

# 2023

## 可持续发展报告



## 目录

### 概述

关于本报告	01
总裁寄语	02
报告摘要	03
关于太古可口可乐	04

### 环境

概述	13
气候	14
水资源	20
包装与废弃物	26

### 我们

概述	45
员工	46
社区	56

### 可持续发展管理

可持续发展专家小组	08
可持续发展管治	09
关键议题的重要性评估方针	10

### 产品

概述	34
产品选择	35
采购	39

### 附录

关键目标和指标	61
气候相关财务信息披露工作组建议	62
绩效表	64
GRI内容索引	67
有限保证声明	71

## 关于本报告

太古可口可乐有限公司(以下简称太古可口可乐)欣然发表我们的第七份年度《可持续发展报告》，当中阐述了我们从2023年1月1日至12月31日在《2030可持续发展策略》—“可有为，乐有梦！”七大重点领域中所作的承诺及表现。我们就各个领域识别出相关重要议题，在报告中详述了我们于报告期内管理这些议题的方式及所采取的行动。其中亦介绍了帮助实践策略的不同人士。

本报告乃根据《2021年全球报告倡议组织(GRI)通用标准》编撰，附录载有GRI的内容索引及气候相关财务信息披露工作组(TCFD)的建议披露。绩效数据涵盖太古可口可乐于六个市场的业务，包括中国内地、香港特别行政区、台湾市场、柬埔寨、越南及美国的业务。于本年度，本报告首次纳入我们于柬埔寨、越南以及中国内地六家可口可乐装瓶商生产有限公司(CCBMH)子公司的新收购业务。按照我们的《报告方法》，我们将在取得新业务的全年数据后开始纳入在我们的可持续发展报告中。

	中国内地 (汽水饮料)	中国内地 (不含气饮料)	香港特区	台湾市场	柬埔寨	越南	美国
报告范围 <sup>1</sup>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓ <sup>2</sup>
原有业务/ 扩充业务前	✓	*包括范围内两项 地点相同设施	✓	✓	✗	✗	✓ <sup>3</sup>
新业务	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✗

#### 注释：

1. 除非另有说明，集团整体绩效数据的范围如下：(a)环境绩效及安全绩效包括除美国以外所有市场的全年数据，美国数据只截至2023年9月7日；(b)产品选择绩效及社区绩效涵盖我们原有市场(包括美国)的全年数据，并包括中国内地(不含气饮料)，但不包括越南和柬埔寨；(c)采购数据及员工数据并不包括美国。

2. 我们于“附录”章节因应个别及适用情况披露美国的2023年全年数据。

3. 当提及“原有业务”或“扩充业务前”时，美国数据以2023年全年计算。

\* 我们过往的报告已包含CCBMH位于漯河和南京的工厂。

于确定报告范围时，我们采用运营控制合并法。于2023年9月7日，我们出售美国专营业务(即美国太古可口可乐)的100%权益，而我们继续为美国太古可口可乐提供管理及行政支援服务。美国太古可口可乐的表现数据为截至出售日期止的数据，或被全部剔除，我们因应个别及适用情况披露美国的2023年全年数据，仅供参考。

下表列出我们的报告范围，并说明本报告内我们就近期收购活动及出售美国太古可口可乐所用的其他词汇。

有关披露范围的详情，请参阅《报告方法》。本报告所用词汇的定义及详情载于《术语》。

本报告的部分数据已得到德勤·关黄陈方会计师行的有限保证，相关有限保证声明载于第71页。

#### 欢迎反馈，请联系：

太古可口可乐有限公司

香港英皇道979号太古坊多盛大厦33楼

[SD@hk.swirecoca.com](mailto:SD@hk.swirecoca.com)

# 总裁寄语



苏薇  
太古可口可乐有限公司  
总裁

自《2030可持续发展策略》—「可有为，乐有梦！」推出后，我们迎来了不少转变。其中，我们首次在东南亚作出重大投资，收购了柬埔寨及越南的可口可乐装瓶业务，早前更将业务足迹进一步拓展至泰国和老挝。此外，我们亦扩大了中国内地的不含气饮料装瓶业务。

我对太古可口可乐展开业务新篇章感到万分兴奋，但亦明白要同时兼顾增长目标和减少环境足迹是我们的一大挑战。尽管挑战重重，我们仍坚定推行策略，积极将新业务全面纳入可持续发展方向及目标，团结我们的全球多元化业务，共同为未来实现一致的愿景。

「可有为，乐有梦！」的宏大愿景强调可持续发展是每一个人的责任，每位太古可口可乐员工都必须出一分力方能实现目标。我们抱持这份理念，致力协助整个企业的全体员工建立信心、打破常规，无论是送货的司机，又或是全球策略负责人，均可以将可持续发展概念融入各项业务决策当中。即使前路尚有很多不确定，我们依然敢于订立进取的目标。我们目光远大，专心一致以达成目标。在本报告中，我们重点介绍了多位同事及合作伙伴，他们的创新精神和积极态度值得我们借鉴。

竭尽所能应对气候变化是我们绝不妥协的原则。我们正更新科学基础减量目标，同时不断创新，以减低碳排放。在中国内地，我们的热水中心试行计划展现出技术团队的巧思妙想，他们开发的系统能够收集及利用生产设施的废弃热能，从而减少我们对外购蒸气及天然气的

需求。在该项目带动下，我们的能源效益提升多达9%，外购蒸气量减少150,000公吨，有助减低排放及经营成本。在淘汰传统化石燃料方面，我们同样取得具体进展。于2023年底前，我们已将集团使用可再生能源发电比例增加至26%。我们的采购团队亦正积极与供应商合作，开发高效能的下一代冷饮设备(CDE)，其耗能量可减少50%，超越行业标准。随着我们扩大此项方案的应用范围，并更换在各个市场的超过100万部CDE，我们将能为其他同业开创先河。

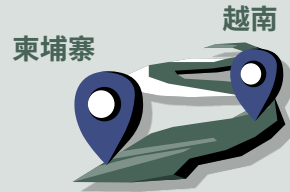
建立包装闭环系统是我们的另一项重点工作。目前，塑料占我们初级包装材料的比例超过三分之二。在我们运营的市场中，我们面对法规及可回收材料收集系统带来的挑战。不过，我们已于价值链中的不同层面采取措施，例如与供应商合作增加包装中的再生物料、支持本地的回收计划，以至提倡更完善的监管法规。

我们在可持续发展策略的其他领域亦同时取得进展，包括成功提高安全性、提高女性领导层比例，并积极为社会作出贡献。我深信，凭借我们全体同事的热忱、无私奉献及创新精神，我们将能克服种种挑战，在可期的将来取得更丰硕的成果。让我们继续同心合力，为太古可口可乐及我们的社区建立可持续发展的繁荣未来。

# 报告摘要

## 可持续发展管治

集团可持续发展管治架构加入柬埔寨及越南两个新市场



通过消费者及员工意见调查，了解超过1,200名利益相关者对可持续发展议题的意见



成立可持续发展专家小组，收集改善可持续发展策略、报告及沟通的建议



## 环境

保护环境，并致力于将业务运营对环境的影响降到最低。

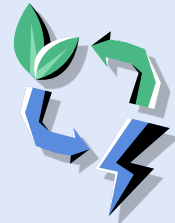


### 气候

4% 尽管业务显著扩充，但范围1和范围2温室气体排放量按年减少4%

26% 核心业务用电来自可再生能源

1st 首次展开全面气候情景分析及试行内部碳定价机制



### 水资源

13% 越南的水耗用率较2019年基准改善13%

7 我们与可口可乐公司合作，为美国业务的七个项目提供支援

27 在36个设施中，有27个设施的水源脆弱性评估及水源管理计划取得第三方专家认证



### 包装与废弃物

99% 初级包装技术上可回收再生

39% 香港特区的PET瓶(不包括瓶盖和标签)中含有39%再生成分，可回收玻璃瓶包装的飞雪产品推出市场

1st 上海申美金桥厂房成为首间取得零废弃物填埋认证的太古可口可乐厂房



## 产品

确保产品能够满足消费者、客户及合作伙伴的需求和期望。



### 产品选择

23% 在台湾市场，每100毫升饮料的平均含糖量较2018年基准减少23%

59% 在香港特区，低糖和无糖饮料占整体销售量的59%

43% 在我们管理的美国业务中，低糖和无糖可口可乐品牌产品占可口可乐所有口味产品整体销售量的43%



### 采购

245 我们整个供应链中共有245名利益相关者参与了中装集团采购集团(CBPC)的20周年庆典暨可持续发展峰会

50% 于中国内地，所有新购入的冷饮设备能源效益提高50%

1,984,054元 人民币 通过“Piggy Bank”计划提出36个可持续发展项目构思，节省1,984,054元人民币



## 我们

关心员工以及业务所在地地的所有人。



### 员工

10.4% 总事故率从1.72减少10.4%至1.54

32.5% 女性占整体员工比例增加至32.5%

32% 女性经理比例增加至32%



注释：

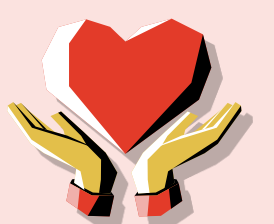
员工数据不包括美国。安全数据则包括截至2023年9月7日的美国数据。

### 社区

4.29 每名员工的平均志愿服务时数为4.29小时，服务时数超过150,000小时

1,500万港元+ 现金捐款超过1,500万港元

>190,000 捐赠逾190,000标箱饮料，价值超过1,300万港元



注释：

仅限原有市场(包括中国内地(不含气饮料)在内)。

# 关于太古可口可乐

太古可口可乐拥有可口可乐公司在中国内地的11个省份及上海市、香港特区、台湾市场、越南及柬埔寨的产品生产、推广及分销专营权。美国太古可口可乐于美国西部的13个州份经营业务已于2023年9月7日完成出售，我们继续为美国太古可口可乐提供管理及行政支援服务，包括可持续发展方面的支援，并收取协定的管理年费。

于2024年2月9日，太古可口可乐向可口可乐公司的全资子公司The Coca-Cola Export Corporation收购ThaiNamthip Corporation Limited(TNTC)已发行股本的39%。TNTC连同其老挝子公司主要于泰国及老挝生产、分销及销售可口可乐公司旗下商标的无酒精即饮饮料。按照我们的《报告方法》，我们会于取得TNTC的全年数据后将该公司纳入报告范围。

可口可乐公司及其约200家全球装瓶合作伙伴统称为可口可乐系统。可口可乐公司拥有、发展及向终端消费者营销品牌，而装瓶合作伙伴则生产、分销、营销及出售成品饮料。我们向可口可乐公司采购浓缩液及糖浆，并合作建立本地的产品组合策略及业务。

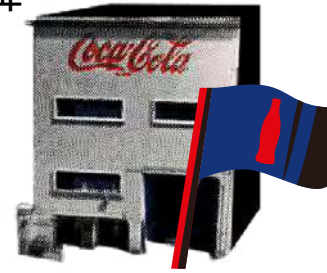
太古可口可乐是香港联交所上市多元企业集团太古股份有限公司(以下简称太古公司)的全资子公司。

请参阅：  
太古公司《2023年年报》(第34页)  
可口可乐公司《2023年业务及可持续发展报告》



## 太古可口可乐

始于  
1965年



### 注释：

^ 数字反映太古可口可乐于大中华及东南亚地区拥有的专营区域，惟年度销量(拥有)包括美国太古可口可乐截至出售完成前的销量。

\* 于2023年9月7日，美国专营公司的100%权益完成出售。太古可口可乐继续为美国太古可口可乐提供管理及行政支援服务，并收取协定的管理年费。年度销量(管理)是指美国太古可口可乐于出售后的销量。

® 其中12个品牌于我们拥有的及管理的专营区域均有生产及分销。

# 数字反映截至2023年12月31日的实际员工人数。由于计算周期不同，该数字或与太古公司年度报告中引用的员工数字有所不同。

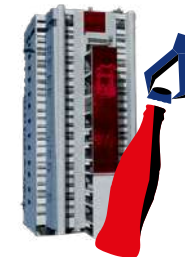
第5大  
可口可乐公司  
装瓶伙伴



6个  
市场



36  
间装瓶厂



年度收益  
518亿港元

不包括美国太古可口可乐于出售后的业绩\*



年度售出  
20.43亿标箱



37,151  
名员工<sup>#</sup>



63  
个饮料品牌<sup>®</sup>



8.78亿  
消费者



3,805  
辆自有车辆



自2023年加入柬埔寨太古可口可乐后，我得到了不少启发。我们的本地团队年轻活泼，对创新时刻抱着好奇心。作为柬埔寨无酒精即饮饮料市场的最主要企业，我们致力保持强大的业务发展动力并建立经营实力，发挥志在必赢的精神，以推动长远及可持续增长。

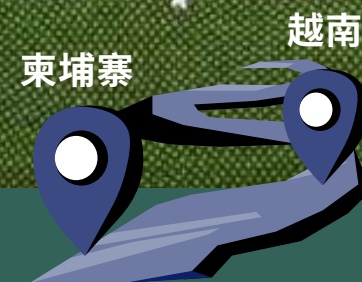


何蔚堃  
Cambodia Beverage Company  
首席执行官

我们很高兴太古可口可乐带着他们的专业知识、技能和热情，为越南和柬埔寨的消费者带来新鲜感，并贡献当地社区。太古可口可乐是经验丰富的可口可乐装瓶合作伙伴，坚定地致力于可持续发展，我们对此合作关系及未来发展充满期待。



Tony Del Rosario  
可口可乐公司东盟及南太平洋东部地区  
特许经营业务副总裁



## 首次进军东南亚



东南亚市场的生机及活力只有少数国家地区能够媲美，该区的人口年轻，城镇化发展迅速，而且具备庞大增长潜力。于2022年11月及2023年1月，太古可口可乐分别完成收购可口可乐公司的柬埔寨及越南装瓶业务，让我们有幸能够参与东南亚的经济及可持续发展。在达成这个历史的里程碑后，我们的团队迎来了2,269名新同事，同时专营区域的人口增加约15%至8.78亿。

在各个新市场中，我们有机会发挥久经历练的营商能力、营销、供应链、客户服务与数字化优势，从而达成业务目标。可持续发展方面，在新同事提供支援及当地专业知识下，我们于柬埔寨及越南着手应对2030年可持续发展策略中的重点议题。

2,269 名新同事

1.172亿 名新消费者

超过  
60亿美元 的无酒精饮料市场

# 首次进军东南亚

## 可持续发展

- 通过厂房2.5公顷的屋顶太阳能发电系统应付**23%**的电力需求
- 350毫升的Dasani产品采用**100%**再生PET包装 (不包含瓶盖及标签)
- 向超过120个社区的公立学校、大学、湿货街市及公园捐赠超过**1,000**个回收箱，以宣传废物分类
- 支持Planet Water Foundation安装**53**个AquaTower过滤系统，为学生、医护人员及农村社区提供超过2.88亿公升的清洁水源
- 女性员工占比达**31%**

## 柬埔寨

Cambodia Beverage Company Ltd是柬埔寨领先的无酒精饮料生产商及分销商，员工人数超过800名。我们位于金边经济特区的先进装瓶厂负责生产十个品牌的饮料，而我们经营的两个分销中心则为25个省份超过91,000间零售店供货。

我们致力支持柬埔寨政府的可持续发展措施。举例来说，当地政府于2023年11月落实环境循环策略，并订立2023年至2028年的五年优先行动。重点领域包括管理塑料废物、实施4R原则(拒绝使用、减少消耗、重用及循环回收)、支持循环经济发展及改善水质。我们的团队与策略伙伴合作收集及回收塑料包装，同时我们的初级包装设计旨在尽量提高可回收性，目标是于2030年前最少使用50%的再生物料。

## 越南

自1994年起，Coca-Cola Beverages Vietnam Limited一直是越南主要的饮料企业。我们积极参与越南的社会及经济发展，旗下的供应链现正支持1,400名员工的生计，并创造了20,000个间接职位。我们还于越南全国经营三个生产设施及六个分销中心。

我们继续为越南的发展进行投资，同时响应《2021-2030年国家绿色增长战略和2050年愿景》，当中订立可持续发展原则支持长远经济成功的蓝图。除此以外，策略的目标也包括促进可持续消费、推广循环经济原则及改善水质，例如实施污水处理。为解决上述问题，我们的团队提升用水效率，确保污水处理符合法规，并支持节约用水项目。

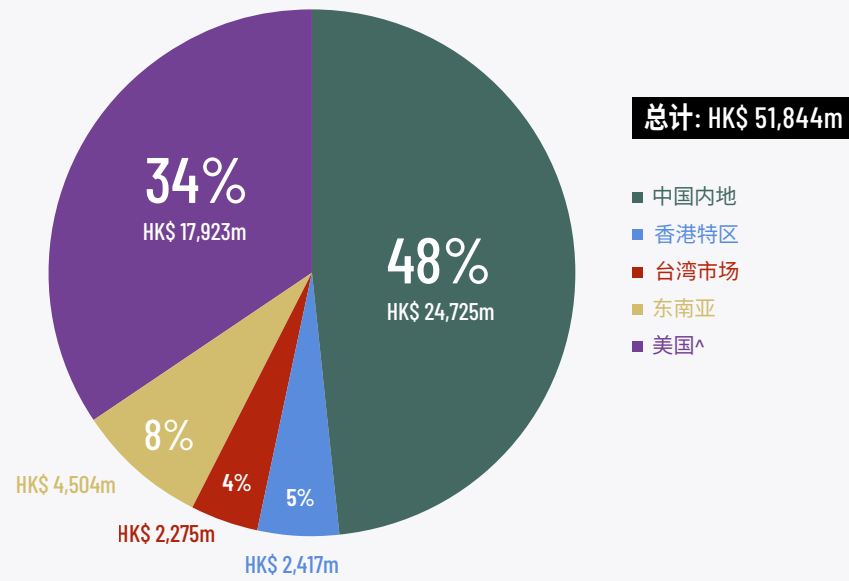
## 可持续发展

- 300毫升的可口可乐产品采用**100%**再生PET包装(不包含瓶盖及包装)
- 全国**12间EKOCENTERS**为超过100万人提供约1,400万公升饮用水
- 女性员工占比达**30%**
- 获越南工商总会(VCCI)选为**三大**可持续发展企业

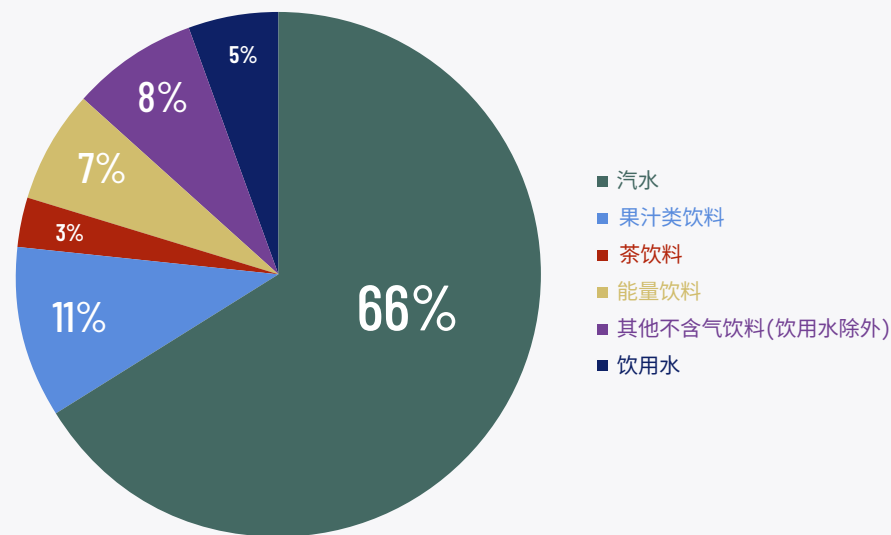


# 概览

2023年各市场收益



2023年按类别划分的收益\*



## 注释:

\* 包括上海申美的收入及销量，不包括对其他装瓶公司的销量。

<sup>^</sup> 美国太古可口可乐的2023年数据为截至2023年9月7日完成出售为止。

## 专营区域

由太古可口可乐拥有的专营区域

### 大中华区

专营区域人口: 7.298亿

运营区域及装瓶厂数目

安徽	1	湖北	2
福建	2	江苏	2
广东	5	江西	1
广西	2	上海	2
海南	1	台湾市场	1
河南	2	云南	1
香港特区	1	浙江	3

装瓶厂	26
瓶胚生产工厂	1
员工 <sup>†</sup>	26,622
饮料品牌	
中国内地	28
香港特区	17
台湾市场	15
配送中心	281
生产量(百万公升)	7,943

### 东南亚

专营区域人口: 1.172亿

运营区域及装瓶厂数目

柬埔寨	1	越南	3
-----	---	----	---

装瓶厂	4
员工 <sup>†</sup>	2,269
饮料品牌	
柬埔寨	10
越南	13
配送中心	8
生产量(百万公升)	1,033

由太古可口可乐管理的专营区域\*

### 美国

专营区域人口: 0.31亿

运营区域<sup>#</sup>及装瓶厂数目

亚利桑那	1	新墨西哥	-
加利福尼亚	-	俄勒冈	1
科罗拉多	1	南达科他	-
爱达荷	1	犹他	1
堪萨斯	-	华盛顿	1
内布拉斯	-	怀俄明	-
加内华达	-		

装瓶厂	6
员工 <sup>†</sup>	8,072
饮料品牌	36
配送中心	50
生产量(百万公升) <sup>@</sup>	1,400

专营区域人均饮用量

	专营区域人口 (百万, 截至2023年底)	人均本地生产 总值(美元)	销量(百万标箱 <sup>§</sup> )	可口可乐饮料人均 饮用量(八安士装)
中国内地	698.9	14,242	1,394	48
香港特区	7.5	50,007	62	199
台湾市场	23.4	32,247	68	70
越南	100.3	4,199	155	37
柬埔寨	16.9	1,924	28	40
美国*	不适用	不适用	233	不适用
美国(由太古可口可乐管理) <sup>^</sup>	31.0	61,857	103	不适用

## 注释:

\* 由于2023年9月7日完成美国太古可口可乐出售，2023年底的专营区域人口、人均本地生产总值和人均饮用量资讯并不适用。2023年销售量为截至出售完成日的销量。

<sup>#</sup> 管理的业务遍及上述13个州的部分地区。

<sup>†</sup> 员工人数包括全职、兼职、长期及短期合约员工。数字反映截至2022年12月31日的实际员工人数，并不包括各地总部的员工。由于计算周期不同，该数字或与太古公司年度报告中引用的员工数字有所不同。

<sup>@</sup> 生产量包含2023年全年数据。

<sup>^</sup> 此资讯显示美国太古可口可乐出售完成后的状况。2023年销售量为出售完成后的销量。以全年销量计算，人均饮用量为260。

<sup>§</sup> 一个标箱包括24瓶八安士装饮料。



## 可持续发展专家小组

自订立太古可口可乐2030年可持续发展策略以来，我们一直坚守最重要的基本原则，以高透明度的方式进行披露并取得外部验证。针对主要数据，我们持续委聘第三方进行验证，以确保我们符合报告标准。这有助于我们提升管理方针的透明度及可信性，并遵守我们所重视的严谨技术要求。

为进一步迈向目标，我们成立太古可口可乐可持续发展专家小组。我们邀请不同领域的可持续发展议题专家，为我们的可持续发展策略、报告及沟通提出独立可行的全面改善建议。专家成员包括：

**Anne-Laure Descours**  
PUMA总采购主任

**黎璋瑶**  
2041香港的共同创办人

**Robin Hicks**  
Eco-Business副主编

**陆恭蕙**  
香港科技大学环境研究所  
首席发展顾问

**Peter Joos**  
欧洲工商管理学院学院院长、副院长  
及The Barons Janssen冠名教授

**Bérénice Voets**  
亚洲企业领袖协会高级研究员

于2024年3月，可持续发展专家小组的专家成员参与焦点小组讨论，与外部顾问分享他们的看法。整体而言，小组认为我们的可持续发展报告详尽全面、与同业看齐、能以简单方式阐述复杂的议题，并坦诚地讨论太古可口可乐面临的挑战，同时也认为清晰和透明地说明我们的挑战及绩效数据有助确保报告的可信性。

此外，他们的意见还包括下列建议，我们将逐一回应。



# 可持续发展 发展管理

### 可持续发展专家小组的建议

### 我们的回应

**利益相关者参与：** 进行全面的利益相关者参与活动，以了解外部及内部看法的变化。

于2023年，我们展开消费者及员工意见调查，从主要的利益相关者群体收集有关可持续发展的新见解。展望未来，我们将尝试举办联接外部及内部利益相关者的重点活动，让我们的可持续发展策略更趋完善。

**包装与废弃物：** 针对柬埔寨和越南在废弃物管理基础设施方面面临的挑战，应为东南亚订立清晰的目标，并于该领域上与伙伴合作推动创新。

我们与回收商合作，提高东南亚产品包装的再生物料比例。于2024年，我们会将有关措施纳入集团层面的目标。在中国内地，我们正与供应商合作，为包装发展创新的半化学PET回收解决方案。有关详情，请参阅“[包装与废弃物](#)”及“[采购](#)”章节。

**标准及实践：** 研究国际财务报告准则可持续发展披露标准的应用情况。

我们已针对国际财务报告准则第S1号及第S2号进行差距分析，日后考虑据此进行报告。

**生物多样性及人权：** 在重要性评估中，加倍重视生物多样性及人权。

太古公司在生物多样性及人权方面均有相关政策，我们会将此意见纳入下一次重要性评估。

**可持续发展的商业理据：** 将可持续发展表现与业务表现挂钩，聚焦可能影响太古可口可乐企业价值的议题。

我们试行内部碳定价机制，要求团队将环境因素融入资本开支决策。我们将继续探索如何有效地量化可持续发展风险及机遇对业务的财务影响。

**方向及目标：** 检讨方向及目标以确保符合“SMART”原则，并披露相关路线图。

我们因应最近的业务扩张，审视可持续发展的相关方向及目标，并先从科学基础减碳目标着手。

# 可持续发展管治

## 管治架构

太古公司的董事局负责监督太古集团的可持续发展事务。作为太古公司的全资子公司，太古公司董事局是我们的最高管治组织。我们亦采纳及遵守太古公司的所有相关政策，同时积极参与其职能管治架构，例如太古集团的环境委员会、相关工作小组，以及安全与风险委员会。

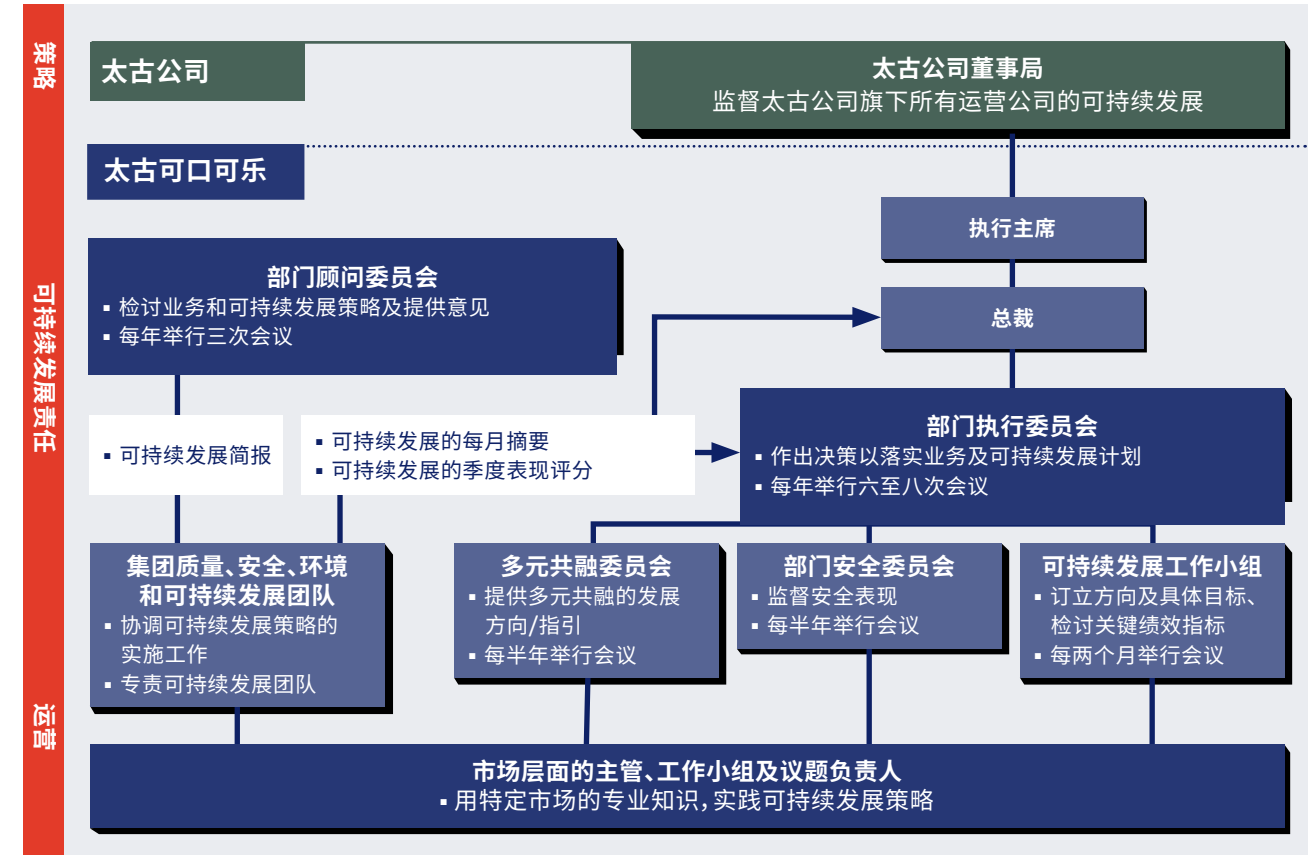
太古可口可乐并无设立董事局，而是由我们的部门顾问委员会就业务及可持续发展策略、相关表现及风险管理进行检讨及提供意见。该委员会每年举行最少三次会议，成员包括我们的主席、总裁、太古公司所提名的人士及独立顾问。区域首席执行官、首席策略及企业发展官、财务总监、总法律顾问及公司秘书持续获邀参加会议。

我们的部门执行委员会由总裁主持，而且获主席参与。该委员会负责作出决策，确保以可持续发展为先的策略纲领得以顺利落实。部门执行委员会有11名核心成员，每年举行六至八次会议，并检视可持续发展每月摘要，以及就季度表现评分作出检讨。另外，质量、安全、环境和可持续发展总经理将每半年向部门执行委员会定期汇报可持续发展情况。

部门安全委员会和多元共融委员会分别监督我们对重大安全问题及多元共融议题的处理方针。两个委员会皆由我们的总裁主持，为各区域委员会提供策略性指引。

我们设有可持续发展工作小组，由质量、安全、环境和可持续发展总经理担任主席，小组每两个月召开会议，负责制定集团层面的可持续发展方向和目标，并检讨相关表现，其成员包括各地区及市场的主要代表，以及采购、人力资源、企业传讯及财务等核心职能的主要代表。由五名成员组成的集团质量、安全、环境和可持续发展团队专责为可持续发展工作小组提供意见，以及协调可持续发展策略的实施工作。我们更设有可持续发展卓越中心，旨在支持我们的市场推行可持续发展策略。

在运营方面，我们于各个市场均设有资深主管及工作小组，以便实施可持续发展计划。各个市场亦就我们七大可持续发展重点领域各自指定人选，负责相关领域的工作。



## 可持续发展政策

下列政策指引我们的业务活动及利益相关者关系。于报告期内，我们加强了内部投资核准政策，要求更详细说明拟议投资将如何促进我们的可持续发展策略。

太古可口可乐	反贿赂政策	气候变化政策	行为准则	企业社会责任政策	弹性工作时间和远程办公政策
	投资核准策略	工作场所相互尊重政策	水资源风险管理政策	举报政策	可持续性冷饮设备报废政策
太古公司	生物多样性政策	碳抵销政策	气候变化政策	多元共融政策	能源效益政策
	弹性工作政策	健康与安全政策	人权政策	供应商行为守则	可持续建筑设计政策
	可持续食品政策	可持续采购政策	可持续水资源政策	废弃物管理政策	举报政策
可口可乐公司	全球学校饮料政策	可持续农业原则(PSA)	负责任的酒精营销政策	负责任营销政策	供应商指导原则(SGP)
					可口可乐公司运营要求(KORE)

## 认真处理问题

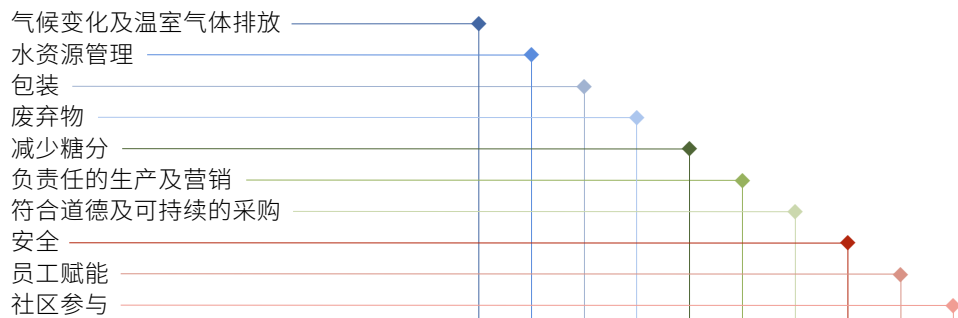
我们鼓励所有利益相关者积极提出及举报实际或疑似不当行为，并按照举报政策、行为准则及太古公司的举报政策处理投诉和举报。内部和外部的利益相关者均可通过电邮至集团的内部审计部门、电话或第三方服务供应商EthicsPoint运营的专属线上平台，以保密方式提出问题。我们将检视所有举报内容及作出所需调查，且绝不会容忍任何针对真诚举报人士的报复行为。

