

可口可乐的快乐与失败

全球最大软饮料公司是如何在处理海洋塑料污染上失败的？

全球最大的软饮料公司正在辜负我们的海洋

塑料瓶正在填满我们的海滩、河流和海洋。根据全球海滩清理的数据，塑料瓶和瓶盖是海滩最常见的塑料包装。这种污染不仅仅不好看，同时也对我们的海洋环境造成了严重破坏。塑料瓶和瓶盖会被大型海洋动物（比如鲨鱼和海鸟）摄入，还会分解成微塑料，进入海洋食物链的每一环。更有令人不安的证据显示这些微塑料可以像海绵一样，吸收汇集海水中的有毒化学物质。全球一年进入海洋的塑料制品数量惊人，高达 1270 万吨，这相当于每分钟有一辆卡车的垃圾倒入海洋。全球一年有 5300 亿个聚对苯二甲酸乙二酯（PET）塑料瓶被生产，其中近一半在一次使用后就被丢弃，塑料饮料瓶是海洋塑料污染的主要来源之一。塑料饮料瓶的生产量在未来几年仍会激增，软饮料行业是时候正视他们所使用的塑料瓶对海洋环境的影响，并且对产品的环境影响负起责任。

可口可乐作为全球最大的软饮料公司，对海洋所面临的污染需要负起特别的责任。作为一家 2015 年市值超过 1780 亿美元且在超过 200 个国家开展业务的公司，可口可乐有能力引领整个行业结束塑料污染。然而，虽然声称关心海洋塑料污染问题，可口可乐非但没有公开其塑料足迹的规模，也没有采取有意义的措施来阻止其产品包装污染我们的海洋。

海洋塑料的罪责

可口可乐公司的塑料足迹有多大？

最近绿色和平对全球几大软饮料公司做了问卷调查，其他几家被调查公司、同时也是可口可乐的主要竞争对手，都在被问及时披露了相关数据。可口可乐是唯一一家声称其塑料包装使用量为“商业敏感信息”，而不愿透露其每年投放市场的塑料包装量的公司。通过查看 2012 年来某些产品线的年度销售数据及其在公司整体包装组合中的占比，绿色和平估算了可口可乐的塑料足迹。我们估计可口可乐每年销售的塑料瓶包装在 1080-1280 亿个之间。虽然没有更精确的数据，但是也可以知道可口可乐巨大的塑料足迹。该公司每天在全球销售超过 19 亿份饮料，拥有世界五大碳酸饮料品牌中的四大，外加另外 16 个价值十亿美元的产品线。该公司在全球范围内销售超过 500 个软饮料品牌的 3500 多种不同的产品。

我们的调查结果显示，可口可乐在全球范围内将近 60% 的包装是一次性使用的塑料瓶。鉴于这种规模的塑料足迹，可口可乐需要正视他们所使用的塑料瓶对海洋环境的破坏，并且对产品的环境影响负起责任。

可口可乐没有针对一次性塑料瓶的减量目标

可口可乐没有针对一次性塑料瓶的减量生产发布任何承诺、目标或时间表。该公司提出了“轻量化”的工作——让瓶子更薄以降低成本、减少塑料使用和碳排放。但“轻量化”不能阻止可口可乐的塑料瓶进入海洋并威胁海洋生物。同时，轻量化也是发生在塑料瓶生产快速扩张的背景下的。为了真正对抗海洋塑料污染，可口可乐必须做出超越一次性塑料瓶的创新。

