2019年星巴克

全球社会影响力报告

KEVIN JOHNSON致辞

亲爱的星巴克伙伴、顾客和利益相关方：

身处新冠疫情下的重大历史时刻，星巴克第19次发布了全球社会影响力年度报告。我们需要快速灵活地对全球业务进行重大调整，以满足伙伴、顾客和社区在此期间的需求。

星巴克伙伴们表现出的坚韧品质，是一年前所有人都始料未及的。他们每天都在身体力行地践行企业文化、提升品牌形象：用每一杯咖啡传递星巴克的独特体验，加深与人们的情感连结，每一天让美好发生。

经历过这场疫情，我们每一个人都发生了很多改变，我们所服务的社区也是如此。它让我们充分意识到服务好顾客和社区是多么重要，也为我们努力让世界变得更美好提供了全新视角和力量。这场疫情也以另一种方式让我们看到许多社区正携手抵制种族不公现象，并提醒我们对待有色人种的方式有必要做出重大改进。显然，目前所发生的一切清晰昭示出：有序推动全球社会影响力进程比以往任何时候都来得更为重要。

加大人文关怀与对地球的投资

几十年前，星巴克制定了全球社会影响力优先事项。总体而言，我们的投资聚焦于如何在实现盈利和造福人类与地球这两个目标之间取得平衡。

这意味着我们将加大人文关怀，尤其是对我们的伙伴，只有照顾好我们的伙伴，他们才会更好地服务于顾客和社区。 这也意味着我们认识到人类的健康有赖于健康的生态系统，所以我们致力于促进健康的自然资源环境。现在，我们的长远愿景即成为一家资源积极型公司——碳减排量高于排放量，淡水供应量高于使用量，并减少废弃物排放。

我们为2019财年星巴克在全球社会影响力方面取得的进展感到骄傲。我们始终将伙伴放在首位，努力营造一种开放、包容的文化，这包括首次进行了第三方人权评估（Civil Rights Assessment）——这是我们一直考虑推行的一项举措。我们致力于强化星巴克伙伴生活和工作的社区，为创新增加资助，扩大各项投资，拓展社区服务模式。

基于2020年1月宣布的宏伟愿景，我们加大对更绿色的咖啡杯、包装和零售的投资。我们为咖啡种植社区也提供了巨大助力，拨出2,000万美元的紧急咖农援助基金，帮助中美洲小型农场应对全球咖啡价格低迷带来的冲击。

芝加哥

去年，我们有幸邀请到Michael Kobori、Nzinga Shaw和Tyson Avery分别出任星巴克首位全球首席可持续发展官、首位全球首席包容性与多元化执行官以及首位全球首席道德与合规官，这有力彰显出我们在加大人文关怀与对地球的投资方面做出的长足努力

2020年转眼过半，随着全球发展形势的不断变化，需求也正进一步突显。我们也将继续思考星巴克该如何以最负责任和最具建设性的方式服务我们的社区和地球。

我们正在经历的这场危机再次说明，世界很小，我们需要彼此照顾。我们充分意识到人类健康与生态健康之间的互生关系。我们欣然接受不同的声音，以便做出最佳决策。由于新冠疫情对经济欠发达地区的影响更大，因此我们感受到未来经济差距进一步拉大所带来的威胁。

印度尼西亚雅加达

下一页继续

© 2020年Starbucks Coffee Company。版权所有。

KEVIN JOHNSON致辞

从疫情爆发之初，我们便迅速采取行动，聚焦和人与地球有关的优先目标。我们针对新冠疫情的紧急需求所采取的行动，请参见此处了解详情及最新信息。例如，星巴克为全球所有直营市场和特许经营市场的零售伙伴全新设立1,000万美元的紧急援助基金。

