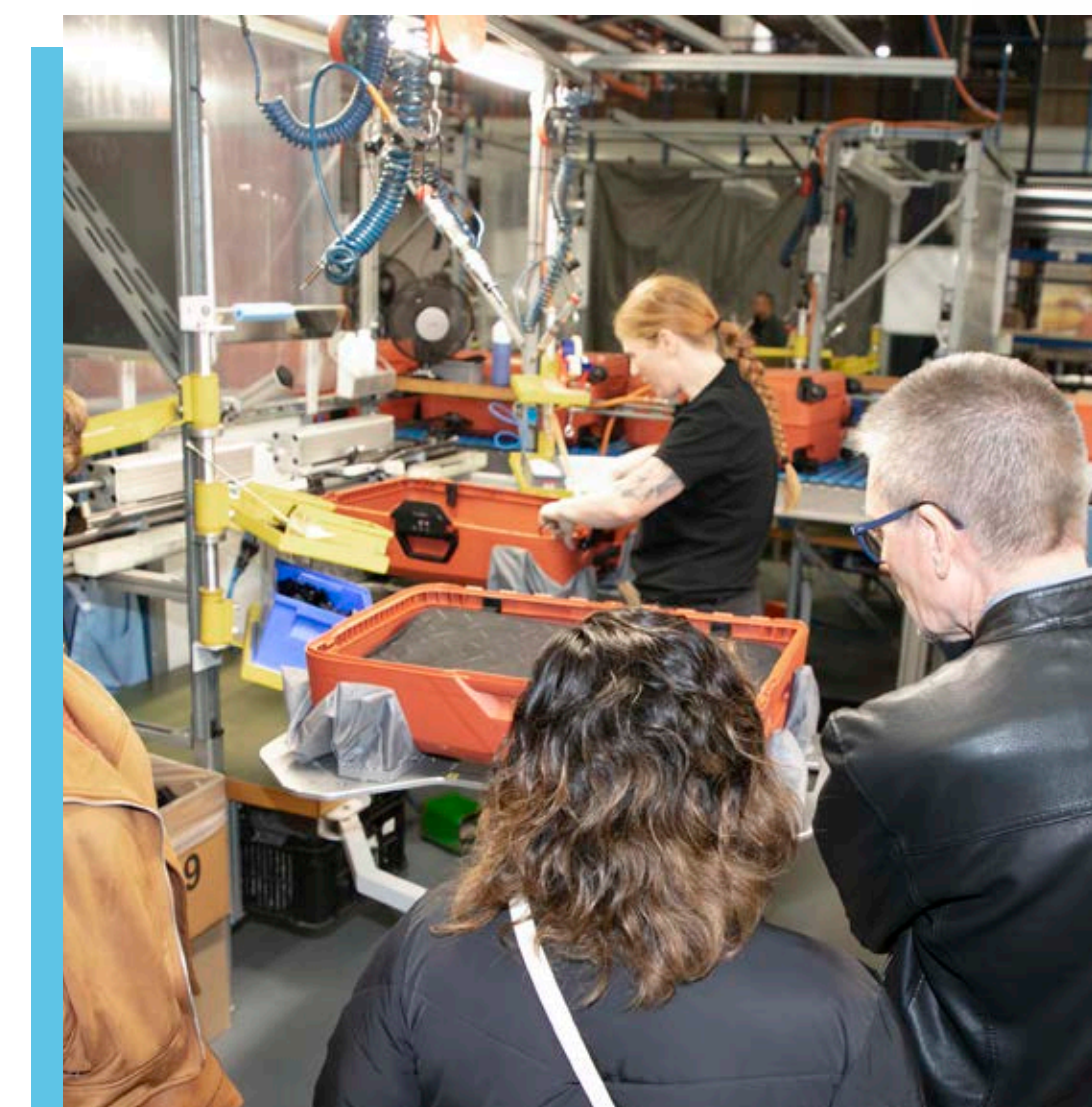
9月17日為世界清潔日，我們每年均會安排團隊於當日深入社區清理有礙觀瞻的垃圾物品，並進行回收或處理。於2022年，我們比利時奧德納爾德工廠的130名員工參加了該項活動，分組前往14條路線，共收集269千克垃圾。「最奇怪物件」獎由一位撿拾到茶杯的員工獲得！



案例研究

比利時奧德納爾德開放日

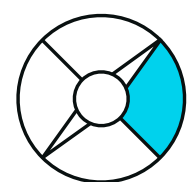
奧德納爾德的生產工廠共有659名員工，因此新秀丽亦是當地的大型企業。於2022年，我們敞開大門歡迎朋友、家人及有興趣的當地居民進廠參觀。全天共有約3,000人到場參觀我們的工廠。在了解我們的工作並與我們的部分團隊成員見面後，許多訪客有意加入我們，工作申請亦有所增加－我們的開放日非常成功！



LAURA STONE， 全球員工體驗主管

「我一直在Tumi的人力資源部門任職，現已在新秀丽工作12年。我於2022年晉升為全球員工體驗主管。這是公司新設立的職務，亦是我們人力資源業務更趨全球化的明證，尤其是隨着Ask Athena的推出以及我們努力建立標準化的全球體系。

我的職責是提供有意義的員工體驗。不論員工位於何地，我們均為其提供類似的發展機會、獎勵計劃以及可幫助員工職業發展的社區及網絡。我的重要使命之一是遵循並激勵員工實現公司的願景及業務策略，同時打造一個每名員工均積極參與並感到賓至如歸的全球社區。」



我們的目標

我們將確保於**2025年**所有僱員均可獲得專業發展機會。

進展報告

我們希望我們的員工能夠盡量發揮潛能，並提供一系列的教育機會以幫助他們成長。除小組研討會及網絡研討會外，我們還提供在線課程，我們的員工可以按照自己的節奏學習。

培訓與發展

專業發展

於2022年，我們繼續專注於領導能力發展及績效管理。北美洲地區為領導者及個人貢獻者提供了教育機會，包括研討會、網絡研討會、面對面培訓課程及自定進度的在線學習。北美洲領導者可獲得的培訓課程類型包括：管理基礎培訓、建立有效的聯繫基礎、提供有效反饋及包容性領導力培訓。對於個人貢獻者，為僱員提供了公開演講、時間管理及技術技能培訓等課程。

北美洲僱員還可以訪問在線學習平台，該平台提供個人、專業以及多元化和包容性的教育內容。於2022年，來自所有業務地點的900多名北美洲僱員選擇透過有關網站與培訓內容互動。

歐洲和拉丁美洲於2022年推出一項導師計劃，以促進高潛力領導者的成長和發展，展示對僱員發展的可見承諾，轉移和維護機構知識，並營造包容、多元化和協作的環境。

拉丁美洲推出區域學習管理系統和培訓日曆，並在整個區域提供培訓項目。該等課程包括問責制、發展策略思維、高效時間管理、語言培訓和變革管理。

許多地區的僱員也參與了績效管理和繼任計劃。績效管理過程旨在建立一個持續的反饋循環，並賦能僱員負責其績效、發展和個人成長。



Ask Athena

於2022年，我們繼續推出Ask Athena，一個徹底改變我們的績效管理方法的全球轉型項目。

該系統現正於美國、拉丁美洲以及我們開展業務的所有18個歐洲國家使用。我們於2023年3月在亞洲十個國家完成實施。

隨着我們的市場接受該系統的能力，我們將開始獲得其全部益處。績效管理模塊已經提升了僱員及部門經理之間定期及正式對話的重要性，這是僱員積極體驗和個人成功的支柱。

Ask Athena的另一個關鍵影響是能夠將團隊的成員與我們的企業目標聯繫起來。有關目標都是自上而下的，所以每個人都能看到他們在新秀麗取得成功的過程中所扮演的具體角色。

