



霸王茶姬ESG战略分析与支柱制定

Andrew | Feb. 2026

CONTENTS

01

企业速览

02

ESG驱动力

03

行业ESG议题全览

04

业内标杆企业与同行企业

05

标杆企业与同行企业共
性议题

06

霸王茶姬业内共性议题
表现（优劣）

07

利益相关方定位重要议
题

08

企业ESG战略支柱与实
施路径

01

企业速览



CHAGEE
霸王茶姬

公司现状

CHAGEE

霸王茶姬

- **定位：**全球化现代东方茶品牌，主打“原叶鲜奶茶”。
- **市值：**约 24 亿美元
- **特色：**融合东方文化与现代审美，推行健康可视化（公开热量/GI值、营养分级）。
- **规模：**全球门店超6440家，海外门店超150家，覆盖马来西亚，新加坡等地。
- **愿景：**以茶会友，致力于让东方茶成为世界性饮品。



核心业务与产品

- **核心业务：**现代东方茶的研发、制作与销售，覆盖全球市场的现制茶饮连锁运营。

明星产品：

- 伯牙绝弦 | 春日桃桃



产品特色：

- 东方茶作为文化切入点
- 原叶茶底和优质牛乳
- 健康可视化

ESG现状

霸王茶姬于2025年12月发布了其首份《环境社会及管治报告》



霸王茶姬视ESG为其“现代东方茶”全球化战略的核心支撑

“1个战略愿景、4个行动支柱、1个治理基石”

“以东方茶会友”

通过一杯茶连接世界，促进东西方文化的交流与融合

文化
(Culture)

健康
(Health)

连接
(Connect
ion)

生态
(Ecology)

共创 (Co-Creation / Governance)

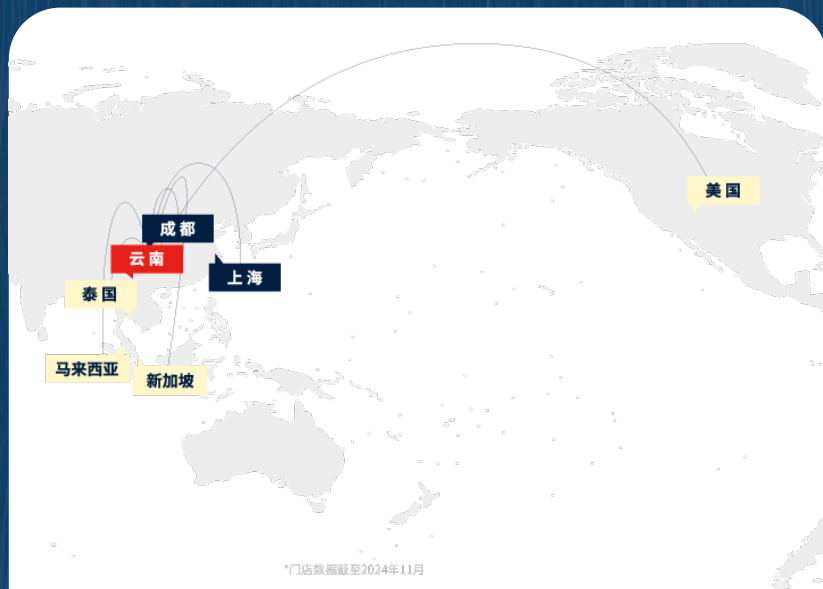
02

ESG驱动力



CHAGEE
霸王茶姬

驱动力



全球化的“门票”



霸王茶姬“手打奶茶”固废预警，新茶饮遇ESG挑战

来源：21世纪经济报道21财经APP 作者：卢雨然 2025-01-08 08:58

新年伊始，新茶饮行业再起ESG波澜。

1月6日，霸王茶姬店员用报废物料徒手打奶茶的视频引发热议，不仅牵出食品安全问题，更将加盟模式下的新茶饮品牌废弃物治理难题推至台前。

颇具讽刺的是，事件发生前一个月，霸王茶姬刚发布首份ESG报告承诺“确保废弃物合规处置”，却未披露具体数据。

“废弃物处理”是A股上市公司ESG信息披露的21项重要议题之一，港交所更是强制要求H股上市公司对无害和有害废弃物的绝对总量进行披露；固体废弃物治理亦成为热门词，日前，国务院印发《固体废物综合治理行动计划》，“十五五”规划建议也提出，完善资源总量管理和全面节约制度，提高垃圾分类和资源化利用水平，促进循环经济发展。

尽管国内新茶饮品牌已超过三千家，但公开发布ESG报告的企业仍以头部上市公司为主。

据21世纪经济报道记者梳理，除霸王茶姬外，港股上市的奈雪的茶、茶百道、蜜雪集团、古茗均已发布2024年ESG报告，沪上阿姨自上市后尚未发布ESG报告。

运营标准化的风控需求



霸王茶姬回应“咖啡因争议”：系用原叶茶汤，已推出轻因饮品

南都N视频APP · 南都即时
原创 2025-12-27 11:44



近日，霸王茶姬被质疑饮品“咖啡因含量过高”，还有网友反映“喝完出现心悸心慌、彻夜失眠”，“霸王茶姬 咖啡因”相关话题登上微博热搜。12月27日，南都N视频记者从霸王茶姬方面获悉，品牌方回应争议称，“依据现有的公开数据与检测结果，一杯采用原叶现泡的茶饮，其咖啡因含量按每100ml同等容量计算，与一杯拿铁大致相当。”