# 关键议题的重要性评估方针

## 利益相关者参与

通过“可有为，乐有梦！”策略，我们期望为所有利益相关者缔造更美好的未来。下表介绍了各类利益相关者、其参与方式及最重视的主要议题。

### 主要期望及关注议题



利益相关者群体	参与方式
企业拥有人	<ul style="list-style-type: none"> <li>会议</li> <li>指标及指数</li> <li>分析师简报会</li> <li>太古公司资本市场日</li> </ul>
品牌合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>全球委员会</li> <li>会议及年度论坛</li> </ul>
客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>会议</li> </ul>
政府/监管机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>咨询</li> <li>会议</li> </ul>
行业协会/业界网络	<ul style="list-style-type: none"> <li>加入及参与不同行业组织</li> </ul>
合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>合作</li> <li>联合计划</li> </ul>
供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>实地视察</li> <li>中国可持续发展论坛</li> <li>可持续发展报告分享和问卷调查</li> <li>参与及支持个别的特定议题</li> </ul>
顾问	<ul style="list-style-type: none"> <li>工作关系及会议</li> <li>特定项目</li> </ul>
社会/社区	<ul style="list-style-type: none"> <li>与相关成员积极沟通</li> <li>社区活动及项目</li> </ul>
非政府环保组织	<ul style="list-style-type: none"> <li>项目合作</li> <li>参与多方利益相关者论坛</li> </ul>
学术界	<ul style="list-style-type: none"> <li>研究</li> </ul>
传媒	<ul style="list-style-type: none"> <li>新闻稿</li> <li>采访</li> <li>为不同刊物提供内容</li> </ul>
消费者	<ul style="list-style-type: none"> <li>社交媒体</li> <li>播客</li> <li>社区活动及计划</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>管理层共同参与的员工大会</li> <li>就策略性议题进行交流</li> <li>内部通讯</li> <li>员工参与的应用程式、各类活动及问卷调查</li> </ul>

## 消费者及员工意见调查

于2023年，我们委托市场研究公司进行独立消费者意见调查，以了解内部人士及外界如何看待本公司及我们的可持续发展工作。原有市场合共超过1,200名利益相关者参与深度访谈、焦点小组及线上问卷。

我们在社区影响及重视员工方面的表现获得赞赏，可持续发展策略及承诺亦得到正面评价，但部分利益相关者希望了解更多详情。除了我们的目标外，他们期望我们分享更多有关至今的成果，以及优先处理的环境议题。在中国内地，保护水资源免受污染是格外重要的一环。利益相关者也期望太古可口可乐带动合作伙伴及供应商共同发挥影响。

利益相关者认为，我们面对的最大挑战包括：

- 包装与塑料废物：**  
此项议题是饮料行业的关注重点。
- 定价压力：**  
竞争加剧、资源有限及颠覆性业务模式（例如自制苏打水）可能影响本已偏低的利润率。
- 健康：**  
竞争加剧及公众注重健康，意味着品牌必须推陈出新，以迎合消费者需求变化。在中国内地，利益相关者对于我们最近因应健康需求而调整产品成分予以肯定。

## 2023年重要性评估

除了定期的利益相关者参与活动外，我们还展开目标明确的重要性评估，以配合报告需要。相关评估也有助我们分配内部资源，以应对风险及机遇，并达到利益相关者不断变化的期望。为符合GRI标准的最新要求，我们于2022年更新了重要性评估流程。有关详情，请参阅我们的《2022年可持续发展报告》。

今年的可持续发展专家委员会已审阅我们的重大议题，以及可持续发展报告呈列我们进展及表现的方式。委员会指出，生物多样性及人权问题对广大利益相关者的重要性与日俱增，并对我们的业务产生潜在影响，当中也考虑到我们于东南亚收购业务的背景情况。我们会将意见纳入日后的重要性评估工作。短期而言，我们再次认定下列重大议题依然相当重要。

### 我们的重大议题

- 气候变化及温室气体排放
- 水资源管理
- 包装
- 废弃物
- 减少糖分
- 负责任的生产及营销
- 符合道德及可持续的采购
- 安全
- 员工赋能
- 社区参与
- 管治及经济影响

# 价值链的影响

我们致力管理整个价值链的重大可持续发展影响，涵盖饮料成分以至消费后废弃物的各个领域。



## 01 供应链

我们对关键供应商明确期望，有助为供应链内数千名员工推动更完善的工作场所措施，改善人权。我们依赖糖、玉米及其他农业原料，以及玻璃、铝及塑料等包装材料，因而产生范围3温室气体排放。通过与供应商建立稳固的关系，我们可引导供应商改善环境表现。

## 02 生产

我们于六个市场的36间装瓶厂内聘用超过37,000名人员。我们参照集团安全管理系统改进框架，以管理生产流程的安全风险。通过多元共融措施，我们支持拥有不同技能、需要及能力的员工。我们亦致力提升用水及能源效益，确保旗下设施所产生的废弃物得到妥善处理，减少被送往堆填区。

## 03 分销

我们重视太古可口可乐3,800辆汽车的司机及物流合作伙伴的道路安全。我们以创新科技完善管理方式，例如采用远程监控系统提升驾驶安全。我们亦试用替代燃料及电动车，从而减少分销活动的碳足迹。

## 04 消费

我们有既定的制度以确保产品质量。考虑到过量摄取糖分可能损害健康，我们制定减糖目标，同时利用营销影响力，引导消费者选择低糖及无糖产品。冰柜、自动贩卖机及现调机需要用电，而且会排放温室气体。我们正逐步转用节能设备，以尽量减少相关影响。

## 05 消费后

我们大部分初级包装使用技术上可回收物料来减轻环境负面影响，不过我们主要依赖市场上的收集及回收系统以进行回收，而个别市场相关系统仍在完善中。具体而言，塑料包装或会污染海洋、河道及土地，损害野生动物及人类健康。我们支持运营范围内的收集及回收系统发展，包括实施生产者延伸责任制度。

## 支持价值链中的社区

我们整个专营区域的业务支持数以万计社区人士的生计。我们还与他们共享珍贵的天然资源。在符合可持续发展策略、企业文化及价值观的重要议题上，我们与各市场的社区合作，共创正面影响。

# 可为为，乐有梦！

我们深知，今天作出正确的选择才能成就更美好的未来。

全球面临着多项前所未见的环境挑战，例如气候变化、生物多样性流失、污染及水资源短缺。同时，许多社会也出现经济、性别及其他方面的不平等。联合国强调集体行动以解决问题的迫切性，而我们明白时间已经无多。

太古可口可乐的可持续发展策略 — “可为为，乐有梦！”符合联合国所提出全球在2030年或之前达成的17项可持续发展目标。该策略秉承我们坚定的企业价值、道德实践及坚韧态度，引领我们采取行动，实践目标。我们积极应对重大挑战，这不单是应有之举，更是我们提升长远表现的关键。

我们的策略围绕三大支柱：环境、产品及我们。

## 我们的重大议题

- 气候变化及温室气体排放
- 水资源管理
- 包装
- 废弃物
- 减少糖分
- 负责任的生产及营销
- 符合道德及可持续的采购
- 安全
- 员工赋能
- 社区参与
- 管治及经济影响

## 环境

保护环境，并致力于将业务运营对环境的影响降到最低。

- 气候
- 水资源
- 包装与废弃物

### 气候：

我们致力削减整个价值链的温室气体绝对排放量，将未来的气温升幅限制于1.5°C以内，并提高业务应对气候变化的能力。

相关重大议题：



相关可持续发展目标：



### 水资源：

我们致力与各方合作减少生产流程的水资源消耗，并保护共享的水资源。

相关重大议题：



相关可持续发展目标：



### 包装与废弃物：

在设计包装时，我们考虑到其生命周期产生的足迹，与主要利益相关者紧密合作，以推动各市场的收集和回收率，并支持包装物料的闭环管理。我们的运营专注于减少产生废弃物，并避免将有价值的物料送往焚化及填埋。

相关重大议题：



相关可持续发展目标：



OUR CHOICE  
OUR FUTURE!

## 我们

关心员工以及业务所在地的所有人。

- 员工
- 社区

### 员工：

我们的成功取决于优秀的人才。我们持续为员工发展投资，并为他们创造一个安全和多元包容的工作环境。

相关重大议题：



相关可持续发展目标：



### 社区：

我们坚信，若业务所在地的环境充满蓬勃生机，我们的业务也定能茁壮成长。我们专注于业务和所在社区的长远可持续发展。

相关重大议题：



相关可持续发展目标：



## 产品

确保产品能够满足消费者、客户及合作伙伴的需求和期望。

- 产品选择
- 采购

### 产品选择：

我们的目标是成为全品类饮料公司，满足全球消费者和客户的需求，提供多元化的产品选择。

相关重大议题：



相关可持续发展目标：



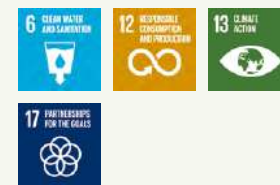
### 采购：

我们与供应商充分合作，实践有利于可持续发展的采购。

相关重大议题：



相关可持续发展目标：





ABC空压机热回收  
暖瓶机电柜

热水中心项目就像是工厂的热量银行，能够零存整取，变废为宝。这是我们实现2030减碳承诺的创新举措！



蔡东宁  
中国区中央服务团队  
高级技术经理

## 于中国内地将余热回收利用

能源耗用率(EUR)是我们用以追踪厂房生产效率的重要指标，该指标量度生产一公升产品所用的能源(包括电力、蒸气及天然气)，是生产管理人员每天重点关注指标。持续改善能源耗用率，有助我们减少碳足迹。

为了达成减碳目标，我们突破固有思维，不断寻求创新，例如在中国内地的业务试行热水中心机制，以收集并加以利用能源密集型设备(例如空气压缩机、冷却系统及冷凝水)的废弃热能，从而减少我们对外购蒸气及天然气的需求。我们运用热泵技术分阶段实施该机制，目标是大幅削减能源消耗，预计能源耗用率可改善多达9%：

第一阶段：空气压缩机的余热直接转移至暖瓶机，预期可令蒸气需求减少多达35%，使能源耗用率改善4%。在此阶段中，五间厂房的蒸气使用量平均下降了15%。

第二阶段：专注从冷冻机组、冷凝水及生物燃气锅炉中回收废弃热能，再利用热泵将水温加热至90°C，然后储存热水备用，包括用于定位清洗(CIP)流程、糖浆制作及其他需要高温处理的工序。预期第一及第二阶段可合计减少80%的蒸汽需求，能源耗用率可下降8%。

第三阶段：我们计划利用先进的蒸气泵技术产生140°C的蒸气，实现全面的供热电气化，逐步淘汰天然气锅炉及外购蒸气。假如我们能使用可再生电力，将再显着减少温室气体排放。

至今，我们于第一阶段投资了390万元人民币(420万港元)。于2024年，我们将在南京厂房试行第二阶段。

至今投资额达

390万元人民币

9% 当三个阶段完成实施后，能源耗用率有望减少9%

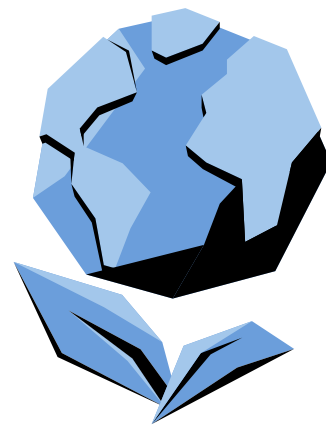
如中国内地原有厂房全部推行阶段三，所需的外购蒸气将减少

150,000公吨

# 环境

- 气候 ■ 水资源 ■ 包装与废弃物

保护环境，并致力于将业务运营对环境的影响降到最低。



# 气候

## 为何重要

2023年排放差距报告显示，全球温室气体排放预料将于2030年或之前增加3%，但要达成《巴黎协定》的1.5°C目标，排放量却必须减少42%。2023年是有纪录以来最热的一年。水灾、旱灾及山火造成的经济及生命损失持续增加，而气候变化更令情况加剧。这些警醒我们若不加快向低碳经济转型，将面对严重后果。我们的发展方向明确清晰。于第28届联合国气候变化大会上，近200个国家同意将全球可再生能源产能增至目前的三倍、能源效益提升一倍，并逐步淘汰化石燃料。

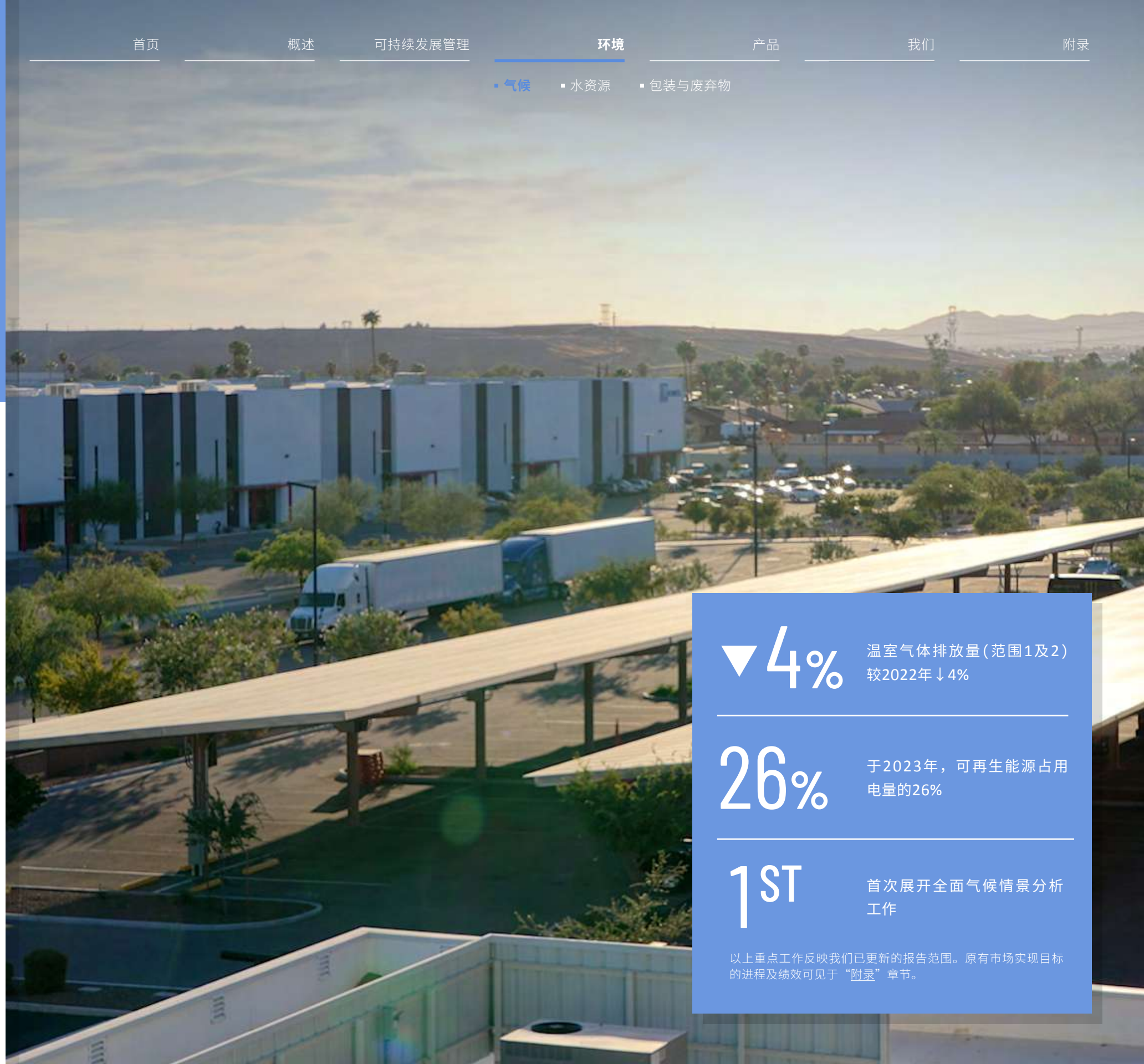
在应对气候危机方面，企业理应担当领导角色。太古可口可乐明白积极采取行动不单是应有之举，更能帮助我们就法规更变提前作好准备、减低运营成本及受阻情况，确保业务与时并进。此外，这也助我们取得更好的融资机会及保险保障。于2023年，我们的范围1、2及3温室气体排放量总计为3,945,948公吨。

▼4% 温室气体排放量(范围1及2)  
较2022年↓4%

26% 于2023年，可再生能源占用  
电量的26%

1<sup>ST</sup> 首次展开全面气候情景分析  
工作

以上重点工作反映我们已更新的报告范围。原有市场实现目标的进程及绩效可见于“附录”章节。



# 我们的方针

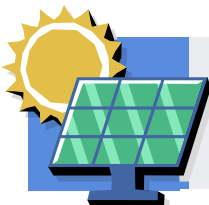
我们锐意减低整体运营的温室气体排放，以达成科学基础减量目标(SBT)。此外，我们亦致力于提高业务对气候变化影响的抗御力。

于2020年，我们为当时业务订立科学基础减量目标倡议核准的目标，承诺在2030年或以前，相比2018年基准，将绝对温室气体排放量(范围1、2及3)减少30%，以及在2030年或以前将我们所控制的排放量(范围1及2)从2018年基准削减70%。于2023年扩展业务后，我们的整体排放量增加了26%。我们正检讨新收购业务的排放量，并计划于2024年向科学基础减量目标倡议提交更新的目标。

为实践减碳计划，我们将会：



在**能源效益**方面投放资源，通过采用新技术及完善流程，以减低我们设施、运输及冷饮设备所产生的排放



购买绿色电力及在经营场所安装太阳能发电系统，以使用**100%可再生能源**



与供应商及回收合作伙伴合作互动，以**减少价值链上下游的排放**

自2021年起，我们以TCFD披露框架为标杆来应对气候相关风险及机遇的方式(请参阅“[气候相关财务信息披露工作组建议](#)”章节)。于2023年，我们进行了气候情景分析，以加深了解气候变化对我们业务的潜在影响。

# 我们正在行动

与我们业务活动有关的温室气体排放可以划分为五大类别，分别是**材料、包装、生产、配送及冷饮设备**。我们69%的排放量来自中国内地，约90%排放量来自我们无法直接控制的排放源(即范围3排放)。

## 主要减排机会



当我们订立科学基础减量目标时，已识别出五个主要的减排机会，有助我们实现在2030年或以前将温室气体排放量从2018年水平减少30%的承诺。左侧呈现这些机会及与之相对应的是我们价值链中最具影响力的主要排放来源。

## 主要排放源头及行动

排放来源	材料	包装	生产	配送	冷饮设备
于2023年所占比例:	20%	40%	11%	7%	22%
行动	我们与可口可乐系统的伙伴合作，协助农产品供应商采取更多可持续发展措施。通过减少产品的含糖量，我们亦可减少碳排放。 请参阅“ <a href="#">采购</a> ”章节	我们正在设计更轻量的包装、使用更多回收物料及增加可重用的选项。我们还投资于回收系统，以提高消费后包装的收集及回收率。 请参阅“ <a href="#">包装与废弃物</a> ”章节	使用可再生能源是为业务减碳的关键。我们也持续改善设施的能源效益并采用节能技术，包括“SubCarb”及废弃热能收集技术。	我们为车队进行升级，将3,805辆货车、客货车及私家车改为燃料效益更高的车款、电动车及替代燃料汽车。	我们转用更好的制冷剂，并与供应商合作，推出能源效益提高50%的新型冷饮设备。 请参阅“ <a href="#">采购</a> ”章节

我们将优先进行能实际减低绝对温室气体排放量的活动。针对难以减少的排放，我们会以碳移除及碳补偿作为最后的对策。然而，我们也会参照《[碳补偿政策](#)》，每年就员工乘坐飞机公干所产生的排放作出补偿。于2023年，我们通过国泰航空“飞向更蓝天计划”的碳补偿近5,000公吨二氧化碳当量。

有关详情，请参阅我们的《[2023年SBT进度报告](#)》。



### 核心业务减碳

我们业务运营采取的缓解措施有助减低范围1及2排放，该类排放占我们2023年整体排放约9%。

#### 提高厂房的能源效率

生产活动占我们整体碳足迹的11%。我们通过应用新技术、完善流程及推动数字化，致力减少厂房的能源消耗量。我们追踪能源耗用率，以对比不同市场中各个厂房的表现，并与同业作比较。我们已为每项设施制定2030年的改善目标。自2018年起，我们原有业务的整体能源耗用率下降了3%。

于2023年，我们中国内地碳酸饮料厂的能源耗用率较2018年下降了7%（从0.27兆焦耳/公升下降至0.25兆焦耳/公升），每年节省约32,000兆瓦时电力（减少约26,000公吨二氧化碳当量）。这得益于我们新推出的数字化生产制造系统(MIS)及能源管理系统。我们的碳酸饮料厂更获中国饮料工业协会(CBIA)选为“节能优秀企业”厂房，以肯定我们所付出的努力。中国供应链总经理张晓东受邀于2023年4月8日在CBIA低碳发展论坛上分享中国太古可口可乐的2030年减碳策略、目标及行动。

提高能源效率是我们的优先事项之一，同时印证了我们减少碳排放的承诺，以及持续改善的文化。

张晓东  
中国区供应链总经理



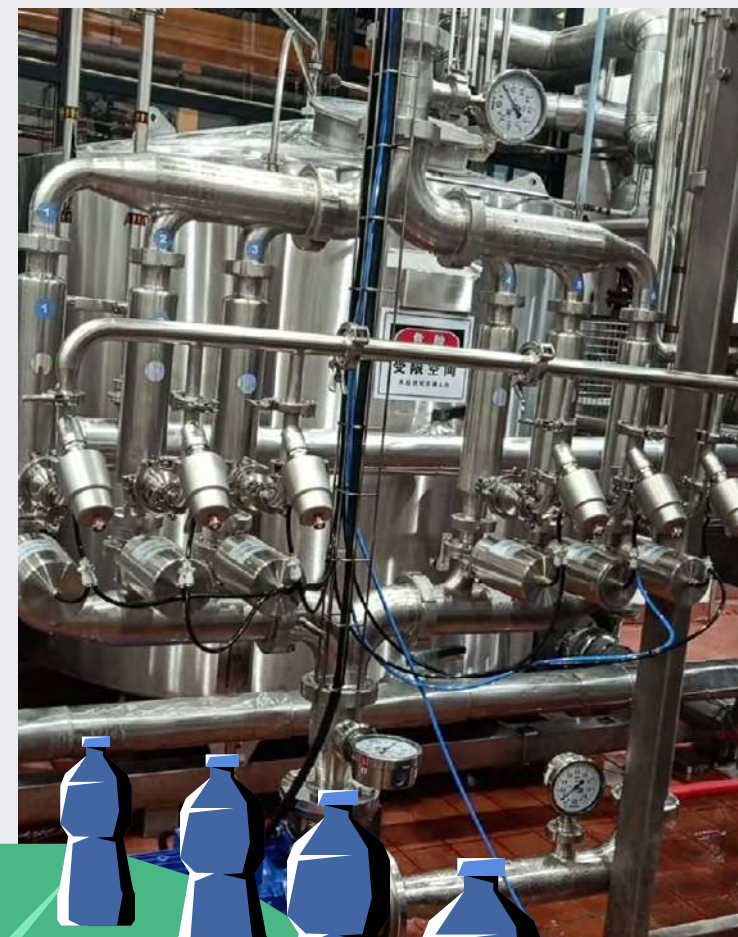
在亚洲的其他业务方面，我们的台湾厂房在进行风扇升级后，预期每年可节省近43,000千瓦时的电力。我们也升级了香港厂房的两个锅炉，可将煤气消耗量减低5%。此外，越南厂房展开了蒸汽疏水阀保养工作，借此减少蒸气流失，令能源耗用量下降2%。

年份	集团能源耗用率 (兆焦耳/公升产品)
2023	0.34(扩充业务后)
2022	0.30(扩充业务前)

### 杭州的SubCarb技术试行项目潜力可观

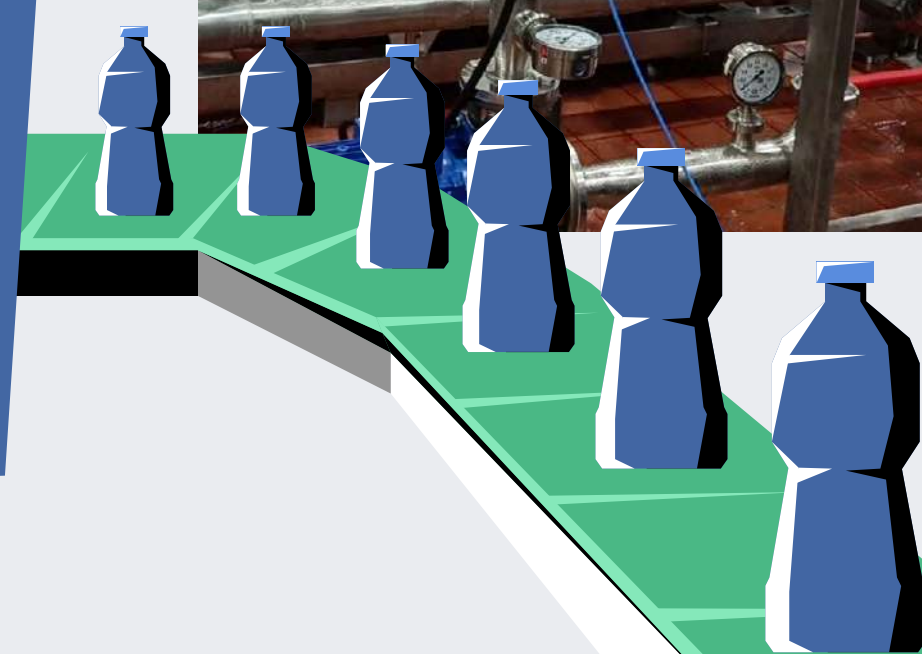
我们杭州厂房的四条汽水饮料生产线试行了先进的SubCarb技术。于传统的碳酸化流程中，饮料主剂在大约11°C的温度下与液态二氧化碳融合。于装瓶后，产品将会重新加热，避免凝结导致标签及包装受损。在应用SubCarb技术后，我们可将装瓶温度提高至17°C，使主剂与二氧化碳的结合更加稳定，同时减少起泡，显著节省能源及成本。

初步结果显示，制冷器的能源效益提高了44%，而重新加热产品所需的蒸气则减少40%。于2023年，我们为中国内地业务的七条生产线设置了SubCarb技术，所节省的电力达到115万千瓦时，蒸气使用量也下降1,800公吨。在2024年底或以前，我们将于中国内地的另外六条生产线应用SubCarb技术，并正考虑将技术推展至其他市场。



要为有20年历史的生产线提升效率绝非易事。项目团队与技术专家合作打破行业壁垒，积极解决国际间合作的障碍。我们的成果有目共睹，而我们的经验也有助将SubCarb技术进一步推展至整个太古可口可乐装瓶厂网络。

刘继  
太古可口可乐杭州厂房  
设施及工程经理



## ■ 使用可再生能源

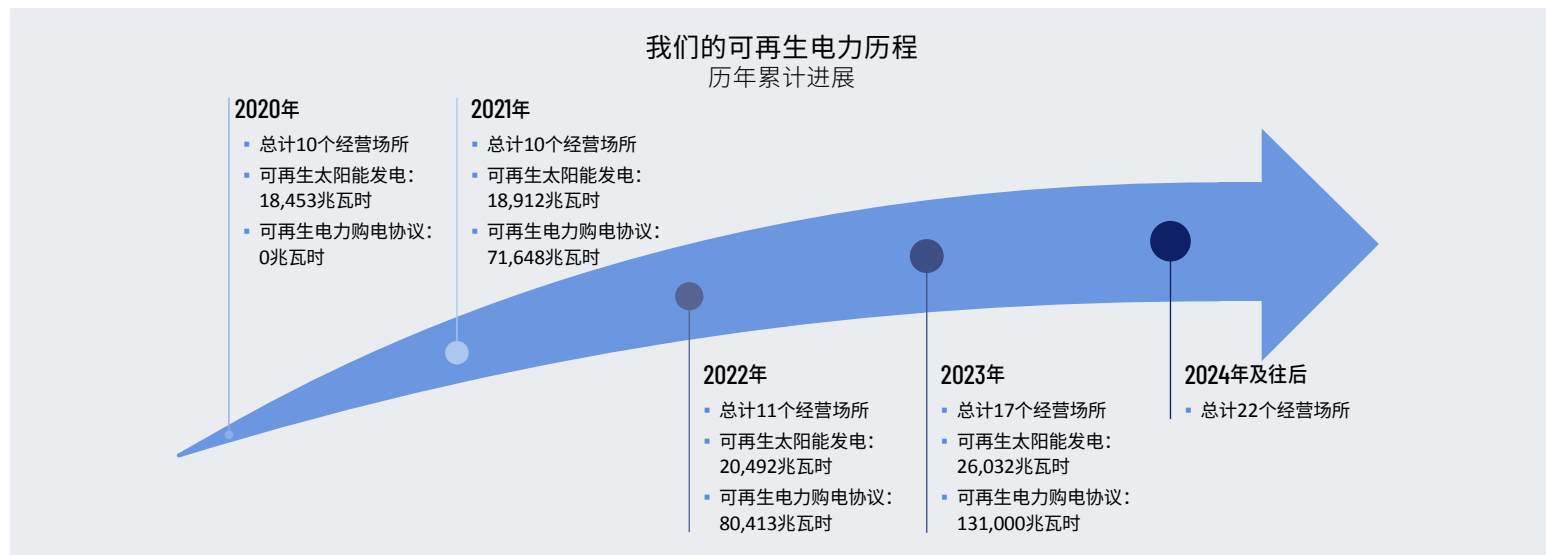
我们的目标是推动原有业务于2026年或以前转用100%可再生能源。我们正审视在越南及柬埔寨的新业务实现该目标的可行性。于2023年，可再生能源占我们总用电量的26%。当中，17%的电力来自经营场所内的太阳能发电系统，83%为我们向外部可再生能源发电商或电力零售商购买的电力。

我们的中国内地业务进展良好，当地的可再生能源市场迅速扩张。于2023年，中国内地业务的34%用电量来自可再生能源，高于2022年的27%。我们的河南省漯河厂房在2023年开始采购可再生能源，使中国内地购买可再生能源的厂房总数增至十间。我们有六间厂房的运营现已采用100%外购可再生能源。至于其他经营地点，企业采购可再生能源的成熟程度较低，而且我们在自行建立太阳能发电系统方面也面对监管挑战。于2024年，我们将为东南亚、香港及台湾区域制定可再生能源路线图。

我们已于台湾市场签署协议，向当地一间慈善机构购买22,500千瓦时的可再生能源，而我们曾于2022年向该机构捐赠太阳能板。该协议既可为这间慈善机构带来额外资金，也有助我们达成可再生能源目标。

我们于中国内地的14间厂房安装了屋顶太阳能发电系统，每年发电量达到27,000兆瓦时。于2023年，我们惠州厂房的1.76兆瓦设施完成电网接驳，预期可为厂房带来2,100兆瓦时的可再生能源发电量。此外，我们于美国格伦代尔的744千瓦太阳能发电系统已投入运作。同时，我们于柬埔寨建立2.5公顷的屋顶太阳能发电系统，可以满足厂房每年用电需求的约23%(2023年为8,147兆瓦时)，有助提高东南亚、香港和台湾区域的可再生能源使用比例。未来三年，我们将于中国内地、越南、台湾市场及美国推出共八个厂内太阳能发电项目。

年份	集团可再生能源使用量 (兆瓦时)
2023	157,033(扩充业务后)[+56%]
2022	100,359(扩充业务前)



## 减少冷饮设备的排放量

**为了保持饮品冰冻，冷饮设备不但需要消耗大量能源，还需使用可能导致全球暖化的制冷剂。**根据可口可乐公司的政策，自2015年起购入的所有新冰柜均不再使用氢氟碳化物制冷剂，而是采用天然或全球暖化潜能值极低的制冷剂，以减低气候影响。同时，我们也正在淘汰现存的旧式冰柜。在台湾市场，我们持续利用专利技术升级改造冰柜，以便使用全球暖化潜能值较低的制冷剂。现在，台湾市场的54%冰柜采用低全球暖化潜能值的制冷剂。此外，我们也逐步更换香港特区的冷饮设备。我们于柬埔寨淘汰旧式冰柜，目前有52%存货不会使用氢氟碳化物制冷剂。

我们还于中国内地、柬埔寨及越南推出与供应商合作开发的冰柜，该款冰柜的能源效益提高了50%(请参阅“[采购](#)”章节)。

## 提高业务应对气候相关风险的能力

**我们在积极减低业务对气候变化造成影响的同时，亦切身感受到相关转变及影响。**我们采取多项措施，为业务过渡至低碳未来作好准备，以应对日后的政策变化及各种环境灾害，例如旱灾、极端气温及水灾。

### ■ 制定内部碳定价

内部碳定价工具将排放量与策略规划更紧密地挂钩，以便企业了解气候相关政策、科技、风险及机遇的变化对其财务表现的影响。于本年度，我们试行了内部碳定价机制。我们以超过若干投资门槛的策略性资本开支项目为试点，测试100美元/公吨二氧化碳当量的影子定价，并将其融入项目的财务分析。通过计算上述理论成本，我们可了解建议项目的未来温室气体排放对我们纯利的影响。