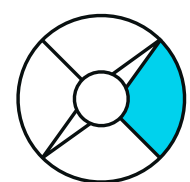


VIVIANE NUYTTENS， 歐洲人力資源副總裁

「新秀麗是一家為員工提供優異職業生涯機會的公司。我就是活生生的例證：我29年前加入公司，從1994年的人力資源助理一路晉升到今天的歐洲人力資源副總裁。

我留下來是因為新秀麗是一家非常好的公司去工作。我不僅喜歡我們生產的產品，我還非常重視每個人都有平等機會發展。我是兩個孩子的母親，當他們還小的時候，我可以做兼職工作，這樣我就可以陪在他們身邊。這帶來了真正的變化。今天，隨着更靈活的工作安排在歐洲日漸普及，我們甚至可以更好地幫助員工平衡他們的工作和家庭生活。

在公司工作期間，我得到了很多支持，特別是兩位前任老闆花時間指導和支持我，幫助我發展事業。他們後來都退休了，我覺得我現在正在照顧他們的遺產，幫助其他員工發展他們的事業，就像他們幫助我一樣。」



保護供應鏈的參與者

我們的目標

擴大我們現有的社會責任方案，以識別、緩解及補救業務的潛在負面人權影響。

進展報告

我們加強了我們的社會合規政策（即我們的《道德憲章》），並制定了一份實施指南，以幫助供應商達到我們的高標準。

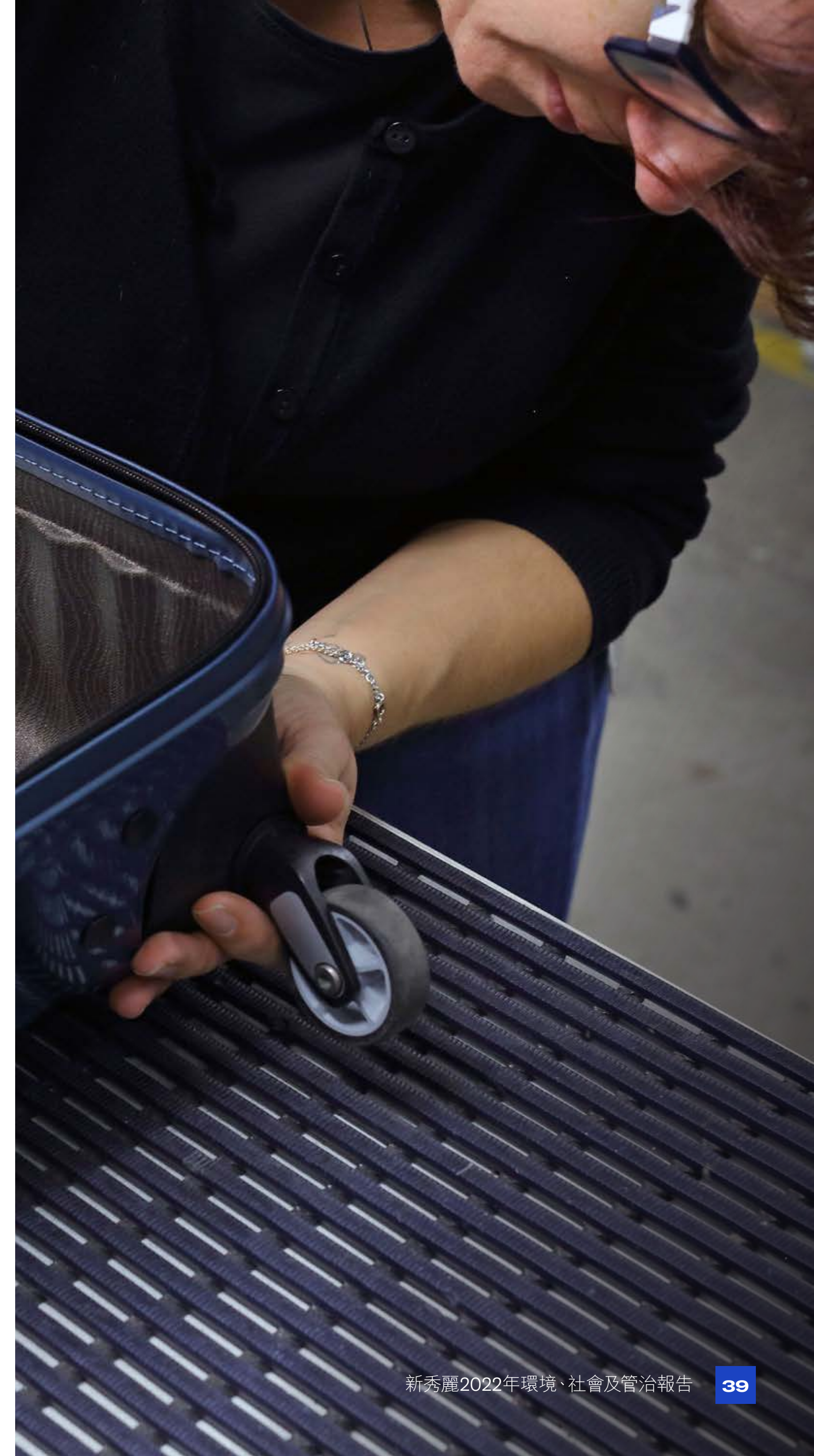
新秀丽已經有多年的貿易經驗，我們與一些供應商的關係可以追溯到幾十年前。隨着我們的成長，他們也在成長；隨着我們更密切地關注工人的福利和工作條件等問題，他們與我們攜手上路。

作為一家跨國公司，我們擁有一支遍佈不同地區的龐大採購團隊，向許多不同國家的供應商進行採購。在與一級製成品供應商建立商業關係之前，他們必須同意我們的《道德憲章》，其中規定了我們在一系列領域的期望，如禁止童工、勞動標準、健康和 safety 以及環境保護。製成品供應商不可在同意滿足並秉承我們的高標準之前向新秀丽供貨，我們透過審計和驗證訪問檢查合規性。

我們意識到需要管理我們供應鏈中的風險，並一直在尋求採取更多措施來幫助保護工人的權利。這意味着須廣泛而深入地審查我們每家工廠，以及我們現用製成品供應商的行為。

我們繼續鼓勵一級製成品供應商申請WRAP認證，因為這樣減輕他們的行政負擔，同時亦確保按最嚴格的標準對他們進行審查。2023年，我們將為所有主要製成品供應商組織培訓課程，幫助使他們實施WRAP更直截了當。