产品健康与透明的社会呼唤



03

行业ESG议题全览



CHAGEE
霸王茶姬

不同框架下该行业ESG议题一览

议题类别	SASB	GRI	MSCI
环境 (E)	• 能源管理 (Energy Management) • 水资源管理 (Water Management) • 食品与包装废弃物 (Waste & Packaging) • 生态足迹 (Ecological Impacts)	• GRI 301: 物料 (循环再生) • GRI 302: 能源 • GRI 304: 生物多样性 (关键栖息地) • GRI 305: 排放 (Scope 1/2/3) • GRI 306: 废弃物	• 包装材料与废弃物 • 碳足迹 • 原材料采购与生物多样性 (茶/咖啡/棕榈油) • 水资源压力
社会 (S)	• 产品的营养与健康 (Nutritional Content) • 食品安全 (Food Safety) • 劳工实践 (Labor Practices) • 供应链管理 (Supply Chain Management)	• GRI 416: 客户健康与安全 • GRI 417: 营销与标识 (透明度) • GRI 405: 多元化与机会平等 • GRI 414: 供应商社会评估 • GRI 413: 当地社区	• 营养与健康机遇 (Health Opportunities) • 产品安全与质量 • 劳工管理 (Labor Mgmt) • 供应链劳工标准
治理 (G)	• (SASB较少涉及纯治理, 更多在商业模式)	• GRI 205: 反腐败 • GRI 204: 采购实践 (本地化) • GRI 201: 经济绩效	• 公司治理 (董事会/薪酬) • 商业道德 (反贪腐/举报保护) • 税务透明度

ESG议题长清单总览

E			
能源管理	水资源管理	废弃物与包装	温室气体排放
碳足迹	原材料采购	生物多样性	
S			
产品健康与营养	食品安全与质量	员工培训	员工多元化与机会平等
员工薪酬福利	供应链管理	供应链劳工标准	产品营销与标识透明度
当地社区影响			
G			
公司治理	商业道德	税务透明度	风险管理

04

业内同行与标杆



CHAGEE
霸王茶姬

标杆企业- 星巴克 (starbucks)



全球现制饮品连锁的“黄金标准”

现制饮品ESG的引领者

MSCI ESG评级长期保持在A级及以上

- 在环境披露与供应链管理上领跑行业。
- 在员工关怀（伙伴文化）和社区参与上的成熟度极高。
- **C.A.F.E. Practices（咖啡和种植者公平规范）**，是全球最严苛的可持续采购体系，
- “绿色门店”的可持续门店运营体系
- 两大体系是所有茶饮品牌对标的终极形态。

星巴克的供应链标准、员工政策有可能成为霸王茶姬未来5-10年甚至更长期的学习模板。

同行企业：蜜雪冰城、奈雪的茶



蜜雪冰城

选择逻辑：

- 超**3.6万**家门店
- 庞大的加盟商管理和大宗原料采购
- 扶贫与乡村振兴效应

对标蜜雪冰城有助于CHAGEE思考在规模扩张下如何管理供应链的社会责任及塑料废弃物的总量控制。



奈雪的茶

选择逻辑：

- “新茶饮第一股”（港股）
- 唯一连续**多年发布ESG报告**的直接竞对

其报告结构、关键绩效指标等的披露数据可提供CHAGEE有关数据披露与报告规范最直观的参考。

05

共性议题



CHAGEE
霸王茶姬

业内共性议题



产品质量与食品安全

这是所有饮品企业最基础也最重要的议题



供应链管理 with 可持续采购

都高度依赖农业原材料（茶、咖啡等），因此都深入介入上游农业和供应链管理



环境与绿色包装与废弃物处理

随着“限塑令”和减碳趋势，包装材料的环保化是行业共同的焦点。



员工权益与成长

均属于劳动密集型服务业，因此非常关注员工的薪酬、福利和职业发展。

06

霸王茶姬业内共性 议题表现（优劣）



CHAGEE
霸王茶姬

霸王的ESG优劣势 - E part

议题维度	霸王茶姬	星巴克	蜜雪冰城	奈雪的茶	VS 标杆	VS 同行
气候行动与碳管理	[定性为主] 推广T+1/T+2物流模式减少能耗；使用新能源物流车； [试点] 开展碳足迹核查（未披露具体总排放数据）。	[科学目标] 承诺2030年碳排放、水、废弃物减半； [量化数据] 披露范围1,2,3总排放量及强度（极详尽）。	[量化披露] 披露范围1排放1.8万吨，范围2排放7.2万吨； [绿色工厂] 大咖国际工厂光伏发电。	[运营减排] 优化物流路线； [目标] 承诺2034年单店无害废弃物减少5%。	 劣 (缺乏SBTi级别的科学目标和全量数据)	 劣 (相比蜜雪的详细数据表，霸王略显单薄)
绿色包装	[可降解] 推广PLA吸管、水性涂层纸杯； [减量] 包装轻量化设计；部分地区推出100%可回收包装。	[循环经济] 推广“个人杯”（自带杯）； [目标] 2030年实现100%可回收/可堆肥包装；	[包材管理] 披露可持续包装使用量12.8万吨； [研发] 研发环保包材。	[小绿袋] 著名的保温袋回收/重复利用计划（行业记忆点）； [无吸管] 2020年底停止使用不可降解吸管。	 中 (动作类似，但“自带杯”文化更深厚)	 中 (各家均有布局，霸王缺乏量化数据)
水资源管理 (运营与生态)	[生态叙事] 联合《中国国家地理》发起“聆听鲸语”海洋保护计划（布氏鲸）； [定性描述] 提及生产运营中的节水意识，但缺乏具体数据。	[科学目标] 承诺2030年通过保护、补充和再利用，减少50%的用水量； [全球基金] 通过全球农户基金支持咖啡种植社区的清洁水计划（WASH）； [数据] 披露总取水量及相比FY19基线多年呈下降趋势。	[农业节水] 在上游柠檬基地推广“水肥一体化”技术，捐赠灌溉设备； [数据披露] 明确将“水资源管理”列为ESG指标，虽然摘要未列出总吨数，但强调了供应链端的节水技术应用。	[量化运营] 披露总耗水量 350.5万吨，密度 712.2立方米/百万营收； [设备] 门店安装感应水龙头，中央工厂使用冷却水清洗地面；[目标] 承诺2034年单店耗水量减少5%。	 劣 (星巴克是“战略级”的水资源正效益，霸王是“公益级”的生态保护)	 劣 (奈雪有详尽的运营数据，蜜雪有硬核的农业技术；霸王更偏向品牌营销)

