

酒旅行业ESG白皮书

摘要

本白皮书聚焦酒旅行业，洞察ESG发展脉络。从行业的发展规模与碳排放现状，到ESG实践的政策、目标与实践路径，深入探讨核心议题，辅以头部企业案例。以专业视角解码酒旅行业可持续发展密码，为企业绿色转型、行业生态优化提供思路，助力酒旅业在ESG浪潮中锚定方向，迈向高质量、可持续未来。



PREFACE

前言

在气候变化加剧、资源约束的趋紧下，随着消费者对绿色体验需求的攀升，以及监管与市场的双重驱动，酒旅行业作为与环境、社会深度交融的典型产业，其ESG实践不再是选答题，而是关乎生存与竞争力的必答题。

本白皮书聚焦酒旅行业ESG发展，开篇以行业概览切入，剖析酒旅行业规模格局，揭示碳排放等环境影响，梳理产业链价值逻辑，明晰行业可持续发展根基。第二章深入ESG实践，从政策引领看行业规范方向，对比国内外酒店减碳目标差异，呈现企业ESG披露与实践现状，展现行业在环境责任、社会责任履行中的探索。第三章聚焦核心议题，挖掘酒旅行业在碳中和路径、供应链ESG管理、社区共生等关键领域的痛点与机遇，尝试探寻破局思路。第四章以案例为镜，选取希尔顿、万豪、安岚、携程等不同类型的企业，解码其ESG实践策略与成效，为行业提供可借鉴范式。

期望通过对酒旅行业ESG多维度的梳理与解析，助力企业理解ESG价值，明确实践方向，推动行业构建更健康、更具韧性的可持续发展生态，在绿色转型浪潮中把握机遇，实现经济价值与社会价值的共生共赢，为酒旅行业高质量发展注入ESG动能。

ANALYST

研究员

- | | |
|----------------|--|
| 林鑫成 | 高级注册ESG分析师：24RZQLKC005032A |
| 张红英 | 国际通用ESG高级分析师：SH5341FBA0326
国际通用ESG策略师：SH5341FCA0317 |
| 孙健 | CFA ESG证书：105482050
碳管理师：CHINAETSCM20240010078 |
| 王远飞 | 高级注册ESG分析师：24RZQLKC005075A |
| 田祖旭 | CFA ESG证书：107441279 |
| Bo Pang Aldrin | 高级注册ESG分析师：25RZQLKC000417A |

CONTENTS

目录



第一章 酒店行业概览

07 酒店行业的碳排放情况

09 酒店行业的价值链

第二章 酒店行业的ESG实践

15 酒店行业的ESG政策

18 国内外酒店的碳减排目标

20 酒店行业的ESG披露情况

23 酒店龙头的ESG实践

第三章 酒旅行业的ESG核心议题

第四章 酒旅行业的ESG案例

43 希尔顿集团

58 万豪国际集团

69 安岚酒店

73 携程集团



第一章 酒店行业概览

随着全球经济的不断发展和人民生活水平的提高，酒店行业已经从单一的提供住宿功能向为旅客提供住宿、餐饮、会议展览和娱乐服务等多种服务的多元化、个性化、智能化服务转变的过程。作为服务业的重要组成部分，当前酒店行业已形成高端奢华酒店、商务酒店、经济型酒店和度假酒店等多样化的细分市场。

第一节 酒店行业的碳排放情况

从市场规模来看，全球酒店行业的年收入已超过 6000 亿美元。中国作为全球最大的旅游市场之一，酒店行业的规模巨大。据《2025 中国酒店业发展报告》显示，截至 2024 年 12 月 31 日，中国酒店业门店数量达 34.87 万家，客房数 1764 万间。其中，经济型酒店的数量占比约 75%。

在酒店类型的分类上，从高端豪华型酒店，以其精致奢华的设施、个性化的顶级服务，满足高要求、高消费能力的客户群体，追求极致的品质体验；到中端商务型酒店，侧重于为商务旅行者提供便捷高效的办公环境、舒适的住宿以及适宜的社交场所，精准定位商务出行需求；再到经济型快捷酒店，聚焦于提供基础、干净、实惠的住宿服务，迎合追求性价比的大众游客与短期出差人士。不同类型的酒店在价值链中各有侧重，高端酒店注重品牌塑造、服务创新与资源整合，以提升附加值；经济型酒店则更强调成本控制、运营效率，在有限资源下最大化满足基本需求，它们共同构成了酒店行业丰富多元的格局，各自依据市场定位在价值链的不同环节发力，为消费者创造差异化价值。

根据联合国世界旅游组织（UNWTO）的数据显示，酒店业对全球碳排放的贡献率维持在 1% 左右。

酒店行业的碳排放一般分成直接碳排放和间接碳排放两类。直接碳排放，如酒店厨房烹饪设备使用天然气产生的排放、空调制冷供暖设备产生的排放等，由酒店自身运营过程中直接燃烧化石燃料产生的碳排放；间接碳排放，如酒店运营所消耗的外购电力，在发电过程中产生的碳排放，以及酒店日常运营所消耗的水资源以及污水排放处理过程中产生的因酒店运营而间接产生的碳排放，这是酒店行业日常运营中的主要碳排放。

按照碳排放范围分类来说，酒店行业范围 1、范围 2、范围 3 的碳排放占比可能因酒店规模、类型、地理位置、能源使用方式以及供应链结构的不同而有所差异。不过，根据行业研究和全球酒店行业的平均数据，酒店不同范围碳排放占酒店总体碳排放的比例可以参考下表。

表 1：全球酒店行业各范围碳排放的占比

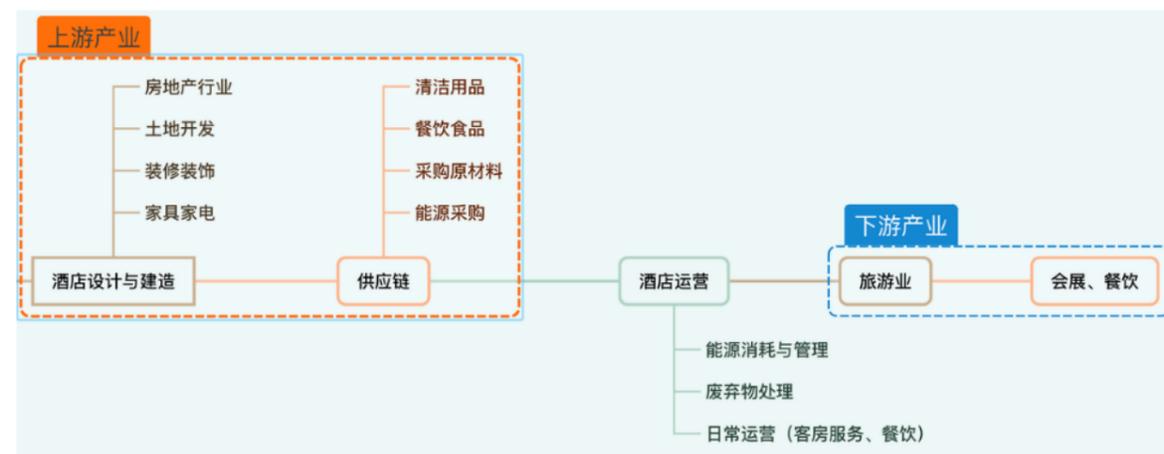
范围	占比	具体说明
范围 1	10% - 30%	<ol style="list-style-type: none"> 锅炉和供暖设备：使用天然气、煤炭或其他燃料进行供暖或热水供应。 自有车辆：酒店自有的车辆（如接送客人的车辆、物流运输车辆）使用燃料所产生的排放。 制冷剂泄漏：空调系统、冷库或冷藏设备中制冷剂的使用和泄漏。 厨房设备：燃气灶、烤箱等使用化石燃料的设备。
范围 2	40% - 60%	<ol style="list-style-type: none"> 电力消耗：酒店运营过程中使用的电力，包括客房照明、空调、电梯、洗衣房设备等。 集中供热或制冷：来自地方政府提供的集中供热系统的能源使用，特别是在大型连锁酒店中。 可再生能源：如果酒店从外部购买绿色电力，也计入范围 2，但可视为“零碳排放”。
范围 3	20% - 50%	<ol style="list-style-type: none"> 供应链相关排放： <ul style="list-style-type: none"> 酒店采购的食品、饮料、家具、床上用品等的生产和运输过程产生的碳排放。 建筑材料（如水泥、钢材）在建设阶段的碳排放。 客户相关排放： <ul style="list-style-type: none"> 客户前往酒店的交通工具（飞机、火车、汽车）所产生的排放。 客人在酒店内的行为（如长时间用水、过度使用空调）。 废弃物管理： <ul style="list-style-type: none"> 酒店运营过程中产生的垃圾（食品垃圾、塑料垃圾）处理的排放。 废水处理的能源消耗及相关排放。 员工通勤：员工日常上下班的交通工具产生的排放。

不同类型酒店的碳排放结构存在显著差异。经济型酒店因规模小、设备少，燃料使用有限，故范围 1 排放低，而电力需求集中，使范围 2 排放占比最高；中高端酒店因自有设施多、设备能耗大，范围 1、2 排放均处于中等偏高，同时高端供应链和服务衍生的间接排放，拉高了范围 3 占比；度假村酒店因需维持大规模运营，自有设备多，范围 1 排放较高，虽部分使用可再生能源使范围 2 占比适中，但丰富的活动和复杂供应链，导致其范围 3 排放远超其他两类酒店。

第二节 酒店行业的价值链

随着时代的推进，酒店行业已不局限于传统的住宿服务范畴，而是形成了一条涵盖资源开发、品牌塑造、运营管理、客户服务等多个环节的复杂价值链。这条价值链串联起前端的设计建造到后端的客户体验提升，每个环节都有可持续发展的潜力与价值创造空间。

图 1：酒店行业的价值链



一、上游产业价值链分析

酒店行业上游产业环节的价值链活动涵盖了多个方面。这些环节主要包括酒店建设、酒店设备及用品供应采购、食材供应与采购等，这些环节中的价值链活动对酒店行业的可持续发展具有重要影响。

1. 酒店建设

选址与规划：酒店的选址对其长期运营的环境和社会影响至关重要。通常来说合理的选址可以减少对自然生态系统的破坏，同时考虑周边社区的发展需求。例如，选择在城市更新区域或棕地进行建设，有助于推动区域的可持续发展。在规划方面，注重与当地环境和文化的融合，打造具有特色的建筑风格，避免千篇一律的设计，以提升酒店的吸引力和竞争力。

建筑材料与能源效率设计：在酒店建设阶段，合理应用环保且可持续的建筑材料是实现节能减排与绿色发展的关键举措。应优先考虑采用低碳、可再生、可回收且生产能耗低的材料，像本地生产的木材、低碳砖石、低碳混凝土、回收玻璃等。选用本地材料不仅能够有效减少因长途运输而产生的碳排放。

此外，酒店行业还需贯彻**节能设计理念**。例如，通过精准优化建筑朝向，实现自然采光与通风效果的最大化，减少人工照明与机械通风的使用频率，从而降低能源消耗。同时，在屋面、外墙等关键部位安装高效隔热材料，能有效减少室内外热量交换，降低空调系统的负荷，进而降低酒店运营后的能源消耗，全方位提高能源利用效率，实现酒店建筑在材料应用与能源效率方面的科学合理发展。又如，在设计中融入节能节水技术，太阳能热水系统、雨水回收装置和高效隔热技术等，为日后的运营节约成本，减少环境负担。

2. 设备及用品供应

环保设备采购：酒店会采购大量的设备，如空调、电梯、照明系统等。优先选择节能、低排放的设备，例如采用能效等级高的空调系统、LED 照明灯具等，可降低酒店的能源消耗和温室气体排放。一些先进的设备还具备智能控制功能，可根据实际使用情况自动调节运行状态，进一步提高能源利用效率。

可持续用品供应：酒店用品的供应也涉及到 ESG 因素。例如，采购可降解、环保型的洗漱用品、床上用品和清洁用品等，减少一次性塑料制品的使用，降低对环境的污染。同时，选择质量可靠、耐用的用品，延长其使用寿命，减少资源浪费。

3. 食材供应

本地与可持续食材采购：食材供应是酒店运营的重要环节。优先选择本地供应商，缩短食材运输距离，减少运输过程中的碳排放，同时支持当地农业发展，促进社区经济繁荣。此外，注重采购可持续生产的食材，如有机农产品、遵循可持续渔业标准的海鲜等，确保食材的生产过程对环境友好，减少对自然资源的过度消耗。

供应链管理与质量控制：建立严格的供应链管理体系，确保食材的质量安全和可追溯性。对供应商进行评估和审核，要求其遵守相关的环境和社会标准，如不使用童工、保障劳动者权益等。通过有效的供应链管理，酒店可以降低食品安全风险，同时推动整个供应链的可持续发展。

4. 能源采购环节

在能源采购阶段，优先采购风能、太阳能、水能等可再生能源，可显著降低酒店运营过程中的碳排放。例如，与当地的太阳能发电企业合作，使用太阳能电力供应部分酒店设施，不仅能减少对传统化石能源的依赖，还能为应对全球气候变化贡献力量。这种清洁能源采购策略，也符合当下社会对可持续能源利用的倡导，有助于提升酒店的社会形象。同时，与供应商签订长期稳定的合作协议，确保能源供应的可靠性和稳定性，为酒店的持续运营提供保障。

二、中游运营环节价值链分析

1. 废弃物管理与资源循环利用

酒店行业每日运营过程中会产生大量的固体废弃物和食品垃圾，因此建立高效的废弃物管理体系至关重要。首先，在建筑规划阶段可引入垃圾分类及回收设施，例如设置专门的可回收垃圾存放区，提高塑料、纸张、金属等可回收材料的再利用率。其次，在厨房和餐饮区推动食品垃圾的有机处理，如利用厨余垃圾堆肥或与当地生物燃料企业合作，将废弃食材转化为可再生能源。此外，酒店还可采用智能垃圾处理系统，通过大数据分析优化废弃物分类和回收策略，减少垃圾填埋和焚烧的比例，实现资源的循环利用。

2. 客房服务和餐饮环节

在客房服务方面，酒店积极营造环保氛围，鼓励客人深度参与环保行动。精心为客人提供高品质、可重复使用的洗衣袋，其材质选用耐用且环保的布料，不仅能满足客人洗衣需求，还大大减少了一次性塑料洗衣袋的使用；同时，配备可循环利用的木质或竹制衣架，摒弃传统的一次性塑料衣架，从细节处践行环保理念。此外，在每间客房内醒目位置放置设计精美的环保提示卡，用温馨且富有感染力的

语言，倡导客人在入住期间减少床单、毛巾的不必要更换频率，既节约用水用电，又降低了酒店洗涤过程中的能源消耗与化学药剂使用。

在餐饮环节，酒店始终秉持绿色发展理念。食材采购时，优先与当地农户及有机食材供应商建立长期合作关系，精心挑选本地、有机、可持续生产的新鲜食材。这一举措不仅能有效减少食材长途运输过程中产生的碳排放，还能切实支持当地农业经济发展，助力乡村振兴。在日常运营中，大力推广绿色餐饮理念，通过在餐厅设置宣传展板、服务员温馨提醒等方式，引导客人适量点餐，减少食物浪费。对于剩余食物，酒店建立了完善的处理机制，将可食用的部分仔细筛选、包装后，及时捐赠给当地慈善机构，帮助有需要的人群；不可食用的部分则通过专业的堆肥处理，转化为有机肥料，实现资源的循环利用。同时，酒店后厨不断优化餐饮服务流程，运用智能管理系统合理安排烹饪设备的使用时间，避免空转与能源浪费，进一步提高能源利用效率，降低能源消耗。

三、下游产业价值链分析

1. 旅游业

旅游业涉及大量的交通运输（航空、铁路、公路）、住宿以及旅游活动，导致较高的碳排放。企业可以通过推广低碳旅游（如绿色旅游路线、电动车租赁等）和使用可再生能源来降低环境影响。旅游景区、酒店和度假村的高耗水量及废弃物处理是关键挑战。引入智能水管理系统和垃圾分类回收机制是可行的 ESG 实践。旅游业对自然景区的开发可能影响生态环境，可通过建立生态保护基金、限制游客流量和推动生态旅游减少负面影响。

2. 会展与餐饮业

会展与餐饮业同样是酒店行业的重要下游产业，大型会议、展览活动往往涉及大量的能源消耗和碳排放，可通过采用碳中和会议模式、虚拟会议技术、减少一次性材料使用等方式降低影响。餐饮业的食物浪费问题突出，企业可通过精准采购、推行“零浪费厨房”、合作食品回收平台等措施优化资源利用。

第二章 酒店行业的ESG实践



在全球气候变化和中国“双碳”目标的背景下，国际及中国的酒店行业巨头们正积极响应，采取了一系列绿色低碳转型措施。

第一节 酒店行业的 ESG 政策

中国政府近年来出台了一系列与 ESG 相关的政策，旨在推动酒店行业的绿色转型和可持续发展。

表 2：中国酒店行业 ESG 政策列表

板块	发布方	政策名	主要内容
绿色建筑与节能减排	商务部、发改委、国资委、环保总局、国家旅游局、国标委等六部委	《绿色饭店等级评定规定》(2007)	该规定根据企业在提供绿色服务、保护环境等方面的表现，将绿色酒店分为五个等级，推动酒店行业的绿色转型。这一政策为酒店行业提供了明确的绿色标准，鼓励企业通过节能、减排、环保等措施提升自身的绿色等级。
	商务部、发改委、国资委、环保总局、国家旅游局、国标委等六部委	《绿色饭店国家标准》(2009)	该标准涉及绿色设计、安全管理、节能管理、环境保护、健康管理、绿色宣传等认证内容，为酒店行业的绿色运营提供了标准依据。酒店企业通过遵循这一标准，不仅能够提升自身的环保水平，还能增强市场竞争力。
	住房和城乡建设部	《绿色饭店建筑评价》国家标准(2022)	该标准对酒店行业进行绿色建筑评估，通过该评价体系的酒店将享受国家财政补贴，鼓励酒店行业采用绿色建筑标准。这一政策进一步推动了酒店行业在建筑设计、材料选择、能源利用等方面的绿色转型。
低碳转型与碳减排	国务院	《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》(2021)	该意见强调酒店住宿行业绿色低碳发展的重要性及必要性，推动酒店行业向低碳、环保方向转型。酒店企业通过实施节能减排措施，如使用可再生能源、提高能源利用效率等，积极响应国家“双碳”目标。
	商务部联合其他 21 个部门共同印发	《国内贸易流通“十四五”发展规划》(2022)	该规划提倡绿色消费，要求绿色酒店引领环保潮流，推动酒店行业在节能减排、资源循环利用等方面的实践。酒店企业通过推广绿色消费理念，不仅能够提升品牌形象，还能吸引更多环保意识强的消费者。
	国家标准委联合 11 个部门印发	《碳达峰碳中和标准体系建设指南》(2023)	该指南提出基本建成碳达峰碳中和标准体系，制修订不少于 1000 项国家标准和行业标准，为酒店行业的碳排放管理和绿色转型提供标准依据。酒店企业通过遵循这些标准，能够更好地管理和减少碳排放，助力国家实现碳达峰和碳中和目标。
	国家发展改革委	《国家碳达峰试点建设方案》(2023)	选择 100 个具有典型代表性的城市和园区开展碳达峰试点建设，探索不同资源禀赋和发展基础的城市和园区碳达峰路径，酒店行业作为试点的重要组成部分，将参与碳达峰实践。

