



企业责任报告  
2006年

## 目录

包逸秋的致辞	01
可口可乐中国	02
管治与道德规范	06
利益相关方的参与	08
可口可乐框架中的企业公民	09
完善工作环境	10
为市场注入活力	16
环境保护	18
让社区更健康	24
支持奥林匹克运动	31

## 评估范围

这份《企业责任报告》涉及可口可乐中国<sup>1</sup>在中国大陆、香港和台湾的业务及管理范围。我们尽可能将装瓶合作伙伴提供的数据也收录在本报告中，并标明涉及可口可乐中国以外的合作伙伴的信息。我们没有收录供应商提供的数据，仅在“完善工作环境”部分介绍了与这些合作公司的互动情况。

本报告主要基于2006年的情况撰写。由于这是可口可乐中国首次尝试撰写一份全面的企业责任报告，为了对我们的影响做出更为全面的评估，我们也将过去几年的信息收录在内。

本报告的撰写以全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative (GRI)）发布的《可持续发展报告指南》为指导，该组织及其倡导的报告标准广为国际社会接受和采纳。鉴于我们在《可持续发展报告指南》第3版（G3）发布前就已开始撰写报告，因此本报告主要依据2002年版标准撰写。我们将本报告视为与报告指南标准接轨的第一步，并以持续提高我们的企业责任监督和报告能力为目标。

---

<sup>1</sup>截止2006年底，可口可乐公司已在中国开设两家分公司，可口可乐（中国）饮料有限公司和可口可乐中国有限公司（合称“可口可乐中国”）。



### 包逸秋(Paul Etchells)的致辞

可口可乐太平洋集团副总裁（2007年4月至今）  
可口可乐中国总裁（2002年1月至2007年4月）

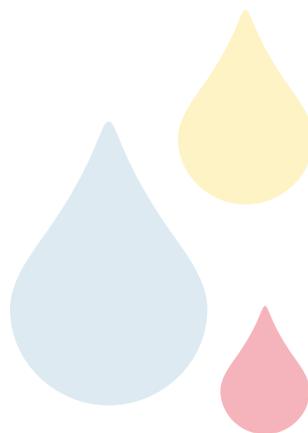
在中国，每天都有数以百万的消费者品尝我们的饮料。我们的目标就是确保我们的消费者能享用美味、优质的饮料，有更多的产品可供选择，信任我们的企业和我们的品牌。

我们相信，利益和责任是相辅相成的。早在1927年，可口可乐公司就已成为中国社会的一员，而我们长久以来不断的进取和成功，实际上也与我们对中国人民和社会始终不懈的承诺紧密相连。

这份《企业责任报告》是可口可乐中国首次尝试在一份文件中从经济、社会和环境等方面综合介绍我们是谁、我们在做些什么以及我们的做法。这份报告的撰写过程极具挑战性，因为企业责任报告本身在不断发展，而我们在这个领域还处于学习和提高的阶段。我们知道，要实现企业可持续发展是任重道远的，我们会为此而更加努力，同时希望在这个过程中，能够得到您的帮助和支持。

在与利益相关方坦率而真诚的对话中，我们受益匪浅，这些沟通除了能让我们了解到在哪些方面我们需要改进之外，而且还帮助我们自己发现了更多自身的优势。这份报告上呈现了我们为了与利益相关方进行沟通而做出的积极努力，通过这些对话我们可以更好地理解您的需求以及所关注的问题。我们希望通过这份报告作为对话的起点，通过这些持续的交流和沟通，将我们取得的最新进展展现出来。

我希望，可口可乐中国的首份《企业责任报告》能为您提供丰富的相关信息。我们希望在今后能够将每一步前进的步伐持续的呈现给大家，而来自利益相关方的反馈信息，将对我们在未来的报告中确定其所分析的范围和所关注的焦点起到重要的作用。我们欢迎您提出宝贵意见并期待与您保持对话。



# 可口可乐中国

“可口可乐”在1886年创制于美国乔治亚州的亚特兰大市，随后在1889年，可口可乐公司正式与第一家装瓶伙伴建立合作关系，我们今天所熟知的这种生产和分销模式也由此诞生。1927年，可口可乐公司已在中国的上海和天津设立了两个装瓶生产厂，它们也是可口可乐公司的首批国际生产厂。随着在华业务的迅速发展，可口可乐公司于1930年在青岛又设立了第三个装瓶生产厂，到了1948年，上海已经成为可口可乐公司在全球首个年销量突破100万箱<sup>2</sup>的城市市场。

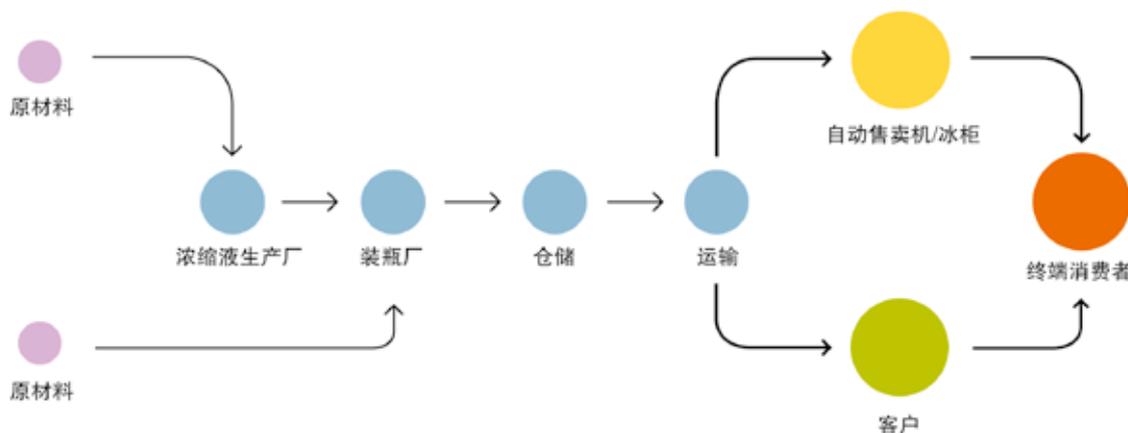
对于可口可乐而言，在华运营的悠久历史不仅反应出我们对中国社会坚定不移的承诺，同时对我们的成功也至关重要。2005年，中国成为可口可乐在全球的第四大市场，这与其他众多令人振奋的指标一起，预示着未来20年后，我们在华业务将超越其他市场。