霸王的ESG优劣势—S part

议题维度	霸王茶姬	星巴克	蜜雪冰城	奈雪的茶	VS 标杆	VS 同行
产品健康与透明度	[首创分级] 推行“营养选择”标识（ABCD分级）；公开热量值、GI值（升糖指数）； [原叶茶] 强调“原叶鲜奶茶”，去香精/反式脂肪酸。	[菜单创新] 提供植物基牛奶（燕麦奶等）；减少糖分选项； [定制化] 允许顾客高度定制饮品成分。	[质价比] 强调“高质平價”； [食安] 建立“从一颗柠檬到一杯柠檬水”的全链路食安体系。	[减糖] 推出“罗汉果糖”（0热量）； [自动化] 自研自动制茶机以标准化口感。	 中 (霸王在健康可视化上更直观激进)	 优 (在此议题上引领了“健康茶饮”风潮)
员工权益与发展	[人才体系] 建立“茶式”人才培养体系； [关怀] 为员工提供商业保险、年度体检。	[全员持股] 标志性的“Bean Stock”（咖啡豆股票）计划； [教育] 亚利桑那州立大学全额学费资助（SCAP）。	[覆盖率] 员工培训覆盖率100%； [安全] 2024年工伤死亡人数为0。	[培训] 员工人均培训时长约69-115小时。	 劣 (星巴克的福利体系是行业标杆级的福利体系)	 劣 (体系健全，但缺乏蜜雪/奈雪的具体量化亮点)
供应链与农业	[产地保护] 强调“以茶会友”，保护茶山生物多样性； [溯源] 建立从茶园到杯子的溯源体系。	[深度干预] C.A.F.E. Practices（咖啡和种植者公平规范）； [金融支持] 全球农户基金提供1亿美元贷款。	[产业助农] 深度绑定柠檬/茶叶基地，带动农户致富（量大面广）； [采购] 柠檬采购网络覆盖全球。	[数字化] 数字化供应链管理； [直采] 优质茶园直采。	 劣 (星巴克建立了高度成熟且标准化的上游供应链管理范式)	 中 (霸王的文化叙事与供应链结合得更好)
文化与社区	[文化输出] 将“东方茶”与“非遗”（如苗绣）结合； [全球化] 巴黎奥运会期间的“TEA BAR”快闪。	[社区门店] 专门设立“社区门店”（Community Stores）支持当地发展； [基金] 星巴克基金会。	[公益] 灾害捐赠（如甘肃地震、洪水）； [助学] 蜜雪冰城助学金。	[美好社区] 社区投资与志愿服务。	 中 (霸王的“文化自信”叙事具有独特的中国品牌优势)	 优 (在文化维度的拔高上优于蜜雪和奈雪)

✓ 优势

● 明确的品牌定位与全球化布局

定位为“全球化现代东方茶品牌”，拥有独特的“原叶鲜奶茶”产品心智。

● 产品健康化与透明度领先

推行“健康可视化”战略，公开热量、GI值及营养分级，顺应健康消费趋势。

● 文化赋能

擅长将“东方茶文化”与产品营销深度结合。实现了高溢价的文化输出，在“营销透明度”议题上表现突出。

⚠ 劣势/潜在风险点

● 数据披露与追溯

作为同一年上市的蜜雪冰城，已经构建起了完善的数据报告与披露制度，在其报告中有详细的数据，但霸王茶姬在许多关键议题上缺乏数据披露。

● 劳工与社会议题

在快速扩张过程中，对庞大供应链上游的劳工权益监管和深度渗透能力，面临比成熟企业更大的挑战。

差异化品牌定位 | 健康透明化标杆 | 文化赋能高溢价 | 数据披露短板 | 供应链劳工挑战

07

定位重要议题



CHAGEE
霸王茶姬

问卷调查流程

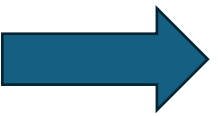
内部利益相关方

门店员工 | 总部员工 | 股东/投资者 | 加盟商

外部利益相关方

消费者 | 包材等物料供应商 | 原材料供应农户 | 政府/监管机构 | NGO | 评级组织 | 环境

发送问卷



霸王茶姬esg战略部向您发送问卷，您作为XXX，您的宝贵意见对于我们有效开展esg管理有重要意义。请您从自身的角度分析霸王茶姬在20个议题的表现对您的重要性，并按1-5分打分(重要性程度:1=一点也不重要,2=不太重要,3=中立,4=比较重要,5=至关重要。), 并请尽量让分值拉开一点。

分析定位

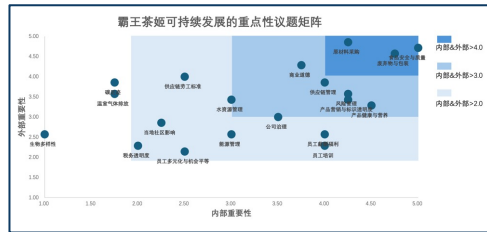


收集数据



内部	门店员工	8%
	总部职能部门员工	7%
	股东/投资者	18%
	加盟商	7%
	内部总计	40%
外部	消费者	20%
	包材等物料供应商	5%
	原材料供应农户	5%
	政府/监管机构	15%
	人权NGO	5%
	环保NGO	5%
	评级组织	5%
外部总计		60.00%

序号	类别	议题	内部重要性	外部重要性
1	E	能源管理	2.78	2.50
2		水资源管理	3.68	2.33
3		废弃物与包装	2.80	3.58
4		温室气体排放	2.88	2.83
5		碳足迹	3.33	3.08
6		原材料采购	2.70	3.67
7		生物多样性	2.80	2.25
8		产品健康与营养	2.63	3.00
9		食品安全与质量	4.65	4.33
10		员工培训	3.48	1.92
11	S	员工多元化与机会平等	2.50	1.75
12		员工薪酬福利	3.13	1.67
13		供应链管理	3.70	2.50
14		供应链劳工标准	2.08	2.75
15		产品营销与标识透明度	3.60	3.50
16	G	当地社区影响	1.70	2.25
17		公司治理	4.03	2.17
18		商业道德	4.05	3.17
19		税务透明度	2.70	2.00
20		风险管理	3.68	2.17