為了支持我們改進的《道德憲章》的推廣，我們制定了一份實施指南，以幫助供應商了解主要關注領域，並確保他們知悉在透過新秀丽社會責任方案進行審計時將會遇到什麼。



TEO WEE SENG， 全球供應鏈助理主管



「我於2021年9月加入新秀丽，為複雜的供應鏈提供全球視角，為關鍵的採購流程提供結構，並降低與全球化供應環境有關的風險。我們需要掌握有關市場狀況最新的信息，能夠快速便捷地分享有關信息，並確保我們的所有一級製成品供應商都遵循行為守則，保持與我們的《道德憲章》相一致的良好商業行為。

我希望我們的供應商能夠理解我們的社會責任方案的「原因」：為了實現我們的核心價值，即「己所不欲，勿施於人」。確保我們的供應商採用「黃金法則」是我工作的核心，也是最激勵我的事情之一。

我與新秀丽社會合規團隊及我們的供應鏈合作夥伴共同協作，致力確保供應商不可在同意滿足並秉承我們的高標準之前向新秀丽供貨。

我另一部分職責是改善我們更大範圍的團隊溝

通。作為我們新加坡辦事處新的全球職能部門的一員，過去一年我一直在與區域供應和營運主管建立關係並支持新流程。

區域供應主管每月都會非正式地討論當前的挑戰和成功案例。他們經常努力解決類似的問題，因此該論壇使我們能夠確定共同的挑戰，並分享可能的解決方案，以相互支持。

然後，他們每季度聚會，與我們的全球行政總裁、財務總監、區域總裁和關鍵組織合作夥伴更正式地分享他們的工作。這使高級管理層能夠好好洞察供應鏈中出現的挑戰。

此外，我的職責也使我有機會與供應商建立更深層次的關係，而不僅僅是事務性的關係。這意味着不斷的互動，以及每年訪問不同國家的主要工廠，過程中通常會對新興趨勢和挑戰產生寶貴見解。」

提升福祉

我們認識到促進健康環境的重要性，並幫助我們的員工保持健康。除了關注我們自己的員工，我們還為一系列慈善機構籌款，幫助面臨身心健康問題的人們。

拉丁美洲健康周

在拉丁美洲，我們在2022年8月舉辦了健康周，為我們的員工提供關於營養、工作／生活平衡和健康的消息。我們還提供尊巴舞蹈班、急救課程和處理火災或地震等緊急情況的培訓課程。

北美洲的每月健康網絡研討會

在北美洲，我們組織了一個健康日曆，每月處理不同的主題。我們在2022年涉及的一些內容包括營養、運動和心理健康。我們每月提供教育性的網絡研討會，以及設定季度性的「挑戰」，旨在提高對我們健康內容的參與度。

TUMI與聖裘德兒童研究醫院®

Tumi自2010年開始為田納西州孟菲斯市的聖裘德兒童研究醫院®(St. Jude Children's Research Hospital®)籌集超過700萬美元，幫助身患癌症及其他重大疾病的兒童。2022年，Tumi感恩募捐活動透過籌款活動和特殊產品的銷售籌集超過520,000美元。

保護及修復大自然

在新秀麗，我們致力於為今天的旅行者及後來者保護地球上美麗的地方。於2022年，公司支持我們在各地種植超過250,000棵樹。

於印度植樹造林

自2011年以來，我們一直在印度納西克生產基地周圍種植樹木，並設有樹苗苗圃；我們的部分樹苗作為森林保護計劃的一部分而種植，部分樹苗則贈予社區民眾。我們將森林作為保護地進行管理，這意味着我們的樹木符合永久抵銷要求。我們估計，於2022年，我們的樹木吸收超過1,750公噸二氧化碳當量。於2022年，我們種植超過174,000棵樹。

於澳大利亞各地植樹造林

在為期一年的促銷活動中，凡是透過我們於澳大利亞及新西蘭的網站或指定的旗艦店購買的每件含有再生成分的新秀麗產品，我們均會與合作夥伴One Tree Planted共同資助種植兩棵樹。於2022年已種植超過17,500棵樹。

於北美洲植樹造林

於地球月期間，我們的新秀麗美國及加拿大團隊再次與One Tree Planted合作，為俄勒岡州及華盛頓州的野火復原計劃種植10,000棵樹。

於歐洲植樹造林

於歐洲，2022年各種面向消費者的促銷活動促使我們發放資金支持於2023年初與羅馬尼亞、亞美尼亞及丹麥的合作夥伴種植合共39,000棵樹。

賦能弱勢社區

於世界各地，我們的團隊選擇有意義的地方活動，支持弱勢群體，並透過籌款、產品捐贈及志願服務幫助彼等。我們認為這是管理我們慈善事業的正確方式，我們鼓勵僱員在遵守我們企業捐贈準則的前提下，物色他們關心的慈善機構及項目。

2022年因俄羅斯入侵烏克蘭，為烏克蘭平民帶來悲慘後果，數百萬人流離失所就是一個例證。於2022年3月，我們向聯合國難民事務高級專員公署 (UNHCR) 捐贈1百萬美元，以支持其援助逃離衝突的難民的工作，並向波蘭的慈善機構 (如All Hands and Hearts及紅十字) 捐贈超過23,000個箱包及超過35,000個識別標籤，其擔任難民的第一響應人。



案例研究

TUMI與WAVES FOR WATER

透過與地球1%的合作，Tumi捐贈其19 Degree 產品於北美洲與歐洲銷售額的1%。我們2022年捐贈Waves for Water (一個為有需要的群體提供清潔用水的慈善機構) 及All Hands and Hearts (一個由志願者驅動以應對受災社區當

前與長期需要的非營利性組織)。於2022年，Tumi向北美洲每家慈善機構捐贈逾115,000美元。我們透過歐洲業務向Waves for Water額外捐贈50,000歐元。

2023年的 下一步工作

- 我們於我們營運所在42個國家中的40個國家推出 Ask Athena 將會完成 – 為我們提供最佳的視野及更好的數據。
- 我們將於任命首位全球員工體驗主管及全球調查結果之基礎上，完善和擴展我們的員工體驗策略。

我們如何維持高標準

我們的可持續發展策略「負責任之旅」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。

同樣地，我們採用一系列共同的價值觀及原則以管理我們的行為及行動。在董事會及我們整個高級管理團隊的大力支持下，該等價值觀及原則已在我們的業務中明確傳達，在我們的政策中闡述，並透過我們的實踐體現。不論身處世界何地，我們的員工都非常清楚我們對他們的期望。

我們制定了高標準，並期望我們的供應商亦制定高標準。《新秀麗道德憲章》是我們的供應商行為守則，其中載有我們對可接受的商業行為的觀點。所有製成品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供應商全面遵守。

我們致力維持高水準的企業管治並確認健全的企業管治及風險管理常規是本公司能有效及具透明度地營運的基礎。我們**2022年年報**的企業管治一節載有與我們企業管治及風險管理方案有關的更多資料。

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>。

我們的產品政策

我們認真貫徹產品責任及負責任採購原材料。下文詳述產品責任對我們的意義。

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2022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。

數據保護及私隱

遵守有關數據保護及私隱的適用法律規定是我們的政策。我們亦為我們的美國業務遵守支付卡行業(PCI)規例，以保護若干敏感的客户數據，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。

知識產權

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。於2022年，並無任何已知侵犯我們專利或商標的行為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。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優勝於我們嚴謹的性能規定。我們於自有及經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。

