



全球
责任报告

—
2015

目录

衡量我们的进展

01

我们的表现与目标的对比

侧记

02

2015 年目标图

05

来自 MOSS ADAMS 的信函

09

关于本报告

10

2015 年全球责任报告： 目标和进度摘要

2015 年全球责任报告标志着星巴克结束了旧的篇章，同时也意味着新的开始。

2008 年，星巴克的处境异常艰难。金融危机引发了全球经济衰退，星巴克的销售额自公司成立以来出现首次下滑。因此，公司不得不作出关闭门店和裁员等艰难决定。时事评论员也纷纷质疑，星巴克的辉煌时代是否一去不复返了。

然而，面对如此严峻的考验，星巴克依然坚持履行我们的责任。我们制定了一系列远大的目标，在以下几个方面做出了承诺：截至 2015 年，我们将改进咖啡以及整个供应链中的道德采购；服务我们的社区，支持青年人，以及降低我们的门店运营对环境的影响。

回顾过去，我们可以看到自从踏出第一步以来，我们在过去的七年中在全球范围内产生了诸多积极影响。我们对各类贷款的投资额从 2008 年的 1250 万美元增长到现在的 2130 万美元，几乎翻了一倍。我们扩展了道德采购项目，推动咖啡豆成为全球首个经过道德采购的期货。2008 年，接近四分之三的星巴克咖啡豆已被第三方认证或核实为道德采购，另外星巴克还建立了首个种植者支持中心。

2015 年，我们有 99% 的咖啡豆达到道德采购标准，通过在拉丁美洲、亚洲和非洲建立的七个新的种植者支持中心，我们对咖啡种植者的支持扩展到世界各地。我们还建立了我们首个全球农艺中心，以开发可持续发展的种植方式，并推广到世界各地的种植者社区。

在环保领域，我们在新的门店施工及翻新项目中实施了严格的标准化绿色建筑标准。2008 年，我们有一家 LEED® 认证门店，时至今日，我们所拥有的此类门店数量已增长到 800 多家，包括位于西雅图的经过 LEED® Platinum 认证的 Starbucks® Reserve Roastery and Tasting Room（星巴克® 臻选咖啡烘焙工坊及品鉴馆）。我们将可再生能源的采购比例从 2008 年的 20% 提高到 2015 年的 100%，实现并超越了节水目标，水资源消耗量与 2008 年相比降低了超过 26%——从每平方英尺零售空间 24 加仑的用水量降为低于 18 加仑。虽然某些环保目标的实现难度超过预期，但我们已经从这些挑战中积累了丰富的经验，并且正努力寻求创新的环保解决方案。

另外，我们也在投资社区和青年方面积累了宝贵的经验，以创造有意义的变化。通过创办年度全球服务月活动（仅 2015 年 4 月，由伙伴发起的项目就多达 1163 个），我们将伙伴的社区服务扩大到全球范围。而且，在过去七年中，伙伴和顾客提供了超过 300 万小时的社区服务。从 2010 年至

2012 年，我们不断实现着自己的目标：鼓励 50000 多名青年在其社区中以创新的方式开展社区服务。我们随之也开始关注那些缺乏工作及职业技能培训机会的青年群体，为他们创造就业途径。

我们还发现了新的机会。当我们看到 9/11 事件后军人及其家属需要就业机会时，我们发起了全新的退伍军人招募计划。当我们看到我们的伙伴（员工）在攻读大学学位方面面临学费挑战时，我们同亚利桑那州立大学联合发起了星巴克大学成就计划，为符合条件的伙伴提供全额学费补助。当我们看到年轻人因缺乏必要的教育或技能而导致失业时，我们发起了十万个就业机会倡议，组织企业联盟为成千上万需要机会的青年提供有意义的工作。

我们知道我们还可以做得更多。今年晚些时候，我们将会分享全新的 2020 年目标，这组远大目标将会高于我们以往所设立的所有目标。我们将会与伙伴、退伍军人及需要机会的青年共同努力。我们将继续投资于种植者及其社区，并推广绿色零售建筑与运营的全球标准。





道德采购领导者

来自刚果东部的咖啡豆——“一杯希望”