## 我们的商业模式

可口可乐公司主要着眼于以下两个领域：创建并推广品牌及制造浓缩液和糖浆。正是这些原料令我们的饮料与众不同。

我们向装瓶厂，即我们提到的“装瓶合作伙伴”销售浓缩液。这些装瓶厂独立发展本地市场和分销网络。根据可口可乐特许授权的合约，装瓶合作伙伴使用浓缩液生产成品饮料，他们把成品饮料装入瓶、罐和其他容器内，分销给我们的客户，如食品店、零售商、超市、餐厅、咖啡店、便利店和许多其他企业，通过他们为终端消费者提供我们的饮料。

## 生产流程



<sup>2</sup>一箱等于192美制液态盎司成品饮料（24瓶8盎司装饮料）。

根据不同的本地需求，每个装瓶生产厂的所有权结构也不尽相同。尽管在许多情况下，我们以合资企业的形式拥有合作企业的少数股份，装瓶厂主要还是由其它公司控股和管理，但是可口可乐公司通过在装瓶商合约中对合作企业明确的要求，以及与他们紧密合作，确保了产品的最佳品质。

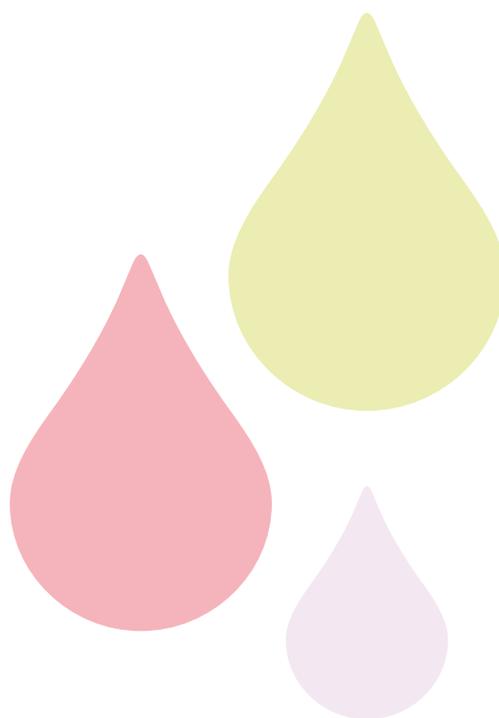
许多人对可口可乐公司并不生产成品饮料感到惊讶。然而，这却是最具成本效率和资源效率的商业模式：由于我们的业务遍及世界各地的每个角落，在与地方合作伙伴合作时，为他们提供浓缩液进行本地生产显然比运输更大量的成品饮料更合理。可口可乐公司及我们遍布全球的装瓶合作伙伴被我们统称为“可口可乐系统”。

## 在华运营情况

可口可乐中国直接管理着三家生产厂，包括两家分别位于上海和天津的饮料主剂生产厂，和一家位于东莞的不含气饮料厂，生产茶饮料和果汁饮料等。此外，我们还设有多家办事机构，由可口可乐中国员工负责管理系列饮料产品、设立和监督质量标准、推广我们的品牌，并致力于更好的了解消费者喜好。以上工作主要由我们位于上海的总部完成；我们也通过在北京、成都、广州、香港、台北和武汉的办公室进行有关联络工作。

除上述职责以外，可口可乐中国还与本地装瓶合作伙伴密切协作，完成可口可乐系列饮料在当地的生产和销售。在本报告中，我们把上述这些公司和生产厂统称为“可口可乐中国系统”。

阅读这份《企业责任报告》时，有一点非常重要，即可可口可乐中国系统在整合和协作以确保产品质量方面，并不是一个单一的实体。可口可乐中国系统实际上包括许多公司，它们在法律和管理方面各自承担着明确的责任。这使得可口可乐中国及本地装瓶合作伙伴能将重心放在自己最擅长的方向上，发挥最大的整合优势。



## 中国的装瓶合作伙伴

在中国，我们主要与3家装瓶集团合作，每家集团又下设多个装瓶厂，这3家集团分别是：太古饮料有限公司（“太古饮料公司”）（11个装瓶厂），嘉里饮料有限公司（“嘉里饮料有限公司”）（11个装瓶厂）和中粮可口可乐饮料有限公司（“中粮饮料有限公司”）（6个装瓶厂）另外，除了上述3大集团公司外，我们还与位于上海（2家）、北京（2家）和珠海（1家）的几家独立装瓶商保持合作关系。上述33家装瓶厂与可口可乐自营的两家饮料浓缩液生产厂和一家不含气饮料厂（如前页所述）组成了可口可乐中国系统的全部36家生产基地。

2006年8月，可口可乐公司收购了嘉里饮料有限公司控股比例的股份，将其11个装瓶厂直接纳入公司管理。由于嘉里集团与可口可乐中国在2006年8月之后才完成交接，未对本报告涵盖的业务区间产生巨大影响，所以在本报告中我们仍认为这些设施是由装瓶合作伙伴管理的。

**太古公司**是香港领先的上市公司，在亚太地区的业务由如下5个部门负责运营：房地产、航空、饮料、船务、贸易和工业。太古公司在1965年收购了可口可乐公司香港分部的多数股份，开始了双方的合作关系。**太古饮料有限公司**是由太古有限公司和可口可乐公司组建的合资企业，通过11家装瓶工厂在香港、台湾和中国大陆的7个省份生产和销售可口可乐饮料产品，主要为中国内陆及南部地区服务。

**嘉里集团**是总部位于香港的大型集团企业，在酒店管理、房地产开发和物流方面拥有丰富的专业知识和技术。1993年，嘉里集团和可口可乐公司合资创建了**嘉里饮料有限公司**，当时在中国北部和内陆地区的9个省份经营11家装瓶工厂。2006年8月，可口可乐公司宣布从嘉里集团手中收购嘉里饮料有限公司占控股比例的股份，从而使可口可乐公司的持股比例达到89.5%。之后，可口可乐公司将这11家装瓶生产厂的管理权交给了新成立的国内实体——可口可乐中国实业有限公司。

**中粮集团有限公司**是中国最大的粮油食品进出口公司和实力雄厚的食品生产商。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。2000年，中粮集团成立**中粮可口可乐饮料有限公司**，进一步拓展了双方的合作关系。中粮集团目前在中国经营着6家装瓶厂，产品销往14个省区。



