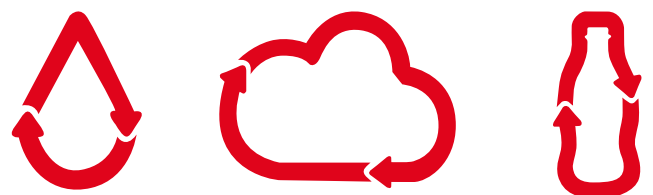




2007年可持续发展报告



可口可乐公司 太平洋集团



尊敬的读者：

可口可乐中国系统是中国社会的一份子，也是我们公司经营所在社区的一份子，这其中拥有3.3万名直属员工，37家生产厂，900家地方销售中心，150万客户，数千万跨越各个年龄层和不同职业的饮用我们饮料的消费者，还有为我们生产饮料和经营企业提供原料和服务的庞大的供应商网络，以及超过20家市级或省级的国有企业作为各地装瓶生产业务利益相关方。

这是我们的荣幸，同时这也意味着责任——我们有责任为我们生活、工作、经营所在的社区创建一个可持续的未来。这个责任是我们企业文化和价值观的不可分割的组成部分。

我们在生产经营中努力成为负责任的企业，同时也积极回应社区的需求，利用我们的时间和资源，为社区带来有意义的影响。有时这些需求是非常紧迫的。在编写本报告的过程中，四川地震给我们带来了巨大的悲痛，而我们在震区中的员工、工厂和社区项目也受到了影响。面对地震，我们立即做出反应，捐赠款物迅速到位，并且为灾民和救援人员持续提供饮用水。目前，我们正制定计划，希望为灾区重建工作做出我们的贡献。

这份《可持续发展报告》以“工作场所”、“市场”、“环境”和“社区”这四大领域为主轴，总结了我们在2007年履行企业责任的各种举措。这是我们针对在华业务编写的第二份可持续发展报告。我们希望，您可以从中获得信息、了解我们的努力，同时也看到我们在2007年所取得的进步。

包逸秋

可口可乐太平洋集团副总裁

目录

公司简介	2
框架和原则	6
利益相关方参与	8
绩效亮点	10
创造良好工作环境	12
引领市场推陈出新	18
保护环境	22
支持社区持续发展	30
我们对奥林匹克运动的支持	34
GRI索引	36
术语表	37

报告范围

业务实体

本《可持续发展报告》涵盖了“可口可乐中国”¹在中国大陆、香港、澳门和台湾的业务或活动。除非另有说明，本报告中的数据反映的是三个主要实体²，它们均由可口可乐公司及其代表不同业务结构的子公司所拥有，其中包括一个在此前的报告中由合作伙伴所有的装瓶合作伙伴（见第3页：可口可乐中国实业有限公司CCCCIL）。

凡是全球业务范围的内容，都使用**可口可乐公司**指称。

我们与**装瓶合作伙伴**紧密合作，因此本可持续发展报告中将介绍很多我们的合作项目，有关这方面的信息，我们使用“**可口可乐中国系统**”以代表可口可乐中国的实体以及我们的装瓶合作伙伴。

¹ “可口可乐中国”并非一个法律实体。此处使用这一名称是为了以更简便地方式介绍可口可乐公司拥有或最终经营的所有实体。

² 详细介绍，请参照第3页。

尊敬的读者：

可持续发展并不是孤芳自赏。可口可乐中国系统努力为我们的影响承担责任，改善我们的社会和环境绩效，为构建和谐和谐社会做出贡献，在这条道路上，我们不可能，也不会是独自前行的。

对我们来说，促进可持续发展就是促使大家共同进步，一步一个脚印，逐步向前。这样，我们就能与合作伙伴、员工、同行、民间团体、政府部门以及其他利益相关方一道，共同进步。我们相信，承担责任首先要从自身做起。最好的方式就是用事实树立典范，首先改善我们自身经营的绩效，然后才能让他入效仿。

过去一年，我们不断进步，尤其关注环境问题。我被一系列大大小小的事例所鼓舞。比如，我们可口可乐中国系统的一家装瓶生产厂积极动员了十几家供应商参与碳抵消项目；又如，可口可乐公司主席、前任首席执行官聂奕德发表全球演讲，倡议食品和饮料行业的其他企业加入可口可乐公司的行列，推广使用有利于环境的自然制冷技术。

此外，我们还继续评估我们可持续发展绩效的其他方面。在全球范围内，我们已经更新了商业规范和政策，以适应行业环境和可持续发展的新变化。在中国，我们加强了工作场所的管理和监督力度，帮助装瓶合作伙伴和供应商更好地了解并达到我们的要求。

但是，无论哪个领域，我们需要做的还有很多，尤其是要实现我们制定的宏伟目标。采取这种发布报告的方式就是希望与外部各方进行公开的对话，因此我们热切地欢迎您加入我们的行列，提出您的问题、意见和反馈。



戴嘉舜

可口可乐公司中国区总裁



工作场所数据 涵盖可口可乐中国全部实体的情况。此外我们还提供信息，反映供应商的合规评估情况。

环境数据 涵盖可口可乐中国系统中的35个装瓶生产厂，包括由独立装瓶合作伙伴运营的工厂，以及两个浓缩液生产厂。

时间跨度

全部数据涵盖2007年全年，具体日期截止至2007年12月31日。本可持续发展报告出版于2008年7月，此前我们曾于2007年10月出版了《2006年企业责任报告》。2007年启动的几项活动到2008年初才宣布，

但是与我们的社会和环境影响密切相关，因此本可持续发展报告也提到了2008年上半年的一些重要进展。

格式

本可持续发展报告的撰写遵循全球报告倡议组织（GRI）的《可持续发展报告指南》（第三版）（G3），对此本报告第36页附有一份《引用内容索引》。可口可乐公司于2006年3月签署《联合国全球契约》，并使用契约中的原则指导我们的报告。我们使用内部确认程序确保数据真实可靠，具体程序包括评估定性、定量表述和数据计算的精确性。

公司简介

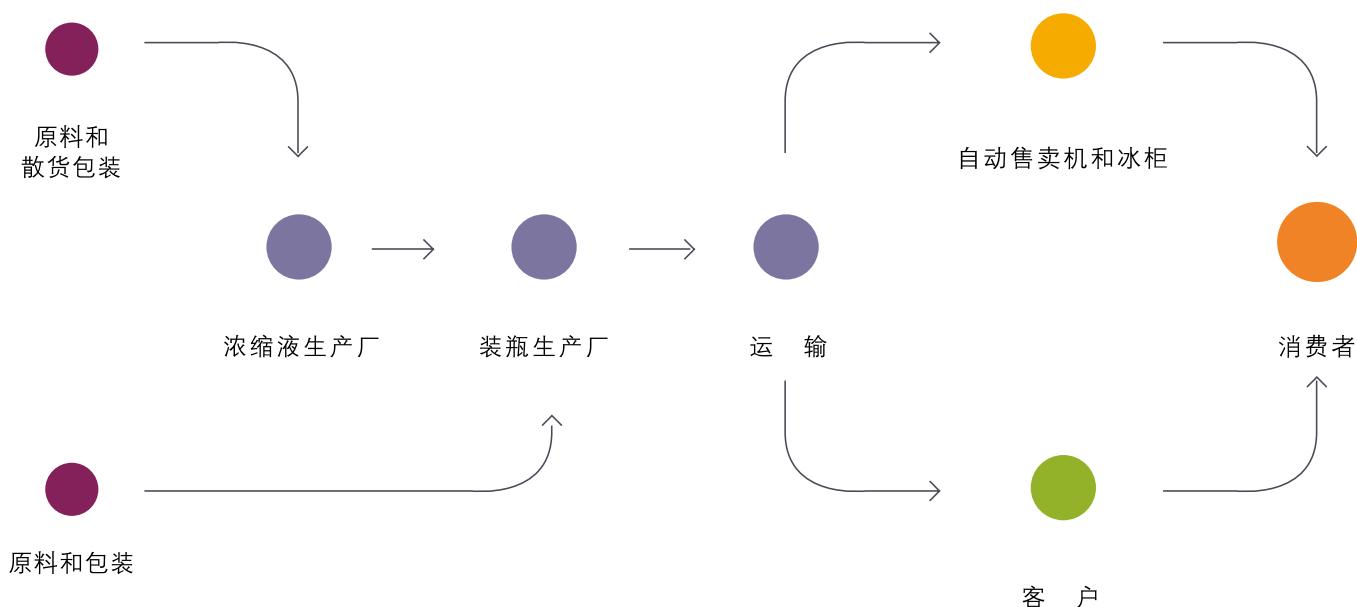
1927年，可口可乐公司首次进入中国，分别在上海和天津设立了一家装瓶生产厂，属于可口可乐公司的首批国际生产厂。1979年再次进入中国以后，可口可乐公司的业务飞速增长，这主要得益于我们的模式。该模式支持中国本土企业的发展，包括1万多家分销商，6.5万多家批发商，以及150万多家客户。

2007年，中国是可口可乐公司全球第四大市场。而且，随着我们在中国的业务扩展，我们也希望能够进一步促进在我们价值链中的中国本土企业的发展。这些企业发挥了重要的作用，帮助我们为中国各地消费者提供超过25种不同的饮品（见第19页），满足他们怡神畅爽和解渴补水的需求。

我们的业务模式

与很多消费者想的不一样，其实可口可乐公司一般并不直接生产可直接饮用的饮料。我们将浓缩液和糖浆销售给装瓶公司——即我们的“装瓶合作伙伴”——并授权他们使用这些原料生产我们的系列饮料。我们的装瓶合作伙伴独立发展当地市场，将这些饮料供应给我们的客户，包括食品店、零售商、超市、餐厅以及其他企业。与此同时，我们的客户又帮助我们将饮料提供给我们遍布中国的消费者。

生产和销售过程



在华运营情况（参见第4页图表）

本可持续发展报告描述了可口可乐中国的运营情况。可口可乐中国包括很多的法律实体和子公司，都由可口可乐公司多数控股或直接运营。根据管理机制，我们将其分成三个主要的运营部门：

- **中国业务部**，包括可口可乐（中国）饮料有限公司、可口可乐中国有限公司、可口可乐远东有限公司，还涵盖我们的办事处和浓缩液生产厂。
- **可口可乐中国实业有限公司（CCCIL）**，是一家装瓶合作伙伴，2006年底从嘉里集团购得，此后即全面纳入可口可乐公司的管治和可持续发展框架内。
- **可口可乐装瓶商生产(东莞)有限公司（CCBM东莞）**，一家生产不含气饮料的装瓶合作伙伴，可口可乐公司³全资拥有并在2007年运营该厂，2008年初将多数控股权和管理职能让与其他装瓶合作伙伴。

中国业务部在我们位于上海的总部及其他主要城市的办事处工作，管理我们的系列饮料，监控工作场所、环境和质量标准。我们还负责管理两家浓缩液厂的运营，向我们的装瓶合作伙伴销售浓缩液和糖浆。

中国业务部和我们的装瓶合作伙伴总体称为可口可乐中国系统，该系统是一个整体经营体系，但是并非一个单一的法律或管理实体。其中，有些装瓶合作伙伴由可口可乐公司³拥有，其他的则是由我们的合作伙伴所主要拥有并管理运营。2007年可口可乐公司³也管理着两家拥有少数股份的装瓶公司。

可口可乐中国系统总共包括7家装瓶合作伙伴，其中三家最大的合作伙伴起到装瓶集团的作用，拥有并经营多家装瓶子公司。这7家装瓶合作伙伴包含32家装瓶公司，注册地遍布中国大陆、香港和台湾。