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。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產品測試，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2022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、標籤及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與該等事項相關並預計會對我們產生重大影響的現時或待決監管行動或其他訴訟。

僱傭及勞工常規

我們的僱傭及勞工常規管理着全球的公司、銷售辦公室、配送中心、製造和零售員工，包括商店管理和全職及兼職銷售人員。

我們的企業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、獎勵及表彰僱員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。僱傭及勞工常規涵蓋僱傭、發展及培訓、勞工標準及職業安全與健康。

僱員守則

我們要求全體員工行事合乎道德，遵守《新秀麗行為守則》。該守則清晰地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，該守則解釋了我們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。

我們每年向全球各地的員工分發守則，提醒他們守則的重要性。我們相信員工應該能夠在自由、平等、安全及具人類尊嚴的情況下進行正當及有收穫的工作。我們要求僱員尊重他人，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《行為守則》的僱員將受到紀律處分，可能包括解僱。

勞工標準

我們有責任尊重我們的員工以及我們全球供應鏈內工作人員的人權。

我們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。我們的僱傭政策是在區域及地方層面制定及實施，以便能夠全面遵守各國的法規及法律。

2022年，本公司不曾獲悉在其僱用員工的國家有任何違反與薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時間、休息時間、平等機會、多元化、反歧視及其他福利及福祉相關的僱傭及勞工常規法例及法規的事宜，對我們業務或財務業績產生重大不利影響。我們亦並不知悉我們的營運或供應商的營運過程中存在嚴重違反有關禁止童工或強迫勞動的相關勞工標準的事件。

商業道德舉報熱線

我們向每一位員工提供機會，透過匿名保密熱線及網絡舉報服務，舉報疑似違反《員工行為守則》的事宜。財務、法律、人力資源及內部審計部門的管理團隊成員審查透過熱線提交的任何資料。

熱線電話為免費，並透過電子方式、《行為守則》、海報及員工手冊向所有營業地點的員工公佈。僱員擬就任何工作相關事宜舉報時可匿名（如需要）使用該熱線。使用該熱線的員工受到保護以免遭秋後算賬。我們會調查相關舉報並於需要時採取適當補救措施。2023年，我們計劃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經營業務、避免任何形式的貪腐行為。我們希望新秀丽全體僱員、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。

新秀丽《全球反貪腐政策》要求他們遵守所有適用的反貪腐法律。此外，《員工行為守則》就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載有具體指引。

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。

我們的內部程序及控制有助於遵守反賄賂及貪腐法律。有關措施包括進行若干類型的交易前必須獲得批准、僱員道德熱線，以及內部審計團隊在高風險地區進行定期監察，以作為例行工作的一部分。法律和財政部門亦根據需要緊密支援有關活動。

於2022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。



健康與安全 常規

我們因應對全球疫症採取了多項新措施，以保障我們員工和客戶的安全，但管理風險是我們日常工作的一個常規環節。

在2022年，我們很高興就我們所知沒有發生不遵守相關職業健康和安​​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。我們遵循既定程序，以確保我們遵守相關的職業健康和安​​全法律法規。我們重點關注生產和配送場所的潛在危險，如機械和移動車輛。我們積極制定政策和流程，以將這些危險降至最低。

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。我們的員工亦會在應該穿戴哪些防護設備方面獲得指導，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零售店工作，這裡的健康和安全風險比生產廠房和配送中心要低。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（例如學習如何安全地搬運重物、應對商店扒手，以及盡量減少滑倒、絆倒和摔倒）。

標準化應對

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。首先，傷者必須接受急救或必要的醫療護理。其次，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。

在2022年，我們很高興就我們所知沒有發生不遵守相關職業健康和安​​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。



供應鏈風險管理

我們依賴遍布全球各地的供應商網絡，其中部分供應商為我們提供製成品，其他供應商為我們的自營生產基地及製成品供應商生產物料或零件。該等供應商依賴原材料供應商網絡，這意味着我們的供應鏈有時龐大且複雜。

於2022年，我們一直注重識別及減低供應鏈的風險，尤其是工人的健康與安全及更廣泛勞工問題。我們的目標是透過支持我們的供應商提高標準以鼓勵我們直接業務範圍以外的良好措施及積極影響，繼而令工人及環境從中受益。

新秀丽道德憲章

新秀丽《道德憲章》是我們的供應商行為守則，載有我們對一級製成品供應商的最低要求及可接受業務常規。當中包括工人權益、工作環境、僱傭條件、正當工作、供應商系統及勞工保障。有關標準與國際勞工組織(ILO)公約一致，對我們的採購策略(包括如何評估與哪家工廠合作及持續評估供應商表現)至關重要。

我們的所有製成品供應商均必須遵守我們的道德憲章，亦必須證明其用於製造我們產品的物料符合所有適用環境及社會法律。我們的採購團隊會持續監督相關要求。

開展盡職調查

在與任何新一級製成品供應商開始合作之前，我們會開展全面的盡職調查。我們的供應商必須證明其當前並不存在嚴重的健康、安全或勞工問題，同時我們對任何威脅生命的條件採取零容忍態度。所有供應商都必須達到或超過我們的標準這一關鍵底線，我們更希望供應商能不斷改進。