## 我们的品牌

大多数人会自然而然地把可口可乐公司与我们最著名的品牌“可口可乐”联系在一起。不过，实际上我们向消费者提供的饮料是多种类、多品牌的。除了“可口可乐”、“健怡可口可乐”、“雪碧”和“芬达”这四种世界顶级含气饮料外，可口可乐公司在全球还经营水、果汁及果汁饮料、茶饮料、咖啡饮料、以及运动饮料，拥有总共400多个品牌的产品组合。

我们在中国提供多种品牌产品的同时，仍在不断创新，不断丰富我们的饮料产品组合。在最近几年，考虑到消费者对不含气饮料和低卡路里饮料的喜爱，我们已经扩展了产品组合，提供包括茶饮料、果汁饮料、低卡路里饮料和水在内的多种选择。而且我们还在研究中国消费者的喜好时参考传统习惯与看法，以此来更好的了解本地需求，并研发出更符合本地市场的新产品。

## 管治与道德规范

可口可乐公司在企业管治与道德规范方面拥有悠久的历史。可口可乐中国全面纳入了可口可乐公司在全球的企业管治架构之中，而且秉承着同样的透明度和责任义务。

卓越的企业管治和具有职业道德的商业行为构成了企业公民的基础——唯有负责任的员工方能造就负责任的公司。为实现这一点，我们认为，必须向员工清楚地阐明我们的期望。我们的《商业操守守则》（即我们的《守则》）明确定义了公司内部的职业道德标准。请参见P7文本框中的公司《守则》摘要。

全世界员工都必须接受《商业操守守则》培训。新员工入职伊始，公司就会对其进行入职培训，其中也包括《商业操守守则》培训。经过初步培训后，我

们的员工至少每3年要接受一次有关职业操守规范以及与企业管治和职业道德相关的其它培训。

2005年，可口可乐公司建立了道德专线，这是一项通过全球性互联网和电话获得信息并提出意见的服务。这项服务能让我们的员工、装瓶合作伙伴、供应商、客户和消费者在任何时间——无论白天还是夜晚——提出他们所关注的事情、询问问题并追踪上次电话结果。该服务由独立的第三方负责管理，来电内容和致电者姓名都获得了严格的保护，消除了致电者的顾虑。该服务还提供普通话和广东话两种语音选择。

欲了解更多有关可口可乐公司企业管治和道德规范的内容，请浏览：

- 章程 [www.thecoca-colacompany.com/investors/bylaws.html](http://www.thecoca-colacompany.com/investors/bylaws.html)
- 《企业管治指南》 [www.thecoca-colacompany.com/investors/governance/guidelines.html](http://www.thecoca-colacompany.com/investors/governance/guidelines.html)
- 《商业操守守则》 [www.thecoca-colacompany.com/ourcompany/business\\_conduct.html](http://www.thecoca-colacompany.com/ourcompany/business_conduct.html)

## 公司《守则》的关键要素：

- 无论身处世界各地，我们的员工必须做到遵纪守法。
- 员工必须避免卷入利益冲突。
- 内部的财务运作和外部的财务交易记录必须做到及时、准确。
- 必须公平对待客户和供应商，并保持适当的距离。
- 我们的员工必须保持清廉，不对政府官员产生不适当的影响。
- 我们的员工必须确保可口可乐公司非公开信息的安全，不得盗取或滥用可口可乐公司资产。
- 违反规范者将受到适当的纪律惩处。

## 整合企业公民工作

我们还认为，管治架构的设计必须有助于责任文化的形成。为了更好地协调我们的企业责任工作，可口可乐中国于2005年在公司内部成立了企业公民委员会。

在2006年，我们把工作重点放在对当前企业公民活动的全面评估上，明确了优势和弱点，并制定出了改进计划。这份《企业责任报告》就是该进程中的成果之一。今后，我们将持续的通过发布报告以及与其他利益相关方的沟通，为您提供最新进展的情况。

## 企业公民委员会

### 主席：

可口可乐太平洋集团副总裁

包逸秋(Paul Etchells)

### 成员：

董事长

陈奇伟(Steve Chan)

副总裁兼北京奥林匹克项目部总经理

鲁大卫(David Brooks)

副总裁兼技术总监

赵仲彬(C.B. Chiu)

副总裁兼公共事务及传讯总监

李小筠(Brenda Lee)

副总裁兼企业事务总监

唐韩生(Charles Tang)

副总裁兼人力资源总监

戴壮能(Jonathan Taylor)

对外事务总监

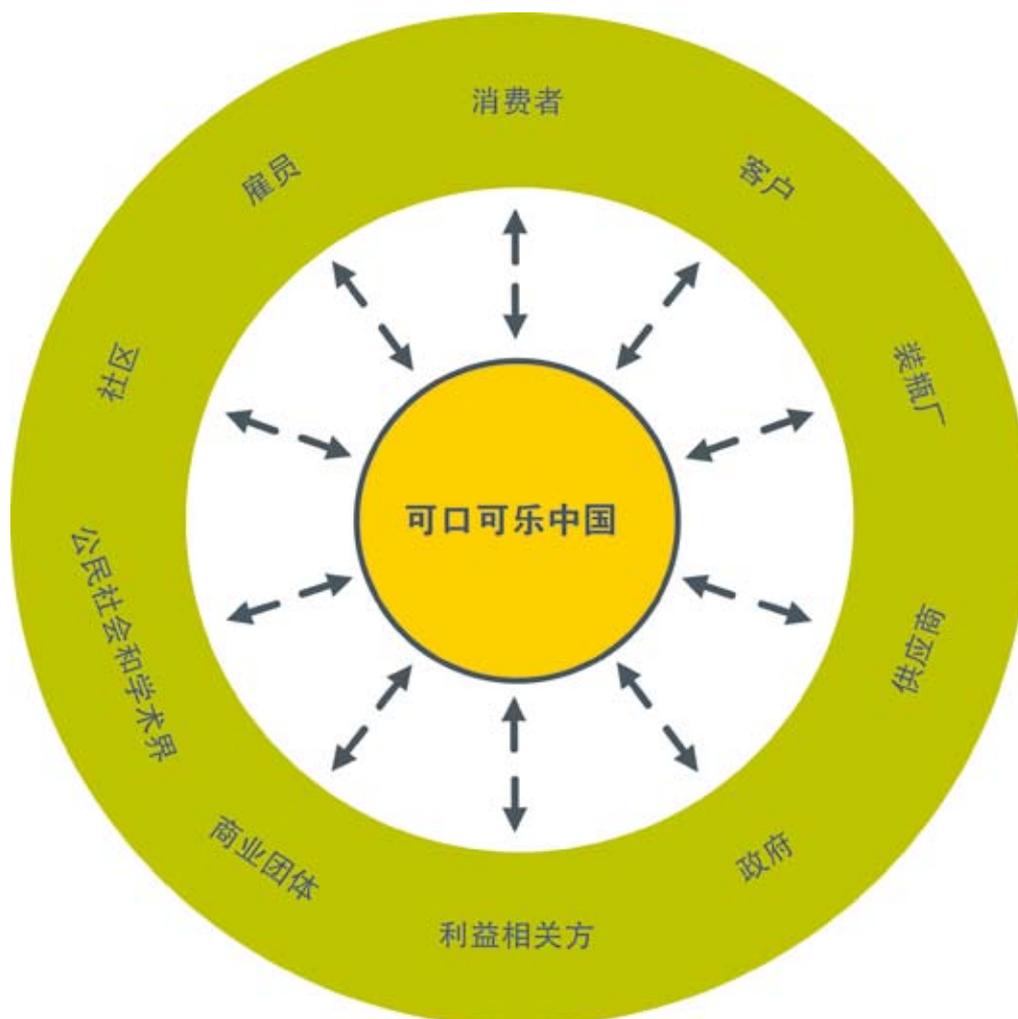
刘飞飞(Christina Lau)