在美国和加拿大，我们为伙伴提供临时保障，为食物银行（food banks）提供更多支持，为急救人员和前线医护工作者提供免费咖啡。星巴克伙伴们也以更迅速和创新的方式提供社区志愿服务。我们在亚洲的伙伴自发向医院、非营利组织、当地警察和卫生官员以及其他前线工作者提供食品和咖啡，以此表达对奋战在抗击疫情一线工作人员的敬意和关怀。世界各地的伙伴们也在争相效仿这种饮水思源的行动。

疫情期间，我们不得不暂停使用可重复使用的店用杯。但是，我们将始终坚持推广可重复使用包装及可完全回收利用、可降解的包装，从而确保将对健康与安全的关注放在首位。这需要星巴克内部专家和更多外部合作伙伴的共同创新。

同时，星巴克基金会持续投资数百万美元，用以支持各类组织的发展，向有需要的人群提供紧急援助，助力恢复和复苏。

哥斯达黎加阿尔萨西亚庄园咖啡农场

这就是我们

发挥积极的社会影响力是星巴克根深蒂固的信念。自成立以来，我们的目标远不止于追求利润，而是坚定地追求善行。星巴克立志为社区提供用于聚会的第三空间，意味着我们的门店不仅是人们交流的场所，每个人在这里都能收获舒适的体验，同时也是象征希望和坚韧的灯塔——无论是面对地震、飓风或大火等灾害，还是全球疫情期间我们重新恢复营业，努力恢复常规服务。

从始至终，星巴克伙伴都最懂得如何更好地服务所在社区。当我们从区域获得有效的洞察，才能为区域决策提供资源和工具，并促使伙伴因地制宜地采取行动措施，从而获得成功。这种方法适用于应对新冠疫情下每天不断变化的全球市场，也适用于界定相关的社区服务活动并指导星巴克基金会更好地满足当地社区的需求。它还适用于全球咖啡种植区的9个种植者支持中心，更好地满足咖农需求。

西雅图

鉴于伙伴鼓舞人心的日常行动，我对战胜这次全球危机充满信心，同时更加深切地认识到作为一家盈利性公司应该承担的责任，以及应该为全球带来更积极的社会影响。

2021年，星巴克将迎来成立50周年，我每天都在思考——当我们发展业务的同时，必须坚守我们的传统和主张：加强人文关怀和环境保护，促进业务的可持续发展（People positive, planet positive and profit positive），通过伙伴的共同努力，在下一个50年成为一家与众不同的公司。

Kevin Johnson,
总裁兼首席执行官

© 2020年Starbucks Coffee Company。版权所有。

对我们而言，追求利润与

追求善行并行不悖

星巴克坚持加强人文关怀和环境保护，促进业务的可持续发展（People positive, planet positive and profit positive），坚持践行我们的使命和价值观，通过伙伴的共同努力成为一家与众不同的公司。我们的全球社会影响力年度报告聚焦三个领域：引领可持续发展、创造有意义的机会以及社区共建。这些领域对我们的业务至关重要，我们坚信能在其中发挥积极影响力。

这份报告是对我们2019财年所有努力的认可，囊括了迄今为止取得的各项成绩和存在的不足，以及对未来的预期。希望大家能一如既往地与我们一同踏上这段旅程。

我们的使命

激发并孕育人文精神——每人、每杯、每个社区。

西雅图

哥斯达黎加阿尔萨西亚庄园咖啡农场

韩国大邱

佐治亚州琼斯伯勒

纽约

© 2020年Starbucks Coffee Company。版权所有。

引领可持续发展

为了延续我们在可持续发展方面的努力并推进构建更具可持续性的咖啡未来进程，我们在2020年1月宣布了一项持续数十年的愿景，即成为一家资源积极型公司，以回馈代替索取。这一愿景包括在2030年前，实现基于科学的碳、水资源和废弃物初步减排目标。全球环境基线报告概述了五项策略，例如：从一次性包装转向可重复使用的包装，寻找更好的废弃物管理方法。我们将在2021年春季庆祝星巴克成立50周年之际，发布最新承诺。