供應商審查

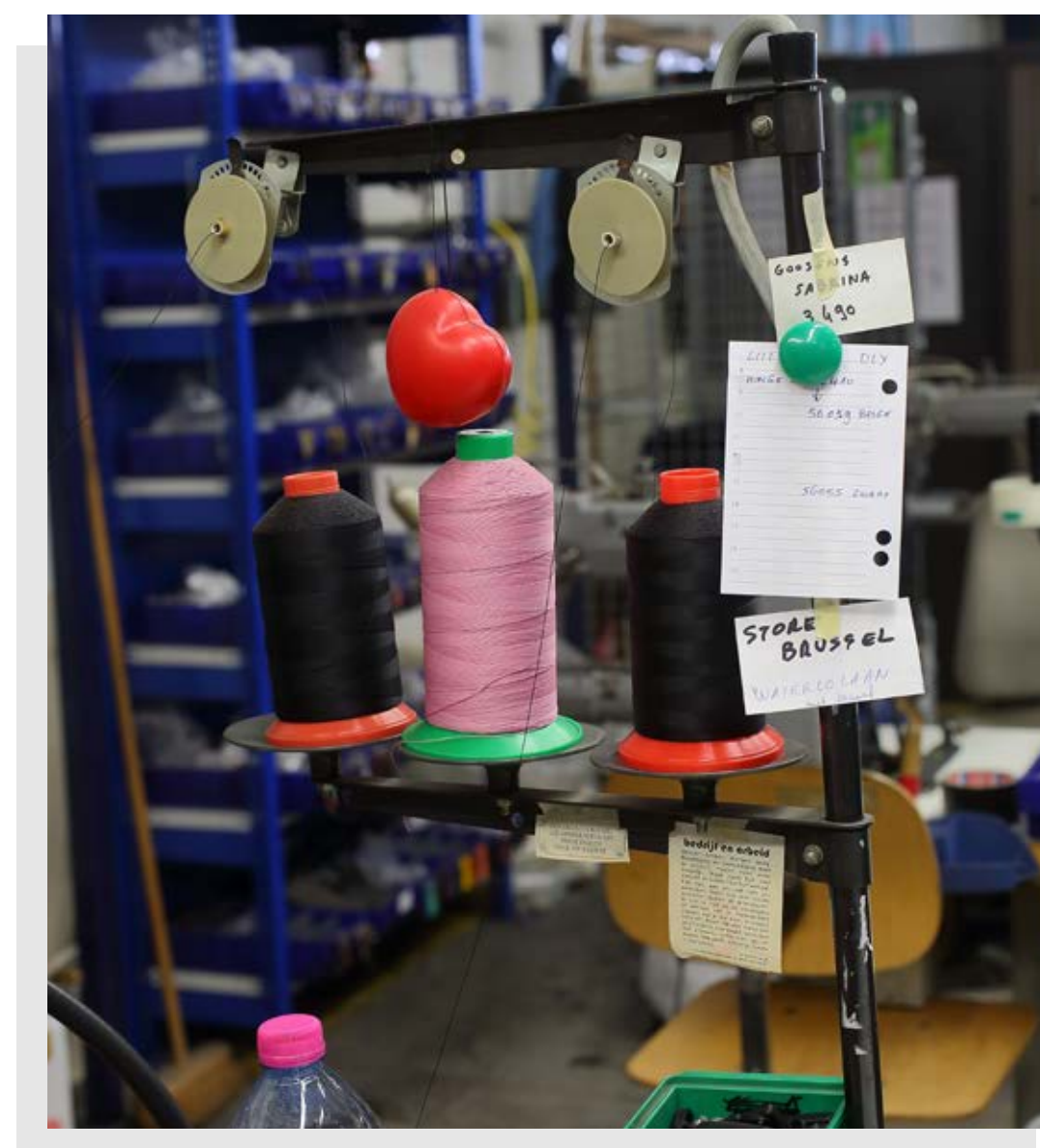
為確保供應商持續遵守我們的採購要求，我們會親自或透過經認可的第三方進行定期審查。審查通常包括工人面談、查閱相關紀錄及實地考察。我們使用評級系統監測合規情況，並會不時評估變化。採購及生產團隊可取得評級結果，並以此決定是否與個別供應商延續業務關係。

倘工廠獲得「優秀」評級，將於兩年後進行下一次審查，而我們對其餘所有的製成品供應商每年進行審查。倘我們評定工廠不再符合我們的標準，該工廠須迅速實施糾正行動計劃。對於仍未能達到我們要求的供應商，我們將終止與供應商的關係。

於2022年，我們對一級製成品供應商完成172次審查。我們有38家製成品供應商因獲得國際社會責任認證組織(WRAP)認證，或者其他來自BSCI及SMETA等機構的第三方審計報告，故獲豁免審查。我們繼續鼓勵一級製成品供應商申請WRAP認證，因為這樣減輕他們的行政負擔，同時亦確保按最嚴格的標準對他們進行審查。

我們將二級供應商定義為替我們的製成品供應商提供零件及原材料的供應商。我們設定了於2019年審查我們前100家二級供應商的目標。但在疫症的干擾下，以及隨着二級供應商的形式及數量改變，進展明顯放緩。隨着二級供應商數量的減少，我們將目標重新調整為審計30家關鍵二級供應商。2022年，我們審計了37家二級供應商，超過了我們的目標。

我們的所有製成品供應商必須證明其用於製造我們產品的物料符合所有適用環境及社會法律，而我們的採購團隊會持續監督政策規定的履行情況。



我們已上調2023年的目標 — 我們計劃審查超過202間一級工廠及60間二級工廠，該等工廠正積極向本公司供貨。此外，我們正計劃推出一項強化參與及教育計劃，包括為供應商舉辦WRAP研討會以及內部全球社會責任指引及培訓。

識別關鍵風險

儘管我們的審查員每年訪問工廠的次數很少超過一次，而我們的質量保證團隊成員可能每週訪問工廠數次。因此，我們決定擴大質量團隊的職責範圍，以涵蓋評估關鍵風險。我們為質量團隊的30名成員提供培訓，以提高他們對火災隱患、不良建築結構及危險電線等主要風險的認識。質量團隊目前正在一級及二級工廠進行季度檢查。如果發現關鍵問題，質量團隊將立即報告給審查團隊，審查團隊將與供應商合作，幫助確保問題得到糾正。

關於本報告

本報告涵蓋本公司於截至2022年12月31日止財政年度的活動及成果。本公司環境、社會及管治報告每年予以編製及刊發。

本報告乃就遵照香港聯交所證券上市規則，主板上市規則附錄二十七內ESG報告指引所載的「不遵守就解釋」條文編製。

除另有說明者外，本報告包括本公司綜合財務報表中所載列由本公司直接控制的所有綜合附屬公司的自有或營運的辦事處、零售店及配送／生產設施。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、印度納西克市及墨西哥*庫奧蒂特蘭伊斯卡伊市自有及經營的生產設施；全球配送中心網絡；辦事處及零售店（「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GHG排放量。

釐定二氧化碳（「CO₂」）排放及CO₂e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（針對基於地點的排放），以及供應商和剩餘物排放系數（針對基於市場的排放），如可行。**

本公司或採用國際能源署（International Energy Agency，「IEA」）出版刊物：《排放系數（2022年版本）》中的因素。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CO₂e。

對於範圍3排放物，本公司優先使用原始數據（倘有）。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。配送相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。與廢物有關的排放物是利用我們的製造工廠產生的廢物的原始數據計算。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ESG計劃有任何疑問、評價或意見，請發送電郵至：
sustainability@samsonite.com

*墨西哥的設施於2022年9月關閉。

**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：加入綠色電力計劃和購買可再生資源電力的協議）所產生的特定排放量。

碳足跡概要

直接排放		2022年GHG排放量 (公噸CO ₂ e)
範圍1		2,339
範圍2(基於市場)		16,897
範圍2(基於地點)		18,509
範圍3排放類別		2021年GHG排放量 (公噸CO ₂ e)*
1. 商品和服務		323,540
2. 資本商品		11,707
3. 燃料及能源相關活動(未計入範圍1或範圍2)		5,076
4. 上游運輸及配送		10,122
5. 營運產生的廢棄物		428
6. 商務出行		4,213
7. 員工通勤		2,409
8. 上游租賃資產		不適用
9. 下游運輸及配送		17,910
10. 已售產品的加工		不適用
11. 已售產品使用		36
12. 已售產品使用週期結束處理		1,670
13. 下游租賃資產		不適用
14. 特許經營		4,395
15. 投資		不適用
總計		381,506

*由於收集範圍3類別的原始數據的複雜性及時間間隔，我們對範圍3的計算乃就2021曆年作出，而我們範圍1及2中所有直接排放數據的計算乃基於2022年的數據作出。

環境關鍵績效指標

環境關鍵績效指標

關鍵績效指標	報告範圍	2022年
層面A1：排放量		
<p>一般披露 有關新秀麗及排放量的更多信息，請參閱本報告第22、26及51頁。</p>		
A1.1		
排放類型及其相應排放數據。	所有報告地區（所有自有／直接管控的生產、配送、辦公和零售設施）	<p>4,490 千克</p> <p>4,441 千克氮氧化物（其中，2,771 千克來自柴油、1,566 千克來自天然氣、46 千克來自丙烷以及59 千克來自汽油）</p> <p>39 千克硫氧化物（其中，27 千克來自柴油、9 千克來自天然氣、0.4 千克來自丙烷以及2 千克來自汽油）</p> <p>10 千克 R-22 製冷劑</p>