板块	发布方	政策名	主要内容
社会责任与可持续发展	国家文化和旅游部	《“十四五”文化和旅游发展规划》(2022)	该规划提出推进文化和旅游业态融合，支持发展文化主题酒店，推动酒店行业在文化遗产与可持续发展方面的结合。酒店企业通过融入地方文化元素，不仅能够提升客户体验，还能促进地方文化的传承与发展。
	国家文化和旅游部	《国内旅游提升计划(2023—2025 年)》(2023)	该计划旨在释放旅游消费潜力，推动旅游业高质量发展，提升国内旅游市场的规模和品质，鼓励酒店行业在服务质量和可持续发展方面进行创新。酒店企业通过提升服务质量和实施可持续发展措施，能够更好地满足消费者需求，提升市场竞争力。
	国务院、中共中央办公厅	《质量强国建设纲要》(2023)	提出树立质量发展绿色导向，加快低碳零碳负碳关键核心技术攻关，推动高耗能行业低碳转型，酒店行业作为高能耗行业之一，被纳入重点转型领域。
碳排放管理与碳交易	生态环境部	《2021、2022 年度全国碳排放权交易配额总量设定与分配实施方案(发电行业)》(2023)	该方案建立全国碳市场的配额分配制度，保证碳市场健康平稳有序运行。虽然酒店行业目前未被纳入全国碳交易体系，但部分地区已开始将酒店纳入碳排放交易管理。例如，2024 年 4 月 15 日，北京市生态环境局、北京市统计局联合发布通知，公布纳入北京市碳排放权交易管理的 2023 年度碳排放单位名单，其中包括 21 家酒店企业。
	生态环境部、国务院	《碳排放权交易管理暂行条例》(2024)	该条例标志着我国碳排放权交易进入更加规范化、法治化阶段。虽然该条例主要覆盖的八大重点排放行业未包括酒店行业，但部分地区的试点工作已经将酒店行业纳入碳排放交易管理，预示着未来酒店行业可能面临更严格的碳排放管理要求。
节能降碳与绿色转型	生态环境部、国家发展改革委	《甲烷排放控制行动方案》(2023)	提出“十四五”和“十五五”期间甲烷排放控制目标，加强甲烷排放监测、核算、报告和核查体系建设，酒店行业作为甲烷排放的来源之一，将纳入甲烷排放控制范围。
	国务院	《2024—2025 年节能降碳行动方案》(2024)	该方案加强建材行业产能产量调控，推动水泥错峰生产常态化，鼓励尾矿、废石、废渣、工业副产石膏等综合利用。酒店行业作为高能耗行业之一，将面临更严格的节能降碳要求。酒店企业通过实施节能降碳措施，如使用节能设备、优化能源管理等，能够有效降低能耗和碳排放。
	中共中央、国务院	《关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》(2024)	该意见大力发展绿色低碳产业，加快数字化绿色化协同转型发展，推动文化产业高质量发展，促进文化和旅游深度融合。酒店行业将在绿色转型和文旅融合方面获得更多政策支持。酒店企业通过实施绿色转型措施，不仅能够提升自身的环保水平，还能促进地方经济和文化的可持续发展。

酒店行业作为高能耗行业，绿色建筑和节能减排是其 ESG 实践的重要组成部分。通过遵循《绿色饭店等级评定规定》和《绿色饭店国家标准》，酒店企业不仅能够提升自身的环保水平，还能享受国家财政补贴和政策支持。

此外，绿色建筑标准的实施有助于酒店企业降低运营成本，提高能源利用效率。在低碳转型与碳减排方面，酒店行业积极响应国家“双碳”目标，通过实施节能减排措施，如使用可再生能源、提高能源利用效率等，减少碳排放。随着《碳达峰碳中和标准体系建设指南》的发布，酒店行业将面临更严格的碳排放管理要求。酒店企业通过遵循这些标准，能够更好地管理和减少碳排放，助力国家实现碳达峰和碳中和目标。

在社会责任与可持续发展方面，酒店行业在 ESG 实践中不仅关注环境保护，还注重社会责任和可持续发展。通过融入地方文化元素，酒店企业能够提升客户体验，促进地方文化的传承与发展。此外，酒店企业通过提升服务质量和实施可持续发展措施，能够更好地满足消费者需求，提升市场竞争力。

在碳排放管理与碳交易方面，虽然酒店行业目前未被纳入全国碳交易体系，但部分地区的试点工作已经将酒店行业纳入碳排放交易管理。随着《碳排放权交易管理暂行条例》的实施，酒店行业未来可能面临更严格的碳排放管理要求。酒店企业通过实施碳排放管理措施，能够更好地应对未来的政策变化和市场挑战。

在节能降碳与绿色转型方面，酒店行业作为高能耗行业，节能降碳是其 ESG 实践的重要组成部分。通过实施节能降碳措施，如使用节能设备、优化能源管理等，酒店企业能够有效降低能耗和碳排放。此外，随着《关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》的发布，酒店行业将在绿色转型和文化旅游融合方面获得更多政策支持。

总体而言，中国酒店行业在 ESG 领域的实践不仅关注环境保护，还涵盖了社会责任和公司治理的多个方面。通过遵循国家政策，实施绿色建筑、节能减排、低碳转型等措施，酒店企业能够提升自身的环保水平，增强市场竞争力，助力国家实现碳达峰和碳中和目标。

第二节 国内外酒店的碳减排目标

万豪国际集团、希尔顿集团、洲际集团、雅高集团、凯悦集团等国际酒店集团纷纷设定了包含范围 3 碳减排的可持续发展目标，减少温室气体排放，并推动整个行业向低碳发展转型。中国本土酒店集团也在逐步跟进，锦江国际集团、华住酒店集团等领先企业已设定了明确的碳减排目标，并采取了具体的措施来推动绿色供应链建设和减少碳排放。

然而，大多数本土酒店集团，如格林酒店集团、亚朵集团、万达酒店及度假村等，缺乏具体的减排目标和措施，在可持续发展领域的参与度和透明度较低。

表 3：主要酒店集团的可持续发展目标

酒店集团	可持续发展目标及供应链碳减排措施	是否加入 SBTi 倡议
洲际酒店集团	实施了“绿色环保参与计划（IHG Green Engage）”，减少集团全球酒店的能源消耗量，达到降低碳排放的目标。 推出低碳先锋计划，将不使用化石燃料的节能酒店聚集在一起，并以可再生能源为基础。	否
万豪国际集团	2030 年，将范围 1 和范围 2 的绝对温室气体排放量较 2019 年基准年减少 46.2%；到 2030 年，在从燃料与能源相关活动、运营产生的废弃物、以及员工通勤和特许经营等活动中，将范围 3 的绝对温室气体排放量较 2019 年基准年减少 27.5%。在 2050 年实现其价值链中温室气体净零排放，将范围 1 和范围 2 的绝对温室气体排放量较基准年 2019 减少 90%，并将范围 3 的绝对温室气体排放量也同样减少 90%。 到 2025 年，100% 的酒店将达到可持续性标准。到 2025 年，650 家酒店获得 LEED 认证（“能源与环境设计先锋奖”）或同等认证。 要求所有十大类别（纺织品、动物蛋白、瓶装水、清洁食品用品、可可、咖啡、客房设施、纸制品、海鲜、糖）的合同供应商提供有关生产可持续性的信息。 到 2028 年，22% 的供应商——涉及商品和服务采购、资本货物、以及上游运输和分销等领域的排放，将制定以科学为基础的碳减排目标。	是

酒店集团	可持续发展目标及供应链碳减排措施	是否加入 SBTi 倡议
希尔顿集团	以 2008 年为基准，2030 年其旗下管理酒店及特许经营酒店碳排放强度分别降低 45.1%和 25.1%。 2023 年发布 4.5 万+份的会议碳足迹核算报告，为企业客户估算会议和活动的碳足迹。 持续拓展经认证的可持续产品采购网络，为酒店提供更多的可持续海产品和非笼养鸡蛋的本地供应商选择，在负责任采购的同时，减少因食材运输带来的碳排放。	是
雅高酒店集团	到 2030 年，绝对排放量减少 46%，目标是到 2050 年实现净零排放。探索可持续客房，减少建筑和运营中的碳排放。	是
凯悦酒店集团	到 2030 年（与 2019 年相比），将每平方米范围 1 和 2 的排放量减少 27.5%，将某些范围 3 的排放量减少 53%。 扩大负责任的采购范围，并专注于气候变化、森林砍伐等领域。 让主要供应商在 2025 年前设定科学目标，并减少更多的范围 3 排放。	是
香格里拉集团	到 2030 年，将范围 1 和范围 2 的绝对温室气体排放量较 2019 年基准年减少 50%，并将范围 3 的绝对温室气体排放量减少 50%。 到 2025 年，所有酒店将实现 100% 可持续采购，优先选择环保、低碳的供应商。 推动绿色建筑认证，目标是在 2030 年前将 50% 的酒店获得 LEED 认证或同等认证。 要求主要供应商在 2025 年前设定科学碳减排目标，并减少供应链中的碳排放。	是
锦江国际集团	到 2025 年，单位能耗降低 20%，碳排放强度下降 18%。 推动绿色供应链建设，优先选择环保、低碳供应商。 到 2030 年，范围 1 和范围 2 的温室气体排放量较 2019 年基准年减少 30%。 要求主要供应商在 2025 年前设定科学碳减排目标，并减少供应链中的碳排放。	是
华住酒店集团	到 2025 年，碳排放强度降低 30%，可再生能源使用比例提升至 20%。 推广绿色建筑和节能设备，减少供应链中的碳足迹。 到 2030 年，范围 1 和范围 2 的温室气体排放量较 2019 年基准年减少 40%。 要求主要供应商在 2025 年前设定科学碳减排目标，并减少供应链中的碳排放。	是
首旅如家酒店集团	到 2030 年，碳排放强度降低 40%，绿色酒店占比达到 50%。 推动供应商采用低碳技术，减少供应链中的能源消耗。 到 2025 年，可再生能源使用比例提升至 15%。 要求主要供应商在 2025 年前设定科学碳减排目标，并减少供应链中的碳排放。	否

第三节 酒店行业的 ESG 披露情况

根据迈点研究院公布的酒店排序（按国内的营业规模），统计前 30 家酒店的 ESG 报告披露情况。外资酒店企业的披露率最高，达到 86%（6/7 家），国营酒店的披露率 50%（2/4），而民营酒店的披露率仅为 11%（2/19 家）。

表 4：主要酒店的 ESG 披露情况

排名	酒店集团名称	性质	ESG 报告	排名	酒店集团名称	性质	ESG 报告
1	锦江国际集团	国营	已发布	16	住友酒店集团	民营	未披露
2	华住酒店集团	民营	已发布	17	明宇酒店集团	民营	未披露
3	首旅如家酒店集团	国营	已发布	18	雅斯特酒店集团	民营	未披露
4	格林酒店集团	民营	未披露	19	丽呈酒店集团	民营	未披露
5	东呈集团	民营	未披露	20	融通旅业	国营	未披露
6	尚美数智科技集团	民营	未披露	21	君亭酒店集团	民营	已发布
7	洲际酒店集团	外资	已发布	22	雷迪森酒店集团	民营	未披露
8	万豪国际集团	外资	已发布	23	恭胜酒店集团	民营	未披露
9	亚朵集团	民营	未披露	24	金陵酒店集团	民营	未披露
10	德胧集团	民营	已发布	25	美豪酒店集团	民营	未披露
11	希尔顿集团	外资	已发布	26	万达酒店及度假村	民营	信息未披露
12	逸柏酒店集团	民营	未披露	27	山东文旅酒店集团	国营	信息未披露
13	雅高酒店集团	外资	已发布	28	凯悦酒店集团	外资	已发布
14	凤悦酒店集团	民营	未披露	29	珀林酒店集团	民营	信息未披露
15	安缦酒店集团	外资	未披露	30	香格里拉集团	外资	已发布

国际酒店集团如万豪、洲际、希尔顿等，最早在 2000 年前后便开始发布可持续发展报告，并在近 10 年逐步将其系统化为 ESG 报告。这些企业普遍采用 GRI 标准、SASB 行业指南和 TCFD 气候披露框架，报告内容涵盖碳排放、水资源管理、绿色建筑、员工多样性、数据隐私与反腐败机制等，形成了相对成熟的披露体系，且多数实现外部审计。

相比之下，中国主流酒店集团，如锦江、华住、首旅，自 2015 年起逐步尝试 ESG 信息披露，2020 年后披露数量快速上升，但在披露广度、指标系统化、战略性嵌入等方面仍存在较大差距，尤其是在定量披露与治理机制建设方面尚需强化。从关键性数据的分析的角度来看，有以下特点。

- **碳排放与能源资源利用数据：**希尔顿集团管理酒店碳排放强度、用水强度、垃圾填埋强度的降低数据，以及华住集团在能源节约和环保设施配备上的数据，如空气源热泵和太阳能热水器系统的使用比例等，直观地反映了酒店在应对气候变化、节能减排和资源保护方面的努力和成效。这些数据不仅对环境有积极影响，从长期来看，也有助于酒店降低运营成本，提高资源利用效率。
- **社会贡献与员工发展数据：**希尔顿集团为团队成员及社区提供的学习和职业发展机会数量、志愿者服务时长，以及华住集团在人才培养方面的校企合作数量、资助学子数量等数据，体现了酒店企业对员工成长和社会发展的重视。通过提供这些机会，企业可以提升员工满意度和忠诚度，同时也为社会培养了更多专业人才，促进了社会的进步和发展。
- **客户服务与满意度数据：**华住集团的客服接通率和客户满意度调查优良率等数据，反映了酒店在提升服务质量、满足客户需求方面的成果。良好的客户服务和满意度有助于酒店树立良好的品牌形象，吸引更多的客户，从而提升企业的市场竞争力和经济效益。
- **绿色运营与环保举措数据：**万豪集团减少塑料瓶使用数量、减少食物浪费比例，亚朵集团采用环保运营物资和节水设计的数据等，展示了酒店在日常运营中对环境保护的具体实践。这些举措不仅符合社会对环保的期望，也能满足消费者对绿色、健康生活方式的追求，从而提升酒店的市场吸引力。

国内外酒店行业在 ESG 披露方面都有不同程度的进展，通过对关键性数据的分析可以看出，酒店企业在环境、社会和公司治理方面都在积极实践，努力实现可持续发展的目标。未来，随着 ESG 理念的不断深入和普及，预计会有更多的酒店企业加强 ESG 披露，并在实践中取得更大的成果。

第四节 酒店龙头的 ESG 实践

在政策的推动下，国内外酒店的 ESG 实践取得了显著进展，各家酒店从自身的实际情况出发，寻找 ESG 实践的突破点，主要体现在以下几个方面。

- **能源结构优化：**酒店行业开始采用可再生能源，如太阳能、风能等，以减少对传统化石能源的依赖。例如，万豪国际集团已在超过 100 家酒店安装了太阳能电池系统，总装机容量超过 50 兆瓦，每年可产生约 75,000 兆瓦时的清洁电力，减少约 50,000 吨二氧化碳当量的碳排放。
- **节能设备推广：**酒店行业逐步推广节能设备，如 LED 照明、高效暖通空调系统（HVAC）等，以提高能源利用效率。例如，华住酒店集团的 LED 节能灯具覆盖率达到 100%，空气源热泵直营店覆盖率达到 32%。
- **绿色建筑认证：**酒店行业开始申请绿色建筑认证，如 LEED（能源与环境设计先锋奖）认证，以提升建筑的环保性能。例如，万豪国际集团计划到 2025 年使 650 家酒店获得 LEED 认证或同等认证。
- **循环经济实践：**酒店行业在废弃物管理和资源循环利用方面也取得了进展。例如，锦江国际集团与中国纺织工业联合会环境保护与资源节约促进委员会共同发起了“酒店废旧布草资源化利用倡议”，通过回收废旧布草进行循环再利用，减少资源浪费和环境污染。

酒店行业的龙头企业在 ESG 实践中表现出不同程度的进展。

万豪国际集团作为全球领先的酒店集团，将可持续发展理念深度融入运营全链条，形成了 ESG 的系统性实践体系。在节能减排领域，集团以明确的量化目标为导向——计划至 2030 年将范围 1 和范围 2 的温室气体排放量较 2019 年基准减少 46.2%，并于 2050 年实现净零排放。为达成这一目标，其在全球超 100 家酒店安装太阳能电池系统（总装机容量超 50 兆瓦），80% 以上酒店完成 LED 照明升级（年节约约 12 万兆瓦时），同时通过高效暖通空调系统（HVAC）及智能能源管理系统（EMS）实现能耗动态优化。

在社会责任层面，万豪以多元化与包容性为核心，通过“万豪基金会”持续投入全球教育、健康与社区发展项目。2023 年，集团员工全球志愿服务时长超 310 万小时，大中华区更聘用 1200 余名残障

人士作为全职员工，切实推动就业公平。此外，其减塑行动在华市场成效显著：95% 以上酒店客房替换一次性塑料小瓶装沐浴用品为大号泵头瓶，每年可减少 5 亿支塑料瓶废弃物；同步试行矿泉水瓶与泵头瓶的回收再利用计划，并通过科技手段在 29 家酒店试点食物浪费追踪系统，从食材准备、储存到出品全流程优化，实现餐饮降本与环保双赢。

从清洁能源应用到循环经济实践，万豪以标准化、数据化的可持续发展策略，为全球酒店行业树立了 ESG 整合运营的标杆范式。

希尔顿集团以量化目标为导向，构建了覆盖水资源管理、废物处理及责任采购的可持续运营体系。在环境治理领域，集团计划到 2030 年将管理酒店的碳排放强度降低 45%（以 2008 年为基准），并实现肥皂零填埋。为达成这一目标，其在全球酒店部署低流量水龙头、淋浴头及节水马桶，同步建设雨水收集与灰水回收系统，部分旗舰酒店如纽约希尔顿中城酒店的节水率已达 30%。在废物管理方面，希尔顿通过严格的分类回收计划与有机废物处理系统，将全球废物回收率从 2019 年的 30% 提升至 2023 年的 50%，其中伦敦希尔顿公园巷酒店更实现了 70% 的废物资源化利用率。

在大中华区，希尔顿引入 Winnow 人工智能系统，在上海康莱德酒店、外滩华尔道夫酒店试点食物浪费数据分析，通过精准追踪食材损耗环节，为后厨采购与菜单设计提供优化建议，试点酒店单月食物浪费量减少约 25%。供应链端，集团提升海洋管理委员会（MSC）/ 水产养殖管理委员会（ASC）认证海产品的采购比例，与本地可持续食材供应商合作，例如在粤港澳大湾区酒店采用 MSC 认证的海鲈鱼，既缩短运输半径降低碳排放，又推动渔业可持续发展。数据显示，2023 年大中华区可持续食材采购占比已达 38%，较 2020 年提升了 15%。

在减塑与循环经济领域，希尔顿自 2015 年起在华推广电子房卡，累计减少超 1000 万张塑料房卡使用；90% 以上酒店客房替换大包装洗护用品，每年减少约 200 吨塑料废弃物；与再生肥皂公益机构合作，将废旧肥皂加工为“再生皂”，截至 2023 年已向云南、贵州等地区捐赠超 50 万块，形成“使用 - 回收 - 再利用”的闭环生态。

雅高集团以智能化手段与环保创新为核心，构建了覆盖全球运营的可持续发展体系。在能源管理领域，集团通过部署智能能源管理系统（EMS）实现动态节能：截至 2023 年，全球超 1000 家酒店已接入 EMS 系统，该系统通过实时监控照明、空调、供暖等设备的运行数据，自动调节能耗模式，并基于

数据分析持续优化策略。同时，集团同步推进高效暖通空调系统（HVAC）升级与 LED 照明改造——智能 HVAC 系统通过精准温控减少能源损耗，而全球酒店的 LED 照明替换率已达行业领先水平，部分区域更配备智能光感系统，可根据自然光线强度自动调节亮度，进一步降低电力消耗。

在大中华区，雅高以减塑行动为可持续发展突破口，率先推出行业领先的环保解决方案：采用可再生生物降解材料替代客房洗浴用品的塑料包装，从源头切断白色污染。以上海虹桥新华联索菲特大酒店为例，集团在此揭幕全新可降解洗浴用品系列，涵盖洗发水、沐浴露等客用产品，包装材料可在自然环境中快速分解。这一举措不仅是雅高全球减塑承诺的落地实践，更推动了中国酒店行业向“零一次性塑料”目标迈进，为区域 ESG 标准树立了操作范式。