咖啡与茶

2019财年进展

99% 道德采购咖啡

目标：100%的咖啡实现道德采购

截止2019财年，星巴克已连续五年根据咖啡和种植者公平规范实现99%以上的咖啡为道德采购。鉴于我们一直努力实现100%，这最后的1%正是我们最重要的工作，即吸引新的咖啡农和合作社，以确保未来咖啡产业的长足发展。我们将继续参与可持续咖啡挑战联盟，使咖啡成为世界上首个可持续农产品，并改善世界各地咖啡种植区中至少100万人的生活。

4,000万 自2015年以来捐赠的树木量

目标：到2025年为咖农提供1亿棵咖啡树

过去四年，星巴克向墨西哥、危地马拉和萨尔瓦多的咖农捐赠了咖啡树。这批气候适应能力更强的树木取代了因树龄和疾病（如咖啡叶锈病）原因导致生产力下降的树木，有效提高了咖啡浆果质量和产量。截至2020年6月，新一批1,000万棵咖啡树正在分派中，同时密切监控新冠疫情可能带来的复杂情况。

99% 道德采购茶叶*

目标：100%的茶叶实现道德采购

我们持续追求100%的茶叶实现道德采购的目标，通过向雨林联盟、UTZ或公平贸易认证的农场采购茶叶，我们的道德采购茶叶占比从2018财年的95%提升至2019财年的99%。

*由星巴克全球茶叶采购团队购买

超过16万 接受培训的咖农人数

目标：到2020年底培训200,000位咖农

我们在哥斯达黎加阿尔萨西亚庄园的全球农艺中心和种植者支持中心以及全球其他8个种植者支持中心，为咖啡种植者提供开源培训和其他资源。仅2019财年，我们就培训了近88,000位咖农。

4,600万美元 用于咖农贷款

2,000万美元 用于2019财年紧急援助基金

目标：到2020年底投资5,000万美元用于咖农贷款

截至2020年6月，我们已向星巴克全球农民基金会投资超过4,900万美元，以资助咖农。此外，在2019财年我们还额外拨出2,000万美元投入援助基金，帮助中美洲地区的小农场主应对全球咖啡价格低迷带来的冲击。

超过6.6万 自2018年以来受到帮助的妇女

目标：到2025年，为全球咖啡、茶和可可豆种植区中至少250,000名妇女和家庭提供帮助

自2018年以来，星巴克基金会已为非洲、亚洲和拉丁美洲咖啡和茶叶种植区中的妇女和家庭妇女和家庭提供18笔、总金额超过500万美元的援助，为她们提供领导技能、增收和健康住房等多样支持。

© 2020年Starbucks Coffee Company。版权所有。

引领可持续发展

更绿色的杯子和包装

2019财年进展

12个 回收利用星巴克咖啡杯的大城市

试行新的咖啡杯技术

目标：在2016年至2022年间，咖啡杯回收利用率增加一倍；到2022年，研发出100%可堆肥、可回收利用热饮杯

2016年，美国和加拿大市场中24%的星巴克门店对热饮杯进行回收利用；2019年，这个数字增至25%。2019年，这项工作加快了进程，星巴克作为NextGen联盟的联合创始人之一，在NextGen Cup（新世代杯）挑战赛中选出12项咖啡杯创新技术。门店市场测试始于2020年春季，测试的咖啡杯可工业堆肥降解，也可在接受热饮杯的市场中回收利用。我们还将继续研究和测试咖啡杯内衬淋膜的解决方案，以便促进咖啡杯更易回收和堆肥，同时携手NextGen联盟改善用于回收利用和堆肥的基础设施。在欧洲，星巴克与环保组织Hubbub共同发起了一项100万英镑的杯子基金，用于重大回收项目。

