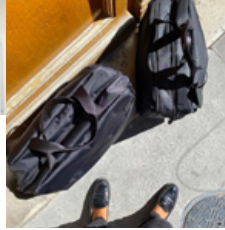
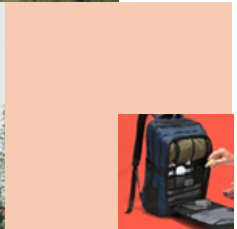


負責任之旅



Samsnite

2020環境、
社會及
管治報告

新秀丽國際有限公司
股份代號：1910



目錄

概覽

- 03— Kyle Francis Gendreau
致歡迎辭
- 04— 關於新秀麗
- 05— 我們的方針：
Christine Riley Miller致辭
- 06— 負責任之旅
- 07— 我們的抱負
- 08— 2020年摘要

產品創新

- 10— 我們的方針：
Gianpaolo Sala致辭
- 11— 材料創新
- 13— 產品使用週期
- 15— 保用
- 16— 我們的政策

碳行動

- 18— 我們的方針：
József Pinczel致辭
- 19— 減排
- 22— 提高效率
 - 電力
 - 廢棄物
 - 用水和廢水
 - 包裝

健康蓬勃的供應鏈

- 27— 我們的方針：
Paul Melkebeke致辭
- 29— 尊重人權
 - 勞工準則
 - 僱員守則
- 30— 負責任的採購
- 31— 進行盡職審查
- 34— 反腐

以人為本

- 36— 我們的方針：
Marcie Whitlock致辭
- 37— 保障員工安全
- 38— 人才培訓
- 40— 與僱員緊密連繫
- 41— 支持健康和福祉
- 42— 多元化與包容性
- 46— 僱傭及勞工常規

慈善活動

- 48— 我們的方針：
Christy Caracciolo致辭
- 49— 保護地球美麗家園
- 50— 提升福祉
- 52— 賦能弱勢社區

附錄

- 54— 關於本報告
- 54— 環境數據測量、方法及範圍
- 55— 環境主要績效指標

關於本報告

本環境、社會及管治(「ESG」)報告重點介紹新秀麗國際有限公司及其綜合附屬公司各項大小企業政策及常規，旨在盡責管理我們全球的業務。本報告涵蓋截至2020年12月31日止財政年度。新秀麗國際有限公司於香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)上市，故我們有義務每年披露ESG資料。我們遵守了香港聯交所ESG報告指引所載的「不遵守就解釋」條文。本報告刊登於我們的網站(<https://corporate.samsonite.com/zh/sustainability.html>)及香港聯交所網站。董事會於2021年3月17日批准本報告。

行政總裁 致歡迎辭

新秀麗是知名的創新領導者，我們的產品因經久耐用、可靠妥當及設計出色而受到人們的青睞（見第10頁）。去年的挑戰需要我們在產品設計以外多方面發揮創新精神。

2020年前所未有的疫症對企業、社區以至國家都造成全面影響。旅遊業所受到2019冠狀病毒疫症的影響尤其嚴重，雖然復蘇經已開始，但距離恢復正常還需要一段時間。

我們重點致力確保全球員工、顧客及合作夥伴的安全與福祉（見第37頁）。如果我只可以用一個詞語描述新秀麗的員工，我會選用「堅韌不拔」。我們在世界各地的多元團隊在面對意外情況時迅速並盡責地作出了應對，令我感到非常自豪。我想藉此機會向每一位員工致以衷心感謝。

我們的供應鏈包括很多來自中國和亞洲的供應商，結構非常複雜，是我們業務的基礎之一。我們堅持對供應商的承諾，協助眾多供應商維持營運（見第27頁）。

我認為，2019冠狀病毒疫症加強了可持續發展對我們這個互聯世界的重要性，我們繼續實施去年新制定的可持續發展策略—「負責任之旅」（見第6頁）。

我們亦維持參與慈善活動的悠久傳統，支持我們所在的各個當地社區（見第48頁）。

今天的世界與我們的創辦人Jesse Shwayder於1910年在科羅拉多州丹佛市開設一家小公司製造行李箱時的世界截然不同。然而，儘管疫症肆虐，我們仍然致力成為全世界最具可持續性的行李箱公司。

祝您來年身體健康！

此致

行政總裁
Kyle Francis Gendreau



“ 去年的挑戰需要我們在產品設計以外多方面發揮創新精神。

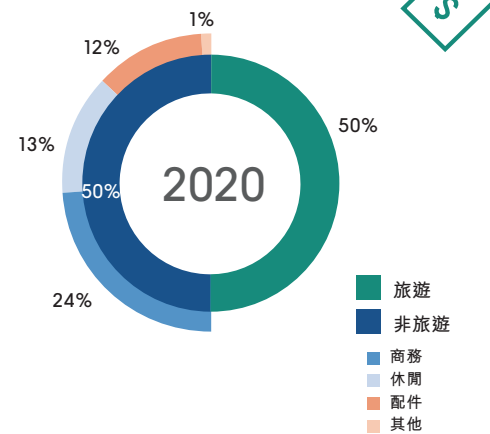
關於新秀麗

截至2020年年底，新秀麗擁有1,096家自營零售店，遍佈39個國家，以及各種批發分銷渠道及零售網站，作為全球公司實至名歸。我們擁有及經營於比利時、匈牙利及印度的三個主要生產廠房以及墨西哥一個小廠房，還在全球各地設有19個分銷中心。

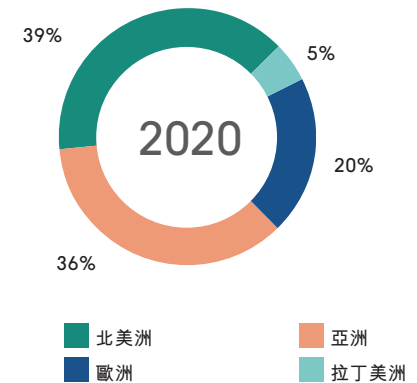
我們的業務覆蓋北美洲、亞洲、歐洲及拉丁美洲四大地區，我們明白全球規模的巨大價值。因此，我們已就若干職能（包括可持續發展、法律、財務、人力資源、資訊科技等）各自設有一名全球領導，以便在有利於業務的前提下協調各市場達致營運的一致性。

然而，我們主要採用權力下放的架構，這讓我們保持「拼搏」精神、「主人翁」精神、責任感及迅速決策，並讓我們能夠靈活迅速地應對成功道路上的任何挑戰及機遇。此外，這意味著我們可確保具備合適的產品、創新及市場營銷信息，以便有效服務各個不同市場。

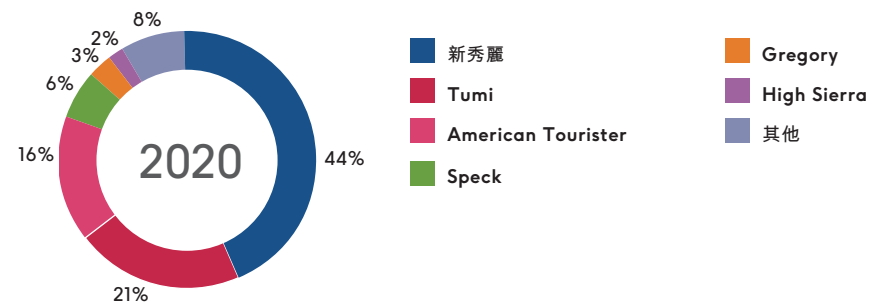
按產品類別劃分的銷售淨額



按地區劃分的銷售淨額



按品牌劃分的銷售淨額



我們的方針

全球可持續發展總監

Christine Riley Miller 致辭

作為全球最大的行李箱公司，我們不但沒有讓疫症打斷我們成為業內最具可持續性企業的計劃，實際上反而加強了這一計劃。在全球疫症之下，我們現在比以往更加需要繼續朝著可持續發展方向前進。

我們在2019年制定了新秀麗可持續發展策略—「負責任之旅」。除了多年來我們一直積極參與的慈善活動外，我們的策略聚焦於四大領域—產品創新、碳行動、健康蓬勃的供應鏈及以人為本。

我們的策略是以2030年目標為基礎，使我們專注於實際影響，也是衡量我們成功的里程碑。

我們在2020年開始推出跨地區及跨品牌的目標計劃。舉例而言，Gregory承諾到2022年之前將超過99%零售包裝替換為影響較低的可回收物料。本報告載有這些遠大目標的進展。

“ 儘管受到2019冠狀病毒疫症大流行的疫情影響，但我們繼續堅持落實可持續發展計劃、支持我們的員工、供應商、社區和地球，並繼續為顧客提供創新產品。

全球可持續發展總監
Christine Riley Miller



負責任之旅

我們的方向

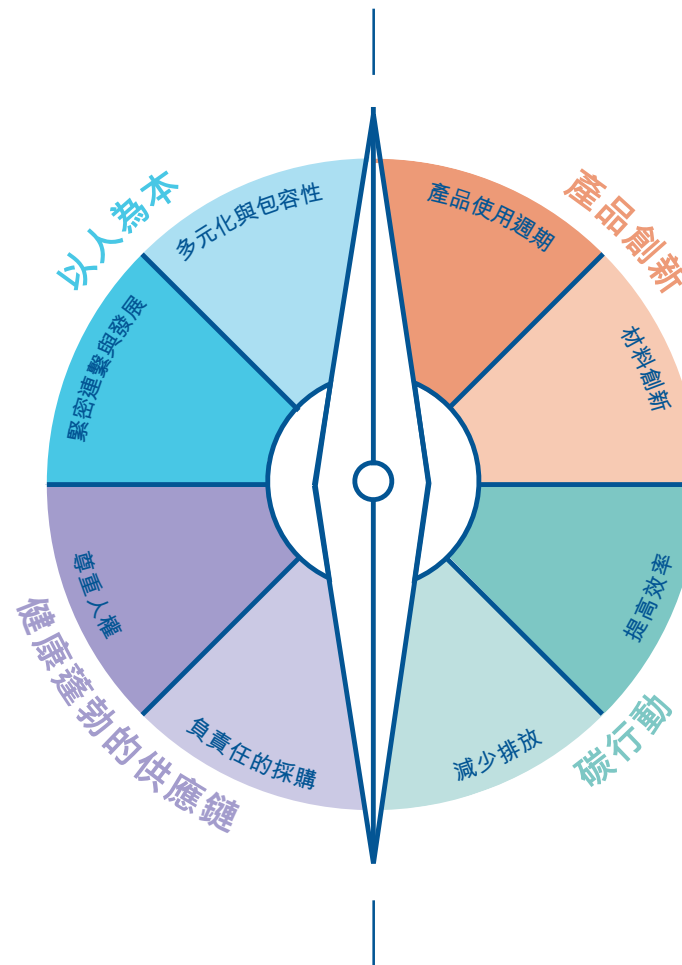
我們的目標是成為全球最具可持續性的行李箱公司。為實現該目標，我們已制定涵蓋四個重點領域的全面可持續發展策略。我們相信我們可以在這些領域發揮最大作用。

我們的抱負

我們與內部及外部持份者全面協商後制定四個重點領域各自的目標。

在充滿支援的環境中，
提供包容文化以及
最佳機會。

利用最具可持續性和創新的
物料，方法和模式創造
最佳的產品。



鼓勵超越我們直接
業務的良好做法和
積極影響。

透過具針對性的
行動，讓我們對環境
產生有意義的影響。

我們的抱負

我們與內部及外部持份者全面協商後制定四個重點領域各自的目標。



產品創新

利用最具可持續性和創新的物料，方法和模式創造最佳的產品。

- 在我們所有的產品及包裝中採用更多可持續認證的物料，減低對環境的影響。
- 不斷開發創新解決方案，確保我們的產品經久耐用，延長產品使用壽命並開發可行的使用週期結束解決方案，盡量避免產品被送到堆填區。