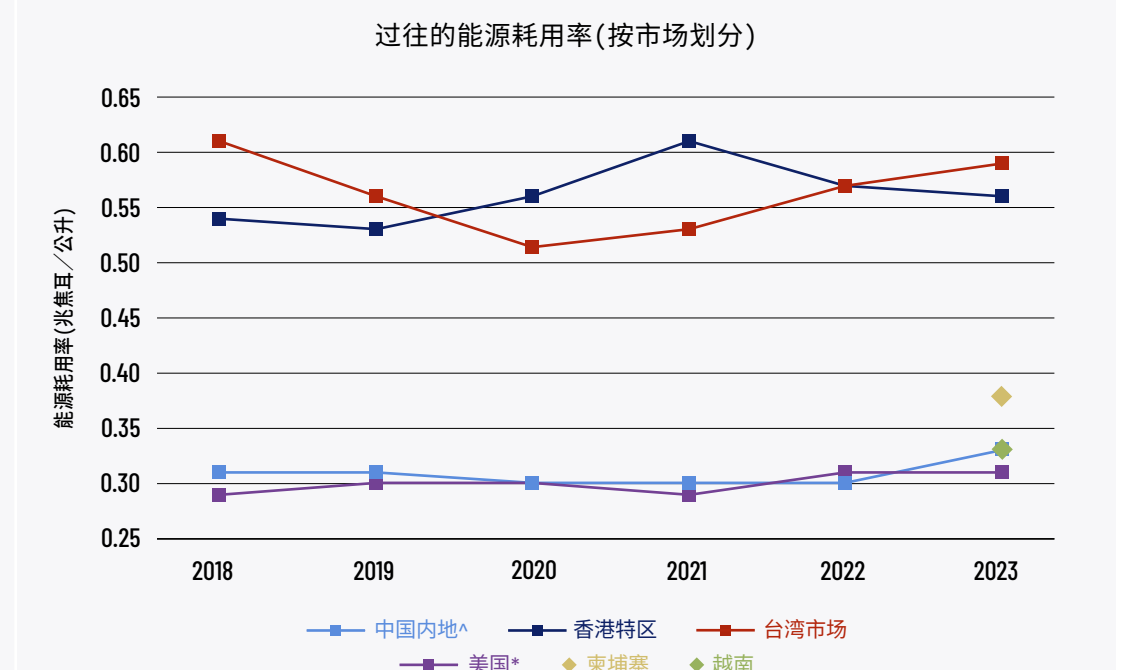
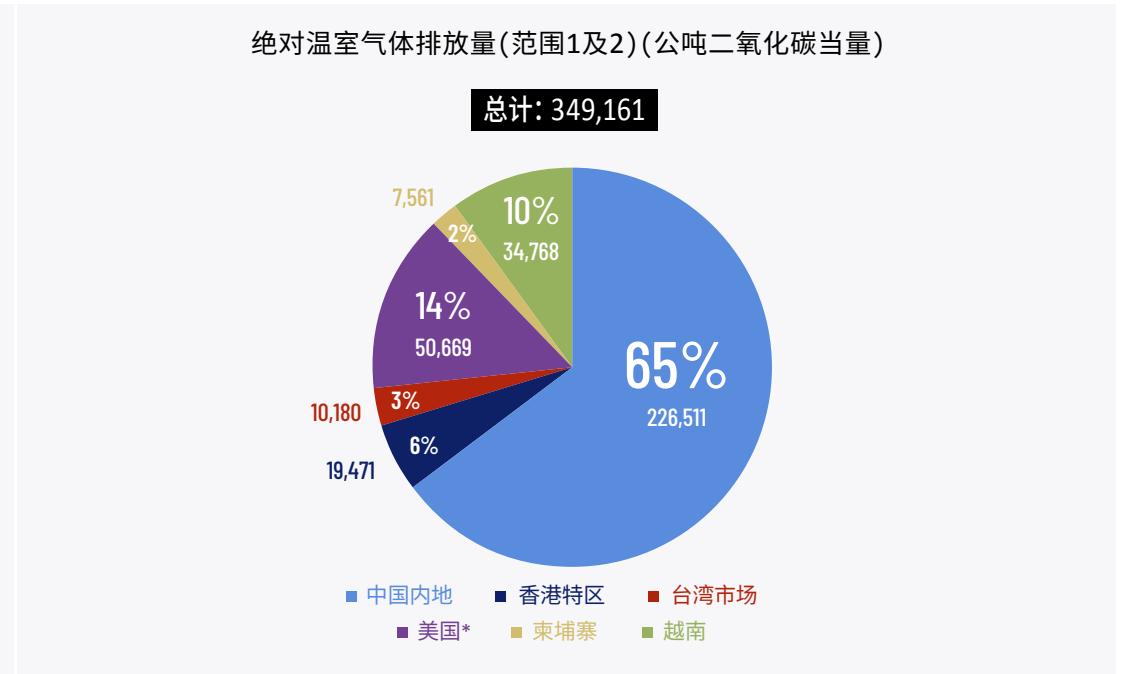
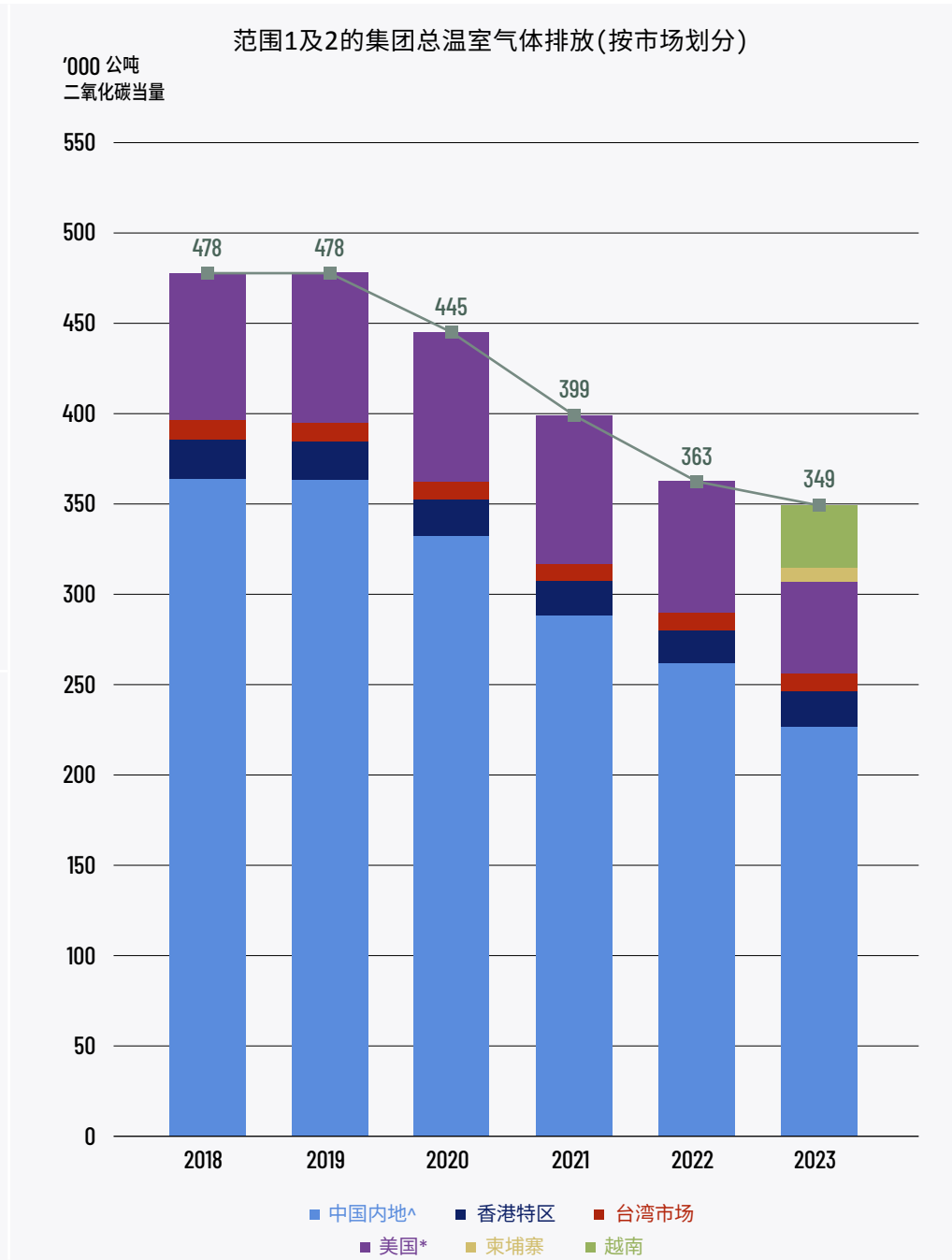
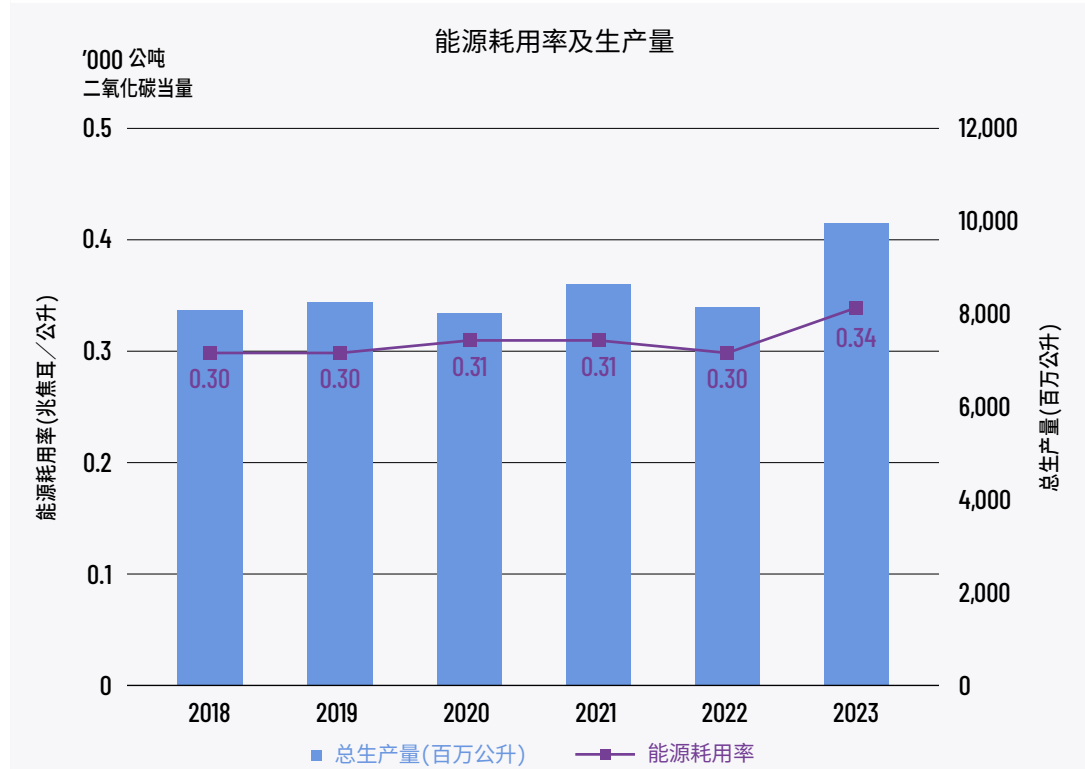
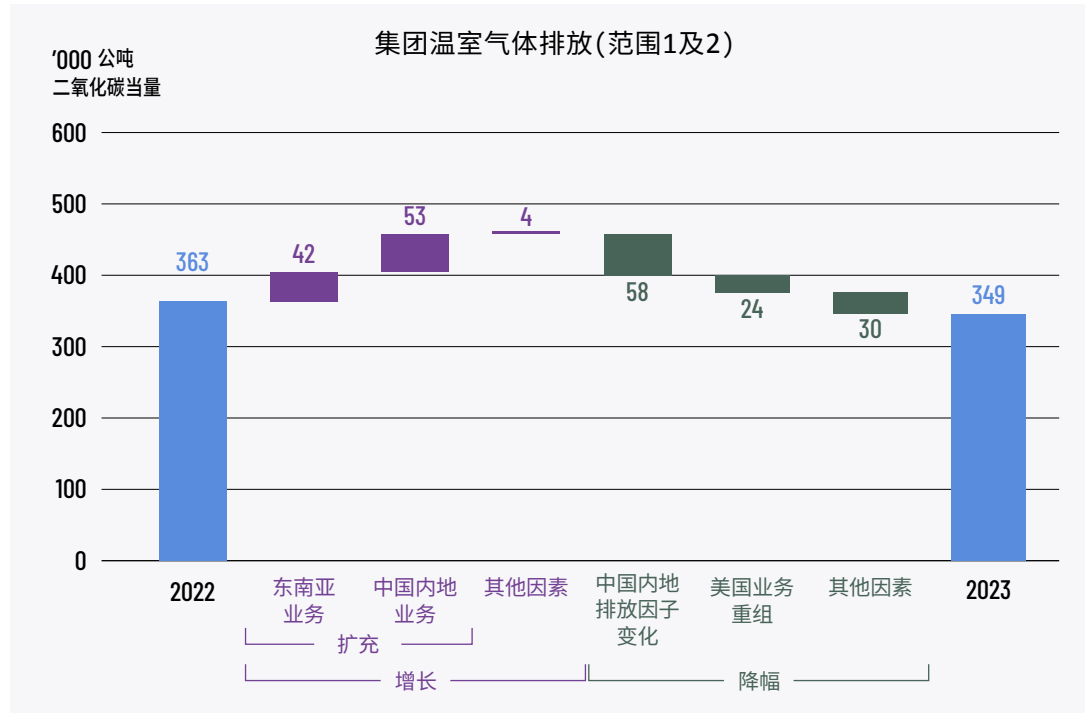
我们也研究订立碳费用，以加快减碳进程。虽然影子定价属于理论性质，但碳费用却可作为减排项目最低实际开支的指标。各市场的碳费用是按照其上一年的范围1及2总排放量计算。相关试验阶段将延续至2024年，以争取更多时间应对挑战，并确保有足够时间做好内部沟通。

### ■ 气候风险评估

气候变化是我们企业风险登记册内最大的风险之一。按照TCFD的建议，企业应进行气候情景分析，以预测与气候影响相关的潜在风险(及机遇)。于2023年，我们继续使用S&P Global Climonomics工具，对我们最具价值的561项资产模拟了实体气候变化影响的财务风险价值。于集团层面上，我们还举办工作坊，以获取业务在常规情景及低碳(全球气温上升1.5至1.8°C)情景下，对实体及转型风险的影响和脆弱性的定性反馈。当中，极端高温及水资源短缺是我们业务所面对的最大实体风险。在低碳情景下，长远在政策及监管变化也构成重大风险。

有关详情，请参阅“[气候相关财务信息披露工作组](#)”章节。

# 绩效



注释:

^ 2018年至2022年的中国内地数据包括位于我们漯河及南京生产厂房内的两间代工厂。自2023年起，中国内地的数据包括于2023年1月1日收购的另外八间不含气饮料厂。

\* 2023年的美国数据只包括截至2023年9月7日的数据。

我们中国内地业务的范围1及范围2排放量大幅减少，主要原因是我们增加使用可再生能源和采用节能技术，以及温室气体计算方法有所变化。其他地区方面，受生产流程改变、新生产线调试及产量增加所影响，使绝对排放量轻微上升。

于2023年2月，中华人民共和国生态环境部更新全国电网排放因子(0.5703公吨二氧化碳/兆瓦时)，并建议将该因子应用于企业报告。于2023年前，我们在中国内地使用的区域电网因子介乎0.79至0.86公吨二氧化碳/兆瓦时。由于区域电网因子已不会因应中国内地电网的持续绿化而定期更新，加上区域电网因子旨在用于中国清洁发展机制下的项目发展，而非企业报告用途，因此未来我们将会使用生态环境部公布的全国排放因子<sup>1</sup>。排放因子的变动使我们本年度的整体排放量大幅减少超过57,000公吨二氧化碳当量。

### 可再生能源比例

年份	可再生能源
2023	26%(扩充业务后)
2022	21%(扩充业务前)

### 2023年可再生能源比例

市场	%按市场划分 2023
中国内地	34%
香港特区	0%
台湾市场	0%
美国	1.8%(截至2023年9月7日)
柬埔寨	23%
越南	0%

### 可口可乐系统内的同业标杆：能源耗用率

装瓶厂	2023年能源耗用率
太古可口可乐	0.34
Coca-Cola FEMSA	0.16
Coca-Cola Europacific Partners	0.35
Coca-Cola Hellenic Bottling Company	0.38
可口可乐系统	0.38*

#### 注释：

<sup>1</sup> <https://wri.org.cn/sites/default/files/2022-01/getting-every-ton-emissions-right-CN.pdf>(只提供中文版)

\* 截至本报告发布日期，可口可乐系统的2023年数据仍未公布，此处提供2022年数据。

## 应对挑战

### 我们致力于应对以下挑战：

- **于集团层面实现可再生能源目标：**由于市场现有及预测的可再生能源供应有限，于中国内地以外的市场使用100%可再生能源将具挑战性。在不利因素持续的情况下，我们将考虑制定路线图，购买具备非捆绑式再生能源凭证及订立虚拟购电协议。
- **在扩张业务的同时保持可持续发展动力：**我们持续进行收购，推动业务扩张。随着我们的碳足迹有所改变，要保留原有水平的温室气体目标将具挑战性，因此我们正全面检视已订下的方向及具体目标，尤其专注将新市场纳入我们的温室气体核算方式及减碳目标。



## 展望未来

### 我们的优先事项：

- 1 重新计算**温室气体排放基准**，以纳入业务扩张的影响，并根据科学基础减量目标倡议的指引，重新提交科学基础减量目标，包括更新森林、土地使用及农业(FLAG)目标
- 2 与我们的顾问合作，订立东南亚、香港及台湾区域的**可再生能源选择路线图**
- 3 持续推展**内部碳定价**试行项目
- 4 邀请供应商参与制定**特定供应商的排放因子**(请参阅“[采购](#)”章节)

# 水资源

## 为何重要

水资源短缺是日益受关注的全球性问题。目前，全球有超过20亿人无法获得安全的饮用水。[全球水资源经济委员会](#)预测，受到人口增长及水资源过度开采的影响，水资源的供需差距将于2030年或以前达到40%。气候变化已对天气规律造成影响，即使是在水资源通常充足的地区，季节性缺水也变得更常见。

水资源对我们的业务相当重要，我们于2023年的耗水量超过186亿公升。水是我们产品的主要原材料，并于生产流程及农业供应链中广泛使用。我们认为，完善的水源管理计划对业务运作具有重大策略意义，有助我们减少业务受阻风险、降低成本，并与客户和社区建立良好关系。由于我们使用大量重要的水资源，我们必须确保经营所在的社区及生态系统能够持续获得安全及洁净的供水。

**18,617,197立方米**  
2023年的耗水量  
(较2022年(扩张前)▲28%)

**1.88升/升** 2023年的整体  
水耗用率


**27** 在36个设施中，有27个设施的  
水源脆弱性评估及水源管理计划  
取得第三方认证

以上重点工作反映我们已更新的报告范围。原有市场实现目标的进程及绩效可见于“附录”章节。

# 我们的方针

我们以减少水足迹为目标，与各方合作保护共享的水资源。我们的方针参考可口可乐公司的2030年水安全策略，当中指出水资源问题本质上是地方性问题。因此，我们应了解当地情况，并据此展开水资源管理活动。我们的行动也是根据我们对水资源所造成的不同影响而定。

我们的承诺包括：



了解水资源风险，并为我们设施的水源脆弱性评估及水源管理计划取得外部认证



为每个设施订立全年水耗用率目标，以提高用水效率



确保厂房排出的所有废水全面符合法规



与可口可乐公司，可口可乐基金会及各方合作，回馈我们成品饮料中的100%用水量

我们自发地完成CDP项目水安全问卷，以行业领导者作为我们的标竿。我们的目标是取得B或以上的成绩，而我们于2023年取得A-评级。

## 水资源风险管理

可靠的清洁水源供应是我们长期运营的关键。我们已于所有生产设施中展开水源脆弱性评估及实行水源管理计划。两者结合有助我们详细评估个别厂房的水资源风险，例如潜在的水费调整或当地供水基建受损所带来的风险，并制定缓解措施。我们最少每五年就水源脆弱性评估和水源管理计划进行一次检讨。

我们遵循太古可口可乐水源风险管理政策，所有水源脆弱性评估及水源管理计划将于2025年或以前获得第三方专家认证。截至2023年底，我们26间原有厂房中的24间，以及厦门绿泉包装中心的包装水生产线，和10间新厂房中的3间，已完成由外部水资源专家制定或核实的水源脆弱性评估及水源管理计划。

我们采用世界资源研究所的Aqueduct 4.0水源风险地图，以评估各间太古可口可乐生产设施及主要代工装瓶厂设施的所属地区的水资源风险。用水压力反映个别地区的

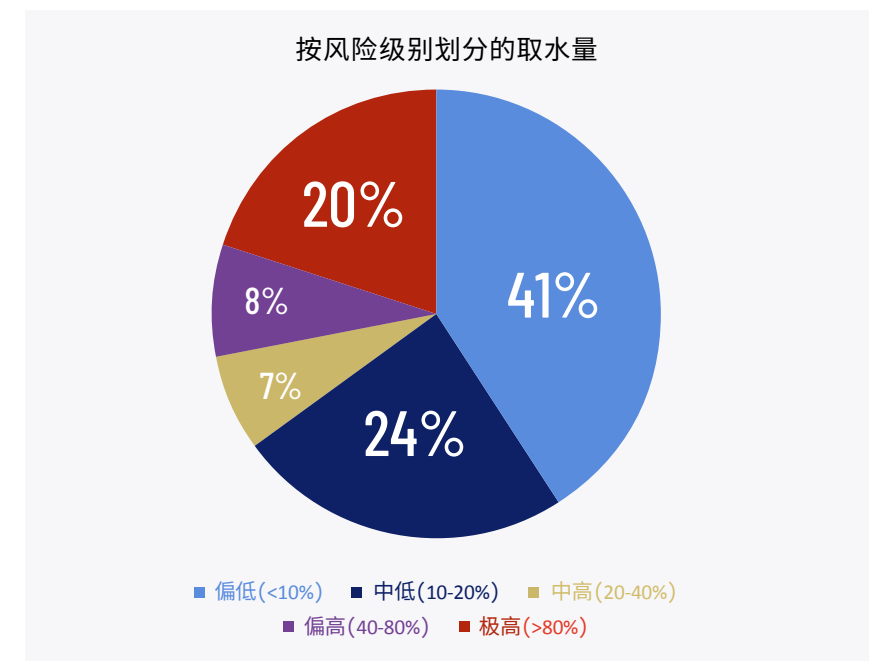
水资源竞争状况，即是人类社会的用水需求占可用水百分比。我们将基线用水压力与2030年业务常规情景下的预测用水压力作比较。

我们于上海、苏州、合肥、坦佩、亚利桑那州及科罗拉多州丹佛的七间厂房位处基线用水压力极高的地区，占我们2023年总取水量约20%。另外，我们于福州、江西、漯河及犹他州盐湖城的五间厂房也位处基线用水压力偏高的地区，占我们水资源总需求的8%。香港厂房的风险水平属于中低，但该厂房依赖的水务公用事业公司主要从东江取水，风险属于中高。

用水压力只是水资源的定量风险之一，未必能完全反映实际情况。例如，我们柬埔寨厂房的用水压力风险属于中低，但旱灾风险属于中高。

### 整体风险级别

市场/风险水平	厂房总数	基准年(厂房数目)				
		偏低	中低	中高	偏高	极高
中国内地	24+1*	11	3	3	3	5
香港特区	1		1			
台湾市场	1		1			
柬埔寨	1		1			
越南	3		3			
美国	6	1	2		1	2
		2030年业务如常预测(厂房数目)				
中国内地	24+1*	7	5	5	6	2
香港特区	1		1			
台湾市场	1		1			
柬埔寨	1		1			
越南	3		2	1		
美国	6	2	1	1		2



注释：

\* 包括24个地点及由太古可口可乐运营的厦门绿泉工厂中的一条包装水生产线。

# 我们正在行动

我们正积极尝试以较少用水生产饮料、以安全的方式排放废水及回馈我们所消耗的水资源。

## 提升生产厂房的用水效率

我们追踪水耗用率，即生产每公升成品的用水量。虽然我们无法为产品所需的用水找到替代品，但我们可以减少生产流程的用水量，该部分于2023年占我们取水量的47%。相关措施包括调整流程及生产排程、修补渗漏管道、使用循环再利用水及尽量选择无需用水的替代技术，例如干式润滑剂及离子空气。我们循环再用来自冷却塔的废水，并将其用于清洁、灌溉及冲厕用途。于2023年，我们的整体水耗用率为1.88升/升。年内，中国内地八个不含气饮料厂的水耗用率为3.00升/升，而含气饮料厂的水耗用率为1.70升/升。

除生产流程效率外，水耗用率也受其他多项因素所影响。例如，在产品组合较多(产品种类较多)或生产周期较短的厂房中，生产线转换会令清洗频率较高，以致用水量较大。此外，生产不含气饮料的用水量通常高于汽水饮料及包装水。在新生产线调试期间，我们取用了水，但并未有产出任何产品。水源质量欠佳也会导致用水量上升。

年份	集团水耗用率 (公升耗水/公升产品)
2023	1.88(扩充业务后)
2022	1.75(扩充业务前)

于中国内地，部分设施的水处理系统会重用反冲洗水。于推行这项最佳实践后，预期我们可重用90%的反冲洗水。我们已于东南亚、香港及台湾区域的各厂房，委任专责同事，负责推动水耗用率的持续改善。

## 越南的用水效率

越南是我们用水效率最高的市场，其2023年的水耗用率为1.43。过去五年，团队推行多个项目，包括彻底检查及维修渗漏管道，以及完善逆渗透系统，令水耗用率从2019年水平降低13%。于2023年，我们在越南进行沙粒过滤器升级工程，成功节省多达600立方米的用水量。在更换岷港废水处理流程中所用的化学品后，预期每年可节省2,800立方米的用水量，而使用定位清洗喷球后，定位清洗流程的用水量料将每年减少7,500立方米。

我们能够取得佳绩全因我们坚守愿景及承诺。我们的领导层致力于改善水耗用率，启发团队在日常运营中不断求进。他们也愿意投资于新技术及新方法。我们将水耗用率目标与每月奖金挂钩，并定期安排活动、奖励及年度比赛，致力提高用水效率。

Pham Huu Tri  
越南供应链副总裁



## 安全排放废水

我们厂房排放的所有废水均符合当地水质规定，也遵守可口可乐公司及世界卫生组织的废水排放要求。

在排放废水前，我们在中国内地、香港特区、台湾市场、越南及柬埔寨的所有装瓶厂均会先在厂内进行废水处理。在中国内地，我们利用线上监察系统追踪废水合规情况。尽管美国装瓶厂未有设立厂内废水处理设施，但我们会监察及按需要调整废水的酸碱值，再将废水送往厂外的市政设施，以便进行处理。

## 回馈我们使用的水资源

随着我们的业务扩张，我们的水足迹也日益增加。除了在厂房实施节约用水措施外，我们也参与外部的水资源管理活动。参考可口可乐公司的2030年水安全策略，我们致力实现水回馈量至少等于我们所售饮料用水量的目标。我们已识别位于水源脆弱地区的厂房，即可口可乐公司所称的“先驱地点”，并将优先在这些地点采取回馈措施。



## 美国“先驱地点”的回馈项目

我们与多个政府及非政府机构合作实施水回馈项目。于2023年，我们的美国团队资助了七个新的水回馈项目。相关项目位于犹他州、科罗拉多州及亚利桑那州，这些地区均面对重大水资源挑战，而且是我们有直接业务运营的地区。这些项目包括：

### 01 保护大盐湖区的生态系统

我们将与合作伙伴波尼维尔环境基金会及可口可乐公司联手，在博克斯埃尔德县一幅80英亩苜蓿田上安装更高效的灌溉系统，并支持供水基建现代化，为波尼维尔割喉鲑及其他重要物种改善河道环境。通过五年期租赁协议，我们期望改善韦伯河的栖息环境。

### 03 清除入侵性植物、湿地修复及用水效率

我们参与美国国家森林基金会举办的入侵性植物清除活动，协助消灭化石泉(Fossil Springs)及化石溪(Fossil Creek)沿岸约100英亩地区的入侵性植物。清除入侵性植物不单有利本土的野生动植物，更能产生巨大的水回馈效益。我们支持于斯普林敦浅流域超过两英里沿岸兴建参照河狸水坝。我们还与大自然保护协会及Verde Ditch Company合作，于维德沟(Verde Ditch)的部分流域铺设管道。这是恢复河道水流的重要一步，有助确保农夫及社区的水源供应。

我们与太古可口可乐的合作非常重要，彼此对良好洁淨的水资源有长远需求及共享价值，以确保今年、明年、未来十年以至一百年的可持续未来。

Kelly Mott Lacroix  
美国森林局



### 02 湿地修复及用水租赁

太古可口可乐拨款支持科罗拉多州基斯通以南冰河谷内42.2英亩现有湿地的重大修复工作，当中包括位于索达溪的泛滥平原。湿地修复工作将涉及多项小型挖掘/填埋工程，以升高部分溪床及兴建仿河狸水坝。我们也为用水租赁协议拨款，以弥补科罗拉多河上游菲沙河支流水流减少的影响。

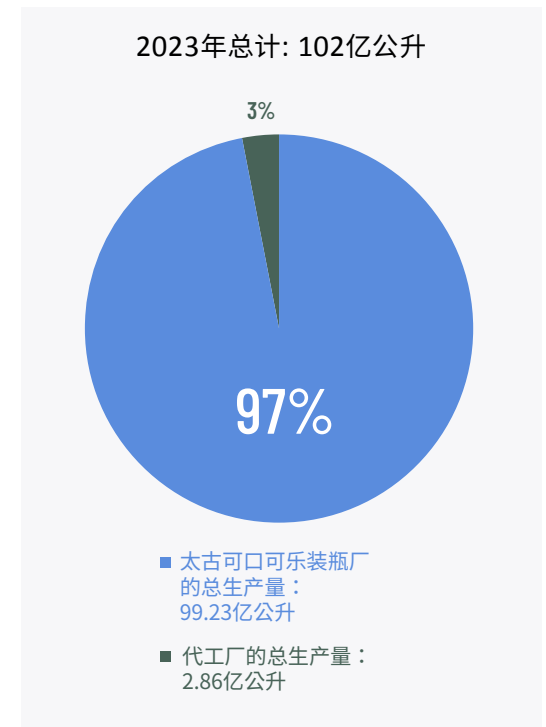


## 减少供应链用水

我们出售的部分饮料由代工厂生产。于2023年，这些供应商生产的饮料占我们市场总销售的3%。继我们于2023年收购八间可口可乐装瓶商生产有限公司(CCBMH)的不含气饮料生产厂房后，昆山辉煌富景新材料科技有限公司成为了我们生产量最高的代工厂，其向太古可口可乐供应的成品饮料达3,610万公升。虽然我们并不能直接控制代工厂的运营，但他们可以影响我们所出售饮料的整体水足迹。我们积极与代工厂沟通，并支持他们减少用水。

### 代工厂为太古可口可乐生产的饮料量(百万公升)

市场	代工厂的生产量		
	2021	2022	2023
中国内地	205	86	57
香港特区**	23	23	26
台湾市场	100	106	131
美国^	344	106	72
柬埔寨	不适用	不适用	0
越南	不适用	不适用	0.43
总计	672	321	286