目前，阿姆斯特丹、波士顿、查塔努加、达拉斯、丹佛、伦敦、路易斯维尔、纽约、旧金山、西雅图、温哥华、华盛顿特区以及许多小城市已进行星巴克咖啡杯的回收再利用。

10% 消费后回收纤维

目标：到2022年，热饮杯含20%消费后回收纤维

星巴克的热饮杯目前含有10%消费后回收纤维(PCF)，我们正努力将这 一比例提升一倍，即达到20%，同时降低采购原木纸浆纤维对环境的影响。

2.8% 已统计市场中的咖啡杯重复使用率

目标：2016年至2022年，咖啡杯重复使用率增加一倍

2019年，我们采用了新方法来追踪可重复利用咖啡杯的使用状况，在美国、加拿大、日本和欧洲、中东及非洲等地区的直营门店内，追踪到2.8%的重复使用率。这意味着顾客通过使用自带杯享受优惠或使用店用陶瓷马克杯，节省了超过1.05亿个一次性咖啡杯。中国市场尚未纳入此追踪数据，目前正在制定相关计划。在欧洲，星巴克在伦敦盖特威克机场首次试行机场可重复使用咖啡杯项目。

我们将继续研究并优化我们的策略，向顾客倡导重复使用理念。

持续推广直饮杯盖和可持续材质吸管

目标：到2020年底，在全球范围内淘汰一次性塑料吸管

2019年，星巴克继续扩大冷饮轻质直饮杯盖的使用范围，并推出替代材质吸管。到2020年底，我们原计划所有直营门店和大多数特许经营门店都停用一次性塑料吸管。但鉴于新冠疫情对监管和生产带来的影响，美国和加拿大市场无法按时全面推行新型可持续材质吸管，新的预期目标时间为2021年春季。

星巴克将继续在门店内为有需求的顾客提供吸管。

© 2020年Starbucks Coffee Company。版权所有。

创造有意义的机会

更绿色的零售

2019财年进展

741个 全球范围内纳入绿色门店体系的门店

目标：到2025年，在全球开设10,000家更绿色的门店

星巴克在全球范围内拥有1,600多个获得LEED®（绿色能源与环境设计先锋）认证的门店，2020财年初，上海烘焙工坊在绿色零售领域树立了新的标杆，成为中国大陆食品零售行业中第一个获得LEED铂金级认证的门店。目前，我们与世界自然基金会和其他非政府组织开展合作，力求超越LEED标准，通过包含设计、施工和营运的绿色门店框架，拓宽更绿色门店承诺的范围。

14,800名 更绿围裙伙伴（GREENER APRON）

目标：到2020年末，发展10,000名伙伴成为可持续领军者

2019财年，我们超越原定目标，截至2020年4月，就有26,000余位星巴克伙伴通过星巴克全球学院参加更绿围裙可持续发展培训项目。

西雅图

西雅图

72% 全球运营由可再生能源供电

目标：到2020年末，推动100%全球运营由可再生能源供电

星巴克采购了充足的可再生能源，实现美国、加拿大和英国的全部直营门店的100%可再生能源供电。2019财年，星巴克全球72 %的运营由可再生能源供电。这相较于2018财年的77 %有所下降，部分原因是欧洲、中东和非洲地区使用可再生能源的直营市场出现转型，同时仍在建设可再生能源市场中门店有所增加，如中国和日本。

为扩大对可再生能源的采购，我们也持续投资太阳能和风力发电场，2019年的投资重点是伊利诺伊州的一处大型风力发电场和得克萨斯州的几处太阳能发电场。

德克萨斯州沃顿县

© 2020年Starbucks Coffee Company。版权所有。

创造有意义的机会

自成立以来，星巴克就一直秉承将伙伴放在首位，营造接纳和开放的企业文化。2019年，我们发布了一份人权评估（Civil Rights Assessment），科文顿·柏灵律师事务所对我们在多元化、公平性和包容性方面的持续努力及其对我们的使命和价值观的影响进行了评估。我们将每年对该评估进行追踪，并按计划回顾建议的落实情况。有关公平和包容性活动将在这里定期更新。