## 利益相关方的参与

我们认为，我们的“利益相关方”包括任何与我们业务相关联的或对我们业务的各个方面感兴趣的人。我们通过我们生产的饮料、推出的广告、使用的资源、采购的产品和服务、缴纳的税款、以及创造的工作机会，进入了人们的生活。

在尝试预测我们的行动将如何影响利益相关方的同时，我们也知道我们所接触的形形色色的人会带

来同样多种多样的意见。自可口可乐公司进入中国以来，我们一直在努力了解利益相关方的需要和关注。不过，我们也意识到，我们还有许多需要改进的地方，我们要就各种各样的问题进行更广泛的磋商，从而理解我们业务所带来的全面影响。



在过去几年中，我们一直致力于创建一个更加系统的框架使利益相关方能够更好地参与其中。为了能够更多的了解利益相关方的期望，并针对我们的工作获得他们的反馈，我们通过现有沟通渠道展开更多课题的讨论，让征集意见的有效方法更加制度化，并且探求开展对话的更多途径。

2005年和2006年，可口可乐公司采取了一些重要举措。我们在全球范围宣布加入联合国全球契约，并开始参与多个利益相关方合作论坛。在中国，我们加入中国可持续发展工商理事会，通过全球企业抗艾滋病、结核病和疟疾联合会中国工作组与其他中国企业分享我们的经验教训。

我们通过自己的饮料与健康研究所与中国中医科学院建立了合作伙伴关系，并与其他企业参加了于2005年10月在北京举办了国际食物强化企业联盟成立大会。饮料与健康研究所还创建了一个国际咨询委员会，在我们的科研以及新产品研发中给予指导，在委员会中，中国疾病预防控制中心的陈君石博士也是成员之一。这些只是我们近期活动的一小部分，其他活动可参见本报告的其他部分。

本报告的公布还标志着我们的另一项于2005年迈出的重要一步：我们承诺将长期采用更加正规的方式监督我们在企业公民方面所取得的进展。我们真诚的邀请您参与其中，并希望您能通过电子邮件或来函发表您的意见和评价，来函地址如报告封底所示。您的反馈意见对于我们改进报告至关重要。

## 可口可乐框架中的企业公民

通过广泛的内部和外部磋商，可口可乐公司明确了若干业务和社会相结合的重点领域。我们认为我们有机会、也有责任在这些领域中产生积极的影响——通过专业技术、本土知识和全球网络的分享来共同协作寻求持续发展的方案。下面的图示解释了这个全球承诺的几个方面。《企业责任报告》的主体部分将为您介绍更多我们在中国开展这几个相关领域工作的情况。



## 完善工作环境

在可口可乐中国，我们力求营造出一种兼容并包的文化氛围，激励我们的员工追求完美。我们认识到工作场所不仅是进行工作的地方，还是生活的重要组成部分，因此我们努力帮助员工在他们的职业生涯中，不仅能够充满工作的成就，而且能够得到生活的平衡。我们相信，在一个人人都被尊重的环境里，员工的潜力才会得以充分发挥。

可口可乐中国在华的直接雇员约为700名——其中95%以上是中国人；我们的装瓶合作伙伴雇佣了约3万名员工，其中99.5%以上是中国人。此外，我们还与数百家为可口可乐中国系统提供产品和服务的中国企业合作。尽管我们不直接管理合作伙伴企业的业务运营，但我们一直与他们密切合作，以确保其雇员在我们共同的成功中得到公平待遇并由于其克尽职守而得到奖励。

### 激励员工追求完美

创建一种能够让员工获得激励的氛围需要建立健康的体系，以确保员工在薪酬、工作机会、以及个人发展上获得平等对待，并使出色的员工能够得到认可。

我们时刻关注我们在薪酬和福利方面的公平性与一致性，我们不允许任何形式的针对员工或求职者的歧视行为，我们要给员工提供公平的机会。

我们开展女性领导能力项目，鼓励女性担任中层管理职位。这个培训项目探索女性在商业中面临的挑战，同时为她们建立一个平台，提供跨部门的正式和非正式的支持。

我们提供给员工培训和发展机会，比如：借调到我们的合作伙伴企业、岗位见习、岗位轮换、海外派遣、脱产或体验学习、以及项目工作，这些机会对于确保员工在当前职务中取得最佳表现以及使之在漫长的、自我实现的职业生涯中更上一层楼都至关重要。2006年，公司人均接受培训23个小时，而且大部分培训是利用工作时间完成的。

我们的管理者在帮助员工进行职业规划与发展的同时，还要与员工就岗位期望和业绩评估进行明确的沟通。员工还能利用在线职业发展工具评估其技能，规划自己的职业发展。

## 员工参与

员工是可口可乐中国的重要利益相关方，我们十分重视他们他们对公司运营和发展方向的意见和建议。因此，我们随时保持着沟通渠道的畅通，确保员工能随时了解我们的政策。

员工只要点击公司内部网“关于我”专栏就能了解到公司的各方面政策。我们在员工休息室里为没有固定电子邮箱或内部局域网地址的员工公示公司政策。我们还会定期召开部门员工会议、举行员工论坛或发送电子邮件，让员工了解最新发展情况并倾听他们的反馈意见。