關鍵績效指標	報告範圍	2022年
A1.2		
直接（範圍1）和能源間接（範圍2）溫室氣體排放量及強度（倘適用）。	總排放量和報告地區所佔面積（所有自有／直接管控的生產、配送、辦公和零售設施）	<p>19,236 公噸 CO₂e（強度：0.0027 公噸 CO₂e／平方英尺）</p> <p>範圍1：2,339 公噸 CO₂e 範圍2（基於市場）：16,897 公噸 CO₂e 範圍2（基於地點）：18,509 公噸 CO₂e</p>
A1.3		
所產生的有害廢棄物總量及強度（倘適用）。	位於奧德納爾德市（比利時）、塞克薩德市（匈牙利）、納西克市（印度）和庫奧蒂特蘭伊斯卡伊市（墨西哥）的自有和經營生產設施的有害廢棄物總量和所佔面積	<p>15.6 公噸</p> <p>強度：0.01 千克／平方英尺</p>

環境關鍵績效指標

關鍵績效指標	報告範圍	2022年
A1.4		
所產生的無害廢棄物總量及強度(倘適用)。	位於奧德納爾德市(比利時)、塞克薩德市(匈牙利)、納西克市(印度)和庫奧蒂特蘭伊斯卡斯市(墨西哥)的自有和經營生產設施的無害廢棄物總量和所佔面積	1,035公噸 強度：0.7千克／平方英尺
A1.5		
說明設定的排放目標以及為實現這些目標而採取的步驟。	所有報告地區(所有自有／直接管控的生產、配送、辦公和零售設施)	排放目標：與2017年基準相比，到2025年將營運的碳強度降低15%。 有關為實現這一目標所採取步驟的更多信息，請參閱本報告第 22 頁。

關鍵績效指標	報告範圍	2022年
A1.6		
對如何處理有害廢棄物和無害廢棄物的說明，以及對所設定減少目標和為實現這些目標而採取措施的說明。	位於奧德納爾德市(比利時)、塞克薩德市(匈牙利)、納西克市(印度)和庫奧蒂特蘭伊斯卡伊市(墨西哥)的自有和經營生產設施	我們沒有具體的限時減廢目標，但我們要求所有的設施盡量減少廢棄物。 有關我們減少廢物行動的更多信息，請參閱本報告第 28 頁。
層面A2：資源使用		
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 28 頁。		

環境關鍵績效指標

關鍵績效指標	報告範圍	2022年
A2.1		
按類型(例如電力、天然氣或石油)劃分的直接和/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/直接管控的生產、配送、辦公和零售設施)	<p>37,275兆瓦時電網購買的常規電力(強度: 5.3 千瓦時/平方英尺)</p> <p>10,492兆瓦時的電網購買的綠色電力(強度: 1.5 千瓦時/平方英尺)</p> <p>2,204兆瓦時就地生產的可再生電力(強度: 0.3 千瓦時/平方英尺)</p> <p>10,319兆瓦時天然氣(強度: 1.5 千瓦時/平方英尺)</p> <p>41,580公升汽油(強度: 0.006公升/平方英尺)</p> <p>106,922公升柴油(強度: 0.015公升/平方英尺)</p> <p>29,272公升丙烷(強度: 0.004公升/平方英尺)</p>

關鍵績效指標	報告範圍	2022年
A2.2		
用水總量和強度。	位於奧德納爾德市(比利時)、塞克薩德市(匈牙利)、納西克市(印度)和庫奧蒂特蘭伊斯卡伊市(墨西哥)的自有和經營生產設施的用水總量和所佔面積	<p>45,577 立方米</p> <p>強度: 0.03 立方米/平方英尺</p>

環境關鍵績效指標

關鍵績效指標	報告範圍	2022年
A2.3		
說明設定的能源使用效益目標以及為實現這些目標而採取的步驟。	所有報告地區（所有自有／直接管控的生產、配送、辦公和零售設施）	<p>我們沒有具體的限時減排目標，但提高能源效益是我們實現GHG減排目標策略的重要組成部分。</p> <p>有關我們提高能源效益行動的更多信息，請參閱本報告第23頁。</p>

關鍵績效指標	報告範圍	2022年
A2.4		
說明在尋找適合目的的水源方面是否存在任何問題、設定的用水效益目標以及為實現這些目標所採取的步驟。	位於奧德納爾德市（比利時）、塞克薩德市（匈牙利）、納西克市（印度）和庫奧蒂特蘭伊斯卡伊市（墨西哥）的自有和經營生產設施	<p>用水及廢水排放並不對新秀麗構成重大問題，因此我們並未設定具體的減排目標。</p> <p>有關我們提高水源效益行動的更多信息，請參閱本報告第28頁。</p>
A2.5		
製成品所用包裝物料總量（以公噸計），如適用，應參考每單位產品的用量。	位於奧德納爾德市（比利時）、塞克薩德市（匈牙利）、納西克市（印度）和庫奧蒂特蘭伊斯卡伊市（墨西哥）的自有和經營生產設施	<p>5,936公噸 0.3公噸聚苯乙烯 24 公噸膠帶 420公噸塑料 5,492公噸紙板</p> <p>強度：1.25千克／製成品</p>

環境關鍵績效指標

關鍵績效指標	報告範圍	2022年
層面A3：環境與天然資源		
一般披露 有關新秀丽及環境與天然資源的更多信息，請參閱本報告第 28 頁。		
A3.1		
說明相關活動對環境和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／直接管控的生產、配送、辦公和零售設施）	更多信息請參閱本報告第 28 頁。
層面A4：氣候變化		
一般披露 有關新秀丽及氣候變化的更多信息，請參閱本報告第 27 及 64 頁起。		

關鍵績效指標	報告範圍	2022年
A4.1		
說明已經及可能對發行人造成影響的重大氣候相關問題、以及為管控這些影響而採取的行動。	所有報告地區（所有自有／直接管控的生產、配送、辦公和零售設施）	更多信息請參閱本報告第 27 頁。

社會關鍵績效指標

社會關鍵績效指標

關鍵績效指標		2022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 33 頁。		
關鍵績效指標B1.1按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	目前，女性佔我們主管及以上級別的人員 36% ，且我們期望於 2030 年將該比例提高至 45% 。有關我們員工的更多信息，請參閱第 34 頁。	
關鍵績效指標B1.2按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	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。	
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 47 頁。		

關鍵績效指標		2022年
關鍵績效指標B2.1過去三年(包括報告年度)每年因工身故的人數及比率。	我們於過往三年(包括 2022 年)並無因工身故事件。	
關鍵績效指標B2.2因工傷損失工作日數。	我們目前並無可靠的機制來中央收集該數據。我們正在評估未來自我們的生產廠房及配送中心收集該數據的可行性。儘管我們僱員的健康和安全是關鍵當務之急，但我們的業務性質使得工傷歷來從未對我們公司構成重大風險。	
關鍵績效指標B2.3描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	更多信息請參閱第 47 頁。	
層面B3：發展及培訓		
一般披露		
有關新秀丽及發展及培訓的更多信息，請參閱本報告第 37 頁。		