回到可重复利用的瓶子的时代

在一些国家，瓶装软饮料被装在可回收、可重复使用的瓶子中。德国、瑞典和丹麦等国都在实行押金返还制度（DRS）。押金返还制度（DRS）是指，在销售瓶装饮料时加收小额押金，然后在客户退回瓶子时退还。被退还的玻璃瓶可以重复使用 50 次，塑料瓶可以重复使用 15 次。在美国，软饮料 Ale-8-One 被装在可重复使用的瓶子中销售，一部分 Ale-8-One 是通过区域可口可乐经销商销售的。事实上，可口可乐自己在英国的垃圾行为研究也建议公司更多使用可重复使用的包装。但是根据可口可乐的年度可持续发展报告，以及绿色和平调研的新数据统计，这个软饮料巨头在过去十年的销售中，实际上减少了可重复使用的饮料容器的比例。可重复灌装的包装比例从 2008 年的近三分之一，下降到了 2015 年的四分之一。相比之下，一次性塑料瓶的使用比例正在上升，PET 塑料的包装比例增加了 12%，而可重复灌装玻璃瓶减少了 33%。这意味着可口可乐全球包装的四分之三（75%）是一次性材料，包括 58% 的一次性塑料瓶。尽管德国环保部门建议 PET 瓶可以被多次灌装，2015 年可口可乐公司还是宣布，在德国将不再提供 0.5 升和 1.5 升的可重复灌装 PET 塑料瓶，唯一的替代品就是一次性使用的塑料瓶。由于可口可乐没有公开全球产品包装组合的数据，我们很难进一步估算具体的可重复使用塑料减少的数量。虽然在 2010 年，可口可乐曾声明“一次性包装不是我们的可行选择”，但是目前可口可乐的全球年度报告中不再披露可重复灌装和一次性包装的具体数字。

一次性塑料的替代方法

改革产品投放体系、采用可重复使用的包装是全球的趋势。行业认可的艾伦·麦克阿瑟基金会的新塑料经济计划呼吁至少重复使用 20% 的塑料包装。艾伦·麦克阿瑟基金会 2017 年报告中强调需要用可重复使用的产品来替代一次性塑料，并需要基于产品重新灌装设计创新包装模式。一种可行方案是常见于电影院和快餐店的苏打饮料机。可口可乐告诉绿色和平，在 2015 年这种饮料机曾经占其全球包装组合的十分之一，其中包括在 2009 年推出的自由式饮料机。可口可乐还需要开发新的自动售货技术服务于店内和外带需求。可口可乐之前就认识到，家庭送货系统是一个“长期的机会”，但是他们 2015 年推出的家用苏打饮料机在一年后就被淘汰了。

将短期利益置于可持续发展之上

可口可乐总是热衷于向客户强调回收的重要性，却没有在全球范围内大幅增加其塑料瓶制造原料中的再生塑料比例。自 2011 年以来，可口可乐公司量化了客户与“回收意识信息”互动的机会，却拒绝向绿色和平公开其每年全球销售中使用了多少吨新原料和

再生塑料。我们知道，可口可乐的全球目标是 2015 年实现 25%的塑料瓶原料来自回收和可再生材料，最终却只实现了 12.4%，其中消费后回收塑料（rPET）的使用只实现了 7%。可口可乐声称因为油价下滑导致了原生塑料的成本下降，这使得使用 rPET 成为一种“挑战”，这也只能说明可口可乐公司愿意为了短期利润而放弃可持续发展承诺。先前的声明强调了公司以经济利益为优先。其 2012/13 可持续发展报告显示：“我们仍然致力于在包装上使用 rPET，因为它在经济上是有意义的。”低油价和原生塑料价格的下降对回收业造成了打击，而因为产品需求不足，很多回收站点被迫关闭。在 2015 年未能达到其关于再生塑料利用的目标之后，可口可乐公司完全放弃了这一企业目标，表示将以纯粹的碳减排方式追踪进展情况，而不是衡量其塑料瓶的更广泛的环境影响。关于旗下所有品牌包装瓶中再生塑料的使用量，该公司目前没有设定全球目标，更不用说一个实现 100%使用再生料制造饮料瓶的明确时间线了。可口可乐欧洲制定了一个 2020 年的目标，仅仅在塑料瓶材料内实现五分之二来自再生料或“可再生”原材料。但是，在其他新兴市场中，尽管可口可乐公司自 2011 年以来已经进行了数十亿美元的投资，但其并没有承诺在这些国家推出增加其再生料使用量的目标，公司还告诉绿色和平，任何进一步的目标都“取决于收集基准信息”。联合国环境规划署（UNEP）在 2014 年提到这一点：“可口可乐已经停止遵循其 PET 瓶再生物含量的目标，但是它的一些竞争对手却已经制定了相关目标。”