星巴克从刚果民主共和国东部地区采购咖啡豆，从而帮助超过 4500 名小农场主及其家庭改善了生活。得益于这项相对稳当的投资，农民的收入比之前翻了三番，从而有能力让自己的子女接受教育并获得医疗保健服务。通过与重要的非政府组织合作，尤其是EasternCongoInitiative(ECI)、USAID和Catholic Relief Services (CRS)，刚果的咖啡业正在重塑并发展新的市场。“咖啡意味着希望”，ECI 县负责人 Dario Merlo 说道。[此处可了解更多详细内容。](#)

A photograph of five Starbucks employees standing in front of a store at night. From left to right: a woman in a light blue shirt, a woman in a black shirt and green apron, a woman in a blue sweater, a woman in a black shirt and green apron, and a woman in a red sweater. The background shows the store's interior with warm lighting and a mural on the left wall.

促进可持续发展

咖啡渣的再利用

在过去五年中，星巴克日本将大量废弃咖啡渣变为奶牛的饲料和植物堆肥。这个闭环系统为餐厨垃圾赋予了新的生命。“在经过大量研究并克服了诸多困难之后，我们非常自豪终于成功地将咖啡渣回收利用为奶牛的饲料和植物肥料，而这些将最终回到我们的门店，成为牛奶或三明治里的蔬菜”。

星巴克供应链经理 Yoshihito Nakagawa 如此介绍。[此处可了解更多详细内容。](#)



加强社区连接

英国学徒培训计划

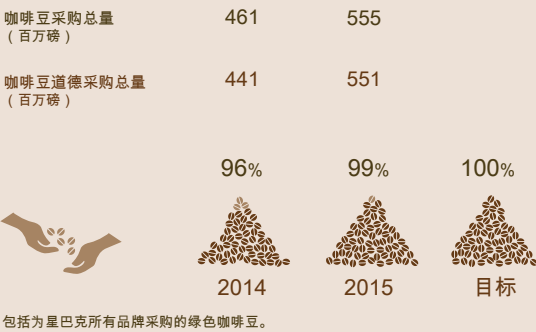
将近一半的星巴克伙伴年龄低于24岁，这个年龄群的人面临着就业方面的最大挑战。星巴克学徒培训计划于2012年春天在英国发起，旨在为青年提供机会，让他们可以学习零售管理职业的相关知识以及掌握进一步实现个人目标所需要的通用技能。星巴克在2015年迎来了参与本计划的第1000个学徒。“良好的就业前景、获取经验、在获得资格的同时可以拿到同其他星级咖啡师一样的薪水，所有这些对我来说真的非常有吸引力”，一名在 Westfield 的星巴克学徒 Koey Huckerby 说道。

[此处可了解更多详细内容。](#)

目标 进展

确保 2015 年前 100%的咖啡豆通过道德采购

2015 年，99% 的咖啡豆通过咖啡和种植者公平条例 (C.A.F.E.)、公平贸易或其他外部审核体系实现道德采购。



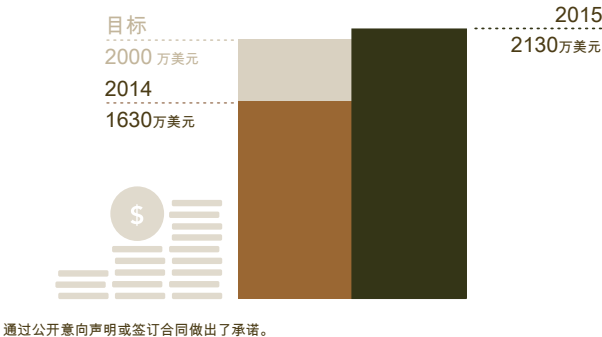
要点

我们每年采购的咖啡豆越来越多，同时农艺学培训可帮助农民在咖啡豆种植方面达到星巴克的质量以及可持续发展标准。我们对最后 1% 的不懈追求意味着我们在致力于持续改进采购实践的同时也在为农民带来更多机会。

目标 进展

投资于咖啡农及其社区，2015 年前将面向咖啡农的贷款增加到 2000 万美元

我们超过此目标 130 万美元，并且自 2015 年起投资增加了 500 万美元，对此我们感到非常自豪。



要点

我们向种植者提供贷款的一个例子就是更换咖啡树。咖啡树不会一直结果实，因此，需要更换老树以确保每年都获得良好的收成。为支持此项投资，种植者需要获得他们承担得起的信用贷款，从而确保可以逐步打造更强的咖啡供应链。