从智能节能到材料革新，雅高通过技术落地与区域定制化策略，将可持续发展理念转化为可量化、可复制的运营标准，展现了国际酒店集团在环境治理中的创新引领力。

凯悦集团在泰国普吉岛的度假村成功实施了零废物计划，通过与当地的可持续农场合作，将厨余垃圾转化为有机肥料，用于农场的植物种植。该计划不仅减少了废物排放，也提升了员工对环境保护的意识和参与度，增强了他们对可持续实践的理解和技能。普吉岛酒店协会对 2 万多名酒店员工进行培训，告诉他们该如何减少旅游业对普吉岛和海洋造成的有害影响。每家酒店的工作人员都被要求作出承诺：无论在工作中、家中还是在社区中，都尽量减少一次性塑料制品的使用。通过参与这些环保项目，员工不仅学会了如何在工作中实施环保措施，还提高了对个人健康和安全的认识。例如，正确处理厨余垃圾和使用有机肥料可以减少疾病传播的风险，同时也提高了员工对健康和安全工作条件的重视。

洲际酒店集团以 IHG Green Engage™ 系统为核心，构建了覆盖环境管理与人才发展的可持续运营体系。在绿色实践领域，这套在线管理系统提供超 200 种绿色解决方案，通过能源管理、水资源优化、废物处理、碳排放追踪及可持续采购五大模块，帮助全球酒店量化环境影响并动态优化策略。目前，该系统已在中国旗下酒店落地——从北京环球影城洲际酒店的光伏板供电，到上海佘山世茂洲际酒店的雨水回收系统，均通过系统实现能耗数据实时监控与智能调控。

在人才培育层面，洲际通过“英才培养学院”与“职业洞察力”项目构建全周期发展体系。针对中国市场，集团与地方院校合作开设定制化课程，新员工入职 90 天内需完成“真正的待客之道”等特色培训，确保服务标准化；进阶阶段奉行“70-20-10”原则（70% 岗位实践、20% 经验传承、10%

formal 课程)，例如杭州洲际酒店的管培生可参与跨部门轮岗与哈佛商学院在线课程。尤其值得关注的是女性领导力培育——中国区已开业的 500 余家酒店中，超 50% 的总经理来自内部晋升，其中女性管理者占比达 42%，这一数据远超行业平均水平。

当 Green Engage™ 系统的技术逻辑与人才培育的人文逻辑形成闭环，洲际不仅实现了单店年均减少 200 吨碳排放的环境效益，也构建了从“绿色运营”到“人才留存”的可持续商业生态，为国际酒店集团在华 ESG 实践提供了可复制的范式。

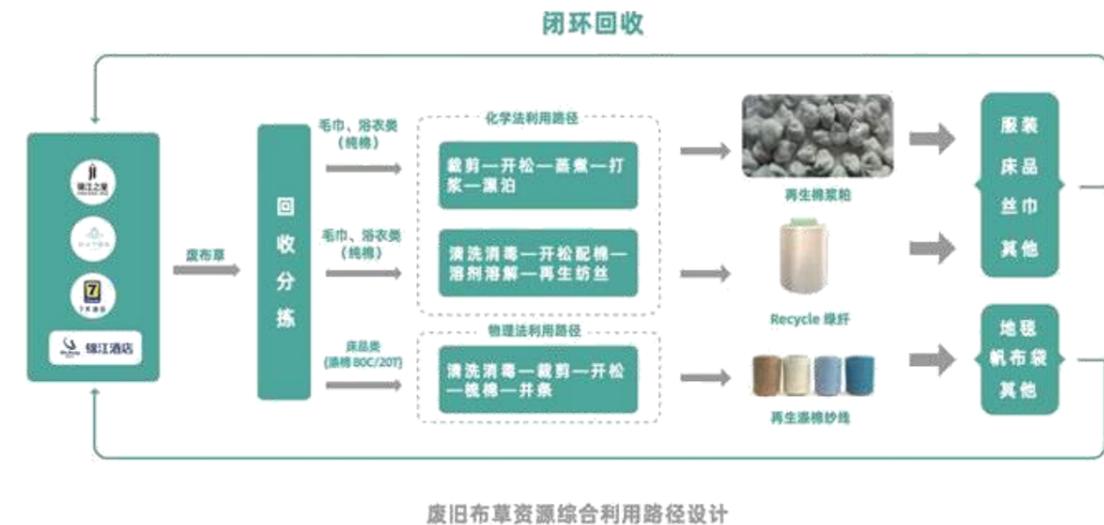
作为中国头部酒店集团，**锦江国际集团**以系统性战略响应“双碳”目标，构建起覆盖运营减排、供应链革新、社会价值创造的可持续发展矩阵。集团推出的“HSB 低碳 12 项行动”，聚焦能源优化、绿色建筑等核心领域，通过升级节能设备、推广新能源技术，预计每年可实现 120 万吨碳排放削减。在供应链端，锦江积极打造绿色生态，要求主要供应商于 2025 年前设定科学碳减排目标，并优先选择环保材料、低碳技术合作方，推动全产业链向低碳转型。

在社会责任维度，锦江将员工发展与社区福祉深度融合。通过系统化培训体系，为员工定制职业晋升路径，涵盖服务技能提升、管理能力培养等模块；同时，集团持续投身社会公益，在教育支持、乡村振兴、灾害救援等领域开展系列行动，展现企业担当。

在循环经济领域，锦江酒店联合中国纺织工业联合会，发起“酒店废旧布草资源化利用倡议”。历时两年多的实践，项目成功完成废旧布草循环再造的技术与经济可行性验证，搭建起跨产业协同的“回收—再生—交换—报告”闭环链路。通过对废旧纺织品的创新处理，不仅有效减少废弃物填埋压力，更推动其再生为工业原料或民用产品，实现资源循环利用。基于此，锦江发布《酒店废旧布草回收与资源化利用研究》报告，为行业提供可复制的废旧纺织品处理方案，成为酒店业践行循环经济的标杆案例。

华住酒店集团在绿色建筑和绿色运营方面积极实践，其 LED 节能灯具覆盖率达到 100%，空气源热泵直营店覆盖率达到 32%。集团计划到 2025 年将碳排放强度降低 30%，并提升可再生能源使用比例至 20%（以 2019 年为基准）。在社会责任方面，华住集团重视员工健康与安全，建立了完善的职业健康安全管理体系，并定期进行安全培训和演练。集团还通过“华住公益基金会”开展多项社会公益项目，包括支持贫困地区教育、灾后重建等。

图 2：锦江国际集团“废旧布草资源综合利用路径设计”



来源：锦江国际集团

首旅如家酒店集团以“减污降碳协同增效”为核心理念，构建了覆盖运营节能、绿色产品、标准建设的可持续发展体系。在能耗管控领域，集团通过“设备升级+技术赋能”双轨模式降低碳强度：一方面采购低能耗设备并替换老旧高耗能装置，新设备平均功率较旧设备降低 20%-30%；另一方面于 2022 年全面强制推行 LED 光源替换传统照明，并通过 AIoT 技术智能调控设备运行——系统可根据客房入住率、环境温度等实时数据动态优化空调、照明等设备功率，使平均能耗降低 15%-20%。

在循环经济与减塑实践中，首旅如家聚焦客房用品革新：采用秸秆材料替代 PP 料制作梳子、牙刷等一次性用品，从材质源头减少塑料污染；同时推进酒店装修材料的环保升级，引入 0 甲醛装配式建材、节水型卫浴器具，并规范绿色一次性用品标准，形成从设计到运营的全链条环保管控。例如北京某如家精选酒店通过装配式装修，施工阶段碳排放量较传统工艺降低 35%，卫浴设备节水率达 40%。

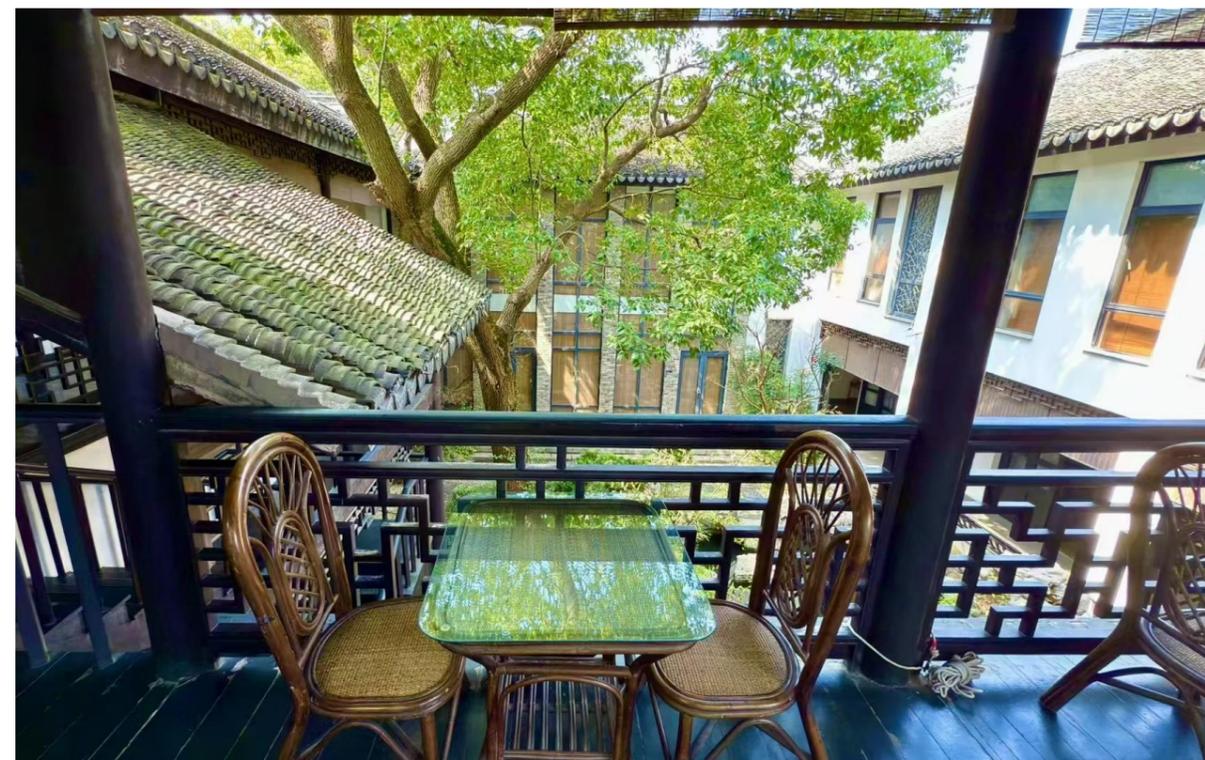
在治理与行业引领层面，集团建立了覆盖数据安全、合规运营的内控体系，严格保护客户隐私的同时，推动绿色酒店标准化建设——从环保建材认证到废弃物管理规范，逐步形成可复制的行业模板。2023 年发布的《首旅如家绿色酒店建设指南》已纳入 20 项硬性环保指标，其中上海、杭州等地的 30 家试点酒店通过该标准认证后，平均单房能耗下降 28%，成为区域绿色酒店标杆。

除了以上国内外连锁的大品牌，国内已经出现了以 ESG 为概念的酒店。在苏州与同里古镇，有一家枕水而居的 ESG 概念酒店，将苏州园林的禅意与可持续的绿色生活融为一体。ESG 概念酒店“晴澜堂”+ESG 概念餐厅“食养膳房”+ESG 概念面馆“蟹福慧”构成了可持续品牌。

优·GREEN-ESG 概念酒店-晴澜堂，以江南新古典主义院落为载体，融合苏州园林之美。在环境层面，酒店采用环保可降解材料装修，配备节能设备与水循环系统，践行绿色运营；社会责任方面，优先聘用本地员工，并组织参与古镇公益；文化传承上，提供太极拳、禅修等特色活动，让住客在淡雅客房中，沉浸式感受中式雅韵与可持续旅居体验。

ESG 概念餐厅-食养膳房，秉持“以养为本”，扎根同里古镇。食材严选当地可持续渔业与生态农场产出的太湖三白、大闸蟹等水乡美味，减少运输碳排放，支持本土产业。运营中，使用环保餐具，高效处理厨余垃圾，转化为有机肥料反哺农业。餐厅将江南饮食文化融入婉约的水乡景致中，从前厅到侧门，步步皆景，食客可在此享受美食与文化交融的盛宴。

ESG 概念面馆-蟹福慧，择址同里古镇东溪水畔，以蟹面闻名。面馆坚持采用当地生态养殖大闸蟹，严控调料，倡导健康饮食；推行无纸化点餐，践行绿色理念。同时，积极联动周边商家推广古镇美食文化，通过举办面食制作体验活动，传承地方饮食技艺，让一碗蟹面，既饱含环保匠心，又承载文化温度。



第三章 酒旅行业的ESG核心议题



酒店行业作为旅游行业的核心支柱与关键服务载体，在旅游活动中承担着住宿、餐饮、休闲等多元功能，是游客旅途中的重要体验节点。从旅游资源开发时酒店的选址规划与绿色建筑，到旅游服务提供过程中的运营管理与资源整合，再到消费者体验环节对住宿品质与服务细节的追求，酒店行业深度嵌入旅游行业价值链的每一个环节。旅游行业作为一项综合性产业，其价值链的贯穿旅游资源开发、服务提供到消费者体验的全流程。

从旅游行程规划、景区游览，到餐饮体验、住宿休憩，酒店行业与旅游产业在服务场景、客户群体、运营模式等方面深度交融，形成了相互依存、协同发展的产业格局。为此，本白皮书虽聚焦于酒店行业 ESG 发展，但在讨论 ESG 核心议题时，我们以酒旅行业为一整体，作为讨论对象。

一、环境（E）方面的核心议题

1. 能源的高效利用

在旅游行程的住宿、出行、饮食、购物等关键环节中，资源消耗与环境保护议题贯穿始终。其中，酒店作为旅游产业链的核心枢纽，既是资源消耗的重点领域，也是践行绿色发展的关键主体。从住宿场景来看，酒店的水资源消耗涉及客房清洁、泳池维护、水疗设施运转等多个方面；采光照明、采暖制冷系统的持续运行更是能源消耗大户；而一次性洗漱用品的大量使用，进一步加剧了资源浪费与环境污染问题。

出行、饮食、购物等环节同样面临显著的资源与环境压力。出行过程中，交通工具、交通设施的能源消耗，饮食环节食材运输、烹饪设备运转产生的能耗与浪费，以及购物环节商品生产、运输包装带来的资源索取，都对可持续发展提出挑战。旅游产业链各主体，包括旅行社、酒店、餐厅、商城、景区等，均需协同应对这些问题。

在此背景下，酒店行业已率先采取一系列切实有效的节能减排措施。部分酒店引入智能照明和温控系统，通过实时监测房间使用情况，自动调节灯光亮度与室内温度，显著降低能源空耗；在水资源管理方面，采用节水龙头、马桶，并搭建废水回收处理系统，将处理后的中水用于绿植浇灌与厕所冲洗；同时，积极推动一次性洗漱用品减量行动，鼓励宾客自带用品，或提供可重复使用的环保洗漱套装。例如，上实城开 VOCO 套房酒店和逸衡酒店，以 100% 可回收塑料瓶制成客房床品，采用大包装洗护

品，并配备“活力单车站”等环保设施；希尔顿集团大中华区旗下管理酒店，也大规模应用可再生材料制作包装与肥皂。

其他旅游相关企业也积极响应。旅行社在规划线路时，优先选择绿色环保型酒店与餐厅，引导游客践行理性消费；餐厅通过优化采购流程、与本地供应商合作降低运输能耗，推广适量点餐减少食物浪费，并采用节能厨房设备；景区则在建设中采用生态木、竹材等环保材料，运用智能变频节能技术，合理控制游客容量，减少对自然资源的破坏。如武夷山国家公园以生态木打造步道，莫干山民宿群巧用竹材，长白山景区缆车应用智能变频技术，均为行业绿色发展提供了实践范例。

2. 废弃物管理

在旅游活动全链条中，因游客临时性住宿与流动性消费的特性，废弃物产生问题尤为突出。从住宿场景的一次性洗漱用品、购物环节的商品过度包装，到游玩过程中的食品包装废弃物，各环节均面临严峻的垃圾处理与资源浪费挑战。其中，酒店作为游客旅居生活的核心空间，不仅是一次性用品使用的高频场所，也成为旅游行业废弃物管理的关键突破口。

当前，旅游产业链各主体已逐步形成废弃物协同治理共识。酒店行业率先推行减量化、资源化举措，部分高端酒店用可重复消毒的牙刷套装替代一次性牙刷，将客房内的小瓶装洗护产品升级为大容量可填充式容器，从源头上减少废弃物产生；对于难以避免的一次性用品，也积极探索玉米淀粉基、甘蔗纤维等可降解材料进行替代。如洲际酒店集团旗下部分酒店，采用可回收材质制作房卡、衣架等用品，同时将厨余垃圾通过堆肥处理转化为绿植肥料，实现废弃物的循环利用。

在强化自身管理的同时，旅游企业还通过多样化方式引导游客参与环保行动。酒店在客房内设置环保提示卡，鼓励宾客减少毛巾、床单更换频率；景区通过智慧导览系统推送垃圾分类知识，在游览动线中布置兼具艺术性与实用性的分类垃圾桶，并定期举办“无痕旅行”主题活动；旅行社则将环保理念融入行程设计，组织游客参与海滩清洁、山林垃圾清理等公益项目，提升公众环保意识。

此外，旅游行业也在积极构建废弃物管理闭环体系。部分度假区与专业回收机构合作，建立塑料、金属等废弃物定向回收渠道；一些酒店联合本地文创企业，将废弃的包装材料、织物改造为手工艺品进行二次销售。通过多方联动、全链治理，旅游行业正逐步实现从被动处置废弃物到主动减少资源浪费的转变，为构建绿色、循环的可持续发展模式奠定坚实基础。

3. 绿色出行，减少碳排放

在旅游产业链中，交通出行是碳排放的主要来源之一。飞机、高铁、汽车、轮船等交通工具的高频使用，使得旅游行业的碳足迹持续扩大。以中程航线为例，空客 A321neo 执飞厦门至北京（约 1800 公里）的单程航班，碳排放量可达 60 吨；而城市短途接驳的汽车、景区观光游船等交通工具，同样在持续加剧温室气体排放。因此，推动绿色出行、降低碳排放，成为旅游行业践行 ESG 理念的关键突破口。

酒店作为旅游行程的重要枢纽，在引导绿色出行方面发挥着独特作用。一方面，酒店可与旅行社、在线旅游平台协同，通过大数据分析游客出行习惯与景点分布，优化旅游线路设计。例如，将原本分散在不同区域的景点，整合为环形或直线型游览路线，避免行程迂回重复；在团队游场景中，通过精准调配人数，实现交通工具满员出行，减少车辆空驶率。某连锁酒店集团与旅行社合作推出“景点串联游”套餐，通过优化线路规划，使单次行程的交通里程缩短 20%，有效降低了碳排放。

另一方面，与绿色交通供应商建立深度合作，成为旅游企业减碳的重要路径。酒店、旅行社等主体积极引入混合动力汽车、氢能源客车、纯电动大巴、太阳能游船等新能源交通工具。例如，三亚部分高端度假酒店与新能源汽车租赁公司合作，为住客提供免费电动接驳车服务；漓江景区推出太阳能观光游船，既减少了柴油动力带来的废气污染，又以零噪音的游览体验提升了游客满意度。此外，部分酒店还通过积分奖励、住客专属折扣等方式，鼓励游客选择公共交通出行，或参与景区组织的自行车骑行、徒步游览等低碳活动，将绿色出行理念融入游客的旅居生活。

通过线路优化、交通升级与游客引导等多维度举措，旅游行业正逐步构建起覆盖“行前规划—行程执行—体验反馈”的绿色出行闭环，推动实现经济效益与生态效益的协同发展。

4. 景区保护

在旅游产业生态中，自然风景区与历史文化景区作为核心资源载体，承载着生态价值与人文底蕴，其保护成效直接关系到旅游行业的可持续发展。酒店作为旅游服务的重要节点，可通过协同管理与服务创新，助力景区保护工作落地。