序号	分类	权重比	内部					利益相关方										外部统计	
			8%	7%	18%	7%	内部统计		20%	外部					15%	5%	5%		
			议题	门店员工	总部员工	股东/投资者	加盟商	平均	加权	消费者	包材等供应商	原材料供应商	农户	政府/监管机构	人权NGO	环保NGO	评级组织	平均	加权
1	E	能源管理	1	4	3	3	2.75	2.78	1	1	1	5	1	4	4	2.43	2.50		
2		水资源管理	1	2	5	5	3.25	3.68	1	1	5	3	1	5	3	4.57	2.33		
3		废弃物与包装	2	3	3	3	2.75	2.80	4	5	1	4	1	5	3	3.57	3.58		
4		温室气体排放	1	2	4	3	2.50	2.88	1	2	2	5	1	5	5	3.86	2.83		
5		碳足迹	1	2	5	3	2.75	3.33	2	2	1	5	1	5	5	4.86	3.08		
6		原材料采购	1	1	4	3	2.25	2.70	4	3	5	3	3	4	4	2.57	3.67		
7		生物多样性	1	1	5	1	2.00	2.80	2	1	5	1	3	5	2	3.29	2.25		
8		产品健康与营养	2	1	3	4	2.50	2.63	5	1	1	3	2	1	2	4.71	3.00		
9		食品安全与质量	5	3	5	5	4.50	4.65	5	5	4	5	2	2	4	2.29	4.33		
10		员工培训	5	5	2	4	4.00	3.48	2	1	1	2	4	1	2	2.14	1.92		
11	S	员工多元化与机会平等	5	5	1	1	3.00	2.50	2	1	1	1	5	1	2	2.57	1.75		
12		员工薪酬福利	5	5	2	2	3.50	3.13	1	1	1	2	5	1	2	3.86	1.67		
13		供应链管理	2	1	5	5	3.25	3.70	1	5	3	3	3	3	3	4.00	2.50		
14		供应链劳工标准	1	2	3	1	1.75	2.08	2	3	4	2	5	2	5	3.43	2.75		
15		产品营销与标识透明度	2	3	4	5	3.50	3.60	5	2	1	4	2	3	2	2.86	3.50		
16	G	当地社区影响	1	4	1	2	2.00	1.70	2	1	5	2	4	2	1	3.00	2.25		
17		公司治理	1	4	5	5	3.75	4.03	1	3	1	3	3	1	5	4.29	2.17		
18		商业道德	2	5	5	3	3.75	4.05	2	5	4	4	3	2	4	2.29	3.17		
19		税务透明度	1	2	4	2	2.25	2.70	1	1	1	4	2	1	3	3.57	2.00		
20		风险管理	1	3	5	4	3.25	3.68	1	3	1	3	2	3	4	2.43	2.17		

调查结果

序号	分类		利益相关方															
			内部				内部统计		外部								外部统计	
		权重比	8%	7%	18%	7%			20%	5%	5%	15%	5%	5%	5%			
		议题	门店员工	总部员工	高管/股东	加盟商	平均	加权	消费者	包材等物料供应商	原材料供应农户	政府/监管机构	人权NGO	环保NGO	评级组织	平均	加权	
1	E	能源管理	1	4	3	3	2.75	2.78	1	1	1	5	1	4	4	2.43	2.50	
2		水资源管理	1	2	5	5	3.25	3.68	1	1	5	3	1	5	3	4.57	2.33	
3		废弃物与包装	2	3	3	3	2.75	2.80	4	5	1	4	1	5	3	3.57	3.58	
4		温室气体排放	1	2	4	3	2.50	2.88	1	2	2	5	1	5	5	3.86	2.83	
5		碳足迹	1	2	5	3	2.75	3.33	2	2	1	5	1	5	5	4.86	3.08	
6		原材料采购	1	1	4	3	2.25	2.70	4	3	5	3	3	4	4	2.57	3.67	
7		生物多样性	1	1	5	1	2.00	2.80	2	1	5	1	3	5	2	3.29	2.25	
8	S	产品健康与营养	2	1	3	4	2.50	2.63	5	1	1	3	2	1	2	4.71	3.00	
9		食品安全与质量	5	3	5	5	4.50	4.65	5	5	4	5	2	2	4	2.29	4.33	
10		员工培训	5	5	2	4	4.00	3.48	2	1	1	2	4	1	2	2.14	1.92	
11		员工多元化与机会平等	5	5	1	1	3.00	2.50	2	1	1	1	5	1	2	2.57	1.75	
12		员工薪酬福利	5	5	2	2	3.50	3.13	1	1	1	2	5	1	2	3.86	1.67	
13		供应链管理	2	1	5	5	3.25	3.70	1	5	3	3	3	3	3	4.00	2.50	
14		供应链劳工标准	1	2	3	1	1.75	2.08	2	3	4	2	5	2	5	3.43	2.75	
15		产品营销与标识透明度	2	3	4	5	3.50	3.60	5	2	1	4	2	3	2	2.86	3.50	
16		当地社区影响	1	4	1	2	2.00	1.70	2	1	5	2	4	2	1	3.00	2.25	
17	G	公司治理	1	4	5	5	3.75	4.03	1	3	1	3	3	1	5	4.29	2.17	
18		商业道德	2	5	5	3	3.75	4.05	2	5	4	4	3	2	4	2.29	3.17	
19		税务透明度	1	2	4	2	2.25	2.70	1	1	1	4	2	1	3	3.57	2.00	
20		风险管理	1	3	5	4	3.25	3.68	1	3	1	3	2	3	4	2.43	2.17	

调查结果统计

权重分配

内部	门店员工	8%
	总部职能部门员工	7%
	高管/股东/投资者	18%
	加盟商	7%
	内部总计	40%
外部	消费者	20%
	包材等物料供应商	5%
	原材料供应农户	5%
	政府/监管机构	15%
	人权NGO	5%
	环保NGO	5%
	评级组织	5%
	外部总计	60.00%