## 工作场所权益

我们承诺给予每一位员工平等和尊重。我们遵守国际劳动标准，遵守一切现行的劳动和雇佣法律。我们的员工有权根据地方法律成立工会，而无需害怕打击报复、受到排挤或任何其他形式的威胁或歧视。

## 健康和安

保护员工在工作场所的健康和安全是任何雇主的重要责任。我们在管理空气质量、噪音污染、危险材料、防火和安全保障等方面制定诸多明确的政策和程序，并通过定期培训，强化这些政策和程序的执行，从而最大程度地避免潜在危险。我们还制定了应急预案，为新入职者提供培训，并让员工定期接受相关进修。

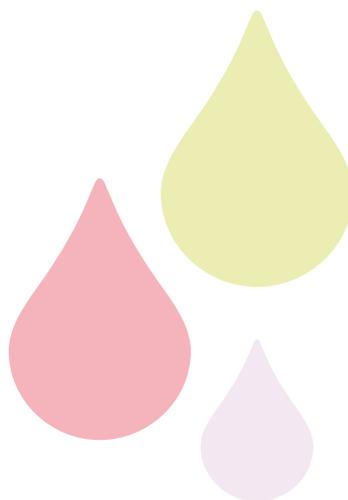
在可口可乐中国，我们还力求让员工们掌握在工作场所之外保证人身安全的知识。2005年，我们推出了有关艾滋病、禽流感和其他传染性疾病的培训。无论是在工作中或工作外，员工的健康和安对我们来说都是至关重要的。

## 工作之余

我们还认为，工作有时也应包括娱乐。2000年，我们设立了员工服务组织，这是一个由可口可乐中国资助的委员会，但主要由员工志愿者管理，从而加强各个部门间员工的沟通，让工作变为一种令人愉快的体验。员工服务组织的活动包括集体旅游、利用午休时间组织的瑜伽和舞蹈班、观看电影和足球赛以及共进晚餐。

## 员工志愿者服务

正如报告中“让社区更健康”部分所述，我们还认为，员工志愿者服务意义深远，不仅能提高团队士气，帮助个别员工找到生活平衡点，还能开发日常生活中可能用不到的技能和兴趣并回报社区。由于我们的员工显示出为社区服务的热情，因此我们正在制定一个更加系统的志愿者项目，希望在2007年之后能够定期开展志愿者活动，让更多员工加入其中。



## 参与装瓶合作伙伴的工作环境管理

尽管可口可乐公司对装瓶商的运营没有直接管理权，但我们仍在包括工作场所事宜在内的许多领域与其开展密切合作。我们期望，我们的装瓶合作伙伴尊重这些员工的权力和利益。

作为可口可乐质量系统的一部分，如“为市场注入活力”部分所述，我们的装瓶合作伙伴会定期接受第三方审核，确保职业健康和安全标准与OHSAS18001标准保持一致。我们与装瓶合作伙伴密切合作，制定出共同的突发事件应急方案，以便在出现紧急事件时实施，并共享健康与安全培训材料。

令我们倍感振奋的是，在2006年最佳雇主评选中，我们的装瓶合作伙伴，中粮饮料有限公司被大学生评为中国50佳雇主企业。此次评选由中华英才网、北大光华管理学院、经济观察报和新浪财经网共同主办，其评选标准包括企业文化和声誉、品牌价值、客户服务和工资指数等。

## 参与供应商工作环境管理

在中国，现有数百家中国企业为可口可乐中国系统提供原料、包装材料、设备以及其他产品和服务。我们一直努力通过一套完整的价值观来管理我们的业务和我们的供应商，这包括执行最严格的质量标准、诚信、遵纪守法、尊重员工和社区等。在建立合作关系时，我们也寻找那些和我们价值观相近，并恪守相似职业道德的供应商。

考虑到供应商提供的产品在数量和种类上的多样性，如何监督供应商的劳工标准并与之分享最佳经验是具有深远意义和充满挑战的。不过，我们正致力于通过不断地向供应商推行《供应商指导原则》，使供应商在工作场所问题上得到改善。

我们选择供应商不仅依据产品质量和标准化程度，还要考虑在产品规格、交货期和价格上对我们需求的应变能力，而且是否可以遵守《供应商指导原则》也是重要考虑因素。下页将介绍该《原则》摘要。

通过磋商和书面形式，我们与供应商就《供应商指导原则》进行明确沟通，并将其纳入到我们与供应商所签署的正式协议中。我们还就《供应商指导原则》所包含的问题向新供应商和需要额外帮助才能达到标准的供应商提供培训。我们定期对供应商执行《供应商指导原则》的情况进行审核，当出现执行不力时，我们将进行跟进，并会参考问题原因和性质，给供应商一段合适的时间解决问题。

2006年，我们探索到了一种新的培训方法，向多家装瓶合作伙伴和供应商提供机会，参加美国商务社会责任协会的中国培训项目。这个项目旨在向他们提供培训，帮助他们实现自身发展目标，并达到我们的《供应商指导原则》要求。

在与合作供应商就《供应商指导原则》进行沟通并分享经验方面，我们认为还有更多可以做的，因此我们计划在明年增加相关对话的次数。

## 供应商指导原则

### 工作场所常规

在可口可乐公司，我们支持平等的用人制度，并力求提供安全的用工环境。在开展业务的国家里，我们遵守当地的劳动法律法规，同时也期望我们的供应商也能在其业务所涉及到的国家遵守相关的法规及标准。