这些装瓶公司通常情况下包含中国本土企业的投资，他们负责各地的营销网络和一家或多家装瓶生产厂的经营。可口可乐中国系统包括35家装瓶生产厂。此外，由于满足消费者需求的季节性增长等原因，有些装瓶合作伙伴也在厂区以外的地方经营分支生产线。例如CCBM东莞在其租用的工厂中就拥有5条分支生产线。

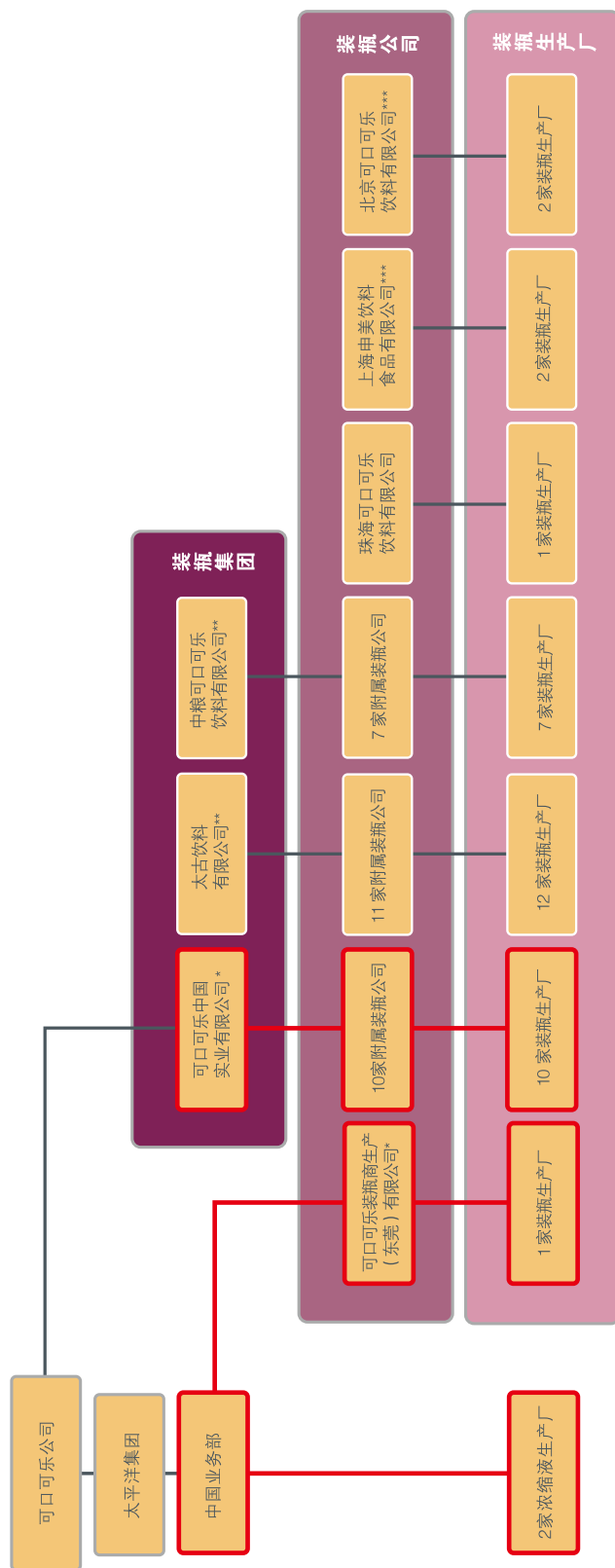
2007年的发展

2007年多家装瓶公司的所有制结构发生了变化，三家装瓶公司现在由新的资方运营。CCCIL将其位于青岛（60%）和济南（60%）的装瓶公司的股份转让给中粮可口可乐饮料有限公司（中粮饮料），同时从中粮饮料获得吉林（100%）一家装瓶公司的全部股份以及另外5家装瓶公司的少数股份。作为该协议的一部分，中粮饮料将于2008年底获得CCCIL北京装瓶公司40%的股份。

³ 股份由一家可口可乐公司最终拥有的子公司持有。

可口可乐中国系统

截至2007年12月31日



用红色边框圈出的实体在本报告中被称为可口可乐中国

* 股份由可口可乐公司旗下的全资附属子公司持有

** 可口可乐公司及其附属公司持有该装瓶集团的少数股份（参见第5页），但不参与该集团的运营管理。

*** 可口可乐公司及其附属子公司持有该装瓶公司40%的股份，并通过合同参与该公司的运营管理

工厂位置



装瓶集团概况

	太古饮料有限公司	中粮可口可乐饮料有限公司	可口可乐中国实业有限公司
所有权	太古公司: 87.5% 可口可乐公司 ⁴ : 12.5%	中粮集团: 65% 可口可乐公司 ⁴ : 35%	可口可乐公司 ⁴ : 89.5% 嘉里集团: 10.5%
历史	太古公司是香港领先的上市公司，在亚太地区的业务包括：房地产、航空、饮料、船务和贸易。太古公司在1965年取得了可口可乐公司香港的装瓶专利，开始了双方的合作关系。	中粮集团有限公司是中国最大的食品生产商之一，也是领先的粮油食品进出口公司。中粮集团于1979年开始在中国国内市场销售进口的可口可乐饮料，并于1981年在可口可乐公司的帮助下建立了中粮集团旗下的中国首家装瓶生产厂。	嘉里集团是香港在酒店管理、房地产开发和物流领域的专业集团。1993年合资装瓶集团嘉里饮料有限公司，由嘉里集团与可口可乐公司共同建立，2006年其所有权从嘉里集团让渡给可口可乐公司，成为了现在的可口可乐中国实业有限公司。
地域	服务香港、台湾以及中国大陆的7个省份	服务中国大陆的14个省份和地区	服务中国大陆的9个省份和地区

⁴ 股份由一家可口可乐公司最终拥有的子公司持有。

框架和原则

内部框架

以“**行动宣言**”为基础，我们构建各项业务，主要分五大领域，确保各领域的平衡，以实现可持续发展。这五大领域分别是：

- **员工**：创造优越的工作环境，激发员工潜能，帮助他们最好的发展
- **产品**：为世界提供一系列的饮料品牌，预见并满足人们的需求
- **合作伙伴**：促进与合作伙伴的双赢网络，建立双方互信
- **地球**：做一个负责任的世界公民，通过建立和支持可持续发展社区，作出贡献
- **利润**：关注我们整体责任，同时也为股东创造最大的利益

“可口可乐框架中的企业公民”

（Citizenship@Coca-Cola）确立的原则指导我们的全球可口可乐系统在工作场所、市场、环境和社区等四个领域的活动。这四大支柱领域是本可持续发展报告的主体部分，也是我们评估可持续发展情况的标准。

可口可乐管理体系（TCCMS）是我们的全球质量管理体系，该系统整合了产品质量管理、环境影响管理以及健康和安全管理。该系统以国际质量标准（ISO 9001）、环境标准（ISO 14001）和职业健康和安全管理标准（OHSAS 18001）为基准，同时还反映了全球食品安全行动计划的管理系统要求。

此外，本可持续发展报告还详细介绍了另外几个框架和政策，包括我们的《**工作场所权利政策**》和《**供应商指导原则**》。

来自中国的代表参与了可口可乐公司的全球咨询小组，包括国际咨询委员会、环境咨询委员会、可口可乐环境委员会、饮料研究所科学咨询委员会。这些小组及其参与者为可口可乐公司国际可持续发展战略的制定提供了有效信息。

可口可乐管理体系（TCCMS）
www.thecoca-colacompany.com/ourcompany/quality_brochures.html

《工作场所权利政策》
www.thecoca-colacompany.com/citizenship/pdf/workplace_rights_policy.pdf

《供应商指导原则》
www.thecoca-colacompany.com/citizenship/pdf/SGP_Brochure_SCH.pdf

可持续发展管理

以这些框架为基础，“**可口可乐中国企业公民委员会**”指导着我们在各地的可持续发展方针，确保相关知识能在各个业务职能部门之间有效共享。“企业公民委员会”的主席由可口可乐太平洋集团副总裁包逸秋担任，包括来自核心部门的代表，提供指导意见，定期召开会议，考察相关活动的执行情况。

我们尝试预见与我们业务的可持续发展相关的风险，尤其是环境绩效方面的风险。其中的措施包括寻找改进的机会，比如进行可持续包装风险分析（详见第28页）；采取积极主动措施减少负面影响，比如投资采用对气候有利的制冷技术（详见第27页）。虽然很多可持续发展方面的改进对我们的盈利有积极影响，但是也有一些措施需要大量的投资，才能找到或获得所需的资源。

企业管治和道德规范

可口可乐中国的运营全面纳入可口可乐公司的公司管理框架中。有关此内容的更多信息，您可登陆以下网站查询：

www.thecoca-colacompany.com/citizenship

2008年初，可口可乐公司宣布了企业管治方面的两大主要变化。我们修改了《员工商业行为规范》（即《规范》），并发布了新的《可口可乐公司供应商商业行为规范》（即《供应商规范》）。

《**员工商业行为规范**》规定了对员工遵纪守法、遵守道德规范等各方面的要求。为修订《规范》，全球雇员召开了一系列主题小组讨论。《规范》适用于可口可乐公司、由其多数控股的子公司的所有雇员。

《**可口可乐公司供应商商业行为规范**》旨在扩展我们道德要求的范围，为我们的供应商明确类似的要求。《供应商规范》于2008年2月生效，在所有的新合同和购买订单中都会包括这个《供应商规范》。

《规范》和《供应商规范》都特别指出道德专线（EthicsLine）的询问服务，通过该服务，员工可以在保护自己隐私的情况下，向独立的第三方管理机构提问或举报。可口可乐公司的道德与合规委员会以及可口可乐中国系统的地方道德官员负责两个规范的实施，并与其他部门合作，执行相关的审计与培训。

政府参与

中国政府构建和谐社会的政策方针对我们的业务经营非常重要。中国政府支持企业责任和循环经济，而我们强调经营的可持续性以及与合作伙伴合作解决地方社区的需要，两者是一致的。

可口可乐中国系统的员工每天都与大量的中央和地方政府机构的代表交流，探讨与我们的业务相关的问题。比如，我们定期与地方环保部门开展环境监督、评估和合规方面的合作。此外，我们与同行业企业及行业协会合作，寻求机会以实现更加有效的消费后废料回收以及负责任的市场营销等。

《员工商业行为规范》
www.thecoca-colacompany.com/ourcompany/pdf/COBC_Chinese.pdf

《可口可乐公司供应商商业行为规范》
www.thecoca-colacompany.com/citizenship/pdf/COBC_Supplier_Simplified_Chinese.pdf

道德专线（EthicsLine）
www.KOethics.com

利益相关方参与

我们一直在努力建立一个更加系统的参与框架，去接触那些不知道如何联系我们的利益相关方，同时令已经保持关系的利益相关方更加有效地参与进来。本可持续发展报告及之前的文件都是这一过程的组成部分，这是对话的开始。



如果您饮用我们的饮料产品，观看我们的广告，销售我们的产品或服务，购买我们的产品然后销售给他人，监管我们，从我们缴纳的税收中获益，为我们或我们的业务合作伙伴工作，或者关心我们的某些业务或其影响...那么，您就是我们的利益相关方，我们亦重视您的意见。

自从可口可乐中国开展业务以来，我们就努力了解各类利益相关方的需求和他们关切的问题，通过以下方式：

- 可口可乐中国与我们的业务合作伙伴及客户的定期会议
- 为商业合作伙伴组织培训，提供其他各类信息
- 与政府官员就与我们行业有关的业务问题开展讨论
- 咨询我们的全球环境咨询委员会、科学咨询委员会和其他咨询委员会，其中包括来自中国的知名代表
- 组织消费者焦点小组讨论和调查
- 进行各种形式的单向或双向的员工交流活动
- 与研究机构及民间社会组织建立积极的合作伙伴关系
- 参加中国饮料行业协会、中国可持续发展工商委员会、全球企业抗艾滋病结核和疟疾联合会等组织的活动