**注释:**

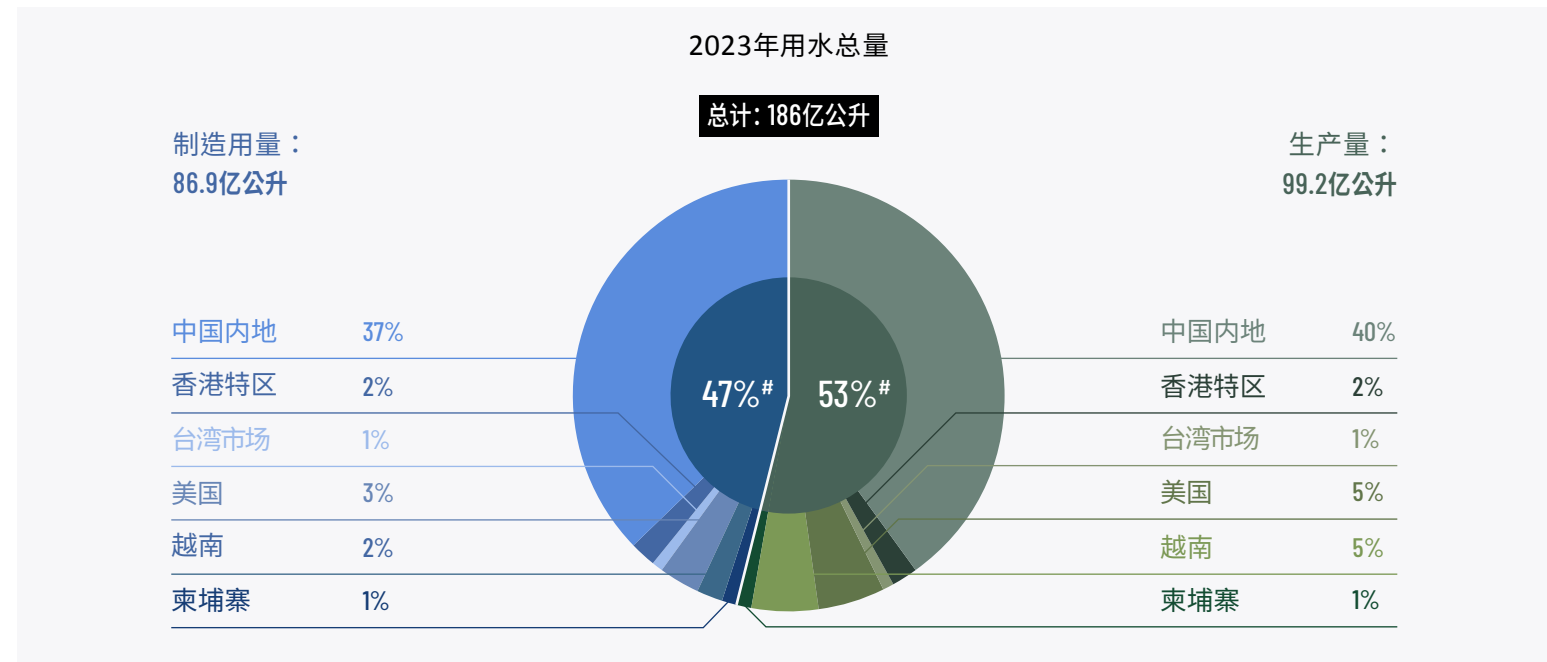
\*\*我们的香港特区业务进口一部分产品以供销售。

^ 部分产品供应给美国全国产品供应组织。美国的2023年数据只截至9月7日。



# 绩效

我们在2023年的用水量因新增不含气饮料厂而上升了28%，由于这些厂房容易出现微生物问题，它们需要较多用水，以进行较为频密的定位清洗。



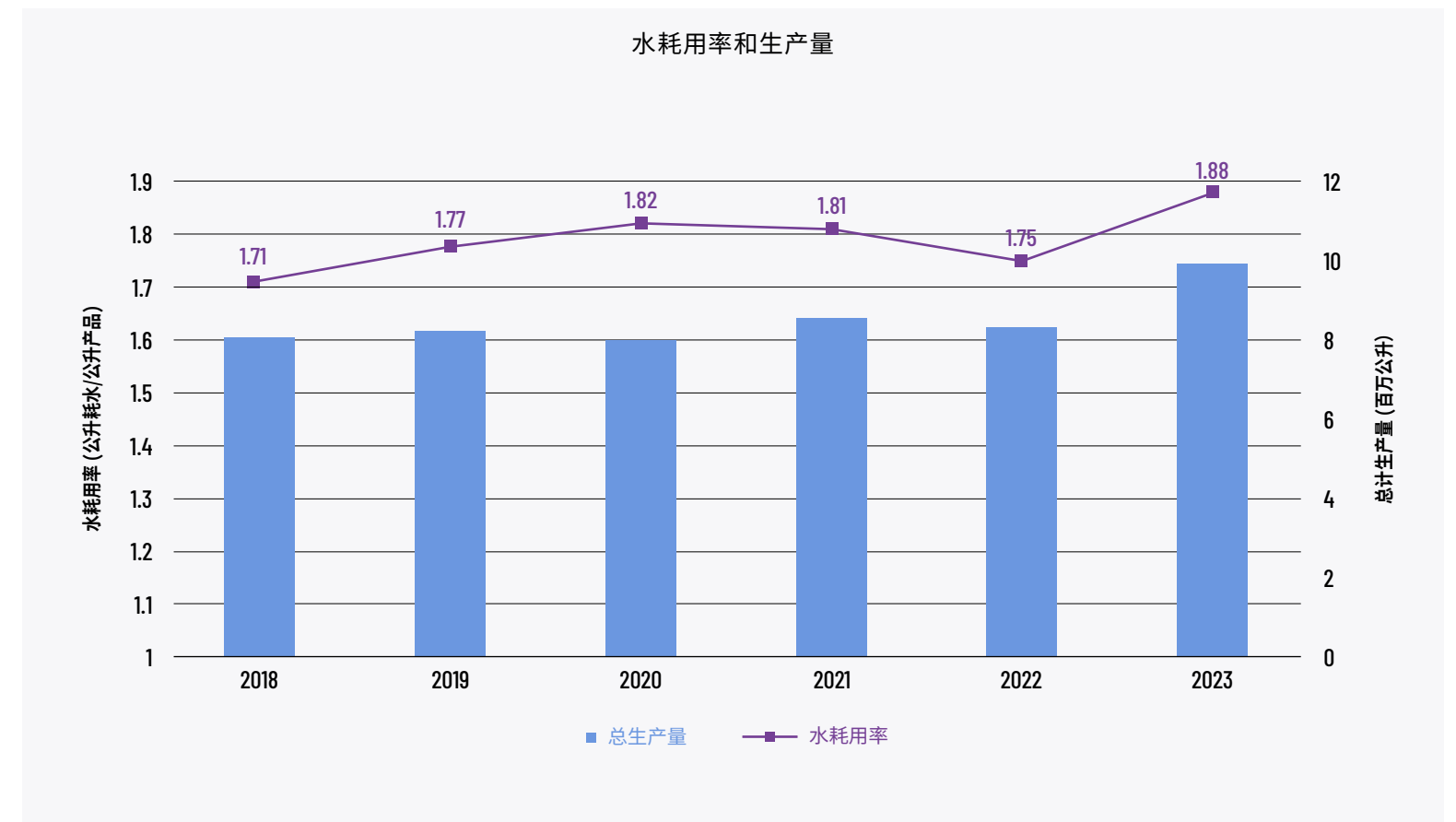
市场	制造用量(百万公升)			生产量(百万公升)		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
中国内地 <sup>^</sup>	5,370	4,776	6,867	6,670	6,442	7,480
香港特区	459	419	439	229	282	308
台湾市场	183	188	231	153	147	155
美国 <sup>*</sup>	988	892	620	1,497	1,440	947
柬埔寨	不适用	不适用	164	不适用	不适用	157
越南	不适用	不适用	374	不适用	不适用	876

**注释:**  
<sup>^</sup> 2018年至2022年的中国内地数据包括位于我们漯河及南京生产厂房内的两间代工厂。自2023年起，中国内地的数据包括于2023年1月1日收购的另外八间不含气饮料厂。  
<sup>\*</sup> 美国的2023年数据只截至9月7日。

<sup>#</sup> 由于数字经四舍五入，2023年用水总量图所呈列的数字总和未必相等于所呈列的总数。

## 按市场划分的水耗用率

整体而言，与去年相比，我们原有市场的水耗用率保持稳定。生产量轻微下降，以致水耗用率微增长。美国和台湾市场因新设生产线而增加用水，惟生产量并无相应提升，所以其水耗用率受到影响。台湾市场提高了定位清洗的频率，令用水量和耗水率上升。中国内地原有厂房的用水表现得到改善，有赖于生产线管理、产品组合及定位清洗流程的优化工作。



## 应对挑战

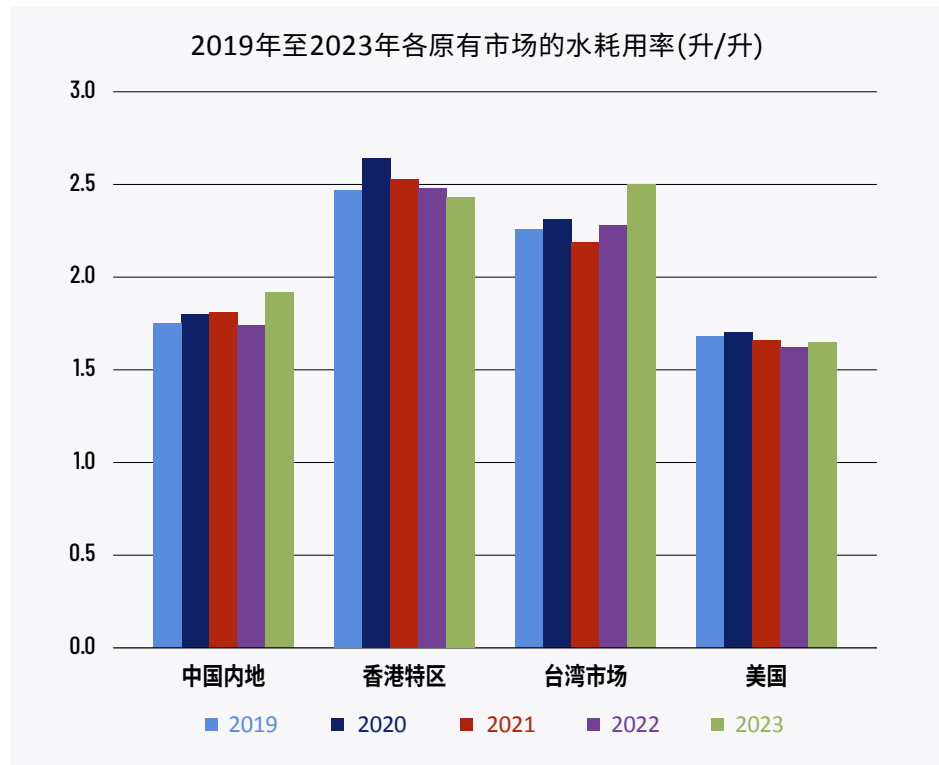
我们致力于应对以下挑战：

- 追踪我们的表现：**取水量受多项不同因素影响，在缺乏数字解决方案的情况下，要比较不同厂房及生产线的表现较为复杂。我们的仪表读数分析仍大致依赖人手进行。此外，新生产线的调试及测试需要用水，但不会产出任何可供出售的产品，令我们的水耗用率受到影响。
- 驱动业务案例：**由于水费无法反映水的真实成本，因此我们难以提出商业理据来优先投资于节约用水的项目。
- 实体限制：**受部分设施的空间所限，我们可以实施的水耗用率改善措施有限，例如废水处理、废水回收及雨水收集措施。

## 展望未来

我们的优先事项：

- 继续实施五年计划，为所有水源脆弱性评估及水源管理计划取得**独立认证**
- 利用可口可乐公司开发的工具及我们母公司太古公司最近展开的水资源路线图研究，**检讨及完善我们的水资源管理方式**



水耗用率(升/升)	2019	2020	2021	2022	2023
中国内地	1.75	1.80	1.81	1.74	1.92
香港特区	2.47	2.64	2.53	2.48	2.43
台湾市场	2.26	2.31	2.19	2.28	2.50
美国	1.68	1.70	1.66	1.62	1.65*

可口可乐系统内的同业标杆：水耗用率

装瓶厂	2023年水耗用率
太古可口可乐	1.88
Coca-Cola FEMSA	1.46
Coca-Cola Europacific Partners	1.61
Coca-Cola Hellenic Bottling Company	1.93
可口可乐系统	1.79 <sup>#</sup>

可口可乐系统内的同业标杆：CDP项目水安全调查问卷评分

公司	2023
太古可口可乐	A-
Coca-Cola FEMSA	C
Coca-Cola Europacific Partners	A-
Coca-Cola Hellenic Bottling Company	A
Coca-Cola içecek	A
可口可乐公司	A-

**注释：**

\* 美国2023年全年数据。

<sup>#</sup> 截至本报告发布日期，可口可乐系统的2023年数据仍未公布，此处提供2022年数据。

# 包装与 废弃物

## 为何重要

在我们面对的可持续发展议题中，包装一直是最复杂的挑战之一。于2023年，我们的初级包装使用了368,267公吨物料，其中塑料占超过70%。塑料较轻、容易塑形、成本较低，而且碳足迹也低于铝及玻璃，因此是一种实用的物料。另一方面，如果缺乏塑料收集及回收制度，塑料垃圾将会造成污染。根据经济合作暨发展组织的资料，在全球每年生产的4.6亿公吨塑料中，实际回收的塑料比例不足10%，三分之二的塑料被送往堆填区或焚化炉，22%的塑料未获妥善处理，最终流入自然环境。

作为签署了艾伦·麦克阿瑟基金会《全球承诺》的企业，我们致力于实现塑料的循环经济愿景，以避免塑料变成废弃物。循环经济概念建基于闭环系统，并逐步成为主流。全球各地政府正设法阻止固体废弃物及污染增加，特别是由塑料产生的相关问题。各国正在讨论一份具法律约束力的全球协议，以解决塑料污染，而香港特区、柬埔寨、越南及美国部分地区推出了生产者延伸责任制度。多国政府亦禁止一次性塑料产品，包括一次性塑料饮料包装，个别客户更要求于他们的经营场所内使用不含塑料的产品包装

在我们的业务过程中，废弃物也是一项重要的议题。于2023年，我们的核心业务产生超过34,137公吨废弃物。通过重用及循环再用措施，我们可以减少该类废弃物及避免将物料送往堆填区，此举有助减低即将开始的固体废弃物收费计划为我们带来的影响，还能展示我们对循环经济的承诺不只局限于管理包装的影响。

8%

业务扩充后  
再生物料占8%

39%

香港特区的PET瓶(不包括瓶盖和  
标签)中含有39%再生成分

1<sup>ST</sup>

太古可口可乐首间获UL2799认证的  
零废弃物堆填厂房

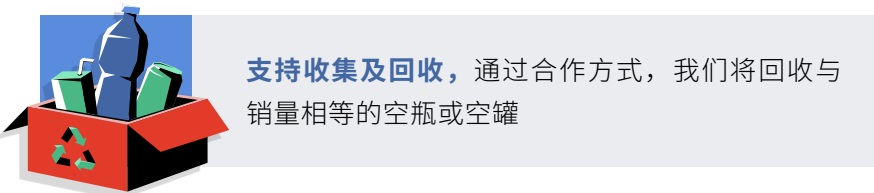
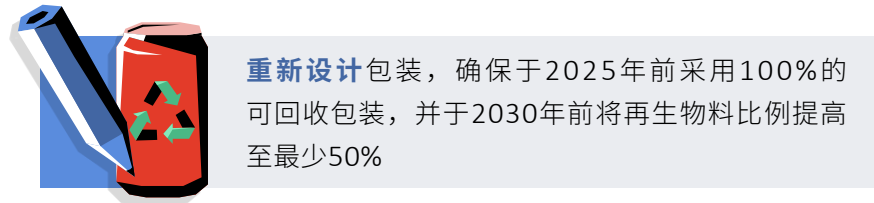
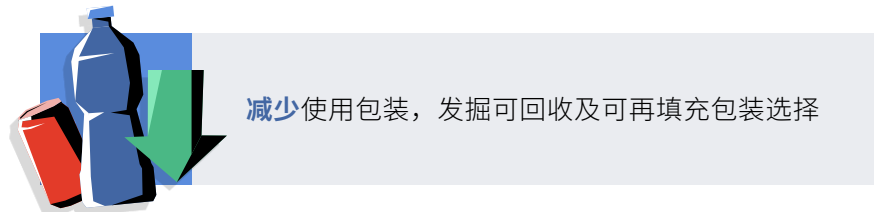
以上重点工作反映我们已更新的报告范围。原有市场实现目标的  
进程及绩效可见于“附录”章节。



## 我们的方针

在包装设计上，我们秉持循环经济原则，并与各方合作改善收集和回收流程。我们致力减少运营产生的废弃物，避免将物料运往堆填区或焚化炉。

至于包装方面，我们已订立环环相扣的目标，与可口可乐公司的“天下无废”策略保持一致。我们的目标包括：



我们亦打算为所有生产设施取得零废弃物堆填认证。

有关各市场所用的包装物料及回收情况的详情，请参阅《[初级包装年度进度报告](#)》。

## 我们正在行动

我们通过创新与合作，积极应对各个市场的重大可持续发展挑战。

### 减少物料使用量及消费后废弃物

我们持续展开“轻量化”工作，减少每瓶或每罐产品所使用的物料数量。为大幅削减整体物料使用量，我们调整包装设计及尺寸，包括缩减标签高度。例如，我们于柬埔寨将Dasani的新标签缩短60%。

#### 推广可回收的包装选择

此外，我们推广可回收包装，以及提供能够使用可重用杯子及瓶子的现调机，借此减少包装物料使用量及消费后废弃物生产量。可口可乐公司订立目标，于2030年前，可重用或可再填充的包装将占全球产品销售量最少25%，为响应该目标，我们于2023年检视各个市场的包装情况。我们现已为个别产品推出可重用或可再填充的包装选择，包括可回收玻璃瓶、饮水机水桶、加水站及传统现调机，但该产品只占我们全球销售量的一小部分。各个市场在扩大上述措施面对的最主要障碍包括客户及消费者的意识及接受程度不足、空间限制，以及美国市场的分销距离较远，导致产生逆向物流问题。在太古可口可乐的市场达到使用25%可重用及可再填充包装的目标仍存在一定困难，但我们将努力在适当时机推广以上的容器选项。

于2023年，我们采取多项措施减少包装物料及消费后废弃物，包括：

- 香港特区：为酒店客户推出采用可回收玻璃瓶包装的飞雪矿物质水
- 香港特区：安装167个飞雪加水站
- 台湾市场：参与可口可乐与麦当劳合办的循环杯活动
- 美国：与Bold Reuse订立正式合作协议，支持不同场馆及体育馆内的大型资源重用项目

## 于香港特区推出采用可回收玻璃瓶包装的飞雪产品

于2023年9月，香港特区团队推出采用250毫升及750毫升可回收玻璃瓶包装的飞雪矿物质水。香港特区政府提出若干用途一次性塑料制品的禁令，包括限制服务业派发免费瓶装水，我们因而加快开发及推出采用可回收玻璃瓶包装的饮用水产品。我们相关的主要客户建立玻璃瓶回收机制，空瓶的回收及重用率超过90%。我们是香港特区唯一就饮用水产品推出可回收玻璃瓶解决方案的饮料企业，而且我们建立了回收再利用系统，故此成为首间玻璃生产者责任计划下获豁免征费的企业。

这项新产品建立于香港特区团队的其他重要包装改进措施。自2020年以来，本地生产的所有两公升或以下飞雪产品均采用100%再生PET瓶包装(不包含瓶盖及标签)，重量较市场上其他PET瓶轻约50%，有助减少碳足迹。于2022年，飞雪也推出无标签的100%再生PET瓶装产品(不包含瓶盖及标签)，以便进行回收。

凭借对碳酸饮料产品可回收玻璃瓶的技术及物流专业知识，我们能够于短时间内开发饮用水产品的可回收玻璃瓶解决方案，满足酒店客户的需要。团队成员全力以赴，令我深受鼓舞。飞雪迅速为香港特区的款待行业展开可回收玻璃瓶饮用水产品项目，令人惊叹。



梁浩彬

香港太古可口可乐集团  
渠道及客户销售经理



#### 可回收玻璃瓶

目前，主要客户的回收及重用率超过90%



#### 100%再生PET 饮料瓶

100%再生PET  
(不包括瓶盖及  
标签)



#### 无标签100% 再生PET饮料瓶

雷射刻印及瓶盖上  
印有条码



## 重新设计包装

**我们已订立目标，于2025年前全面采用技术上可回收再生的初级包装。**截至2023年，可回收再生的包装占比达到99%。饮料包装纸盒及糖浆桶衬袋由多层物料制成，较难清洗及循环再用，为我们带来挑战。在PET瓶方面，我们遵从PET瓶设计原则，包括采用透明PET及弃用有色PET、缩小标签尺寸，并避免于PET瓶、瓶盖及标签上或个别部分使用PVC，从而增加其循环再造成新PET瓶的机会，而非限于服装或地毯。PVC广泛应用于标签上，但会污染循环再造流程，损害成品品质，使其无法再用于食物包装上，造成问题。

我们亦订立了在2030年前初级包装使用50%再生物料的目标，其中中国内地市场占我们所有初级包装的75%。我们能否达成该项指标，具体取决于市场是否允许食品级包装使用再生物料。

### ■ 于全球使用再生物料

我们继续于各个市场的产品包装上使用再生物料。最近，台湾市场于2022年5月批准使用食品级再生PET包装。随着监管法规变化，自2023年起，我们可于当地市场使用再生PET。在柬埔寨，350毫升Dasani产品也已开始使用再生PET(不包含瓶盖及标签)。在美国，我们也于太平洋西北地区可口可乐商标品牌中使用100%再生PET。

香港特区是我们使用最多再生PET的市场，2023年PET瓶的整体再生物料比例达到39%。自2020年起，所有本地生产的飞雪PET瓶均采用100%再生PET(不包含瓶盖及标签)，所有600毫升或以下碳酸饮料的PET瓶采用多达30%的再生PET(不包含瓶盖及标签)。为配合循环再造的流程，我们于2023年将香港特区市场所有PET瓶转为透明设计。

于2023年，我们的整体再生物料使用率为8%，当中再生PET、再生铝及再生玻璃分别占3%、22%及46%。

至于二级包装方面，越南市场83%的纸板、瓦楞纸箱及纸托盘含有回收物料(2023年合共7,779公吨)。

## 支持收集及回收

**我们无法独自建立产品包装的闭环系统，因此，我们与业界、政府及公民社会合作推动包装废弃物收集及回收。**我们于产品标签上提供清晰的弃置说明及包装物料资讯，尽量使空瓶及空罐被回收再造成最高价值的终端产品，最理想的情况是新的饮料瓶及饮料罐。

### ■ 生产者延伸责任制度

即使我们的初级包装设计以循环再造为前提，也必须配合本地的收集系统，确保包装能从消费者手上运到回收设施。我们通过多项措施支持推行生产者延伸责任制度(亦称为生产者责任计划)，包括实施押金制，借此提高收集率及减低污染，我们还参与政府的咨询工作，以便落实政策。

于2023年，香港特区政府根据《产品环保责任(受规管物品)规例》(第603C章)推出玻璃饮料容器生产者责任计划。鉴于我们采用可重用的玻璃瓶，并就此建立收集系统，故获豁免每升产品0.98港元的收费。同时，政府计划于2025年引入塑料饮料容器及饮料包装纸盒的生产者责任计划。我们支持推行生产者责任计划，并积极与政府、同业及其他企业对话。举例而言，我们是免“废”畅饮计划创始成员之一及主要赞助者，该联盟由一众关心废弃物议题的持份者组成，包括主要饮料制造商及装瓶厂、零售商、废弃物处理企和非政府组织，旨在减少饮料消费产生的废弃物。免“废”畅饮计划提供平台，让跨界别人士就政府提出的塑料饮料瓶生产者责任计划进行交流。

于2024年1月，越南针对我们的所有包装类别推出生产者延伸责任计划，当中涵盖PET、铝、玻璃、饮料包装纸盒、LDPE、LLDPE及PE包装。当局亦就各类包装订立强制性收集率或回收率。于2024年至2026年的首三年间，生产商必须提供证据，以证明达成下列的年度目标：PET(22%)、LDPE(15%)、LLDPE(15%)、PE(15%)、铝(20%)、纸盒(22%)、玻璃(15%)。

在联合国开发计划署及德国发展机构GIZ的支持下，柬埔寨环境部正在草拟生产者延伸责任法规。于起步阶段，生产者延伸责任属自愿性质，之后将变成强制性规定。

### ■ 塑新生有限公司

作为香港特区首屈一指的汽水生产商，我们致力于发展本地市场循环经济。我们注意到本地回收机制的缺陷，并与欧绿保集团(亚洲)有限公司以及碧瑶废物处理及回收有限公司共同成立合资企业—塑新生有限公司，其为香港特区首个准食品级塑料回收设施。塑新生的成立象征着我们向“建立闭环系统”的目标迈进一步，我们将可于香港特区收集及处理被弃置的PET瓶，并将其再造成原材料，以再生PET的形式重投供应链。公司不仅为太古可口可乐供应物料，更可惠及其他本地饮料生产商。

塑新生于2022年1月投入运营，每日能处理60公吨投入的物料，即约200万个饮料瓶。由于受到香港特区的回收量所限制，现在厂房以30%产能运营。在成功推行塑料饮料容器生产者责任计划后，相信回收量将有所改善。

于2023年4月，塑新生一度暂停运作，期间股东就新资金方案进行评估。相关流程于2023年11月初完成，塑新生得以恢复运营。



### 实现零废弃物堆填

我们致力减少送往堆填区及焚化的废弃物，目标是所有原有生产设施于2025年前实现零废弃物堆填及取得第三方认证。我们参考国际标准UL2799界定零废弃物堆填的准则，锐意在2025年前把至少90%产生的废弃物被转移出填埋和焚烧处理，并于2030年将这有关比例提高至95%。



于2023年，我们的核心业务产生超过34,137公吨固体废弃物。我们不少生产设施的废弃物回收比例早已超过90%，但尚未取得第三方认证。

在订立废弃物管理的整体方针时，我们遵循太古公司的废弃物管理政策，包括确保以适当、负责任及透明的方式处理危险及具潜在危险的废弃物。

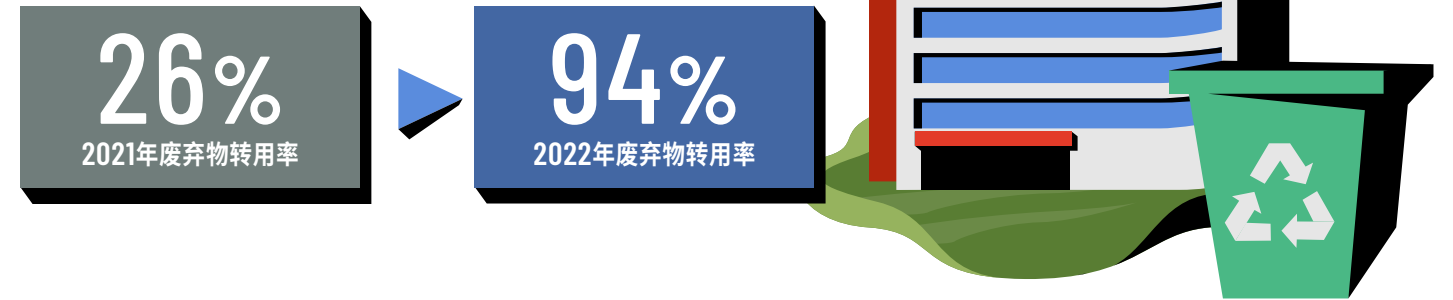
### 中国内地的废弃物零填埋铂金级

在可口可乐系统中，上海申美金桥厂房是首间取得UL2799废弃物零填埋铂金级认证的中国厂房。为实现该项重大成就，金桥厂房建立了专责的跨职能项目团队，成员包括生产、物流、财务及行政部门的代表，并获得我们区域可持续发展团队的技术支援。金桥厂房利用累积多年的废弃物数据，合力将污泥、固体废弃物、厨余及活性碳等难以回收的废弃物转化为新的资源。于2021年，厂房只能转化26%的废弃物，其余废弃物均被运送至填埋区。直至2022年，厂房循环再用或回收的废弃物达94%，其余6%废弃物被运送至焚烧发电的设施。

员工参与是重要的一环。我们与多间废弃物处理商签署环境宣言，详细列出厂房的废弃物收集及分类流程，并限制废弃物的处理方式及离开设施后的目的地。本次认证标志着上海申美的重大成就，同时为太古可口可乐集团其他装瓶厂树立榜样，鼓励他们迈向零废目标。

工厂将难以回收的废物转化为资源，体现了其对于可持续发展理念的深入贯彻。一年内将废弃物转化率大幅提升，证明了项目实施的成效和团队的执行力。

彭新宇  
太古可口可乐上海申美制造总监



我于2017年展开工作时，贝尔维厂房已订立完善的计划，但却难以令所有员工遵守回收指引。于是，我们积极引导团队成员，并按照废物种类制定颜色桶分类系统。于2020年，各项限制为我们及回收供应商带来更多挑战，但却激发了我们的创意思维，与供应商合作查缺补漏、改善系统并为团队提供更好的培训。我很自豪能成为这个计划的一份子，并加入这家努力回馈社会、实践回收利用的公司。

Jackie Kleser  
太古可口可乐 - 美国华盛顿州贝尔维持续改进主管



### 美国的废弃物管理措施获得认可

在复盖整个厂房的全面方针下，贝尔维厂房的废弃物转用率高达98%。过去15年，该厂房的生产设施及办公室建立了铝、金属、纸张、纸板、混合塑料、PET、油剂及润滑剂、保鲜膜、木材、电子废弃物及厨余的废物流。团队参考5S标准化循环再造计划，包括建立颜色桶分类系统及于地面印上清晰的标示，以便员工轻松分类及回收物料。于2020年，我们于厂房装设回收物料捆包机，借此提升铝及PET的捆包质量。

于2023年，团队荣获华盛顿州回收协会颁发的“年度回收企业 - 社区影响”大奖，表彰我们厂房采取废弃物减少及回收措施，并推动社区的可持续发展计划，例如支持将用过的糖浆桶改造成雨水收集桶。此外，该厂房也于2023年荣获华盛顿商会颁发“领先环境措施奖项”。



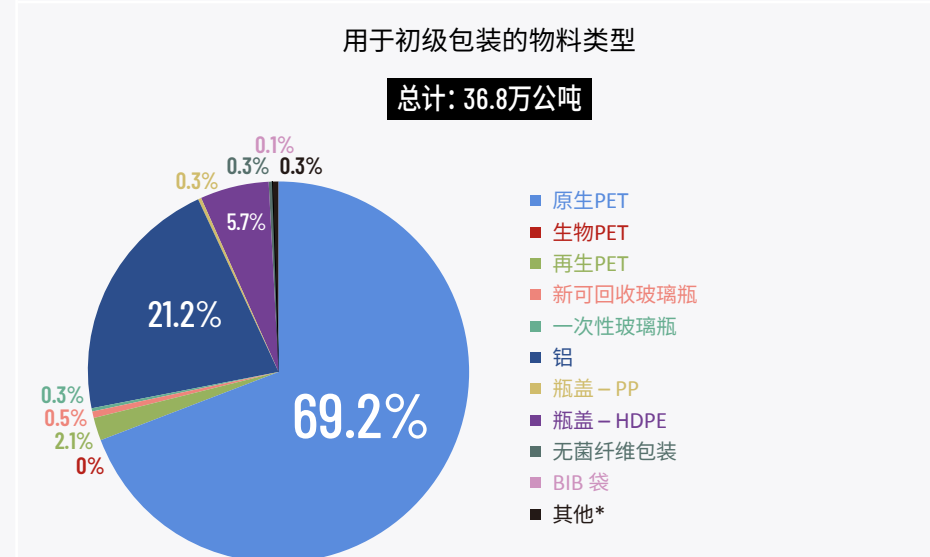
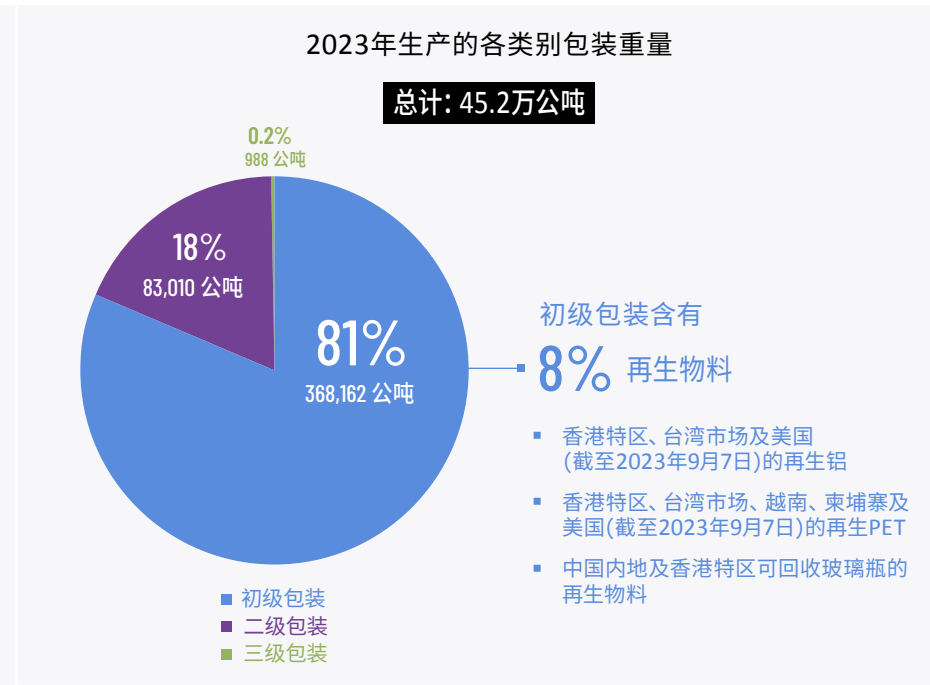
# 绩效

整体而言，与2022年相比，我们于2023年使用的包装材料增加了77,799公吨。新收购市场占我们2023年包装总量的25%。在原有市场(包含美国全年数据)，2023年的PET用量较去年增加了6%，铝用量则减少了10%。我们在PET方面的回收率保持在3%左右，而铝的回收率从2022年的32%轻微增加到2023年的33%。



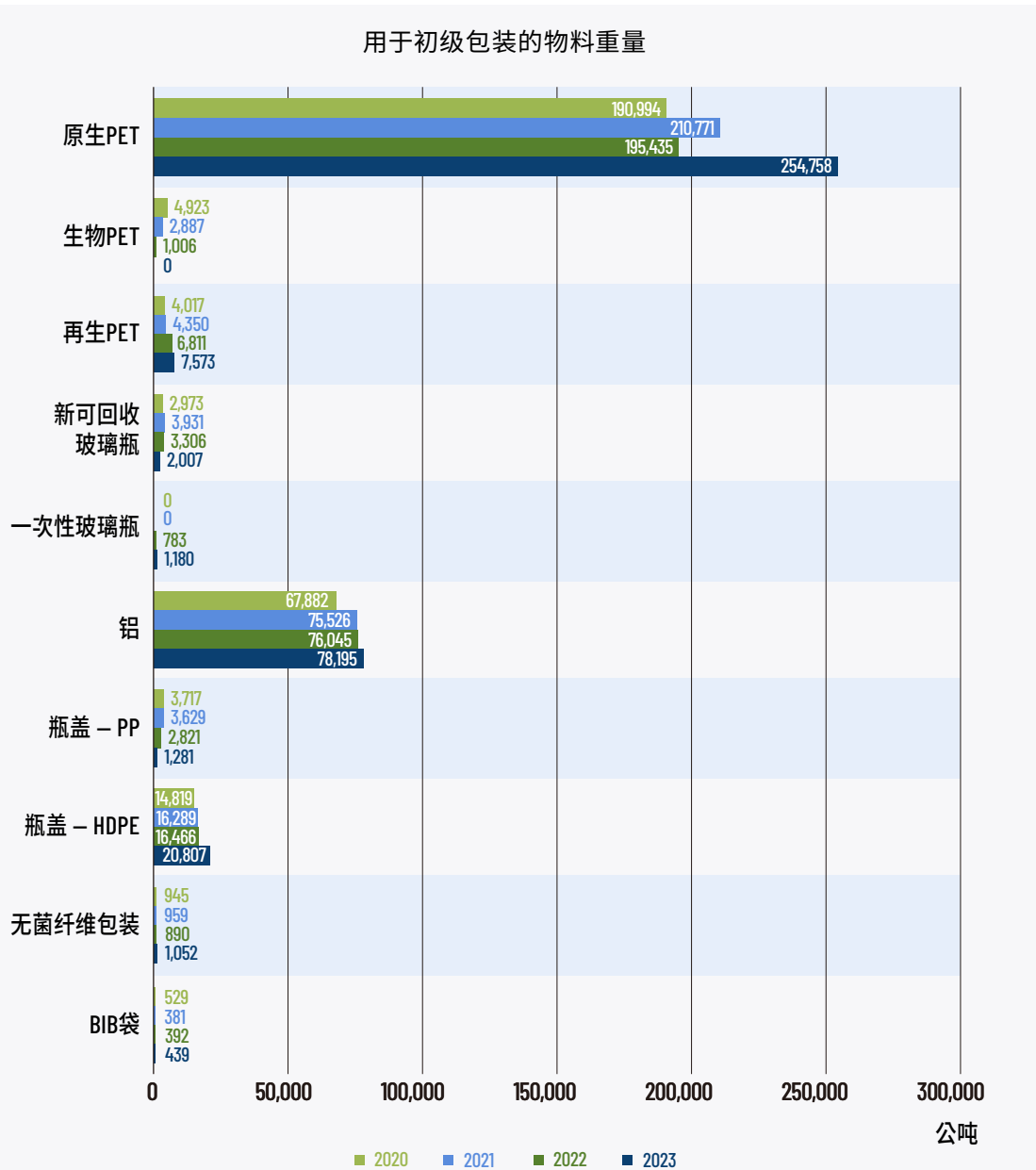
**注释:**

\* 2023年的总数包括截至2023年9月7日的美国数据。  
 \*\* 为了与历史数据保持一致并具有可比性，南京和漯河的不含气饮料制造厂的数据被包含在“中国内地(原有业务)”范畴内。