碳行動

透過具針對性的行動，讓我們對環境產生有意義的影響。

- 最遲於2025年，將我們營運的碳排放密集度在2017年的基礎上降低15%。
- 最遲於2025年，以百分百可再生能源為營運提供動力，讓營運實現碳平衡。
- 評估、追蹤及支持採取行動以減少範圍3的排放物。



健康蓬勃的供應鏈

鼓勵超越我們直接業務的良好做法和積極影響。

- 最遲於2030年，追蹤及公佈至少一個產品系列送達顧客前的完整流程，並制定應用於製造流程的可持續性綱略。
- 擴大我們現有的社會責任方案，以識別、緩解及補救我們業務的潛在負面人權影響。



以人為本

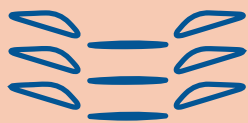
在充滿支援的環境中，提供包容文化以及最佳機會。

- 確保最遲於2025年，為所有僱員提供專業發展機會。
- 最遲於2030年，利用全球數據建立達致重要職位性別平衡的理解及能力。

2020年摘要

產品創新

PROXIS™使用 可回收物料



Proxis™是全球首款使用無比堅韌、輕盈而且可回收的創新專利物料Roxkin™製造的旅行產品。

賦予廢棄塑料 第二次生命



自2018年以來，透過我們的Recyclex™面料技術，避免超過6,800萬個500毫升再生PET瓶被送往堆填區。

碳行動

增加使用 能源效益技術



高效的LED燈泡為我們的生產工廠提供過半數的照明，為我們的零售店提供超過三分之一的照明。

減少 碳足跡



我們業務的碳足跡較2019年降低36%。（由於需求減少，我們的工廠並非全力運作，這意味著數字並非自然降低，並將於2021年回升）。

健康蓬勃的 供應鏈

GREGORY： 使用週期評估



我們對超過10%的Gregory產品進行了使用週期評估，列出從採購到使用週期結束的整條價值鏈。

更新 《道德憲章》



我們的《道德憲章》經過更新後涵蓋更大範圍的議題，反映不斷演變的世界，並將於2021年推出。

以人為本

實現重要 職位性別平衡



2020年，我們開始與外聘顧問合作，制定一個全球策略，幫助我們實現2030年目標。

創建 指導原則



我們創建了一套指導原則，幫助我們的區域領導團隊因地制宜，制定適合每個市場的「多元化與包容性」計劃。

產品創新

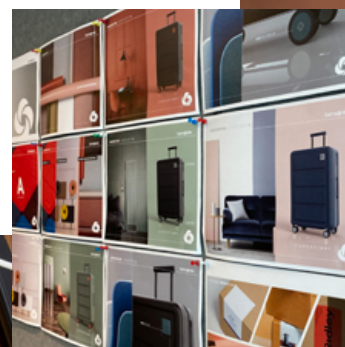
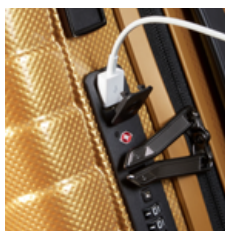
目標



在我們所有的產品及包裝中採用更多有可持續認證的物料，減低對環境的影響。



不斷開發創新解決方案，確保我們的產品經久耐用，延長產品使用壽命並開發可行的使用週期結束解決方案，盡量避免產品被送到堆填區。



我們的方針

新秀麗歐洲區總經理
Gianpaolo Sala致辭



“我們從最初如何設計產品開始，直至產品的使用壽命結束，以及其後如何處理，對每一個環節都作出周詳考慮。

新秀麗歐洲區總經理
Gianpaolo Sala

創新一直以來都是新秀麗的核心。到了近期，我們追求可持續發展，發揮創造精神尋找新途徑，製造對地球更好的產品。

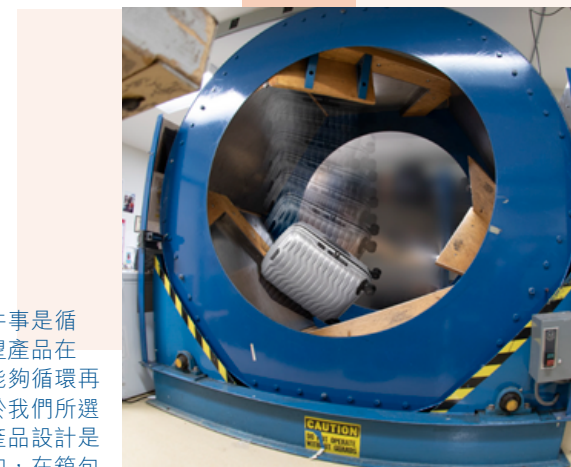
我們從最初如何設計產品開始，直至產品的使用壽命結束，以及其後如何處理，對每一個環節都作出周詳考慮。

我們的首要任務是確保產品製作精美、經久耐用：手提包和背包需要能夠應付多年的日常使用；而行李箱必須堅固耐用，足以在城市中拖行或者在航空托運過程中，都能保證箱內行李的安全。產品耐用意即其使用壽命更長，能夠把我們用以生產每個箱包的原材料都物盡其用是我們可為環境作出的最大貢獻之一。

此外，我們亦關注原材料本身：目前，我們多款的軟質和硬質行李箱都採用再生物料。換言之，我們減少使用新材料，並讓工業後或消費後廢棄物料可循環再生。

我們關注的另一件事是循環經濟。我們希望產品在使用壽命結束後能夠循環再用。這部分取決於我們所選擇的物料，以及產品設計是否便於拆解。譬如，在箱包裡縫合襯裡會難以把零件拆開，所以我們嘗試了其他組合方式，例如魔術貼和子母扣。這亦讓維修更簡單。

我們在2020年推出了Proxis™系列硬質行李箱，融合以上所有元素：以超耐用且可回收的Roxkin™物料（見第14頁）製造。我們對這款耐用物料信心十足，為行李箱提供十年品質保證，並承諾如果出現任何問題免費更換。在使用壽命結束時，我們將進行回收再用。我的目標是有一天能夠真正實現使用舊行李箱的物料生產新產品的閉合循環。



材料創新

我們2030年的目標



我們將會在所有的產品及包裝中採用更多可持續認證的物料，減低對環境的影響。

我們不斷物色更好的新方法，使用對環境影響更低的物料製造產品。我們進行研究，以深入了解產品的使用週期，讓我們作出明智決定以減少碳足跡。我們越來越多的產品使用由再生PET(rPET)瓶製成的聚酯物料取代新材料，從而減少被送往堆填區的垃圾。

自2018年以來，我們在產品中估計使用了超過**6,800萬**個被消費者丟棄的**500毫升PET塑料瓶**。

GREGORY新款背包RESIN



了解是創造更好、更可持續產品的第一步。我們與行業領先的生命週期評估公司合作，評估我們的產品並開發可以幫助我們指導設計流程的軟件。該軟件計算生產、縫製及運輸製成品所消耗的材料和能量，指出最可改進的地方。

我們根據數據細心考慮產品設計，創製出首款完全由再生面料製造的背包。我們全新的Resin系列較傳統尼龍背包減少超過一半碳足跡，即我們製造的每個背包減少超過8kg碳排放。

99%的Gregory背包襯裡目前使用40%消費後rPET聚酯纖維，取代新尼龍材料。由此每年將避免160萬個塑料瓶被送往堆填區。自2021年起，所有背包的襯裡物料亦將不再使用PFC。



減少

58%



再生成分



在TUMI，我們嚴格測試耐用性，並通過精巧設計達致可持續性。2020年，我們繼續推動可持續發展，推出三個使用工業後再生尼龍及消費後再生塑料瓶的新產品系列。這些行李箱所使用的rPET意味著2020年約有400,000個塑料瓶免於被送到堆填區。



S'CURE ECO 獲獎



新秀麗歐洲的S'Cure ECO行李箱獲得2020歐洲塑料回收獎的年度再生家庭和休閒產品。S'Cure ECO系列由Lyondell Basell QCP聚丙烯製成，這些聚丙烯來自SUEZ回收分類的消費後聚丙烯廢棄物。S'Cure ECO系列原本是在2019年4月地球日推出的限量版，現在成為了常青產品。2021年春季，新秀麗歐洲推出MAGNUM ECO，使用Lyondell Basell QCP升級版的消費後再生聚丙烯廢料製成。



AMERICAN TOURISTER 使用RECYCLEX™面料



American Tourister在2020年推出兩個使用Recyclax™物料技術的新產品：Fast Route帶輪子運動背包及AT Eco Spin行李箱系列。Recyclax™面料是由rPET瓶製成的聚酯纖維。



recycleX™
物料技術

產品使用週期

我們2030年的目標

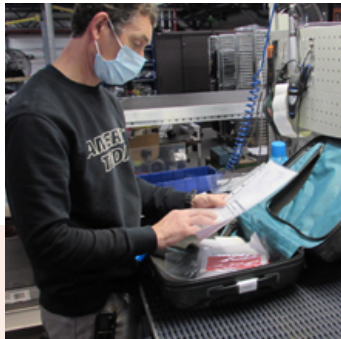


我們將不斷開發創新解決方案，確保我們的產品經久耐用，延長產品使用壽命並開發可行的使用週期結束解決方案，盡量避免產品被送到堆填區。

經久耐用

我們的產品以耐用性而聞名，我們希望能夠盡可能延長顧客使用產品的時間。這亦有助避免廢棄物，盡可能推遲產品廢棄的時間。為了確保產品符合我們的高標準，產品在售賣之前都經過嚴格測試。

我們不斷創新，讓我們的產品能夠更加耐用。



GREGORY: 設計品質

多年來，我們學到了很多關於如何設計經久耐用產品的知識。對品質的承諾激勵Gregory考慮特殊設計及建立新流程，以確保產品可以容易維修。

憑藉我們的經驗和洞察力，經過實驗室和實地測試，加上精巧的設計方案及富有經驗的零件和維修中心，讓我們可以延長背包的使用壽命。

這會造成在經過多年使用後，需要更換整個產品，還是只要簡單更換小零件，便能夠延長使用壽命的巨大差別。



使用壽命結束解決方案

產品的耐用性和我們的維修承諾意味著我們的產品能使用很長時間。我們承諾盡可能推遲產品被廢棄的時間，並開始嘗試重複使用棄用的行李箱。

在亞洲，客戶可以用不能維修的舊行李箱換取我們的新品優惠。2020年，我們回收了1,762個行李箱。

Material for a resilient future

Samsone

我們首款 使用Roxkin™的 旅行產品系列

Proxis™是新秀麗新款堅韌非常的硬殼行李箱。這是我們首款使用創新專利物料Roxkin™製造的旅行產品，無比堅韌、輕盈而且可回收。這意味著，在每個Proxis™行李箱的使用壽命結束時，零件可以改換用途或進行回收。我們在新秀麗自營的歐洲生產廠房生產Proxis™，並在2021年1月在歐洲、亞洲、美國和拉丁美洲在線上推出該系列產品。

ROXKIN™

全新物料 為未來而生

保用

我們與顧客之間的關係並非 在購買完產品後便畫上句號...