我们也希望能够听到您的建议和意见！请帮助我们改进报告和可持续发展绩效，您可发送电子邮件至sustainability@apac.ko.com，或者直接将您的意见邮寄至本报告封底所列的地址。

利益相关方参与简介



参与可持续发展报告

我们的《2006企业责任报告》发表之后，即发送给我们的雇员、商业合作伙伴、政府官员、关注环保、劳工、人权及其他事务的学术界人士以及非政府组织的代表。之后，我们与这些利益相关方举行会谈以了解（1）如何改进我们的报告，（2）如何改进我们的企业社会公民绩效。虽然我们高兴地看到利益相关方对我们在报告和透明度方面的工作给予了积极的评论，但也有反馈意见认为我们需要收集更多的资料介绍我们政策和措施产生的影响，还需要更多地强调工作场所的权利和人权。起草本可持续发展报告以及制定2008年规划的过程中，我们都认真考虑了他们的意见。

走近未来的领导者

国际经济学商学学生联合会（AIESEC）是世界最大的学生组织，旨在建立一个平台，为年轻人服务，帮助他们发现并开发自己的潜能，进而对社会带来积极影响。中国大学生积极参与AIESEC的活动，努力了解并推进企业社会责任，这给我们留下了深刻的印象。

2008年，我们与AIESEC合作，让该组织协助我们了解其学生成员对本可持续发展报告草案的反馈意见。之后，我们在6月初举行了一次圆桌会议，将这些学生召集在一起，提出对该草案的看法，并向我们提问题。这些学生就如何更好应用本可持续发展报告提出了非常有价值的建议。

绩效亮点

下面的表格总结了我们的成绩和进展，其结构以我们的“行动宣言”和“可口可乐框架中的企业公民”为依据。

工作场所

H E L P	绩效衡量指标	2007年及2008年初的进步
	管治和道德规范	- 更新了《员工商业行为规范》 - 引进了新的《可口可乐公司供应商商业行为规范》 - 设立了“地方道德专员”，加强了员工对道德热线（EthicsLine）报告服务的认识
	员工参与和培训	- 培训时间较2006年增加 - 分析了员工调查反馈意见，用于指导我们2008与员工沟通的目标和内容
	工作场所权利	- 引入新的《工作场所权利政策》和《人权声明》，对所有员工进行相关培训 - 完成可口可乐中国的所有机构工会组织的建立
	职业健康和安全	根据其工作职责对所有员工进行职业健康和安全培训
	供应链内的合规	- 对144家供应商以及100名可口可乐中国系统采购经理进行《供应商指导原则》培训；此外，通过“技术年会”和“路演”让装瓶合作伙伴和供应商都参与进来 - 通过评估过程对371家供应商工厂进行有效认证

市场

M A R K E T	绩效衡量指标	2007年及2008年初的进步
	产品质量	通过实施可口可乐管理体系，对原料和产品进行严格的固定检测
	提供多样化选择	- 扩展产品系列，推出原叶、零度可口可乐以及其他饮品 - 宣布“全球创新技术研发中心”将于2009年在上海成立 - 在中国中医科学院成立“可口可乐中药研究中心”
	负责的市场营销	- 根据儿童政策对广告和市场营销进行更新 - 支持“国际饮料行业协会有关针对儿童营销的指导方针”，中国饮料行业协会也参与其中

环境

合作伙伴/地球	绩效衡量指标	2007年及2008年初的进步
	水资源利用率	- 长期承诺，我们的饮料和生产使用多少水，我们就以安全的方式向大自然返还多少水 2007年2.44升 / 每升产品（装瓶生产厂）；比2006年减少9% 2007年9.35升 / 标准单位（浓缩液生产厂）；比2006年减少24%
	废水处理合规	- 百分之百符合废水排放标准 - 所有35家装瓶生产厂都已实施水再利用和回收项目，而2006年只有三分之二以上的生产厂实施
	能源利用比率	2007年0.55兆焦耳 / 升（装瓶生产厂）；比2006年减少7% 2007年4.46兆焦耳 / 标准单位（浓缩液生产厂）；比2006年减少14%
	二氧化碳排放	- 装瓶生产厂的直接或间接能源利用排放近50万公吨二氧化碳 - 与世界自然基金会（WWF）合作在5家试点生产厂制定碳行动计划
	可持续包装	- 通过可持续包装设计节约4705吨玻璃和9850吨PET塑料 - 与政府部门及行业协会合作，了解并改善消费后废物回收利用情况
	固体垃圾回收	- 重新回收或利用61%的固体垃圾（装瓶生产厂）；比2006年提高3% - 重新回收或利用72%的固体垃圾（浓缩液生产厂）；比2006年提高1%
	固体垃圾产生比率	2007年6.17克 / 升（装瓶生产厂）；比2006年减少14% 2007年68.71克 / 标准单位（浓缩液生产厂）；比2006年减少17%

社区

合作伙伴/利润	绩效衡量指标	2007年我们取得的进步
	社区社会投资	- 在中国启动两个社区水资源管理合作项目和一个试点项目，以改善我们其中一个希望工程社区的生活水平 - 推广教育、健康、医疗等方面的主要社区项目
	经济影响	- 一项关于可口可乐中国系统2007年经济影响的学术研究发现： - 为中国经济创造总需求约791亿元人民币 - 除直接雇员外，还通过整个价值链创造了至少323,904个就业岗位 - 直接向中国政府纳税20亿元人民币，通过价值链的需求间接创造额外税收33亿人民币

创造良好 工作环境

我们的目标是为我们的雇员尽可能地提供最好的工作场所环境。同时，我们努力积极地影响我们的独立装瓶合作伙伴和供应商，在他们的工作场所分享我们的价值观，希望我们的鼓励能够激发价值链中的其他企业。

主要的挑战和机遇：

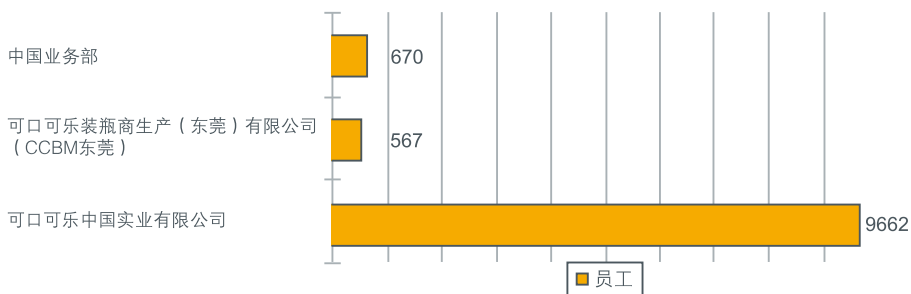
- 工作场所权利和员工公平待遇
- 健康和安全绩效
- 我们供应链内的劳动合规



2007年，我们的工厂经历了巨大的变化。随着2006年底可口可乐中国实业有限公司的收购，我们的直接工厂扩大，正式员工从约700人一下增加到10900名。此外，由于我们业务性质的原因，我们还在高峰期雇佣短期或合同员工。

除此之外，中粮饮料、太古饮料以及我们在北京、上海和珠海的装瓶合作伙伴还雇佣2.2万名正式员工，而我们的供应商基地雇佣的正式员工数量则更多。虽然我们不直接管理这些企业的运营，但是我们与他们沟通，表达我们的期望，监督他们的合规情况，也向他们提供培训并分享最优方法。

可口可乐中国员工



工作场所管理

要创建安全方便的工作环境，需要有效的管理系统。我们的全球劳动权利和工作场所责任部，进行整体的政策管理，开发程序工具，制定报告。人力资源小组以及其他职能部门，指导各个工厂执行工作场所的政策，同时与我们的装瓶合作伙伴分享最佳方法。2007年，我们投入极大精力，加强了负责运营最新购得的CCCIL下属工厂的团队，包括任命了多名富有经验的人力资源官员。

员工参与和培训

我们使用各种正式和非正式的方法，与员工沟通，搜集他们的反馈意见。这些方法包括与管理层讨论的“开门政策”、海报、简讯、内部电视和局域网，以及互动路演、定期召开的个人和小组会谈、年度员工调查和焦点小组讨论等。

2007年的员工调查收集代表性样本，涵盖了可口可乐中国系统的员工。受访者对可口可乐中国、产品和企业的可持续发展承诺总体上持积极的态度。大多数人表示，他们期待更多的内部沟通，特别是对于年轻的团队成员，这也成为我们于2008年将努力解决的问题。

我们提供与企业政策、职业健康和安全、工作绩效、职业发展以及新《劳动合同法》等最新事务相关的培训。此外，有些员工还可以通过虚拟的“可口可乐大学”项目，参加选修的培训课程，提高领导能力，学习营销及其他实用的工作场所技巧。2007年，中国业务部的员工接受了平均每人31小时的培训，CCCIL的员工为平均每人25小时，CCBM东莞的员工为平均每人41小时。

每当进行重大改革规划时，我们都努力尽早地告知员工。比如，我们在上海的中国业务总部将在2009年进行迁移，而早在2007年我们就开始与员工进行相关的对话了。

中国业务部的员工服务组织，是由员工自己领导的委员会，促进不同职能部门之间职工的互动。2007年，这些组织继续为员工安排了郊游、家庭日、运动会等各种活动。不过在2007年底企业工会建立之后，这些组织就被工会代替了。工会将继续在员工的管理下开展这些活动。同时很多职能团队也将继续组织自己的志愿者活动，以轻松愉快的方式推广团队精神，鼓舞员工士气。

员工志愿者活动： 亲历投资

我们的会计团队在节日来临时，不是相互交换礼物，而是相互拍卖。拍卖所得，也就是员工的捐款，用于资助非赢利组织“微笑行动”的裂唇和裂颌手术。过去三年，我们的员工已经以这种方式资助37名儿童接受手术，其中包括2007年的10名。他们还派可口可乐志愿者去现场协助手术前注册、遴选等工作，手术之后还与他们所资助儿童的家庭进行沟通。然后，这些志愿者回到公司，向会计团队的同事汇报所学到的经验和教训，这样所有人都能看到自己的投资所产生的价值。



工资和福利

我们希望通过使用薪酬分级结构和年度企业审计等方法，确保员工工资和福利的公平性。2007年以及2008年初，我们改善了中国业务部员工的医疗待遇，提高了住房补贴，完善留才计划。

中国业务部员工的医疗保险计划中包括附加的艾滋病治疗保险，而中国大陆的所有员工都将通过社会医疗保险体系获得基本的保险。除了介绍健康相关问题外，我们还长期向员工提供艾滋病教育资料和安全套。

多样化和本土化

可口可乐中国是一个本土化的企业系统，拥有强大的员工队伍，能够了解并满足本地的需求。为此，我们99.5%以上的员工都是中国人。

此外，我们还努力确保公司重视并支持员工多样化。我们的“女性领导项目”就是旨在通过自我评估、实践学习、小组讨论、同行沟通和一对一辅导等形式为领导团队提供支持。

工作场所权利

2007年，可口可乐公司颁布了《工作场所权利政策》和《人权声明》。这些举措进一步实践了我们的承诺，要为企业员工以及我们经营所在的社区带来尊严、公平和尊重。上述政策和声明都以文件的形式表明了我们对《世界人权宣言》、国际劳工组织《工作基本原则与权利宣言》以及联合国全球契约的支持。

《工作场所权利政策》规定了我们针对自由结社、强迫劳动、雇佣童工、歧视、工时和工资、安全和健康的工作场所、工作场所安全保障、社区及利益相关方参与等问题的原则。该政策适用于可口可乐公司的所有工厂以及可口可乐公司占多数股份的实体，确保员工在报告道德问题和违规行为时保留隐私的权利，并且由外部审计机构进行评估，确保政策的执行。尽管对装瓶合作伙伴没有相关限制，但其人力资源经理们也接受了相关培训，确保他们了解我们在工作场所方面的价值观。