100%由再生塑料制成的瓶子是可能的

在过去十年中，已经有多款软饮料产品使用了 100%由再生塑料制成的瓶子。2007 年，三得利的 Ribena 成为英国第一个使用 100%再生塑料瓶的软饮品牌。2009 年，Naya 牌天然矿泉水开始在加拿大使用 100%再生塑料瓶，之后是 2011 年，百事可乐公司的七喜生产了 100%再生塑料的“EcoGreen”瓶。香港的屈臣氏也从 2015 年开始为客户提供再生塑料制作的“Go Green”瓶，雀巢的天然泉水从 2015 年开始在美国使用 100%的 rPET（再生塑料）瓶。可口可乐持有超过 90%股份的果昔品牌 Innocent，曾在 2007 年采用了 100%再生塑料瓶，但在 2011 年声称因为“质量问题”降低了其中再生塑料的含量。

使用可再生生物质塑料不能保护我们的海洋

可口可乐最新公布的产品包装目标是“所有的 PET 塑料瓶均使用植物环保瓶包装技术”，这个新的目标也是有问题的，在使用“植物环保瓶”这个概念推卸企业应该减少使用一次性塑料制品的责任。可口可乐推出的“植物环保瓶”是以植物为原材料制造的塑料瓶，又称为“可再生”塑料，或生物质塑料。尽管用可再生生物质原材料代替石油可以减少塑料瓶生产过程中的碳排放，但是如果不被回收或是再利用，生物质塑料瓶并不会缓解一次性塑料对海洋的污染。此外，值得关注的问题还包括，增加一次性生物质塑料的产量会增加对生物质的需求，从而增加对种植土地的需求，而这些土地本可能被用于种植粮食作物。绿色和平敦促可口可乐应通过不同方式优先减少塑料使用，所谓的“可再生”植物环保瓶不是借口，可口可乐需要确保 100%回收其塑料包装。

游说来阻止解决问题

可乐“反击”欧盟的循环经济一揽子计划

虽然可口可乐在其网站上声明：“循环经济的好处很多，但只有让每个公司和个人加入才可以实现它。”但是在现实中，可口可乐却在欧洲试图阻止循环经济的相关立法。2016年春季泄漏的内部文件揭示，可口可乐公司打算抵制欧盟循环经济一揽子计划中的重要因素，抵制内容包括六个“优先反击”议题，其中包括“增加收集和回收目标”，“欧盟回收押金体系”，“重复灌装配额”和“破坏性/不公平的生产者延伸责任制度”。这些文件还揭示了可口可乐的“持续 Cokesystem 游说运动”，计划通过游说抵制欧盟包装废弃物指令。在一份可口可乐被泄露的电子邮件中，一名可口可乐员工描述了公司如何通过与行业协会合作来“影响”欧洲循环经济法案立法的最终结果。事实上，“欧盟透明度登记”记录显示，可口可乐在 2015 年花费超过 90 万欧元游说欧盟委员会，并将欧盟循环经济一揽子计划作为游说活动的核心焦点。