我們設有在本地管理的客戶服務團隊，經培訓的團隊成員提供有關服務和維修的資料，我們的全球網絡覆蓋59個國家，擁有超過221個自營和第三方維修中心。對於TUMI顧客，我們很多提供全面服務的TUMI店舖甚至可以即場進行基本維修。

我們的很多產品都提供長期保用和終身保證，顧客可以在我們的品牌網站找到關於這方面的資料以及客戶服務聯繫方式。倘若因製造缺陷導致任何問題，我們承諾維修或更換產品。

SAMSONITE WECARE： 獨一無二的 新服務計劃

我們全新的Proxis™系列在其使用壽命內為顧客提供獨一無二的全球服務計劃。顧客只要在我們的網站登記新行李箱，即可享有專屬Samsonite WECARE福利。

在長達10年的保用期內，已登記的產品將在售後服務中心享有優先服務，並尊享其他的服務。例如，除了外觀損壞或因使用不當造成的損壞外，在產品需要維修時，包括運輸過程中產生的損壞（如航空運輸等），我們不會過問提供服務。當您預約產品維修服務時，我們將對產品進行全方位的檢修，如有必要，還將對產品提供清潔服務及更換輪子，以確保行李箱像剛購買一樣功能完好。若產品已無法進行維修，我們將免費更換並回收原產品。

Samsonite
wecare

產品使用五年後，在參與活動的地點，我們將回收已完成服務使命的Proxis™行李箱（我們承擔運費），並提供一張可供下次購買使用的優惠券。我們將捐贈可以正常使用的產品，並安排回收不可使用的產品。這項服務在10年保用期後的10年內依然有效，因此，顧客可以在購買我們的產品後享有這項服務長達20年。



我們的政策

我們承擔產品責任，並且對負責任採購及原材料設計認真貫徹。下文詳述產品責任對我們的意義。



廣告及標籤

我們致力確保我們的廣告及產品標籤遵守所有適用法例。於2020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。



數據保密及私隱

遵守有關數據保密及私隱的適用法律規定是我們的政策。我們務求遵守對美國業務實施的支付卡行業（「PCI」）規例，以保護若干敏感的客戶數據，例如信用卡資料等。我們定期透過第三方驗證於美國的PCI合規性，而於其他國家，我們不會保留信用卡資料。



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。若符合商業原則，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2020年，並無任何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2020年，本公司不曾獲悉在其進行業務的國家有任何嚴重違反與產品及服務的健康及安全、標籤及私隱事宜相關的法例及法規的情況。並無任何當前或待決的監管行動或其他預期會對本公司有重大影響的訴訟。



碳行動

目標



最遲於2025年，將我們營運的碳排放密集度在2017年的基礎上降低15%。



最遲於2025年，以百分百可再生能源為營運提供動力，讓營運實現碳平衡。



評估、追蹤及支持採取行動以減少範圍3的排放物。

我們的方針

匈牙利廠房總監József Pinczel致辭



到2025年，我們希望成為一家碳平衡的企業。為此，我們將轉用可再生能源，同時提升效率亦是關鍵：我們致力於在2025年之前將營運的碳排放密集度在2017年的基礎上降低15%。

2020年，雖然我們暫停對效率更高機器的投資，但我們仍然落實了很多規模較小的碳減排措施。我們的匈牙利廠房繼續淘汰使用白熾燈，現在75%的照明由LED燈泡提供。廠房和辦公室的照明、供暖和製冷系統現在由一個電腦系統控制，讓我們可以更改設定值，並確保在不需要時關閉所有系統。以上這些措施再加上其他細項的調整，讓我們在恢復全面生產時，將可實現對氣體和電力的需求減少超過四分之一。

包裝繼續是另一個備受關注的領域。我們不同地區都為盡力減少浪費材料及使用更多可再生物料而作出了不同的改變（見第25頁）。在匈牙利，我們與供應商緊密合作，嘗試減少他們在向我們發送零件（如輪子和滑塊）時使用的包裝量。

我們減少範圍1和範圍2排放物的進度正按2025年目標前進，我們現在亦開始探索如何減少供應鏈的範圍3排放物。2021年，我們將會聯繫主要供應商實施試點計劃，以便估計、追蹤和減少我們的範圍3排放物。

監測我們的影響

我們在擁有和經營的三家生產廠房追蹤和監測能源消耗和氣體排放（空氣污染物和溫室氣體（GHG））、污水排放、包裝使用及有害和無害廢棄物。我們還監測分銷中心、區域辦事處及若干零售店的能源消耗。

我們嚴格遵守與空氣污染物和GHG排放、污水排放和廢棄物相關的所有適用法律法規。

“我們減少範圍1和範圍2排放物的進度正按2025年目標前進，我們現在亦開始探索如何減少供應鏈的範圍3排放物。

匈牙利廠房總監
József Pinczel

減排

我們2030年的目標



我們最遲於2025年，將我們營運的碳排放密集度在2017年的基礎上降低15%。



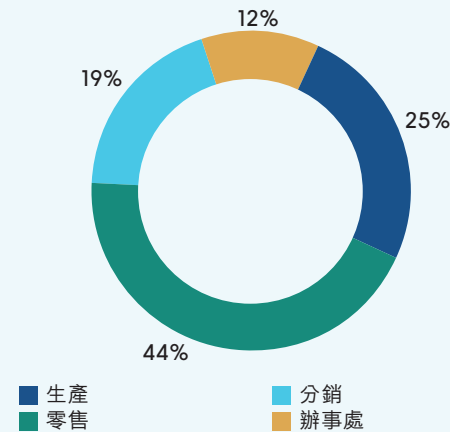
我們將評估、追蹤及支持採取行動以減少我們供應鏈的範圍3的排放物。

我們的碳足跡

我們致力於減少碳足跡，力求最遲於2025年將業務的碳排放密集度在2017年的基礎上降低15%。

下表列示按各營運類型劃分的GHG排放明細：我們的大部分GHG排放源於我們的生產廠房及零售店所用電力。雖然我們的廠房不多，但生產流程較分銷中心、辦事處及零售店的能源密集度為高。因此，生產佔我們碳足跡的25%。零售店的碳足跡較輕，但我們的店舖眾多，其碳影響佔我們整體碳足跡的44%。我們的分銷中心及辦事處合共佔總排放量的31%。

按設施類型劃分的GHG排放明細



我們的GHG足跡	2017年 (經修訂)*	2018年 (經修訂)*	2019年 (經修訂)*	2020
GHG排放 (公噸二氧化碳 當量 (CO ₂ e))	28,776	28,252	27,078	17,352

* 註釋：於2019年，我們就2017年、2018年及2019年的碳足跡呈報分別為29,225公噸CO₂e、28,635公噸CO₂e及27,299公噸CO₂e。於審閱2020年的碳足跡數據(17,352公噸CO₂e)時，我們發現用於估計一項新設施能源使用情況的數據有差異，更正該差異導致對2017年、2018年及2019年GHG足跡估計稍有修訂，呈報如上。

25%

生產佔我們碳足跡的25%。

44%

零售店的碳足跡較輕，但我們的門店眾多，其碳影響佔我們整體碳足跡的44%。

31%

我們的分銷中心及辦事處合共僅佔總排放量的31%。

減排

於2020年，我們的範圍1及範圍2的碳足跡總量為17,352公噸CO₂e，較2019年減少36%。雖然部分原因是我們的設施使用可再生能源及提升能源效率，但主要原因是疫症期間需求減少導致產量下降。

碳足跡計算是收集及估計遍及44個國家1,432項設施的能源使用數據後得出。自2017年起，我們每年與專家顧問計量及評估我們的碳足跡。2020年的數字是基於來自所有生產設施及分銷中心的實際能源數據以及部分辦事處的實際數據、對於缺乏實際數據的設施之估計，以及零售店的統計有效樣本。

碳減排諮詢委員會利用我們整家公司的專業知識，參謀我們的碳減排策略。這亦有助確保業務相關人士參與和知情。

2021年，我們將會聯繫主要供應商實施試點計劃，以便估計、追蹤和減少我們的範圍3排放物。我們的第三方供應鏈排放預計將是範圍3 GHG排放物的最主要來源。在試點計劃中，我們將與精選的供應商合作，收集相關能源使用數據、估計產生的GHG排放及了解其近期和計劃下的減排措施。我們計劃從初次嘗試中吸取經驗教訓，並在以後幾年與更多供應商聯繫以追蹤和減少排放。

新秀麗就氣候相關金融訊息 披露專責小組的建議之響應

我們致力創造低碳未來。自2017年起，我們開始計算及披露範圍1及範圍2的碳足跡。於2019年，我們採納一項覆蓋全公司的全面碳減排策略，致力達成以下三個目標：



最遲於2025年，將我們營運的碳排放密集度在2017年的基礎上降低15%；



最遲於2025年，以百分百可再生能源為營運提供動力，讓營運實現碳平衡；及



評估、追蹤及支持採取行動以減少範圍3的排放物。

新秀麗的目標是為實現巴黎氣候協定目標出一分力，即將全球氣溫升幅限制在工業化前水平1.5°C之內，及最遲於2050年實現淨零排放。

我們透過持續實施減少GHG排放的具體計劃（包括升級於生產廠房及分銷中心的能效設備及轉換燃料、採購可再生電力及安裝現場太陽能）及擴大這些計劃的規模推動我們的碳策略。

我們已於數個生產及分銷中心安裝現場太陽能，這還能避免受供電網絡中斷影響。我們還在全公司實施策略性的能源管理方法以減少GHG排放，例如統一租賃節能辦公空間、按高節能規格建設店舖及使用非常節能的資訊科技及辦公室設備和服務。該等策略將由本公司設施主管及獲授權的能源支持者執行。

新秀麗將碳及氣候考量納入關鍵管治過程、風險管理、規劃及資本分配決策。自2017年起，我們建立了由高級管理團隊組成的碳減排委員會，監察新秀麗的碳足跡及策略工作並致力落實策略。



2017年至2019年，
我們的範圍1及範圍2的
碳足跡總量減少6.6%。

提高效率：電力

我們2030年的目標



我們最遲於**2025年**，以百分百可再生能源為營運提供動力，讓營運實現碳平衡。



我們最遲於**2025年**，將營運的碳排放密集度在**2017年**的基礎上降低**15%**。

可再生電力

我們在印度和比利時的生產廠房擁有21,900平方米太陽能光伏板，每年發電量達到180萬千瓦時，佔這兩個廠房總能源用量的13%。我們計劃最遲於2025年使用百分百可再生能源為營運提供動力，為此我們將投資於現場可再生能源發電設施、直接向供應商採購綠色能源及購買可再生能源額度(RECs)。

節能辦公室

新秀麗在瑞士的辦公室和展銷室的屋頂上安裝太陽能板，加熱樓宇用水，還重複利用附近一家材料回收廠的餘熱。

節能

我們追蹤生產廠房的能源使用情況並利用這些資料優化我們的措施。於2020年，我們實施了一系列工業節能措施，如優化或升級主要耗能生產設備。例如，我們在比利時奧德納爾德市的工廠實施了若干提高效率措施，包括在生產設備中引入自動化和傳感器，以便在靜止期間關閉設備。除了對技術的投資外，我們還做了簡單調整以提升效率，例如減少照明數量及加強控制確保在夜間和週末關閉水銀燈和壓縮機。我們還在兩台壓床上安裝壓縮監測系統，以便優化所用的壓縮空氣流率，從而節省能源。

引入節能照明繼續是重點事項：高節能LED燈泡為我們的生產廠房和零售店分別提供超過一半和超過三分之一的照明。2020年，我們在美國喬治亞州維達黎亞市的TUMI倉庫及墨西哥的生產廠房引入LED照明。在墨西哥，LED照明還是自動控制，避免浪費電力；這處廠房用於照明的能源減少了85%。