加权平均

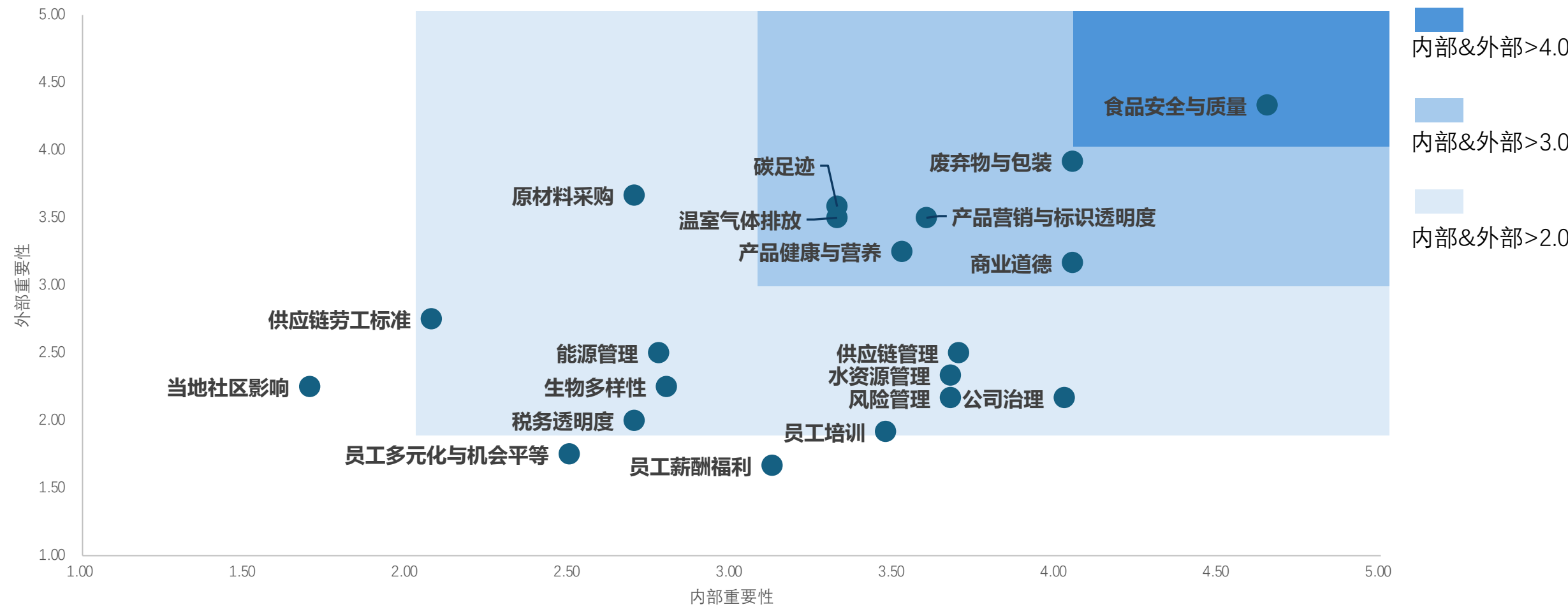


序号	类别	议题	内部重要性	外部重要性
1	E	能源管理	2.78	2.50
2		水资源管理	3.68	2.33
3		废弃物与包装	2.80	3.58
4		温室气体排放	2.88	2.83
5		碳足迹	3.33	3.08
6		原材料采购	2.70	3.67
7		生物多样性	2.80	2.25
8	S	产品健康与营养	2.63	3.00
9		食品安全与质量	4.65	4.33
10		员工培训	3.48	1.92
11		员工多元化与机会平等	2.50	1.75
12		员工薪酬福利	3.13	1.67
13		供应链管理	3.70	2.50
14		供应链劳工标准	2.08	2.75
15		产品营销与标识透明度	3.60	3.50
16		当地社区影响	1.70	2.25
17	G	公司治理	4.03	2.17
18		商业道德	4.05	3.17
19		税务透明度	2.70	2.00
20		风险管理	3.68	2.17

- 1. 霸王茶姬作为面向C端的快消品牌，外部利益相关方的压力通常大于内部，因此外部权重更高。
- 2. 消费者决定了议题的“外部重要性”，而管理层决定了议题的“内部战略意义”。给两者最高权重可以确保矩阵的科学性。