在自然风景区领域，过度旅游开发极易引发生态失衡问题，如森林砍伐、水体污染、草原退化等。对此，科学规划成为核心保护手段。景区需依据生态承载能力，精准划分游览区、休憩区与生态保育区，严格控制游客流量。例如，九寨沟景区推行“限量、预约、错峰”模式，每日游客接待量不超过最大承载量的 30%，并在景区内布设 12 个生态监测点，实时监控水质、植被与野生动物动态；秦岭终南山世界地质公园则规划了 5 条野生动物廊道，为大熊猫、金丝猴等珍稀物种保留迁徙通道，并通过红外监测设备追踪动物活动，动态调整保护策略。酒店可通过与景区数据共享，为游客提供实时客流信息，引导错峰游览；同时，在客房服务中融入生态保护宣传，如放置《景区生态指南》手册，或推出“无痕旅行”积分奖励计划，鼓励游客减少环境足迹。

历史文化景区的保护则聚焦文化遗产的原真性与完整性。平遥古城的保护实践极具借鉴意义：当地政府通过划定核心保护区、建设控制地带与环境协调区，对商业开发实施分级管控——核心区内仅允许开设传统手工艺品店、民俗客栈等业态，新建建筑需严格遵循明清风格，高度控制在 12 米以下；同时，通过举办“古城文化大讲堂”“非遗技艺体验”等活动，提升游客文化保护意识。酒店可进一步延伸文化保护场景，如与景区合作开发“文化遗产研学套餐”，将文物修复、古建测绘等体验项目融入住宿服务；在酒店建筑设计与内部装饰中融入地域文化元素，使用传统工艺材料替代现代工业建材，实现文化传承与商业运营的有机融合。

无论是自然生态还是历史文化保护，酒店、景区与游客的协同共治都是关键。通过构建“规划管控—设施优化—文化赋能—公众参与”的全链条保护体系，旅游行业能够实现资源保护与经济发展的良性循环，为游客创造兼具生态价值与文化内涵的高品质旅游体验。

二、社会 (S) 方面的核心议题

5. 游客安全及权益保护

在旅游行业高质量发展进程中，保障游客安全、维护合法权益与守护信息安全，是旅游企业践行社会责任的核心命题。酒店作为旅游服务的关键触点，需协同景区、交通、餐饮等产业链环节，构建全场景、全流程的游客保障体系。

筑牢旅游安全防线：安全管理贯穿旅游活动全链条。在交通出行环节，酒店可与具备安全资质的运输企业合作，定期核验车辆维护记录与驾驶员资质；景区则需对游乐设施、缆车、栈道等实施“日检—

周测 - 月审”三级检测制度，如张家界天门山景区对索道设备采用国际标准的无损探伤检测技术，确保设施安全运行。食品安全管理方面，酒店餐饮部门需建立供应商“白名单”制度，从源头把控食材可追溯性，并引入 HACCP（危害分析与关键控制点）体系，规范食品加工流程。应急管理体系建设尤为关键，九寨沟景区依托“生态监测 + 卫星遥感 + 大数据分析”的智慧化平台，实时监控地质灾害风险与客流密度，提前部署分流预案；同时，通过政企联动机制，定期开展地震、火灾等多场景应急演练，在 2017 年地震中，凭借高效响应机制，24 小时内完成 1.7 万余名游客的安全疏散。

健全权益保障机制：保护游客合法权益是旅游企业的立身之本。酒店可设立“一站式”客户服务中心，整合电话、线上平台、现场接待等多渠道投诉入口，配备经过服务礼仪与纠纷调解专业培训的客服团队。以携程酒店投诉处理体系为例，其推行“15 分钟响应、24 小时结案”机制，针对房型不符、卫生问题等投诉，通过快速补偿、优先换房等措施，将客户满意度提升至 98%。同时，旅游企业可通过建立游客权益保障基金、引入第三方调解机构等方式，进一步完善纠纷解决机制，增强游客消费信心。

严守信息安全底线：在数字化浪潮下，游客信息安全成为 ESG 治理的新挑战。酒店需构建“技术防护 + 制度管控”双防线，采用 SSL 加密技术保障在线预订数据传输安全，部署 AI 风险监测系统实时拦截异常登录行为；内部建立信息分级管理制度，限制员工对客户证件号、支付信息等高敏感数据的访问权限，并定期开展信息安全培训与漏洞攻防演练。例如，万豪国际集团在数据泄露事件后，投入超 1 亿美元升级信息安全系统，通过部署区块链技术实现客户信息的分布式存储，有效降低数据泄露风险。

通过安全保障、权益维护与信息保护的协同发力，旅游行业能够切实提升游客服务体验，夯实可持续发展的信任根基，推动形成安全、有序、放心的旅游消费环境。

6. 游客体验及满意度

在旅游市场竞争日趋激烈的背景下，旅游企业的可持续发展不仅依赖于安全保障与权益维护，更需通过全方位服务升级，构建差异化竞争优势。酒店作为旅游服务的核心载体，需协同交通、景区、餐饮等产业链环节，从基础设施、环境营造、服务创新、产品开发等维度，系统性提升游客体验与满意度。

完善基础设施，夯实服务根基：交通方面，酒店可联合交通部门优化旅游专线网络，通过动态调度系统减少游客中转时间，并引入配备智能座椅调节、空气净化系统的高端旅游巴士，提升旅途舒适性。住宿服务则需构建多层次产品矩阵，经济型酒店通过模块化设计提升空间利用效率，高端酒店依托智能家居系统实现“无接触入住”与个性化场景定制。景区服务设施建设中，杭州西湖景区通过 GIS 技术精准布局休息亭、卫生间等设施，结合 AR 导览标识系统，为游客提供便捷、智能的游览指引。

优化环境品质，打造沉浸体验：旅游企业需构建“全域环境治理”体系。酒店可推行“零废弃客房”计划，通过可降解清洁用品、循环利用布草减少环境影响；景区则通过生态修复工程与景观提升项目，打造四季差异化的游览体验。例如，无锡拈花湾小镇通过水系净化、植被复育，结合禅意主题景观设计，将生态保护与美学营造有机融合，游客满意度连续三年保持 95% 以上。同时，常态化开展“净山护水”志愿活动，组织游客参与生态保护实践，深化人与自然的情感联结。

创新服务模式，满足多元需求：针对特殊客群，酒店可推出“银发关怀”“无障碍旅居”等专项服务。如上海迪士尼乐园酒店为老年游客提供慢节奏游览规划与健康监测服务，为残障人士配备专属导览设备与无障碍通道。个性化服务方面，通过 AI 算法分析游客历史消费数据，为文化爱好者定制“非遗手作 + 古迹探访”深度游线路，为亲子家庭设计“自然研学 + 互动娱乐”主题行程。某连锁酒店集团推出的“城市探险家”服务，结合本地达人资源，为游客规划小众景点打卡路线，复购率提升 30%。

深挖特色资源，丰富产品供给：旅游产品开发需聚焦文化深度与体验创新。酒店可联合在地文化机构，推出“酒店即景区”的沉浸式体验，如丽江花间堂将纳西族东巴文化融入建筑设计与住店活动，开展东巴文字书写、纳西古乐鉴赏等课程。景区则通过“文化 + 科技”融合，打造特色 IP 产品，如西安大唐不夜城以盛唐文化为内核，结合全息投影、VR 技术，推出《再回长安》实景演出与数字文物互动体验。美食体验方面，西双版纳告庄西双景通过“傣味文化溯源之旅”，让游客参与香茅草烤鱼制作、了解傣族饮食与生态的共生关系，有效提升游客文化认同感与产品复购意愿。

通过基础设施的智慧化升级、环境服务的生态化改造、产品供给的特色化创新，旅游企业能够构建全链条、全周期的游客体验管理体系，在提升满意度的同时，强化品牌社会价值，推动行业高质量发展。

7. 产业链协同与生态共建

在旅游行业高度关联的产业生态中，酒店等旅游企业的可持续发展与市场竞争力的关键。通过构建覆盖上下游的深度协作网络，旅游企业能够整合资源优势，提升服务效能，共同推动行业高质量发展。

构建全产业链协同机制：旅游产业链上游涵盖景区、交通、住宿等资源供应商，下游包括旅行社、OTA 平台及行业监管机构。酒店集团可牵头搭建行业协作平台，如洲际酒店集团联合热门景区、航空公司成立“高端旅游联盟”，定期召开资源对接会，共商淡季旺季定价策略、联合营销方案；同时，与旅游协会、质检机构建立常态化沟通机制，参与行业标准制定，推动服务规范化。OTA 平台则可发挥数据枢纽作用，携程集团通过“供应链开放平台”，实现与航空公司、酒店的库存数据实时互通，提升资源调配效率，降低行业运营成本。

深化企业间战略合作：旅游企业通过多元化合作模式实现优势互补。在市场推广层面，万豪酒店与春秋旅游联合推出“主题度假套餐”，结合酒店特色服务与旅行社的线路资源，在旅游旺季推出“亲子酒店 + 乐园门票”“温泉酒店 + 周边游”等组合产品，借助双方会员体系与营销渠道，实现客户资源共享；在运营管理方面，希尔顿集团与滴滴出行达成战略合作，为住客提供专属接送服务，并通过数据共享优化接送路线，提升客户体验。此外，行业企业通过共建大数据平台，整合游客出行时间、消费偏好、住宿评价等多维数据，为精准营销与产品创新提供依据。某区域性酒店联盟依托共享数据库，分析出老年客群对康养旅游的需求增长趋势，针对性开发“温泉疗养 + 中医理疗”特色产品，市场反响热烈。

创新旅游产品供给模式：旅游企业需立足市场需求，整合产业链资源打造差异化产品。旅行社可联合酒店、景区开发主题旅游线路，如中青旅推出的“昆大丽深度文化之旅”，串联昆明滇池湿地生态游、大理洱海民俗体验、丽江古城非遗研学，搭配花间堂特色民宿与当地老字号餐饮，形成“文化 + 住宿 + 美食”的沉浸式体验；酒店则可拓展服务边界，三亚亚特兰蒂斯酒店与周边水上乐园、水族馆达成深度合作，推出“住店 + 畅玩”通票产品，并通过 OTA 平台实现门票预订、快速入园的一站式服务。这种资源整合模式不仅提升了产品附加值，还通过产业链协同降低了运营成本，增强了旅游企业的市场竞争力。

通过产业链上下游的深度协作、企业间的创新合作以及产品供给的协同优化，旅游行业能够构建起高效协同、互利共赢的产业生态，为游客提供更优质的服务体验，同时推动行业可持续发展与整体竞争力提升。

8. 员工培训与管理

旅游企业的可持续发展，离不开员工队伍的专业支撑与价值创造。酒店作为劳动密集型服务企业，将员工权益保障、职业发展赋能与服务能力提升有机结合，是实现企业与员工协同发展的关键路径，更是践行社会责任的重要体现。

构建职业发展体系，强化人才成长支撑：旅游企业需建立清晰的职业晋升通道，打破岗位壁垒。以万豪酒店集团为例，其“内部人才库”计划为员工提供跨部门轮岗、海外项目历练等机会，基层员工可通过“服务之星”“技能比武”等考核机制，晋升至管理岗位。同时，企业通过 EAP（员工帮助计划），为员工提供心理健康咨询、压力管理培训等服务，如洲际酒店集团定期举办正念冥想课程与心理疏导讲座，帮助员工缓解高强度工作压力，营造健康工作氛围。此外，部分企业还设立专项培训基金，支持员工参与行业认证考试，如导游资格证、酒店管理师培训等，助力员工实现职业技能进阶。

深化一线服务培训，提升专业服务能力：一线员工是旅游服务的直接输出者，其专业素养直接决定游客体验质量。在服务技能培训上，酒店除强化微笑服务、沟通礼仪等基础规范外，更注重场景化培训。例如，希尔顿酒店针对前台员工开展“30 秒快速响应”模拟训练，提升突发问题处理能力；针对导游群体，推出“文化解码”专项课程，要求其不仅掌握景点历史知识，更要深入理解当地民俗文化、非遗技艺的核心内涵，如丽江导游需系统学习东巴象形文字、纳西古乐传承故事，从而在讲解中为游客呈现鲜活的文化图景。同时，企业借助数字化工具，如 VR 模拟系统，开展应急场景演练，提升员工应对客诉纠纷、安全事故的实操能力。

完善监督管理机制，规范服务行为标准：建立全流程、多维度的监督体系是保障服务质量的重要抓手。泰山景区构建“智慧监管 + 社会监督”模式，通过景区小程序实现游客实时评价，评价数据与商家信用等级、员工绩效考核直接挂钩；同时，采用 AI 视频监控技术，对登山沿途商铺进行价格公示、食品卫生等合规性监测。酒店行业则普遍推行神秘顾客暗访制度，第三方机构以普通消费者身份体验服务，从客房清洁度、餐饮服务效率到投诉处理流程进行全流程评估，并将结果纳入部门评优标准。

对于宰客、虚假宣传等违规行为，企业设立“零容忍”红线，某连锁酒店集团因员工私自抬高旅游产品价格，对涉事员工立即解除劳动合同，并在全集团通报，形成警示效应，维护行业服务信誉。

通过系统化的员工培育与精细化管理，旅游企业不仅能提升服务品质与运营效能，更能增强员工归属感与企业凝聚力，为行业可持续发展注入人才动能，实现经济效益与社会效益的双重提升。

9. 社区共同发展

旅游企业的长期发展与社区生态紧密相连。酒店作为在地服务的核心载体，通过构建“资源共享、价值共创”的社区合作模式，既能为旅游项目注入独特的文化基因，又能带动社区经济振兴，实现企业与社会的双向赋能，是践行社会责任的重要路径。

激活社区经济动能，实现协同发展：旅游企业可深度挖掘社区资源，推动居民参与旅游经营。以武夷山星村镇为例，当地酒店联合村民将茶文化转化为旅游产品：村民将传统民居改造为岩茶主题民宿，配备专业茶席与非遗制茶工艺展示墙，经酒店培训的“茶管家”能为游客提供从茶叶品鉴到手工制茶的沉浸式体验；家庭餐馆依托本地食材供应链，推出“茶餐宴”特色菜品，如茶香熏鹅、武夷笋干煲等，其中熏鹅采用古法烟熏技艺，融合当地樟树、柑橘皮等香料，成为游客必尝美食。这种模式不仅使村民年均收入增长 40%，更通过“住茶宿、品茶宴、学茶艺”的特色服务，提升了酒店的文化附加值与市场竞争力。

深化社区公益实践，推动社会福祉提升：旅游企业积极投身社区公益事业，助力公共服务建设。在教育领域，洲际酒店集团在云南香格里拉设立“地平线奖学金”，资助少数民族学生完成学业，并组织员工志愿者开展双语教学、职业规划课程；文化保护方面，丽江花间堂酒店赞助东巴文化传承项目，支持老艺人开设象形文字工作坊、举办纳西古乐展演，成功培养 30 余名年轻传承人。医疗帮扶上，希尔顿酒店为贵州山区社区捐赠医疗设备，定期组织三甲医院专家开展义诊，累计服务村民超万人次。这些举措既强化了企业的社会责任感，也为社区可持续发展注入持久动力。

平衡开发与保护，促进和谐共生：旅游企业需建立科学的社区发展评估机制，防范过度开发风险。在环境管理上，黄山脚下的酒店群联合景区管理部门，推行“绿色游览”计划，设置电动接驳车专线、智能垃圾分类站，并通过“碳积分”奖励机制鼓励游客参与环保行动；在社区生活保障方面，乌镇景区采用“错峰限流”策略，将游客高峰期的流量控制在居民可承受范围内，同时设立“社区事务协调中心”，定期召开居民议事会，及时调整旅游项目规划。通过动态监测旅游开发对生态环境、居民生活的影响，旅游企业与社区共同构建起发展与保护并重的可持续模式，实现经济效益与社会效益的良性循环。

三、治理 (G) 方面的核心议题

10. 合法合规经营

在旅游行业高质量发展进程中，合法合规是企业行稳致远的基石。酒店等旅游企业需将法规要求融入全业务链条，构建“制度 - 执行 - 监督”三位一体的合规管理体系。

在运营规范层面，企业须严格遵守《环境保护法》《劳动合同法》《消费者权益保护法》等法律法规。例如，酒店业需确保污水处理达标排放，遵守员工工时与薪酬规定，杜绝未经许可的旅行社业务经营或诱导游客参与非法活动。同时，明确经营范围边界，杜绝超范围经营行为，如非旅行社资质企业不得擅自组织旅游线路。

合同管理是保障游客权益的关键环节。企业应依据《旅游法》制定标准化合同模板，清晰界定行程安排、服务标准、费用明细及违约责任。某连锁酒店集团推行的“阳光合同”，通过加粗标注关键条款、配备法务专员解读合同内容，确保游客知情权与选择权。此外，企业需建立合同审核机制，杜绝霸王条款，如免除自身责任、加重游客义务的不合理约定。

风险管理体系的完善则为企业发展筑牢防线。通过风险矩阵评估市场波动、财务坏账、法律纠纷等潜在风险，建立分级应对机制。如针对疫情导致的退订潮，部分酒店提前设置灵活退改政策；针对合同纠纷风险，引入第三方调解机构，提升风险化解效率。

A photograph of a resort swimming pool. The pool is in the foreground, with a tiled deck and a metal ladder. The water is clear and reflects the surrounding environment. In the background, there are several tall palm trees and rows of white lounge chairs with closed umbrellas. The sky is a pale, hazy blue, suggesting a bright but slightly overcast day. The overall scene is peaceful and typical of a tropical resort.