《工作场所权利政策》

www.thecoca-colacompany.com/citizenship/pdf/workplace_rights_policy.pdf

《人权声明》

www.thecoca-colacompany.com/citizenship/pdf/human_rights_statement.pdf

通过《人权声明》，我们承诺根据最高的标准，尤其是工作场所人权方面的标准，来管理我们的业务。我们通过《工作场所权利政策》、《员工商业行为规范》以及相关的管治和管理系统确保这一承诺的实现。

2007年，可口可乐中国的所有员工都接受了《工作场所权利政策》和《人权声明》的培训。让我们倍感骄傲的是，员工在培训后开始更加积极地思考自己的权利。比如，在上海浓缩液生产厂的培训结束之后，员工就联系管理部门，申请建立工会。由此，2007年12月可口可乐(中国)饮料有限公司工会得以成立。

建立工会和遵守《劳动法》

我们的员工有权根据当地的法律建立工会，不会受到报复、阻挠或任何形式的歧视和恐吓。可口可乐中国系统的所有工厂都有工会，大多数都是多年前由工人自己发起成立的。我们的装瓶合作伙伴拥有的装瓶公司大多数也已建立了工会。

我们的运营在2007年没有发现违反劳动法的情况。中国新的《劳动合同法》于2008年1月1日生效。我们早在2007年就开始为学习这项新的法律做准备工作，具体包括：

- 工作场所权利小组召开圆桌会议（包括所有的装瓶合作伙伴），以期更好地理解该法律，并分享各自的经验
- 聘请外部法律顾问，建立执行项目组
- 评估并修改人力政策、规定和员工手册
- 开发并实施培训课程，确保公司管理人员和员工都能理解该法律
- 为供应商提供支持，提高他们对该法律的理解

职业健康和安全

职业健康和安全（OHS）绩效由“可口可乐安全管理体系”监管，该体系是可口可乐安全管理体系（TCCSMS）的一部分。TCCSMS是可口可乐管理体系的一部分。TCCSMS符合“职业健康和安全评估系列”国际标准“OHSAS 18001标准”。所有的员工都接受了与他们的工作职责相关的OHS培训。

此外，我们还提供明确的政策和流程，将空气质量恶劣、噪音过度、有毒物质、安全风险等安全隐患降至最低。我们制订了紧急事故应急方案，对所有新雇员工进行培训，同时还定期进行温习。



价值链中的合规评估

我们的系统是由产品输入供应商和附属产品供应商支持的。产品输入供应商为我们的饮料提供包装材料、原料，有时也直接包装这些饮料。附属产品供应商则提供营销所需的材料和宣传推广所用的物品。

要想在我们供应商的工厂使用最佳方法，取决于有效的沟通、培训、辅导和监督。和大多数公司一样，我们也面临着价值链中的多种挑战，但是，我们做出了极大的投入，进行监督 and 培训，确保在我们力所能及的领域产生积极的影响。

以我们的《**供应商指导原则**》（SGP）为基础，我们努力在业务合作伙伴中推广尊重劳工权利的精神。《供应商指导原则》于2003年起用，为可口可乐中国系统提供货物和服务的所有直接供应商，以及可口可乐公司专门授权为我们的供应商提供原材料的供应商，都需要遵守这些原则。

所有供应商合同中都包括《供应商指导原则》，很多供应商也接受相关的培训，以促进指导原则的实施。可口可乐公司的全球政策规定，对于供应商合规的工厂至少每三年应进行一次评估，评估由授权的外部审计机构执行。如果发现违规现象，我们会提供改进的时间表和改进建议，供工厂参考。此外，我们也规定，对于违规的工厂应每六个月进行一次后续评估。

一些供应商对我们的《供应商指导原则》项目给出了积极的反馈意见，其中包括支持他们人力资

《供应商指导原则》

《供应商指导原则》向供应商指出我们的价值观和期望。这些原则强调负责任的工作场所政策和实践的重要性，并且以遵守当地适用的劳动法规和环境法规为基本准则。主要的原则涉及以下方面：

- 法律法规
- 童工
- 强迫劳动和虐待劳工
- 自由结社和集体谈判
- 歧视
- 工资和福利
- 工时和加班
- 卫生和安全
- 环境
- 合规证明

源团队的转变，从原来的行政管理部门变成了更加专业的人力部门。在新《劳动合同法》的实施过程中，我们得到的反馈意见显示，可口可乐公司的支持对于供应商了解相关法律和提高合规程度非常有帮助。

然而我们也意识到，对于有些供应商，审计过程在时间和资源上可能觉得负担较为吃力。有些供应商向多家公司销售产品，为了减少他们的不便，我们愿意查看并接受他们为其他公司所做的可比的第三方审计结果，同时也鼓励我们的供应商与他们的其他客户分享我们的审计结果。

SGP相关培训

2007年，能力建设通过以下方式完成：

- 外部审计机构为144名供应商代表提供培训
- 每年召开研讨会，组织路演，召集装瓶合作伙伴和供应商，交流政策，促进最佳方法的分享
- 针对100名负责采购的可口可乐中国系统员工的培训

供应商指导原则（SGP）

www.thecoca-colacompany.com/citizenship/pdf/SGP_Brochure_SCH.pdf

评估结果总结

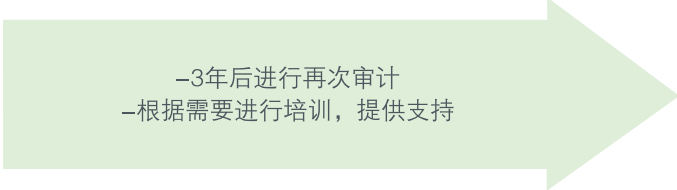
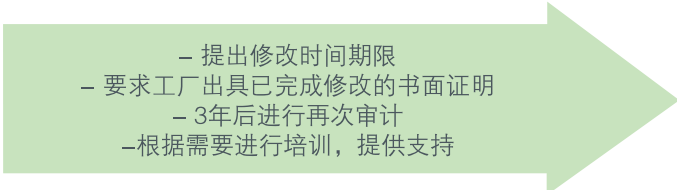
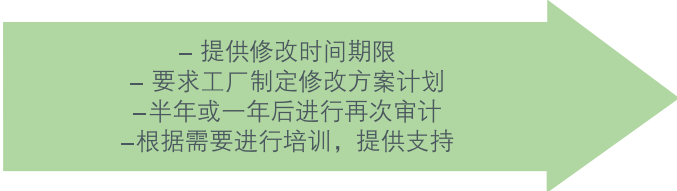
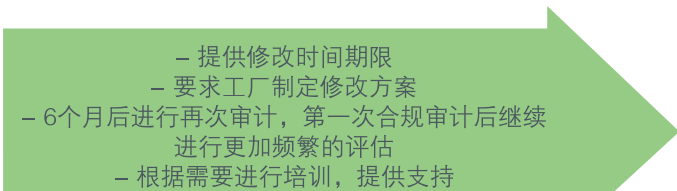
我们的供应链管理流程旨在保护员工权利，改善环保绩效并确保负责任的采购。我们相信，通过让不合规供应商参与其中，并向他们提供培训和支持，同时保持长期的监控，我们能为我们的供应链带来最积极的影响。与寻找新的供应商相比，通过与不合规供应商加强合作，并给予他们改进和提高的机会，他们的员工和周边环境实际上将会受到更多益处。当然，也有供应商拒绝与我们合作开展这一项目，在这种情况下，我们将终止与他们的关系。

自从引进《供应商指导原则》，截至2008年5月，可口可乐公司已经对中国的1482家供应商工厂完成2373次了评估（部分供应商工厂曾多次接受评估）。其中包括可口可乐中国业务部，以及在中国采

购的全球业务部门所进行的审计。这些工厂的后续评估显示，违规现象减少了75%，这说明超过8.4万名员工已经从更加安全的工作场所和改进的标准中受益。来自于供应商员工的反馈信息说明，他们对于这些改进非常高兴，其中改进薪酬福利标准是经常被提到的一个内容，包括更好的工时管理以及带薪年假。这些结果显示我们的供应商通过加入SGP项目，正在做出积极的改变。

在华授权供应商工厂⁵

下表是截至2007年12月31日，可口可乐中国系统在华授权的供应商。该表中列出的问题是整个供应链中普遍存在的问题。对我们而言，了解这些问题有助于我们制订出积极有效的方法，以通过行动来系统地解决这些问题。

现状	措施	目标
 116家 完全合规	 -3年后进行再次审计 -根据需要进行培训，提供支持	 完全合规
 63家 比如，劳动合同过期、无意的工资支付错误、安全培训不足 轻微违纪违规	 - 提出修改时间期限 - 要求工厂出具已完成修改的书面证明 - 3年后进行再次审计 -根据需要进行培训，提供支持	 完全合规
 144家 比如，严重违反最低工资和加班工资规定、紧急通道堵塞、拒绝审计机构人员对员工进行采访 中等违纪违规	 - 提供修改时间期限 - 要求工厂制定修改方案计划 -半年或一年后进行再次审计 -根据需要进行培训，提供支持	 完全合规
 48家 比如，多次中等程度的违纪违规现象，这些现象共同作用，会对工厂带来严重风险 严重违纪违规	 - 提供修改时间期限 - 要求工厂制定修改方案 - 6个月后进行再次审计，第一次合规审计后继续进行更加频繁的评估 - 根据需要进行培训，提供支持 - 如果再次审计后工厂仍未能做出改进，则取消授权	 完全合规

⁵该数据至2007年12月31日前有效，只涵盖可口可乐公司中国部进行的评估，世界其他地区从中国采购的业务部的审计不包括在其中。

引领市场 推陈出新

我们投资开发技术和系统，确保我们的产品拥有最好的质量，同时也进行研发，确保我们的饮料能满足消费者不断变化的口味和需求。我们通过详细的营养标签和负责任的市场营销，帮助消费者选择最适合他们饮用需求的产品。

主要的挑战和机遇：

- 多种选择的饮料
- 负责任的营销



管理和质量保证

可口可乐公司实行严格的质量控制，不但针对原料供应商，也针对装瓶生产厂。可口可乐公司产品使用的所有原料都是安全的，符合我们饮料所有产地的相关规定。我们使用精密的分析测试方法，确保世界各地工厂所使用原料的精纯度和品质。

“可口可乐管理体系”（TCCMS）引入“危害分析关键控制点”（HACCP）和“良好生产规范”（GMP）等体系，要求整个产品周期内都采用标准操作流程：原材料采购、水源管理和测试、混合、容器制备、产品加工和充填、成品测试和释放、仓储和分销、销售以及客户和消费者反馈。

我们根据风险评估结果定期对装瓶合作伙伴和某些供应商进行TCCMS质量系统和流程审计。中国业务部质量保证部门还定期对产品、原料、包装进行采样测试，条件合适的情况下还与外部实验室合作。

质量保证的最后一步是倾听我们客户和消费者的意见并做出反应。我们的装瓶合作伙伴独立管理热线电话，收集反馈和咨询。我们在全中国各地还建立了多条热线，确保与相关问题最密切的公司能够了解消费者和顾客所关注的问题并进行有效地解决。2007年，我们共收到42万次来电，涉及查询公司概况、产品信息、促销规定和换领奖品、产品和服务投诉等多个方面。

健康和选择

我们相信，我们有责任为消费者提供多样化的饮料选择，以及精确的产品信息，确保他们能够选择最适合自己的和孩子的饮料。此外，我们还启动了多个项目，鼓励城市的年轻人投身积极的生活方式，同时为农村儿童提供营养改善方案（详见32页）。