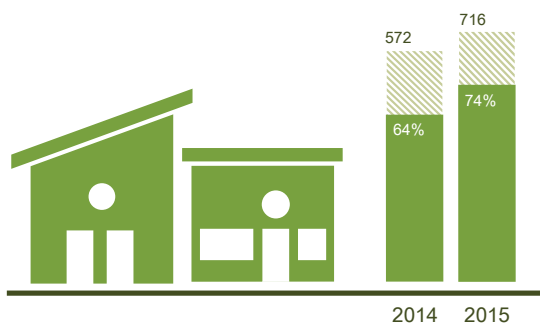
2015 年目标图表环境

目标

进展

建设符合 LEED® 认证标准的全新自营门店

我们在 19 个国家的 700 多个门店已经通过了 LEED® 认证——这个数量超过其他任何零售商。



总门店数对比每年按照 LEED® 认证标准新建的自营门店数的百分比。

要点

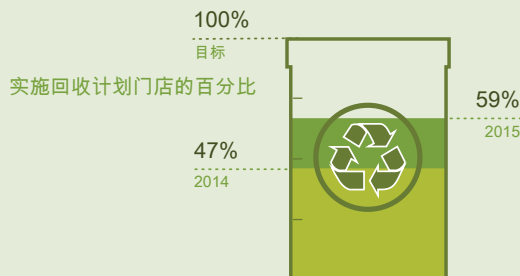
我们了解到，源于美国的 LEED® 认证正逐渐得到全球其他市场的认可，但在其他一些区域，该认证条件有时会与当地绿色建筑标准冲突。我们正在推广一套更宽泛、更具有地区适应性的全球绿色建筑标准。作为全球首批采用此建筑标准的零售商之一，我们正在不断学习如何在整个建筑与认证过程中管理该项目的复杂性。

目标

进展

2015 年前在自营门店实施门店回收计划

2015 年，美国和加拿大有 1219 家门店加入该计划，至此这些市场已有 59% 的自营门店参与。



美国和加拿大自营门店。

要点

星巴克通常会租赁现有建筑中的门店，这意味着回收设施往往取决于业主、搬运方和/或市政机构。我们投资开发了高度灵活的资源回收计划，其中包括可适应于各种设施与空间局限的设备、安装方式和流程。我们大力推广各种废物流的资源回收活动，希望得到业主、承运方和市政机构的认可。2015 年，我们致力于研究全新的战略以解决这些问题，并让伙伴更加积极地参与到日常管理工作中。未来，我们将继续寻找可以改进以及与各方协作的方式，从而扩展我们资源回收计划的实施范围。

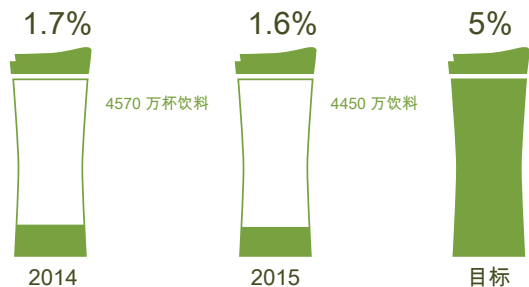
目标

进展

截止 2015 年，5% 的门店制作饮料提供了携带个人随行杯的顾客

虽然我们鼓励顾客自带随行杯，但是 2015 年的使用量略微下降。

通过个人随行杯提供饮料的百分比



美国、加拿大、英国、法国、德国、荷兰的自营门店。由于顾客随行杯折扣数据重复并进行了纠正，2014 财年报表进行了重新编制。

要点

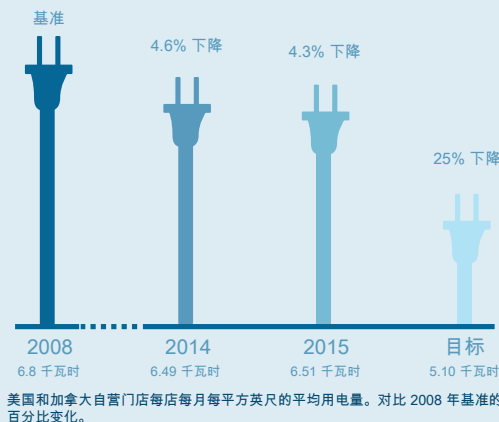
通过各种推广活动（如白色饮杯大赛和在我们的 2 美元可重复利用饮料杯上采用由伙伴设计的作品），使用可重复利用饮料杯的客户数量有了小幅上升，但效果趋于短期。我们会继续通过提供饮料折扣，鼓励顾客使用自带随行杯，但我们相信此类行为变化最终还是取决于顾客本身。