**注释:**

\* 其他包括: 瓶盖-LDPE、不锈钢皇冠盖及聚碳酸酯饮水机水桶。  
 • 截至2023年9月7日的美国数据。



**注释:**

• 截至2023年9月7日的美国数据。  
 • 以上包含新收购业务的全年数据。



### 各市场用量



**注释:**

- 美国的全年数据。
- 只呈列越南及柬埔寨的2023年数据。
- 2023年的整体再生成分比例，未有独立计算饮用水瓶及其他饮料瓶。

\* 太古可口可乐使用公开的国家/政府收集率，越南和柬埔寨除外。越南和柬埔寨暂无官方数据。有关收集率的来源详情，请参阅我们的《2023初级包装年度进度报告》。

<sup>^</sup> 参考我们的其他市场，我们于2023年更新了美国市场再生PET的计算方法，2021年和2022年的再生PET百分比已作出更新。

## 应对挑战

我们致力于应对以下挑战：

- PET的激烈竞争环境：**官方统计数据显示，现在中国内地PET回收率超过90%。即使再生PET获准用于食品包装，其他行业也可能就再生PET展开激烈竞争。
- 发展收集及回收系统：**要实现收集及回收目标，提升回收产业链的效率是不可或缺，特别是在香港特区及美国。同时，我们还要取得更可靠的收集及回收率数据。

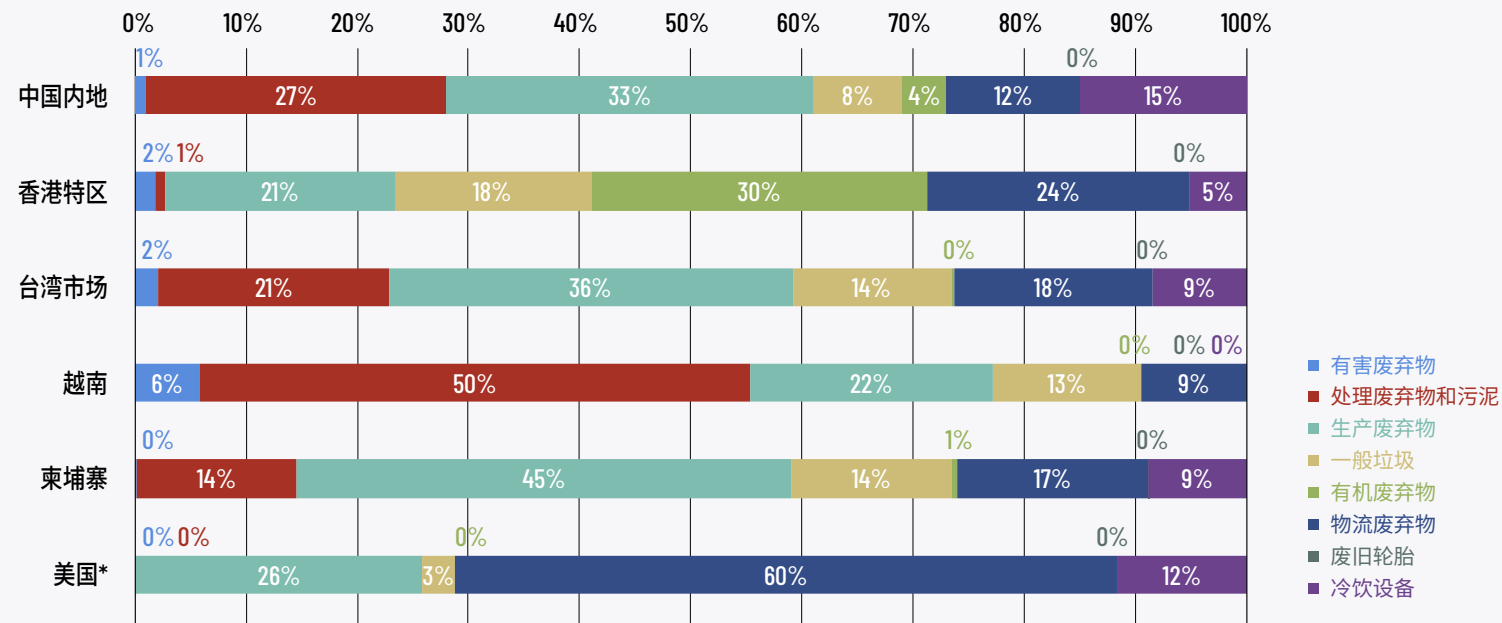
## 展望未来

我们的优先事项包括：

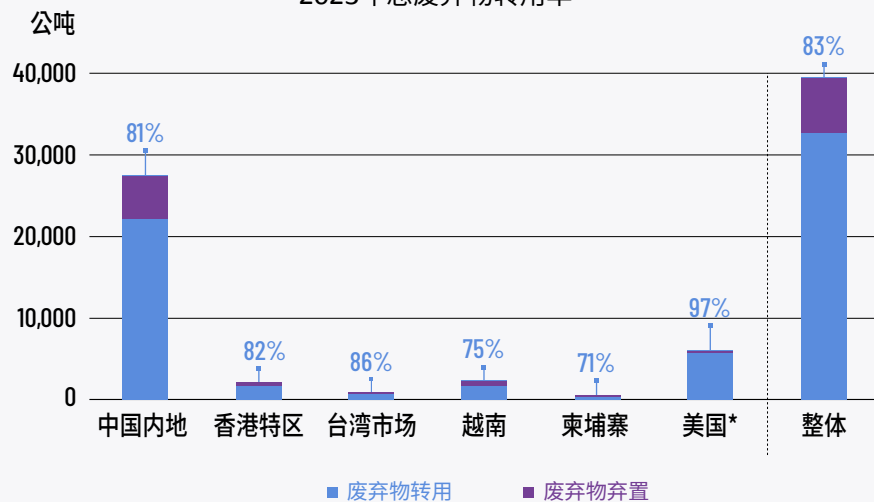
- 评估我们的**包装材料回收率目标**，并将新收购业务纳入我们的可持续发展路线图
- 持续**提倡**监管机构接受食品包装使用再生PET
- 为更多厂房取得**零废弃物堆填认证**

由于业务扩张，我们于2023年所产生的废弃物总量比2022年增加了33%。原有市场产生的废弃物(包含美国全年数据)增加了3%，而废弃物转用率从2022年的85%略为下降至2023年的83%。而新收购业务的2023年废弃物转用率为77%。

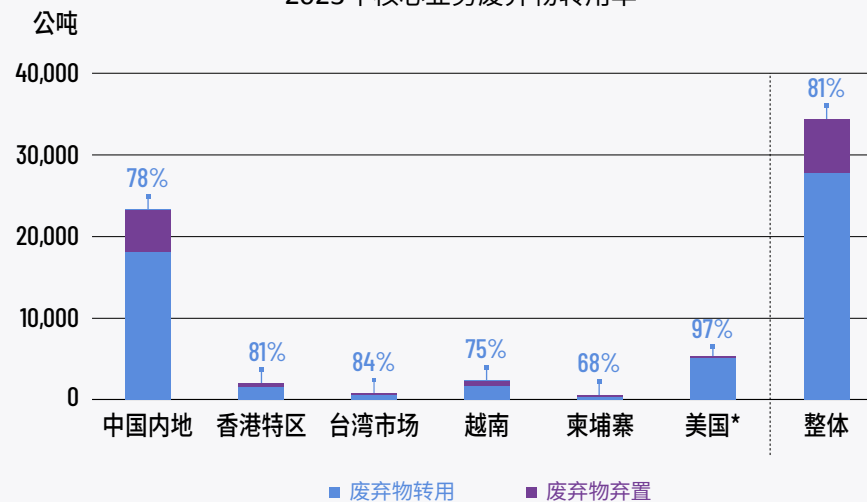
2023年废弃物产生量详情(按废弃物类型划分)



2023年总废弃物转用率



2023年核心业务废弃物转用率



注释：

\* 截至2023年9月7日的美国数据。



## 中国内地的气候解决方案

我们很荣幸能够与供应商合作伙伴保持信任及紧密的关系，见证我们的行动对可口可乐系统的同行乃至整个行业发展产生的积极影响，让我引以为荣。



柯永健  
间接物料卓越中心  
采购总监

具备采购相关的专业知识是太古可口可乐成功的关键。通过稳健的供应商网络及长期伙伴关系，我们不仅实现成本效益、维持卓越质量，更发掘创新的解决方案以达成可持续发展目标。

我们的重点工作方向之一是冷饮设备，包括冰柜、自动贩卖机及现调机。冷饮设备保持产品冰凉可口，对业务非常重要，但其能耗在总能耗中也占比较大，带来的碳排放相当于2018年温室气体排放总量的21%。因此，冷饮设备的节能减排既是实现我们科学基础减量目标（SBT）的重大机遇，也是一项重大挑战。2018年的SBT模型显示，需要将现有冷饮设备的用电量减少50%才能实现我们的目标。

基于我们冷饮设备的总排放量超过80%来自于中国内地，于是我们便向中国内地11家设备生产商提出挑战，要求他们提供有助于我们达成目标的冷饮设备。由于原有设备已符合中国能效指数的低能耗标准，在没有重大技术创新或大幅提高成本的情况下，要将用电量减少50%绝不容易。我们积极与有关供应商合作，开发顶尖技术、完善设计方案并落实节能措施。

开发的新一代冷饮设备将其碳足迹削减了三分之一，这将帮助我们实现减排目标。此外，受惠于设备的自然淘汰及更换周期，我们毋需为这项新技术作出额外的资本开支投资。自2023年

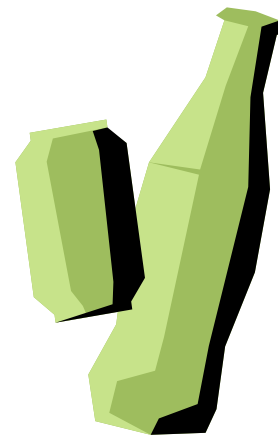
1月起，我们在中国内地添置的所有冷饮设备都是新一代冷饮设备。同时，我们也会在越南及柬埔寨引入该设备。

通过以上合作，我们将比预期提前取得冷饮设备节能方面的进展。

# 产品

- 产品选择
- 采购

确保产品能够满足消费者、客户及合作伙伴的需求和期望。



50% 相比现有型号的能源效益提高了50%

100% 在中国内地添置的所有冷饮设备均是新一代冷饮设备

1/3 通过提高冷饮设备效率，预计将实现我们减排总目标的三分之一

# 产品选择

## 为何重要

我们致力满足全球消费者的期望，并迎合他们的需求提供饮料。多年来，我们一直为消费者带来他们所喜欢的口味。

随着消费者不断变化的口味喜好，各个市场现正追求低糖及无糖饮料等更健康的产品选择。在满足消费者口味的同时，我们通过推出多元化的安全优质产品组合满足大众对健康生活的追求。



23%

在台湾市场，每100毫升饮料的平均含糖量较2018年的基准减少23%

59%

在香港特区，低糖和无糖饮料占整体销售量的59%

43%

在美国，低糖和无糖可口可乐品牌产品占可口可乐所有口味产品的整体销售量超过43%

# 我们的方针

我们致力丰富产品组合，推出新颖的饮料并与众分享，同时朝着以下可持续发展目标行动：



我们积极削减饮料产品的含糖量，为达成此目标，我们着手推广更多小容量包装，以及低糖和无糖的产品选择



确保以负责任营销方式推广我们的饮料(包括酒精饮料)，并遵守适用法例及其他相关要求



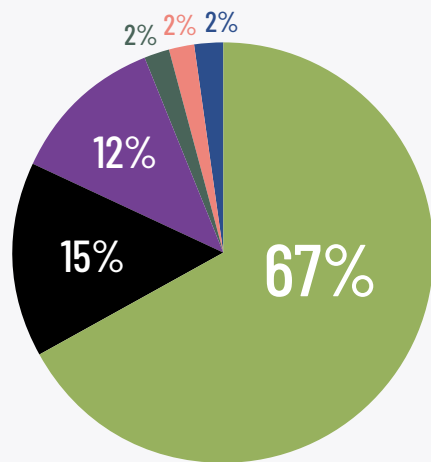
维护我们的产品安全和品质，确保整个价值链各流程符合高标准

# 我们正在行动

## 持续调整饮料产品组合，以迎合不断改变的消费者喜好

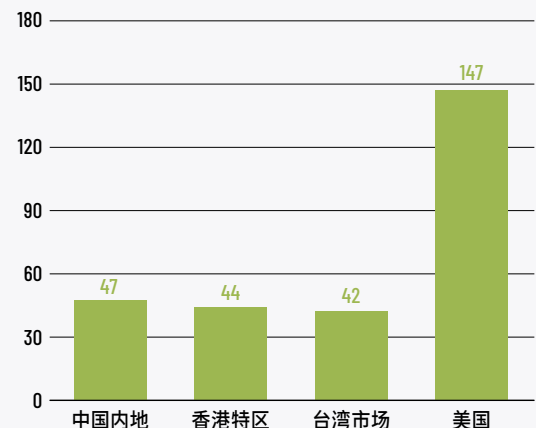
我们必须应对各个市场的喜好变化，持续为消费者带来他们喜欢的口味。于2023年，我们在六个市场生产及经销63个饮料品牌，包括汽水、能量及运动饮料、果汁类饮料、茶饮料、咖啡、饮用水和其他产品（包括乳制品、植物性及草本饮料）。

我们的产品组合(按销售量)\*

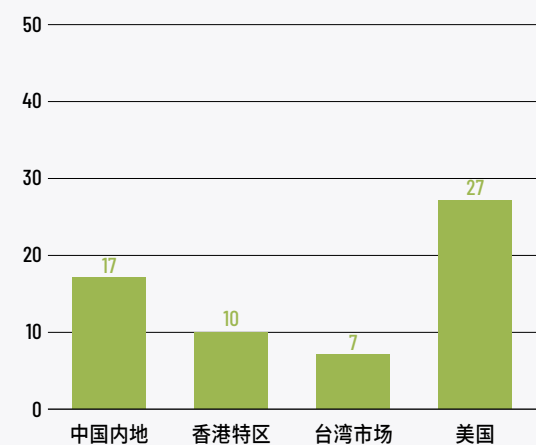


■ 汽水 ■ 饮用水 ■ 果汁类饮料 ■ 能量及运动饮料 ■ 茶饮料 ■ 其他(包括咖啡、乳制品、植物性及草本饮料)

低糖及无糖饮料(按口味)\*



新产品(按口味)\*



经调整配方的减糖饮料(数量)\*

中国内地	2
香港特区	0
台湾市场	0
美国	12

注释：

\* 尚未提供越南和柬埔寨的数据。

## 为新市场的消费者带来畅爽体验

于2023年，我们在新加入的柬埔寨及越南市场积极迎合消费者的需求。由于能量饮料类别在该两个市场深受大众喜爱，我们于越南推出极具潜力的全球品牌Thums Up Charged，并于柬埔寨重新推出Samurai品牌。于8月，我们带来Nutriboost希腊式乳酪饮品。该款乳酪饮品为越南可口可乐首款添加营养价值的乳制品，完美满足现代人对多元化产品的追求。



### ■ 为消费者提供资讯及更灵活的选择

我们为消费者提供资讯及多元化的产品选择，方便他们作出更切合需要的决定。我们于全部六个市场均提供多种饮料容量选择，包括250毫升或以下的便携包装，帮助顾客控制卡路里及糖分摄取。

我们于营养标签上提供重要及清晰的营养资讯，包括于所有包装的正面载列热量资料。

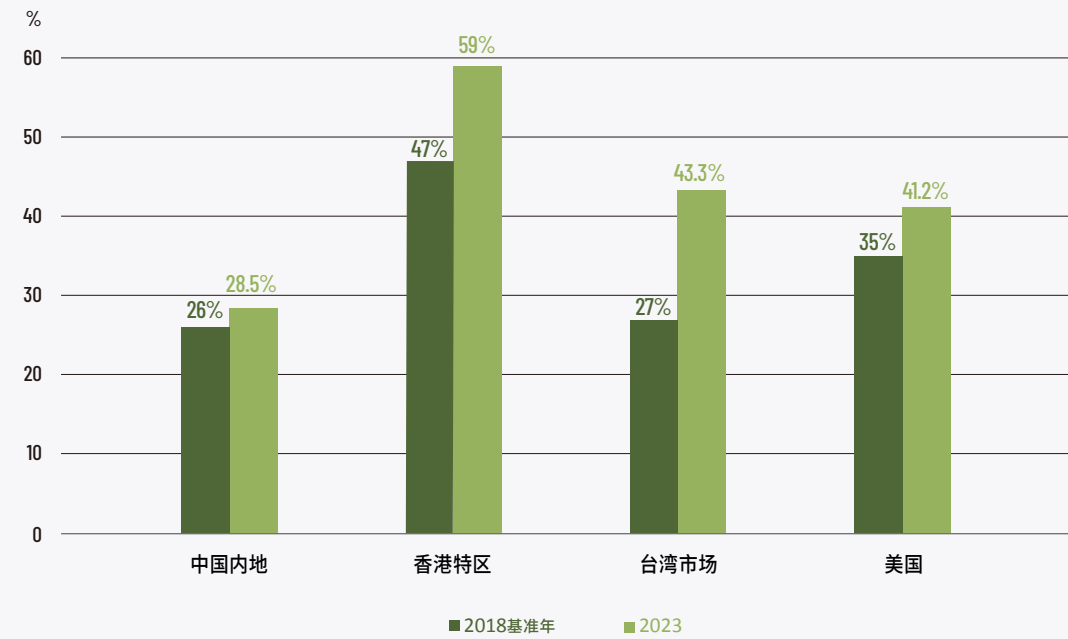


### ■ 拓展低糖及无糖品牌的产品组合

消费者日益追求低卡及低糖的产品。为满足相关需求及他们不断变化的喜好，我们持续扩大产品线，推出健怡、低卡、零卡饮料和全新的低糖及无糖品牌。在可口可乐公司的主导下，我们也调整配方，设法降低糖分含量，同时保留消费者熟悉且喜爱的口味。另外，我们还加强宣传低糖及无糖饮料，让它们更贴近消费者。

截至2023年，对比2018年的基准数据，我们旗下饮料的平均含糖量已在台湾市场削减了23%，香港市场和美国市场分别减少了21%和14%。香港特区及台湾市场已成功达成2025年前减少平均含糖量20%的目标，美国市场亦正稳步接近目标。于2023年，低糖及无糖饮料占我们市场整体销售量的28.5%(中国内地)至59%(香港特区)。

低糖及无糖饮料占总销量的百分比(销售量)



于2023年，我们推出多款低糖及无糖的新产品，包括：



香港特区：  
OOHA柠檬蜂蜜味汽水、飞雪微气矿物质水 - 柠檬味及西柚味



美国：  
Coca-Cola® Y3000零糖



中国内地：  
“淳茶舍”冷萃系列及纯悦苏打水的新口味



台湾市场：  
原萃东方美人茶(无糖), OOHA气泡饮柠檬蜂蜜口味(无糖), 美粒果零加糖鲜果苏打(低糖)

## 满足中国内地对无糖茶的需求

茶的历史长达数百年，是中国文化的一个重要部分。虽然传统茶的地位仍然举足轻重，但便利的即饮茶越来越受欢迎。对于忙碌的都市人来说，即饮茶省却传统冲泡过程，让他们可以即时享受茶饮的美味，是一个理想的选择。

为把握中国即饮茶市场的快速增长，我们的“淳茶舍”冷萃系列推出多款新口味，包括冷萃绿茶、冷萃乌龙茶、冷萃大红袍及冷萃茉莉花茶口味。这些产品以冷萃工艺制成，藏苦涩、显回甘。

我们以积极的态度满足消费者对更多不同品类选择的需求。未来，我们也将无糖市场持续发力，推出更多产品来满足大众的需求。

洪宜德  
太古可口可乐中国区  
首席商务官



“淳茶舍”系列的佳绩反映我们于中国内地成功实施策略。该类产品的2023年销售量超越去年，全年增长高达122%。

销售量增长达到

122%



## 应对挑战

我们致力于应对以下挑战：

- 以负责任方式使用人工甜味剂：我们一直积极支援并密切关注人工甜味剂的研究，确保我们产品所使用的甜味剂均获国际权威机构认可为安全。
- 在削减糖分的同时保持美味：我们现正与可口可乐公司合作调整配方，并探索以不同的甜味剂来减少饮料中的糖分。然而，要让低糖或无糖产品保持消费者喜爱的口味，能被消费者广泛接受并成为他们首选的饮料具一定的挑战性。

## 展望未来

我们的优先事项：

- 扩充及调整饮料产品组合，推出更多符合消费者需求的产品，满足他们不断变化的喜好
- 调整配方及引入更多低糖及高营养价值的新选择
- 宣传及推广低糖和无糖产品，以迎合各市场不同消费者的需求

# 采购

## 为何重要

7,000多家供应商为我们提供各种各样的货品及服务，他们组成的全球网络为我们的业务提供重要支持。我们首先要确保采购工作符合我们对道德操守、公平性及环境保护的企业承诺。其次，我们所选择的供应商对我们的声誉有直接影响。此外，监管机构、客户及其他利益相关者对透明度、价值链影响及完善的供应链管理措施的要求越来越高。

我们向供应商明确传达我们对负责的商业行为的期望。我们认为参与可持续发展并非只是遵守规定，而是同时把握机会扩大正面影响及减少碳排放、加强水资源管理和持续改善运营。我们重视建立在相互理解基础上的供应商关系，并努力为我们的业务、社会及环境带来具有建设性的影响。



关键供应商均须遵守《供应商指导原则》

1,984,054元  
人民币

通过“Piggy Bank”计划提出36个可持续发展项目构思，节省1,984,054元人民币

245

我们整个供应链中有超过245名利益相关者参与了中国装瓶厂采购集团(CBPC)20周年庆典暨供应商可持续发展峰会



# 我们的方针

我们与供应商充分合作，践行有利于可持续发展的采购。我们的采购策略对实现多个可持续发展目标至关重要。从减少温室气体排放到倡导可持续包装解决方案，我们通过价值链中寻找机会并施以积极影响。

我们的管理方针分为以下三个方面：



**管理供应链影响：**确保供应商遵守我们的政策框架及指引



**践行可持续采购：**在作出采购决策时考虑可持续发展因素



**携手合作：**与关键供应商合力达成可持续发展目标

## 重点关注关键供应商

我们的工作涉及7,000多家供应商，约700家关键供应商受到重点关注。这些供应商为我们提供甜味剂、二氧化碳、浓缩液、包装材料、物流服务、冷饮设备及任何使用可口可乐公司品牌的营销材料或商品。



# 我们正在行动

凭借庞大的全球供应链，我们充分发挥影响力，将与供应商的互信关系转化为积极影响的机会。

## 管理供应链影响

我们要求所有供应商遵守 [太古公司供应商行为守则](#)，而向我们提供原料、包装材料及任何带有可口可乐公司标识产品的关键供应商，还必须遵守可口可乐公司制定的原则，包括：

- [供应商指导策略 \(SGP\)](#)
- [可持续农业原则 \(PSA\)](#)
- [可口可乐公司运营要求 \(KORE\)](#)

自2023年起，我们还鼓励在中国内地的供应协议加入明确条款，承诺双方将“积极制定旨在确保各自业务可持续发展的政策，并设法减少组织活动对环境的影响(特别是碳排放方面)，并在适当的时候选择披露这些讯息”。

### ■ 遵循供应商指导原则

《供应商指导原则》以全球领先的供应链可持续发展实践为基础，旨在维护供应商运营中的国际人权和工作场所权利。供应商的合规情况由可口可乐公司安排独立第三方审查验证。在2023年，共有460家供应商接受审查。台湾市场的五个供应商的招聘行为被认定违反了《供应商指导原则》，主要是不符合“中介费用”的规定。以上供应商重新经受审核，我们也会与台湾市场的关键供应商保持交流，传达相关做法不被《供应商指导原则》允许的原因。

### ■ 推广可持续农业原则

在2030年或之前，向我们供应关键农业原料(即糖和玉米)的农地将符合《可持续农业原则》的规定，并由第三方审查验证。《可持续农业原则》就人权及工作场所权利、环境及生态系统、动物福利、农田管理系统和透明度等方面为供应商提供详细指引。我们的目标是促进负责任及环境友好的农业实践，以支持生态系统及社区的长期健康发展。通过与可口可乐公司及多家战略供应商合作，中国内地达标综合种植面积达14,233公顷，较2022年增加71%。就供应给香港特别行政区业务的原料 — 糖而言，我们与贸易商密切合作，采购来自泰国和马来西亚的经过认证的可持续原料糖。

**71%** 国内地符合《可持续农业原则》的耕种面积增加了71%

## 践行可持续采购

在确保各类产品的供应稳定及竞争力价格的同时，我们将可持续发展融入采购决策，并与供应商积极合作，寻找机会减少包装及冷饮设备的环境影响。

我们与可口可乐其他装瓶厂分享我们对可持续发展的要求及供应商的反馈。我们的采购团队与供应商合作，共同物色或开发再生包装材料及新型冷饮设备，以助我们达成可持续发展目标。2023年的重点工作包括：

- 2023年，在中国内地完成可回收乙烯乙二醇(EVOH)糖浆桶衬袋盒(BIB)包装的商业试验，并向东南亚、香港和台湾区域推动该款可回收包装的使用。台湾市场10公升果汁的BIB包装改为可回收的EVOH包装。
- 中国内地多罐装产品的包装用纸必须来自经国际认证的可持续来源。
- 自2023年1月起，中国内地业务只采购新一代冷饮设备，其能源消耗量较2018年基准减少50%。越南及柬埔寨也引入了这款冷饮设备，两个市场的冷饮设备能耗量较现有设备平均减少20%。
- 于2023年第三季，在柬埔寨尝试引入轻量化标签及瓶盖试验。将标签厚度从40微米减少至35微米，将瓶盖重量从2.35克减少至2.15克。
- 于2023年6月，在柬埔寨推出含40%再生金属的Sleek罐装产品。
- 在香港特区试行轻量化铝罐盖202 CDL的生产线，每个罐盖较目前轻0.3克。

## 追踪供应商的碳足迹

自2023年5月，我们开发了数字化活动数据追踪系统(AD Tracker)，收集来自中国内地的包装材料的碳排放及再生物料信息，从而进行实时检查。在美国，我们除了使用质量、创新、交付、可持续发展、成本和关系(QIDSCR)供应商评估工具外，还推出一项新规定，要求所有直接材料供应商每年报告其可持续发展承诺及进度。双方的可持续发展团队还进行可持续发展交流会议，作为评估流程的一环。



采购措施节省高达  
1,984,054元人民币



## ■ 负责的报废冷饮设备处置方式

按照我们的冷饮设备处置指引，中国内地的报废冷饮设备必须由符合当地法规的经认证的回收公司负责处置及拆卸。2023年，100%的冷饮设备回收商均符合该指引规定。



## ■ Piggy Bank金点子计划

我们在中国内地推行金点子计划“Piggy Bank”已数年，该计划又称采购价值创造举措追踪器，旨在鼓励采购团队积极发掘机会，为太古可口可乐创造价值及节省成本。2023年实施的1,047项措施中，有36个项目同时符合4R原则(减量、再生能源、回收和再用)及商业目标。这些措施包括采用轻量化瓶盖、优化提手设计，以及合规处置冷饮设备和电子废物等，为我们节省多达1,984,054元人民币。



## 携手合作

按照我们的可持续发展方针，我们与各品类供应商深入合作，但由于供应商涉及众多行业、业务模式不同、可持续发展的成熟程度不同以及有些目标模糊。因此，我们积极支持及鼓励供应商开展可持续发展工作，包括制定与我们科学基础减量目标相一致的减碳计划，以及提供更多环境友好型产品。

### 范围3的可持续发展 — 六步法

为了令中国内地的供应商在温室气体减排方面与我们目标保持一致，我们采取了周详的六步法策略，请参阅右方。

在此方面，我们已取得重大进展，89家关键供应商接受挑战，致力将温室气体排放量减少30%，与我们同步实现可持续发展目标。



### CBPC 20周年庆典暨供应商可持续发展峰会

2023年12月，中国装瓶厂采购集团(CBPC)迎来了重要的里程碑 — 成立20周年。CBPC圆满举办了20周年庆典暨供应商可持续发展峰会，吸引了245名与会者，包括159家供应商、28位重要嘉宾，以及58名CBPC及装瓶厂采购团队的主要维持客户关系的采购经理。这场庆典不仅是一次周年纪念活动，更是表达了对团队及供应商做出的宝贵贡献的衷心谢意，进一步强调了CBPC对可持续发展未来的坚定承诺。

CBPC是由可口可乐公司、中粮集团及太古可口可乐共同成立的采购集团，不仅对我们在中国内地的采购工作极为重要，更有助于我们引导关键供应商了解可持续发展。通过一系列的季度线上研讨会，CBPC向供应商阐述了多项重要议题，例如供应链的ESG趋势、中国碳政策的复杂性、节能最佳实践及减少碳足迹的策略。该研讨会成功吸引了120多家供应商代表，彰显了我们持续改善运营业务的承诺，同时帮助供应商为更环保的地球做出贡献。



### 台湾市场“携手创未来工作坊”

在台湾市场，我们举办了“2023年携手创未来供应商工作坊”，吸引了36名参加者，包括包装供应商、内部可持续发展伙伴及可口可乐公司的同事。这项活动旨在促进整个供应链的合作，共同探索创新的可持续发展方式，与会者主要讨论台湾市场的可持续发展情况，并分享可口可乐公司及其合作伙伴采取的可持续发展措施及计划。我们还举办了清洁沙滩义工活动，让参与者有机会合力造福社区。



# 应对挑战

我们致力于应对以下挑战：

- **部分再生材料原级利用受限：** 在我们运营的部分市场中，食品包装监管法规仍然限制再生塑料的应用。我们能否达成科学基础减量目标，取决于相关法规的变动。我们正在平衡成本影响及供应能力，以满足我们的包装中使用再生材料的目标。
- **再生PET及再生铝的采购：** 在我们的一些区域，没有足够的再生材料的收集基础设施，废物管理系统投资有限。在无重大投资情况下，我们难以掌握消费后PET及铝的来源，溢价未必符合经济效益。因此，我们致力于教育消费者有关废弃物收集知识，并与回收系统中的利益相关者合作，与政府沟通改善必要的基础设施。
- **有冲突的当地惯例与实践：** 假如当地的监管法规或惯例有别于我们的指导原则，例如台湾市场的招聘实践相关惯例，针对这种情况我们将与供应商充分沟通，帮助他们了解我们要求的理由和依据。
- **对非直接购买材料的影响较小：** 有些地区部分材料的采购主要由进口贸易商负责，在更可持续的选择方面，我们对他们的影响力有限。我们尽可能地与重视供应商可持续发展表现的贸易商合作，必要时直接与供应商进行沟通，以确保他们符合我们的标准。



# 展望未来


## 我们的优先事项:

- 1 继续采用**六步法**支持供应链减碳。与中国内地关键供应商达成一致：于2030年或以前将其价值链的温室气体排放量削减最少30%。我们将视情况在其他市场也推行此方法
- 2 赋能采购经理并加强他们在**范围3排放及科学基础减量目标**方面的知识，让他们能够在与供应商交谈时担当推广大使
- 3 推广产品**生命周期分析(LCA)平台**。与供应商合作，就我们采购的产品开发特定供应商排放因子(SSEF)，提升范围3数据的颗粒度，同时让供应商使用SSEF，为其客户减少碳排放开拓更多新机会
- 4 改善**活动数据追踪系统**，方便品类经理清楚了解与其采购决定有关的排放，并实时监控我们的排放数据
- 5 持续在我们运营的市场中推广**食品包装使用再生材料**(包括再生铝和再生PET)
- 6 在适当情况下，在**供应协议**中新增可持续发展条款，向供应商传达我们的可持续发展要求





我们非常乐见这项计划，我们以前不懂得这些援助途径，例如接受捐献和通过收集特定物品来赚取额外收入。这些机会对于工人普遍缺乏支援的地区特别有意义，我们都很感激。



**Ms. Van**  
EKOCENTER的受惠者

## 支持越南的弱势社群



# EKOCENTER™

POWERED BY SOLAR KIOSK

我们的业务及合作伙伴需要依赖强大自主的社区，才能实现可持续发展。可口可乐公司展开EKOCENTER项目，旨在支持社区发展，同时推动业务增长及当地经济成长。自2015年于越南开办以来，EKOCENTER成功运营12个中心，集社区中心、杂货店及滤水设备于一身，为全国带来良好影响。

在“黄金三角”的运作理念下，企业、政府及社会组织通力合作，专注于四大重点领域：

**水资源：**EKOCENTER设有净化水系统，每日可以提供多达6,000公升的清洁饮用水，有助改善越南偏远及贫困地区过百万人的生活。

**女性赋权：**帮助超过13,000名女性开设自己的售货亭，或接受创业培训，支持她们自力更生及促进社区经济发展。

**废弃物管理：**EKOCENTER与当地政府机构合作，提高公众对废弃塑料及废弃物源头分类的关注，从而创造更洁净的环境及推广可持续的废弃物管理措施。

**社会福祉：**EKOCENTER举办超过600项活动，为560,000名参与者提供综合社区支援，包括设立贫困儿童奖学金、增加他们接受教育的机会，以及参与设立社区设施及康乐设施。

通过上述活动，我们积极支持弱势社群及推动可持续发展，百万计人受惠。这次活动能够促进社区发展及经济增长，并为越南社会带来正面影响。

EKOCENTER也是联系利益相关者的平台。举例而言，于2023年10月，岘港EKOCENTER与ReForm Plastic旗下的社会发展计划The Collector Network合作举办“非正规废弃物处理工人健康及职业安全日”，吸引230名非正规废弃物处理工人参与。这些工人在岘港的废弃物管理系统中，一直扮演重要的角色。为感谢他们对“天下无废”愿景的贡献，我们为他们提供全面培训、健康评估及基本防护装备。