我們擬將節能考量納入到業務流程中，制訂政策、指引及規格，以便於租賃辦公空間及購買電腦和其他設備時以節能為預設選擇。

綠色辦公室

我們的香港辦事處再次獲得世界綠色組織的認可，通過了綠色審核並符合綠色辦公室和生態健康工作場所計劃的規定。我們計劃在2021年推出全球綠色辦公室政策。

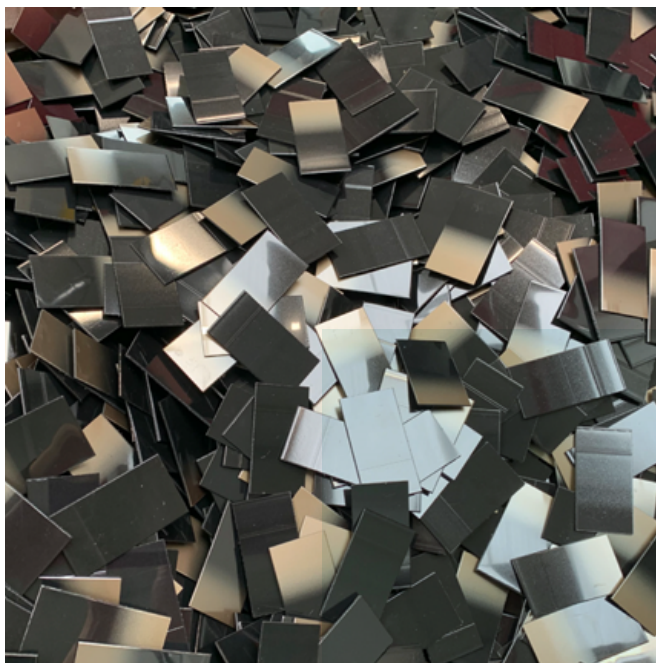


提高效率：廢棄物

我們正在採取措施為我們各項流程減少浪費，並監測工廠的有害和無害廢棄物。我們根據當地法律定期匯報產生的廢棄物和處置情況，並聘請第三方廢棄物管理公司妥善收集和處置危害性最低的廢棄物。

於2020年，我們的生產廠房產生了15.7公噸有害廢棄物及476公噸無害廢棄物，分別較2019年減少41%及1,464公噸。雖然我們繼續與供應商合作減少包裝及回收生產過程的廢品，但廢棄物減少的主要原因是疫症導致產量減少。

我們收集塑料塊（即再生料）自用或賣給其他人回收再用。我們使用數以百噸計的工業後廢棄塑料生產我們的硬質行李箱。2020年，僅在我們匈牙利的廠房就回收了50公噸聚碳酸酯。



50

2020年，
我們回收了
50公噸聚碳酸酯
工業後廢料。

節約用紙

我們在日本實施多項節約用紙計劃。我們已經棄用紙質產品宣傳單，而透過二維碼發放產品資料。此外，我們與顧客及合作夥伴的溝通不再使用紙張，而是使用電子郵件。在聖誕節，我們選擇發送電子賀卡，節省了1,600張紙質賀卡。



用水和廢水

我們於2018年及2019年的用水量相對一致。2020年用水量減少28%是因為疫症導致產量減少，我們預期今年將回復至2019年的水平。

用水及廢水排放對我們的營運並不重大。我們辦事處、分銷中心及零售店的用水僅限於衛生間及廚房設施，我們生產產品的過程無須大量用水。

工廠能找到合適的水源。我們的兩個生產設施使用封閉水系統作冷卻用途，在印度廠房，所有廢水均於現場處理及清潔，因此並無排放未經處理的污水。

由於印度廠房處於
用水緊張地區，我
們一直設法節約及
重複利用水資源。



包裝

包裝對於確保零件完整無缺送到我們手中，及我們的產品在運送到零售店或顧客家中的路上不會受損不可或缺。我們的目標是按需要去使用材料，並且優先選擇使用可再生物料，如硬紙板，而非塑料和聚苯乙烯。效率亦是我們的重點：過去5年，我們更有效地使用材料，估計節省了674公噸硬紙板和367公噸塑料薄膜。

我們繼續與供應商合作，減少將零件送到我們的廠房時使用的包裝。例如，現在於匈牙利的生產廠房，我們收到的中控鎖使用絲綢紙包裝，而非泡沫包裝，而滑塊改

為一包十個而不再是單獨包裝。今天，送到我們廠房的拉桿不再單獨包裝，供應商使用間隔包裝方法，減少了一半塑料使用量，此舉將每年節省約1公噸塑料。

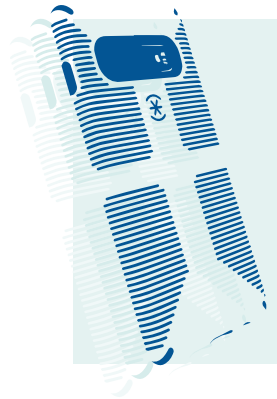
我們還檢討產品出廠給顧客時使用的包裝。我們的Lipault產品使用的包裝袋由易於回收的再生物料製造。在拉丁美洲，我們的Xtrem系列使用生物可分解塑料袋包裝。在亞洲，我們不再使用聚丙烯膠帶封箱，取而代之的是可完全回收的高強度紙膠帶。在智利，我們使用生物可分解包裝取代塑料袋，估計每年將節省180萬個袋子。

吊牌標籤

American Tourister亞洲正在轉向使用經森林管理委員會(FSC®)認證的紙質吊牌標籤。在歐洲，新秀麗再生

系列或American Tourister產品的所有吊牌標籤均利用負責任來源的紙張以大豆油墨印刷(傳統石化油墨的可持續替代品)製成。這些吊牌標籤帶有FSC®標誌，該標誌是保證所用紙張來自經過良好管理且經FSC®認證的樹林、再生物料及其他受控來源。

在2019年，我們已除去TUMI品牌吊牌標籤上有礙回收的橡膠塗層。在2020年，我們進一步改進，現在吊牌標籤使用再生紙製作，並用rPET取代金屬環和尼龍線。



SPECK注重效率的方針

我們盡可能使用海運而非空運，以減少運輸產生的碳足跡。我們選擇將產品批量運輸到北美州，然後在向顧客分銷之前進行包裝。這讓我們的貨運量減少約三分之一，這在2020年意味著我們避免運輸了約680公噸包裝，相當於170頭亞洲象的重量！

GREGORY設定 低影響包裝目標

Gregory承諾於2022年之前將超過99%零售包裝替換為影響較小的可回收物料，包括所有吊牌標籤、塑料包裝袋和所有配件包裝。我們還致力於在2025年之前將包裝在貨運和物流方面對環境的影響減少50%。

在2020年，我們將整個水袋及配件系列轉為用低影響的再生牛皮紙包裝。在2021年，我們99%的背包將使用再生塑料袋。我們開發了可分解聚乙烯空氣袋，取代我們之前在Deva & Baltoro包裝中使用的硬紙管，大大減少了包裝的重量。

健康蓬勃的 供應鏈

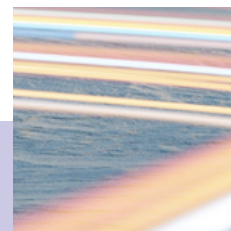
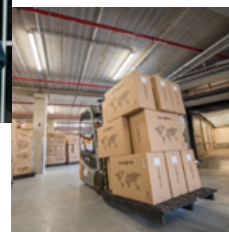
目標



最遲於2030年，追蹤及公佈至少一個產品系列送達顧客前的完整流程，並制定應用於製造流程的可持續性綱略



擴大我們現有的社會責任方案，以識別、緩解及補救我們業務的潛在負面人權影響



我們的方針

亞太區及中東區總裁 Paul Melkebeke 致辭



“ 儘管疫症的影響依然存在，
我們的供應商發揮重要作用，
一直努力幫助我們實現目標，我們
對其一貫支持深表謝意。

亞太區及中東區總裁
Paul Melkebeke

2020年是特殊而又艱難的一年。我們與供應商一如以往的緊密合作關係是讓我們成功度過這一年的關鍵。因應2019冠狀病毒疫症，我們付出了很大努力，安全管理倉庫和工廠的貨物流動，保護工人，以及支援我們的供應商。

我們的供應減少了55%，因此我們專注於與能夠保證安全、符合道德及可持續的供應的主要首選供應商合作。我們選擇與志同道合的夥伴合作，並且維持長久的關係（部分供應商經已與我們合作逾30年）。

我們制定了清晰的政策和業務守則，載明了對供應商的期望，亦採取措施核實供應商確有維持我們的高標準。儘管全球疫症帶來壓力，但供應商依然在幫助我們實現目標方面發揮了重要作用，我們對他們的支持深表感激。

2020年，我們對逾10%的Gregory產品進行了生命週期評估。預計到2021年年底，我們將會完成追蹤25%的Gregory產品，隨後將運用這一流程幫助其他品牌進

行同樣工作。我們亦同時更新《道德憲章》（供應商行為守則），擴大所涵蓋的議題範圍，進一步提高供應鏈的標準。

我們大約三分之一的創新項目旨在提高產品的可持續性。例如，我們在2020年推出了全新的Samsonite Proxis™系列。該系列採用我們內部研發的、更輕盈、更堅韌而且百分百可回收物料的Roxkin™技術（見第14頁）。

無論是對新秀麗、供應商還是全世界來說，2020年都是一個學習的過程。度過艱難的一年之後，我們開始在若干國家看到復蘇跡象，並且深信復蘇趨勢將於2021年內持續。

支持供應商度過2019冠狀病毒疫症

2019冠狀病毒疫症不僅對全球民眾的健康造成了重大損害，還帶來了巨大的財務困難。我們制定了供應商金融計劃，讓供應商能夠管理其現金流。到2020年年中，我們所有供應商都收到了應收款項。我們還允許主要供應商向我們發送我們並無即時需要的貨物並向我們收款，以便為他們的業務提供支持。

雖然每次都要在政府指定酒店隔離檢疫，我們的亞洲區高級供應鏈總監Patrick Kwan還是兩度前往中國。他總共離開家人將近五個月，在此期間，與我們的供應商及其僱員會晤，為他們提供支持和協助，尋求解決方案以克服困難。供應商對此十分感激，並表示自疫症爆發後，沒有其他外國買家到訪過。

此外，我們的行政總裁 Kyle Gendreau 召開線上大會，向全體主要供應商（一級和二／三級）表達了攜手合作、共度時艱的感激之情，並介紹了全公司的最新情況和未來計劃。

新秀丽的一項關鍵原則是我們的金科玉律：「己所不欲，勿施於人」。這包括我們的供應鏈。

尊重人權

我們2030年的目標



擴大我們現有的社會責任方案，以識別、緩解及補救我們業務的潛在負面人權影響。

勞工準則

我們有責任尊重在全球各地為我們工作或在我們供應鏈中工作人員的人權。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例及法規。

2020年，我們不曾獲悉營運或供應商有任何嚴重違反與防止童工或強迫勞工相關的勞工標準的事宜。2021年，我們計劃對各國人權狀況進行風險評估。

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。

我們相信人們應該能夠在自由、平等、安全及對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、社區人士和顧客。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。

我們設有商業道德報告熱線，向全球僱員廣為宣傳。僱員可以（如有需要可匿名）聯繫此熱線舉報任何有關職場的疑慮。我們會保護使用此熱線的僱員免遭秋後算帳。未有遵守《僱員守則》的僱員將受到紀律處分，可能包括解僱。

我們相信人們應該能夠在自由、平等、安全及對人類尊嚴的情況下進行正當及有收穫的工作。

負責任的採購

我們2030年的目標



最遲於2030年，追蹤及公佈至少一個產品系列送達顧客前的完整流程，並制定應用於製造流程的可持續性綱略。

GREGORY： 生命週期評估



在過去兩年，我們對逾10%的Gregory產品進行了生命週期評估，從採購到可使用年期結束，涵蓋整條價值鏈。目前，我們正在與歐洲團隊分享發現成果，我們的Speck團隊亦在評估這一流程。預計到2021年年底，我們將會追蹤四分之一的Gregory產品的完整供應鏈，隨後將制定模板，幫助其他品牌進行同樣工作。