社會關鍵績效指標

關鍵績效指標	2022年
關鍵績效指標B3.1按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	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 37 頁。
關鍵績效指標B3.2按性別及僱員類別劃分，每名僱員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 37 頁。
層面B4：勞工準則	
一般披露 有關新秀丽及勞工準則的更多信息，請參閱本報告第 45 頁。	
關鍵績效指標B4.1描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	請參閱新秀丽的《道德憲章》及《現代奴役聲明》。更多信息請參閱第 48 及 49 頁。 我們對使用童工及強迫或販賣勞工等違法工作情況及人權侵犯行為零容忍。我們在地區及當地層面制定及實施僱傭政策，以全面遵守各國的法規及法例。

關鍵績效指標	2022年
關鍵績效指標B4.2描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	當發現不符合情況時，我們會與供應商合作解決問題。如未能補救將導致合約終止。
層面B5：供應鏈管理	
一般披露 有關新秀丽及供應鏈管理的更多信息，請參閱本報告第 39 頁。	
關鍵績效指標B5.1按地區劃分的供應商數目。	我們的一級製成品合約生產商主要位於亞洲。於大約 250 個生產商中，約 45% 位於東亞、 15% 位於南亞、 30% 位於東南亞及 10% 位於世界其他地區。
關鍵績效指標B5.2描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法。	有關新秀丽對供應商進行審計及監察的方法的更多信息，請參閱第 48 及 49 頁。

社會關鍵績效指標

關鍵績效指標	2022年
<p>關鍵績效指標B5.3描述識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。</p>	<p>我們的所有製成品供應商均須證明生產產品所用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48頁。</p> <p>儘管我們的審查員每年訪問工廠的次數很少超過一次，而我們的質量保證團隊成員可能每週訪問工廠數次。因此，我們決定擴大質量團隊的職責範圍，以涵蓋評估關鍵風險。我們為質量團隊的30名成員提供培訓，以提高他們對火災隱患、不良建築結構及危險電線等主要風險的認識。質量團隊目前正在一級及二級工廠進行季度檢查。如果發現關鍵問題，質量團隊將立即糾正並向審查團隊報告。更多信息請參閱第49頁。</p>

關鍵績效指標	2022年
<p>關鍵績效指標B5.4描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。</p>	<p>我們的所有製成品供應商必須證明其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督我們政策規定的履行情況。更多信息請參閱第49頁。</p>
<p>層面B6：產品責任</p>	
<p>一般披露 有關新秀丽及產品責任的更多信息，請參閱本報告第44頁。</p>	
<p>關鍵績效指標B6.1已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須召回的百分比。</p>	<p>我們的業務性質使得召回不常發生，我們並不知悉2022年有任何產品召回。目前並無中央收集該數據。</p>
<p>關鍵績效指標B6.2接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。</p>	<p>目前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，而且所有區域市場均有全面措施處理客戶服務。</p>

社會關鍵績效指標

關鍵績效指標	2022年
關鍵績效指標B6.3描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	我們的知識產權團隊積極為重要的創新理念及設計尋求專利及設計保護，並為關鍵品牌和商標取得商標註冊。若合乎商業原則，我們會採取行動強制執行我們的知識產權，還會積極對抗第三方任何不當的申索。更多信息請參閱第 44 頁。
關鍵績效指標B6.4描述質量保證過程及產品召回程序。	我們各主要產品類別均備有質量指引。我們已制定全面的產品質量保證方案，確保我們銷售的產品達到或優勝於我們嚴謹的性能規定。我們於自有及經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 44 頁。

關鍵績效指標	2022年
關鍵績效指標B6.5描述消費者數據保護及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	遵守有關數據保護及私隱的適用法律規定是我們的政策。我們亦為我們的美國業務遵守支付卡行業(PCI)規例，以保護若干敏感的客戶數據，如信用卡資料。我們定期透過第三方驗證PCI合規性。在其他國家，我們並不保留信用卡資料。更多信息請參閱第 44 頁。
層面B7：反貪腐	
一般披露	
有關新秀丽及反貪腐的更多信息，請參閱本報告第 46 頁。	
關鍵績效指標B7.1於報告期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪腐訴訟案件的數目及訴訟結果。	在2022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 46 頁。

社會關鍵績效指標

關鍵績效指標	2022年
關鍵績效指標B7.2描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	請參閱新秀丽《全球反貪腐政策》及第 45 及 46 頁的商業道德舉報熱線。
關鍵績效指標B7.3描述向董事及員工提供的反貪腐培訓。	此外，我們有反貪腐合規方案，包括多種報告、監察及認證的管控程序，以及定期培訓。更多信息請參閱第 48 頁。
層面B8：社區	

一般披露

我們支持社區中的各種非牟利合作夥伴，並考慮如何將我們的慈善重點領域與各社區的需要最佳地結合起來。雖然新秀丽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**42**頁。

關鍵績效指標	2022年
關鍵績效指標B8.1重點捐獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	新秀丽的慈善活動重點關注三個主題： • 保護地球美麗家園 • 提升福祉 • 賦能弱勢社區。更多信息請參閱第 41 及 42 頁。
關鍵績效指標B8.2就重點範疇所捐獻的資源（如金錢或時間）。	更多信息請參閱第 41 及 42 頁。

氣候相關財務披露工作組聲明

氣候相關財務披露工作組聲明

管治：圍繞氣候相關風險與機遇的機構管治

披露事項

響應

A) 描述董事會對氣候相關風險與機遇的監管情況。

董事會負責監督ESG措施及匯報，包括氣候相關風險與機會。我們的行政總裁（負責監督我們業務面對的氣候相關風險的審查，並持續監察氣候相關目標的進展）定期向其他董事介紹ESG進展情況，而我們的全球可持續發展主管至少每年提供最新信息。董事會審查公司的可持續發展策略，並審查及監督本公司實現減碳目標的策略及進展。作為審核委員會監督本公司風險管理系統的一部分，董事會審核委員會審查本公司的風險管理常規，因其與已確定的氣候相關風險有關。

B) 描述管理層在評估及管理氣候相關風險與機遇的角色。

新秀麗的全球可持續發展主管直接向行政總裁報告，負責協調整個機構，以確定新秀麗的可持續發展策略與執行，並協調ESG報告及披露工作。行政總裁、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，乃由內部審計主管推動。

此外，新秀麗的全球可持續發展委員會定期召開會議，以就我們的可持續發展工作，包括氣候行動進行協調並建立問責制。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。

氣候相關財務披露工作組聲明

策略：氣候相關風險與機遇對機構的業務、策略及財務規劃的實際及潛在影響

披露事項

響應

A) 描述機構所識別的短、中、長期氣候相關風險與機遇。

新秀丽已確定並評估在兩種可能的未來情景下的氣候風險與機遇。我們考慮了極端及長期實體風險，如極端高溫、洪水、海平面上升及野火，以及與向低碳經濟轉型相關的過渡風險，包括現行及新興監管引致的風險、新技術、政策及法律風險、市場風險及聲譽風險。