目标

进展

2015 年前自营门店
能耗降低 25%

虽然业务规模和组合发生了巨大变化，但是到 2015 年底，我们的能源消耗量比 2008 年的基准还要低。



要点

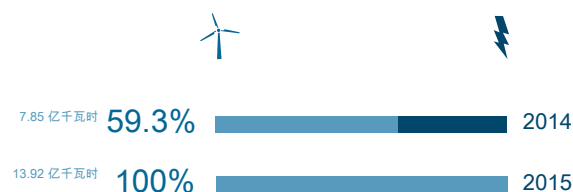
我们知道，这个旨在推动门店和设备设计创新的目标非常具有挑战性。我们每天在每个门店中会服务更多的顾客，而食品也占据了我们的业务中的更大份额，同时对供暖和制冷能源的需求也不断增加。未来，随着食品和饮料业务的不断扩展，我们将继续大力提高能效。

目标

进展

2015 年前采购相当于
全球自营门店 100%
用电量的可再生能源

我们采购了 13.92 亿千瓦时的可再生能源，实现了采购的可再生能源相当于全球自营门店 100% 能耗的目标。



采购 13.25 亿千瓦时美国/加拿大可再生能源/风能和欧洲、中东和非洲市场的 6680 万千瓦时可再生能源

要点

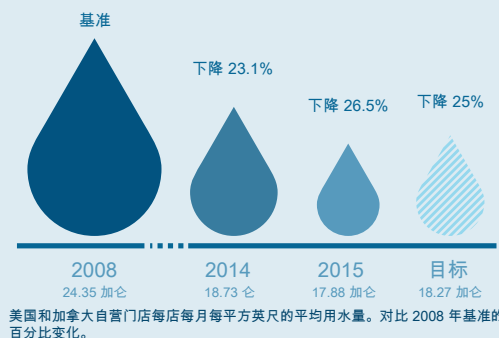
在可再生能源组合的多样化方面，我们已经扩展到北美以外的市场，将一些欧洲市场纳入其内。未来，我们针对亚洲市场门店制定专门的策略。

目标

进展

2015 年前自营门店
耗水量降低 25%

我们实现了 2015 年目标，自 2008 年起用水量下降 26.5%。



要点

通过翻新水管和供水系统以及改善新门店的设计，我们成功达到并超越了减少 25% 用水的目标。未来，我们将继续寻求各种解决方案，从而进一步降低宝贵水资源的使用量。

目标

进展

动员我们的伙伴
(员工)和顾客在
2015 年之前每年贡
献 100 万小时的
社区服务

我们的伙伴和顾客提供了
332885 小时的社区服务。

523974 小时

332885 小时

100 万小时

2014

2015

目标

包括所有全球市场，无论所有权归属。

要点

尽管我们在 2015 年取得了多达 332885 小时志愿服务的成就，我们相信我们的伙伴和顾客实际提供的志愿服务小时数远超这个总数。虽然我们已树立了提供志愿服务的氛围，由每年四月的全球服务月活动扩展至全年开展社区服务，但我们尚未培养起在我们的社区服务网站上记录志愿服务小时数的习惯。我们还注意到，每一人次的伙伴志愿服务往往伴随着一人次的顾客志愿服务。这种程度的顾客参与度在行业中是不多见的。