游说抵制押金返还体系

可口可乐的主要目标之一是反对在全球推广押金返还制度（DRS）。德国、挪威和荷兰的成功经验已经证明，DRS 制度可以把饮料容器收集率提高到 95%以上。但 DRS 制度的推广一直面临着注重短期利益的软饮料公司的抵制。从 2009 年至 2014 年，可口可乐在澳大利亚发起了一项抵制区域押金返还制度的大型运动。可口可乐通过法院诉讼，与行业盟友合作花费了近 2000 万澳元来阻止 DRS 制度的实施。在荷兰，可口可乐公司所属的行业机构荷兰食品工业联合会资助了一项学术研究，研究成果被用于在 2009 年游说荷兰环境部废除软饮料瓶的 DRS 制度。在美国的爱荷华州，2016 年内部泄露的电子邮件显示，尽管世界各地的 DRS 取得了成功，但可口可乐公司仍努力废止押金返还制度的法案，并计划用“更全面的回收利用和垃圾消除计划”取代。另一封电子邮件显示了可口可乐与加拿大魁北克政府官员会晤，企图推翻蒙特利尔市长禁止瓶装水的计划。绿色和平英国最近的一项调查显示，迄今为止可口可乐已经花了很多年在英国游说反对 DRS。

可口可乐在 2015 年向美国证券交易委员会提交的年度报告中提到，“在我们经营的主要市场 DRS...会影响我们的成本，或者需要我们改变分销模式，这可能会降低我们的净营业收入和盈利能力。”尽管实际上该公司在多个采用 DRS 的国家和地区成功地运行。被可口可乐游说的前苏格兰内阁大臣理查德·洛赫黑德（Richard Lochhead）说：“我很疑惑为什么在全球有押金返还制度的地区，这些饮料公司都可以成功运营，却要抵制苏格兰和其他区域引入 DRS。”虽然可口可乐一直在积极的游说，但企业并不喜欢公众知道自己是反对 DRS 制度的。在绿色和平揭露了可口可乐在英国的游说工作之后，可口可乐在苏格兰的态度迅速反转，宣布支持引进 DRS。影响这个反转的一个主要因素是可口可乐自己的消费者调查显示 63%的人支持引入 DRS，超过一半的人表示如果有这个制度他们会更有可能把瓶子拿去回收。可笑的是，押金返还制度是 20 世纪初可口可乐自己发明的。当时可乐玻璃瓶成本太高，不能作为一次性使用，所以公司推出了押金返还制度，覆盖可口可乐 80%的灌装商。这个制度在 20 世纪 40 年代成功回收利用了 96%的可乐瓶。

隐藏在绿色市场背后

可口可乐每年花费 40 亿美元的广告费把自己打造成一个负责任、有愿景的公司，40 亿美元的巨资相当于 27 个小国的国内生产总值的总和。作为海洋保护组织的年度国际海岸清洁项目的赞助商，可口可乐公司公开表示：“在世界各地海岸线上被清理的塑料垃圾碎片中也包括我们的包装，所以我们作为企业有责任认真对待海洋塑料污染的问题”，然而这个“企业责任”仍处于“光说不练”的阶段。举例来说，可口可乐成立的基金会投入大量资金支持社区回收和不乱丢垃圾的计划。但是这些做法将“塑料污染”的责任转嫁给了消费者，而没有对自己每年投放在市场上的上千亿个一次塑料瓶承担任何企业责任。追溯回 20 世纪 50 年代，可口可乐是“Keep America Beautiful”的创始成员之一，并且常年向该组织捐款。“Keep America Beautiful”是一个备受争议的组织，因为他们反对政府减少塑料污染的一系列举措，其中包括 DRS，他们还推卸企业应付的减少一次性塑料包装的责任。自该组织创立起，可口可乐公司持续出资捐款，包括资助社区的回收箱补助计划。可口可乐 2020 年的主要的可持续发展目标之一是到 2020 年，饮料瓶和饮料罐的回收量相当于其在发达国家销售的饮料瓶和饮料罐总量的 75%，有 36 个国家名列此目标内。而他们资助的社区回收箱计划是这个目标的一部分。然而，从可口可乐公司的可持续发展报告分析来看，2013 到 2015 年，可口可乐的回收量占其总销售量的比例从 63% 下降到了 59%。