極端高溫為已確定的最顯著的實體風險。預計極端高溫將影響多個新秀丽及第三方生產及配送設施，並可能對工人的生產力產生負面影響或需要投資冷卻系統。多間工廠所面臨的極端降水風險亦有所上升。已確定的其他潛在實體風險包括洪水、野火、乾旱及大風。

已確定的轉型風險包括因電力及天然氣價格上漲導致新秀丽及供應商的直接營運成本上漲；原材料採購成本上漲及／或原材料短缺；為應對新的監察及報告規定而增加監察及合規成本；與生態意識日益增強的消費者群體有關的市場及聲譽風險；及因對氣候變化的關注及氣候變化的影響而可能減少旅行。

機遇方面，新秀丽對更具可持續性及低碳產品（例如，含有回收或可再生物料以及耐用、可修復及可回收的產品）的關注可能會吸引越來越多的具環保意識的消費者。

氣候相關財務披露工作組聲明

披露事項

響應

B) 描述氣候相關風險與機遇對機構業務、策略及財務規劃的影響。

我們認識到氣候變化的影響可能導致能源成本上漲，因而正積極透過提高能源效益及節能措施來降低能源消耗。我們已投資對我們的主要設施進行審查，以確定我們可提高能源效益及節能的方面。根據審查結果，我們的設施已開展一系列項目，投資及實施節能技術，以提高資源效益及降低營運成本。舉例而言，該等項目包括熱回收、安裝運動傳感器、改進絕緣物料、調整設定溫度、在我們的設備上安裝自動關閉裝置以及LED改進。此外，我們亦已就印度及比利時生產設施的場內太陽能發電進行大量投資，並為我們比利時及匈牙利生產設施以及部分辦公室及零售場所採購場外產生的可再生能源。最後，我們為所有公司擁有的以及重要租賃設施投購財產保險，並為我們的大部分業務營運投購業務中斷保險，以幫助降低所覆蓋風險造成的損失，如大風或洪水造成的風險。

我們亦正積極創新行李箱產品的設計，減少相關的碳排放，從而成為最具可持續性的時尚箱包及行李箱公司，並滿足消費者對低隱含碳足跡產品的喜好。我們已重新設計我們的硬質行李箱，使我們公司營運的生產流程中所用的大約一半的塑料使用後工業處理後廢料(稱為再生物料)，此舉有助減少與我們的產品相關的隱含碳排放。我們正持續研發新的更佳方法，將對環境造成較低影響的物料納入我們的產品。我們亦致力透過加強我們對耐用性、可修復性及可回收性的重視，提高我們產品的可持續性；我們相信該等努力有助我們獲得市場份額，因我們的客戶群在作出購買決定時日益受環保因素所驅動。

氣候相關財務披露工作組聲明

披露事項

響應

C) 描述機構的策略彈性，並考慮不同氣候相關情境（包括2°C或更嚴苛的情境）。

新秀丽已開展與氣候相關的情景分析，以評估一系列在未來以下兩種情況下可能為新秀丽帶來風險或機遇的潛在社會、經濟和政策轉變：與SSP 1-2.6和國際能源署可持續發展情景相一致，採取「積極及可實現」的方式促進全球淨零排放；及與SSP 3-7.0和國際能源署的既定政策情景相一致的未來「一切照舊」。我們已評估2030年和2050年的潛在影響。雖然該項評估確定了上述若干與氣候相關的風險，但現時，我們估計該等風險對新秀丽財務業績的可能影響相對較小。我們未曾識別任何重大財務風險。

由於我們不斷評估消費者對低碳產品的期望和偏好，氣候相關風險與機遇可能影響我們的策略。我們正探索多種方法增加我們產品中的再生及可再生物料，消費者偏好的進一步轉變可能會引導我們未來在該領域繼續努力。能源價格變動會提高營運成本及全球商品與服務購買成本，從而影響我們的業務營運。該等變動可能影響有關能源效益及／或可再生能源潛在投資的決策，例如，以當前能源價格在財務上沒有吸引力的潛在努力會隨着價格上漲而變得更具吸引力。最後，旅行需求變化可能會影響我們產品的全球需求。

氣候相關財務披露工作組聲明

風險管理：機構如何識別、評估及管理氣候相關風險。

披露事項	響應
<p>A) 描述機構識別和評估氣候相關風險的流程。</p>	<p>識別、評估和應對與氣候相關風險與機遇已融入全公司的多方風險管理流程。每年，作為我們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。</p>
<p>B) 描述機構管理氣候相關風險的流程。</p>	<p>風險評估的結果由各區域總裁及財務總監、全球財務總監和行政總裁進行驗證，並向董事會審核委員會報告。在這一過程中，氣候相關風險與其他風險處於同等地位。</p>
<p>C) 描述氣候相關風險的識別、評估和管理流程如何與機構的整體風險管理制度相結合。</p>	<p>鑒於氣候變化帶來的具體風險與機遇，新秀麗還聘請了一家專家諮詢公司，專門評估及確定可能對我們的業務產生重大財務或策略性的短期、中期和長期氣候相關風險與機遇。這一氣候風險評估符合氣候相關財務披露工作組的指導方針；關鍵發現已於上述策略披露中總結。</p> <p>新秀麗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。此外，新秀麗目前正制定氣候風險管理指引。該指引將更明確界定我們管理氣候相關風險的流程，有助於確保我們在就策略開發、業務規劃、資本分配、投資決策、內部控制及日常營運作出決策時繼續適當考慮相關風險。我們還為所有為本公司所擁有及重要租賃設施投保財產保險，為大部分業務營運投保業務中斷險，以幫助減輕投保風險造成的損失，如大風或洪水造成的損失。</p>

氣候相關財務披露工作組聲明

指標及目標：指用於評估和管理與氣候相關風險與機遇的指標和目標。

披露事項	響應
<p>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。</p>	<p>我們自2017年以來開展範圍1及2的GHG盤查。我們於2022年首次量度範圍3排放。我們量度《溫室氣體議定書》所界定的範圍1、2及3類別排放物。</p>
<p>B) 披露範圍1、範圍2及(若適用)翻範圍3溫室氣體(GHG)排放及相關風險。</p>	<p>我們於2022年的範圍1及2 GHG足跡如下：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 範圍1：2,339公噸CO₂e • 範圍2：16,897公噸CO₂e (基於市場) • 未經抵銷的範圍1及2總量：19,236公噸CO₂e • 未經抵銷的範圍1及2總量：17,484公噸CO₂e <p>我們最近首次計算了範圍3的足跡。我們2021年11類排放物範圍3足跡為381,506公噸CO₂e。</p> <p>有關更多資料，請參閱第22至26頁。</p>
<p>C) 描述機構在管理氣候相關風險與機遇所使用的目標，以及落實該目標的表現。</p>	<p>我們當前的氣候目標包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 與2017年基準相比，到2025年將營運的碳強度降低15%。 2. 以百分百可再生電力為營運提供動力，讓營運實現碳平衡。 3. 估計、追蹤及支持減少我們範圍3排放物的行動。

有關更多信息，請參閱我們最新的CDP氣候變化響應。

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。

© 新秀麗國際有限公司2023年
版權所有

未得新秀麗國際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。

出版新秀麗國際有限公司
設計BRODIE



corporate.samsonite.com/zh/sustainability
sustainability@samsonite.com