供應鏈風險管理

新秀麗《道德憲章》是我們的供應商行為守則，載有我們對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。

2020年，我們因應自最初制定以來世界發生的變化，更新《道德憲章》。更新後的《憲章》涵蓋更廣泛的議題，例如新的監管規定，將於2021年公佈。我們將會與所有供應商溝通更新後的《憲章》，確保他們理解和接納。

我們在2016年收購TUMI品牌時，TUMI已訂有供應商行為守則。TUMI供應商將採用我們更新後的《道德憲章》，確保我們供應鏈整體實施一致的標準。

在整條供應鏈提高環境標準

我們所有直接供應商均須證明生產產品所用的材料符合所有相關環境及社會法律，我們的採購團隊持續監督這些規定的履行情況。我們亦與直接供應商合作提高環境標準，從而提高產品的可持續性。

在此過程中，創新發揮重要作用，我們與供應商合作，共同研發新主意。Magnum Eco就是有效合作的一個絕佳例子：我們的硬質行李箱主要由回收物料製造，但比新材料更加牢固和堅韌。

2021年，我們將會啟動項目，評估、追蹤及支持採取措施以減少範圍3的排放物 (我們的價值鏈中產生的間接排放物)。我們亦正與供應商一起，尋找方法減少所使用的包裝物料。



進行盡職審查

在2018年，我們約75%的供應商位於中國，意味著僅有25%位於其他國家。我們在2019年開始擴大供應商基地，以提高新秀麗的抗逆能力，目前逾40%的物料是從其他國家採購，包括位於柬埔寨、泰國和印尼的新工廠。我們進行全面盡職審查後方與任何新供應商合作。

供應商須證明不存有任何嚴重的健康、安全或勞工問題。例如，我們對危害生命健康、安全及環境問題零容忍。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。

為確保持續合規，新秀麗會親自或聘請第三方資深核數師進行審查。此過程包括工人面談、查閱相關紀錄及實地考察。我們亦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要求，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，我們將採取行動，包括終止與供應商的關係。

我們在2019年開始擴大供應商基地，以提高供應鏈的抗逆能力。



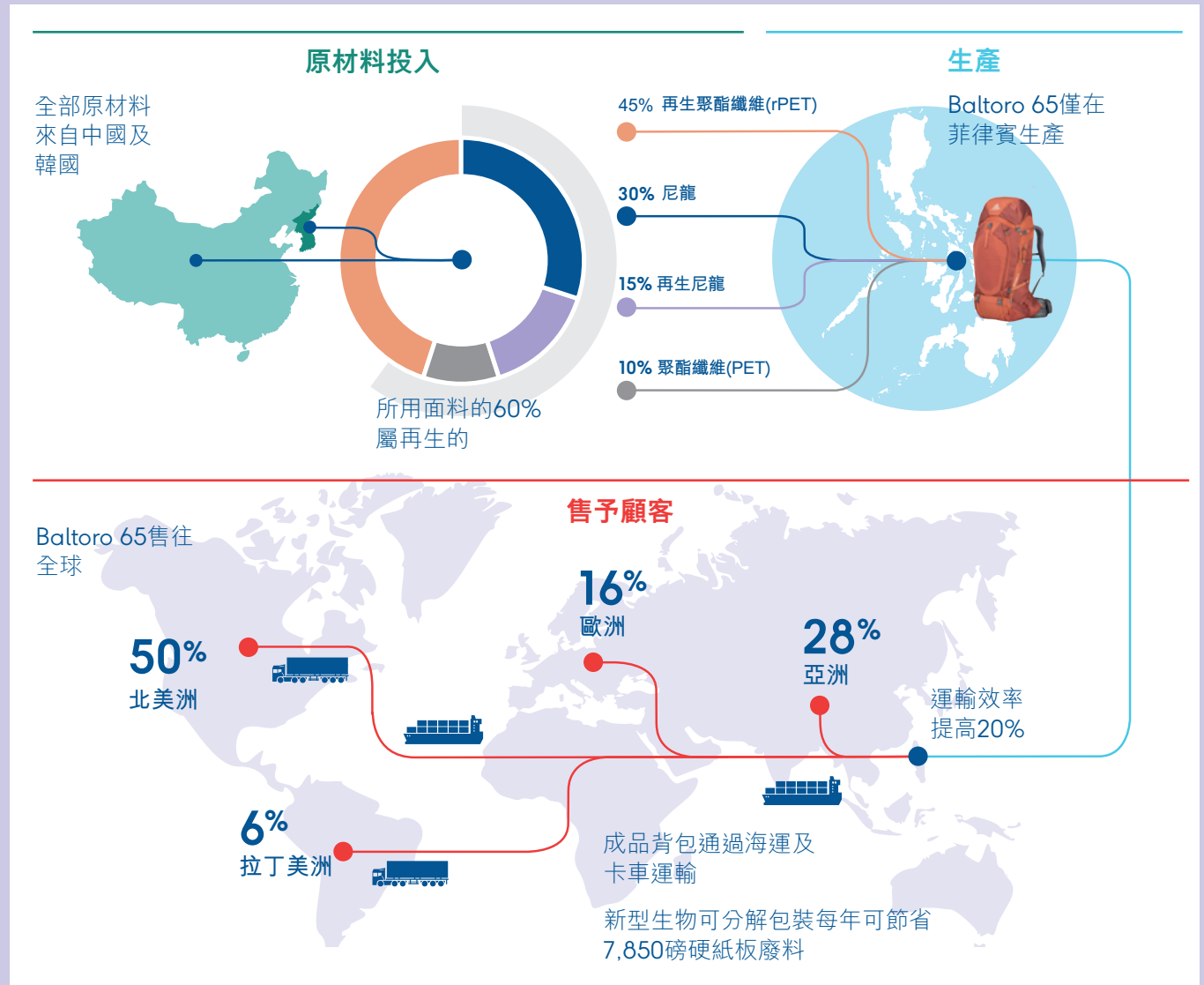
我們使用評級系統監測合規情況，並會不時評估變化。



GREGORY：追蹤BALTORO 65背包的送達顧客前流程

我們正努力提高供應鏈的透明度，並了解價值鏈不同階段的各種影響。就Gregory而言，我們已與德國一家領先公司合作，以建立定制的生命週期評估(LCA)工具，用以計算用作創建、縫製和運輸產品的材料和能源的流程。

Gregory LCA工具使我們能了解所用材料、設計和供應鏈的各種環境影響。與傳統的由原始尼龍製成的產品相比，這使我們能夠作出明智決定，令環境排放大幅減少。我們的目標是到2025年，利用此流程積極管理我們的整個產品線。



審計數據

2019年，我們對一級工廠完成314次審查。2020年，主要由於需求減少，我們從較少供應商採購，審查次數因而減少至只有135次。我們因此延遲了多項計劃審查，一旦重新開始從這些供應商採購，我們將會重新開始審查。

我們有27家供應商因獲得國際社會責任認證組織(WRAP)認證，或者由於我們可透過審閱來自BSCI及SMETA等機構的第三方審計報告確認合規情況，故獲豁免審查。我們鼓勵一級供應商申請WRAP認證，以減少對其施加的行政負擔，同時亦確保按最嚴格的標準對其進行審查。

二級供應商為我們的製成品供應商或我們的自有工廠提供原材料。我們計劃審查前100名二級供應商，在2020年開始審查10家工廠－受疫症影響，開始的進度較預期緩慢。

疫症期間的審查

Luke Lu是常駐中國的一名高級合規經理。他是新秀麗四名專門核數師之一，會前往供應商的工廠視察，確保供應商遵從我們的高標準。

Luke表示：「我進行的審查中，大約80%是有通知的，供應商知道我們會前往審查，可以做好準備，調取相關記錄和文件供我查閱，或者安排工人面談。當然，我們很重視聆聽工人真實的心聲，所以堅持要在管理團隊聽不到的地方，與生產線上的工人談話。大約五分之一的到訪是未經事先通知的－這種做法往往針對高風險工廠，以免工廠有機會藏起非法工人或者偽造記錄。」

「除非工廠規模很大，大多數審查都可以在一天內完成。當天結束時，我會與管理團隊分享發現成果，討論不合規的地方。我們給工廠兩週時間提交糾正計劃，並表達出達到相關目標的意願。然後，我會定期檢查進度，直到確信解決了所有問題為止。」



「我很喜歡這份工作。雖然要離開家人，但我很喜歡出差，認識新人－我的孩子亦很喜歡我從不同國家和城市帶回的玩具！最重要的是，我覺得自己的工作很有意義。我們都是人，都是平等的，都應該得到平等的對待。因此，我喜歡幫助工廠提升工人的福利。我亦會鼓勵工人學習新技能、尋求晉升機會和提高收入，以此推動積極的變化。」

反腐

我們致力於以誠信態度經營業務、避免任何形式的貪污行為。我們希望新秀麗全體僱員、代理人、董事、人員及代表以公平、符合道德及合法的方式進行業務。

新秀麗《全球反腐政策》要求他們遵守所有適用的反腐法律。此外，《僱員守則》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，以及定期網上及現場培訓。

我們的內部程序及控制有助於遵守反賄賂及貪污法律。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。

在2020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。

**我們希望新秀麗全體僱員、代理人、
董事、高級職員及代表以公平、
符合道德及合法的方式進行業務。**

以人為本

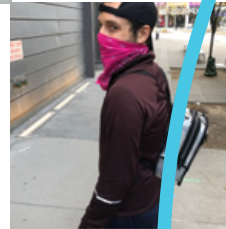
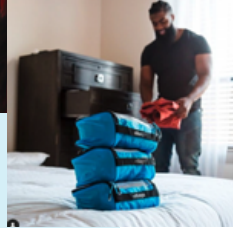
目標



最遲於2025年，為所有僱員提供專業發展機會



最遲於2030年，利用全球數據建立達致重要職位性別平衡的理解及能力



我們的方針

全球人力資源部高級副總裁 Marcie Whitlock致辭



“我們迅速採取行動，為員工提供所需的培訓，以適應這些新環境。

全球人力資源部高級副總裁
Marcie Whitlock

2020年是具有獨特挑戰性的一年，我要感謝我們的員工，感謝大家的毅力和適應力，讓我們渡過難關。

由2019冠狀病毒疫情引發的全球衛生緊急狀況衝擊全球經濟。各種保護措施，包括旅行限制和強制封城，影響了旅運和觀光業，導致市場對我們產品的需求下降。因此，為保護我們的業務，我們做出了裁員的艱難決定。對於像新秀麗這樣以人為本的公司來說，作出裁員的決定並非易事，但其能幫助我們克服疫情所帶來的困境，且我們一直努力支持我們的團隊渡過難關。

疫情亦改變了我們開展業務的方式。我們的許多員工發現自己不得不面對新的現狀——嘗試居家辦公，或遵守繁重的新安全措施。我們迅速採取行動，為員工提供所需的培訓，以適應這些新環境。我們還支持我們的管理人員，確保他們準備充足領導業務。

隨著世界各地的市場開始結束封城，我們以負責任的態度重啟店舖，以我們員工及其家人以及顧客的健康和安全為上。我們的團隊在適應新的工作方式方面表現出非凡的靈活性，我要感謝大家在這個非常艱難的時期所表現出的奉獻、魄力和毅力。正是因為我們的員工，及其排除萬難繼續提供服務的堅持，我們才能夠繼續前進。