另外，上述的一些看似环保的社区支持举措其实和公司的商业利益息息相关。2013 年，可口可乐在英国发起了“Together We’re Making Recycling Count”的活动，消费者只要在线上承诺回收，就可以得到可口可乐饮料的优惠券作为奖励。可口可乐公司在社区中一直用这种活动打造自己“积极支持当地押金返还制度”的形象。在对绿色和平的调查反馈中，可口可乐也声称在爱沙尼亚、法国、立陶宛和德国四国的押金制度是公司在当地支持垃圾处理的活动。可口可乐还告诉绿色和平：“可口可乐的制度一直是欧洲 EPR（企业延伸责任）合规计划和押金计划发展的基础”，然而和他们的声明和公共形象形成鲜明对比的是，现实中，公司却积极游说反对世界各地的押金返还制度的立法。通过这些声明、公关活动和社区赞助活动，可口可乐努力把自己定位为环保的行业领导者。就在最近，可口可乐在“世界经济论坛 2017”上签署支持艾伦·麦克阿瑟基金会的“新塑料经济行动计划”。该行动设置全球目标，以整体减少塑料包装的使用，提升再利用和回收利用率。可口可乐公司首席可持续发展官 Bea Perez 声称该公司认识到是时候将“塑料系统”与“循环经济”紧密结合起来，这是顺应市场和环境的需求。然而，可口可乐尚未具体阐述公司在塑料包装减量，再利用和回收的全球目标。可口可乐公司声称：“我们要做真正的可持续发展工作，以及可量化的创新型工作，而不仅仅是为了短期利益，为了吸引眼球喊口号。”但是公司目前并没有可靠的实际行动来减少自己的塑料足迹，看起来目前真的只是在喊口号吸引眼球。正如马里恩·内斯托（Marion Nestle），一位长期倡导健康，反对苏打水行业的人士指出：“企业的环境慈善举措把公众的注意力从苏打水的生产和消费所带来的问题上转开，并且尽可能地将环境污染的清理负担转移给公众。”

影响行业的能力

作为世界领先的软饮料公司，可口可乐公司应该作为行业领头羊减少塑料使用，率先投资和开发新的配送系统、可重复使用的模式，并确保所有销售的包装会被 100% 回收，从而改革这个行业。大幅减少一次性塑料的使用也会大大降低可口可乐的塑料足迹，从而减少每年流入海洋的塑料总量。可口可乐可以推动整个软饮料行业和供应链

上的公司减少塑料足迹。绿色和平对全球前六大饮料公司的调查显示，可口可乐在塑料使用和公司政策上的许多问题是整个饮料行业的普遍问题。在过去，可口可乐曾经利用其在行业的主导地位，领导新技术的开发和使用，例如承诺可口可乐的冰箱不会排放温室气体氢氟烃（HFCs），为气候变化的问题作出了贡献。2004年，可口可乐和联合利华率先推出“自然制冷剂”计划，旨在消除冷却装置中的氟化气体。这一活动获得联合国环境署和绿色和平的支持，也得到了百事可乐公司和红牛公司的联名支持，据估计，该项计划在一年内减少的碳排放量相当于 670 万辆家用车所造成的碳排放量。此外，可口可乐在消费品论坛中帮助 400 家消费品制造商和零售商转向更环保的制冷技术。可口可乐在 2015 年的总利润将近 270 亿美元，它有能力 and 影响力再一次为一次性塑料的替代品制定雄心勃勃的行业标准。如果得以实现的话，这些标准将对终结塑料流入海洋具有重大推动作用。

解决方法

绿色和平要求可口可乐承担责任，承担起自己产品包装的环境影响，并且承诺尽快停止使用一次性塑料包装。

具体原则和步骤包括：

减少使用以及重复利用：可口可乐需承诺大幅度减少一次性塑料包装，优先使用可重复利用的包装，并且鼓励更能帮助包装重复利用的产品投放系统

回收：对于一次性塑料包装，应 100%采用消费后回收的塑料作为原料来源以替代原生材料

信息公开：可口可乐需承诺公开其包装材料的种类和数量，包括一次性塑料包装、重复使用包装及回收率