议题定位矩阵图

霸王茶姬议题矩阵图



重要议题定位

极其重要议题

食品安全与质量

供应链管理

产品健康与营养

产品营销与标识透明度

废弃物与包装

原材料采购

重要议题

公司治理

风险管理

商业道德

温室气体排放

碳足迹

水资源管理

员工培训

一般重要议题

生物多样性

能源管理

员工薪酬福利

员工多元化与机会平等

供应链劳工标准

税务透明度

当地社区影响

分类依据基于综合得分
极其重要： 位于矩阵的右上角区域。这些议题直接关乎企业的生存底线（如食安）或核心差异化战略（如健康、营销）

重要议题： 位于矩阵的中间区域。这些是企业合规运营的必要条件，或者是环境（E）和治理（G）层面的关键支撑项。 阈值参考： 综合得分在 2.5 - 3.49 之间

一般重要： 位于矩阵的左下角区域。这些议题虽然需要关注，但目前不是核心风险点，或者属于合规性的一般要求。 阈值参考： 综合得分 < 2.5。

08

ESG战略支柱 与实施路径

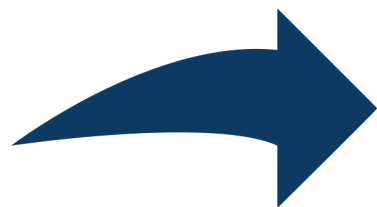


CHAGEE
霸王茶姬

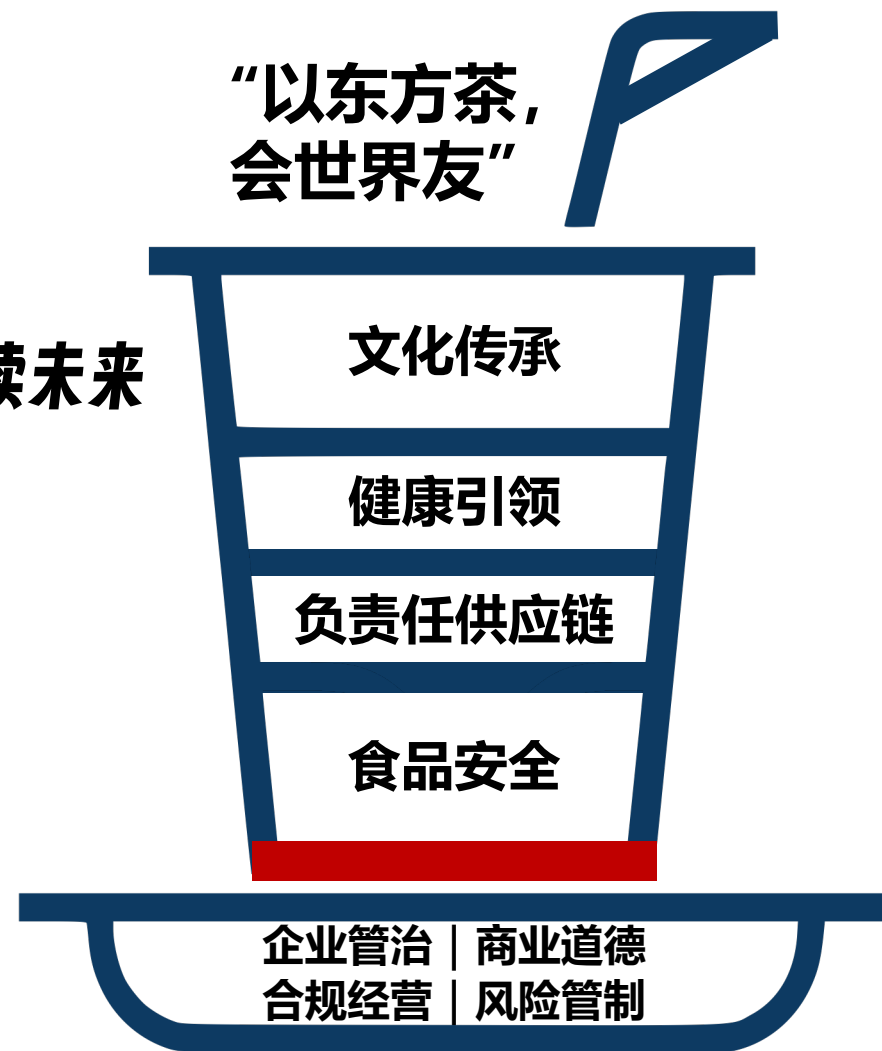
“以东方茶，会世界友”