保障員工安全

我們的新秀麗指引手冊

隨著疫症蔓延，我們的首要任務是保證團隊和顧客的安全。2020年3月，我們意識到大家都需要就如何應對2019冠狀病毒疫症獲得建議。我們的企業人力資源團隊與世界各地的人力資源合作夥伴合作，並在我們法律部門的支持下，制定了一份指引手冊來指導我們的團隊。該手冊被翻譯成多種語言在全球各地共享。

該指引手冊包括針對辦公室、零售店或配送倉庫的專門建議，確保我們所有的員工都了解如何保護自己、同事和顧客的安全。

我們的企業人力資源團隊開發了「培訓師培訓」材料來支持指引手冊，使不同市場的人力資源業務合作夥伴能夠為更多員工提供線上和線下培訓課程。

管理風險

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

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分銷場所的潛在危險，如機械和移動車輛。我們積極制定政策和流程，以將這些危害降至最低。

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分銷中心要低。在這方面，我們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）。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2020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其他重大訴訟。

人才培訓

我們的2030年目標



我們將確保最遲於2025年，為所有僱員提供專業發展機會。

新秀麗是一家以人為本的企業，我們的區域人力資源團隊致力於為我們團隊的每一位成員創造一個支持性的工作環境，無論他們在何處工作。

我們深知為僱員提供重要發展機會以及獎勵和認可出色表現的重要性。我們希望幫助所有員工盡情施展才華，從而提高產能和工作滿意度。

改進我們的績效管理辦法

2019年，我們開始推出一個新的網絡平台Ask Athena，該平台將我們的一些人力資源功能實現自動化和標準化，從而改善員工體驗。

透過利用該平台的數碼功能，Ask Athena還幫助我們建立了管理人員與他們團隊之間持續對話的文化。透過Ask Athena績效管理，我們的員工可以定期與他們的直屬經理聯繫，製造機會審查和討論他們達成目標的進度，以及整體績效和發展。

該平台還包括一個綜合反饋系統，可供同事們提出建設性意見，以支持彼此的發展並互相表示讚賞。

我們完善績效管理的方式為幫助建立一個高度敬業的團隊，使員工感受到重視

我們不斷發展的績效管理方法有助於建立一個高度敬業的團隊，使員工感覺到重視、鼓勵，以及所作貢獻和良好績效獲得認可。這一切都有助於實現我們的目標，即建立能夠靈敏適應不斷變化的營商環境和勞動力需求的組織。

現在，我們已經將Ask Athena引入北美洲、歐洲和拉丁美洲的團隊。我們原本打算在2020年和2021年在其他地區推出該平台，但計劃因疫症延遲。



管理技能差距



“開始居家辦公時，我們意識到需要提供針對性的支援，以確保同事們能夠繼續高效工作。”

北美洲員工體驗主管
Laura Stone

「隨著實施封城措施，我們許多人開始居家辦公，我們意識到需要提供針對性的支援，以確保同事們能夠繼續高效工作並保持參與。我們採取以下三項措施：

1

「我們與資訊科技團隊合作開發培訓材料和指南，以幫助每個人適應在Microsoft Teams上工作，並保持與每個人的聯繫。我們舉辦了一系列在線課程（所有課程都滿額），並收到了非常積極的反饋。」

2

「我們還提供了關於時間管理的培訓，因為對許多人來說，這場疫情帶來了迫切的新挑戰，迫使他們在一切都非常不確定的時候，重新安排優先事項，並克服業務停頓。」

3

「我們在北美洲做的第三件事，就是設法透過一系列的線上活動，讓我們的員工與企業重新建立聯繫。例如，我們邀請可持續發展總監主持網絡研討會，提醒員工我們的目標是成為全球最具可持續性的行李箱公司。這些會議提醒所有人，我們不是在孤軍奮戰，所有人都在為了重要的目標而奮鬥！」

培養我們的管理者

當局勢在轉變時，我們希望領導者堅韌不拔、目光長遠，成為讓人放心的領航人，引領前進道路。

疫症意味著我們的管理人員必須幫助團隊駕馭急速的變化，而管理人員的同理心、敬業度、溝通力等軟技能較以往任何時候都更加重要。在北美洲，我們開發了「漸進式領導力」培訓，幫助我們的管理者培養溝通技巧和作風，使他們能夠「在變遷中發揮領導作用」。

與僱員緊密連繫

保持聯繫

由於我們很多人居家辦公，2020年一起消遣的機會減少了，所以我們的團隊想出了一些有創意的辦法來維持聯繫，並為他們的工作日帶來一些歡笑。例如在美國，我們舉辦了一場萬聖節比賽，為最佳服裝或南瓜雕刻頒獎。小朋友和寵物都被徵集了進來，獲獎作品被分享到整個企業，給大家帶來輕鬆一刻！



「SAMBITS」

2020年12月，我們推出了一款名為「Sambits」的新溝通工具：一系列雙週電子郵件，包含各種主題的技巧和訣竅。這些簡短的電子郵件可快速讀完並易於消化，幫助我們的管理者盡量提高工作效率。疫情影響了我們的工作方式，我們在辦公室的時間越來越少，因此首三封Sambits包含了關於舉行有效會議的建議，無論是一對一、小組還是與更大的團隊。

支持健康和福祉

在全球疫症期間，支持我們員工的健康和福祉一直是我們的絕對優先事項。

例如在亞洲，我們與醫療保險公司合作，為香港辦事處安排了兩次以健康為主題的線上活動，而且我們的醫療保險計劃涵蓋了員工的常規疫苗接種。為了支持健康，我們還在結束封城後組織瑜伽課程，深受員工歡迎。

在歐洲，我們的比利時分公司為員工設置一名公司醫生，員工可以就任何與工作有關的身體或精神健康問題進行預約。我們還提供每年一次的流感疫苗接種，不過由於需要優先考慮長者，政府在2020年對這項計劃作出了某程度的限制。

在北美洲，我們與員工分享保險公司提供的自助信息。這包括與財務管理、減肥和心理健康有關的提示。我們開發了一個以幫助員工減壓為重點的「健康與保健」項目，吸引了大量參與者，並得到了很好的反饋。我們還投入時間加強我們的健康和安全教育資源，並邀請了一位瑜伽老師為我們的團隊提供關於如何在疫症期間照顧自己的見解。

我們與醫療保險公司攜手合作，為香港辦事處安排了兩次以健康為主題的線上活動。



為我們的員工和社區採購口罩

我們正在為員工採購口罩，以保護他們免受2019冠狀病毒疫症的傷害。迄今為止，我們已經從亞洲的供應商採購超過一百萬個口罩，並送往亞洲、歐洲、北美洲和拉丁美洲的員工。

我們還努力為商業夥伴採購口罩。例如在意大利，我們向所有的批發經銷商運送口罩，以支持他們的人員和業務。在韓國，我們為當地的一個商業夥伴提供了5萬個口罩。

此外，我們還為當地社區採購口罩。例如在美國，我們捐贈了樣品店剩餘的彈性材料，為前線人員製作了100多個口罩。在疫情初期口罩緊缺之時，Gregory還與海外供應商合作，向當地醫院和衛生所捐贈了2,000多個口罩。在意大利，我們向紅十字會捐贈了3,000歐元，讓他們為有需要人士購買口罩。

多元化與包容性

我們的2030年目標



我們將最遲於2030年，建立達致重要
職位性別平衡的理解及能力。

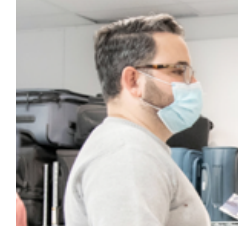
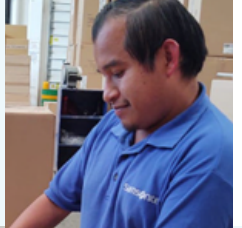
我們的黃金法則是「己所不欲，勿施於人」，這是我們實現多元化與包容性的基石。我們堅信，差異應該被接受和尊重，並希望我們所有的員工都能在工作中表現真實的自我。透過這種方式，無論是新秀麗公司整體，還是我們每一個個體，都能獲得巨大的成功。這就是我們的多元化與包容性策略願景。

實現性別平衡

雖然我們的全球員工團隊中有一半以上(54%)是女性，但這還沒有反映在我們的管理人員構成中。2020年，我們設定了一個目標，即在2030年之前實現全公司重要職位的性別平衡。去年，我們開始與外聘顧問合作，以建立一個全球策略，幫助我們實現這目標。

人力資源政策

我們的人力資源政策和程序是根據適用的法律和要求制定和實施的。每個地區（或在某些情況下，當地）管理團隊都會制定自己的人力資源政策，涵蓋的領域包括補償和解僱、招聘和晉升、工作時間、休息時間、平等機會、多元化、反歧視以及其他福利和待遇。



領導層中的女性 FLORENCE YOUNG，亞太區財務總監

我原本打算去做市場營銷，但我的一位大學講師把我拉到一邊，告訴我，他認為我會成為一名出色的會計師。我不確定。我覺得會計聽起來有點沉悶！但在他的鼓勵下，我在這些課上多花了點心思，很快就意識到會計涉及的領域比記賬豐富得多。它是關於收集所有的信息，並關注一家企業如何真正運作。倘若你了解一個公司的財務報表，你就可以清楚瞭解一家公司的狀況。這就是心態的問題：一個好的會計是一個解讀者，而不是一個數字計算者。

2005年我加入的時候，財務團隊只有我和我的上司，我們的任務是把亞洲區整合的工作從比利時轉移到香港。

2009年，Kyle Gendreau（時任集團財務總監）和亞太區前任總裁找到我，希望我擔任亞洲區財務主管。當時新秀麗正從全球金融危機的影響中逐漸恢復，而且大量的重組項目正在進行，所以我知道這將是一個

艱巨的任務。我亦知道要在工作和生活之間取得平衡是很困難的。我有一對雙胞胎女兒，而當時她們才五歲，真的很需要媽媽！我不確定自己是否能夠勝任，但管理層讓我看到，他們真的明白我以孩子們為重，倘若我需要陪伴孩子，他們會支持我。我認為有孩子的女性有時會被認為是帶著拖油瓶，會影響她們工作，但在新秀麗不是這樣的。這是一家尊重家庭重要性的公司。

在香港聘請一位區域財務總監並非難事，但他們熱衷於從內部提拔，而且信任我。他們為我安排了一位職業導師，並給我時間來適應這個角色。我覺得自己得到了極大的支持。

12年後，我仍然在這裡工作。隨著本公司於2011年在香港聯交所上市，我們也完成了一些收購，這樣一份工作非常令人興奮和多樣化，總是有新的東西需要學習。作為區域財務總監，我負責監督亞洲區所有與財務相關的事務，包括會計、審計、稅務、內部控制和業務流程改進，並與亞太區總裁建立業務合作關係。除了區域財務主管外，我在區域財務團隊中還有11名同事。

我親身體會到，新秀麗是一家機會平等的公司。員工不會因為性別而得到晉升：他們之所以能得到晉升，是因為他們有正確的態度、經驗和能力。



“在香港聘請一位區域財務總監並非難事，但他們熱衷於從內部提拔，而且信任我。他們為我安排了一位職業導師，並給我時間來適應這個角色。我覺得自己得到了極大的支持。

亞太區財務總監
Florence Young

在拉丁美洲 發展女性網絡

為了幫助培養女性領導人員，我們正在拉丁美洲為新秀丽建立一個女性網絡 - 這是我們全球業務中首個此類網絡。我們的願景是建立一個女性管理人員網絡，以晉升和培養我們工作場所的女性。