多种选择，立即呈献

我们向消费者提供多样化的饮料选择，以最佳的方式满足消费者不同口味和生活方式的饮用需求。此外我们还通过不同容量的包装满足消费者不同的消费需求。

不含气饮料，比如果汁、果汁饮料、水和茶等在我们产品组合中占的比重越来越大。2008年，我们向市场投入了原叶茶饮料以及零度可口可乐，是一种无糖，却依然有可口可乐好味道的新产品。

我们的部分产品组合

含气饮料



可口可乐



健怡可乐



零度可口可乐



雪碧



雪碧冰薄荷



芬达



醒目

不含气饮料



酷儿



美汁源果粒橙



美汁源美丽果



雀巢冰爽茶



原叶



冰露



水森活



天与地

投资未来，创造更多选择

2007年7月，我们宣布投入8000万美元，在上海建立一个新的工厂，其中包括一个全球研究和开发中心。这个“全球创新技术中心”将成为全世界六大研发中心之一，促进中国及其他市场的创新和产品开发。该中心计划于2009年落成并开始运营，将拥有员工近200人。

2007年底，可口可乐公司和中国中医科学院在北京合作启动了“可口可乐中药研究中心”。我们希望由该中心支持的研究能够促进人们认识预防医疗理念、全面了解中药的益处，同时加强饮料创新，促进消费者健康。研究中心于2005年启动，是“饮料与健康研究所”（见第20页）与中国中医科学院一个为期15年合作计划的一部分。中国中医科学院由卫生部下属的国家中医药管理局监管，是中药研究、教育和实践的领先机构。

2004年，可口可乐公司成立了“饮料与健康研究所”，负责评估最新的保健趋势和营养成份，并开展与可口可乐公司饮料有关的临床研究。为满足消费者营养和健康需要，饮料研究所还负责监管新型饮料的研发项目。饮料研究所的科研方向是经由我们的营养学、医学等各学科科研工作者，会同来自国际著名研究机构的科学家和内科医师组成的一个

外部咨询委员会磋商后确定的。该委员会包括世界最著名科研机构的科学家和医学工作者。

饮料研究所的目的是，为那些对饮料科学以及饮料与健康关系感兴趣的医疗专家及大众提供资源。该研究所的网站将提供更多相关信息，包括与饮料和营养成份相关的知识。

营养成分标签

我们相信，消费者需要了解饮料真正的营养成分，因此我们自2003年起主动在我们所有的产品上印制营养信息。我们的营养标签以中英文标明能量、蛋白质、脂肪、碳水化合物等成分，并严格遵守由联合国粮农组织和世界卫生组织颁布的指导方针。

负责任的营销

我们的产品组合为各个年龄层的人都提供了适合的饮料，我们也很希望父母或者监护人能够获得最好的信息，为他们的孩子选择饮料。可口可乐公司有一项已经实施了半个多世纪的政策，即禁止向12岁以下的儿童销售带气饮料和富热量的软饮料。

2008年，可口可乐公司将**针对儿童的广告与营销政策**的适用范围扩大，涵盖了所有饮料。我们在传统广告领域的所有营销信息都将不再以12岁以下的儿童为直接目标受众。我们要求可口可乐中国系统遵守我们的全球政策，我们也就政策的执行与装瓶合作伙伴沟通。

最近，我们还支持并采用了国际饮料行业协会关于针对儿童营销的指导方针，这些方针为全球工业制定了负责任饮料营销的基准。在此过程中，我们与中国饮料行业协会合作，中国饮料行业协会及其成员完全支持国际饮料行业协会的指导方针。



饮料与健康研究所
www.coca-cola.com.cn/beverageinstitute/index.html

国际饮料行业协会有关针对儿童营销的指导方针

- 适用于除水、果汁、奶类饮料之外的所有饮料
- 不包括用于治疗严重营养不良的产品，不包括经政府同意用于促进儿童健康活动的产品
- 规定应确保不在观众中50%或以上人群为12岁以下儿童的收费第三方媒体投放相关产品的营销信息
- 规定需要评估其他形式的营销行为（如授权代言人、赞助等行为），要求企业在2009年完成评估

公益营销

为了更好地参与负责任的市场行为，我们还致力于利用我们自身的营销专业知识，为社会做贡献。公益营销在中国还比较新，为我们提供了一个极好的机会，既能够充分发挥我们的专长提高公众对一些重要问题的意识，同时也可以增加我们品牌的商誉。

关于我们2007年支持特殊奥运会的公益营销行动，可以参考本报告第35页的内容。

2008年奥运会期间，我们将销售使用国家体育馆（鸟巢）剩余的钢材制造的奥运纪念章，用于支持促进各地学校饮用水和清洁卫生的活动（详见第25页）。每售出一枚纪念章就有5元人民币，将用于支持该项目。



针对儿童的广告与营销政策

www.thecoca-colacompany.com/citizenship/responsible_marketing.html

国际饮料行业协会有关针对儿童营销的指导方针

www.thecoca-colacompany.com/citizenship/icba.html

保护环境

我们的目标是做负责任的全球公民，帮助建立和支持可持续发展的社区，作出我们的贡献。我们一直努力制定标准，规范我们经营绩效中的最佳做法，同时也促进社区及整个行业有所作为，共同进步。

主要的挑战和机遇：

- 水资源保护
- 能源管理和气候保护
- 可持续包装和回收利用



本节将依据我们37家生产厂的数据介绍我们的绩效，其中包括两家浓缩液生产厂，以及可口可乐中国和我们的独立装瓶合作伙伴拥有的35家装瓶生产厂。与社区合作水资源保护的项目详见第24–25页。

管理

“可口可乐管理体系”中的环境部分，即eKOsystem，通过采用ISO 14001标准以及与我们业务相关的其他标准指导我们的运营。可口可乐中国系统中的每个装瓶生产厂和浓缩液生产厂都要接受审计，以确保符合规范，所依据的环境绩效数据每年从生产厂收集。

作为基本准则，可口可乐系统的所有工厂都应遵守相关的法律法规。2007年，我们只发现了一起违反环境规定的事件：我们位于云南的装瓶生产厂没有完成“环境影响评估”（EIA）就安装了一套新的生产线，因此被罚款5万元人民币（6845美元）⁶。随后这个问题已得到了解决：EIA完成情况非常好，罚款支付了，相关的管理者也接受了培训，确保将来按程序完成环评。此外，再没有发现其他严重的违规现象或环境事故。

eKOsystem
www.thecoca-colacompany.com/citizenship/eKOsystem.pdf

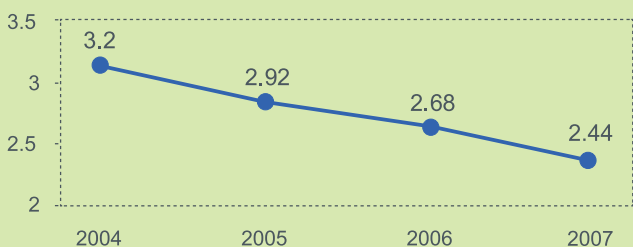
⁶ 货币兑换根据2007年12月31日美元兑人民币1比7.3046的利率计算。

指标和测量标准

水资源使用率、能源使用率、固体废物产生率等主要标准都是效率的指标，这些比率越低，说明我们做得越好。我们明白，如果能够呈现更加广泛的行业绩效水平，下列这些数据将发挥更大的作用。因此，我们鼓励中国的同行企业也分享他们环境影响方面的信息。

水利用率（效率）

装瓶生产厂
升*/升产品



*包括生产过程中用水以及饮料残品种的水

装瓶生产厂：

- 2007年水资源利用率：每升产品2.44升
- 比2006年减少：9%
- 2008年的目标：每升产品2.20升

浓缩液生产厂：

- 2007年水资源利用率：每标准单位⁷浓缩液9.35升
- 比2006年减少：24%
- 2008年的目标：每标准单位浓缩液8.88升

水资源管理

水是我们的饮料中最重要的原料，对我们的生产过程极其重要，并对我们的供应链有广泛影响。解决我们的工厂以及我们所服务社区的水资源紧缺问题，提高水的质量，是我们直接的也是重要的关注。

2007年6月，我们宣布了一个目标，即我们以安全的方式向社区及自然界等量返还在饮料中及生产过程中所消耗的水。这就意味着，我们要减少生产饮料所用的水，回收利用生产过程中使用的水，确保将水安全地返还到环境中，通过各地的相关项目补充社区和自然界的水资源。

我们的全球水资源保护战略建立在四大支柱上：工厂绩效、流域保护、社区水资源保护项目、全球意识和行动。

工厂绩效

每天有数百万人饮用我们的饮料，我们使用水中有很多就成为他们的饮用水来源。为了精确地反映我们的水资源利用率，我们在水资源使用总量的计算中包括了饮料的水成分。

2007年，可口可乐中国系统的所有装瓶生产厂和浓缩液生产厂都达到了可口可乐公司和当地政府的废水排放标准，也就是说排出的水可以满足水生生物的生存条件。其中，12家生产厂已经安装了嵌入式废水监测系统，可以连续追踪废水的水质，而不需要依靠人工监测。所有的35家装瓶生产厂都已经实施了水资源再利用和水体恢复工程。

⁷ 装瓶生产厂和浓缩液生产厂的效率数据并不具有直接可比性。我们使用“浓缩液标准单位”这一内部测量标准测量浓缩液和饮料基地的生产。计算浓缩液和饮料基地的生产指标时，以使用每一标准单位的浓缩液（具体数量根据不同产品可能有所不同）能够生产的成品（比如碳酸软饮料）的平均数量为依据。



与世界自然基金会的合作

我们与世界自然基金会 (WWF)⁸ 达成一项多年的合作项目，综合我们的国际优势和资源，促进淡水资源的保护。我们的合作内容包括：



- 保护全世界七大主要淡水河流的流域
- 改善我们系统内的水资源利用率
- 支持我们的供应链更有效地利用水资源，首先从制糖业开始
- 减少二氧化碳排放和能源消耗
- 组织全球活动，联合企业和个人，支持淡水生态系统、物种和水资源的保护工作

流域保护

长江流域保护

长江流域淡水生态系统保护是我们与WWF合作的一部分。长江是中国的母亲河，从西至东流经很多区域，维系着4亿人口以及鱼类等无数水生物种。现在，这一重要流域的环境健康却面临很大威胁。我们与WWF合作保护长江流域的工作包括：

- 调查岷江和嘉陵江的环境现状，确定基准，衡量这些支流的环境需求
- 发放“长江流域资源积分卡”，并对当地居民进行培训，提高他们的意识，并有效地动员他们记录环境指标信息
- 与中国科学院合作，制定了《长江2009年保护和开发报告》，提供与长江环境健康相关的信息和建议。已经有30多万网民阅读了这份报告的总结。
- 赞助第二届长江论坛的企业分论坛，汇集政府、民间团体和企业，讨论与长江流域相关的议题
- 赞助WWF的“湿地大使行动”项目，提高对保护长江感兴趣的大学生的环保意识，该项目2007年获得以下成就：
 - 支持352名学生和46名教师，开展实践研究，提高公众的意识
 - 覆盖了13个省市，包括25个水资源区域
 - 直接覆盖7万名长江流域的居民，通过媒体沟通间接覆盖45万人

现在，我们已经确立了基准，完成了评估。今后，我们将与WWF继续合作，有效地改善这一重要淡水流域的环境。

社区水资源保护项目

我们支持各种项目，了解并满足各地的不同需求，比如饮用水供应及提高水资源保护意识等。自从2005年，可口可乐公司与我们全球的装瓶生产厂合作，在49个国家开发了100多个项目。这些项目已经完成，正在进行，或者将于2008年启动。我们在中国的项目主要包括以下几个。