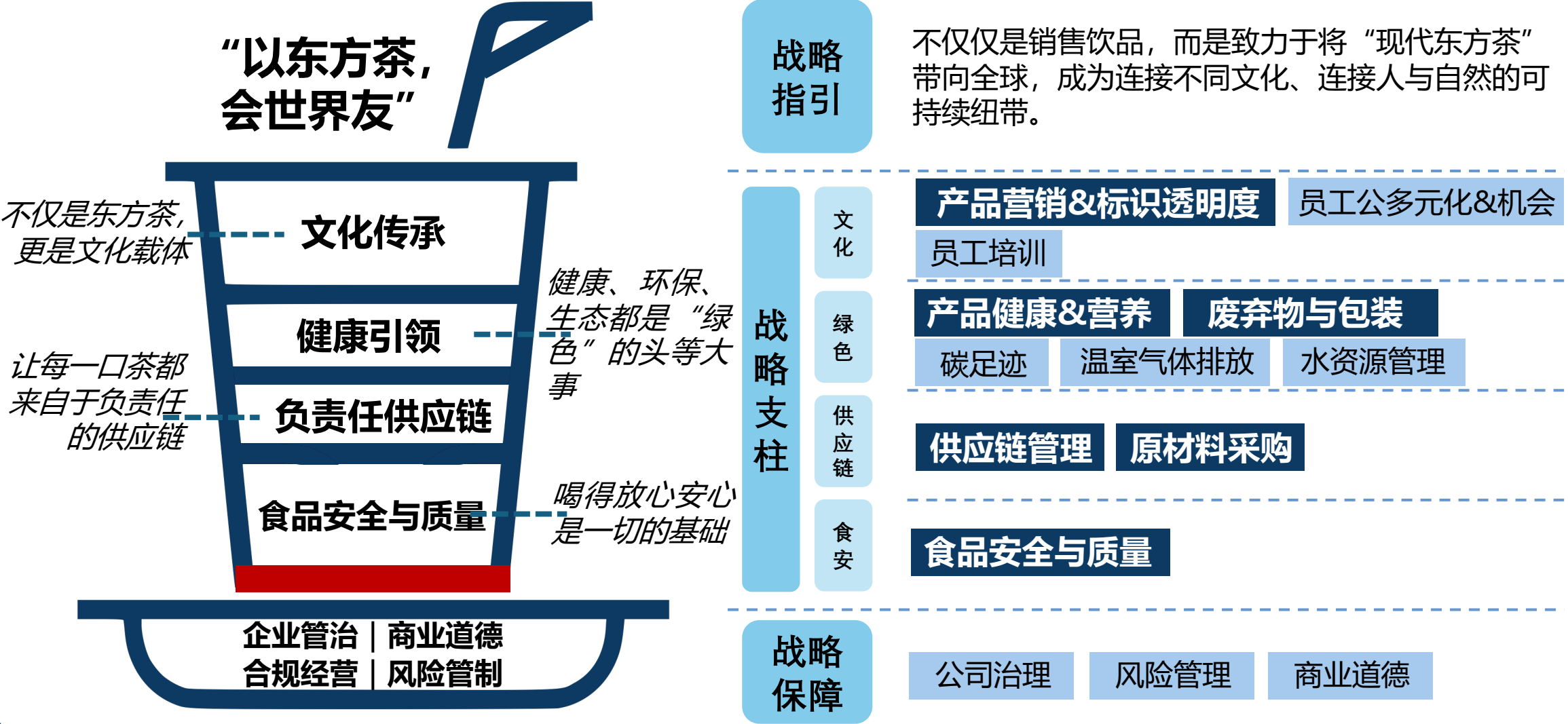
从一杯东方茶
到连接世界的可持续未来



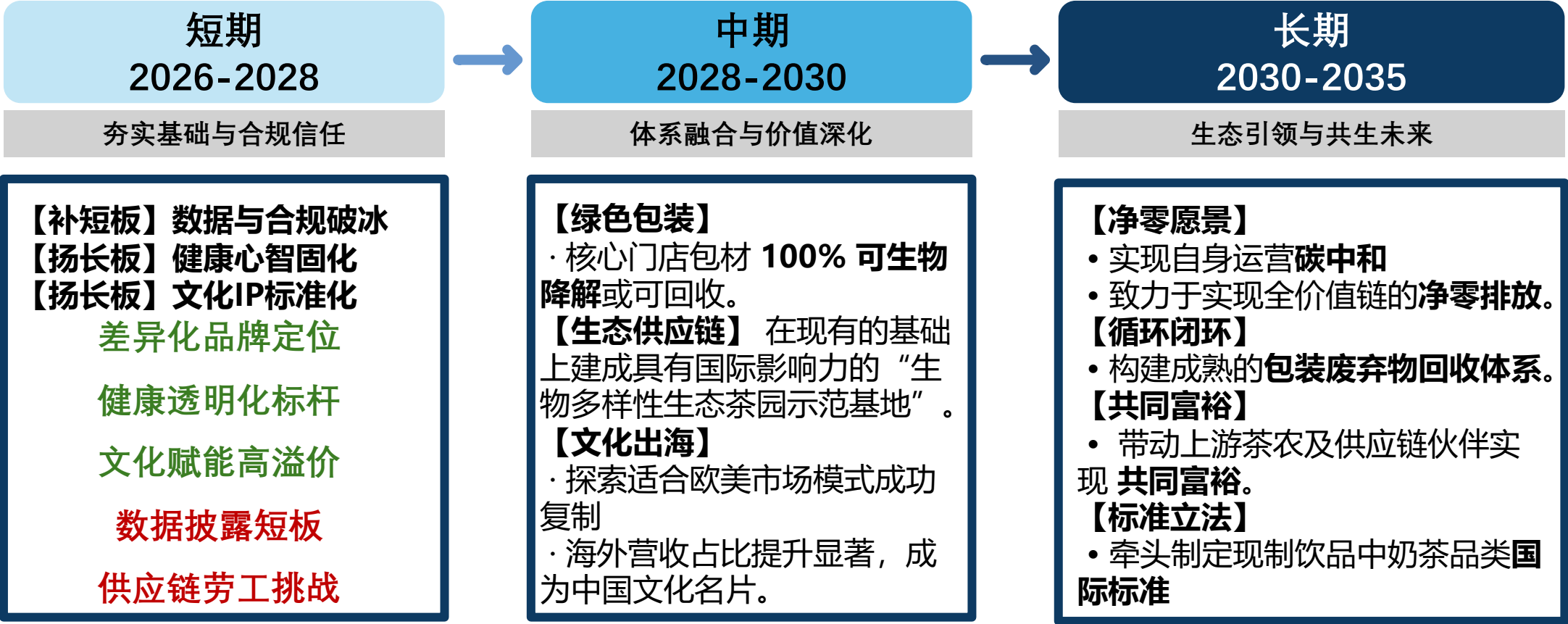
“以东方茶，
会世界友”



