

The Coca-Cola Company
news
release

即時發布

環保知易行難 只有兩成受訪香港人有盡力保護環境

最新「Bonaqua」輕量樽 500 毫升裝 節省 34% 原材料 扭細助回收

香港，2010 年 7 月 8 日 — 香港大學民意研究計劃調查發現，香港人關注環境保護，視之為每個人的責任，但在生活上難以實踐。

可口可樂公司旗下「Bonaqua」推出全新「輕量樽」，為全港主要品牌最輕*的樽裝水。500 毫升包裝比之前的節省超過 3 成塑膠原材料、樽身可扭細 — 鼓勵有需要飲用包裝水的人士，飲用後簡單地將「Bonaqua」輕量樽扭細才放入回收箱，節省回收空間，為環保出一分力。

環保：個人責任 做得不夠

「Bonaqua」委託香港大學民意研究計劃於 2010 年 6 月進行電話問卷調查，成功訪問 508 名 15 至 49 歲的香港市民對環保的看法。調查結果顯示，超過 9 成(94%至 97%)受訪者，不論年紀，均認同環保是每一個人的責任，但只有兩成多(23%)受訪者表示自己對環保做得足夠。

環保：帶來不便 放棄享受 費用高昂

調查結果顯示，近 8 成受訪者(77%)認為環保需要放棄一些生活享受。近 7 成人(69%)表示環保需要多方面配合，一己之力作用不大。逾 6 成受訪者(62%)表示在香港難以購買較環保的日常生活產品，亦有 6 成多(64%)認為環保的商品一般較昂貴，會增加生活開支。另外，近 6 成受訪者(58%)認為環保要改變生活習慣，會為生活帶來不便。

可口可樂中國有限公司香港及澳門區總經理蘇薇女士表示：「調查結果反映香港人注重環境保護，但在日常生活上難以付諸實行。可口可樂公司與香港人有相同信念——環保是每個人的責任。業務增長與可持續發展可並行而不相悖。我們投放大量資源改進『Bonaqua』的包裝，讓香港有需要飲用包裝水的人士有對環境影響較少的選擇。他們毋須額外開支，便可在享受優質的『Bonaqua』礦物質水的同時，為環境出一分力。」

減少塑膠原料 節省回收空間

「Bonaqua」輕量樽經精心設計，配合先進技術，由樽蓋、樽身至樽底，全面減少原料使用。500 毫升的「Bonaqua」輕量樽樽身僅重 11.8 克，塑膠原料用量較原有「Bonaqua」包裝少 34%，由原料產生的碳足跡亦相應減少 34%。

「Bonaqua」輕量樽的樽身加有坑紋，飲用後，可輕易扭細，便於回收。已扭細的 500 毫升「Bonaqua」輕量樽的體積較原有包裝平均小 86%，節省珍貴的回收空間。

調查亦發現近半數(48%)受訪者在街上飲用完包裝水後會將水樽放入回收箱。3 成多(33%)受訪者將水樽放入垃圾桶，主要原因是他們不知道回收箱的位置或少見回收箱，其次為習慣及飲用完的水樽不方便攜帶。(詳見附件：香港大學民意研究計劃之市民對環境保護意見調查)

蘇女士續稱：「勿以善小而不為，每個人對環保付出的每一分力都十分重要。『Bonaqua』輕量樽扭細後可放入手袋，甚至牛仔褲袋。我們鼓勵有需要飲用包裝水的人士，飲完包裝水後，將水樽扭細，放入就近的回收箱。」

「Bonaqua」為展示飲用後的膠樽除了作為器皿外的其他「再生」面貌，邀得插畫家小克先生、歌星古巨基先生及潮流雜誌「Milk」，以扭細後的「Bonaqua」輕量樽，製成 3 種瀕危「動物」，包括白鯨、北極熊及非洲象，於 7 月 11 日至 7 月 31 日在銅鑼灣百德新街公開展覽，歡迎市民參觀。

可口可樂公司

可口可樂公司(NYSE: KO) 是全球最大的飲品公司，擁有**超過 500** 個飲品品牌，每天為全球的人們提供怡神暢爽的飲品。除全球最有價值品牌『可口可樂』外，可口可樂公司還擁有 **12** 個每個價值均超過十億美元的品牌，其中包括『健怡可口可樂』、『芬達』、『雪碧』、『零系可口可樂』、『vitaminwater』、『Powerade』、『Minute Maid』、『Simply』和『Georgia Coffee』。可口可樂公司是全世界最大的有氣飲品、果汁及果汁飲品和即飲茶及咖啡飲料供應商。通過全球龐大的分銷系統，全球每日有超過 **200** 個國家享用近 **16** 億杯的可口可樂公司的產品。同時，可口可樂長期致力於推動在全球每一個業務區域的經濟發展，宣傳環保與節能的理念，開展環保方案，促進社區的可持續發展。如需查詢更多可口可樂公司的資訊，請到可口可樂公司網站 www.thecocacolacompany.com

傳媒垂詢，請聯絡：

可口可樂中國有限公司
余韻賢
+852 3195 5796
flyu@apac.ko.com

Powell Tate
許穎怡
+852 2533 9906
whui@powelltate.com

¹根據 SGS 2010 年 6 月 22 及 23 日之報告，並與全港主要品牌²相近容量(+/-20%) 之膠樽重量比較(重量不包括樽蓋及招紙)

²全港主要品牌是根據 The Nielson Company 2009 年 5 月- 2010 年 4 月全港包裝水零售調查報告市場佔有率 (以公升計算) 首六大品牌 (不包括零售商的獨家產品) (c) 2010 The Nielson Company 版權所有