⁸ WWF在中国的名称是“世界自然基金会”，在世界其他地区被叫做“世界野生生物基金会”。

中国农村地区水资源管理和饮用水安全

该项目于2007年启动，是政府和企业共同开展的，由可口可乐公司与联合国开发计划署（UNDP）、中国水利部（MWR）以及商务部下属的中国国际经济技术交流中心（CICETE）合作，致力于改善水供应和清洁卫生。每个合作伙伴代表一个社会支柱，各方共同合作，解决四大水资源紧缺区域的问题，即：黑龙江、辽宁、四川和新疆。

该项目长达四年，各方总投资达680万美元，其中可口可乐公司已投入超过100万美元，该项目希望推广有效的方法，解决水权管理、水资源分配和饮用水健康技术等领域的问题，进而改进政策机制。具体技术包括重新铺设下水管道、使用生态可持续农业技术促进水资源保护等。

留住一桶水

我们和第29届奥林匹克运动会组织委员会（北京奥组委）、北京团市委、北京市少先队以及《竞报》合作开展的水资源保护教育活动已进行了三年。参与媒体每周都刊登节水文章以及学生提交的日记、画作、散文和发明创造，以分享他们节水和水资源回用的方法。学生们成为家庭和学校的节水大使——这对他们也是一种挑战。2007年的项目不但有北京1400多所小学参加，而且扩展至15个城市，包括所有奥运赛事城市，涉及25万人左右。我们计划这个项目能继续扩大，在2008年能有50万名学生参与其中。

雨水收集

作为雨水收集项目的一部分，我们和中国宋庆龄基金会合作，于2006年建立了雨水储存设施。水泵站、水管等已经在宁夏自治区彭阳县的12个村庄修建完毕。这些设施帮助当地4200名农民解决了蓄水问题。这是中国最贫穷的区域之一，当地人均水资源占有量仅仅是全国水平的八分之一。

学校供水和清洁卫生

我们与UNDP、MWR以及CICETE合作的一个重要部分是“学校供水和清洁卫生”项目，希望能够：

- 改善学校的水供应，为学生提供安全清洁的饮用水
- 改善清洁卫生条件
- 提高学生对水安全和水资源保护的意识
- 以学校为切入口，深入家庭和社区，进一步开展水资源可持续教育
- 提高应加强对弱势群体和少数区域教育的认识
- 号召其他企业，帮助为农村地区的学校提供安全的饮用水和清洁卫生条件
- 在中国农村地区的学校建立一个水供应和清洁卫生教育的模式，便于复制和推广

全球意识和行动

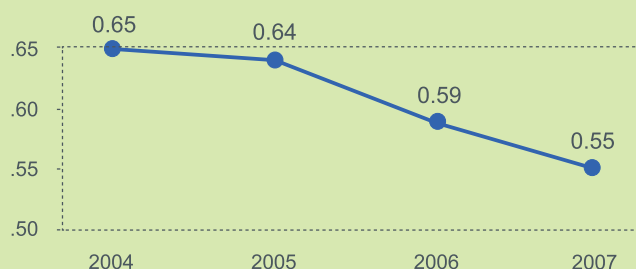
我们希望激发其他利益相关方，通过我们的社区水资源保护项目以及可口可乐公司开展的其他全球项目，参与水资源保护的行动。

2006年，在可口可乐公司公司的支持下，“全球应对用水问题促进会”（GWC）得以成立。GWC致力于联合各方的努力，动员全球社会，共同应对世界用水问题。

2007年，可口可乐公司成为首批加入“CEO水之使命”倡议的企业之一。“CEO水之使命”是联合国全球契约与瑞典政府联合发出的倡议。通过签署“CEO水之使命”倡议，我们承诺在六个领域作出改善：直接经营、供应链和水流域保护、集体行动、公共政策、社区参与和透明度。



装瓶生产厂
能源利用率（效率）
兆焦耳/每升产品



装瓶生产厂：

- 2007年能源使用率：每升产品0.55兆焦耳
- 比2006年减少：7%
- 2008年的目标：每升产品0.49兆焦耳

浓缩液生产厂：

- 2007年能源使用率：每升产品4.66兆焦耳
- 比2006年减少：14%
- 2008年的目标：每升产品4.01兆焦耳

能源管理和气候保护

我们致力于寻找机会改进生产流程、冷饮设备和分销网络，以期减少能源使用和废气排放。我们的冷饮设备是温室气体排放的最主要来源，因此我们将投资开发可以大幅减少我们对气候影响的创新制冷技术放在首位。

工厂绩效

可口可乐中国系统的工厂都在寻找各种各样的方法，改进能源管理和气候保护，包括使用废水处理过程产生的沼气作为加热锅炉燃料，通过参加国际珍妮古德协会等项目抵消一部分二氧化碳的排放量。

2007年，可口可乐中国系统装瓶生产厂使用能源产生的二氧化碳排放量总量接近50万立方吨。这一数据根据政府间气候变化专门委员会的“温室气体协议”计算，反映了能源消耗直接产生和间接产生的二氧化碳排放量。这不包括我们价值链中使用的冷饮设备或者运输我们饮料的销售车队排放的二氧化碳。

目前，我们正与WWF合作，制定碳行动计划，在可口可乐中国系统的五个试点工厂试用。我们预计能够在其他工厂复制这种能源管理和气候保护的方法以及在这些工厂实施的措施。

我们的消费者一般都喜欢冰凉畅爽的感觉，所以我们的饮料在服务消费者之前一般都先在制冷设备中保存。这些制冷设备一般不属于我们直接经营的范畴，而是由在我们的价值链中销售我们饮料的客户使用。我们发现，这些制冷设备是我们经营中温室气体排放的最主要来源，所以可口可乐公司已经把这方面的投资放在了首位——到目前为止总计已达4000万美元，用于研究开发创新的制冷技术，从而减少对气候的影响。目前，我们正在推广引用的两项主要技术是：

- 无HFC制冷技术：氢氟烃（HFC）是温室气体，一般用作制冷剂和绝缘泡沫塑料的起泡剂。今天，在导致气候变化的因素中，HFC只占到2%，但是预计到2050年时将增加至8%。虽然二氧化碳也是温室气体，但是我们发现，二氧化碳可以代替HFC作为制冷剂，比HFC更加适合，更加天然，也更有利于保护气候，因为其对气候的影响力比HFC低1300倍。
- 能源管理系统（EMS-55）：我们已经开发了一种享有专利的创新系统，可以监测设备使用模式，自动调整能源流量，因此可以将能源利用率提高35%。

2007年，我们承诺，可口可乐中国系统向北京2008年奥运会官方场馆提供的所有自动售卖机和冰柜——共5658台——都将使用无HFC的制冷技术和我们的EMS-55能源管理系统。在其10年左右的使用寿命期间，这些设备将减少近4万吨二氧化碳当量温室气体的排放，相当于在奥运会期间让19.4万辆汽车停驶两周。

引领气候保护运动

可口可乐全球系统购买的制冷技术只占到全世界购买量的1%。所以，为了促进改用自然制冷剂，我们正采取措施动员同侪企业。

2004年，可口可乐公司启动了一个由多个利益相关方参与名为“自然制冷联盟”的项目，旨在提高业内对自然制冷剂的认识，提供一个平台供不同企业和非政府组织分享经验。

我们仍然面临着挑战，那就是如何使先进的技术具有商业化的可行性。目前，二氧化碳制冷技术比HFC制冷技术要昂贵得多，主要是因为其生产规模仍然很小。随着更多的企业加入我们的行列，采购我们称之为气候之友的制冷设备，我们相信未来在整个可口可乐系统中推广采用二氧化碳制冷技术，将会更加简便，成本也将更加低廉。

我们减少冷饮设备气体排放量的努力不仅仅局限于奥运会。2008年，可口可乐公司承诺，截至2010年底之前在全球购买配置10万台二氧化碳制冷设备。我们在中国升级新设备和现有设备的主要措施包括：

- 2007年底之前已进入市场近四分之一的设备，以及2007年新引进的四分之三的设备，都安装了EMS-55技术
- 2007年引入市场的所有新设备都不使用HFC绝缘材料
- 2008年，我们将改善机箱绝缘厚度和制冷设计流量，从而将市场原有旧设备的能源消耗减少15%

分销网络

可口可乐中国系统拥有约2100辆机动车用于产品分销，但是在所有运输我们产品的车辆中，这些只占总数的一小部分。由于分销网络的地理覆盖面广，我们依赖于第三方运输。尽管我们相信这会对偏远地区经济有所促进，但是这种分销模式的复杂性和覆盖范围为我们提出了一个新的挑战，那就是如何有效测量整个网络的燃料利用率和二氧化碳排放量，同时影响第三方运输公司的环境绩效。

只要是我们有影响力的领域或地区，我们就采取措施，解决分销带来的环境问题。2007年，我们在中国大陆扩大了“环保驾驶培训项目”覆盖范围，与运输管理人员和司机分享实用的方法，以改善燃油经济性。可口可乐中国和装瓶合作伙伴，以及第三方运输公司的参会者，在北京和上海共同参加了培训项目。环保驾驶技术包括在长时间停车时关闭发动机，保证适当车辆保养以及对车流量进行预测等。



可持续包装和回收利用

2005年，可口可乐公司制定了全球范围的“可持续包装框架”，并作为管理指南。主要内容包括：

- 减少使用：使用更少的包装材料
- 重新回收：收集更多的已用包装材料
- 再次利用：重新使用旧的包装材料
- 激发创意：促进改革

在包装设计过程中，上述每一个因素我们都予以考虑，同时也确保安全、质量和创新。本章节主要介绍我们改进设计和回收利用方面的措施。

包装设计

2007年，通过减少重量、更有效使用特制玻璃和PET包装设计，我们与以往的设计方案相比节省了4705吨玻璃和9850吨PET。此外，我们还将包装设计升级了，减少了铝质和塑料密封材料的使用。

只要法规允许，而且存在回收的资源，我们就会在包装中使用回收的材料。我们的玻璃瓶中包含回收

主要包装类型

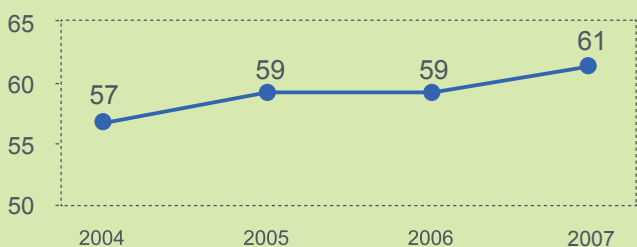
- PET瓶
- 铝质易拉罐
- 钢质易拉罐
- 玻璃瓶
- 软包装（包括纸包和纸袋）
- 塑料杯
- 塑料瓶盖
- 无锡镀层薄板(TFS) 密封材料

利用的材料，分别占到我们白色广口瓶和绿色玻璃瓶的25%和35%。目前，中国的法规禁止在PET瓶中使用回收利用的材料。

作为实施我们“可持续包装框架”的措施之一，我们与主要的装瓶合作伙伴合作，开展了可持续包装风险分析。通过这一分析，我们找到了潜在的挑战和机遇，在材料运用和产品设计方面帮助我们提高包装材料的质量、安全、创新和使用便利。

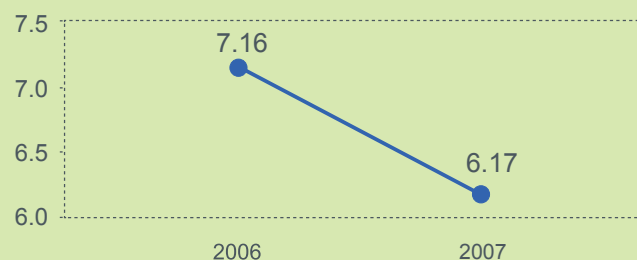
平均回收率

装瓶生产厂
固体垃圾回收百分比



装瓶生产厂

固体垃圾比率*
克/升产品



*由于数据计算方法变化，数据与2006年前不可比

装瓶生产厂：

- 2007年固体废物比率：每升产品6.17克
- 比2006年减少：14%
- 2008年的目标：每升产品5.80克
- 2007年固体废物回收利用率：61%
- 比2006年增加：3%
- 2008年的目标：68%