第四章 酒旅行业的ESG案例

第一节 希尔顿集团

希尔顿集团是国际知名的酒店管理公司，旗下拥有 23 个卓越酒店品牌，在全球 126 个国家和地区拥有 7,600 多家酒店和近 120 万间客房。希尔顿集团一直致力于实现“让世界充满阳光和温暖，让宾客感受到‘热情好客’”的创始愿景，在其百年发展历程中，为超过 30 亿宾客提供服务。

希尔顿集团在《财富》杂志与卓越职场研究所“全球最佳职场”评选中荣登榜首；连续七年在道琼斯可持续发展指数评比中成为全球产业领导者。

希尔顿集团推出了包括电子房卡分享 (Digital Key Share)、金卡及钻石卡会员客房自动升级、“直订连通房”等先进的服务，持续完善宾客体验。通过屡获殊荣的客户忠诚度计划“希尔顿荣誉客会”，近 1.9 亿会员可享受物超所值的积分兑换住宿。通过免费的希尔顿荣誉客会专属 APP，宾客可以方便地完成住宿预订。

一、ESG 战略框架

希尔顿集团于 2009 年推出 ESG 战略——“旅行有心益” (Travel with Purpose)，旨在推动负责任的全世界旅行和旅游业，传达可持续旅行理念，携手宾客共创绿色未来。该战略全面覆盖希尔顿的运营、供应链及社区，为环境和社会带来积极影响。通过屡获殊荣的 ESG 绩效计量兼管理系统 LightStay 跟踪、分析并汇总旗下酒店的环境和社会影响。希尔顿集团“旅行有心益 (Travel with Purpose)”策略与联合国可持续发展目标一致，利用希尔顿集团的全球布局为希尔顿所在社区提供发展动力，为净零排放的未来铺平道路。

2018 年，希尔顿集团制定了雄心勃勃的 2030 年旅行目标，以确保在环境、社会、公司治理 (ESG) 各环节做出贡献。希尔顿的 2030 年目标与联合国的可持续发展目标 (SDG) 密切相关，包括经科学目标倡议 (SBTi) 验证并符合《巴黎气候协议》的减排目标。

1、环境目标

希尔顿集团专注于减少酒店的能耗、用水以及垃圾废弃物，以此减少酒店的碳足迹。与 2008 年基准相比，到 2030 年管理酒店的范围 1 和 2 碳强度减少 75%；通过与加盟商合作，将特许经营酒店的范围 3 碳排放强度降低 56%；管理运营的用水强度降低 50%、垃圾填埋废物强度降低 50%。

图 3：旅行有心益



来源：希尔顿集团《2023 年环境、社会、公司治理 (ESG) 报告》

2、社会目标

希尔顿集团为当地社区创造更多的就业机会，同时致力于人权保护，打造多元包容的企业文化。希尔顿在职业发展、社区支持和供应链管理等方面做出更多的努力和贡献。

希尔顿集团计划到 2030 年为团队成员和社区创造 500 万个学习和职业发展机会，重点关注弱势群体；到 2030 年，通过志愿活动、救灾援助等形式，对 2000 万社区人员产生影响；同时，集团还提倡进行负责任的供应链管理。

3、公司治理目标

希尔顿集团致力于建立强大健全的公司治理结构，从而确保公司可以诚实可靠、公开透明地推进公司的目标。

4、2023 年目标里程碑及数据成果

根据报告，以 2008 年为基准，2023 年希尔顿集团全球范围内在环境、社会和公司治理层面实现了以下进展：

- 集团旗下管理酒店及特许经营酒店碳排放强度分别降低 45.1%和 25.1%。
- 集团旗下管理酒店用水强度降低 26.5%。
- 集团旗下管理酒店垃圾填埋强度降低 63.7%，提前完成 2030 年旗下管理酒店垃圾填埋强度降低 50%的目标。
- 为团队成员及所在社区提供了超过 86 万个学习和职业发展机会，自 2022 年以来为社区贡献了超过 150 万个发展机会。
- 在全球社区范围内完成了超过 37 万小时的志愿者服务，自 2017 年以来，已报告的志愿者服务总时数超过 250 万小时。
- 通过希尔顿团队成员援助基金，向部分遭受自然灾害及个人意外的希尔顿集团团队成员发放了超过 86 万美元的救助。

二、环境影响

通过气候行动和目的地管理，希尔顿集团正在为全球旅游业建设一个更可持续的未来。

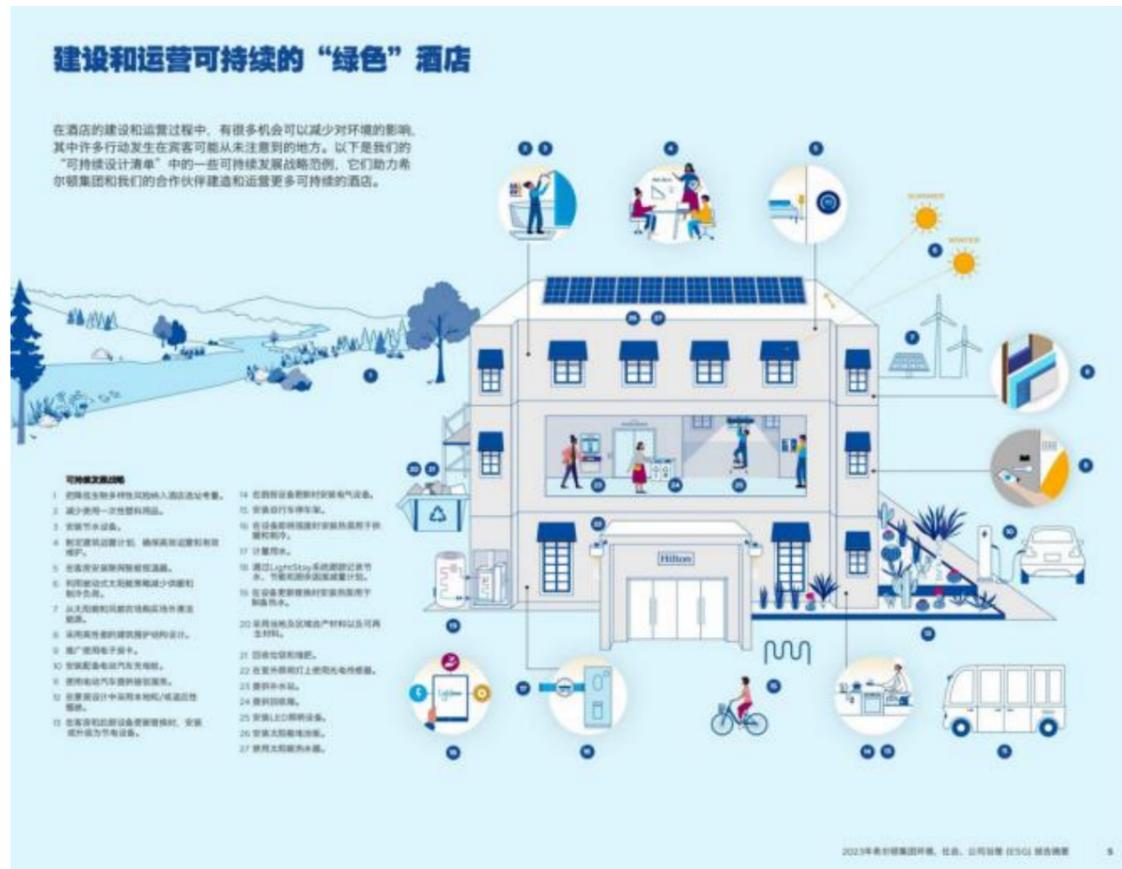
1、建设和运营可持续的“绿色”酒店

希尔顿集团的业主和开发商是酒店业实现更可持续未来的关键合作伙伴。希尔顿为这些合作伙伴制定了可持续设计清单，以支持有关可持续性的明智决策。希尔顿集团在设计、施工、翻新和改造过程中通过一些措施和设备技术，将能效和可持续性融入酒店。

- 把降低生物多样性风险纳入酒店选址考量；
- 减少使用一次性塑料用品；

- 安装节水设备；
- 制定建筑运营计划，确保高效运营和有效维护；
- 在客房安装联网智能恒温器；
- 利用被动式太阳能策略减少供暖和制冷负荷；
- 从太阳能和风能农场购买场外清洁能源；
- 采用高性能的建筑维护结构设计；
- 推广使用电子房卡；
- 安装配备电动汽车充电桩；
- 提供电动汽车接驳服务；
- 在景观设计中采用本地或适应性植被；
- 在客房和后厨设备更新替换时，安装或升级为节电设备；
- 在厨房设备更新时安装电器设备；
- 安装自行车停车架；
- 在设备即将报废时安装热泵用于供暖和制冷；
- 计量用水；
- 通过 LightStay 系统跟踪记录节水、节能和厨余固体废弃物减量计划；
- 在设备更新替换时安装热泵用于制备热水；
- 采用当地及区域自产材料以及可再生材料；
- 回收垃圾和堆肥；
- 在室外照明灯上使用光电传感器；
- 提供补水站；
- 提供回收箱；
- 安装 LED 照明设备；
- 安装太阳能电池板；
- 使用太阳能热水器。

图 4: 建设和运营可持续的“绿色”酒店



来源：希尔顿集团《2023 年环境、社会、公司治理 (ESG) 报告》

这 27 项措施已经在希尔顿集团管理的酒店内全面铺开，其中的多项措施已经取得突破，并带来客观的可持续的环境、管理成本上的收益。比如：

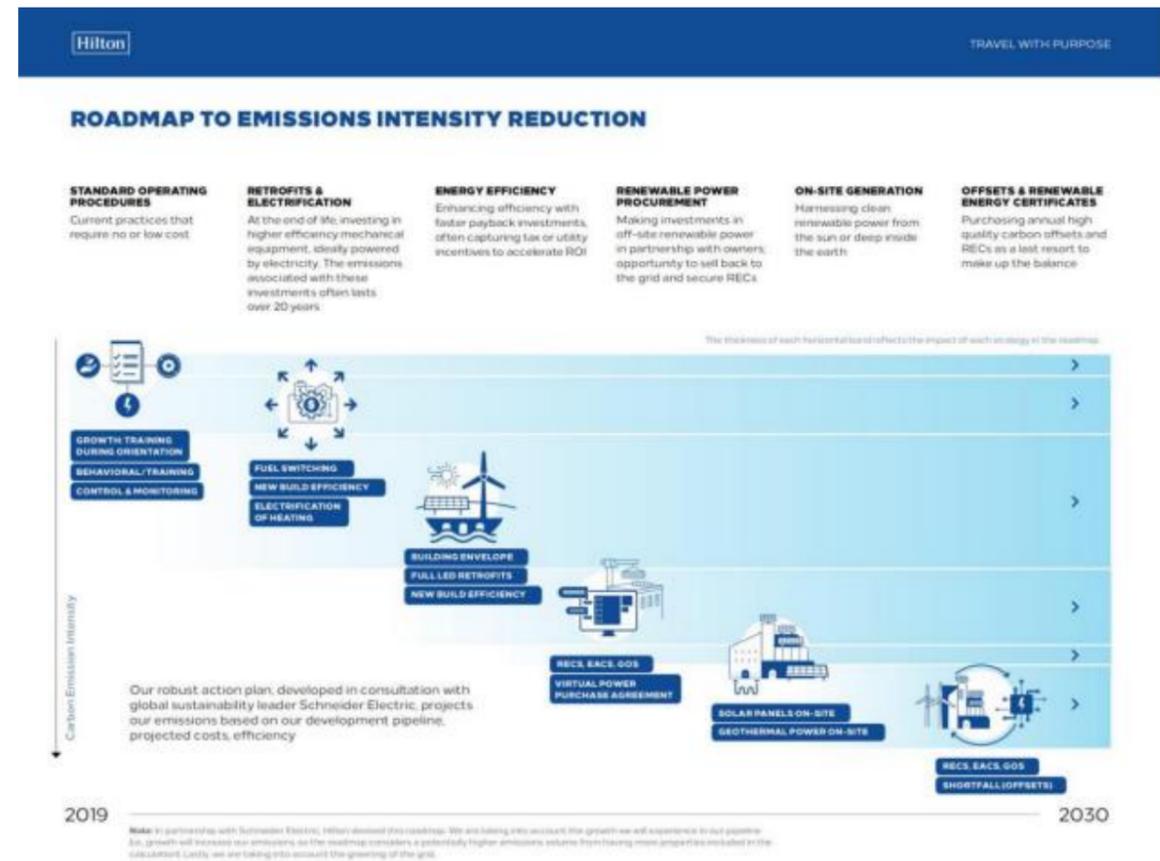
- 减少使用一次性塑料制品方面：尔顿提供由竹子、麦秸和木材制成的牙刷、剃须刀等用品，并使用 FSC 认证的环保包装。大中华区旗下酒店已 100%完成大包装洗护用品更换。
- 安装节水设备方面：在墨西哥的第一家希尔顿 Tempo 酒店通过一个安水塔项目。水塔将收集并储藏雨水等可回收水源，并经过简单过滤清洁后，为当地社区提供 1000 升/每小时的清洁生活用水，为 1800 人提供安全清洁的生活水源。

- 安装 LED 照明设备方面：在全球多个酒店全面安装 LED 照明设备。如昆明空港希尔顿逸林酒店已经在公共区域、客房区域及后场区域实现 LED 节能光源的全覆盖。全覆盖的 LED 照明设备，可以比同照度的白炽灯节约 80%的用电量。

2. 减少碳足迹

希尔顿集团为减少碳足迹制定了一份科学的碳足迹减排路线图。路线图的实施战略始于对有限资源需求的运营策略的转变，进而加强对高效能项目的投资。在下一阶段，希尔顿集团将致力于场外可再生能源的采购和报废设备的更换，以及高效改造和电气化酒店设备设施。路线图的最后阶段侧重于现场可再生能源发电，购买可再生能源证书 (REC) 和剩余不可避免排放的碳补偿。

图 5: 碳足迹减排路线图



来源：希尔顿集团《2023 年环境、社会、公司治理 (ESG) 报告》

希尔顿集团希望通过路线图的帮助，到 2030 年实现管理碳排放强度比 2008 年降低 75%和特许经营酒店碳排放强度比 2008 年降低 56%的目标。截至 2023 年年底，管理酒店的碳排放强度比 2008 年降低了 45.1%；特许经营酒店碳排放强度比 2008 年降低了 25.1%。

为响应中国宾客不断增加的低碳出行需求，大中华区持续推进充电桩的普及，截至 2024 年 5 月，共计近 150 家酒店配备充电桩；其中，以舟山希尔顿酒店为例，截至 2024 年 3 月，酒店累计已为超过 9,400 辆新能源车提供了充电服务。

图 6：酒店热回收系统



来源：经济观察报

3、提高能源效率

希尔顿集团是第一家根据气候科学制定科学目标以减少温室气体排放的大型酒店公司。2022 年，希尔顿集团开展了一项严格的程序，以评估希尔顿酒店的现有目标，评估希尔顿集团当前和预计的温室气体库存，并将数据与基于科学的目标倡议（SBTi）的最新方法相一致。这使希尔顿集团能够根据最新气候科学的现实情况制定新的、强化的目标。目前希尔顿集团在提升能源效率方面已经做出了许多突破性进展和成果。

图 7：太阳能光伏发电设施



来源：希尔顿集团《2023 年环境、社会、公司治理（ESG）报告》

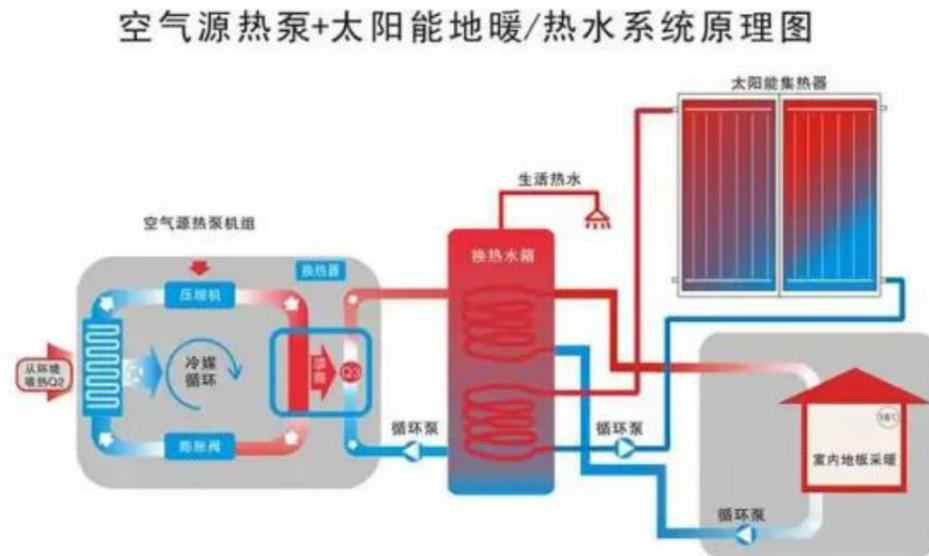
希尔顿集团积极推动所有希尔顿酒店完成室内外 LED 照明的转换，以提高能效并降低能源消耗。希尔顿集团旗下最大的酒店，位于拉斯维加斯大道上的 Resorts World Las Vegas，实现 100%可再生能源提供动力。

昆明空港希尔顿逸林酒店利用当地过渡季节昼夜温差大的气候特点，通过位于室外的冷却塔散热，生产出水温较低的冷却水来调节室内温度，每小时可节约 300 度电，相当于一个普通家庭一个月的用电量。

大理实力希尔顿酒店通过“太阳能+空气源热泵热水系统”，利用当地丰富的太阳能资源供给热水，每天可生产约 180 吨 50°C 以上的水来供给客房和泳池，每年累积减少使用天然气 36 万立方米，相当于 3,000 个三口之家 1 年的天然气消费量。

金茂三亚亚龙湾希尔顿大酒店通过回收园林植物垃圾用于火力发电，一年可产生 28,500 度电，可满足酒店 10 间客房一年的用电量。

图 8：空气源热泵+太阳能热水系统原理图



来源：网络

4、节约水资源

良好的水资源管理对于保护和保护这一日益稀缺的自然资源至关重要。希尔顿集团与供应商和社区合作伙伴密切合作，在全球业务范围内减少水消耗，并改善世界各地面临水风险的社区的水可用性和质量。希尔顿集团管理的酒店，实施了各种节水项目，包括耐旱景观植物、雨水收集、中水回收和安装高效淋浴头、水龙头。

2023 年，在墨西哥的第一家希尔顿 Tempo 酒店在时代广场开业。希尔顿集团在酒店安装了水塔。水塔将收集并储藏雨水等可回收水源，并经过简单过滤清洁后，为当地社区提供 1000 升/每小时的清洁生活用水，为 1800 人提供安全清洁的生活水源。

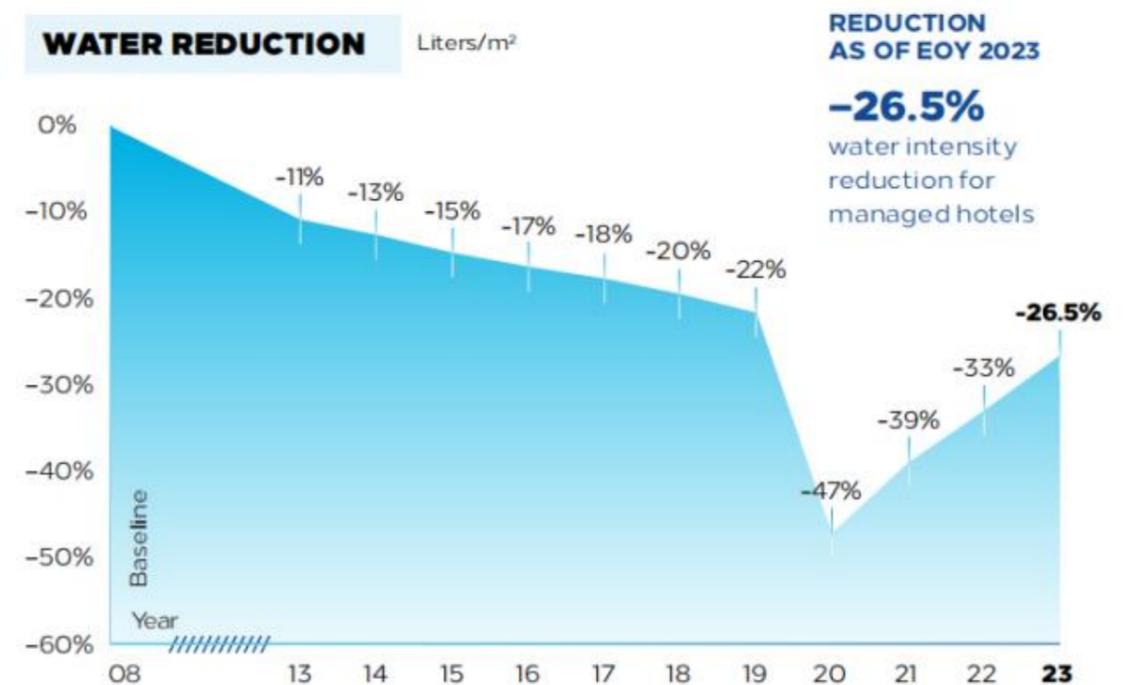
在酒店园林绿化工程中，希尔顿集团采用多项节水措施，比如利用更多的节水抗旱的本地物种；由直接灌溉模式改为滴灌、喷灌；在高强度使用区域，采用人造草皮替代天然草皮。

截至 2023 年年底，管理酒店的用水强度比 2008 年降低了 26.5%；自 2019 年以来，完成了 12 各社区供水项目，以增加清洁水的使用并保护附近社区的水资源。

图 9：墨西哥酒店水塔计划



图 10：酒店用水强度走势图



2023 shows an increase in consumption against 2022 as occupancies continue to increase since the pandemic; however, consumption remains below 2019 levels, and we have charted our path to achieve our 2030 Goals.

