

瓶装世界

主要软饮料公司在处理海洋塑料污染上的失败

一片塑料海

健康的海洋环境对地球上的所有生命都至关重要。海洋是世界上许多最具代表性物种的家，海洋能吸收大气中的碳帮助维持碳平衡，更是地球上十多亿人主要的蛋白质来源。

然而，每分钟就有一辆卡车的塑料垃圾进入海洋。塑料需要几个世纪的时间才能分解，并且正在海洋环境中迅速积累着。事实上，我们今天的海洋中有五万亿个塑料碎片，足以围绕地球超过 400 次。这对海洋生物的影响是巨大的。大块塑料缠绕大的海洋动物，如鲸鱼，海龟和海鸟，而小块塑料则被误认为是食物—令海洋动物中毒或无法消化。联合国环境规划署（UNEP）估计，每年有数十万海洋生物因海洋塑料而死。但这个问题不仅限于我们的海洋：塑料正在进入海洋食物链的每个层级，甚至回到我们的餐桌。最新的研究在牡蛎、贻贝和鱼类中均检出微塑料，科学家强调需要进一步研究这些海鲜中的微塑料对人类健康的风险。随着塑料生产在未来 20 年将翻一番，到 2050 年将翻四倍，我们需要遏制塑料流入我们的海洋，并且采取大胆行动来结束一次性塑料的时代。海洋需要我们的行动。

塑料包装和塑料瓶问题重重

近几十年来，一次性塑料包装的使用迅速增加。现在全球每年消耗 2.45 亿吨塑料，其中四分之一用于包装，是塑料最常见的用途。全球范围内，只有 14% 的塑料包装被回收，三分之一的包装完全没有被收集，直接污染着我们的街道，海滩和海洋。

PET（聚对苯二甲酸乙二酯）瓶是最见的软饮料包装瓶，也是全球第二大塑料包装类别。在 2014 年，全球共生产了 5300 亿个 PET 瓶，预估这个数字还会以每年 4.7% 的速度增长，这意味 2019 年全球将生产销售近 6500 亿个塑料瓶。尽管 PET 是最有回收价值的塑料类别之一，目前却仅有一半左右的塑料瓶在世界范围内被回收利用。今天，一次性塑料瓶和瓶盖被随意丢弃，经常出现在我们的海滩，河流和街道中。根据全球调查，PET 塑料瓶及瓶盖是世界上被冲上海岸线最常见的塑料包装类型之一。还有研究表明，塑料瓶是海面上第二常见的塑料包装类型。漂浮在海面上的这些瓶子只是污染我们海洋的总饮料瓶的一小部分，因为研究表明大多数 PET 瓶子将沉入海底。更糟糕的是，海洋条件意味着一个软饮料瓶可能需要数百年才能完全降解，其化学残留物甚至将在海洋中留存更长时间。

绿色和平调查结果显示：主要软饮料公司在海洋塑料污染问题上不作为

绿色和平首次对全球六大软饮品牌的塑料使用和政策进行了全面调查：可口可乐，百事可乐，三得利，达能，胡椒博士和雀巢。

以下详细的调查结果显示，软饮料行业缺乏阻止塑料瓶最终流入海洋的防范措施。大多数主要软饮料品牌正在采取行动应对气候变化，报告其温室气体排放量并制定减少碳足迹的计划。但形成鲜明对比的是，绿色和平的调查发现，这些每年售出数百万吨塑料瓶的品牌，甚至没有承认自己在海洋塑料问题中的角色，更不用说采取必要的、宏大的行动来解决这个问题。

软饮料行业的塑料足迹

在被调查的六家公司中，五家公司总计每年出售超过二百万吨塑料瓶，其重量超过了一万只蓝鲸的体重。加上其他类型的塑料包装，共计 360 万吨。这个惊人的数字还不包括来自软饮料巨头可口可乐的销售量，该公司拒绝透露每年销售的塑料有多少吨。作为世界上最大的软饮料公司，每天销售的饮料超过 19 亿份，可口可乐公司尚不清楚的塑料使用量使得该行业的实际塑料足迹大大增加。

轻量化：减塑的烟雾弹

没有一家被调查的公司有承诺、目标或时间表来减少他们使用的一次性塑料瓶的数量。相反，大部分都致力于“轻量化”——使 PET 瓶更薄，以降低成本、塑料使用和碳排放——或开发不使用石油作为原材料的生物质塑料。然而，轻量化和生物质塑料并不能解决海洋塑料的问题。轻量化的和生物质塑料瓶与传统塑料瓶对海洋生物的威胁是一样的。它们一样会慢慢地分解成塑料碎片，吸收有毒化学物质并污染海洋食物链。此外，轻量化的努力远远不能弥补塑料瓶生产总量的巨大增长所带来的危害。要真正阻止海洋塑料污染，企业必须制定目标来减少一次性塑料瓶的生产数量。