# 我们

■ 员工 ■ 社区

关心员工以及业务所在地的所有人。



目前越南共有

## 12 EKOCENTERS

## >1,000,000 人

获得清洁的饮用水源

## >13,000 女性实现自主

注释：  
以上为2015至2023年的数据。

# 员工

## 为何重要

我们的愿景是赢在世界级业绩、世界级能力、世界级人才和文化，成为可口可乐系统的领先装瓶集团。为此，我们致力创造理想的工作环境，让全球超过37,000\*名分别负责销售及市场、生产、物流及其他专业岗位的同事均能尽展所长。

安全是我们的首要考虑。不少前线员工日常需要操作机器或经常驾驶车辆。作为优质雇主，我们关心包括前线员工在内的所有同事，以及承包商等合作伙伴，时刻以他们的安全为先，以维持卓越运营及品牌信誉。

我们也明白，当员工可以展现真我，他们就能发挥杰出表现，因此我们致力在六个不同市场横跨16个时区的全球业务促进共融，让所有员工都能融入团队。同时，我们尊重个人差异，以多元文化作为竞争优势。

年内，我们荣获HR Asia颁发“亚洲最佳企业雇主奖(香港)”，并获美世中国评为“2022-2023卓越健康雇主”。另外，我们也在柬埔寨和越南取得“最佳职场®”认证。这些奖项的评估全面涵盖我们从企业文化到员工餐厅设施等各方面的表现。然而，有赖于员工，我们才能将太古可口可乐打造为理想的职场。

### 注释：

\* 其中包含来自大中华区和东南亚地区的29,000名员工，以及美国市场的超过8,000名员工。



# 10.4%

与2022年相比，总事故率下降10.4%

# 61%

香港特区市场超过200辆汽车已安装远程监控系统，交通事故率比2019年水平下降61%

# 32%




经理级别员工中女性比例达到32%

以上重点工作反映我们已更新的报告范围。原有市场实现目标的进程及绩效可见于“附录”章节。




# 我们的方针

我们持续为员工发展投资，并为他们创造一个安全和多元包容的工作环境。

我们以“零，皆有可能”作为愿景，通过专注于识别风险及实施适当的监控措施，持续改善安全。管理层的承诺对于落实此愿景至关重要。为此，我们：

-  由**部门安全委员会(DSB)**提供策略性指引，并通过**区域安全审查委员会(RSCMs)**和**部门安全督导委员会**对我们的运营进行管理
-  将安全列入例行**管理报告**，并将安全绩效与**高层薪酬**挂钩
-  邀请各级员工提供**反馈**，**分享**所汲取的教训及最佳实践

除保障安全外，我们还致力帮助员工发展具长远前景及富满足感的事业。我们视员工为家人，给予他们关怀及尊重，让他们建立归属感及在工作上发挥最佳状态。我们采取的措施包括：

-  由**多元共融委员会(DIB)**提供策略性方向，并通过各区域的**多元共融督导委员会(DISCO)**积极管理运营
-  宣传我们明确清晰的**员工价值主张**
-  安排员工在不同**岗位、职能、装瓶厂及市场之间轮调**

## 零，皆有可能：我们如何建立安全的工作环境

在零，皆有可能的愿景下，我们优先考虑那些会造成严重后果并难以消除的安全风险。这包括以下风险，是我们的风险列表中的最重要事项：



### 挂牌上锁(LOTO)：

生产设施的装置如未获妥善操作，可导致员工严重受伤。

### 物流配送(RTM)：

路面情况恶劣及安全措施不足，可对员工安全造成严重威胁。

### 承包商管理：

承包商必须如我们的员工一样，将设施内外的安全措施放在首位。

我们按照集团安全管理系统改善架构中的六个重点领域来应对安全风险，包括有效的监管及政策制定、打造强大的安全文化、严格的风险评估、彻底调查和学习事件，并加强厂内及道路安全。每个装瓶厂都通过采用和扩展集团安全管理标准来实施此架构。

### 100%的装瓶厂通过下列国际标准认证：

ISO 14001	环境管理体系
ISO 45001	安全管理体系
ISO 9001	质量管理体系
FSSC 22000	食品安全管理体系

## 从高层树立基调

包括我们的总裁及区域首席执行官在内的很多高级经理都会出席我们的部门安全委员会(DSB)会议。部门安全委员会每年举行两次会议，监管集团于关键安全议题中的策略及表现。

在集团层面上，三大区域的安全主管亦于部门安全督导委员会(DSSC)的会议上积极交流安全资讯及分享最佳实践，以协调安全策略的实施，并为部门安全委员会及区域安全审查委员会提供支持。

在2023年，我们在中国内地推出太古可口可乐中国高管安全领导力培训，对象从总经理、总监级别至生产线主管，帮助我们自上而下强化安全文化。





# 我们正在行动

## 赋能员工：我们建立互励互勉工作环境的方式

太古公司的**多元共融政策**和策略界定了五大多元共融重点领域，包括**性别、年龄、种族、残疾及性取向**。根据**行为守则**及**工作场所相互尊重政策**的规定，我们严格禁止基于上述或其他因素的任何形式骚扰或职场欺凌行为。

我们致力于帮助员工在促进事业发展的同时，也能达到工作与生活平衡。我们在香港特区实施弹性工作时间和远程办公政策，让员工处理重要的个人事务。通过我们的自选学习及发展平台，例如集团的学习管理系统及太古可口可乐乐启院，员工可以按照自己的步伐学习，与我们一起成长。

## 人权：员工管理方针的基础

正如太古公司的**人权政策**所述，我们保障员工的权利，体现对人权的**基本尊重**。该项政策乃参考《国际人权宪章》及《国际劳工组织关于工作中基本原则和权利宣言》而制定。除了我们的员工外，政策也涵盖我们供应链的工作人员及我们经营所在的社区。



我们正在努力推动太古可口可乐成为一个安全、多元和包容的理想职场。以下项目在我们的行动清单中举足轻重。



## 强化RTM安全

我们许多员工和承包商的职责需要经常在公共道路上驾驶车辆。从送货司机到销售员，保证我们的员工安全是我们共同努力将产品送到客户手中的首要任务。



## ■ 加强东南亚市场的安全措施

我们新收购的柬埔寨和越南市场的道路状况一直是一个特别具有挑战性的问题。风险因素包括道路维护不良、路面标志不足以及执法交通规则等困难。然而，我们东南亚的同事们努力不懈地应对这些挑战，我们深为自豪。

我们的越南团队针对第三方运输商已经实施多项计划。在2023年，我们在89%用于运输我们产品的卡车中安装了基本的远程监控系统，为80%的司机提供了防御性驾驶培训，并对超过50条路线进行了风险评估。我们在员工大会上重点邀请了第三方运输商进行交流，并展开安全相关审查及评估。展望未来，我们将会专注为车辆安装更多中至高级远程监控系统及新摄像头，加强司机绩效管理系统并更新防御性驾驶培训要求。

在柬埔寨，我们的团队致力于建立一个以强有力的标准操作程序为基础的安全文化，通过为不同类型的车辆以及我们的第三方物流合作伙伴制定量身定制的安全政策来实现这一目标。我们在所有公司拥有的卡车中安装了远程监控系统。防御性驾驶培训已经成功地覆盖了100%的卡车司机和第三方物流合作伙伴。我们的团队也在金边展开行为安全试行计划，包括举办“导师培训”活动及实地观察日，以便制订安全相关纠正行动计划。在2024年，我们打算将计划扩展到柬埔寨的七个地区。

**RTM安全确实是越南业务的一大挑战，但我们会坚持实现“零，皆有可能”的愿景。我们在2023年加强了安全工作，成立了新的监管委员会并主持各项交流活动，以推进安全文化变革。我要衷心感谢各位司机及运输商作出的重大贡献。**

**Nguyen Hong Kieu Chinh**  
越南质量、安全和环境管理总监



### 保障中国内地的销售团队的安全

我们的销售员工在日常工作中面对各类安全风险，包括应付复杂路况及驾驶电动单车等。事实上，我们在中国内地约75%的损失工时事故与销售相关活动有关。数字化技术在消除相应风险中发挥着重要作用。

在2021年12月，我们在河南首次推出市场销售安全平台，而该平台于2023年已全面推展至中国内地各个地区。该平台让销售员工就多个安全项目“打卡”并赚取积分换领礼物，从而鼓励他们安全地工作。在2023年，使用平台的员工人数及“打卡”次数均显著增长。

“打卡”项目	说明	2022年数据	2023年数据
用户	使用平台的员工总数	1,194	>11,000
头盔/安全带打卡	佩戴头盔和安全带情况	54,187	355,565
安全观察	上传已完成的安全观察屏幕截图	44,898	146,921
安全知识学习	已完成的安全学习次数	37,833	169,684
未遂事件及安全隐报告	报告安全隐患，例如地面湿滑或路上有损坏的交通灯	43,722	145,598

通过市场销售安全平台的四个主要模块应用，能够帮助我们一线销售团队员工持续提升安全意识、规范安全行为、养成安全习惯，从而将前线销售团队发生安全事故的机会减至最低，是非常有效的安全管理系统。

常余  
浙江市场销售总监



在成功推出厂内的保命条例和物流安全保命条例后，我们的中国内地团队还为销售人员量身定制了一份易懂的安全规则。市场销售安全16条涵盖销售活动涉及的主要安全风险，覆盖主动防护、驾驶行为、道路环境及客户场所。为扩大16条的影响力，每一条规则均附有相关的介绍及视频说明，以提供更详尽资料及实际可行的建议。

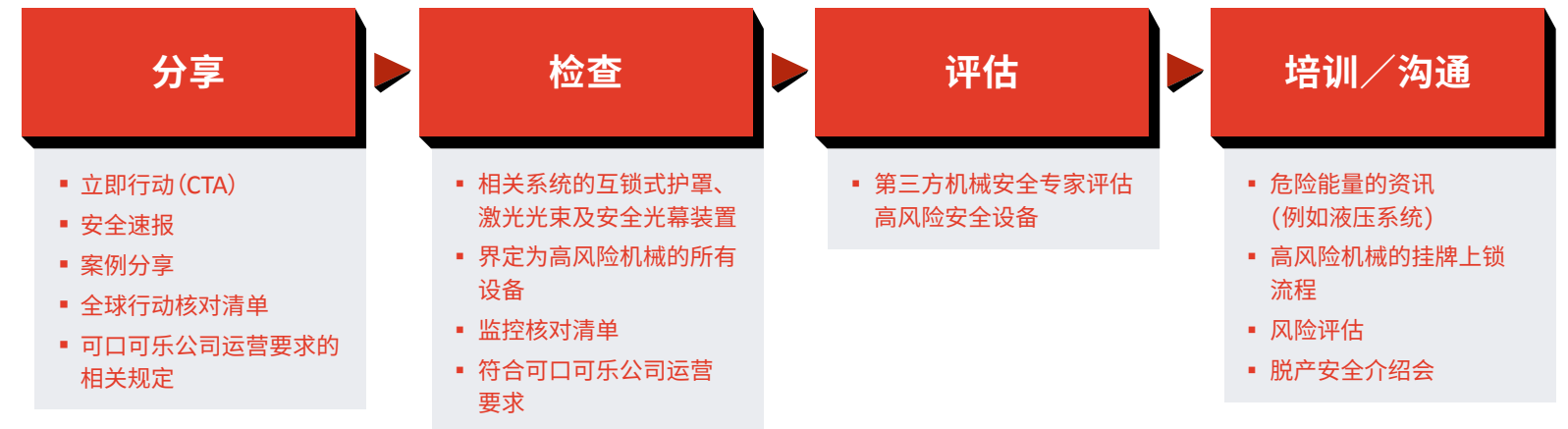


### 努力消除挂牌上锁事故

我们非常关注全球装瓶商系统中卸垛/码垛设备的挂牌上锁事故的上升趋势。这些系统一旦未有正常运作，可造成严重伤亡。该类事故提醒我们必须清楚了解所使用机械的操作，彻底检讨挂牌上锁安全规则及为员工提供相关培训。

#### 集团紧急行动计划

在2023年9月，我们展开集团紧急行动计划，务求迅速减低挂牌上锁事故的风险。该项计划内容全面，包含四项重要措施，并已于我们各个市场的厂房推行：



这项行动计划成效显著，充分展现我们对于挂牌上锁安全方面的高度重视。我们已对所有高风险机械进行仔细复检，并安排全体生产人员接受培训以熟悉挂牌上锁的正确流程。我们在中国内地、台湾市场及香港特区已进行专家评估，同时也会加快对美国，越南及柬埔寨等地区的评估工作。

### ■ 台湾市场的机械防护安全改善架构

我们各个市场都努力在现场实施集团发布的挂牌上锁策略。在2023年初，我们在台湾厂房发现挂牌上锁及危险能源监控措施存在漏洞。此后，台湾团队投入大量时间及努力填补漏洞，在三大领域作出重点改善，包括加强员工的风险意识管理及培训、安排第三方安全专家对于机械/设备进行评估及认证，以及建立管理系统制定、标准化并检阅挂牌上锁流程。

此外，我们还安排第三方安全顾问于2023年提供多场培训，并协助进行现场风险评估。这些活动赋予我们新的视角及专业见解。培训内容包括加强员工对挂牌上锁流程的认识，以及识别厂房风险的技巧，让他们更加有效地管理问题，以防患于未然。另外，我们通过风险评估，彻底检查潜在能量释放点，包括电力、机械、液压、气动及热源等，进一步加强机械防护安全。台湾市场各厂房的员工已着手处理整个评估过程中发现的风险隐患。



在跨部门解决LOTO问题时，与各人沟通这些复杂问题需要花费很多时间，但是通过分享真实的事故案例并举行培训课程，每个人都在持续改进并按照程序实施LOTO。我很高兴看到大家都在为提高安全而共同努力。

吕忠翰  
环境、健康与安全主管

### 善用科技加强安全管理

与太古集团许多成员公司一样，我们运用最新的科技来保持业务竞争力。此外，我们也利用创新先进的技术，协助解决我们最重要并且最具挑战性的问题 — 确保我们员工的安全。



### ■ 安全健康环境(EHS)信息化管理系统

我们目前正在实施一个基于云的解决方案，名为安全健康环境(EHS)信息化管理系统，该系统将覆盖三个地区的六个市场的所有厂房和物流配送中心。该系统旨在简化流程，提高合规性，并赋予我们的员工主动管理安全风险的能力。我们已成功建立了系统的全球IT架构，并完成了所有六个模块的设计和开发，包括承包商管理、风险评估、事故管理、BBSO、检查和仪表盘。通过业务报告和仪表盘功能，我们能更好地了解并监控所有模块的安全绩效。目前，我们正在多个市场的厂房进行试点和扩大范围实施该系统。我们的目标是提供集中的程序、实时的数据和追踪功能，为我们的员工配备必要的工具，以有效地管理安全风险并创造更安全的工作环境。



# MākuSafe

MākuSafe是一种创新的可穿戴式安全设备及其软件平台，适用于在仓库工作的员工。通过向员工收集实时数据，以侦测人体工学压力，有助避免受伤、改善工作条件及化解危险情况。在2022年，我们率先在美国的丹佛仓库展开试行计划，这个技术帮助我们在困难的业务高峰期预防员工受伤，并增加了员工报告的未遂事故数量。MākuSafe也有助我们发现仓库内的空气质量问题，例如较高的挥发性有机化合物及一氧化碳水平。截至2023年底，我们已将该技术的应用推展至另外五个美国仓库。

MākuSafe是我们丹佛仓库安全计划的重要一环。利用这项工具，我们能准确找出哪些员工在理货或上落设备时因发力而产生的风险，让主管即时处理有关问题，以减少日常工作的高风险行为。事实上，自应用新技术以来，我们员工的背部受伤事故减少了92%。

Carlos Umana

美国中部地区现场环境、健康与安全经理



## 员工对MākuSafe有何看法？

“在绊倒、跌倒或需要求助时，只需一个按键，便能得到帮助，令我感到安心。”

Lawrence Guzman

“戴着它每天都会提醒我要用正确姿势搬运物体。”

Jayson Phillips

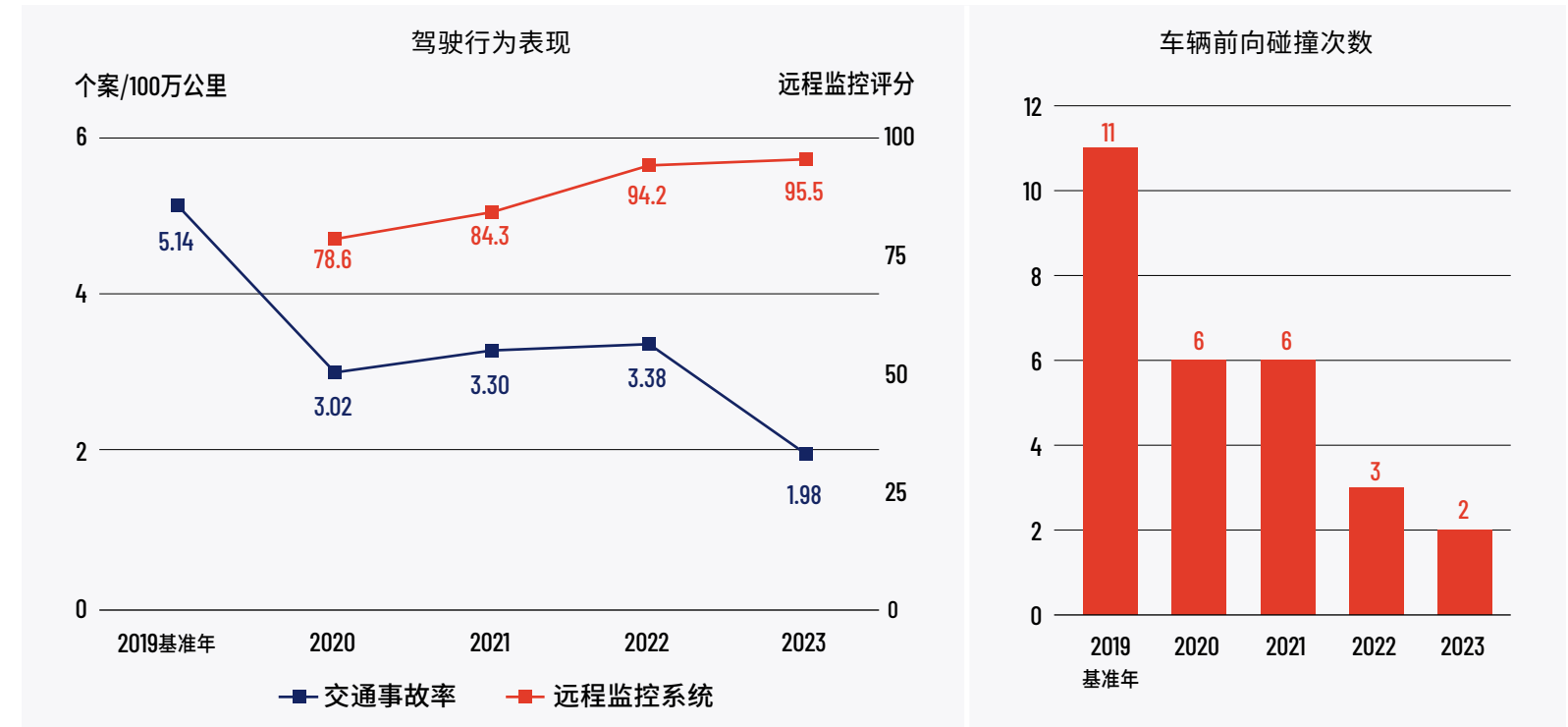
“迅速解决危险情况的好帮手。”

Avery Garcia



## 远程监控系统改善驾驶安全

在2020年，我们在香港特区市场为所有公司车辆安装驾驶安全保障系统(DSAS)。已有超过200部车辆安装该系统。该系统利用车辆前方及车内的摄像头实时监控路面情况，就司机的危险行为发出警报，以数据主导的方式，帮助改善驾驶习惯及促进安全文化。该系统的远程监控数据已被整合到我们的防御性驾驶培训中，为内部目标设定和司机奖励计划提供信息，以表彰司机的优异表现。



在采用驾驶安全保障系统后，我们在香港特区取得非常出色的成果。该系统鼓励司机主动识别改进机会，并为市场安全文化的发展做出贡献。自2019年以来，我们公司车辆事故次数减少了61%，可见相关措施的成效显著。凭借上述佳绩，我们甚至获得了保费退款。展望未来，我们将着力改善监控指标及黑点监控方式，并将这项有用的技术应用于叉车操作。



## 培养员工的领导能力

我们重视员工的长远发展，并强调内部晋升，因此培养员工的领导能力相当重要。在我们的轮换机制下，各事业发展阶段的员工可调职至不同岗位、职能、装瓶厂及市场，以便保持对工作的新鲜感，并让他们全面了解我们的业务。我们还在员工培训方面投放资源，帮助他们掌握晋升所需的技能。

我们积极求胜、奋勇进取，致力成为可口可乐公司最顶尖的装瓶合作伙伴。为此，我们需要在各业务范畴精益求精。我们也是一个充满乐趣的大家庭，充分体现可口可乐品牌所象征的欢乐、精彩及热情，我认为这也是我们企业文化的重要部分。

黄达聪

商业分析及数字解决方案总监



## ■ 力求卓越

ASPIRE管理培训生计划帮助我们为最新开拓的市场培育下一代领袖。在2022年9月，柬埔寨的首批参与者展开为期24个月的培训计划。该计划旨在培养未来领袖，帮助他们于本公司顺利发展事业。今年的学员将轮流出任各项供应链职能。在成功完成培训后，学员将有机会加入我们的供应链或商业部门。



## ■ 从经验中学习

在2023年6月，我们推出辅导计划，让越南业务的领导层与员工建立联系及互信关系。我们的五项计划目前共有100名员工参与，计划目标是加强越南市场的辅导文化。我们将于2024年延续这项计划。



## ■ 展翅高飞

台湾市场的WINGS人才发展计划是一项度身设计的培训计划，主要对象是根据过往表现检讨精挑细选的优秀人才。我们的360度评估工具专注于六项核心能力，并采用“非常对话”模式及小组辅导方式，加快培训员工的领导能力。这有助我们发展继任梯队，并留住更多人才。在2023年，该计划举办了人工智能应用工作坊，进一步提升员工的工作效率。



## 提倡多元共融

我们的团队成员涵盖各个年龄层的男性及女性，就像喜欢我们品牌的全球消费者一样。他们的信仰、种族、族裔及性取向各异，而且来自多元化的教育及社会背景。我们尊重他们的个人特质，致力让他们建立归属感。

在太古可口可乐重视赋能的环境下，过去三年我们合力应对挑战，持续提升实力。木兰班的成功启发了我们的女性员工，鼓励她们勇敢向前。同时，闵行工厂的PET生产线成立了桂英班组，而金桥厂房主要职位的女性操作员也日益增加。女性是我们企业的重要成员，我们支持她们发挥潜能，迈向成功！

蒲士梅

上海申美闵行工厂生产线主管



## ■ 庆祝国际妇女节

2023年的国际妇女节以“全民数码：促进性别平等的创新和科技”作为主题，与我们提升数字领导力的策略重心及多元共融目标不谋而合。为配合妇女节的主题，我们在不同市场推出多项措施，宣扬性别平等，并支持我们所服务社区内的女性。

在美国，我们赞助了女性启发及共融网络(WIIN)丹佛分部的午宴活动。在台湾市场，超过300名员工出席派对，一同欣赏电影《隐藏人物》。在越南，我们举办为期五天的“妇女周”，为女性员工带来一连串精彩体验，包括有趣的护肤、美甲、摄影及蜡烛制作工作坊，让她们学会欣赏自己的独特之处，展现与别不同的魅力。

### ■ 以食物连结彼此

不少人都将食物视为文化的重要部分。在台湾市场9月的跨文化美食节中，我们邀请了来自不同种族背景的同事共享佳肴，让海外员工及主管有机会分享不同文化的菜式，更深入地了解彼此的独特之处和共通点。我们的团队成员通过活动更紧密地联系在一起，营造更共融的工作环境。



### ■ 协助女性尽展所长

通过在中国内地举办“成就更好的自己”工作坊，我们鼓励女性员工发展专业技能及彼此分享经验。该项活动分为三个阶段，包括为30名大师培训师而设的认证工作坊、支持小组举办的定期经验分享会，以及每年推介一至三本读物的读书会及其后的小组书评。截至2023年12月31日，超过1,200名女性销售代表参与了活动，占中国内地市场所有女性销售代表的42%。



### ■ 分享我们的骄傲

我们于各个市场颂扬多元化，尊重个人独特性并鼓励同事展现真我。在2023年，我们的越南团队成员首次庆祝同志骄傲月。参加者包括我们三个厂房及五个销售办事处共3,000多名员工。活动通过五个分享环节，提高参加者对LGBT议题的关注。在台湾市场，我们与可口可乐公司合作鼓励员工参与当地10月举行的LGBT+游行。本次游行吸引了近180,000参与者，我们有超过70名同事出席及支持该项年度盛事。

### ■ 携手推动女性发展

在柬埔寨，我们持续与女性事务部(MWA)合作促进公司内外的女性专业发展。根据我们于2020年与该部门签订的长期谅解备忘录，我们将联手展开多项计划，包括针对不同女性议题的培训活动、工作坊及的研讨会。在2023年，柬埔寨市场的多元共融督导委员会参加了两个性别多元化及女性领袖工作坊。有关活动包括为女性员工及当地社区的女性提供个人财务培训，帮助参加者更有效地应对经济环境的挑战。

### 鼓励员工参与

**员工的意见有助我们进一步改善工作环境和提升业务表现。**我们定期进行全球员工调查，鼓励员工积极参与。

### ■ 跨世代对话

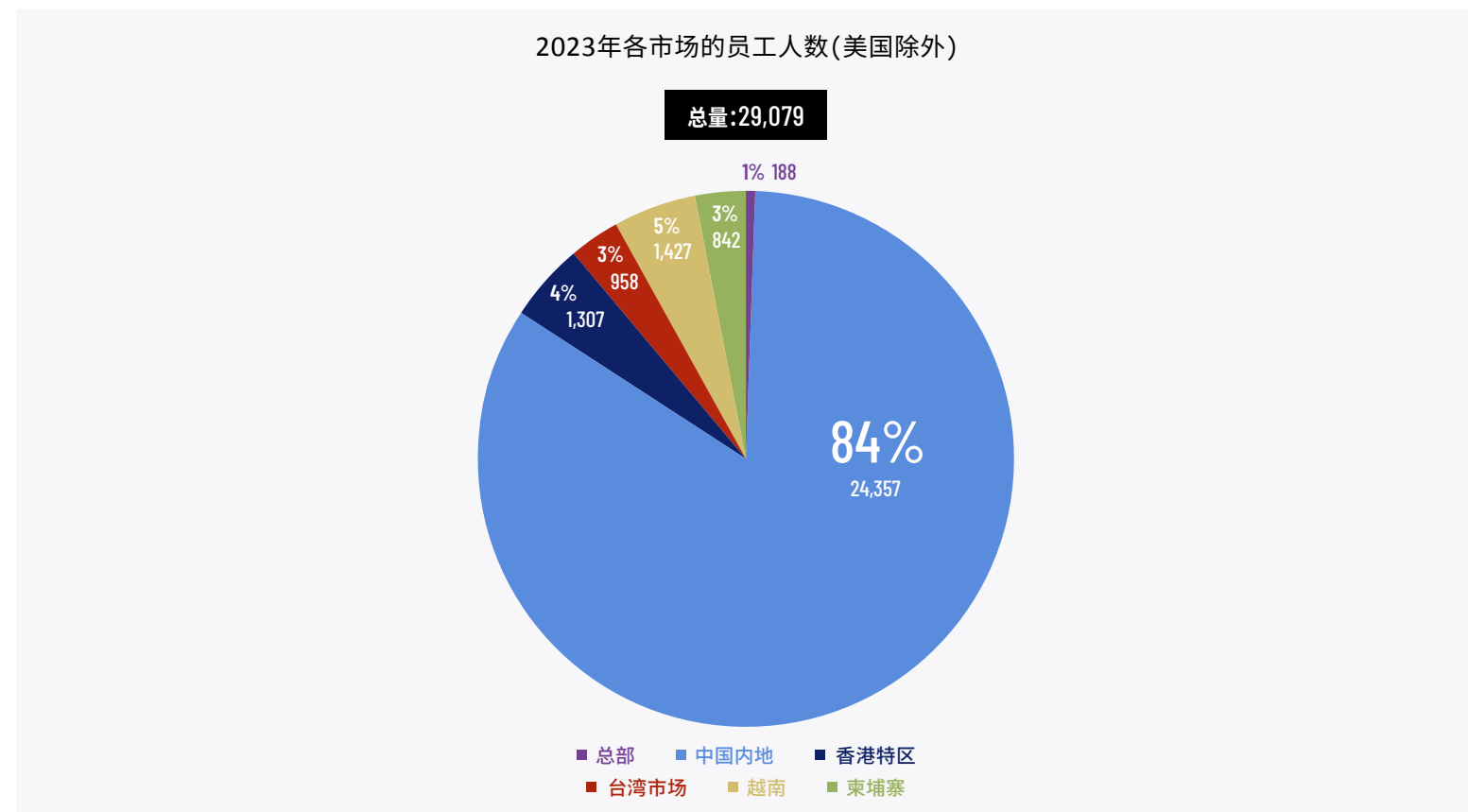
在越南市场，我们为当地的年轻一代及领导层举办一系列双向对话活动，目的是消除世代之间的隔膜，并让大家了解不同的观点，以促进业务发展及资历较浅的员工的成长。至今，我们已筹办四次对话系列，于不同平台上邀请了10名领导层及1,000多名员工参加。



### ■ 全球员工调查

全球员工调查是为了让我们更好地掌握太古可口可乐与员工之间的关系。上一次调查在2023年进行，我们在员工福祉方面有所改善。该指标反映员工是否认为其主管经理及公司关心他们的福祉，而当中以中国内地市场的改善幅度最为明显。随着我们实施更多行动计划，我们期待在2025年再次进行调查时，上述指标会进一步提升。

# 绩效\*



# 安全

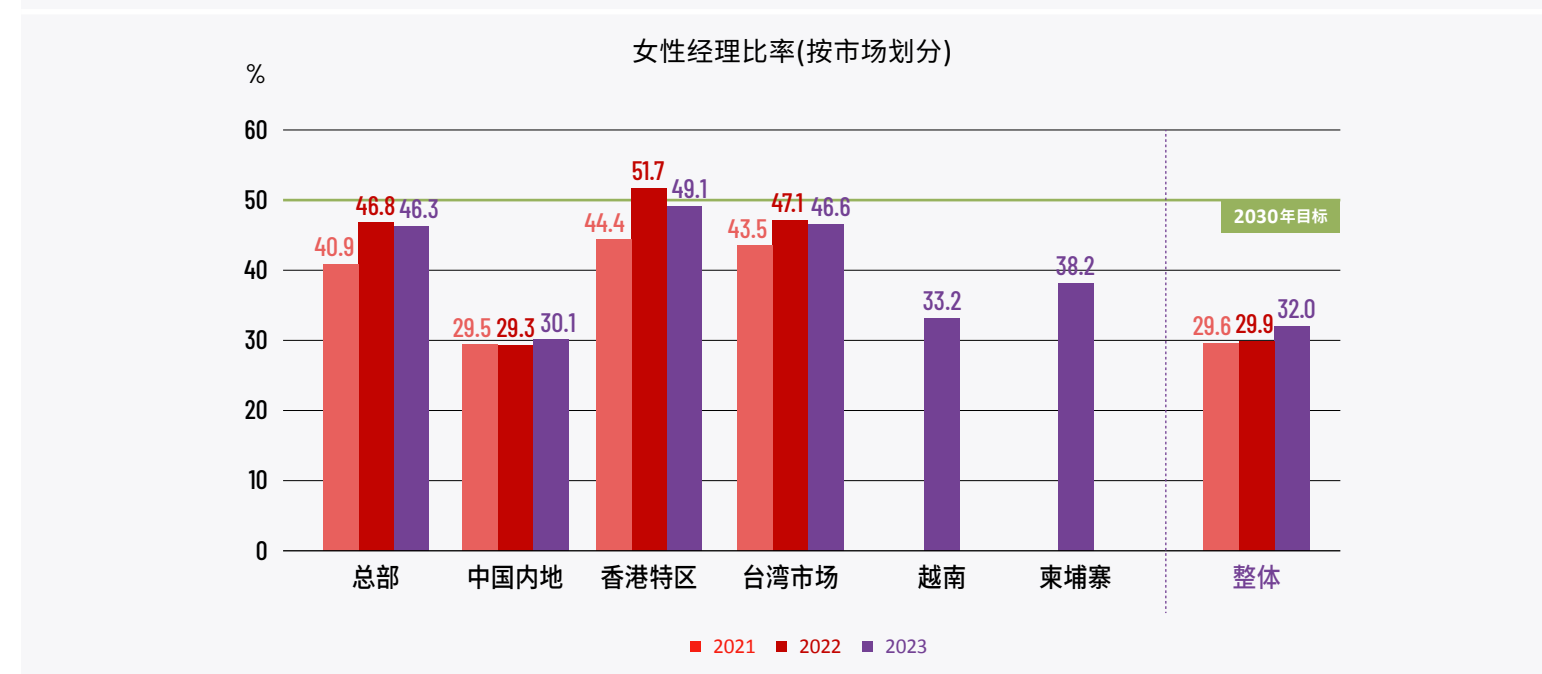
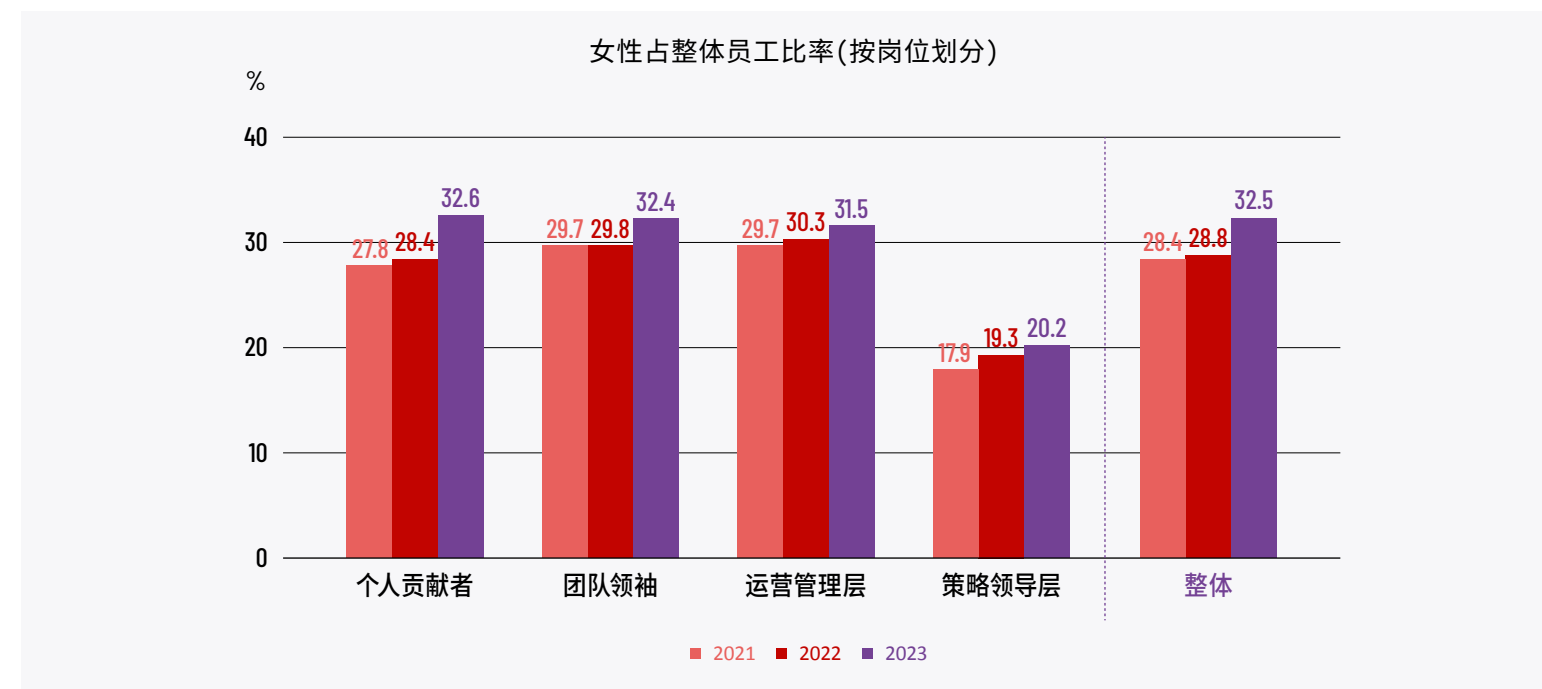
	单位	2020年	2021年	2022年	2023年
死亡事故 <sup>^</sup>	宗数	1	1	1	1
损失工时事故率(LTIR)	百分比	0.5	0.53	0.39	0.44
总事故率(TIR)	百分比	1.84	1.79	1.72	1.54
损失工作日比率(LDR)	百分比	22	22	16	17