来源：希尔顿集团《2023 年环境、社会、公司治理 (ESG) 报告》

5、减少废弃物

希尔顿集团与供应商和社区合作伙伴密切合作，通过减塑降废、倡导低碳出行、提供可持续活动方案等举措，携手宾客共建绿色未来。比如：

希尔顿集团在美国和加拿大旗下酒店通过与动物收容所合作，捐赠旧毛巾、浴垫和手巾，将其重新用于动物收容所的床上用品、沐浴和医疗需求，避免约 13.8 万磅的毛巾直接运往垃圾填埋场。

大量一次性用品消耗是酒店行业 ESG 的一个挑战。希尔顿集团倡导负责任的供应链运营，选择环境影响较小的产品和服务。在亚洲，希尔顿提供由竹子、麦秸和木材制成的牙刷、剃须刀等用品，并使用 FSC 认证的环保包装。目前，大中华区旗下酒店已 100%完成大包装洗护用品更换。截至 2024 年 5 月，已有超过 130 家酒店支持使用电子房卡，一次性房卡已被废除使用。

在种种环境举措下，截至 2023 年年底，希尔顿集团旗下管理酒店垃圾填埋强度降低 63.7%，提前完成 2030 年旗下管理酒店垃圾填埋强度降低 50%的目标。

三、社会影响

希尔顿集团致力于在希尔顿集团服务的数千个社区中产生积极的社会影响。作为一个以人为本的企业，希尔顿的首要重点是创造一种最适合团队成员、业务合作伙伴和社区成员的文化。希尔顿通过让每个人都能参与旅行并从中受益来促进包容性增长。从为希尔顿的团队成员和邻居创造职业机会，到投资于社区恢复能力，到与当地和多元化供应商合作，再到为希尔顿的酒店负责任地采购产品和保护人权，希尔顿致力于推动积极的社会影响。

1、职业发展

在希尔顿酒店，希尔顿致力于创建一个包容的工作场所，提供长远的职业发展机会，致力于在团队成员个人和职业生涯的每一个阶段，都为他们提供支持，使的希尔顿的团队成员在世界各地每天都能茁壮成长。

从 2022 年至 2023 年年底，希尔顿集团共创造了 150 万个学习和职业发展机会。希尔顿集团希望，到 2030 年，为团队成员和社区创造 500 万各积累学习和职业发展的机会，并重点关注代表性不足的群体。

在员工培训和福祉领域，希尔顿集团通过“Thrive at Hilton”平台，支持团队成员的身心健康，包括行业领先的关怀计划；提供包括 Hilton University 和 LinkedIn Learning 在内的教育资源，支持团队成员的持续学习和职业发展；开展“Travel with Purpose”培训，强调在日常工作中可以采取的具体行动，以推动社会和环境影响。

2、社区支持

“有目的的旅行”使希尔顿集团的组织能够将希尔顿集团的热情招待延伸到希尔顿集团经营的数千个社区。通过利用希尔顿广泛的足迹、充满激情的全球团队成员社区和希尔顿全球基金会，希尔顿集团可以为社区发展和恢复力做出贡献。比如：

佛山希尔顿酒店与位于对口重点帮扶地区——贵州省黔东南苗族侗族自治州的榕江县职业技术学校建立了当地第一个高星级饭店专业，并成立“希尔顿班”。通过提供全方位的培训、实习和用工支持，帮助当地培养旅游和酒店专业人才，助力当地旅游经济发展。截至目前，42 名学生中少数民族学生占比超过 90%，共有 14 名学生走出贵州大山，来到广佛区域的希尔顿酒店实习。

中国的公益机构“蓝睛灵 (beYoureys)”，作为希尔顿全球基金会 2023 年的受资机构，目前已协助希尔顿集团在上海、北京、深圳和青岛等地的酒店开发了培训项目，为视障人士营造包容多元、无障碍的职场环境。未来还将继续为视障人士打造职场培训项目，鼓励他们在职场实现自我价值。作为 2022 年的受资机构，中国乡村发展基金会的“希望田野”(Fields of Hope) 公益计划也于 2024 年初完成了结营仪式，已通过青年职业发展训练营的方式支持全国 50 余所高校 147 名大学生走进乡村，通过理念知识学习、专业技能培训，培养了一批致力于乡村可持续发展的行动者和建设者，在打造多个旅游目的地的时候，为农村社区的扶贫创新、乡村旅游振兴及青年人才培养提供多元化解决方案。

自 2019 年以来，希尔顿集团全球基金会已资助各类公益机构总计超过 1,200 万美元的善款，向有需要的社区捐赠了超过 1,800 万磅食物，提供了 1,000 多万份餐食，回收了超过 2,800 万磅废弃物，并恢复了超过 24 万英亩的土地。

通过社会责任方面的措施，希尔顿集团实现为团队成员及所在社区提供了超过 86 万个学习和职业发展机会，自 2022 年以来为社区贡献了超过 150 万个发展机会；

在全球社区范围内完成了超过 37 万小时的志愿者服务，自 2017 年以来，已报告的志愿者服务总时数超过 250 万小时；

通过希尔顿团队成员援助基金，向部分遭受自然灾害及个人意外的希尔顿集团团队成员发放了超过 86 万美元的救助。

图 11: 希尔顿全球基金会资助公益活动



来源: 可持续发展网

3、供应链管理

希尔顿致力于推行负责任的供应链管理。希尔顿优先考虑负责任、可持续和包容性的采购，以确保希尔顿与供应商有助于为所有人建设一个健康和可持续的星球。

供应链社会责任方面，希尔顿集团大大加强了对供应商的尽职调查和 ESG 评估，为此制定并实施了《Hilton Responsible Sourcing Policy》。希尔顿供应管理团队（简称“HSM”）要求所有供应商遵守，该政策涵盖环境、劳工和人权以及道德标准；利用 EcoVadis 等工具对供应商进行环境和社会标准的评估，特别是高支出和高风险供应商；与供应商合作，提高他们对 ESG 问题的认识，提供培训和资源，帮助他们改善业务实践。重点评估 HSM 的主要供应商，包括每年合同支出超过 100 万美元

的供应商和为希尔顿提供劳动力、橡胶、可可、包装、纸张、纺织品等在环境和社会方面有重大影响的产品和服务的供应商。

希尔顿集团在供应链的食品和饮料采购环节，取得重大突破。目前为止，HSM 已经将每年 140 万磅的酒店香肠制品转由集中屠宰猪肉制成。HSM 还为全球各地的供应商提供支持，辅助供应无笼鸡蛋。在日本、韩国和密克罗尼西亚地区，HSM 实现了 32% 的可持续海鲜食品和饮料业务的采购，并得到了海洋管理理事会（MSC）和水产养殖管理委员会（ASC）的认证。

希尔顿集团还与 MindClick 平台合作，评估供应商的社会和环境方面的可持续表现。MindClick 平台帮助希尔顿集团评估了包括 Home2 品牌在内的 314 种产品。在这些评估中，90% 的产品可以重复使用或回收。21% 的产品由至少 50% 的可持续来源材料制成。

图 12: 供应商管理和监督



来源: 希尔顿集团《2023 年环境、社会、公司治理（ESG）报告》

四、公司治理

希尔顿致力于一流的治理实践，确保希尔顿在所做的每一件事中都能做到问责制、诚信和透明。治理是加强希尔顿业务核心的稳定力量。希尔顿稳健的公司治理结构旨在确保希尔顿业务的成功和长寿。

希尔顿要求自己和合作伙伴达到最高标准，希尔顿团队的每一位成员共同努力维护这些标准，识别和解决风险，并负责任地经营希尔顿的业务。

1、应对风险，诚信文化

希尔顿集团要求自己和合作伙伴遵守最高的道德标准。希尔顿集团致力于追求最负责的商业实践，诚信行事，在适当的董事会监督下管理风险。希尔顿集团的 ESG 计划受公开的政策和标准管理。希尔顿集团在公司治理方面的举措体现了其对透明度、问责性、诚信和合规性的承诺。

2、结构完善

希尔顿集团建立了强有力的治理结构，推进和衡量目标的完整性和透明度；拥有一个独立的董事会，其中包括多数独立董事，以及完全独立的委员会，如审计委员会、薪酬委员会和提名与 ESG 委员会。董事会进行年度自我评估，以确定其自身和各委员会是否有效运作。

3、政策透明

希尔顿集团制定并执行包括《Hilton Code of Conduct》、《Hilton Global Privacy Statement》、《ESG Policy Statement》等在内的关键政策和程序，尊重客户隐私并保护个人信息，进行网络安全和隐私培训，并定期进行安全评估；明确禁止贿赂和腐败行为，并提供详细的反贿赂法律要求和预防措施。

希尔顿积极与内外部利益相关者进行交流，以确保战略与业务和利益相关者最关心的问题保持一致。

通过种种举措，希尔顿集团展现了其对高标准公司治理的承诺，这有助于确保公司的长期成功和所有利益相关者的利益。

希尔顿集团怀揣着对推动负责任旅游以及全球旅游业可持续发展的坚定信念，其愿景清晰地展现出这份矢志不渝的承诺。而这一承诺与联合国的可持续发展目标（SDGs）深度契合，紧密相连。

希尔顿集团指出：“于中国，希尔顿集团始终坚定不移地践行‘旅行有心益’的 ESG 战略，同时积极响应国家大力倡导的‘双碳’目标。在中国旅游行业蓬勃复苏的当下，希尔顿在持续为宾客呈献多元化住宿体验之际，还将与业主、团队成员、宾客以及社会各界携手并肩，深入探索更多契合本土特色的 ESG 有效实践路径，共同发力推动旅游业迈向高质量、可持续发展的新征程，积极主动地为社会注入向善的力量。”

第二节 万豪国际集团

万豪国际集团是一家跨国酒店管理公司，拥有 30 多个品牌，近 8900 多家酒店，覆盖 141 个国家和地区。1927 年，J.威拉德和爱丽丝·马里奥特于美国华盛顿创立万豪集团，秉持“以人为本”“追求卓越”“拥抱变革”“诚信经营”“服务世界”的核心价值观，长期处于全球酒店市场的领先地位。万豪国际集团凭借其卓越的表现获得了众多荣誉，如《财富》中国发布的“2024 年《财富》中国 ESG 影响力榜”中，万豪作为唯一入选的酒店企业荣登榜单，2023 年《2023 全球企业声望 100 强排行榜》中排名第 45 位。

万豪国际集团旗下品牌丰富多样，涵盖豪华型如丽思卡尔顿、瑞吉酒店、JW 万豪等，高端型如万豪酒店、喜来登酒店、威斯汀酒店等，中端型如万丽酒店、万怡酒店、福朋酒店等，经济型如万枫酒店、SpringHill Suites 等，满足了不同层次消费者的需求。此外，还通过 Marriott Vacation Club 等品牌经营度假式酒店，以及万豪行政公寓等业务，并在 37 个主要市场管理设有家具的公寓单位，在全球管理 26 个高尔夫球场。

一、万豪的 ESG 战略

近百年来，万豪的核心价值观指导他们的 ESG 工作并将其与公司战略联系起来。在世界各地，万豪的员工和酒店通过支持可持续、有弹性、合乎道德和热情好客的业务行动体现了这些核心价值观，这些都是万豪集团 ESG 战略的关键要素。

万豪酒店“持续发展”的战略，以公司核心价值观为根基，概括了各项优先事项，指引公司践行旗下分布于全球的独特酒店品牌所作出的承诺。在“持续发展”的战略中，万豪围绕着通过旅行的力量将人们联系起来的宗旨团结起来，突显旅行在世界中所具有的变革性力量。

(一) 环境方面举措

1. 推动气候行动计划（CAP）

万豪集团已经制定了一个目标，即不迟于 2050 年实现温室气体（GHG）净零价值链排放，向全球所有管理和特许、经营物业推出了公司的气候行动计划（CAP），该计划围绕三个关键组成部分展开。

- 设定基于科学的目标：利用数据驱动的方法和技术来确定需要减少多少碳以及何时需要减少碳以实现万豪的目标；
- 建立气候流畅性：教育利益相关者（所有者、特许经营商、员工和供应商）了解碳的来源以及如何减少碳排放；
- 减少碳排放的行动计划：利用为每家酒店量身定制的新资源和增强资源，旨在确定减少能源、降低碳排放和提高运营效率的步骤。

2. 通过对生物多样性项目的投资，增强社区和酒店的韧性

通过对生物多样性项目的投资，万豪支持保护栖息地，增加并推进更广泛的净碳排放目标。

- 植树造林：支持植树节基金会在美国的植树造林工作，在森林修复项目、城市绿化项目、流域保护项目中种植了 14000 多棵树。又通过万豪 Bonvoy 客人积分的捐赠来支持阿拉巴马州长叶松生态系统项目，在合适的区域种植长叶松以及其他与长叶松生态系统相适应的植物物种 13920 棵树，恢复生态系统的植被结构，这样能有效促进长叶松生态系统的恢复和保护，提升生态系统的稳定性和生物多样性，同时也增强了人们的环保意识，鼓励更多人参与到环境保护行动中。
- 红树林恢复：万豪支持海洋基金会在墨西哥广阔的蓝碳生态系统附近的海洋保护区内进行恢复，并且提供了资金、技术和人力等方面的援助。万豪的援助帮助海洋基金会完成了一项蓝碳评估，包括碳储量现状、碳汇能力评估、影响因素等，并制定了一项社区批准的恢复计划，即红树林重新造林。
- 渔业改善项目：支持世界自然基金会改善秘鲁和越南渔业的可持续性。2023 年，这种援助包括对渔民进行记录渔获物和副渔获物的培训以及电子监测试点。

3. 可持续建筑和适应性再利用

2024 年初，万豪全球设计可持续发展团队发布了一套工具和指南以协助开发可持续建筑。

- 可持续建筑认证工具包为绿色建筑认证体系提供了指导。
- 《建筑围护结构设计指南》提供了补充指导，以协助建筑师和建筑专业人员关于高性能建筑围护结构的设计和施工。
- 《太阳能准备设计指南》提供了如何将现场太阳能生产和电池存储准备纳入酒店和度假村的信息。

4. 水资源的例用

万豪的水资源管理方法包括制定并实施针对不同物业量身定制的计划和项目，同时加强与水相关的风险管理。例如，为减少用水量，万豪提供全方位服务的管理型酒店，会根据酒店的用水情况，选择实施最适宜的节水措施。

不同酒店选择其最适合的节水措施，如安装低流量水龙头、厕所和淋浴头；智能灌溉控制器、洗衣水再利用系统、以及高效灌溉喷嘴等。

5. 减少一次性塑料和其他一次性物品

万豪实施了一系列品牌标准举措，如要求在整个餐饮服务和包装中杜绝使用聚苯乙烯一次性产品；要求客房内的容器标明清晰可见的标志，以帮助适当处理可回收材料；从酒店场所中取消使用塑料吸管和塑料搅拌棒；将小包装的浴室用品更换为家用型大包装浴室用品；为各酒店提供资源，以支持在诸如洗衣袋、牙具套装和剃须刀等物品采购上，做出更具可持续性、非一次性使用的选择；制定关于一次性水瓶替代品的指导意见，例如设置水瓶续水站；提供教育资料以及可供选择的废物回收服务提供商，推动可回收垃圾和其他特殊垃圾从垃圾填埋场分流处理；用非塑料产品替换洗手台边的塑料皂液泵瓶，并去除肥皂的塑料包装；鼓励供应商为瓶装水、清洁用品和客房用品提供可回收的包装（瓶子和运输箱/盒），这些包装需至少含有 35% 的回收成分，或者已通过可堆肥认证。

(二) 社会方面举措

万豪的“以人为本”文化是公司的指路明灯，万豪通过照顾员工，让员工将照顾公司的客户和社区。

万豪的人才战略以三大支柱为指导：培养优秀领导者、投资员工和获得机会。

1. 人才培养

在万豪酒店，公司专注于加强企业的文化，培养人才，并为公司未来的成功增长做好定位，各级员工都可以通过卓越的领导力激励他人。企业致力于为员工提供他们所需的工具和资源，以便建立丰富而有益的职业生涯。

2. 员工敬业度

2023 年，全球酒店、客户互动中心和公司办公室的所有员工都受邀参加了万豪的年度员工互动调查。90%的员工参加了调查。全公司的参与度很高，反映在 93%的参与度得分上，比全球最佳主指数高出 9 个百分点。公司的领导力得分为 90%，比全球最佳主指数高出 5 分此外，这些员工中有 90%同意万豪对可持续运营的坚定承诺，91%同意该公司对产生积极的社会影响的坚定承诺。

3. 提供机会

万豪提供机会的方法从高层开始，董事会和社会影响委员会（ISIC）监督万豪与“以人为本”文化相关的战略、工作和目标。

- 营造归属感，鼓励学习、创新、人际交往，提供个人及职业发展机遇。截至 2023 年年底，超 13000 名员工资源团体成员加入了一个或多个此类团体，这些团体对所有有意愿参与的员工开放。
- 广泛运用学习资源，推动多元化、公平性与包容性（DEI）教育，提高员工认知。学习资源包括诸如“营造归属感计划”，该计划旨在解决无意识偏见问题；还有“践行核心价值观”，专注于包容性待客之道。
- 打造强大的女性领导人才储备库，为她们提供人际交往的机会与平台，并促进工作与生活的融合。

4. 劳动力权力

在万豪的运营中，与领先的非营利组织合作，支持所有人，包括青年、不同人群、妇女、残疾人、退伍军人和难民，做好工作准备并获得机会。

- **青年：**万豪致力于通过与非营利组织合作，识别、培训和指导年轻人从事有意义的职业，来帮助解决全球青年失业问题。

通过万豪对世界可持续酒店联盟就业能力计划的持续支持，在 2023 年为五个国家的近 250 名青年赞助了酒店技能培训。其中 100 多人在万豪酒店接受了培训；超过一半接受过培训的人在万豪找到了工作机会。

为了支持下一代大学毕业生，万豪总部的奖学金计划为学生提供了了解万豪的机会，并有可能成为未来的合作伙伴。2023 年，万豪通过这个项目雇佣了 32 名研究员。

与霍华德大学万秦案伦森酒店领导力中心合作，培养未来的领导人才。通过万豪的参与，从中聘请学生作为研究员，参加校园招聘会，并邀请高管参观索伦森万豪中心与学生对话。

为毕业生提供参加 Voyage 计划的机会，在 50 多个国家开展。

- **残疾人：**万豪与众多组织合作，致力于赋予残障人士能力。万豪的合作遍布全球，其中具有代表性的是万豪与“从学校到职场之桥”（Bridges From School to Work）长达 30 多年的旗舰合作项目，该项目由万豪残障人士基金会创立。此外，在大中华区，万豪与相关组织携手，为有智力障碍的学生提供技能培训，帮助他们为高中毕业后的就业机会做好准备。
- **老兵：**万豪通过参与和外联活动，继续加强和扩大公司的军事招募工作。2023 年在美国、波多黎各和美属维尔京群岛雇佣了 1400 多名退伍军人。
- **难民：**万豪承诺，到 2026 年在全球雇佣 3000 多名难民。为此，万豪与全球、国家和地方非营利组织合作，将难民与酒店业联系起来，并开发资源来支持难民的招募和雇佣过程。

5. 服务世界各地的社区

志愿服务和社区投资

2023 年，万豪连同旗下酒店、员工、商业委员会及宾客，捐赠超 5100 万美元，用于支持社区建设与慈善事业。其中，近 2500 万美元为实物捐赠，现金捐赠超 2600 万美元。此外，包括万豪匹配的积分在内，超 1.6 亿万豪常客计划（Marriott Bonvoy）积分被捐赠，以支持慈善事业与救灾工作。

在全球运营范围内，超过 110 个商业委员会（由某一城市或地区内集团管理酒店及特许经营酒店的员工组成的网络）推广万豪的核心价值观，并在各自酒店开展“360 度服务”（Serve 360）项目。这种参与对于推动万豪的志愿服务目标取得进展至关重要。

关爱儿童

三十多年来，万豪一直支持那些服务全球儿童的组织。2023 年，万豪与联合国儿童基金会合作，重新启动并扩大了“为儿童结账”（Check Out for Children，简称 COFC）项目。该项目邀请宾客在全球 40 多个国家和地区的参与酒店入住期间进行自愿捐款。

应对灾害和提供援助

在面临紧急需求时，万豪迅速行动，对全球受灾社区做出响应并提供援助。针对美国夏威夷毛伊岛毁灭性的野火，万豪、万豪灾难救援基金（MDRF）、“关爱救援基金”（TCRF）、旗下酒店以及万豪常客计划（Marriott Bonvoy）捐赠了约 550 万美元，为 2500 多名员工提供救援支持和生活必需品。