### 工作环境

我们期望我们的供应商能根据工作能力而不是外表和/或个人性格或信仰来评价员工，坚守不因种族、肤色、性别、宗教、国籍或性取向而给予员工不合法歧视待遇的原则。

### 卫生和安全

我们期望我们的供应商提供健康和安全的工作场所，运用政策和经验最大限度地降低事故、工伤和其他卫生问题所带来的风险。

### 童工和强迫劳力；虐待员工

我们期望我们的供应商不雇佣法定工作年龄以下的人员，杜绝身体上及其他不合法的虐待行为，不采用任何强迫、强及非自愿劳动。

### 工资和福利

我们期望我们的供应商支付给其员工的报酬与其行业水平相比公平合理且具有竞争力，全面执行地方和国家有关工资和工时的法律规定，并为员工提供提高技能、提升能力的机会。

### 集体谈判

如果员工合法地选择第三方为代表，我们期望我们的供应商诚恳地进行谈判，不因员工合法参与劳工组织活动而对其进行打击报复。

### 环境保护

我们期望我们的供应商以环保的方式从事业务经营。至少，我们期望我们的供应商在其经营中遵守其业务经营所在国适用的环保法律、法规和规定。

### 沟通

我们期望供应商能与其员工沟通“可口可乐公司供应商指导原则”。这个原则应以当地语言提供给员工，并张贴在明显的位置。我们还希望供应商制订并实施相应的业务机制，对本指导原则的遵守情况进行监督。



## 提高认识：艾滋病

艾滋病所带来的威胁是真实可见的——这是一个触及我们的员工、我们的装瓶合作伙伴，我们的消费者以及我们整个社会的，关乎生命的流行性疾病。为了实现可口可乐公司参与预防艾滋病相关项目的全球承诺，我们已经与我们的合作伙伴携手在中国推行了一系列富于教育性和建立伙伴关系的活动，从而加强了人们对这个问题的认识。

### 我们的员工

我们认为，保护员工的健康将为我们开展业务的广阔社区带来切实的利益。为了让我们的员工获得更多有关预防艾滋病和其他传染病的知识，我们在医学专家的主持下举办了健康教育研讨会，并在公司公共区域内分发相关宣传材料。我们还重新改版了内部刊物，增加了疾病预防和健康生活小窍门等健康栏目。

### 我们的装瓶合作伙伴

我们努力在可口可乐中国系统内提高对艾滋病的认识。我们正在与装瓶合作伙伴携手合作，推出一个全面的中文艾滋病知识宣传项目。

我们的装瓶合作伙伴，太古饮料公司，已经自行开展了多项艾滋病教育计划。在公司的管理和领导力发展大会期间，专门腾出两个半天的时间用于艾滋病专题研讨，会上60名高层管理者学习了疾病预防知识，并制定了预防艾滋病在社区传播的战略。

2006年9月，太古饮料公司成为中国健康联盟的创始人之一。该联盟由“世界经济论坛全球健康活动”机构提出，它联合了企业、政府、联合国机构和非政府组织共同开展一个全新的全民抗击肺结核和艾滋病的合作项目。该联盟的工作重心将是制定和执行外来务工人员肺结核病防治及艾滋病工作场所防治计划。

## 我们的社区

2005年和2006年，我们与中国性病和艾滋病预防基金会携手向中国100多个城市近5000万人普及了艾滋病知识。活动中，我们在全国各个城市分发了艾滋病教育材料，包括宣传册、海报和互动式DVD，并在包括北京、广州、上海和天津在内的11个大城市里举办大型展览和活动。

2006年，我们在云南省瑞丽县推出了可口可乐艾滋孤儿关怀项目，为150名艾滋孤儿支付日常生活、教育和医疗费用。

## 对话和交流

我们相信，教育和对话对抗击艾滋病至关重要。从2005年以来，我们积极致力于鼓励其他公司通过“全球企业抗艾滋病、结核病和疟疾联合会（GBC）”采取行动。通过GBC的活动，我们与地方政府、公共卫生官员、民间团体和跨国企业领导人和其他企业分享了艾滋病预防方面的经验。

2005年9月，我们组织了一支包括医院代表、艾滋病专家和中国卫生官员在内的代表团出访南非。访问中，代表团交流了有关艾滋病防治方面的经验，同时也与南非政府官员和社区组织建立了联系。以此为基础，我们希望代表团成员今后能继续利用该平台相互交流艾滋病防治知识和经验。



## 为市场注入活力

消费者与我们之间的信任和交流是可口可乐企业与品牌的基础。通过保证产品质量和不断创新，我们致力于提供多种口味的饮料以满足消费者不同的需求。

### 质量保证

可口可乐质量体系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。

目前，可口可乐质量体系正在作第三次修订，为确保该系统能够始终反映最新的安全和法律标准、业界最佳操作案例以及市场环境，我们从未中断对它的评估。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（OHSAS18001）为基准，同时还结合了危害分析和关键控制点体系，并反映出全球食品安全行动计划的管理系统要求。

为了保证产品质量，可口可乐质量体系在产品生产销售的整个生命周期中都进行严格的质量控制，这包括：对原材料的品质制定严格标准，对采购过程中进行质量监测，以及对装瓶合作伙伴产品和原材料的加工、生产和市场销售进行审核。

质量保证的关键在于倾听并回应消费者关注的问题。我们在中国销售的每个饮料上都标有一个消费者

热线的电话号码，可以直通生产这个产品的装瓶厂，这就保证了消费者关注的问题能找到相应的负责人，并获得有效的沟通和解决。2006年，中国大陆消费者共计拨打热线680727次，和我们沟通的内容涉及公司和产品信息咨询、促销规定和执行情况以及产品和客服投诉等。

### 营养饮料

可口可乐公司赞同并且支持在推广营养饮料的全球承诺，我们研发新的产品，标明饮料的营养成份，并对研究和教育的开展提供支持。我们通过提供全方位的饮料产品和开展相关公众健康活动，力求在业务中反映出利益相关方对健康问题的关注。

### 营养成份标签

营养成份标签帮助消费者更清楚的选择出他们所喜爱的饮料。在中国，产品成份必须在标签上注明，但对营养信息却未有要求。我们认为，消费者有权了解产品所含营养成份的实际情况，因此我们主动在所有产品上标明营养信息。我们的标签以中英文注明卡路里、蛋白质、脂肪和碳水化合物的含量，所有标注均遵照联合国粮食和农业组织以及世界卫生组织的相关规定。

## 我们的产品组合

除了旗舰品牌“可口可乐”外，可口可乐公司还销售其它领先的品牌产品，例如“雪碧”和“芬达”。我们认为每一位消费者都有自己独特的口味和需求，我们努力为世界各地的每一位消费者提供令他们满意的产品和服务。例如“茶研工坊”、“健康工房”以及“天与地”等品牌，都是我们为中国消费者特别研发的产品。