**注释:**

\* 所有的员工数据不包括美国, 安全数据则包括截至2023年9月7日的美国数据。

<sup>^</sup> 包含员工及承包商。

# 女性管理层#



**注释:**

# 数据不包括美国。

# 应对挑战

我们致力于应对以下挑战：

- **越南的第三方物流安全：**2023年初，我们第三方物流合作伙伴的一辆送货车发生事故，司机伤重不治。因应上述情况，我们已为所有第三方物流司机安排防御性驾驶培训及强化车辆管理，制定并核实路线风险评估，于第三方运输公司的每月报告及追踪内加入安全关键绩效指标评分，并引入远程监控系统及针对第三方运输公司的审核框架。
- **增加出任行政管理职位的女性员工数目：**参考我们增加女性一线销售人员及主管比例的成功经验，目前我们专注培育更多女性员工出任行政管理职位。我们通过为员工提供所需支持及机会，致力培育内部人才，但我们明白培养行政人员的过程需要时间及资源投放。2024年开始，我们期望女性在公司最高领导层中所占的比例会显著上升。



# 展望未来

我们的优先事项：

- 1 于所有地区的厂房及物流配送中心推行**安全健康环境(EHS)信息化管理系统**
- 2 善用各项科技、加快培训司机及全面实施RTM安全行动计划，以强化**RTM安全**
- 3 通过安全活动及培训，将重要的安全概念融入日常工作并向员工推广，强化并巩固**安全文化**
- 4 分享实际案例，并举办培训及工作坊，以提升员工的**事故调查及根本原因的分析能力**
- 5 投资于管理职级的**女性员工培训及发展**
- 6 评估**多元化、平等、共融及归属感(DEIB)**措施的成熟度，以及识别能最有效地把握改善机会的建议



# 社区

## 为何重要

我们在六个市场的员工总数超过37,000人，服务超过8.82亿消费者，因此我们的业务对我们所在的社区产生影响。我们肩负着支持这些社区发展的责任，这不止是由于有关措施是应有之举，更因为当我们经营所在地环境蓬勃发展，我们亦能茁壮成长。我们推动全球社区发展的工作与我们整体可持续发展策略、企业文化和价值观保持一致，主要聚焦于下列五大范畴：

**水资源管理：**我们联同可口可乐公司及可口可乐基金与政府和非政府组织合作保护水源，并为有需要的社区提供清洁水源，令各方共同受惠。

**包装与废弃物管理：**为了实现“天下无废”的愿景，我们实施包装和循环再造的解决方案。我们积极应对业务运营所面对的全球性包装废弃物挑战，同时也鼓励社区人士共同出力，致力提高公众对回收及其他环保议题的意识。

**青少年发展：**青少年是社区及我们业务未来发展的支柱。我们通过投资于教育及其他社区项目，致力培育青少年。

**女性赋能：**女性赋能有助促进经济发展、缓解收入不均及建设更健康的社会。

**紧急救援：**在危急情况下，淡水供应经常受阻。当遇上危机时，我们会与非政府组织及当地政府合作，为灾民提供洁净的饮用水。



# 4.29

太古可口可乐的义工合共为社区贡献超过150,000小时的义工时数，平均每名员工的义工服务时数为4.29小时

现金捐款超过

# 1,500 万港元

捐赠超过

# 190,000

标箱的饮料，价值逾1,300万港元

# 我们的方针

我们遵循企业社会责任政策，通过以下三个主要方向推出社区项目：



通过**企业社会责任基金**，将一部分利润投资于具影响力的项目及措施



积极参与**员工志愿活动**，并每年为员工提供员工志愿活动假，以鼓励他们回馈社区



与**地方政府及非政府组织**合作，致力解决身处社区所面对的迫切问题，发挥集体影响力

## 善用科技推动员工志愿活动

今时今日，科技对提升业务运作效率发挥重要作用，其应用已延伸至我们的员工志愿活动推广工作。我们在中国内地推出了流动应用程序，既可鼓励员工参与员工志愿活动，又简化了流程，让他们可以更快更便捷地了解义工服务的参与机会及相关资讯，并可通过这个平台提交义工活动纪录。在应用程序推出后，2023年中国内地市场的员工人均义工服务时数高达5.2小时，远超我们订立的4小时目标。



# 我们正在行动

太古可口可乐锐意为所在社区注入生气和活力，除了向消费者提供畅爽饮品外，我们还积极推动及支持社区的正面变革。我们通过企业社会责任基金、义工活动，以及与非政府组织及地方政府合作，致力为所属社区的未来和福祉作出贡献。

## ■ 于中国内地发展具适应力的低碳社区

虽然气候变化构成重大风险，但也带来契机凝聚各方合力克服环环相扣的环境、社会及经济挑战。就此，我们正于中国内地发展“消碳庄园”，旨在建立具适应力的低碳社区、加强乡村振兴工作及保育当地文化。

继于云南省倒淌箐新村建成首座“消碳庄园”後，我们再与中国绿化基金会合作，于海南省毛道乡红运村建立第二座庄园。通过该项目，农户可改种利润较高的热带果树，以代替原有的橡胶树。另外，北京林业大学也于“消碳庄园”的建设提供碳汇及资源再利用的相关指导。黎族的传统纺织染绣技艺已获联合国教科文组织列为非物质文化遗产，我们协助当地村民开展织绣生意，让这独特文化得以保存。展望未来数年，我们的目标是在中国内地继续建设“消碳庄园”，借此促进减碳转型及社会和经济的发展。



### 台湾市场推动反欺凌

校园欺凌是全球关注的议题。根据儿福联盟的一项调查发现，台湾市场有超过30%学童曾因为被人视作“奇怪”或“不一样”而遭到歧视，甚至演变成严重的欺凌问题。我们自2017年起，便与儿福联盟合作，参考他们的调查结果，设计反欺凌的社区教育项目。

今年，我们延续于2022年推出的“袜！我们不一样”计划，于台北松山文创园区举办展览，旨在宣扬消除歧视及停止校园欺凌的重要性，并提高公众对欺凌的意识。在活动上，台湾知名线上内容创作者锺明轩分享了他遭到歧视及欺凌的亲身经历。他鼓励大众于日常生活中穿着不一样的袜子，象征拥抱每个人的独特性，尊重个人差异。该展览成功吸引超过4,500名公众参与，加深参加者对议题的理解。

**自2017年起，我们与儿福联盟合作.....**

- 于线上及线下接触超过**2,700**万人
- 直接协助逾**97,000**人
- 举办**800**多场校园活动



### 推广美国的国家公园

我们的美国专营区域内，有多个景色优美的国家公园，例如大峡谷国家公园、雷尼尔山国家公园及拱门国家公园。于2023年，我们与美国西部的大型连锁便利店Maverik合作，鼓励社会大众到访这些独特景点，与大自然建立联系。

我们推出“Round Up Your Change”捐款计划，于Maverik店内设置捐款箱，鼓励顾客捐出找续零钱。计划成功筹得超过686,000美元善款，并将捐赠予美国国家公园基金会，资助他们的“Open Out Doors for Kids”计划，让近20,000名儿童获得机会探索30多个当地的国家公园。此外，Maverik便利店也推出了印有登山及独木舟图案的限量收藏版罐装可口可乐，通过独特的营销活动，鼓励消费者探索珍贵的国家公园。消费者更有机会赢取一辆个人化的专属客货车、20,000美元现金及一张可畅游景观壮丽的美国国家公园的免费入园证。



## 为柬埔寨的社区供应清洁水源

水是人类共享的资源，无论对我们业务或我们业务所在的社区都至关重要。自2016年起，在可口可乐基金会的协助下，我们在柬埔寨的团队一直在支持Planet Water Foundation为当地社区供应清洁的食水。截至2023年12月31日，我们已安装53套AquaTower滤水系统及AquaSan表面消毒系统，为柬埔寨各省超过73,000名居民提供逾2.88亿公升清洁食水。项目亦为偏远乡郊地区的学校及社区安装洗手及消毒设备，并推出卫生教育计划。

53 个地区

>2.88亿  
公升清洁食水供应

>73,000 人受惠



### ■ 启发柬埔寨的新生代

我们的业务伴随着经营所在地的整体经济及社会同步成长，因此我们致力促进与社区共同发展。为启迪新生代，并帮助推动柬埔寨的工业及经济发展，我们位于金边的装瓶厂推出了以科学、科技、工程及数学(STEM)为主题的参观计划，通过安排生产线导赏团、精彩影片观赏，并采用全息投影技术以创新方式呈现可口可乐的历史，让学生了解饮料的生产过程。我们期望通过这项独特的体验，鼓励他们投身科学、科技、工程及数学领域的工作。



### ■ “净水24小时”

在2023年，我们联同可口可乐公司及壹基金在中国内地展开了八次“净水24小时”行动。在长达十年的合作关系中，我们积极参与计划，致力在自然灾害发生後的24小时内，为受灾社区的群众提供瓶装水。在2023年，我们为有需要人士送上约410,000瓶饮料，超过34,000名灾民获得援助。

### ■ 支持社区慈善机构

麦当劳叔叔之家，是一间为严重疾病儿童及其家人提供临时住宿的机构，太古可口可乐的香港团队一直支持麦当劳叔叔之家慈善基金，包括筹款计划、义工服务和积极参与其活动。

在香港麦当劳叔叔之家开设第二间家舍时，太古可口可乐一如既往地全力支持。我们派出由40名义工组成的团队协助迁移工作和开放日的运作。超过30名义工不辞劳苦地轮班工作，仔细打理房间和公共空间。他们还精心布置游戏室，营造充满活力和愉悦的环境欢迎孩童。

在开幕前，麦当劳叔叔之家组织了一系列筹款活动，包括太古可口可乐积极参与其中的开放日，进一步体现我们致力于社区中创造正面影响的承诺。



# 应对挑战

我们致力于应对以下挑战：

- **满足当地社区的需求：**每个社区都有其独特的社会议题和环境相关的规定。了解当地需求并与非政府组织和地方政府等社区伙伴建立合作关系尤其重要，有助我们就个别社区的特定需求定制适切的社区计划。
- **顺应文化背景：**在多元社区中运营业务需要高度的文化意识。对企业而言，要建立信任、有效参与社区工作并作出贡献，尊重不同地域的规范和价值观至关重要。我们在义工服务过程中通过各种渠道与当地利益相关者进行交流，积极了解我们业务所在的社区。详情请参阅“[利益相关者参与](#)”章节。



# 展望未来

我们的优先事项：

- 1 与我们的社区伙伴组织合作，开展**切合需要的企业社会责任项目**，为当地社区带来具建设性影响
- 2 筹办更多元化的**义工活动**，吸引有不同兴趣的员工参与
- 3 **加强发挥协同作用**，鼓励所有市场于特定时间参与相关主题的义工活动



# 关键指标与目标(仅限原有业务)

在2023年，我们的业务架构出现重大变动，包括出售美国业务、于中国内地、越南及柬埔寨进行收购等，对我们的报告范围带来重大改变。因此，我们难以按照2020年订立的目标衡量表现。为提高透明度及可比性，下表只列出我们原有业务的2023年全年表现数据，即中国内地(不含气饮料装瓶厂除外，惟包括南京及漯河与太古可口可乐生产基地同处一地的不含气饮料装瓶厂)、香港特区、台湾市场及美国的业务数据：

环境	我们的承诺与目标	关键绩效指标计量	2018 基准年	2021	进度 2022	2023	2025年 目标	2030年 目标	可口可乐 公司目标
	气候								
	在2030年或以前，核心业务的范围1及2排放量减少70%	总温室气体排放量(公吨二氧化碳当量)	477,755	398,898 (-17%)	362,603 (-24%)	278,404 <sup>1</sup> (-42%)	-25%	-70%	(科学基础减量目标)
	在2030年或以前，范围1、2及3排放量减少30% <sup>2</sup>	总温室气体排放量(公吨二氧化碳当量)	3,454,672	3,816,457 (+10%)	3,704,677 (+7%)	3,321,669 <sup>1</sup> (-4%)	-15%	-30%	-25% (科学基础减量目标)
	在2026年或以前，核心业务使用100%可再生能源	可再生能源发电(厂内或外购)占核心业务总耗电量比例(%)*	0%	18%	21%	25%	100% (2026)	100%	不适用
	水资源								
	在2030年或以前，水耗用率下降至1.45	每生产一公升产品的耗水升数(升/升)*	1.74	1.81	1.75	1.76	1.60	1.45	1.70
	协助可口可乐公司达成水回馈目标，即回馈水量为成品用水量的最少100%(专注于水资源短缺地区)	回馈水量占可口可乐公司全球销量比例(%) <sup>^</sup>	155%	167%	159%	待定	100%	100%	是 (≥100%)
	在2025年或以前，所有水源脆弱性评估及水源管理计划取得第三方认证	取得第三方认证的水源脆弱性评估及水源管理计划占总数比例	不适用	52%	73%	92%	100%	100%	可口可乐公司运营要求
	CDP项目水安全披露问卷	CDP评级(目标为B级或以上)	-	A	A-	A-	A	A	不适用
	包装与废弃物								
	在2025年或以前，初级包装将在技术上实现100%可回收再生	初级包装类型-可回收再生(是/否)							
		PET(胶瓶及盖子)	✓	✓	✓	✓			100%
		铝罐	✓	✓	✓	✓			
		无菌纤维包装	✗	部分	部分	部分			
		可回收玻璃瓶	✓	✓	✓	✓			
		饮水机水桶(聚碳酸酯,第7类)	✗	✓	✓	✓			
		粉末包装袋	✗	✗	✓	✓			
		糖浆衬袋(BIB)	✗	✗	✗	✗			
		配套材料(饮管/盖子/杯子)	✗	✗	✗	✗			
	在2030年或以前，初级包装将含有至少50%的再生材料	初级包装使用的再生材料百分比(%)							
		太古可口可乐整体	0.3%	10%	11%	11%			30%
		中国内地-PET	0%	0%	0%	0%			
		香港特区-PET	0%	32%	39%	39%			
		台湾市场-PET	0%	0%	0%	1%			
		美国-PET	0%	13%	27%	26%			
		中国内地-铝	0%	不适用	不适用	不适用			
		香港特区-铝	50-60%	0%	6%	9%			
		台湾市场-铝	0%	0%	0%	3%			
		美国-铝	57%	72%	72%	72%			
	在2030年或以前，我们将回收与销量相等的空瓶或空罐	各市场经验证的PET及铝收集及回收率							
			请参阅太古可口可乐的《初级包装年度进度报告》				不适用	100%	相同(“天下无废”目标)
	在2030年或以前，确保所有二级及三级包装为100%可回收再生	所有二级包装在技术上可回收再生(是/否)	✗	✗	✗	✗	-	100%	不适用
		所有三级包装在技术上可回收再生(是/否)	✗	✗	✗	✗	-	100%	不适用
	在2030年或以前，确保回收到所有二级及三级包装	测量并于RA系统记录所有二级及三级包装量(是/否)	✓	✓	✓	✓	-	100%	不适用
		二级及三级包装的监管链是否透明(是/否)	✗	✗	✗	✗	-	100%	不适用

环境	我们的承诺与目标	关键绩效指标计量	2018 基准年	2021	进度 2022	2023	2025年 目标	2030年 目标	可口可乐 公司目标
		包装与废弃物							
	在2025年或以前，核心业务实现零废弃物堆填及焚化，并取得第三方认证	核心业务所产生的废弃物并运往堆填及焚化的比例(%)							
		中国内地	37%	25%	22%	22%	10%	5%	不适用
		香港特区	17%	14%	19%	19%			
		台湾市场	31%	6%	6%	16%			
		美国	5%	3%	3%	4%			
		取得废弃物零堆填及焚化认证的设施比例(%)	0%	0%	0%	3%	100%	100%	不适用
	在2030年或以前，代工厂将实现零废弃物堆填及焚化，并取得第三方认证	取得废弃物零堆填及焚化认证的代工厂设施比例(%)	0%	0%	0%	0%	-	100%	不适用
	与可口可乐公司合作，确保我们的本地产品标签设计包括： a) 技术上的可回收状况； b) 使用者指示；及 c) 再生物料比例(%)	标签符合要求(是/否)							
		中国内地	✗	✗	部分	部分	-	✓	不适用
		香港特区	✗	部分	部分	部分			
		台湾市场	✗	✗	部分	部分			
		美国	✗	✗	部分	部分			

产品	我们的承诺与目标	关键绩效指标计量	2018 基准年	2021	进度 2022	2023	2025年 目标	2030年 目标	可口可乐 公司目标	
		产品选择								
	在2025年或以前，每100毫升饮料的平均含糖量降低20%	每100毫升的平均含糖量(克)								
		中国内地	7.0	6.76	7.0	7.2	-	-	不同市场各异	
		香港特区	5.3	4.6	4.3	4.2				
		台湾市场	7.2	5.6	5.5	5.6				
		美国	6.3	5.5	5.1	5.4				
		低糖或无糖饮料销量比例(%)								
		中国内地	26%	30%	30%	29%				
		香港特区	47%	55%	58%	59%				
		台湾市场	27%	50%	46%	43%				
		美国	35%	42%	41%	41%				
	采购									
	在2025年或以前，确保所有关键农业材料来自经由第三方验证的可持续来源	关键农业材料的供应商遵守可口可乐公司的《可持续农业原则》	✓	✓	✓	✓	100%	100%		可口可乐公司运营要求

我们	我们的承诺与目标	关键绩效指标计量	2018 基准年	2021	进度 2022	2023	2025年 目标	2030年 目标	可口可乐 公司目标
		员工							
	零宗因工死亡事故	员工因工死亡事故	0	0	0	0	0	0	不适用
		承包商因工死亡事故	0	1	1	1			不适用
	在2030年或以前，总事故率减少50%	总事故率	2.15	1.79 (-17%)	1.72 (-20%)	1.72	1.6	1.1	不适用
	持续降低损失工时事故率	损失工时事故率	0.54	0.53	0.39	0.53	-	-	不适用
	在2030年或以前，女性担任经理及以上职位的比例达到50%	女性经理比例	26%	29.6%	30%	32%	39%	50%	不适用
	社区参与								
	在2025年或以前，员工每年义工服务时数达人均8小时	员工的人均义工服务时数(小时)	-	0.93	1.88	4.34	8	8	不适用
	在2025年或以前，划拨太古可口可乐年利润的1%支持企业社会责任基金	投资于企业社会责任基金的年利润比例(%)	0.5%	0.6%	0.6%	0.6%	1%	1%	不适用

## 注释：

\* 总用水量(立方米)用作计算水耗用率，可再生能源总用量(兆焦耳)用作计算中国内地、香港特区及台湾市场可再生能源占用电量的比例，德勤已就这两类数据提供有限保证。中国内地数据仅包含原有业务。美国数据包含全年。

<sup>^</sup> 可口可乐公司的水回馈量数据由安永独立审查。

<sup>1</sup> 2023年2月，中国生态环境部(MEE)发布了新的中国国家电网排放因子(每兆瓦时0.5703公吨二氧化碳)，并建议企业用以报告。2023年之前，我们使用的是中国区域电网因子，范围在每兆瓦时0.79至0.86公吨二氧化碳之间。由于区域电网因子已不会因中国内地电网的持续绿化而定期更新，今後我们将使用MEE电网因子。

<sup>2</sup> 八间CCBMH的瓶装厂原为我们的代工厂(因此过往被纳入我们的范围3排放)，于2023年完全归太古可口可乐所有。为确保年度数据的可比性，我们已更新自2018年起的范围1、2及3总排放量并将该等新收购业务排除在外。我们将会从2024年开始将其范围1及范围2排放纳入到我们的范围1及范围2排放量。

# 气候相关财务信息披露工作组建议

自2021年起，在汇报气候相关财务资讯时，我们参考气候相关财务资讯披露工作组(TCFD)的建议。该框架帮助我们考虑可能影响业务的气候相关风险及机遇，并说明我们识别及管理这类风险和机遇的方式。展望未来，我们将研究遵守国际财务报告准则可持续发展披露标准第S2条气候相关披露的新规定。

以下声明参照TCFD在四个范畴的建议编撰，分别为管治、策略、风险管理，以及指标与目标范畴。

## 管治

阐述机构在气候相关风险和机遇方面的管治情况。

- 太古公司董事局负有最终责任，并授权太古可口可乐的行政领导团队负责管理工作。
- 于考虑气候相关风险时，太古公司采用“三道防线”风险模型。该模型适用于所有运营公司，包括太古可口可乐：

- 第一道防线：**集团可持续发展办公室成立委员会及工作小组，负责制定集团层面的气候策略及政策，并监察表现
- 第二道防线：**专家风险管理委员会检讨及评估部门风险管理流程
- 第三道防线：**内部审计部门就内部监控、缓解及危机应对措施的成效提供额外意见

- 太古可口可乐的可持续发展策略及减碳活动的实施情况，由集团可持续发展职能部门及可持续发展工作组监督。
- 有关太古公司的气候相关管治详情，请参阅太古公司《2023年年报》及太古公司《2023年可持续发展报告》。

阐述管理层在评估和管理气候相关风险和机遇方面的角色。。

- 部门执行委员会负责决定及执行我们的可持续发展策略，并按季度检讨可持续发展表现，包括我们的温室气体绝对排放量及相关资讯。
- 我们的质量、安全、环境和可持续发展总经理每半年向高级管理层汇报可持续发展的最新进展，包括各项气候相关议题

请参阅“[可持续发展管治](#)”章节。

## 策略

阐述机构于短期、中期和长期已识别的气候相关风险和机遇。

- 在2023年，我们在太古集团的领导下，委聘外部顾问展开气候变化情景分析工作坊。我们针对中期(2030年前)及长期(2050年前)的高碳及低碳情景，评估可能对业务构成重大财务影响的六项主要气候相关实体及转型风险。在高碳情景(业务如常情景)中，我们假设不会出现更多气候政策，情景与RCP8.5相似，预测2100年前的温度上升超过3.8°C。至于低碳情景方面，我们参考国际能源署的净零排放及SSP1-2.6情景，以反映目前措施将本世纪结束前的全球温度增长限制在约1.8°C。下文说明该等风险及其影响，并介绍我们的相关缓解策略。

● 非常低 ● 低 ● 中 ● 高 ● 非常高

风险类别	风险	主要财务影响	潜在影响				缓解策略
			中期(2030年)		长期(2050年)		
			低碳	高碳	低碳	高碳	
实体风险 (迫切及长期)	极端温度损害员工健康，造成暑热疾病及影响经营能力	员工需要降温，他们的健康及安全也承受负面影响，引致成本增加及生产力下降	●	●	●	●	我们正推行局部空调系统及改善空调设备，并检讨高温工作的健康及安全程序。
	在水压力及早灾下，供应链运作受阻、生产流程被干扰、生产力下降及物流中断	产能减少及潜在供应链受阻，导致收益受损。同时，投入价格变动亦导致生产成本增加	●	●	●	●	我们的采购团队监察供应链的应对能力，并于有需要时缓解风险。关键供应商必须遵守《供应商指导原则》及《可持续农业原则》，以提高资源效益。我们也鼓励代工装瓶厂实施节约用水的措施。
	水压力及早灾影响资源流通及限制供应	投入价格变动使生产成本增加，资源稀缺使运营成本上升，而且为了缓解负面影响及作出适应能力的相关投资，我们的开支有所增加	●	●	●	●	我们对所有装瓶厂进行水源脆弱性评估及实施水源管理计划，并向独立专家取得认证。
转型风险 (市场)	消费者日益追求低碳产品，我们的产品及服务需求出现变化	由于消费者喜好改变，产品及服务的需求下降，而且收入组合及来源出现变动	●	●	●	●	我们已订立科学基础减碳目标，并与供应商合作追踪及减少排放。
转型风险 (政策及法规)	潜在漂绿指控及诉讼风险	罚款及判决导致运营成本增加（例如合规及法律成本上升），成本上涨，以及产品及服务需求下降	●	●	●	●	我们积极监察不断变化的监管规定。通过实施温室气体减排策略，我们可以减少政策变动风险及合规成本。我们遵守主要的国际可持续发展标准。我们亦公布高透明度的报告，并尽量安排第三方核实数据。
	范围3温室气体排放核算及报告的审查增加	在监管审查下，价值链受阻，导致成本增加。同时，市占率流失至更有效控制范围3温室气体排放的竞争对手	●	●	●	●	我们已审查范围3温室气体排放，并计划维持经认证的科学基础减量目标，以减少该类排放。我们每年在科学基础减量目标进度报告中汇报进展。

## 策略

阐述气候相关风险和机遇对机构业务、策略和财务规划造成的影响。

- 我们制定了气候相关目标及承诺，以管理有关方面的风险及发掘机遇(请参阅下文的“指标与目标”一节)，包括在改善能源及用水效益方面作出投资、定下在2026年前核心业务运营100%使用可再生电力的目标，以及定期检讨各运营场所的水源脆弱性评估及管理计划。
- 在2023年，我们试行内部碳定价机制，包括以超过若干投资门槛的策略性资本开支项目为试点，测试100美元/公吨二氧化碳当量的“影子”定价。我们亦研究订立碳费用，以加快减碳进程。

请参阅“[气候](#)”章节。

阐述机构策略的韧性，当中应考虑到各种不同的气候相关情景(包括气温上升2°C或低于2°C的情景)。

- 我们与太古公司合作，评估不同长期气候情景的影响、我们气候策略的稳健性，以及有关策略在执行过程中存在的不明朗因素。我们使用两个气候变化情景，测试我们业务及策略应对未来不同经营环境的能力。
- 太古公司使用的情景参考知名机构公布的多个气候情景，包括国际能源署、金融体系绿色发展网络(NGFS)及政府间气候变化专门委员会(IPCC)，并涵盖直至2030年及2050年的两个时间范围。
- 由于我们具备完善的缓解措施及强大的适应能力，我们将气候相关实体风险对全球资产的整体影响评为低至中等。我们的业务及可持续发展策略均能有效地控制转型风险。

## 风险管理

阐述机构识别及评估气候相关风险的流程。

- 我们使用企业风险管理系统，进行气候相关风险识别、分析及评定相关影响和脆弱性指标。
- 除了“策略”章节所述的气候情景分析外，我们也利用The Climate Service(现为S&P Global成员公司)开发的Climanomics工具，为我们价值最高的550项资产评估气候相关实体风险及机遇，当中考虑到IPCC采用的四项代表浓度途径(RCP 2.6、4.5、6及8.5)。有关详情，请参阅我们的《[2022年可持续发展报告](#)》。
- 我们亦参考IPCC共享社会经济途径SSP3-60及SSP3-45中的碳定价模型，以考虑碳定价相关转型风险的影响。

阐述机构管理气候相关风险的流程。

- 在订立行动方针时，我们参考[太古公司气候变化政策](#)及我们经认可的2030年科学基础减量目标。
- 我们已获得ISO环境管理体系(ISO14001)及能源管理体系(ISO 50001)认证。我们与外部顾问及清华大学建筑节能与可持续发展联合研究中心合作，以识别可提高能源效益的机遇及进行投资。
- 我们的业务持续运营计划涵盖极端天气事件，而所有运营场所均会进行水源脆弱性评估及实施水源管理计划，最少每五年检讨一次。我们正为该等评估及水源管理计划取得独立认证。
- 我们正在试行内部碳定价机制。

阐述机构如何将识别、评估和管理气候相关风险的流程纳入整体风险管理。

- 气候变化在我们的企业风险登记册中被列为十大风险之一，而识别和管理气候相关风险是我们企业风险管理体系的其中一环。

## 指标与目标

披露机构按其策略和风险管理流程，评估气候相关风险和机遇时所用的指标。

我们测量：

- 范围1、2及3温室气体排放量(公吨二氧化碳当量)
- 能源消耗量(吉焦耳)及强度(兆焦耳/公升)
- 我们经营场所的可再生电力总生产及采购量(千瓦时)
- 用水量(立方米)及强度(公升/公升)
- 初级、二级及三级包装使用量(公吨)
- 初级包装中的再生材料成分(%)

请参阅“[绩效表](#)”。

披露范围1、范围2和范围3(如适用)的温室气体排放量及相关风险。

请参阅“[气候](#)”章节及“[绩效表](#)”。

阐述机构在管理气候相关风险和机遇时所用的目标，以及对照目标的表现。

- 我们的原有市场订立了下列科学基础减量目标(已于2020年获科学基础减量目标倡议认可)：

- 在2030年前，核心业务(范围1和范围2)的温室气体排放量较2018年基准减少70%
- 在2030年前，价值链(范围1、范围2和范围3)的温室气体排放量较2018年基准减少30%

- 在2023年，我们的业务大幅扩充，但范围1和范围2温室气体排放量按年减少4%至349,161公吨二氧化碳当量。我们的价值链排放量约为394.5万公吨二氧化碳当量，较2018年基准上升18.8%(已计入我们出售权益的美国业务，并考虑到中国内地业务适用的电网排放因子出现重大变化)。有关我们原有市场的减碳进展详情，请参阅我们的《[2023年SBT进度报告](#)》。
- 在2024年，我们计划提交经修订的科学基础减量目标及取得认可，以反映新收购的业务。
- 我们致力于2026年前实现核心业务运营100%使用可再生电力的目标。在2023年，可再生能源占我们用电量的26%。