2015 年目标图表目标摘要

目标	单位	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	目标	实现	备注
确保 2015 年前 100% 的咖啡豆通过道德采购	%	77	81	84	86	93	95	96	99	100%	√	2008 年 - 2011 年的结果仅包括咖啡和种植者公平条例 (C.A.F.E.)。
投资于咖啡农及其社区，2015 年前将面向咖啡农的贷款增加到 2000 万美元	百万美元	12.5	14.5	14.6	14.7	15.9	11.9	16.3	21.3	2000 万美元	√	通过公开意向声明或签订合同做出了承诺。
动员我们的伙伴 (员工) 和顾客在 2015 年之前每年贡献 100 万小时的社区服务	小时	245974	186011	191224	442353	613214	630912	523974	332885	100 万		2008 年美国 and 加拿大的结果包括青年行动资助服务时数；2009 年-2014 年包括所有全球市场，无论所有权归属。
2015 年前，共计 50000 名青年参与社区创新并采取行动	人	不适用	20868	53673	50050	54848	不适用	不适用	不适用	50000	√	2010 年 - 2012 年实现目标；目前，监测新的青年领导力衡量指标。
2015 年前在自营门店实施门店回收计划	%	不适用	不适用	5	18	24	39%	47%	59%	100%		2010 年 - 2015 年美国 and 加拿大自营门店。
	门店			382	1390	1843	3087	3849	5068			
截止 2015 年，5% 的门店制作饮料提供了携带个人随行杯的顾客	%	1.1%	1.4%	1.5%	1.5%	1.5%	1.8%	1.7%	1.6%	5%		2008 年 - 2011 年结果采用饮料总量对比总交易量进行重述。
	#	22090511	26257492	32650747	34199507	35754382	46970869	45744643	44543016			美国、加拿大、英国、法国、德国和荷兰的自营门店。
2015 年前自营门店能源消耗量降低 25%	%	0	1.7%	3.3%	7.5%	6.5%	7.1%	4.6%	4.3%	25%		对比 2008 年基准的百分比变化。美国和加拿大自营门店每店每月每平方英尺的平均能耗。
	千瓦时	6.80	6.69	6.58	6.29	6.36	6.32	6.49	6.51	5.10		美国和加拿大自营门店每店每月每平方英尺的平均耗电量。
2015 年前采购相当于全球自营门店100%用电量的可再生能源	%	20	25	58	50	51	55	59	100	100%	√	2008 年 - 2010 年的目标和结果基于美国和加拿大 50% 的自营门店。
	百万千瓦时	211.3	259.5	580	558	586	650	785	1392			
2015 年前自营门店耗水量降低 25%	%	0	-8.3%	-21.7%	-17.6%	-17.5%	-21.1%	-23.1%	-26.5%	25%	√	对比 2008 年基准的百分比变化。美国和加拿大自营门店每店每月每平方英尺的平均耗水量。由于舍入方法上的差异，2009 年 - 2012 年的结果降低 0.1-0.2%。
	加仑	24.35	22.36	19.09	20.11	20.08	19.22	18.73	17.88	18.27		
全新的自营门店符合 LEED 认证标准	%	不适用	不适用	不适用	75%	69%	65%	64%	74%	100%		按照 LEED® 认证标准新建的自营门店百分比。

2015 年星巴克全球责任报告

08

来自 MOSS ADAMS 的信函

致星巴克咖啡公司的股东：

我们已审查了星巴克咖啡公司在 2015 年 9 月 27 日结束的财年中的《全球责任年度报告》（下文简称“报告”）中的以下数据（下文简称“数据”）。相关数据由星巴克咖啡公司管理层负责。我们的责任是基于我们的审查结果，对以下所列数据发表意见：

- 道德采购的咖啡采购量及其在咖啡采购总量中的占比（包含在本报告第 5 页和第 8 页的道德采购目标图表中）；
- 承诺用于向种植者发放贷款以及投资种植者社区的投资总额（包含在本报告第 5 页和第 8 页的道德采购目标图表中）。

评估数据所用的标准包含在上述报告中各个目标图表中。

我们的审查按照美国注册公共会计师协会确立的认证标准进行，并相应地在抽查的基础上，审查支持数据的证据，执行我们认为在此类情况下有必要的其他程序。这些程序的详尽介绍参见以下段落。我们相信，我们的审查结果为我们的意见提供了合理的基础。我们在其他活动中的证据收集程序包括如下方面：

- 对内部报告系统的有效性进行测试，该系统用于收集和汇编报告中所含数据的相关信息；
- 以样本为基础执行特定程序，以对在瑞士洛桑的 Starbucks Coffee Trading Company 采购运营以及在位于华盛顿州西雅图市的公司总部的数据进行验证；

- 与负责数据收集和报告的伙伴（员工）面谈；
- 审阅相关文件，包括企业政策、管理和报告架构；
- 以样本为基础，对用于收集、分析和汇编本报告中所含数据的文件及系统进行测试；以及
- 根据第三方确认书和报告，证实某些数据。