浓缩液生产厂：

- 2007年固体废物比率：每标准单位浓缩液68.71克
- 比2006年减少：17%
- 2008年的目标：每标准单位浓缩液65.27克
- 2007年垃圾回收率：72%
- 比2006年增加：1%
- 2008年的目标：76%

消费后回收利用

在中国，铝质易拉罐、玻璃瓶和PET瓶一般是因为有经济价值从而得到回收：有人专门收集这些瓶罐，然后卖给回收站，以此为生。地方行业协会的研究认为在回收此类包装材料的过程中这些体系的有效率超过90%。

目前，可口可乐中国正与中国政府、行业协会及相关企业合作，寻找机遇，改善消费后回收利用体系，确保这种体系长期有效。同时，我们也支持我们装瓶合作伙伴的各类回收利用措施。比如，我们位于广东和广西两省的装瓶生产厂就将使用后的易拉罐销售给附近的一家企业再次使用，以从易拉罐直接到易

拉罐的方式实现对铝的回收利用。我们的装瓶合作伙伴太古饮料目前正在香港开展PET瓶回收项目，设置独特的反向自动售货机，消费者只要将用过的包装返还自动售货机即会得到奖励，从而鼓励公众参与回收利用。

生产过程中产生的固体废物

我们希望减少产生的固体废物以及提高回收利用率，以降低我们的生产过程和包装流程中产生的固体废物总量。因为中国的回收体系与其他市场不同，所以我们对自己的员工和装瓶合作伙伴进行最佳方法培训，例如制作科教影片介绍各地的固体废物回收体系。

支持社区持续发展

我们投资建立可持续的社区，作为促进可持续发展的基础。我们的工厂创造直接或间接的积极经济影响。为了将我们贡献的价值最大化，我们将社区投资集中在以下三个领域：水资源保护、教育以及健康。

主要的挑战和机遇：

- 支持本土经济
- 水资源保护
- 教育
- 健康



经济影响

自从1979年以来，可口可乐中国系统已经投资超过120亿人民币（16亿美元）⁹于我们的生产基础设施建设。除了这些直接投资，我们的业务模式还为本土的社区创造了就业机会和经济收益。可口可乐公司的业务模式为本地社区创造了就业机会，还带来了经济收益。在整个中国体系，我们有900多家销售中心/办公室，9000多名销售代表，1万多名分销商，6.5万名批发商，150万名客户，构成了一个覆盖街边便利店到大型连锁零售商的业务网；此外，还有数以百计的公司为我们提供运营服务。我们相信，我们的业务对整个价值链中雇员的生活都做出了贡献。

2007年，北京大学中国经济研究中心的著名经济学家平新乔教授就可口可乐中国系统的经济影响做了研究。他的结论是，仅2007年一年，如果计算直接贡献和间接贡献，可口可乐中国系统：

- 为中国经济创造总需求¹⁰约791亿元人民币
- 除直接雇员外，还通过整个价值链创造了至少323,904个就业岗位
- 直接向中国政府纳税20亿元人民币，通过价值链的需求间接创造额外税收33亿人民币

平新乔教授表示："我参与有关可口可乐公司对中国经济影响的研究已经有十年多了。通过这些年的研究可以看到，可口可乐中国系统在就业、税收以及为整个价值链创造商业机会这三方面，对于刺激中国经济增长起到了重要作用。作为一家全球领先的企业，可口可乐公司的企业文化、业务实践、价值观、原则标准、先进技术也已经在中国系统整个价值链中的关键领域做出了积极的影响。从根本上说，无论是通过量化的经济作用还是毋庸置疑的社会影响，可口可乐中国系统将会持续地为中国建设和谐社会做出坚实的贡献。"

⁹ 货币兑换根据2007年12月31日美元兑人民币1比7.3046的利率计算。

¹⁰ 总需求是指可口可乐中国系统通过其上游和下游价值链创造的需求总合。

社区投资

在进行负责任的业务运营之外，作为可持续发展的基础，我们还不断投资建设可持续的社区。可口可乐中国系统已为国家和地区及公益项目投资逾6000万人民币。为了增强我们的影响，我们主要将精力集中在三个领域：水资源管理、教育、以及健康。

本可持续发展报告仅叙述2007年社区项目取得的新进展。关于这些长期项目的详细背景信息，请参照我们的《2006年企业责任报告》。

除了这些常规项目外，我们还时刻准备应对突发紧急事件。比如，面对2008年初中国南方和中部的雪灾以及2008年5月发生在汶川的大地震，可口可乐中国系统都积极向救灾机构提供资金援助，并且捐赠了数百万瓶饮用水。

管理

我们希望找到社区最紧迫的关注点，然后投入社区，提供最有效的资金、技术和志愿者支持。社区项目通常由不同的部门执行和监管，由中国业务部企业公民委员会实施总体管理。此外，我们的装瓶合作伙伴也一起积极参与，支持项目的实施、监督和反馈。

除了大型项目外，我们还鼓励业务部门自己寻找并支持社区项目，以培养团队精神，增强凝聚力。

教育

可口可乐中国系统与中国青少年发展基金会为提高落后农村地区儿童教育机会，自1993年起在“希望工程”上展开合作，目前这已成为在中国时间最久的合作项目之一。至今，我们已经建立了58所希望工程小学和100所希望工程图书馆，覆盖了27个省市自治区的6万名学生和1200名教师。2007年，3700多名小学生从我们捐建的希望工程小学毕业。可口可乐中国和我们的装瓶合作伙伴定期向这些学校捐赠，支持学生参加各种项目。

教师培训

2007年8月，我们在上海组织了第八届教师培训项目。来自56所可口可乐希望小学的老师们汇聚一堂，分享学校管理、互联网研究技术等经验。自2001年起，已有748名教师参与了该项目，与他们的同行分享自己的知识和方法。



网络学习，丰富生活

2007年，我们开始升级和重修从2001年至2005年修建的可口可乐希望小学中的30个网络学习中心和55间多媒体教室。我们努力为这些网络学习中心提供新的电脑设备和软件，确保这2.5万名农村地区的教师和学生能够继续得到最新的教育资源以及活跃有趣的课堂。网络学习中心还帮助其他的社区成员，包括当地农民，获取最新的在线消息，比如天气状况和农业数据等。

农村地区大学生奖学金

在中国青少年发展基金会和《中国青年报》的协调下，我们从1999年开始与装瓶合作伙伴一起为1200多名农村地区的学生提供4年的大学奖学金。2007年，我们从2003年起开始资助的526名大学生从全国83所大学顺利毕业。这个项目的参与者还获得暑期实习机会和英语学习机会，增加他们在毕业后的就业机会。在学校放假期间，我们鼓励这些大学生到希望小学为中小学生辅导，激发他们回馈社会的精神。

希望之星

可口可乐中国希望之星奖学金项目，是2002年与中国青少年发展基金会联合创立的。2007年，该项目为来自98所中学的450名优秀初中生和来自63中学的206名高中生提供资助。项目不但帮助这些学生继续完成学业，而且支持希望工程开发不同的方法、教授这些来自不同区域、具有不同民族背景的学生。让我们引以为骄傲的是，我们让这些希望之星对自己的未来充满信心。

新农村工程

2007年，我们在湖南省汉峰村启动了新农村工程。2002年，我们曾在这个村庄建立了一所希望小学。新农村工程的目标是将我们的注意力从教室扩展开来，改善希望小学学生、他们的家庭以及其他社区

成员的生活水平。该工程将帮助社区获得清洁饮用水、开发沼气用来做饭和取暖、组织高级农业培训、提供医疗服务以及建设文化休闲设施。

健康

营养失衡和日益加剧的久坐不动的生活方式对消费者的健康造成了严重的威胁。在中国，城市人口的肥胖症和糖尿病发病率正急剧增长，而一些农村地区的人们则仍然面临营养不足的问题。2007年，我们的项目进一步扩展，开始致力改善学生的健康状况，这样孩子们能集中精力学习，而不会受到营养不良、疾病或缺乏运动等不良干扰。

快乐课间

我们继续推广“快乐课间”这一积极向上、贴近生活的项目。该项目是2006年我们与“中国关心下一代委员会”（由12个政府部委联合成立的机构）联合启动的。我们响应政府关于“中国校园健康行动”的十年计划倡议，在学校内推广有趣、有创意的体育运动方式。2007年，“快乐课间”项目已经覆盖了19个城市的55万名小学生。2008年，我们将扩大这个范围，覆盖22个城市的170万名学生。此外，我们还在争取装瓶合作伙伴更积极的参与，参加此项目的装瓶合作伙伴2006年有13家，到2008年已经超过20家。

健康之旅

自“健康之旅”工程于2005年启动以来，我们已向53所可口可乐希望学校的2.4万名农村学生和老师提供了更好的、卫生安全的饮用水以及由我们的科研人员专门为他们研发的可提供他们所需营养的豆奶。此外，我们还帮助18所希望学校的7000名学生和教师改善了厨房和卫生清洁设施。2007年，我们向上述项目及四所学校的挖井费用投入近200万元人民币。此外，我们还提供了急救箱，捐赠杯子给学生使用，向云南的艾滋孤儿提供豆奶粉等。

艾滋病，意识、预防和关爱

艾滋病影响着全球数百万人的生活。根据我们在其他地区的经验，我们认为中国正面临着防治艾滋病大范围蔓延的重大时机。我们正采取措施，教育我们工厂的员工，同时鼓励业界同行也这样去做。在社区，我们支持各种项目，提高人们对艾滋病的认识、帮助那些生活受艾滋病影响的人。

中国预防性病艾滋病基金会

自2005年起，我们开始与中国预防性病艾滋病基金会合作。我们在全中国范围的防治艾滋病运动就已面向约8000万人进行了宣传。这个项目在100多个县市发放手册、海报、VCD，每年在10个城市举行展览，传播防治艾滋病的基本知识。

此外，我们还支持艾滋孤儿关爱项目。该项目由中国预防性病艾滋病基金会和瑞丽妇联于2006年共同启动，目前资助云南省瑞丽县75个村庄和宝山县106个村庄的387名孤儿和他们的亲属或领养家庭。项目为这些孤儿提供日常生活、教育、医疗费用，帮助这些孩子树立独立意识、自信和社会归属感。

2007年11月，可口可乐中国赞助了第六届盖瑞-普雷尔高尔夫比赛。这是一项由中国预防性病艾滋病

基金会与普雷尔基金会联合举办的慈善高尔夫比赛。运动员基金会由著名的高尔夫球运动员盖瑞-普雷尔创办，旨在帮助困难儿童。这次比赛筹集了将近200万元人民币，用于多项教育和医疗项目，帮助云南省受艾滋病影响的儿童。2008年，我们将继续支持该项比赛。

全球企业抗艾滋病、结核和疟疾联合会

我们一直在寻找创新的方式帮助弱势群体，比如那些可能不懂得如何防治艾滋病以及其他严重传染疾病的民工。2007年，我们与“全球企业抗艾滋病结核和疟疾联合会”（GBC）合作，支持宣传艾滋病防治的运动，向中国六大城市的民工以及可口可乐中国系统的员工分发了10万副教育性的扑克牌。每副扑克里的54张牌都印有不同的宣传信息。