万豪与 J.威拉德和爱丽丝·S.万豪基金会合作，向受 2023 年土耳其和叙利亚地震影响的人们提供了约 200 万美元的人道主义援助。

6. 促进和平与人权

促进人权

作为旅游与酒店行业的领军者，万豪将打击人口贩卖、儿童剥削和强迫劳动视为重中之重。

2023 年，万豪在应对重大人权问题、优先保障所有人的人权方面迈出新步伐。通过与互联网观察基金会（Internet Watch Foundation）及思科（Cisco）合作，万豪在美国和加拿大近 5000 家直营及特许经营酒店的住客网络上，推出酒店业首个此类举措——屏蔽含有儿童性虐待内容的网站。万豪计划将该项目推广至全球，助力打造一个客人乃至全世界而言都更为安全的网络环境。

作为和平与文化理解的催化剂

通过公司的各类参与活动，万豪致力于提升旅游的作用，将其打造成连接人与人、促进和平以及增强文化意识的有力工具。2023 年，万豪继续支持美国和平研究所的“变革一代研究员计划”。借助这个和平建设倡议，万豪助力六个青年主导的组织开展项目，在受冲突影响的国家促进合作、培养韧性并加强能力建设。万豪还与“全球掠影”（Global Glimpse）合作，为低收入家庭的学生提供旅行奖学金，旨在推动文化融入和领导力发展。

(三) 公司治理方面的举措

万豪作为在酒店业的领导者，以“诚信经营”为核心价值观。随着公司不断扩大业务，万豪认为，经营方式与经营内容同样重要。

1. 善行 360 和 ESG 治理

理事会、委员会、团队及领导人员相互配合协作，构建起组织架构并实施监督，以助力公司建设“善行 360 度”（Serve 360: Doing Good in Every Direction）可持续和社会影响力平台。这个平台是万豪国际集团践行企业社会责任、推动可持续发展的核心行动指南。参与的人员包括董事会下属委员会、公司总裁兼首席执行官、区域负责人、酒店高管团队及普通员工。

董事会及其下属的包容与社会影响委员会（ISIC），承担着监督公司一系列战略、工作及承诺的重任。这些内容围绕“以人为本”的企业文化，包括员工福祉保障、提升企业包容性，以及其他与 ESG 相关的事务，涉及可持续发展、各类气候相关问题，以及由此带来的影响和风险。

在管理层，万豪的“善行 360 度”平台由多个管理机构指导，每个机构都有特定的优先事项和目标，以推动公司整体目标的实现。

2. 坚持道德和法律标准

商业行为与合规

万豪为世界各地的客户提供服务，坚持不妥协的道德和法律标准。这一理念从日常业务行为延伸到员工政策及其他方面。

- 商业行为指南：对关键道德和法律合规政策的概述，不仅涵盖合法行为，还涉及正确行为的指引。
- 商业诚信热线：由第三方运营的匿名道德举报热线，用以支持公司鼓励员工直言不讳的文化。
- 调查措施：用于对商业诚信报告进行调查、回应及整改的分类处理流程。
- 多领域监督：由公司高管和资深领导提供道德监督与战略指导，其中包括一个由全球合规顾问协调的道德与合规治理委员会。
- 员工培训：每年，超过 90%的员工至少完成了一门与道德和合规相关的在线培训课程。身处高风险辖区的新入职领导和员工会被安排强化培训。

数据隐私和网络安全

万豪拥有全球信息安全和全球隐私计划，旨在评估、识别和管理公司的网络安全和隐私风险。

万豪董事会设有一个技术和信息安全监督委员会协助董事会监督与技术、信息安全和隐私有关的事项。还设有多个全球管理委员会，负责执行监督和战略风险管理。

由首席信息安全官领导的全球信息安全团队和全球合规顾问、隐私官领导的全球隐私办公室，与这些管理委员会协调工作，监督万豪的网络安全和隐私战略，并在全球范围内解决网络安全和隐私事件。

透明地参与公共政策

万豪制定了全面的公共政策议程，并就一系列广泛议题与政府领导展开沟通。万豪认为，运营的透明度以及对各级政府政治活动的参与，对万豪的业务及整个行业都至关重要。

为推动万豪公共政策重点事项的落实，分享最佳实践经验，并在政策倡导活动中开展合作，万豪与众多行业及商业协会保持互动。万豪与之保持重要合作关系的协会包括：商业圆桌会议（Business Roundtable）、世界旅游及旅行理事会（World Travel & Tourism Council）、美国酒店与住宿协会（American Hotel & Lodging Association）、国际特许经营协会（International Franchise Association）、美国旅游协会（U.S. Travel Association）、清洁能源买家协会（Clean Energy Buyers Association）以及世界可持续酒店联盟（World Sustainable Hospitality Alliance）。

二、万豪酒店的 ESG 实践特色

1. 使用咖啡胶囊

万豪旗下部分酒店如北京粤财 JW 万豪酒店和 Nespresso 开展合作，参与 Nespresso 胶囊回收计划，对使用过的咖啡胶囊进行统一回收处理。Nespresso 将回收后的咖啡胶囊分离处理后的铝制外壳，循环利用并制作不同的产品，如圆珠笔、筷子、自行车、运动鞋等，并且在酒店大堂展示这些咖啡胶囊循环再生焕发的“二次生命”产品，诚邀宾客共同倡导绿色环保的生活方式。

Nespresso 咖啡胶囊目前使用 80%的再生铝制成，此外也推出了可堆肥纸基胶囊，其 82%由从欧洲森林采购的 FSC 木纤维制成，其余部分包括内膜衬里和盖子，由可堆肥的生物聚合物材料制成。

2. 淘汰小塑料瓶，其他塑料瓶回收再利用

万豪表示要消除一次性的塑料瓶，降低酒店对环境的负面影响。到目前为止，万豪在北美的 1000 多家酒店已经淘汰了小塑料瓶，用更大的瓶子代替。预计每年将从源头上减少约 5 亿个小塑料瓶进入垃圾填埋场；这相当于 170 万磅的塑料，万豪酒店每年 30%的塑料使用量。

万豪倡议移除酒店内的塑料吸管和搅拌器，以减少更多的塑料污染。预计每年将从源头上减少 10 亿根塑料吸管进入垃圾填埋场。

对于必须使用的塑料制品，万豪采用了塑料瓶回收再利用计划，通过以下流程实现。

收集与分类

- 客房收集：酒店员工在日常客房清洁过程中，会将客人使用过的塑料瓶，如矿泉水瓶、客房浴室内的大号洗浴用品塑料泵头瓶等，与其他垃圾分开收集。
- 公共区域收集：在酒店的公共区域，如餐厅、会议室等，设置专门的垃圾桶用于收集塑料瓶，确保各类塑料瓶都能得到有效回收。
- 严格分类：将不同类型的塑料瓶，如 PET 塑料瓶、HDPE 塑料瓶等，按照材质进行初步分类，以便后续的回收处理。

运输与储存

- 集中存放：收集到的塑料瓶会被集中存放在酒店的指定地点，等待进一步的处理。
- 定期运输：当塑料瓶达到一定数量后，酒店会安排专门的车辆或委托专业的运输公司，将塑料瓶运输至合作的回收处理中心。

回收处理

- 清洗与消毒：在回收处理中心，首先会对塑料瓶进行彻底的清洗和消毒，去除瓶内残留的液体和污垢，确保塑料瓶的清洁度，以便后续的加工处理。
- 破碎与造粒：经过清洗消毒后的塑料瓶会被送入破碎机中进行破碎，使其成为较小的塑料碎片。然后，通过造粒设备将这些塑料碎片加工成塑料颗粒，以便于后续的再利用。

再加工与利用

- 制成纤维：将回收的塑料颗粒经过特殊的加工工艺，制成聚酯纤维。这些聚酯纤维可以作为原材料，用于生产酒店员工制服的面料，如澳门新濠影汇 W 酒店的员工制服就采用了这种可回收塑料制成的面料。
- 其他产品制造：除了员工制服，回收的塑料还可以用于制造其他产品，如地毯、窗帘、毛巾等酒店用品，或者加工成新的塑料瓶、塑料容器等。

数据监测与评估

- 数据记录：万豪酒店会对塑料瓶的回收数量、回收利用率等数据进行详细记录，以便跟踪和评估回收再利用计划的实施效果。
- 定期评估：定期对回收再利用计划进行评估，分析计划实施过程中存在的问题和不足，及时调整和改进计划，以提高塑料瓶的回收利用率和再利用价值。

3. 电子废弃物的回收

万豪酒店与 TCRW 等专业的回收机构合作，利用其提供的电子废弃物批量回收服务，有效处理各类电子废弃物，如废旧电脑、电视、电路板等。

提供多样化的回收方案

对于拥有大面积场地或大量电子废弃物的酒店设施，可选择 TCRW 的批量回收服务，根据自身方便的时间安排回收，还能通过在线回收报告随时跟踪回收进度。

对于电子废弃物量较少的酒店，则可以使用 EasyPak 回收容器，它同样具备便捷性和报告功能，满足不同规模酒店的回收需求。

严格的数据安全保障

在电子废弃物回收过程中，万豪酒店重视数据安全，合作的回收机构会采取多种安全措施，如硬盘的安全粉碎销毁或专业数据擦除等，确保存储在电子设备中的信息不被泄露。

明确废弃物去向

万豪酒店确保回收的电子废弃物在美国境内的许可回收设施中进行处理，不会被运往海外，以便更好地监督和管理废弃物的处理过程，保障处理过程符合环保和安全标准。

4. 减少食物浪费

万豪酒店积极寻求与 Wastely 合作，以减少食物浪费、降低运营成本，并推广环保意识，倡导可持续化消费模式。Wastely 的技术和服务能够帮助万豪酒店实现更高效的食物浪费管理，通过数据驱动的方式为酒店提供定制化的解决方案，以达到节约资源和保护环境的双重目的。

2024 年 1 月 16 日，武汉襄投万豪酒店的食物浪费管理项目正式上线，Wastely 食物浪费管理系统将人工智能和大数据嵌入到专有的食物浪费管理技术中，通过自动收集食物浪费信息并记录到云端数据库，再加上强大的人工智能算法分析，为酒店提供量身定制的食物浪费节约解决方案，帮助酒店降低运营成本，减少食物浪费，同时推广环保意识，倡导可持续化消费模式。之后，该系统陆续在其他万豪酒店安装。

第三节 安岚酒店

安岚 (AHN LAN) 品牌的经营理念源自创始人对“良辰、美景、赏心、乐事”于一体的理想境界的追求。秉持着“创造寄情山水秘境的愉悦度假体验”这一品牌使命，安岚酒店深度融合自然山水与现代生活方式，致力于为当代国人打造一处恣意沉浸于山水之间的隐奢秘境。

安岚品牌理念的核心是“和拥美景、印刻良辰和赏心乐事”三者合一，致力于提供一种雅致而诗意的度假体验，让宾客在欣赏美丽自然风光的同时，领略中国传统文化的深厚底蕴，留下难忘的旅程记忆。

目前，安岚旗下已拥有三家酒店——千岛湖安岚、宁海安岚和新昌安岚，它们在多个运营领域中持续推进绿色低碳实践，成功打造出绿色度假村与环保倡导型酒店的典范。

一、战略定位

通过“寄情山水秘境的愉悦度假体验创造者”这一使命，安岚不仅引领着中国奢华度假生活方式的创新，更为绿色低碳酒店业的未来发展奠定了坚实基础。

安岚酒店秉承“诚敬纳喜”的待客精神，寓意以诚相待、尊重敬意、关心接纳、见客而喜，这一理念渗透于安岚的日常运营和员工培训之中。品牌不仅致力于提供卓越的服务质量，也通过实际行动积极倡导可持续旅游理念，为推动绿色旅游行业发展贡献力量。

图 13: 安岚的服务文化



来源：宁海安岚人力资源部公众号

二、绿色低碳方面的实践

1. 绿色设计与建筑

安岚酒店在建筑设计中始终强调可持续性，将自然环境保护融入每一项设计决策。酒店建设过程中，采用本地建材和资源，确保建筑与周围环境的和谐融合。

在绿色植被方面，安岚酒店特别注重周围环境的生态平衡。建筑周围保留了原有的植物群落，并种植了更多树木和植被，以有效阻挡紫外线、减少噪音，并为宾客创造舒适宜人的度假氛围。

在建筑功能方面，安岚精心设计了每个房间的朝向和通风效果，合理控制开窗面积，以最大化自然通风的利用，降低空调能耗。每一个细节都体现了品牌在绿色环保方面的承诺，将可持续发展落实到酒店建筑设计的方方面面。

图 14: 安岚酒店



来源：宁海安岚公众号

2. 绿色运营与环保措施

安岚酒店在减少一次性用品使用方面采取了一系列积极举措。例如，酒店提供环保房卡、吹风机袋、洗漱包等，以减少塑料和其他一次性物品的消耗。同时，酒店在管理过程中注重从细节入手，引导和鼓励员工践行环保理念，并通过创新方式实施绿色行动。在一些节庆时刻，酒店员工也会亲自参与环

保活动。例如，在圣诞节期间，酒店员工在当地山上捡拾了 1078 颗松果，并用千岛湖当地的苦竹制作成圣诞树的锥形支架，利用废弃的床单和布草制作捆绑物，最后将松果一颗一颗粘贴成圣诞树。通过这种创意方式，酒店不仅实践了环保理念，还展现了独特的地方文化特色。

此外，安岚酒店还积极采用可循环利用的包装盒等资源，以确保酒店运营的可持续性。在垃圾分类和回收方面，酒店推行了严格的措施，减少塑料瓶的使用，并鼓励客人使用可重复使用的水瓶，进一步推动绿色环保行动。

为了确保绿色实践的深入落实，安岚酒店还特别注重员工的环保培训与文化建设。酒店定期为员工提供可持续发展方面的培训，强化环保意识，并鼓励员工在日常运营中积极倡导和执行各项环保措施。通过这一系列举措，安岚酒店不仅在绿色低碳方面作出了表率，也在员工文化和客户体验上融入了可持续发展的核心理念。

三、消费者绿色环保引导

安岚酒店除了在酒店建筑和日常运营中融入可持续环保理念外，也特别注重对消费者进行绿色环保引导：如圣诞季举办“安岚可持续圣诞季”，用天然、可回收材料替代传统装饰，推广环保理念等。

1. 安岚可持续圣诞季

安岚酒店在圣诞季通过微信公众号向消费者传递“可持续环保”的理念。例如采取了环保装饰措施，采用自然和可回收材料替代传统的装饰材料，如使用木材、松果等天然元素装饰酒店环境，避免过度使用一次性装饰物，提升节日氛围的同时保持环保。

2. 妮可巴菲特与自然疗愈之旅

安岚酒店与与股神巴菲特的孙女妮可·巴菲特合作，推出了“自然与艺术的疗愈之旅”，以自然和艺术之名，传达“文化传承、自然山水和欢聚相庆”的理念。美食、自然和艺术，都能不断赋予现代人精神力量。妮可·巴菲特和安岚深深共鸣于自然疗愈之力，共同打造此次疗愈之旅。疗愈之旅，从千岛湖安岚开启，与妮可·巴菲特一起沉浸式感受安岚的在地文化和美食美景。此次活动让游客徒步溯溪，采集树叶和松果，了解当地的自然资源，并通过与自然的互动，宣扬环保意识，结合艺术与自然治愈的理念，提升游客的环保责任感。

图 15: 安岚酒店的“可持续环保”实践



来源：安岚度假村及酒店微信公众号

3. 联名共创奢华环保理念

安岚度假村和酒店，一直以“寄情山水秘境的愉悦度假体验创造者”为品牌使命，以卓越的服务和居住体验，成为度假酒店高端市场的“隐奢顶流”。而作为高端家居用品的领航者，TAIC 太可致力于纯钛环保，以高端的纯钛材料，引领家居美学新潮流。通过联名合作基于双方共同的目标群体，从品牌理念的共同点中寻找灵感，深度挖掘安岚的自然哲学，结合 TAIC 太可的环保理念和家居美学，为宾客带来别具一格的优雅居住体验，延续生态可持续发展的美好。

4. 与高校合作推动可持续时尚设计的创新

安岚酒店与东华大学时尚创意学院联手，共同举办“生态浪潮，拥抱山海”创意设计活动，活动共有来自中国、芬兰、澳大利亚、巴基斯坦、波兰、德国、俄罗斯、荷兰、突尼斯、西班牙、新加坡、新西兰、意大利、印度尼西亚、英国等 15 个国家 50 余名师生参加，围绕联合国可持续发展目标，通过对中国非物质文化遗产技艺与服饰文化的研究，聚焦循环设计与手工技艺的融合，探索通过设计创新来解决山海环境污染的可行性路径，构建面向零塑山海的循环设计解决方案。本次活动以一场扎根大

地的艺术，展现当代青年对生态文明、乡村振兴、和而大同的感悟与思考。活动中，学生设计师们以当地废弃物为媒介，巧妙构思，创作出独具匠心的艺术装置，不仅展现了创意与环保的完美结合，更激发了社会各界对可持续发展议题的关注与深思。此次活动以推动可持续时尚设计的创新为目标，通过时尚与可持续发展的结合，为绿色设计注入更多创意，提升绿色时尚设计的普及度。

四、社会责任的实践

安岚酒店在节假日及特殊时期组织公益活动，如拜访敬老院，以小爱之举，暖夕阳之寄。与老人们共度时光，传递爱与责任。

举办员工答谢日，在员工餐厅特别举办冬日暖锅美食节，在吃火锅的同时配上趣味猜灯谜等丰富多彩的员工活动。

组织实习生关家日，为年轻实习生提供培训与实践机会，让他们在酒店获得成长并为未来做好准备。

五、绿色认证与合作

安岚酒店获得了多个绿色荣誉，代表着安岚酒店在绿色低碳实践中的地位。例如，在首届优·GREEN-绿色 ESG 线上颁奖盛典中宁海安岚荣获 ESG 环境责任-绿色山林酒店；新昌安岚荣获 ESG 环境责任-绿色峡谷酒店；千岛湖安岚荣获 ESG 环境责任-绿色湖泊酒店。

展望未来，安岚酒店将继续推进其绿色低碳战略，不仅在现有的基础上加强节能减排，还计划在全球范围内推广其可持续旅游理念，鼓励更多的酒店品牌加入绿色低碳行列，共同应对全球环境挑战。

第四节 携程集团

携程集团 (Trip.com Group) 作为全球领先的在线旅游服务提供商，在旅游产业链中连接消费者与酒店、航空、景点、交通等多方资源。面对全球消费者对可持续出行需求的快速增长及“双碳”目标下的产业转型趋势，携程以技术驱动、数据赋能和多方合作为手段，深度推进“绿色低碳酒店”生态建设。通过创新标准制定、信息透明披露和用户激励机制，携程不仅满足了消费者对绿色消费的偏好，也为行业树立了可持续发展的新典范。

一、战略定位：从平台优势出发打造绿色生态

1. 明确低碳愿景与标准化建设

携程于 2023 年推出“低碳酒店标准”，从能源效率、水资源管理、废弃物处理等维度全面评估酒店的环保表现，树立了统一的行业框架，引导酒店实现绿色升级，构建可持续发展生态圈。

2. 平台赋能与消费者引导

依托携程广泛的用户群体与大数据分析能力，平台通过智能推荐、碳足迹展示和差异化激励机制，将绿色酒店选择直观地呈现在消费者面前。使消费者在预订决策中更易发现并倾向选择低碳住宿，为绿色酒店创造良性的市场竞争力。

3. 多方合作与生态共建

携程与国际酒店集团（如雅高、希尔顿、洲际）及环保组织携手，持续优化低碳酒店标准并丰富酒店供给侧资源。同时，借助行业协会、地方政府和公益机构的力量，共同构建从供应链到终端消费者的全链条绿色旅游生态。