我们相信，为消费者提供丰富多彩的产品选择，满足其补充水份和营养的需要，是十分重要的。近期，我们拓展了低糖和无糖饮料系列，比如“茶研工坊”、“健康工房”、“健怡可口可乐”以及其他3种包装水产品（水森活、冰露和天与地）。另外，果汁和果汁饮料，比如“酷兒”和“美汁源”，含有丰富的维生素C和钙等营养成分，为消费者提供更多的选择。



## 饮料与健康研究所

2004年，可口可乐公司成立了“饮料与健康研究所”（简称“饮料研究所”），支持以饮料为重点的营养学研究、教育和拓展活动。“饮料研究所”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。我们亦非常振奋，中国疾病预防控制中心教授陈君石博士在委员会中扮演重要角色，并且在饮料研究所与中国中医研究院建立合作伙伴关系的过程中发挥了重要作用。

中国中医研究院是中国传统中医方面的国家级研究、保健和教育中心，该研究院与饮料研究所的合作关系以预防保健为重点。建立这种合作关系旨在增强对传统中医的理解，支持有利于新型饮料问世的中草药科研工作。

可口可乐公司通过饮料研究所与食品和饮料行业的其它领先企业一起主持国际食物强化企业联盟，这是一个由全球营养改善联盟和世界银行学院资助的、旨在解决发展中国家微量营养缺乏问题的组织。国际食物强化企业联盟的首次会议于2005年10月在北京举行。在鼓励企业、政府和发展合作伙伴合作的同时，国际食物强化企业联盟将最佳实践案例和食品强化方面的专业技术与各个企业分享。

## 环境保护

我们的环保承诺是：以环保方式开展经营活动，将环保和可持续发展原则结合到我们的经营决策和业务运营之中。我们努力通过改进资源管理、运用先进技术和建立有效的合作伙伴关系来降低公司对环境的影响。

同其他制造业一样，我们也要使用资源并对环境造成影响。我们对于环境的影响主要集中在用水、包装和能耗方面。由于这些影响主要来源于我们的装瓶厂、供应链、分销网和我们的销售产品所使用的制冷设备，所以我们必须与合作伙伴通力协作，才能提高整个可口可乐中国系统在环保方面的表现。因此，本节提供的数据来自可口可乐中国和装瓶合作伙伴工厂。

当然，这些对环境的影响并非中国系统所独有——可口可乐全球系统也面对着同样的问题。为保证我们的全球业务在任何地方都保持相同的高标准，可口可乐公司开发了被称为eKOsystem的环境

管理体系，该体系依据ISO 14001环境管理国际标准建立，并增加了许多专门针对我们业务的附加要求和指南。可口可乐中国系统的所有装瓶厂都必须执行eKOsystem，并且要对其进行定期审核，以监控执行情况和实用效果。

eKOsystem由信守承诺、遵守规范、减少影响和增加机会、责任和义务、以及信息共享这五大原则组成。这些原则在执行过程中都有具体的规格及操作要求，以减少废物的产生，减低资源消耗，增加物料循环使用，并且加强我们的环保领导力，加强严格的规管与报告体系。

如需了解更多相关信息，请访问公司网站：  
[www.thecoca-colacompany.com/citizenship/eKOsystem.pdf](http://www.thecoca-colacompany.com/citizenship/eKOsystem.pdf)

### 用水效率比

每升产品的用水量 (升)\*



\*包括生产过程中用水以及产品自身含水

## 水和我们

作为饮料公司，水就是我们生存的源泉。水不仅是我们所有饮料的主要成分，而且在生产过程中我们还需要用水清洗包装，清洁产品混合缸和管道系统，以及维护厂房日常的清洁和卫生。我们在用水方面的目标就是：在用水效率和废水处理两方面做到一流。

### 有效用水

我们的用水效率正在不断的提高，与2005年相比，2006年可口可乐中国系统的用水效率提高了8个百分点。

业内没有统一的方法计算用水率，通过实践，我们计算注入饮料的以及生产过程中的全部用水，这样的计算方法更真实和全面。

由于生产的饮料品种和所使用的包装等因素各不相同，每个工厂的用水率也存在差异。例如，生产茶和咖啡饮料的工厂就需要更高的用水率，因为此类饮料需要加热杀菌的生产流程。而在其他一些工厂，更多的水会消耗在对回收的玻璃瓶进行清洗，以满足再次使用的卫生标准。

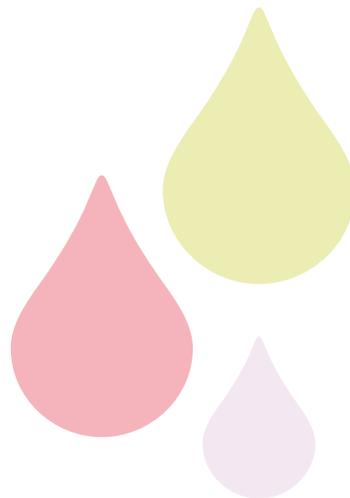
我们正在通过自己的努力引领节水的先进技术。比如，我们正在探索用气体清洗设备取代常规的水清洗设备来清洁包装材料。

### 污水处理和再利用

可口可乐中国系统的所有装瓶厂都拥有现场废水处理设备，有些工厂还会将水输送到当地获准的废水处理厂进行二次处理。每个工厂都聘有受过废水处理技能培训的操作员，以确保所有废水在进入自然水体之前，均达到可维持鱼类存活的洁净标准。

另外，为降低水耗，可口可乐中国系统里超过2/3的工厂都已实施了水资源再利用及回收项目。通过不断探索工业废水净化处理方法，并将处理过的废水二次利用于当地的街道清洁、绿化等其他用途中，我们在合肥的工厂率先实现了“零排放”。

2006年，我们投资3000万元人民币升级现有的废水处理系统。目前，我们已有10家工厂放弃了抽测检验的方式，代之以能够连续跟踪废水排放的内嵌监控系统来确保其符合当地环保标准。

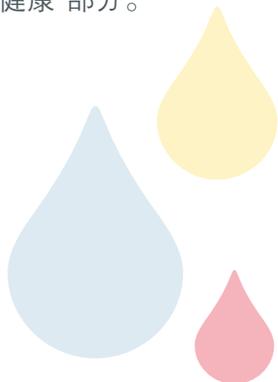


可口可乐中国系统不仅持续的保证符合各地环保要求，并且经常还能达到更高标准，对此我们感到非常自豪。但是我们也非常清楚，问题仍然可能发生。在自身的环境监控方面我们时刻保持警惕，并致力于公开、及时的纠正问题。近年来我们收到的唯一张违规通知发生在2005年，当时我们收到上海有关政府部门下发的环境违规通知，通过立即组织的调查，我们发现问题的症结在于上海工厂新近改造的废水处理系统存在设计缺陷，致使一小部分废水绕开了废水处理环节。在发现这一问题的同时，我们马上对废水处理系统进行了永久性升级，使问题得到及时的解决。