对于伙伴，我们关心他们的健康、福祉和成功，为他们创造有益的机会，同时努力营造公平和包容的文化。这意味着领导层将确保对包容性和多元化做出相应的承诺并负责。也意味着在所有伙伴之间建立共识，并营造更具包容性的工作环境，让伙伴感觉到被重视和有归属感。同时，还包括在各个层级培养一群高参与度、表现良好和多元化的伙伴，并提供公平机会、薪酬平等和积极的工作环境。

伙伴

2019财年进展

超过3200份 文凭，14,000多名学员

目标：到2025年末，25,000名星巴克伙伴从亚利桑那州立大学(ASU)毕业

星巴克助学计划帮助伙伴在线完成亚利桑那州立大学(ASU)学业。我们很骄傲能在这一领域持续引领，为每周平均工作时长达到20小时的伙伴全额报销学费。自该计划2014年宣布以来，截至2020年6月，已有4,500多名伙伴获得了人生首个学士学位。

我们还将继续拓展星巴克全球学院，这是一个与ASU合作创建的全球平台，为星巴克伙伴以及全球顾客、社区成员提供顶尖的学习内容，帮助更多人获取优质教育的机会。

美国和加拿大推出全新心理健康计划和家庭福利

目标：持续为全职和兼职零售伙伴提供相关创新福利

在美国，星巴克持续全职和兼职伙伴提供创新福利，并在全球范围内结合伙伴的反馈意见，制定有竞争力的薪酬方案。

2019财年我们向美国和加拿大的伙伴宣布了全新的心理健康计划，并将于2020财年初落地，包括努力打破对心理健康需求的偏见、为伙伴提供满足其特定需求的优质护理，以及为12,000名店经理和区域负责人提供持续培训。在2019财年，我们还宣布了美国和加拿大针对代孕和人工授精的全新补偿计划。

加利福尼亚州尤巴城

© 2020年Starbucks Coffee Company。版权所有。

创造有意义的机会

伙伴

2019财年进展

薪酬平等 100% 美国实现

薪酬平等 加拿大和中国实现性别薪酬平等

目标：在美国和直营市场100%实现全面性别薪酬平等

我们目前的薪酬平等始于2018财年，并于2019财年严格推行。我们将继续致力于实现全球薪酬公平。2019年，全球女性薪酬的中值为男性的98.3%，而在美国，女性和有色人种的薪酬中值与男性相同。

在美国，星巴克与薪酬平等雇主联盟的其他25家美国企业于2019年就一套薪酬平等原则达成共识。我们为此提供了美国最佳实践经验。今后，我们还将建立全球最佳实践经验。

佐治亚州琼斯伯勒

42% 高级领导层中女性的占比

17% 高级领导层中有色人种的占比

目标：自2015年以来，高级领导层中的女性和有色人种代表占比增加50%

除了与领导层有关的目标外，我们的董事会目前有38%的女性成员，其中4人来自少数群体。星巴克首位全球首席包容性与多元化执行官Nzinga Shaw于2019年11月受聘。在一份星巴克人权评估的更新中，公司首次为不同群体设定了新的占比目标，到2025年，零售伙伴中至少包括40%的有色人种和55%的女性，管理伙伴中至少包括50%的女性和30%的有色人种。

约17.5万名 自2018年起参加反偏见培训的伙伴人数

目标：培养包容和多元化意识

于2019年1月发布星巴克人权评估后，我们已落实了若干建议，并将按计划继续回顾。2019财年，我们发布了关于维护第三空间的原则，并为伙伴提供全新资源，包括15课时的To Be Welcoming在线课程，该课程旨在通过人与人之间的理解消除偏见；该课程也向顾客开放。