我们认为，基于上述标准，针对 2015 年 9 月 27 日结束的财年的数据在所有重大方面均得以公正反映。

Moss Adams, LLP
华盛顿州西雅图市
2016 年 5 月 24 日



关于本报告

范围

我们的 2015 财年报告重点介绍了根据我们 2008 年在三大关键领域（道德采购、环境管理和社区投资）设立的目标所取得的成绩。因为这些承诺直接关系到我们的业务。同时，我们还包括了在starbucks.com上公开提供的某些信息和资源的链接，这些信息和资源涉及我们的财务、公司治理、工作场所和多元化政策以及业绩等内容。在编制本报告的过程中，我们根据与利益相关者和投资者的全年沟通和反馈，以及通过顾客和星巴克伙伴（员工）工具如 My Starbucks Idea 以及星巴克的社交媒体渠道（包括星巴克和星巴克伙伴的 Facebook、Twitter、Instagram）以及我们的客户服务团队，加入了对星巴克和我们的股东非常重要的主题和议题。除了这些努力之外，我们还请战略咨询公司 SustainAbility 和 Edelman 公关公司帮助我们进行行业与趋势分析，以及与我们协作的诸多组织进行直接对话。通过确保与内部及外部利益相关方的沟通成为业务发展的重要组成部分，我们得以确保我们的计划、政策以及本报告的内容对我们的业务和股东起到积极的影响。

范围

同之前的全球责任报告相同，本年度报告着重阐述了我们在道德采购、社区投资以及环境管理方面所做出的努力。这些领域对我们的业务极为重要，同时我们知道我们能够并且确实在这些领域产生积极的影响。基于同利益相关者的沟通，我们也相信它们会对我们的顾客、伙伴（员工）、非政府组织以及投资者具有重要意义。

此外，健康和福利以及工作场所政策等相关议题是我们业务的重要组成部分，也是利益相关者关心的方面。

尽管我们的承诺是全球性的，我们的报告内容（咖啡豆采购除外）主要体现了星巴克美国及加拿大公司自营门店的运营和全球供应链的运营。基于所涵盖的收益百分比和门店数量，这些运营情况以及我们的咖啡采购量可代表性地展示目前星巴克在社会、环境 and 经济方面产生的影响。本报告中提及之出售和提供的咖啡相关信息，涵盖了全球范围内的所有星巴克品牌和公司自营或特许经营门店（包括 Starbucks Coffee、Seattle's Best Coffee 和 Torrefazione Italia）。

星巴克使用 Credit360 项目来管理我们的可持续发展数据，以便用于以下目的：报告和跟踪关键指标、在企业范围内持续了解我们的业务和影响以及用于批准和审计之目的。我们会继续认证并改善在制定全球报告方面的工作，以朝着共同的目标持续并准确地进行报告的编制。

报告年度

除非另有说明，否则均指星巴克2015财年（2014年9月28日至2015年9月27日）。

货币

除非另有说明，否则所有货币均指美元。

过往报告

星巴克从2001年开始编制年度报告。此处可获取以往年份的全球责任报告。



关于本报告

信息可靠性

2015 财年报告中信息的编制和可靠性由星巴克管理层负责。我们相信，通过一系列的内部控制措施，特别是有内部专家参与的综合验证程序，本报告能准确地呈现我们在 2015 财年内进行的全球责任活动及所取得的成果。外部验证由 Moss Adams LLP 进行。阅读由 Moss Adams 出具的独立担保报告。有关我们目标的所有信息图表均为发展进度的可视化表现形式，而非确切规模。

前瞻性声明

我们的 2015 财年全球责任报告包括有关公司的业务及未来业务规划、举措、目标和任务等方面的前瞻性声明。此前瞻性声明的发表基于目前可用的运营、财务及竞争信息，并取决于若干显著风险与不确定性。未来的实际结果可能会不同，具体取决于各种因素，这些因素包括但不限于：咖啡、奶制品及其他原材料的价格和供应情况；公司的发展和其他战略蓝图的成功执行；降低成本及其他举措；美国经济和全球经济及货币的波动；竞争影响；法律诉讼的影响；以及公司在向美国证券交易委员会提交的文件中所详述的其他风险，包括于 2015 年 9 月 27 日结束的财年星巴克年度报告中针对 Form 10-K 的“风险因素”部分。本公司对此处所述前瞻性声明的任何更新并无义务。



激发并孕育
人文精神——
每人、每杯、
每个社区。