2007年7月开始，我们联合其他公司，以及媒体、非政府组织、政府部门、联合国机构，支持GBC的中国艾滋病媒体联合会（CHAMP）项目。CHAMP旨在动员大众媒体和商业营销的传播力量，提高公众对艾滋病的认识，减少恐慌和对感染者的歧视。经深入分析当前形势，CHAMP目前正在制作宣传片，该片将在中国25个省市自治区的71家电视台播放，预计观众人数将达7亿4100万。

2007年所获企业社会责任奖项

- 中国艾滋孤儿关爱项目慈善奖（民政部，2007年3月）
- 中国十大杰出慈善企业奖（《公益时报》，2007年4月）
- 杰出企业社群奖（全球企业抗艾滋病结核和疟疾联合会，2007年6月）
- 跨国公司企业社会责任奖（《光明日报》，2007年9月）
- 企业社会责任奖（上海美国商会，2007年10月）
- 企业社会责任杰出贡献奖（中国外商投资企业协会，2007年10月）
- 光彩企业社会责任杰出贡献奖（中华全国工商联，湖南省政府，2007年11月）
- 美国2007年杰出企业国务卿奖（美国国务院，2008年1月）
- 地方政府嘉奖装瓶生产厂在水资源和能源效率的方面的出色表现

我们对奥林匹克运动的支持



自1928年阿姆斯特丹奥运会我们与奥运结缘以来，可口可乐公司就一直是奥林匹克运动最长期、最坚定的企业赞助商。现在，我们是国际奥委会全球合作伙伴，同时也支持北京2008年奥运会。除了我们与奥运会的合作，我们还赞助了残奥会的相关活动，包括北京2008年残奥会。此外，我们与特殊奥运会密切合作，支持了2007年在上海举办的世界夏季特殊奥运会。

可持续发展与奥林匹克精神

我们对奥运会的支持植根于奥运会本身，因为它体现的是公平竞争和取得更好的成绩。我们还在我们的项目中宣传奥运精神，提高人们对环境问题和生命健康问题的重视。我们的支持不仅仅面向参加奥运会的顶尖运动员，而是面向所有受奥运精神鼓舞的人们：

- 在全世界和中国本土，我们选拔了环保人士作为奥运火炬手，在奥运火炬接力中传递奥运之火
- 2007年，我们将奥运火炬带到学校，通过我们的“快乐课间”项目鼓励学生的运动精神，还将奥运精神融入到“留住一桶水”的学校项目中
- 借助北京2008年奥运会和残奥会的好机会，我们建立了奥运村纪念章交换中心，出售用国家体育馆（鸟巢）剩余钢材制作的水资源保护纪念章。每售出一枚纪念章就有5元人民币，将用于资助我们与联合国开发署合作的“学校供水和清洁卫生”项目（详见第25页）
- 此外，我们还一直策划一些特殊活动，鼓励运动员成为他们当地社区宣传环保的模范

特殊奥运会

自从特殊奥运会1968年创立以来，可口可乐公司就一直是其全球合作伙伴。我们非常骄傲，我们的支持帮助特殊奥运会使数以百万计有智力缺陷的人，通过体育训练和运动竞赛，成为身体健康、有创造力并且受人尊敬的社会的一分子。

由于与中国政府的通力合作，特奥运动获得了长足发展。2000年只有3万名中国运动员参与，2005年这个数字已经激增到55万名。2007年夏季特奥会在上海举行，是有史以来规模最大的一次。除了近7500名运动员，还有4万名志愿者，3500名活动官员，以及来自各个大洲的数以千计的家庭、志愿者、观众、记者参加。

可口可乐公司组织了一系列声势浩大的活动及公益营销项目，提高人们对2007年特奥会的了解并予以实质性的支持。我们在中国特奥运动的支持，已经超越了运动会本身。我们组织的活动包括：

- 为特奥会及相关活动的运动员、官员、员工、志愿者、媒体、观众等提供300万份饮料，向30所赛事或非赛事场馆提供设备和服务
- 通过在上海地区2700多个零售点“全心关爱，全心分享”的公益营销活动，筹集资金、提高公众对特奥会的认识。消费者每购买一瓶指定可口可乐产品，可口可乐公司即向特奥会捐助0.1元人民币
- 联合组织“欢聚特奥会——国际儿童节，共庆运动会”的活动，这是一项志愿者活动，在北京和上海举行，汇集了25家跨国公司和1000多名志愿者，包括来自可口可乐公司的60名志愿者
- 充分利用我们的iCoke中国网站，面向数百万名注册用户，提高他们对特奥会的认识，组织在线拍卖可口可乐奖品和节日礼品活动，拍卖所得捐赠给特奥会
- 启动限量版特奥会彩虹纪念章和可口可乐特奥会联合彩虹标识





内容索引

SR：可持续发展报告
TCCC WS：可口可乐公司网站
www.thecoca-colacompany.com/citizenship

章 节	页 码	章 节	页 码	指 标	页 码	指 标	页 码
战略及分析		3.10	N/A	绩效指标			
1.1	SR1	3.11	SR1	经 济		劳工措施及合理工作	
1.2	SR1, 7*	3.12	SR36	EC7	SR14	LA1	SR12*
机构简介**		3.13	SR1	EC8	SR25, 31-32	LA4	SR15*
2.1	SR3	管治、承诺及参与度***		EC9	SR30	LA5	SR13*
2.2	SR2, 19	4.1	SR6-7, TCCC WS	环 境		LA8	SR14*
2.3	SR3-5	4.2	SR7, TCCC WS	EN1	SR28*	LA10	SR13
2.4	SR3	4.3	TCCC WS	EN2	SR28*	LA11	SR13
2.5	N/A	4.4	TCCC WS	EN3	SR26*	人 权	
2.6	SR3-5	4.5	TCCC WS	EN4	SR26*	HR2	SR17
2.7	SR2, 5*	4.6	TCCC WS	EN5	SR26-27	HR3	SR15*
2.8	SR2, 12*	4.7	TCCC WS	EN6	SR27	HR6	SR14-17*
2.9	SR3	4.8	SR6-7	EN10	SR23*	HR7	SR14-17*
2.10	SR33	4.9	SR7, TCCC WS	EN13	SR24	社 会	
报告规范		4.10	TCCC WS	EN16	SR26*	SO3	SR7*
3.1	SR1	4.11	SR7	EN18	SR26-28	SO5	SR7*
3.2	SR1	4.12	SR1, 20, 25, 27	EN21	SR23*	产品责任	
3.3	SR1	4.13	SR8	EN23	SR22	PR1	SR18-19
3.4	SR8	4.14	SR8-9	EN26	SR27-28	PR3	SR18, 20
3.5	SR6, 8-9	4.15	SR8-9	EN27	SR29*	PR5	SR18*
3.6	SR1	4.16	SR8-9	EN28	SR22	PR6	SR20-21
3.7	SR1	4.17	SR9	EN29	SR28*		
3.8	SR1						

* 部分报告
** 与生产总量相关的一些指标，报告只做部分介绍，因为在中国这些信息在商业方面比较敏感。
*** 本节描述的实体完全纳入可口可乐公司的管治体系，上述网址括有其董事会及相关指标的信息资源。

如需了解更多相关信息，请浏览可口可乐中国网站：
www.coca-cola.com.cn
或可口可乐全球网站：www.thecoca-colacompany.com

如果您对本报告有任何反馈或评论，
请发送电子邮件或传统邮件至以下地址：
sustainability@apac.ko.com

企业责任

可口可乐（中国）饮料有限公司
北京市朝阳区门外大街18号丰联广场1702室
邮编：100020

术语表

装瓶公司：经营层面的装瓶合作伙伴。本报告中使用此术语既指装瓶集团的子公司，也指独立的装瓶公司

装瓶集团：经营一个以上装瓶子公司的大型装瓶合作伙伴

装瓶合作伙伴：经过授权同意销售、生产、分销可口可乐公司饮料的企业实体。本报告中使用此术语既指大型的装瓶集团及其子公司，也指独立的装瓶公司。

装瓶生产厂：生产饮料的工厂，包括相关的库房、车间以及生产现场的其他建筑和设施

CCBM东莞：可口可乐装瓶商生产(东莞)有限公司（CCBM东莞），一家由可口可乐公司拥有的装瓶合作伙伴

CCCIL：可口可乐中国事业有限公司，一家由可口可乐公司拥有的装瓶合作伙伴

中国业务部：总体指代可口可乐（中国）饮料有限公司、可口可乐中国有限公司和可口可乐远东有限公司

可口可乐中国：不是一个法律实体。本报告使用这一名称是为了以更简便地方式介绍可口可乐公司拥有或最终经营的所有实体

可口可乐中国系统：由可口可乐中国实体和独立装瓶合作伙伴组成的企业系统

中粮饮料：中粮可口可乐饮料有限公司，独立的装瓶合作伙伴

浓缩液生产厂：用于生产浓缩液和糖浆的工厂，包括相关的仓库、车间以及其他建筑设施。

消费者：饮用可口可乐公司饮料的人

客户：食品店、小型零售商、超市、饭店以及向消费者销售可口可乐公司饮料的其他企业实体

eKOsystem：可口可乐管理体系的环境部分

EthicsLine：以电话热线和网站为基础的道德投诉服务，
www.KOethics.com

SGP：供应商指导原则

太古饮料：太古饮料有限公司，独立的装瓶合作伙伴

TCCSMS：可口可乐安全管理体系，可口可乐管理体系的职业健康和
安全（OHS）部分

TCCMS：可口可乐管理体系

前瞻性陈述

本报告中所包含的陈述、预期或计划，构成前瞻性陈述并符合美国联邦证券法律规定之含义。前瞻性陈述中，“相信”、“期望”、“拟定”、“预期”、“估计”、“计划”、“将要”或类似表述在通常意义下不具有历史事实的性质。由于前瞻性陈述受确定的风险和不确定因素的影响，所以实际结果可能与可口可乐公司的历史经验和我们目前的预期或计划存在实质性差异。这些风险包括但不限于：水资源匮乏及水质；无酒精饮料产业环境的变迁；与装瓶商保持良好关系的能力；与我们业务相关的法律法规的变化；诉讼或法律程序。请勿过度依赖此仅根据发布日时情况作出的前瞻性陈述。本公司不承担公开更新或修正任何前瞻性陈述的义务。

环境声明

全球或当地的健康环境对于我们的业务和开展业务活动的地区都是至关重要的。

我们视环境保护为一个旅程而非目的地。我们早于一百多年前就踏上了这一旅程，一直持续到今天。每位可口可乐公司的员工均负有管理我们的自然资源和以保护环境的方式努力经营业务的责任。我们的员工、业务合作伙伴、供应商和客户都应共同努力不断开发出富有创意的鼓励有效利用能源、防止污染和合理管理水源的方法。这么做并不仅仅有利环境，同时也铸就了优秀的商业精神。

本报告采用循环再生纸和无污染环保油墨印制。

若中英两种文本发生歧义，以英文本为准。

©2008 可口可乐（中国）饮料有限公司 版权所有

“Coca-Cola”，“可口可乐”，“Sprite”，“雪碧”，“雪碧冰薄荷”，“Fanta”，“芬达”，“Smart”，“醒目”，“Minute Maid”，“美汁源”，“美汁源果粒橙”，“Qoo”，“酷儿”，“酷儿形象”，“Heaven and Earth”，“天与地”，“Sensation”，“水森活”，“健怡可口可乐”，“美丽果”，“柔取的阳光果肉”，“清凉源”，“自然之汇”，“Ice Dew 及冰露”及“波浪形飘带图案”是可口可乐公司的商标。

“NESTEA”，“雀巢”，“ICE RUSH”，“冰极”，“NESCAFE”及“雀巢咖啡”是瑞士雀巢产品有限公司的标志。

可口可乐(中国)饮料有限公司

www.coca-cola.com.cn