同事可以在這個網絡中互相加油打氣，並安全地分享工作場所的相關經驗以及個人挑戰。該網絡將形成一個非正式的指導和輔導網絡，女性員工可以在這裡討論諸如職業發展、如何培養積極的影響力和應對現代生活的壓力等話題。我們希望這個網絡能幫助我們改善人才流動和接班。

在新秀丽品牌經理的帶領下，我們每月召開一次團隊會議，將我們的願景變為現實。我們已經制定了我們的使命宣言和標識，目標是在2021年春季之前啟動網絡。我們的第一個行動將專注於培訓員工識別無意識的偏見。

透過我們的品牌Secret，我們還與當地的一個基金會Mujer Impacta合作，該基金會旨在透過賦權女性來推動文化和社會變革。



全尺寸包容性產品系列 幫助增加戶外活動的參與度

2020年7月，Gregory宣佈推出期待已久的全尺寸包容性背包系列，從2021年春季開始在美國店鋪銷售。直到現在，體型較大的戶外愛好者還沒有得到充分的服務，但新系列的背包透過增加肩帶長度，加寬肩帶角度，增加臀帶墊，從而提供無比的舒適性。它們的設計亦讓使用者更容易使用口袋和調整肩帶。

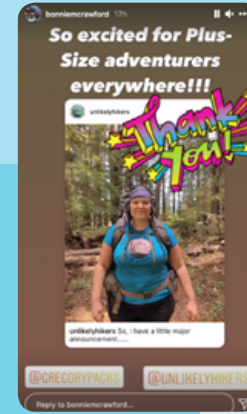
Gregory是行業內首家推出全尺寸包容性背包系列的背包公司。該系列包括超過15種產品，涵蓋了單日遠足、補水、多日背包旅行和時尚等類別，解決了尺寸上的差距，並提供目前市場上沒有的背包解決方案。

Gregory設計團隊與Jenny Bruso和她的組織Unlikely Hikers攜手合作，傾聽並了解大碼遠足者的合身性和舒適需求。Bruso說，「不同體型和身形的人不得不『湊合著用』不適合自己的裝備，這種情況已經持續太久了。考慮到我的獨特需求而製作的背包讓我明白，我被視為一個冒險家，支持我踏上征途。」



新推出的全尺寸包容性產品是Gregory「Gateways」計劃的最新支柱，該計劃是一個長期的品牌倡議，旨在透過非牟利合作和策略性產品工程來推動包容性，以確保每個人都有機會體驗壯麗的大自然。

Gregory設計團隊與Jenny Bruso和她的組織Unlikely Hikers攜手合作，傾聽並了解大碼遠足者的舒適需求。



僱傭及勞工常規

我們的僱傭及勞工常規管理著全球的公司、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、提供重要發展機會、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。

2020年，本公司不曾獲悉在其僱用員工的國家有任何嚴重違反與補償及解僱、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。

2020年，本公司不曾獲悉任何嚴重違反相關僱傭及勞工常規法例的事宜。

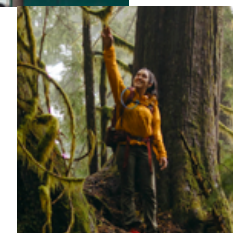
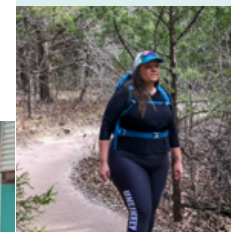
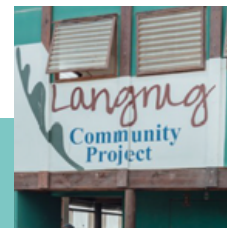
報告事項



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，透過電子方式、《行為守則》、海報及營業地點的員工手冊向員工公佈。僱員有任何工作相關事宜想舉報時可匿名（如需要）使用該熱線。使用該熱線的員工受到保護以免被秋後算賬。我們會調查相關舉報並於需要時採取適當補救措施。



慈善活動



我們的方針

TUMI人力資源高級總監 Christy Caracciolo致辭



作為一間擁有眾多備受人們愛戴的知名品牌的全球公司，我們擁有得天獨厚的條件，提高公眾對重大公益事業的關注及回饋社會。新秀麗集團旗下的各公司和品牌選擇以不同的方式支持當地社區，並共同支持許多非牟利組織。我們透過特定產品的公益營銷或借助我們店舖的特別活動籌款，以用於這些組織繼續開展重要工作及惠及更多人。

雖然新秀麗的不同品牌可能採取不同的方法行事，但我們在重點關注問題上保持一致，我們的慈善活動策略有三個目標。第一個目標是透過植樹或垃圾收集等活動保護地球美麗家園。第二個目標是透過支持尋求紓解身心痛苦的慈善事業，提升福祉。

第三個目標是賦能弱勢社區。在TUMI，我們支持Waves for Water。這是一間非牟利機構，使用水過濾系統、自流井和雨水收集系統向需要幫助的人們提供潔淨用水（見第53頁）。我們還為All Hands and Hearts籌款，這是一個幫助受災社區重建學校的慈善機構，自2016年以來，我們已籌集超過170萬美元。

“我們的慈善工作對我們的員工非常重要，並且對我們所支持的慈善事業充滿熱忱。”

— TUMI人力資源高級總監
Christy Caracciolo

我們的慈善工作對我們的員工非常重要，並且對我們所支持的慈善事業充滿熱忱。每年，TUMI北美州公司會在店舖舉辦活動為聖裘德兒童研究醫院®募捐。我們的零售團隊會了解個別兒童的故事，並不時決定舉行特別活動募捐，如為即將結束治療出院的孩子舉辦「不再化療」聚會。籌款最高的五位人士屆時可參加我們在醫院舉行的「TUMI帶你回家」(TUMI Takes You Home)年度活動，與接受我們捐助的兒童見面並向他們贈送一個獨家箱包。這是一項十分特別、振奮人心的合作。

2020年對於每個人而言都是艱難的一年，雖然當地的封城措施導致募捐活動不如正常年份盛大，但我們繼續物色其他方法支持我們的慈善合作夥伴。

我非常感謝能成為一家支持各項重要公益事業的公司一份子，對我們一起為回饋社區所作出的努力亦滿懷自豪。

保護地球美麗家園

我們的業務依賴使用地球的自然資源，因此盡力保護環境非常重要。我們謹慎採購原材料，與世界各地的不同非政府機構合作設法對我們的碳足跡作出補償，及參與植樹造林項目。

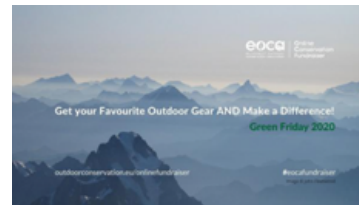
植樹造林項目能提升當地社區的生活質量，為野生動植物提供寶貴的棲息地，因此是我們策略中最重要的部分之一。自2017年起，我們估計已在世界各地種植約760,000棵樹，這些樹木在生長過程中能夠吸收大氣中數以千噸計的碳。

在拉丁美洲，我們自2018年起與Fundación Reforestemos合作。除植樹外，他們為我們舉辦面向員工的教育日並為企業志願者活動提供支援。這包括安排智利公司的三支員工團隊到巴塔哥尼亞的Cerro Castillo國家公園種植本地樹種。儘管2020年的旅程因疫情而延遲，但Fundación Reforestemos在2020年內繼續支持我們營造尊重環境的企業文化。

讓黑色星期五變綠！



Gregory是歐洲戶外環境保護協會的成員，該機構為保護野生地區籌集款項。2020年11月，我們決定讓我們的黑色星期五活動變為綠色，將該星期於歐洲所有銷售額的20%捐贈予該協會。



在印度納西可地區種植500,000棵樹



2020年，我們在位於印度納西可地區的工廠周圍土地上再種植25,000棵樹。部分樹種植在新秀麗擁有的土地上，另一部分則種植在週邊社區。自2011年起，我們已在當地種植超過50萬棵樹。我們採購樹苗及在廠區自設的苗圃中播種育苗。待樹苗長到至少兩英尺高後，我們會將樹苗種植在我們自有的土地上或將樹苗分發給我們的員工、當地村民及我們的供應商合作夥伴，由他們在當地種植。這些樹在生長過程中可吸收碳，到2030年，我們估計這些樹的最高固碳量將超過9,000公噸。

SPECK：清理加利福尼亞州的海岸

每年9月的海灘清潔日，來自Speck團隊的志願者與數千名志願者一同收集加利福尼亞州海灘和大自然的垃圾。這項活動為配合美國海洋保育協會組織的國際海灘清潔日而舉辦。2020年，為鼓勵更多人參與該活動，凡是參加活動的員工均可參加抽獎。



提升福祉

我們支持一系列致力於預防和治療身心健康問題的非牟利組織。我們的參與包括在零售店和網上進行籌款及與特定組織的更深度合作關係。

例如，TUMI自2010年開始與聖裘德兒童研究醫院®合作，致力於幫助身患癌症及其他重大疾病的兒童。至今，我們透過一系列活動、項目及贊助為醫院籌集超過600萬美元，包括為患者家屬提供定制行李箱、透過聖裘德感恩募捐®活動(St. Jude Thanks and Giving®)在我們的零售店及網上籌款，以及全數捐出銷售定制行李掛牌、個性化貼牌及化妝包所得款項。

除公司層面的活動外，我們的個別員工亦慷慨捐輸。兩個最好的例子是歐洲人力資源總監Viviane Nuyttens和比荷盧區總經理Christoph Bonte，他們在2019冠狀病毒疫苗接種地點擔任志願者，幫助提升當地社區的福祉。

幫助人們 度過危機

自2017年以來，Speck一直幫助提高Crisis Text Line的知名度。Crisis Text Line提供免費全天候服務，處於困境的人可透過短信聯絡受過專業訓練的輔導員。

由於Speck生產智能手機外殼及保護套，因此我們知道當發生危機時，手機可起救命作用。我們的目標是在美國的每個公共衛生間內都貼上附有Crisis Text Line聯絡詳情的貼紙。2020年，我們在每個Speck網站訂單中加入一張貼紙，另外向個人、學校、青年組織、醫生、社工、執法人員等送出逾250,000張貼紙。我們在公共衛生間放置貼紙，鼓勵人們「拿上一張。黏貼一張。幫助他人」。

我們還尋求透過在我們的網站主頁、包裝和社交媒體文章中放置Crisis Text Line的標誌和網址以提升其知名度。2020年，我們的網站獲得500萬人訪問，我們生產了1,200萬件包裝。

我們鼓勵Speck的員工註冊為Crisis Text Line的危機輔導員，並知悉至少已有6個人選擇進行註冊。因為2019冠狀病毒疫症，心理健康支援需求大量增加，2021年，我們計劃與Crisis Text Line和心理健康短信支援服務機構Shout合作，在英國推出The Sticker項目。

資助蘇珊科曼 乳癌基金會

新秀麗北美洲公司為蘇珊科曼乳癌基金會提供資助，這是世界上為對抗乳癌提供資金最大非牟利組織。我們每年捐贈50,000美元，以支持基金會致力於透過研究、社區健康、全球宣傳和公共政策對抗該疾病的工作。

我們推出蘇珊科曼乳癌基金會粉色行李箱系列，其襯裡印有基金會的標誌，並於每年10月在北美洲店舖中開展「粉色」活動，以紀念乳癌防治月。我們的零售團隊會進行裝扮，並透過我們的櫥窗標牌、商品陳列和營銷活動幫助提升公眾對基金會重要工作的關注。