# 绩效表

## 环境绩效表

	单位	中国内地	香港特区	台湾市场	越南	柬埔寨	美国 (出售前)*	合计#	美国 (全年) <sup>†</sup>
<b>能源</b>									
<b>固定源头</b>									
柴油	兆焦耳	53,885	0	0	11,055,468	0	0	11,109,353	0
煤气	兆焦耳	0	58,496,536	0	0	0	0	58,496,536	0
天然气	兆焦耳	329,702,822	0	48,789,199	0	0	178,236,979	556,728,999	256,276,067
天然气—营销及配送中心	兆焦耳	0	0	0	0	0	37,724,123	37,724,123	54,982,528
液化石油气	兆焦耳	1,313,280	0	0	1,268,539	20,913,102	0	23,494,921	0
电力	兆焦耳	1,052,251,802	112,332,748	40,164,692	187,895,955	29,426,504	151,530,481	1,573,602,181	223,777,502
电力—营销及配送中心	兆焦耳	13,849,838	3,580,463	1,742,195	1,001,779	1,686,701	28,277,601	50,138,576	41,214,317
蒸气	兆焦耳	586,864,167	0	0	86,920,471	0	0	673,784,638	0
压缩空气—购入	兆焦耳	2,617,886	0	0	0	0	0	2,617,886	0
<b>移动源头</b>									
柴油	兆焦耳	109,531,766	34,314,960	21,792,794	0	23,172,800	192,389,915	381,202,235	289,400,493
汽油	兆焦耳	48,184,412	2,289,410	8,463,868	0	0	83,068,270	142,005,960	121,416,088
汽油—营销及配送中心	兆焦耳	0	0	0	0	2,475,995	0	2,475,995	0
<b>可再生能源</b>									
外购自公用事业机构	兆焦耳	471,600,054	0	0	0	0	0	471,600,054 <sup>(R)</sup>	0
厂区自行生产	兆焦耳	81,196,058	102,215 <sup>^</sup>	2,097,349	0	9,252,000	3,269,195	95,814,602 <sup>(R)</sup>	5,387,607
可再生能源的总发电量	兆焦耳	552,796,112	0	0	0	9,252,000	3,269,195	565,317,307	5,387,607
<b>总能源消耗 (不包括营销及配送中心)</b>	<b>兆焦耳</b>	<b>2,683,316,132</b>	<b>207,433,654</b>	<b>121,307,902</b>	<b>287,140,433</b>	<b>82,764,406</b>	<b>605,225,645</b>	<b>3,987,188,172<sup>(R)</sup></b>	<b>896,257,756</b>
<b>总能源消耗 (包括营销及配送中心)</b>	<b>兆焦耳</b>	<b>2,697,165,970</b>	<b>211,014,117</b>	<b>123,050,096</b>	<b>288,142,212</b>	<b>86,927,102</b>	<b>674,496,564</b>	<b>4,080,796,062</b>	<b>992,454,601</b>
<b>温室气体排放</b>									
<b>范围1—固定源头的直接温室气体排放</b>									
柴油	公吨	4	0	0	718	0	0	722	0
煤气	公吨	0	3,106	0	0	0	0	3,106	0
天然气	公吨	16,753	0	2,479	0	0	8,990	28,223	12,927
液化石油气	公吨	80	0	0	77	1,275	0	1,432	0
<b>范围1—移动源头的直接温室气体排放</b>									
柴油	公吨	7,118	2,341	1,416	0	1,506	13,648	26,030	20,530
汽油	公吨	2,901	175	510	0	0	5,831	9,417	8,523
<b>范围1—总直接温室气体排放</b>	<b>公吨</b>	<b>26,856</b>	<b>5,622</b>	<b>4,405</b>	<b>796</b>	<b>2,781</b>	<b>28,470</b>	<b>68,930</b>	<b>41,981</b>

	单位	中国内地	香港特区	台湾市场	越南	柬埔寨	美国 (出售前)*	合计#	美国 (全年) <sup>†</sup>
<b>温室气体排放</b>									
<b>范围1—制冷剂产生的逃逸性排放(不包括在验证范围内)</b>									
制冷剂	公吨	1,067	589	13	12	183	2,693	4,556	4,163
<b>范围1—营销中心和配送中心的直接温室气体排放(不包括在验证范围内)</b>									
天然气	公吨	0	0	0	0	0	1,903	1,903	2,773
汽油	公吨	0	0	0	0	149	0	149	0
柴油	公吨	0	0	0	0	998	0	998	0
<b>范围2—间接温室气体排放</b>									
蒸气	公吨	29,286	0	0	4,338	0	0	33,623	0
煤气	公吨	0	702	0	0	0	0	702	0
电力	公吨	166,694	12,169	5,523	29,466	3,263	14,568	231,683	21,533
压缩空气—购入	公吨	415	0	0	0	0	0	415	0
<b>范围2—总间接温室气体排放</b>	<b>公吨</b>	<b>196,395</b>	<b>12,871</b>	<b>5,523</b>	<b>33,803</b>	<b>3,263</b>	<b>14,568</b>	<b>266,423</b>	<b>21,533</b>
<b>范围2—营销中心和配送中心的间接温室气体排放(不包括在验证范围内)</b>									
电力	公吨	2,194	388	240	157	187	3,035	6,201	4,424
<b>总温室气体排放量 二氧化碳当量 (范围1及2,不包括制冷剂的 排放及营销和配送中心)</b>	<b>公吨</b>	<b>223,251</b>	<b>18,494</b>	<b>9,928</b>	<b>34,599</b>	<b>6,044</b>	<b>43,038</b>	<b>335,353<sup>(R)</sup></b>	<b>63,514</b>
<b>总温室气体排放量 二氧化碳当量 (范围1及2)(制冷剂、营销中 心和配送中心的排放不包括 在验证范围内)</b>	<b>公吨</b>	<b>226,512</b>	<b>19,471</b>	<b>10,180</b>	<b>34,768</b>	<b>7,561</b>	<b>50,669</b>	<b>349,161</b>	<b>74,875</b>
<b>水资源</b>									
总市政供水取水量	立方米	14,161,336	746,751	386,193	1,172,114	321,077	1,566,946	18,354,417	2,312,354
总地下水取水量	立方米	185,340	0	0	77,440	0	0	262,780	0
<b>总取水量</b>	<b>立方米</b>	<b>14,346,676</b>	<b>746,751</b>	<b>386,193</b>	<b>1,249,554</b>	<b>321,077</b>	<b>1,566,946</b>	<b>18,617,197<sup>(R)</sup></b>	<b>2,312,354</b>

### 注释:

<sup>^</sup> 上网电价。不计入总能源消耗。

\* 美国太古可口可乐的出售日期为2023年9月7日。美国(出售前)数据涵盖了销售日期之前的数据,该数字为按比例计算得出。

# 合计数据包括美国截至出售日(2023年9月7日)的数据。由于数字经四舍五入,所呈列的数字总和未必相等于合计数字。

<sup>†</sup> 美国的全年数据仅供比较之用。

<sup>(R)</sup> 表示可持续发展数据由德勤·关黄陈方会计师行验证。有关详情,请参阅“有限保证声明”。

## 环境绩效表

	单位	中国内地	香港特区	台湾市场	越南	柬埔寨	美国 (出售前)*	合计#	美国 (全年)†
<b>废弃物</b>									
回收—纸张/纸板箱	千克	2,472,359	266,540	95,941	184,243	63,231	1,336,567	4,418,880	1,926,908
回收—玻璃	千克	1,257,774	57,330	142,275	44,912	0	29,110	1,531,401	48,768
回收—瓶盖	千克	104,449	17,167	0	0	2,827	0	124,443	0
回收—塑料	千克	2,115,662	116,098	100,449	368,231	243,119	726,526	3,670,085	1,104,711
回收—金属	千克	3,698,067	121,526	37,017	63,429	5,392	121,430	4,046,861	187,262
回收—铝	千克	134,989	16,028	19,036	33,238	18,462	369,142	590,894	518,359
回收—PET	千克	1,617,682	113,263	29,962	0	0	302,518	2,063,425	496,154
回收—PE膜/收缩膜	千克	420,744	25,450	0	0	21,328	0	467,522	0
回收—木材/木板	千克	457,095	211,680	64,815	36,524	19,807	2,243,417	3,033,338	3,137,788
回收—淤泥	千克	4,654,225	20,519	171,640	938,171	0	0	5,784,555	0
回收—茶叶残渣	千克	547,202	646,490	0	0	0	0	1,193,692	0
回收—食物残渣	千克	619,441	0	2,201	0	3,467	0	625,110	0
回收—润滑油和油	升	2,325	6,150	3,383	47,472	600	14,427	74,357	21,062
回收—有害废弃物	千克	10,352	32,745	15,370	49,844	0	0	108,311	0
有害废弃物(液体)	升	32,499	600	177	23,611	0	0	56,887	18
有害废弃物(固体)	千克	77,360	0	0	19,537	0	0	96,897	0
商业/工业废弃物	公吨	2,393	377	129	313	87	184	3,483	283
废弃物—淤泥	公吨	2,591	0	0	220	88	0	2,899	0
<b>包装—初级包装</b>									
原生PET	公吨	215,172	2,762	8,537	17,017	2,238	9,031	254,758	13,186
生物PET	公吨	0	0	0	0	0	0	0	0
再生PET	公吨	0	1,789	118	2,366	79	3,221	7,573	4,703
新可回收玻璃瓶 S	公吨	1,951	56	0	0	0	0	2,007	0
一次性玻璃瓶 †	公吨	1,180	0	0	0	0	0	1,180	0
铝**	公吨	40,459	4,161	1,841	12,568	3,826	15,340	78,195	22,397
瓶盖—PP	公吨	0	0	0	0	0	1,281	1,281	1,871
瓶盖—HDPE	公吨	17,441	413	712	2,021	220	0	20,807	0
瓶盖—LDPE	公吨	0	29	0	0	0	0	29	0

	单位	中国内地	香港特区	台湾市场	越南	柬埔寨	美国 (出售前)*	合计#	美国 (全年)†
<b>包装—初级包装</b>									
无菌纤维包装	公吨	236	686	130	0	0	0	1,052	0
不锈钢皇冠盖	公吨	649	25	36	0	0	0	710	0
BIB袋	公吨	288	31	105	8	7	0	439	0
饮水机水桶—聚碳酸酯塑料	公吨	44	190	0	0	0	0	235	0
<b>初级包装—总重量</b>	<b>公吨</b>	<b>277,421</b>	<b>10,142</b>	<b>11,479</b>	<b>33,980</b>	<b>6,370</b>	<b>28,874</b>	<b>368,267</b>	<b>42,157</b>
<b>包装—二级包装</b>									
瓦楞纸箱、纸托盘###	公吨	39,811	4,349	4,911	7,779	0	10,824	67,675	15,803
BIB盒	公吨	1,984	168	666	139	36	0	2,992	0
贴标—OPP	公吨	3,297	52	50	0	28	292	3,719	426
套标—PETG	公吨	2,077	98	507	493	28	0	3,203	0
收缩薄膜	公吨	397	435	575	3,222	791	0	5,420	0
<b>二级包装—总重量</b>	<b>公吨</b>	<b>47,566</b>	<b>5,102</b>	<b>6,709</b>	<b>11,633</b>	<b>884</b>	<b>11,116</b>	<b>83,009</b>	<b>16,229</b>
<b>包装—三级包装</b>									
红色塑料箱	公吨	82	16	54	0	0	0	152	0
缠膜	公吨	4	67	44	554	62	105	836	153
<b>三级包装—总重量</b>	<b>公吨</b>	<b>86</b>	<b>83</b>	<b>98</b>	<b>554</b>	<b>62</b>	<b>105</b>	<b>988</b>	<b>153</b>

## 注释:

\* 美国太古可口可乐的出售日期为2023年9月7日。美国(出售前)数据涵盖了销售日期之前的数据,该数字为按比例计算得出。

# 合计数据包括美国截至出售日(2023年9月7日)的数据。由于数字经四舍五入,所呈列的数字总和未必相等于合计数字。

† 美国的全年数据仅供比较之用。

S 中国内地和香港特区的回收成分分别为51%和60%。

‡ 中国内地的回收成份为37%。

\*\* 中国内地、香港特区和台湾市场的回收成分分别为15%、9.4%及3.4%。美国的回收成份为72%(截至2023年9月7日)。

### 中国内地、香港特区、台湾市场和越南的回收成分分别为2%、28%、66%及83%。

## 社会绩效表

	总部	中国内地	香港特区	台湾市场	越南	柬埔寨	合计	美国(全年) <sup>†</sup>
<b>员工概况</b>								
按性别划分的长期员工人数								
男性	92	16,329	933	633	994	580	19,561	6,590
女性	90	8,028	349	252	420	262	9,401	1,474
<b>总长期员工人数</b>	<b>182</b>	<b>24,357</b>	<b>1,282</b>	<b>885</b>	<b>1,414</b>	<b>842</b>	<b>28,962</b>	<b>8,064</b>
按性别划分的临时及固定期限员工人数								
男性	3	0	11	50	3	0	67	6
女性	3	0	14	23	10	0	50	2
<b>总临时员工人数</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>73</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>117</b>	<b>8</b>
<b>总员工人数</b>	<b>188</b>	<b>24,357</b>	<b>1,307</b>	<b>958</b>	<b>1,427</b>	<b>842</b>	<b>29,079</b>	<b>8,072</b>
按年龄组别划分的员工人数								
30岁以下	22	3,788	232	120	256	226	4,644	2,058
30至50岁	116	18,620	751	626	1,064	589	21,766	4,190
50岁以上	50	1,949	324	212	107	27	2,669	1,824
按就业类别划分的员工人数 <sup>1</sup>								
一级-个人贡献者	66	18,625	987	784	1,093	774	22,329	7,047
二级-团队领袖	49	3,775	183	137	316	63	4,523	967
三级-运营管理层	42	1,899	134	35	14	3	2,127	49
四级-策略领导层	31	58	3	2	4	2	100	9
<b>性别平等</b>								
女性员工人数	93	8,028	363	275	430	262	9,451	1,476
女性员工百分比	49.5%	33.0%	27.8%	28.7%	30.1%	31.1%	32.5%	18.3%
按就业类别划分的长期员工人数								
一级-个人贡献者	61	18,625	962	711	1,080	774	22,213	7,039
二级-团队领袖	49	3,775	183	137	316	63	4,523	967
三级-运营管理层	42	1,899	134	35	14	3	2,127	49
四级-策略领导层	30	58	3	2	4	2	99	9
按就业类别划分的女性长期员工人数 <sup>2</sup>								
一级-个人贡献者	34	6,302	192	171	309	236	7,244	1,243
二级-团队领袖	31	1,156	83	65	106	25	1,466	211
三级-运营管理层	18	561	73	15	4	0	671	17
四级-策略领导层	7	9	1	1	1	1	20	3
按就业类别划分的女性长期员工比例 <sup>2</sup>								
一级-个人贡献者	55.7%	33.8%	20.0%	24.1%	28.6%	30.5%	32.6%	18%
二级-团队领袖	63.3%	30.6%	45.4%	47.4%	33.5%	39.7%	32.4%	22%
三级-运营管理层	42.9%	29.5%	54.5%	42.9%	28.6%	0.0%	31.5%	35%
四级-策略领导层	23.3%	15.5%	33.3%	50.0%	25.0%	50.0%	20.2%	33%
女性管理层所占的百分比	46.3%	30.1%	49.1%	46.6%	33.2%	38.2%	32.0% <sup>(R)</sup>	22.5%
<b>董事局成员人数(即部门执行委员会)<sup>3</sup></b>								
按性别划分								
男性	9	0	0	0	0	0	9	0
女性	2	0	0	0	0	0	2	0
按年龄组别划分								
30岁以下	0	0	0	0	0	0	0	0
30至50岁	3	0	0	0	0	0	3	0
50岁以上	8	0	0	0	0	0	8	0

	中国内地	香港特区	台湾市场	越南	柬埔寨	美国(出售前)*	合计 <sup>#</sup>	美国(全年) <sup>†</sup>
<b>安全</b>								
工作小时数	59,448,738	3,686,970	2,058,411	4,623,032	2,585,140	11,729,532	84,131,823	17,398,135
工伤导致的死亡事故								
员工	0	0	0	0	0	0	0 <sup>(R)</sup>	0
承包商	0	0	0	1	0	0	1 <sup>(R)</sup>	0
严重后果工伤的数量(不包括死亡)								
数量	0	0	0	0	0	0	0	0
比率	0	0	0	0	0	0	0	0
损失工时事故								
小时	54	7	4	1	2	115	183	146
比率	0.18	0.38	0.39	0.04	0.15	1.96	0.44 <sup>(R)</sup>	1.68
医疗事故								
数量	23	3	3	1	0	316	346	448
可记录工伤								
数量	77	10	7	2	2	431	529	594
比率	0.26	0.54	0.68	0.09	0.15	7.35	1.26	6.83
损失工作日								
数量	3,916	1,307	227	76	6	2,101	7,633	2,250
比率	13.17	70.90	22.06	3.29	0.46	35.82	18.15	26

	中国内地	香港特区	台湾市场	越南	柬埔寨	合计	美国(全年) <sup>†</sup>
<b>社区参与</b>							
现金捐款(港币)	694,782	0	900,000	不适用	不适用	1,594,782	14,392,646
慈善活动	208	47	14	不适用	不适用	269	不适用
义工服务总时数	127,832	9,239	3,724	不适用	不适用	140,795	9,015

### 注释:

\* 美国太古可口可乐的出售日期为2023年9月7日。美国(出售前)数据涵盖了销售日期之前的数据,该数字为按比例计算得出。

<sup>#</sup> 合计数据包括美国截至出售日(2023年9月7日)的数据。由于数字经四舍五入,所呈列的数字总和未必相等于合计数字。

<sup>†</sup> 美国的全年数据仅供比较之用。

<sup>1</sup> 合格列入第四职级的职位取决于持续进行的等级审核。

<sup>2</sup> 女性员工人数及比例仅指长期员工。

<sup>3</sup> 董事局成员人数仅指太古可口可乐部门执行委员会的成员。

<sup>(R)</sup> 表示可持续发展数据由德勤·关黄陈方会计师行验证。有关详情,请参阅“有限保证声明”。

# GRI 内容索引

太古可口可乐根据GRI标准汇报2023年1月1日至2023年12月31日期间的举措及表现。

披露编号	本报告内的有关章节或其他说明	
GRI 2: 一般揭露 2021		
1. 组织及报导实践		
2-1	组织详细资讯	关于本报告 关于太古可口可乐
2-2	组织可持续发展报告中包含的实体	关于本报告 《报告方法》
2-3	报告期、频率及联络人	关于本报告  我们的可持续发展报告期与财务报告期一致。 本报告于2024年6月3日发表。
2-4	资讯重编	《报告方法》 《2023年SBT进度报告》  在适用情况下,本报告将注明资讯经重编。
2-5	外部保证	关于本报告 有限保证声明
2. 活动与工作		
2-6	活动、价值链和其他商业关系	关于太古可口可乐 可持续发展管理—首次进军东南亚 可持续发展管理—价值链的影响 采购
2-7	员工	关于太古可口可乐 绩效表  未能提供的资料:我们未有汇报按全职、兼职或非保证工时员工划分的资料。
2-8	员工以外的工作者	未能提供的资料:我们未有披露由太古可口可乐管辖的非员工人员资料,原因是他们不属于重大的员工类别。

披露编号	本报告内的有关章节或其他说明	
3. 管治		
2-9	管治结构及组成	可持续发展管理—可持续发展管治  太古公司《2023年年报》
2-10	最高管治单位的提名与遴选	太古公司《2023年年报》
2-11	最高管治单位的主席	我们最高管治单位(即太古公司董事局)的主席并非太古可口可乐的高层人员。
2-12	最高管治单位在管理影响方面的监督角色	可持续发展管理—可持续发展管治  太古公司《2023年可持续发展报告》
2-13	为管理影响的责任授权	可持续发展管理—可持续发展管治  太古可口可乐的主席也是太古公司的董事,并负责可持续发展策略。向太古公司提交的绩效报告(如季度部门环境报告)经由我们的总裁审批。
2-14	最高管治机构在可持续发展报告中的角色	本报告由部门执行委员会成员审阅,他们积极管理我们的可持续发展方针。
2-15	利益冲突	太古公司《2023年年报》
2-16	就关键事件的沟通	可持续发展管理—可持续发展管治  保密限制:太古可口可乐认为关键事件需要保密,而且不会公开披露。
2-17	最高管治单位的群体知识	太古公司《2023年年报》
2-18	最高治理单位的绩效评估	太古公司《2023年年报》
2-19	薪酬政策	太古公司《2023年年报》
2-20	决定薪酬的流程	太古公司《2023年年报》
2-21	年度总薪酬比率	未能提供的资料:我们没有追踪集团层面的该类资料。

披露编号	本报告内的有关章节或其他说明	
4. 策略、政策与实践		
2-22	关于可持续发展策略的声明	总裁寄语
2-23	政策承诺	可持续发展管理—可持续发展管治 员工—我们的方针  太古可口可乐的可持续发展政策由太古可口可乐及太古公司的高级管理层批准,其中可能包括最高层的成员。
2-24	纳入政策承诺	可持续发展管理—可持续发展管治
2-25	补救负面影响程序	可持续发展管理—可持续发展管治
2-26	寻求建议和提出疑虑的机制	可持续发展管理—可持续发展管治
2-27	法规遵循	于报告期,概无严重违反法例及法规,或支付罚款的个案。
2-28	协会的成员资格	太古公司《2023年可持续发展报告》—外部倡议、约章及成员
5. 持份者参与		
2-29	持份者参与的方法	可持续发展管理—关键议题的重要性评估方针
2-30	集体谈判协议	尽管香港特区并无订立工会集体谈判的法律框架,但香港太古可口可乐欢迎工会与其讨论有关事宜。于中国内地,我们一般需要与正式的工会沟通。
GRI 3: 重大议题 2021		
3-1	决定重大议题的流程	可持续发展管理—关键议题的重要性评估方针
3-2	重大议题列表	可持续发展管理—关键议题的重要性评估方针
气候变化及温室气体排放		
GRI 3: 重大议题 2021		
3-3	重大议题管理	可持续发展管理—关键议题的重要性评估方针 气候  《2022年可持续发展报告》—关键议题的重要性评估方针  我们的可持续发展工作小组及集团质量、安全、环境和可持续发展团队负责追踪实施科学基础减量目标及计划的表现,于各个市场推动减排工作。我们会向领导团队提交定期报告。  在订立行动方针时,我们遵循太古公司的气候变化政策及碳补偿政策,并将气候变化纳入企业风险登记册。

披露编号	本报告内的有关章节或其他说明	
GRI 302: 能源 2016		
302-1	组织内部的能源消耗量	气候 绩效表 《报告方法》
302-3	能源强度	气候
GRI 305: 排放 2016		
305-1	直接(范围一)温室气体排放	绩效表 《2023年SBT进度报告》
305-2	能源间接(范围二)温室气体排放	绩效表 《2023年SBT进度报告》
水资源管理		
GRI 3: 重大议题 2021		
3-3	重大议题管理	可持续发展管理 水资源  《2022年可持续发展报告》—关键议题的重要性评估方针  我们的可持续发展工作小组及集团质量、安全、环境和可持续发展团队负责追踪水资源绩效指标,并与整个集团分享最佳实践。我们会向领导团队提交定期报告。  在订立整体方针时,我们遵循太古公司的可持续水资源政策及可口可乐公司的水资源可持续发展标准,与水资源管理联盟的原则保持一致。此外,我们亦参考了可口可乐公司的2030年水安全策略。
GRI 303: 水与放流水 2018		
303-1	共享水资源之相互影响	可持续发展管理—关键议题的重要性评估方针 可持续发展管理—价值链的影响 水资源
303-2	与排水相关影响的管理	水资源
303-3	取水量	绩效表 《报告方法》
303-5	耗水量	绩效表 《报告方法》  我们假设耗水量(按照GRI定义)相等于生产量。

披露编号	本报告内的有关章节或其他说明	
包装与废弃物		
GRI 3: 重大议题 2021		
3-3	重大议题管理	<p>可持续发展管理 包装与废弃物</p> <p>《2022年可持续发展报告》—关键议题的重要性评估方针</p> <p>我们有关包装与废弃物的整体管理方针已融入集团层面的可持续发展管治架构。</p>
GRI 301: 物料 2016		
301-1	所用物料的重量或体积	包装与废弃物 绩效表
301-2	使用回收再利用的物料	包装与废弃物 关键目标和指标
GRI 306: 废弃物 2020		
306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响	可持续发展管理—价值链的影响 包装与废弃物
306-2	管理与废弃物相关的重大影响	<p>可持续发展管理—价值链的影响 包装与废弃物 《报告方法》</p> <p>《2022年可持续发展报告》—关键议题的重要性评估方针</p> <p>在每季,各市场的相关负责人会将按类别划分的废弃物数据上传至我们的内部数据收集平台。</p>
306-3	产生的废弃物	包装与废弃物 绩效表
306-4	从处置中转移的废弃物	包装与废弃物 所有有害废弃物的处置方式与本地法规一致。
306-5	直接处置的废弃物	包装与废弃物 所有有害废弃物的处置方式与本地法规一致。

披露编号	本报告内的有关章节或其他说明	
减少糖分		
GRI 3: 重大议题 2021		
3-3	重大议题管理	<p>可持续发展管理 产品选择</p> <p>《2022年可持续发展报告》—关键议题的重要性评估方针</p> <p>我们的公共事务及传讯团队负责监督与减糖工作相关的数据管理,而销售及营销团队与可口可乐公司合作统筹策略的执行工作。</p>
负责任的生产及营销		
GRI 3: 重大议题 2021		
3-3	重大议题管理	<p>可持续发展管理 产品选择</p> <p>《2022年可持续发展报告》—关键议题的重要性评估方针</p> <p>装瓶厂的公共事务及传讯团队各自监督实施负责任营销的方式,包括就相关要求培训。我们的工作与可口可乐公司的《负责任营销政策》及《全球学校饮料政策》保持一致。在酒精饮料方面,我们遵守适用法例及可口可乐公司的《酒精饮料的负责任营销政策》。</p> <p>质量、安全和环境及采购团队管理我们实施负责任的生产方式,确保生产流程符合贯穿整个价值链的品质及安全标准。我们审查生产现场的状况及配送过程,并通过定期的审核程序确保符合既定标准。此外,因应对产品安全的关注与日俱增,我们开展相关培训、为厂房续领 FSSC 22000 食品安全认证,并达致业界最高标准。</p>
GRI 417: 营销与标示 2016		
417-1	产品和服务资讯与标示的要求	产品选择 我们的产品资讯及标示流程覆盖100%的重大产品类别,并据此评估产品的合规程度。
417-2	未遵循产品与服务资讯与标示相关法规的事件	我们未有发现任何严重违反产品资讯及标示法规及/或自愿性守则的个案。
417-3	未遵循营销传播相关法规的事件	我们未有发现任何严重违反营销传播法规及/或自愿性守则的个案。

披露编号		本报告内的有关章节或其他说明
符合道德及可持续的采购		
GRI 3: 重大议题 2021		
3-3	重大议题管理	可持续发展管理 采购  《2022年可持续发展报告》—关键议题的重要性评估方针
GRI 308: 供应商环境评估 2016		
308-1	使用环境标准筛选新供应商	采购  可口可乐公司要求所有新加入的关键供应商接受供应指导原则或《可持续农业原则》的合规审查, 当中会考虑供应商的环境绩效。
GRI 414: 供应商社会评估 2016		
414-1	使用社会标准筛选新供应商	采购  可口可乐公司要求所有新加入的关键供应商接受供应商指导原则或《可持续农业原则》的合规审查, 当中会考虑供应商的社会绩效。
安全		
GRI 3: 重大议题 2021		
3-3	重大议题管理	可持续发展管理 员工  《2022年可持续发展报告》—关键议题的重要性评估方针
GRI 403: 职业健康与安全 2018		
403-1	职业安全卫生管理系统	员工
403-2	危害辨识、风险评估及事故调查	员工
403-3	职业健康服务	员工
403-4	有关职业安全卫生之工作者参与、咨询与沟通	员工
403-5	有关职业安全卫生之工作者训练	员工
403-7	预防和减缓与业务关系直接相关联之职业安全卫生影响	员工
403-8	职业安全卫生管理系统所涵盖之工作者	100%的装瓶厂已获得ISO 45001安全管理体系认证。
403-9	职业伤害	员工 绩效表 《报告方法》

披露编号		本报告内的有关章节或其他说明
员工赋能		
GRI 3: 重大议题 2021		
3-3	重大议题管理	可持续发展管理 员工  《2022年可持续发展报告》—关键议题的重要性评估方针
GRI 404: 培训与教育 2016		
404-1	每名员工每年接受培训的平均时数	太古公司《2023年可持续发展报告》
404-2	提升员工职能及过渡协助方案	员工
GRI 405: 多元化与平等机会 2016		
405-1	管治单位与员工多元化	绩效表
社区参与		
GRI 3: 重大议题 2021		
3-3	重大议题管理	可持续发展管理 社区  《2022年可持续发展报告》—关键议题的重要性评估方针  我们的集团企业传讯团队负责推行企业社会责任政策, 并每两年进行检讨, 以识别需要改善的领域。区域公共事务及传讯团队则运用当地专业知识, 负责分配、管理及汇报各个市场的企业社会责任基金使用情况。我们的区域团队亦会筹办及管理义工活动, 并物色合适的地方政府及非政府组织合作伙伴。
GRI 413: 当地社区 2016		
413-1	经当地社区沟通、评估影响和发展计划的运营活动	我们于各市场推行本地社区参与计划。
管治及经济影响		
GRI 3: 重大议题 2021		
3-3	重大议题管理	可持续发展管理
GRI 205: 反贪腐 2016		
205-3	已确认的贪腐事件及采取的行动	于报告期, 概无已确认的贪污个案。

# 独立鉴证报告




德勤·关黄陈方会计师事务所  
香港金鐘道88號  
太古廣場一座35樓  
電話: +852 2852 1600  
傳真: +852 2541 1911  
電子郵件: enquiry@deloitte.com.hk  
www.deloitte.com/cn

## 独立鉴证报告

致：太古可口可乐有限公司董事局

我们受太古可口可乐有限公司（「贵公司」）董事局委托，对贵公司截至二零二三年十二月三十一日止年度的可持续发展报告（「二零二三年可持续发展报告」）中以下选定的可持续发展资料（「选定资料」），执行了有限保证的鉴证工作。

### 选定资料

选定资料如下：

#### 环境绩效

1. 总能源消耗（不包括营销及配送中心）
2. 总温室气体排放量（二氧化碳当量）（范围1及2，不包括制冷剂的排放及营销和配送中心）
3. 总取水量 - 市政供水和地下水
4. 可再生能源 - 外购自公用事业机构
5. 可再生能源 - 厂区自行生产

#### 社会绩效

1. 工伤导致的死亡事故（员工）
2. 工伤导致的死亡事故（承包商）
3. 损失工时事故率

#### 多元化与共融

1. 女性管理层所占的百分比

选定资料以 [R] 标示并载列于本报告附录 I 之选定资料表中。

#### 标准

贵公司采用载于二零二三年可持续发展报告中「报告准则和报告范围」章节内之标准（「标准」）编制选定资料。

INspire HK  
躍動香港

## 我们的独立性和质量控制

我们已遵守国际会计师道德准则理事会颁布的《专业会计师道德守则》中对独立性及其他职业道德的要求，有关要求基于诚信、客观、专业胜任能力和应有的审慎、保密及专业行为的基本原则而制定。

我们应用《国际质量管理准则第1号 - 会计师事务所层面的质素管理》，并保有一个全面的质量控制制度，包括制定与遵守职业道德要求、专业准则以及适用的法律及监管要求相关的政策和程序。

## 责任

德勤·关黄陈方会计师行

我们的责任是根据我们签订的工作条款，执行相应的独立鉴证工作，就选定资料对贵公司董事局发表有限保证结论。本报告乃为贵公司董事局而编制并仅供其使用，除此之外不得作为其他用途。我们不会就本报告的内容向任何其他人士负上或承担任何责任。

太古可口可乐有限公司

贵公司的董事有责任根据标准编制选定资料。此责任包括设计、实施和维护与编制和准备选定资料有关的内部控制，运用恰当的基准准备资料，作出合理的估算，及确保选定资料的准确性及完整性。

## 鉴证准则

我们根据国际审计与鉴证准则理事会颁布的《国际鉴证业务准则第3000号（修订）历史财务信息的审计或审阅以外的鉴证业务》，以及《国际鉴证业务准则第3410号温室气体排放声明的鉴证业务》（「鉴证准则」）的规定，执行鉴证工作。

鉴证准则要求我们遵守职业道德要求，及计划和实施鉴证工作，以就是否发现任何事项使我们相信选定资料在所有重大方面未有按照「标准」编制取得有限保证。

## 目的

我们执行各鉴证程序的目的是评核选定资料是否在所有重大方面按照「标准」编制。

## 已实施的鉴证程序

我们所实施的鉴证程序仅限于以下方面：

- 访谈参与提供贵公司二零二三年可持续发展报告中选定资料的管理层及部门人员；
- 于贵公司的集团及子公司层面对文档类证据进行抽样测试；
- 实施分析性程序；及
- 重新计算。



对于贵公司二零二三年可持续发展报告中包含的其他资料，我们未有为此实施任何鉴证程序。此外，我们的鉴证工作并不包括对贵公司的内部控制的有效性发表任何意见。

于有限保证的鉴证业务中所执行的程序在性质和时间上，与合理保证的鉴证业务有所不同，且其范围小于合理保证的鉴证业务范围。因而有限保证的鉴证业务所取得的保证程度远低于合理保证的鉴证业务中应取得的保证程度。

#### 固有限制

由于考虑、计算、抽样及估算选定资料的性质及方法有所不同，非财务表现资料（包括选定资料），比财务资料受较多的固有限制影响。这可能会重大地影响其可比性。选定资料的相关性、重大性及准确性的定性理解受个别的假设及判断影响。

#### 其他事项

太古可口可乐于二零二三年九月七日出售了美国太古可口可乐。我们为太古可口可乐鉴证截至二零二三年十二月三十一日止的选定资料，其中有关美国太古可口可乐的数据只包括直至出售日期前的业务数据，并已于本鉴证报告的附录页及可持续发展报告 64 页的绩效表中列明。为加强数据指标性及比较性，太古可口可乐已于绩效表额外新增一栏披露美国太古可口可乐的数据。我们并没有对该栏中有关美国太古可口可乐全年数据提供鉴证服务。

#### 鉴证结论

基于我们已实施的程序以及取得的证据，我们未有发现任何事项使我们相信贵公司选定资料在所有重大方面未有按照标准编制。



德勤·关黄陈方会计师行  
执业会计师  
香港

二零二四年五月三十日

#### 附录 I - 选定资料表

环境绩效			
	单位	总体合计	
总能源消耗（不包括营销及配送中心）	兆焦耳	3,987,188,172	R
总温室气体排放量（二氧化碳当量）（范围 1 及 2，不包括制冷剂的排放及营销和配送中心）	公吨	335,353	R
总取水量 - 市政供水和地下水	立方米	18,617,197	R
可再生能源 - 外购自公用事业机构	兆焦耳	471,600,054	R
可再生能源 - 厂区自行生产	兆焦耳	95,814,602	R
社会绩效			
工伤导致的死亡事故（员工）		0	R
工伤导致的死亡事故（承包商）		1	R
损失工时事故率		0.44	R
多元化与共融			
女性管理层所占的百分比	%	32*	R

备注：

R. 表示此可持续发展数据已由德勤·关黄陈方会计师行作出独立有限保证鉴证。相关数据只包含美国太古可口可乐于二零二三年九月七日出售前的数据。

\*. 表示该可持续发展数据不包含美国太古可口可乐的全年数据。