© 2020年Starbucks Coffee Company。版权所有。

创造有意义的机会

社区

2019财年进展

61,000多个 机会青年被聘用

目标：到2020年末聘用100,000名机会青年

这些聘用承诺欢迎那些可能遇到就业问题的社区新伙伴。由于技术问题，与2018财年相比，2019财年聘用机会青年的数量有所回落。

约28,000名 退伍老兵和军人家属被聘用

目标：到2022年聘用25,000名退伍老兵和军人家属。

我们提前六年实现了军人聘用目标，最新目标是每年聘用5,000名退伍老兵和军人家属。点击这里，可了解我们军人聘用承诺的更多详情。

约2,100名 难民受聘

目标：到2022年在全球范围内聘用10,000名难民

我们持续与其他雇主合作，分享最佳实践经验，并与难民服务组织建立合作关系。星巴克欧洲、中东和非洲市场与当地非政府组织合作，在当地12个国家聘用难民。

佛罗里达州克雷斯特韦

75亿美元 自2000年以来的供应链支出

目标：在提供优质产品和服务的同时，促进星巴克所在社区的经济发展

星巴克供应商多元化和包容性计划推动符合资格的女性、少数族裔、残障人士、退伍老兵、性少数群体以及欠开发地区的小型自有供应商参与到供应链中。为了取得更长远的发展，我们将关注各种规模的供应商，并为他们提供指导，使其发展成为星巴克供应商。

纽约

达拉斯

© 2020年Starbucks Coffee Company。版权所有。

社区共建

无论是门店所在的街区，还是咖啡种植地区，星巴克均致力于通过倾听、支持、投资等有意义的方式加强社区建设。2019财年末，在星巴克领导力体验领导力体验活动中，我们推出了新的资源和工具，帮助美国和加拿大的12,000名门店负责人以符合星巴克全球社会力影响优先目标和当地习惯的方式为所在社区服务。在新冠疫情期间，我们有了一些成功案例，相关示例请点击这里。

社区支持

2019财年进展

16家 社区门店

目标：到2020年底，在美国15个中低收入城市社区开设社区门店

我们已在全球开设了16家社区门店，其中14家在美国，1家在韩国，1家在泰国，这些门店为各自所在社区提供额外服务和资源。2019财年，我们在美国的达拉斯、阿拉巴马州伯明翰和佐治亚州琼斯伯勒开设了新门店，2020年初还将深化这一承诺，即在2025年前开设100家社区门店。

65个 美国军人家庭门店

我们的军人家庭门店为现役军人及其家属与社区的融合营造了一个开放、包容的空间。

3个 全球范围内的手语门店

我们的手语门店旨在为听障人士提供就业机会，并促进他们与社区的更好连结。

1,500多次 自2017年以来，星巴克门店举办“与警察喝咖啡”的活动次数

目标：通过与执法部门和急救人员建立联系，促进可对话、具同理心和更紧密的邻里关系

与执法部门建立信任关系是维系开放、安全门店环境的一项重要工作。星巴克通过与全国性组织缔结联盟以及“与警察喝咖啡”这类互动活动，持续与执法部门建立信任关系。

在美国捐赠2,000多万份 餐食，约60%符合条件门店参与其中

目标：所有美国直营门店100%可用餐食用于捐赠

2016年，星巴克与消除美国饥饿组织合作，在美国推出食物分享计划，将可食用的未售出产品进行包装，并运送至食物银行（food banks）和移动食品储藏室。最近随着食物银行需求的增加，捐赠数量激增，截至2020年6月，我们已经捐赠超过2,500万份食品。随着这项计划规模的不断扩大，我们将持续从易腐食品配送面临的诸多物流挑战中汲取经验。

在全球范围内，我们在多个市场推出类似计划，包括于2019财年在加拿大推出的食物分享计划，以及在欧洲、中东和非洲地区的13个国家开展的防止食品浪费计划。

圣安东尼奥

© 2020年Starbucks Coffee Company。版权所有。

社区共建

星巴克基金会

2019财年进展

服务人员计划启动

目标：测试创新社区服务模型

经过2019财年的成功测试，我们扩大了星巴克基金会服务人员计划：20个城市的100名星巴克门店兼职伙伴每周在门店工作20小时，同时在当地非盈利机构工作20小时。该计划对需要支持的社区起到了推动作用，让星巴克伙伴有机会与当地非营利机构加强连结，并进一步服务于社区。