ESG战略-从一杯东方茶，到看得见的全链路责任生态



ESG战略目标与路径



ESG战略目标与路径

短期
2026-2028

夯实基础与合规信任

【补短板】数据与合规破冰

【扬长板】健康心智固化

【扬长板】文化IP标准化

差异化品牌定位 | 健康透明化标杆 | 文化赋能高溢价

数据披露短板 | 供应链劳工挑战

战略支柱

文化

【非遗标准化】制定《非遗元素门店应用手册》，将非遗技艺从营销联名转化为标准化的门店空间设计语言。

【人才体系】启动“茶文化青年传承人”人才培养计划，建立内部茶艺师分级认证体系，提升员工专业归属感。

【多元包容】设立“多元就业”专项，承诺在门店端提供至少1%的岗位给听障人士或特殊群体。

【内化价值观】开展全员ESG文化培训，将“长期主义”与“以茶会友”的价值观纳入新员工入职必修课。

绿色

【碳底数盘查】部署ESG数字化管理系统，完成全集团（总部、工厂、门店）的Scope 1 & 2碳排放基线盘查。（蜜雪、奈雪均在上市后一年完成）

【包材去塑】在核心城市门店率先完成100% PLA或纸基吸管/杯盖的切换。（目前已在香港完成）

【节能改造】对高能耗的老旧门店设备进行能效摸排，并在新店全面导入一级能效设备标准。

【废弃物管理】建立门店废弃物分类处理台账，试点“茶渣回收”初级项目（如茶渣除味包赠送）。（星巴克在所有门店的咖啡渣赠送）

供应链

【风险筑底】发布强制性《供应商行为准则 (CoC)》，对一级供应商开展劳工权益与商业道德合规审核（重点解决劳工风险）。

【原产地溯源】建立茶叶与鲜奶的供应商数字化名录，实现核心原料100%可追溯至产地县域。（蜜雪2年完成供应链的数字化）

【本地化采购】在海外市场启动“本地化采购”试点，降低物流碳排放，支持当地社区经济。（蜜雪在出海时供应链先行）

【健康原料】协同研发部门，全面剔除原料中的植脂末与反式脂肪酸，签署“清洁标签”原料承诺书。

食安

【健康透明化】核心产品100%覆盖“产品身份证 2.0”与“营养分级 (ABCD)”，并推动其成为团体标准。

【红线机制】建立食品安全负面清单，实施飞行检查制度，违规门店惩治制度甚至关停

【数字化食安】全球门店上线AI视频监控系统，对洗手消毒、效期管理等关键动作进行24小时智能抓拍。（瑞幸用1年时间完成门店无死角数字化监控）

【认证体系】推动自有工厂及核心代工厂通过ISO 22000或FSSC 22000食品安全管理体系认证。

体系标准化与人才内功夯实

数据体系与碳数据基线构建

劳工风险合规与责任筑底

健康可视化与信任壁垒建立

ESG战略目标与路径

中期
2028-2030

体系融合与价值深化

【绿色包装】 在全球核心市场实现门店包材 100% 可生物降解或可回收，彻底去塑化。

【生态供应链】 在现有的基础上建成具有国际影响力的“生物多样性生态茶园示范基地”。

【文化出海】 探索适合欧美市场模式成功复制，海外营收占比提升显著，成为中国文化名片。

战略支柱

文化

【文化出海】 依托 TEA BAR 旗舰店模式，探索适合亚洲外市场的商业模式，成功进驻欧美主流市场（纽约/巴黎），输出“现代东方茶社交”生活方式。

【跨界外交】 设立“全球茶文化交流基金”，每年资助 5-10 个中外艺术家跨界合作项目，提升品牌国际格调。

【员工福祉】 建立具有行业竞争力的全面薪酬福利体系，将门店店长流失率降低至行业平均水平以下。并进一步向行业标杆看齐。

文化出海与品牌价值溢价

绿色

【低碳目标】 设定并验证科学碳目标，通过降低排放，将自身运营碳排放强度较基准年下降 30%。

【绿色门店】 发布《霸王茶姬绿色门店建设标准》，新开门店 100% 采用环保装修材料与节能照明系统。

【水资源管理】 在门店端引入智能节水系统，在茶叶加工端推广水循环利用技术，降低单位产品水耗。

【物流优化】 优化仓储物流网络，在干线运输中提升新能源物流车辆的使用占比。

运营深度减碳与绿色门店普及

供应链

【生物多样性】 在材料原产地建成个具有国际影响力的“生态茶园示范基地”，实施生物多样性修复项目。

【减碳赋能】 辅助核心供应商制定减碳路线图，并提供技术支持。

【智慧农业】 在上游茶园引入智能化监测与精准施肥技术，减少 20% 的化肥农药使用，保护土壤健康。

【公平贸易】 尝试引入公平贸易或雨林认证原料，提升品牌道德溢价。

气候韧性构建与绿色转型赋能

食安

【低 GI 战略】 联合科研机构，研发并推出全线“低 GI (低升糖指数)”认证产品，引领健康茶饮新标准。

【预测性风控】 利用大数据建立食安风险预警模型，从“事后追责”转向“事前预防”。

【个性化健康】 基于会员健康数据（在合规前提下），提供个性化的控糖、控卡点单建议服务。

【全链条透明】 向消费者开放“透明工厂”与“透明茶园”云直播，建立可视化的信任闭环。

科技化风控与健康标准引领

ESG战略目标与路径

长期
2030-2035

生态引领与共生未来

- 【净零愿景】实现自身运营**碳中和**并致力于实现全价值链的**净零排放**。
- 【循环闭环】构建成熟的**包装废弃物回收体系**，力求实现废弃物“零填埋”。
- 【共同富裕】带动上游茶农及供应链伙伴实现**共同富裕**，成为乡村振兴的国际级商业案例。
- 【标准立法】牵头制定现制饮品中奶茶品类**国际标准**，掌握行业定义权

战略支柱

文化

- 【全球IP】霸王茶姬成为“东方生活方式”的全球代名词（对标星巴克之于咖啡文化），拥有世界级的文化影响力，力求实现超出品牌产品本身的文化价值。
- 【教育赋能】建立“霸王茶姬全球茶学院”，向全行业输出茶文化与可持续管理人才。
- 【社区共融】在全球核心社区建立“社区茶室”，成为连接社区邻里关系的第三空间。
- 【精神健康】倡导“慢下来，喝杯茶”的心理健康理念，关注现代都市人的精神疗愈。

全球东方生活方式定义者

绿色

- 【运营碳中和】实现全球运营层面（Scope 1 & 2）的碳中和，100% 使用可再生能源（绿电）。
- 【循环闭环】构建成熟的“Cup-to-Cup”包装废弃物回收体系，实现门店废弃物“零填埋”。
- 【绿色建筑】全球旗舰店100% 获得 LEED 金级或铂金级绿色建筑认证。
- 【自然正向】企业运营对环境的影响从“减少破坏”转向“自然正向（Nature Positive）”。

运营碳中和与循环经济闭环

供应链

- 【净零供应链】推动全价值链（Scope 3）迈向净零排放，将供应链转变为“碳汇”。
- 【再生农业】上游供应链全面转型“再生农业”，修复土壤生态，提升固碳能力。
- 【共同富裕】带动上游数十万茶农实现收入翻番，成为乡村振兴与共同富裕的国际级商业案例。
- 【茶渣价值化】深度开发茶渣资源化技术（如生物基板材、有机肥），实现全产业链无废。

生态再生农业与全价值链共生

食安

- 【国际标准】牵头制定 ISO 级别的《可持续限制饮品》国际标准，掌握行业定义权。
- 【精准营养】结合生命科学技术，探索精准营养饮料产品前沿领域，满足全生命周期的健康需求。
- 【区块链溯源】建立基于区块链的全球食品信任网络，实现数据不可篡改的终极透明。
- 【韧性系统】构建能够应对极端气候与全球供应链中断的超强韧性供应与食安体系。

国际标准制定与终极透明

CHAGEE 东方茶饮，可持续未来



从一杯东方茶，
到看得见的全链路责任生态



Thanks

CHAGEE
霸王茶姬