提升對乳癌的關注

每年10月，我們在北美洲店舖中開展「粉色日」以紀念乳癌防治月。



向醫療工作者捐贈產品

2019冠狀病毒疫症給全球醫療服務業帶來壓力，前線人員長時間工作，冒著對自己健康的風險照護病人和垂死之人，展現出令人讚歎的奉獻精神。

我們想為這些醫護人員提供支援。

我們了解到許多醫生和護士需要離家居住，以保障其家人的安全，而在工作時因過於忙碌而無法返回更衣室取用必需品，因此需要隨時隨身攜帶物品。為此，我們安排向美國和加拿大的醫院捐贈1,500多個隨身物品袋和腰包或收納袋。

在俄羅斯，隨著第一波疫情緩和，我們向莫斯科一家大型醫院捐贈300個背包，以鼓勵醫療專業人員出行，走近大自然。

新秀麗北美洲團隊向當地警局捐贈200個Go Clear系列背包。這些背包被用於放置衛生套裝，以發放給前線工作者、退伍軍人和無家可歸人士。

200

個SAMSONITE TOTE-A-TON
旅行袋捐贈予加拿大的醫院

150

個TUMI BASEL
TRIANGLE 收納袋
捐贈予巴黎的醫院工人

400

個TUMI腰包、單肩
袋，斜揹袋及收納袋
捐贈予紐約市的醫院

300

個AMERICAN
TOURISTER 背包
捐贈予莫斯科
的醫院

200

個ECO-NU手提行李箱捐贈予波斯頓
留院照顧疫症患者的醫院工人

300

個GO CLEAR 背包
100個捐贈予布魯克林的前線
工人

及 200個捐贈予馬薩諸塞州漢普頓
警察局，以製作前線工人護理包

400

個ECO-NU 行李箱
捐贈予UMASS 醫療中心的
「關注護理員」計劃



賦能弱勢社區

我們位於全球各地的團隊為各種慈善公益籌款及捐款，並擔任志願者。從公司層面而言，我們與多個非牟利機構建立關係，向有需要的弱勢群體送出我們的產品：

幫助無家可歸者

High Sierra與CITYPAK項目合作，一起為無家可歸人士提供專為符合其需求而設計的安全、方便及通用背包。2020年，我們向北美洲152個城市的民眾捐贈額外11,300個箱包，自2012年起共捐贈約80,000個箱包。



支援患病兒童的家庭

新秀丽香港團隊向不同團體捐贈超過2,000個背包，以支援低收入家庭或受癌症影響的兒童。



安慰強暴倖存者

2020年，我們的南非團隊向The Jes Foord Foundation捐贈30個新秀丽Karissa手提包，用於向強暴倖存者送出慰問包。



幫助弱勢群體鍛煉身體

在美國，我們捐贈各款Gregory背包，支持幫助弱勢群體的各種團體，包括致力於幫助殘疾人士開展戶外活動及鍛煉身體的Wasatch Adaptive Sports。



TUMI歐洲公司：支持WAVES FOR WATER

自2016年起，TUMI一直支持Waves for Water，這是一家為有需要人士提供潔淨用水的非牟利機構。我們在每年3月舉辦世界水資源日募捐活動，並向該慈善機構捐贈我們的一部分收入。

2019年，為幫助提高該慈善機構工作的知名度，TUMI歐洲公司透過謹慎選擇並安排數名社交媒體紅人到訪南非，讓他們幫助在一個三分之一居民無法獲得潔淨用水的社區安裝100個濾水器。年末，我們繼續在尼泊爾開展該活動，亦安裝100個過濾器，為生活在水資源短缺山區的社區提供協助。

2020年12月，我們與11位世界知名街頭藝術家合作，以宣傳該慈善機構的工作及鼓勵捐贈。藝術家們在美國塗鴉先鋒JonOne的帶領下，將品牌標誌性的19 Degree Aluminum輪廓設計為獨特的藝術作品。他們共創作了26個收藏品，在一項特別活動上供來賓競拍。所籌集的款項使該慈善機構得以向菲律賓遭到強颱風肆虐的社區提供116個過濾器。

至今，TUMI已在全球籌集超過180萬美元，使Waves for Water能夠設置16,500個過濾系統、417個雨水收集系統及12口井，改善了全球超過500,000人的生活。



TUMI與美國塗鴉先鋒JONONE及11位世界知名街頭藝術家合作，以宣傳該慈善機構的工作及鼓勵捐贈。



2020年，TUMI成為日益擴大的1% FOR THE PLANET FAMILY全球運動的成員。目前，我們將來自歐洲RECYCLED CAPSULE系列收入的1%捐贈予WAVES FOR WATER。

附錄

關於本報告

本報告涵蓋本公司於截至2020年12月31日止財政年度的活動及成果。本報告將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及營運的辦事處、零售店及分銷／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自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。

環境數據測量、方法及範圍

本公司採用營運控制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；全球排放中心網絡；辦事處及零售店（「報告地區」）。本公司採用世界資源研究所GHG協議的原則及指引，計算及報告直接及間接GHG排放。

釐定二氧化碳（「CO₂」）排放及CO₂e 乃根據測量或估計的能源及燃料使用量乘以相關GHG排放係數，並計及全球暖化潛勢。本公司採用最新的排放與發電整合數據庫轉換因素（如有），或採用國際能源署（International Energy Agency，「IEA」）出版刊物：《燃料燃燒產生的CO₂排放（2019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。

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。

環境主要績效指標

主要績效指標	報告範圍	2020年
層面A1：排放物		
A1.1		
燃料消耗的廢氣排放量 (NO _x 及SO _x)。	所有報告地區(所有自有／直接控制的生產、分銷、辦事處及零售設施)	3,025 千克 2,996 千克NO _x (1,073 千克來自柴油，1,598 千克來自天然氣，56 千克來自丙烷，268 千克來自汽油) 29 千克SO _x (9 千克來自柴油，10 千克來自天然氣，0.4 千克來自丙烷，9 千克來自汽油)
<p>方法及假設：我們使用相關國家適用車輛的平均燃料經濟性計算車輛燃料消耗的廢氣排放量。我們應用平均燃料經濟性計算燃料消耗量，其後應用相關的NO_x及SO_x排放因子計算車輛燃料的廢氣排放總量。相關的NO_x及SO_x排放因子直接應用於加熱及發動機燃料消耗，以計算加熱及發動機燃料的廢氣排放總量。</p>		

主要績效指標	報告範圍	2020年
A1.2		
GHG排放總量(公噸)及密度(倘適用)(如以每產量單位、每項設施計算)。	報告地區(所有自有／直接控制的生產、分銷、辦事處及零售設施)的排放總量及建築面積	17,352 公噸(密度：0.0024 公噸／平方英尺) 範圍1：2,755 公噸 範圍2(基於市場)：14,598 公噸 範圍2(基於地點)：14,195 公噸
<p>方法及假設：GHG排放的計算方式與世界資源研究所的GHG協議一致。對於車輛燃料與發動機燃料，我們採用國際能源署(IEA)發佈的《燃料燃燒產生的CO₂排放(2019年版本)》中的相關國家排放因素。對於天然氣與製冷劑，我們採用世界資源研究所提供的數據。對於美國及加拿大設施基於地點的排放量，我們採用美國國家環保局的投資組合管理人排放計算器。該計算器基於世界資源研究所的GHG協議運行，允許我們計算與各設施電力供應的特定燃料組合相關的排放量。對於其他所有國家，我們採用國際能源署(IEA)發佈的《燃料燃燒產生的CO₂排放(2019年版本)》中的相關國家級基於地點的排放因素。對於基於市場的排放量，我們採用來自Green-e及發行機構協會(如可得)的國家級基於市場的排放因素。</p>		



主要績效指標	報告範圍	2020年
A1.3		
所產生有害廢棄物總量(公噸)及密度(倘適用)(如以每產量單位、每項設施計算)。	於奧德納爾德市(比利時)、塞克薩德市(匈牙利)、納西克市(印度)及庫奧蒂特蘭伊斯卡伊市(墨西哥)自有及經營的生產設施產生的有害廢棄物總量及建築面積	15.7公噸 密度：0.01 千克／平方英尺
A1.4		
所產生無害廢棄物總量(公噸)及密度(倘適用)(如以每產量單位、每項設施計算)。	於奧德納爾德市(比利時)、塞克薩德市(匈牙利)、納西克市(印度)及庫奧蒂特蘭伊斯卡伊市(墨西哥)自有及經營的生產設施產生的無害廢棄物總量及建築面積	476公噸 密度：0.32 千克／平方英尺
A1.5		
描述減低排放量的措施及所得成果。	所有報告地區(所有自有／直接控制的生產、分銷、辦事處及零售設施)	有關進一步資料，請參閱報告

主要績效指標	報告範圍	2020年
A1.6		
描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	於奧德納爾德市(比利時)、塞克薩德市(匈牙利)、納西克市(印度)及庫奧蒂特蘭伊斯卡伊市(墨西哥)自有及經營的生產設施	有關進一步資料，請參閱報告
層面A2：資源使用		
A2.1		
按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	報告地區(全部自有／直接控制的生產、分銷、辦事處及零售設施)的能源總耗量及建築面積	37,435,518 千瓦時來自電力(密度：5.1 千瓦時／平方英尺) 10,534,987 千瓦時來自天然氣(密度：1.4 千瓦時／平方英尺) 8,682,050 千英熱來自汽車燃料(密度：1.2 千英熱／平方英尺) 441,681 千英熱來自發電機燃料(密度：0.06 千英熱／平方英尺) 19 千克來自製冷劑(密度：0.000003 千克／平方英尺)

方法及假設：能源耗量按公共事業發票所得數據計算。所有生產設施、大部分分銷中心、若干辦事處及零售店統計有效樣本均可查詢能源數據。我們通過分析類似設施的實際數據、對比該等數據與參考數據，然後根據建築面積開發各類設施的具體估計方法來估計能源耗量(倘需要)。



主要績效指標	報告範圍	2020年
A2.2		
總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	於奧德納爾德市（比利時）、塞克薩德市（匈牙利）、納西克市（印度）及庫奧蒂特蘭伊斯卡伊市（墨西哥）自有及經營的生產設施的總耗水量及建築面積	27,098 立方米 密度：0.018 立方米／平方英尺
A2.3		
描述能源使用效益計劃及所得成果。	所有報告地區（所有自有／直接控制的生產、分銷、辦事處及零售設施）	有關進一步資料，請參閱報告
A2.4		
描述求取適用水源可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	於奧德納爾德市（比利時）、塞克薩德市（匈牙利）、納西克市（印度）及庫奧蒂特蘭伊斯卡伊市（墨西哥）自有及經營的生產設施	有關進一步資料，請參閱報告

主要績效指標	報告範圍	2020年
A2.5		
製成品所用包裝材料的總量（以公噸計算）。	於奧德納爾德市（比利時）、塞克薩德市（匈牙利）、納西克市（印度）及庫奧蒂特蘭伊斯卡伊市（墨西哥）自有及經營的生產設施	1,978 公噸 0.2 公噸聚苯乙烯 117 公噸塑料 1,855 公噸紙板 5.6 公噸膠帶
層面A3：環境及天然資源		
A3.1		
描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	所有報告地區（所有自有／直接控制的生產、分銷、辦事處及零售設施）	有關進一步資料，請參閱報告
層面A4：氣候變化		
A4.1		
描述已經及可能造成影響的重大氣候相關問題、發佈機構以及已採取管理有關影響的行動。	所有報告地區（所有自有／直接控制的生產、分銷、辦事處及零售設施）	有關進一步資料，請參閱報告

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。

© 新秀丽國際有限公司 2021年

版權所有

未得新秀丽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 新秀丽國際有限公司

設計 BRODIE Consulting

製作 Toppan Merrill

Samsonite

<https://corporate.samsonite.com/zh/sustainability.html>

聯絡我們：sustainability@samsonite.com