加利福尼亚州圣克鲁斯

约1,600万美元 资助

目标：强化当地社区

星巴克基金会于2019财年捐赠近1,600万美元，包括：

- 100万美元用于救灾
- 在美国和加拿大资助近500个社区，捐款总额超过70万美元
- 63笔“Opportunity for All Grants”项目捐赠，总额140万美元
- 节日期间为8个非盈利机构捐赠200万美元
- 原产地资助项目详见第5页

全球范围内，从欧洲难民就业项目，到与Alsea基金会合作在多个拉丁美洲市场为年轻人提供资助，星巴克基金会投资了一系列项目，为人们创造更多机会。

在美国，星巴克基金会与美国红十字会建立合作伙伴关系，支持美国备灾、救灾、赈灾工作。2019财年，星巴克对多里安飓风以及埃尔帕索和代顿市的大规模枪击事件均采取了响应措施。

星巴克基金会的社区资助项目持续加强当地影响力，并鼓励伙伴为所在社区的非盈利机构提供志愿服务。该项目于2019财年启动，邀请数百名店经理提名对当地社区有意义的非盈利机构。此外，星巴克基金会还向多个由绿围裙认证伙伴提名的环保机构授予绿围裙资助。

星巴克基金会的Opportunity for All Grants项目帮助相关机构开设长期发展计划，为可能面临问题的群体创造就业和培训机会。

星巴克基金会通过Match The Magic活动将顾客捐款捐至8个非盈利合作伙伴，以此欢庆节日季。

© 2020年Starbucks Coffee Company。版权所有。

报告说明

范围

2019财年全球社会影响力报告聚焦三大社会影响力领域：引领可持续发展、创造有意义的机会以及社区共建。由于这些承诺与我们的业务直接相关，可通过报告中列出的相关链接，访问stories.starbucks.com和starbucks.com上的公开信息和资料，涉及财务、企业治理、工作场所、多元化政策以及绩效。

星巴克致力于实现联合国可持续发展目标，并以此为基础开展社会影响力项目以及与他人的合作。基于与与利益相关方的共同努力，我们相信在这些领域的努力对我们的顾客、伙伴、非政府组织和投资者都很重要。

报告年度

若无特别说明，报告年度为星巴克2019财年（即2018年10月1日至2019年9月29日）。

货币

若无特别说明，所有引述货币均为美元。

往年报告

自2001年起，星巴克每年出具一份全球社会影响力报告。此前的年度报告可登录星巴克官网查看。我们还向行业认可的关键报告（如道琼斯可持续发展指数和CDP碳排放信息披露项目年度碳排放报告）提交绩效表现和相关数据。

信息完整性

星巴克管理团队对2019财年报告的编制工作与信息完整性负责。通过内部管控体系，包括内部专家组全面参与的认证流程，我们认为本报告信息准确反映了我们在本财年的全球活动情况和成绩。外部专业认证工作由摩实会计师事务所（Moss Adams LLP）负责。

前瞻性声明

星巴克2019财年全球责任报告包括对公司业务、未来商业计划、方案和目标的前瞻性声明。这些前瞻性声明基于当前可行的运营、财务和竞争信息，包含许多风险和不确定性。未来的实际情况可能存在很大差异，这取决于新冠疫情对业务的影响、因为疫情而产生的监管措施或自主行为对咖啡、奶制品和其他原材料价格和供应链带来的影响、公司业务发展计划和策略的有效执行、成本降低，以及其他向美国证券交易委员会提交的文件中所详述的风险，包括截至2019年9月29日这一财年的星巴克年度报告表10-K及截至2020年3月29日这一财季的星巴克季度报告表10-Q中的“风险因素”部分。公司不承担更新前瞻性声明的义务。

了解最新资讯

可在Twitter上关注@starbucksnews获取最新信息。

© 2020年Starbucks Coffee Company。版权所有。