我们对企业信息知之甚少

在软饮料行业，关于塑料的报告很少，六家被调查企业的年度报告都没有完全披露其在包装中使用的塑料的数量和类型。绿色和平的调查也引起了公司塑料包装销售问题的补充回应，揭示了这些公司有关回收内容使用量数据的缺失。这没有达到开始减少行业塑料足迹所需的基本的透明度水平。

此外，受访的六大公司中有四家在产品设计和开发过程中甚至不考虑塑料瓶对海洋的影响。更糟糕的是，胡椒博士在开发新产品时不会对塑料的影响进行任何环境评估。

回溯可再填充的瓶子

在一些国家，公司以可返还、可重复使用的瓶子形式销售软饮料。这包括玻璃瓶和 PET 塑料瓶，其中 PET 塑料瓶在重新回收之前可以重新填充水和饮料 15 次。根据“Zero

Waste Europe”，可再填充瓶对全球变暖的影响比一次性容器低 50-60%。此外，通过减少生产的瓶子的数量，使用可再填充瓶限制了有可能进入河流和海洋的塑料瓶的数量。绿色和平询问了这些公司在哪些地区有提供可再填充瓶，以及他们是否有增加使用可再填充瓶的具体计划，受访公司对这些问题的回答令人担忧。在过去十年中，软饮料公司普遍减少了可再填充瓶的使用，而更多使用了一次性塑料瓶。

缺乏对一次性塑料替代物的探索

为了使软饮料行业更具可持续性，企业必须创新，放弃生产一次性使用的塑料瓶。然而，绿色和平的调查发现，软饮料行业的公司在这方面投入的研究非常有限。公司的研发基本都侧重于如何使塑料原材料（如石油）对环境的影响降到最低。相对的，软饮料公司几乎没有投入研发一次性包装的替代品，例如扩大饮料机在商店和食品店的使用，或开发新型可重复使用的包装。

解决问题塑料正确的方向

令人鼓舞的是，调查显示饮料行业已经停止使用饮料瓶中所谓的“问题塑料”，像是无法回收的塑料或有毒的物质。例如，各大公司已经采取措施改用更多可回收的瓶盖，并逐步淘汰难以回收的 PVC 瓶套或标签。

没有信息公开或改进对再生塑料的使用

为了减少塑料足迹，软饮料企业应大幅削减他们生产使用的一次性塑料瓶的数量。然而，鉴于海洋塑料污染的紧迫性，在可以做到大幅减少塑料瓶之前，企业可以采取的过渡措施是 100%用再生塑料制造塑料瓶。这样做可以使塑料瓶的使用生产形成一个闭环系统，从而减少原材料和能源的浪费，并帮助阻止塑料出现在海洋里。每家被调查的公司都鼓励消费者回收并在塑料瓶上标出可回收符号。许多公司在营销材料中也强调，他们的瓶子是“100%可回收利用”的，这其实也说明了 PET 是最易于回收的塑料之一。然而，大多数软饮料品牌并未公开透露他们的瓶子中的再生塑料（rPET）的使用量。

调查显示，尽管这些公司向客户宣传环保，但全球前六大软饮料公司的平均再生料使用率仅为 6.6%，（不包括可口可乐，因其未向绿色和平透露全球数据）。这相当于在全球包装中原生塑料比再生料的使用量多 14 倍。

此外，三分之一的被调查软饮品牌（胡椒博士和三得利）目前没有设立任何目标来增加他们在塑料瓶中使用 rPET 含量。其他公司只公布了部分目标或草案，涉及数量有限的国家。没有一家被调查的公司把目标设为在全球范围内使用 100%的 rPET。这些公司知道使用 100% rPET 瓶是可以实现的，因为在多个特殊产品系列中已经得到了应用（见下方框部分），但是原生塑料价格跟着低油价走低，因此购买原生塑料比再生塑料可以最大限度地扩大公司短期效益。软饮料公司购买原生塑料的决定导致再生塑料需求量不足，间接的，许多回收企业也被迫缩减运营。

早在 2007 年，三得利的 Ribena 就成为英国第一家使用 100%再生塑料瓶的主要软饮品牌。然后，Naya 矿泉水 2009 年开始在加拿大使用 100%再生塑料瓶，接着是百事可乐公司的七喜，于 2011 年生产了 100%再生塑料的“EcoGreen”瓶。香港品牌 Watsons Water 自 2015 年以来一直为客户提供“Go Green”瓶，雀巢矿泉水于 2015 年开始在美国使用 100% rPET 瓶。

软饮料公司应当做什么？

很明显，为了保护海洋免遭塑料污染，我们需要大大减少对一次性塑料包装的使用。为此，那些生产和销售大量塑料包装的公司应当制定政策并设立削减塑料足迹的目标，朝着闭环生产系统迈进。

绿色和平敦促这些公司承担起对海洋塑料污染的责任，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： 饮料公司需承诺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体系

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： 饮料公司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