二、实践举措：从标准导入到技术赋能

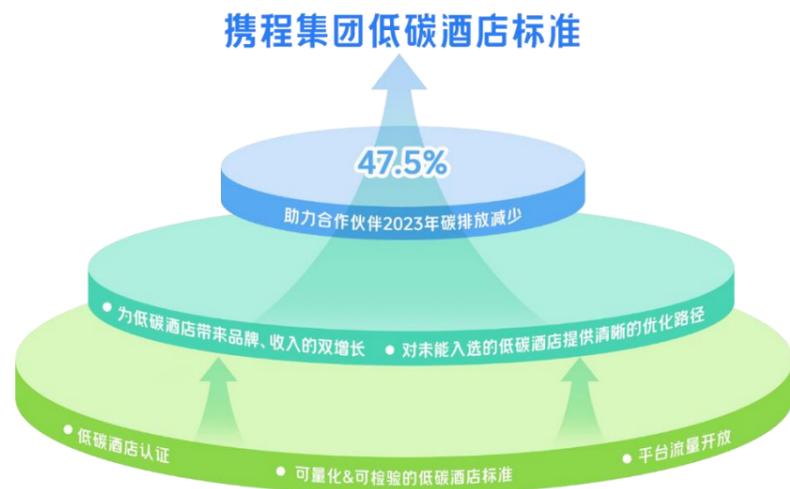
1. “低碳酒店标准”认证与推广

携程于 2023 年推出《携程低碳酒店标准》，成为国内首批针对绿色酒店制定认证体系的平台之一。相比此前的行业标准，该标准以可量化、可检测、可提升为原则，主要依据酒店单位碳排放量在同类型酒店的相对水平，根据不同省份、不同星级酒店的碳排放量进行排序，从碳排放量较多的商家开始计算，直到减少 47.5% 的商家为止，该门槛以内的合作伙伴即入选低碳酒店标准。

低碳酒店的具体评定标准是，以合作酒店提交的燃气费、电费账单（酒店碳排放主要来源）和低碳举措为计算池，倒推实现《巴黎协定》2030 年 1.5°C 温控目标，不同服务能力和不同星级酒店应实现的碳排阈值，低于该阈值即为“低碳酒店”。低碳标准的阈值与酒店类别、地理、季节等因素相关，携程点评分 4.3 以上（含 4.3）。以半年度为单位更新阈值，重新认证。携程在评估酒店能耗、水资源利

用和废弃物处置等指标的基础上，为符合条件的酒店颁发“绿色认证”标识。同时对低碳酒店实施线上审核及线下到店抽查。

图 16: 携程低碳酒店标准



来源：新浪财经

同时，携程还为酒店商户低碳减排提供了有效措施的指导，如将一般的白炽灯、荧光灯优化为使用LED灯，使用国家一级能效节能电器、酒店建筑材料使用隔热、保温建材、窗户使用双层中空玻璃，更多地使用可再生能源，以及购买碳抵消额度等。

商家在获得认证之后，清晰明了的“低碳酒店”标签拉高了用户点击量。旅客可以一键筛选目的地所在低碳酒店，低碳酒店订单量也在稳步提升，同时也可以减少酒店的营销和运营成本，首批入选该标准的酒店已获红利。以“北京泛太平洋酒店”为例，入选携程低碳酒店后，曝光量增长，带动订单量环比提升43%。

2. 平台技术支持

携程充分发挥其技术优势，通过平台赋能提升绿色酒店的市场竞争力。利用大数据和人工智能算法，携程在搜索结果页中优先推荐已认证的绿色酒店，并通过直观的碳减排信息展示，让用户清晰认识自己的绿色出行贡献。2024年3月11日，携程旅行客户端上线了“热门筛选”标签，旅客可以一键筛选目的地所有低碳酒店，该功能将为低碳酒店带来更多的曝光，进而实现订单和品牌的双增长，也可以减少酒店营销及运营成本。此举既优化了用户决策体验，又实现了绿色理念的潜移默化教育。

图 17: 携程低碳酒店筛选



来源：携程官网

图 18: 携程低碳酒店清单



来源：携程APP

3. 客户教育与激励机制

携程通过积分加倍、会员等级提升、专属优惠券和 APP 内的“绿色旅行”专栏，为预订绿色酒店的用户提供额外激励与价值回馈。同时，借助短视频、图文案例及 KOL（意见领袖）合作在社交媒体广泛传播，放大绿色酒店实践的社会影响，吸引更多用户主动选择低碳住宿。同时通过短视频、案例分享等方式，扩大绿色酒店的社会影响力。

酒店低碳涉及入住体验的方方面面，统一的标准指引可以更高效地带动行业实现低碳目标。低碳酒店标准将酒店化石燃料产生的直接碳排放，和运营管理过程中的电力和经营的间接碳排放整体计算，以可量化的方式吸引用户化身践行低碳出行的“低碳合伙人”，在旅行消费中践行低碳环保。第三方数据显示，减少使用 1 立方米水可节省 0.35 千克二氧化碳，减少清洗 1 次床单可减少 0.05 千克二氧化碳，节省 1 度电可减少 0.78 千克二氧化碳，减少生成 1 千克垃圾可节省 2.06 千克二氧化碳，减少搭乘电梯上下一层楼可节省 0.22 千克二氧化碳。携程将带动更多旅客成为“低碳酒店合伙人”，用低碳酒店标准助力行业更多合作伙伴实现减碳目标。

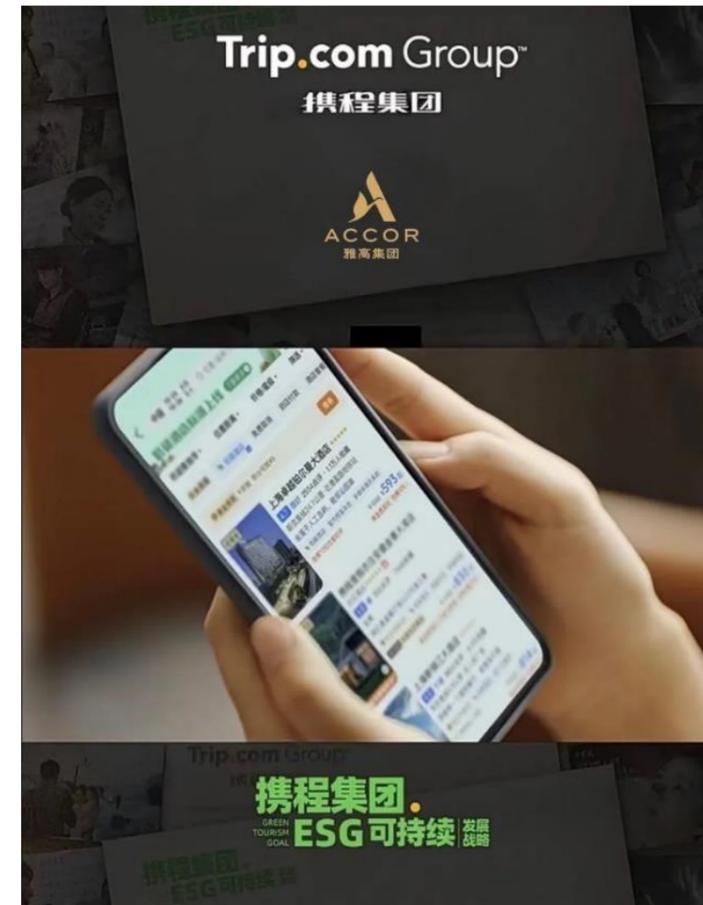
4. 合作模式

携程与雅高、希尔顿、洲际等国际酒店集团建立伙伴关系，共同推动符合绿色标准的低碳房型上线。

例如携程与雅高合作推出了低碳酒店预订功能。旅客通过携程 APP 预订雅高大中华区酒店时，可以选择更环保的酒店体验。这一功能是基于雅高、携程和麦肯锡于 2023 年联合发布的白皮书《探寻中国环保旅行之道》的灵感来源。中国旅行人士通过携程平台预订雅高大中华区酒店时，携程便会提示是否愿意“践行低碳入住倡议”的选项。若宾客选择“愿意”，则入住酒店会相应地优化客房设置和服务，如调整客房温度和电器使用、减少床单毛巾更换频次以及提醒宾客使用自带洗漱用品等。宾客也将收到有关其低碳入住承诺的确认信息，并了解酒店将采取的相关举措。

同时，携程与环保组织联合开展低碳活动，如“碳中和旅行计划”，进一步强化品牌的可持续影响力。2022 年 7 月，携程集团发布“LESS·可持续旅行计划”（LESS 为“Low carbon 低碳、Environment protection 环保、Save energy 节能、Sustainable Development 可持续发展”的首字母缩写），该计划中携程承诺将逐步实现企业的全面可持续运营，与生态合作伙伴联合陆续推出至少一万个低碳旅行产品。同时，通过携程网站、App 和门店等途径，全面推广低碳旅行知识，带动 1 亿人参与低碳可持续旅行实践。

图 19：携程与雅高合作推出低碳酒店预订功能



来源：雅高官网

三、运营与治理：透明披露与数据驱动决策

1. 信息透明与标准严控

携程在 APP 上详细介绍了低碳酒店标准制定，同时将酒店环保信息纳入统一披露体系，消费者可在酒店详情页了解该酒店与同类酒店的碳排放比例比值。透明度的提升强化了用户对绿色酒店的信任度和认可度，也倒逼酒店方持续改进。

图 20：携程详细的低碳酒店标准



来源：携程 APP

2. 数据化管理与绩效评估

携程携程低碳产品经理介绍：考虑到季节变化因素和计算池会持续扩大，《低碳酒店标准》会每半年对碳排放阈值标准进行更新，并重新对低碳酒店进行评估认证。同时基于实际运营数据与用户反馈对标准进行数据化评估和调优。这样的闭环优化机制确保绿色标准与消费者需求、政策导向和技术进步保持动态适配。

四、成效与影响：数字化赋能下的多方共赢

1. 市场规模与用户响应

2023 年，携程集团推出“低碳酒店标准”，通过可度量、可检验、可提升的标准，推动酒店合作伙伴共同践行低碳发展。根据携程 2023 年年度 ESG 报告数据，低碳酒店标准已覆盖 140 家酒店集团的 2600 家酒店，其中雅高酒店集团、希尔顿酒店集团、洲际酒店集团等 20 家酒店集团旗下的酒店已入选该标准，并带动 430 万旅客入住低碳酒店累计减少了 17200 吨碳排放，约等于种下 78 万颗树。

表 5：携程“低碳酒店”业绩

数据指标	数值	数据来源
认证绿色酒店数	2600+家	携程低碳酒店标准官方新闻
涉及城市	100+城市	携程 ESG 报告
低碳旅客人数	430 万人次	携程 ESG 报告
订单增长（认证酒店）	环比增长 43%	携程 ESG 报告
累计碳排放减少量	17200 吨	百度百家号
相当于种植树木数量	78 万棵	百度百家号

2. 行业示范与品牌提升

携程以平台优势为依托，不仅吸引更多酒店主动申请认证，还获得资本市场与消费者对其 ESG 表现的积极认可。携程品牌形象从单纯的旅行平台升级为“绿色出行倡导者”，为全行业树立价值样板。

携程以平台优势、技术创新和标准化方案为抓手，在绿色低碳酒店推广领域取得显著成效。从标准制定、数据赋能到行业生态构建，携程的系统化路径为 OTA 平台在 ESG 领域的转型提供了可复制的实践范本。在未来，携程将持续迈向绿色旅游新时代，进一步将低碳住宿推广至全域化、数字化、协同共赢的绿色旅游生态圈。

参考资料

1. 中国饭店协会.2024 年中国酒店业发展研究报告.中国饭店协会.
2. 世界自然基金会 (WWF) & 联合国世界旅游组织 (UNWTO). 全球旅游业碳排放数据报告 (2023).日内瓦联合国世界旅游组织.
3. 国家发展和改革委员会, 国家文化和旅游部, 住房与城乡建设部, 国务院商务部, 国家标准委员会. 国家碳达峰试点建设方案(2023).国家发展和改革委员会.
4. 国家文化和旅游部. “十四五” 文化和旅游发展规划(2022).国家文化和旅游部.
5. 国家标准委员会.绿色饭店建筑评价国家标准(2022).国家标准委员会.
6. 国务院.关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见(2021).国务院.
7. 国务院. “十四五” 国内贸易流通发展规划(2022).国务院.
8. 国家标准委员会.碳达峰碳中和标准体系建设指南(2023).国家标准委员会.
9. 生态环境部, 国家发展和改革委员会.甲烷排放控制行动方案(2023).生态环境部.
10. 国家发展和改革委员会. 2024—2025 年节能降碳行动方案(2024).国家发展和改革委员会.
11. 国务院. 国内旅游提升计划 (2023—2025 年) .国务院.
12. 国务院.质量强国建设纲要(2023).国务院.
13. 生态环境部.年度全国碳排放权交易配额总量设定与分配实施方案 (发电行业) (2023).生态环境部.
14. 国务院.碳排放权交易管理暂行条例(2024).国务院.
15. 中共中央办公厅, 国务院.关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见(2024).中共中央办公厅.
16. 国际能源署 (IEA) & 世界旅游组织 (UNWTO).全球旅游业碳排放研究报告(2019).巴黎国际能源署.
17. 雅高集团. The Path Toward Eco-Friendly Travel in China (2023). 雅高集团.
18. 万豪国际集团.万豪国际集团 ESG 实践报告(2023).万豪国际集团.
19. 希尔顿集团. 2023 年 “旅行有心益” 环境、社会、公司治理 (ESG) 报告.希尔顿集团.
20. 锦江国际集团. 锦江国际集团 ESG 实践报告(2023).锦江国际集团.
21. 华住酒店集团.华住酒店集团 ESG 实践报告(2023).华住酒店集团.
22. 首旅如家酒店集团.首旅如家酒店集团 ESG 实践报告(2023).首旅如家酒店集团.
23. 百度文章,《ESG 系列谈 | 走可持续出行之路, 旅游业迎来春天? 》, 北京斌道律师事务所
24. 全国旅游标准化技术委员会就行业标准,《旅游企业环境、社会和治理信息披露指南》
25. 2024 SERVE 360 REPORT
26. 美通社.万豪国际集团发布善行 360 度年度报告.
27. 中国日报网.北京粤财 JW 万豪酒店参与 Nespresso 胶囊回收计划 共筑可持续发展未来.
28. 新浪财经.多家 JW 万豪酒店开启可持续发展体验
29. 搜狐网.对抗气候变化的咖啡树.
30. 网易网.万豪国际集团与中华环境保护基金会达成生态环境领域公益合作.
31. 原创力文档.透明塑料瓶环保回收流程.
32. 搜狐网.万豪不用一次性的塑料洗发水瓶了, 这样每年可以减少 5 亿个塑料瓶的消耗.
33. 微信公众号 Wastely.Wastely 进驻武汉襄投万豪酒店,Wastely 进驻丽水银泰万豪酒店,Wastely 进驻广州白云国际会议中心越秀万豪酒店

INTRODUCTION



关于上海现代服务业联合会

上海现代服务业联合会，是由本市主要从事服务业的行业协会、学会、商会等社会组织及企事业单位自愿组成的跨行业、跨领域的综合性枢纽型非营利社团组织。拥有会员单位1500余家，其中200余家为行业协会、学会、商会等社会组织，覆盖了金融、信息、科技、商务、生产、公共、专业服务等多个领域，基本囊括上海市服务业的所有行业。

以联合会为主发起设立了上海现代服务业企业促进中心、上海经贸商事调解中心、上海现代服务业发展研究院、上海现代服务业发展基金会、上海现代服务业标准创新发展中心等五个民非实体机构，并牵头成立长三角现代服务业联盟，具有全面服务社会、助推经济发展的综合实力和核心竞争力。

2024年3月，上海市商务委关于印发《加快提升本市涉外企业环境、社会和治理（ESG）能力三年行动方案（2024-2026年）》，明确上海现代服务业联合会承担着“加大对ESG理念的宣传力度”的主要任务。



关于荣续ESG智库研究中心

荣续ESG智库研究中心，致力于推动“绿色共赢”的可持续发展理念，成为企业ESG发展的长期伙伴。我们通过ESG行业研究、优秀案例研究、政策和标准研究、热点和趋势分析等，解决气候变化、环境、社会、公司治理等领域的信息缺乏或信息不对称的问题，为企业提供可落地、可复制、可持续的ESG解决方案，帮助企业践行ESG理念，创造长期价值。

荣续智库研究中心汇聚了各行业的ESG专家和研究员，他们在各自领域拥有丰富经验和卓越能力。这些专家大部分是来自品职教育的ESG持证学员。品职教育拥有超过百万的活跃ESG学习社群，以及超过3万名ESG人才组成的人才库，是荣续智库坚实的人才资源。

荣续智库将继续发挥行业经验，秉持深刻洞察力和强大执行力，帮助企业将ESG有效整合到核心战略中，助力企业在ESG领域实现突破，创造社会和经济双重价值。

ESG白皮书系列

- | | | | | |
|-------------------|--------------------|--------------------|------------------|--|
| 01 纺织服装行业ESG白皮书 | 13 包装印刷行业ESG案例白皮书 | 25 银行绿色金融行业ESG白皮书 | 37 酒旅行业ESG白皮书 | 49 基建行业ESG白皮书 |
| 02 食品饮料行业ESG白皮书 | 14 家电行业ESG白皮书 | 26 跨境电商行业ESG白皮书 | 38 零碳产城融合项目发展白皮书 | 50 气候金融ESG白皮书（基础篇） |
| 03 汽车行业ESG白皮书 | 15 美妆行业ESG白皮书 | 27 光储充行业ESG白皮书 | 39 零碳产城融合项目案例白皮书 | 51 气候金融ESG白皮书（实务篇） |
| 04 化工行业ESG白皮书 | 16 钢铁行业ESG白皮书 | 28 电子元器件分销行业ESG白皮书 | 40 白酒行业ESG白皮书 | 52 新能源汽车行业ESG白皮书（电池类） |
| 05 环保行业ESG白皮书 | 17 物流及航运物流行业ESG白皮书 | 29 建筑材料行业ESG白皮书 | 41 电力行业ESG白皮书 | 53 新能源汽车行业案例白皮书（电池类） |
| 06 新能源行业ESG白皮书 | 18 航空物流行业ESG白皮书 | 30 通信服务行业ESG白皮书 | 42 物业行业ESG白皮书 | 54 新能源汽车行业ESG白皮书（氢能·
甲醇·生物质·天然气·太阳能类） |
| 07 半导体行业ESG白皮书 | 19 建筑行业ESG白皮书 | 31 通信设备行业ESG白皮书 | 43 有色金属行业ESG白皮书 | 55 医养康行业ESG白皮书 |
| 08 医药行业ESG白皮书 | 20 储能行业ESG白皮书 | 32 家居装饰行业ESG白皮书 | 44 零碳物流园区发展白皮书 | 56 公共建筑行业ESG白皮书 |
| 09 财会行业ESG白皮书 | 21 机械储能行业ESG白皮书 | 33 互联网教育行业ESG白皮书 | 45 零碳园区发展白皮书 | 57 智能制造行业ESG白皮书（航空航天） |
| 10 金融“一带一路”ESG白皮书 | 22 电化学储能行业ESG白皮书 | 34 医疗器械行业ESG白皮书 | 46 传媒行业ESG白皮书 | 58 微电网与虚拟电厂行业ESG白皮书 |
| 11 包装行业ESG白皮书 | 23 化学储能行业ESG白皮书 | 35 医疗卫生行业ESG白皮书 | 47 造纸行业ESG白皮书 | 59 中国企业出海ESG白皮书（更新版） |
| 12 印刷行业ESG白皮书 | 24 出海欧盟 行业ESG白皮书 | 36 康复辅具行业ESG白皮书 | 48 煤炭行业ESG白皮书 | 60 零碳园区案例白皮书（系列） |

合作咨询请联系
(扫码添加联系人)



欢迎关注荣续ESG智库研究中心
为您提供最新的ESG资讯
共同探索可持续发展的未来