### 社区用水

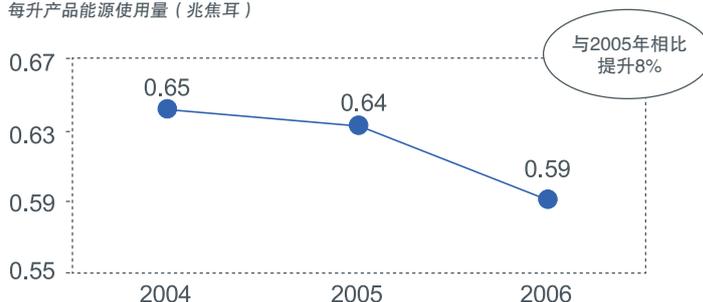
可口可乐公司对用水管理的承诺已经超越我们自己的生产使用范围。我们参与全球社区和流域合作，与当地及国际合作伙伴一起保护用水质量并努力使社区有更多获取清洁用水的机会。

在中国，我们通过中国青少年发展基金会和宋庆龄基金会帮助贫困地区获取清洁用水。我们还与北京第29届奥林匹克运动会组织委员会合作开展有关水资源保护的环境教育项目。如需了解更多相关信息，请参阅“让社区更健康”部分。



### 能源使用效率比

每升产品能源使用量（兆焦耳）



### 能源和气候保护

我们认识到减少能耗和温室气体排放的重要性。我们的能源主要使用在生产和配送的环节中，另外，储藏饮料的制冷设备也需要能源支持，而且在我们的温室气体排放总量中占有很大比例。为了改善这些问题并最大限度的减少对环境的影响，我们一直努力提高能源使用效率并寻求可替代能源。

#### 我们的生产流程

在生产过程中我们使用包括电力、天然气、燃料、煤和蒸汽在内的多种能源。现在我们正在学习能源效率方面的先进经验和成功案例，并将通过在工厂发展节能计划，以及对可再生能源的探索，设定我们自己在运营中的可行性目标。2006年可口可乐中国系统在能源使用效率方面与2005年相比，提升8个百分点。

#### 我们的冷饮设备

我们的客户使用冰柜、自动售卖机和饮水机等冷饮设备向消费者提供冰镇饮料。但同时，这些设备在运转中由于耗能、泡沫隔热材料、以及制冷系统中所使用的制冷剂等原因，产生了温室气体。

### 冷饮设备：能源使用效率

我们正在为新的冷饮设备引进一种名为能源管理系统（EMS）的创新技术。EMS是一种智能系统，能够监测设备当前使用模式，并调节能源使用方式，从而实现效率最大化。例如，商店的冰箱在白天可能会频繁开启，在夜间则可能会长时间关闭。在这种情况下，EMS能够进行自我调节，在能耗较少的时候进入休息模式，而在高峰时间输送更充足的能源。我们相信安装EMS技术的制冷设备，能源使用效率有可能获得超过35%的提高。

### 冷饮设备：制冷剂

目前在制冷剂和隔热泡沫材料发泡剂中常用的氢氟烃（HFC）类物质属于温室气体。2000年可口可乐公司宣布，一旦有更经济的替代产品可以商业化使用，立即将停止使用含HFC的制冷设备。

为了实现设备替换的目标，我们与合作伙伴启动了一个研发项目，与制冷设备供应商共同寻找具有商用可行性的，不含HFC的制冷技术。截止目前，已经有10余项技术方案完成了基于环保性能、相关法律法规、应用能力和经营成本的综合测试和比较。

经过研究我们发现，二氧化碳制冷技术在安全性、可靠性和能源使用效率上表现最为突出，是适用于可口可乐全球系统的不含HFC的天然制冷技术。这一技术于2004年在政府相关部门、绿色和平组织（国际）、联合国环境规划署、以及诸如麦当劳和联合利华等行业合作伙伴的支持下首次公布。

为确保这一技术为环保和经济带来的影响能够最大化，我们正在循序渐进的推动该技术的应用，一方面积极进行可靠性目标的认证，以及服务和支持流程的检验，同时正在逐步进行新型制冷设备的商用化前期推广。

在中国，尽管我们在制冷设备方面迈出了扎实的一步，但前面仍然还有很长的一段路要走。从2005年开始，我们新采购的所有制冷设备都已经采用不含HFC的隔热材料。作为我们承诺全面推广新节能技术的一个标志，我们还保证2008年将在所有奥运官方指定场馆中使用采用EMS技术，100%不含HFC的制冷设备。

### 我们的分销网络

可口可乐公司的饮料产品通过遍布中国各地的分销网络进入市场，其中使用的车辆有一部分来自可口可乐中国系统，还有很多车辆是独立的第三方拥有并运营的。

我们的绿色汽车项目代表着我们在提高燃料使用效率和有效控制排放方面所做出的努力，它包括用新的、更节约燃料的车辆逐步取代老旧车辆等。我们还认识到，驾驶技术的提高有助于提高燃料使用效率。未来几年内，我们计划把香港的“环保驾驶”试点项目推广到我们其它车队（参看框内文章）。2007年，我们将在北京车队管理项目中率先使用一种名为“Roadshow”的软件系统，通过这种软件，我们希望能够帮助管理人员更有效地规划送货路线，测量燃料消耗，并实施预防性保养。

## 环保驾驶

在香港，太古饮料有限公司于2001年参加了由香港政府发起的“等待绿灯，关闭引擎（Wait Green - Engine Off）”活动，其中的一个重要倡议是鼓励司机在长时间等待下一个绿灯时关掉他们的发动机。

受我们香港公司司机同事们的成功实践所启发，我们计划于2007年首先在北京地区引入“环保驾驶（Eco-Driving）”项目，并于2008年推广到其他地区。环保驾驶以快速实用的节能技巧为基础，比如：

- 停车等待一分钟以上时，关闭发动机
- 定期检查轮胎压力
- 卸下超额的重量
- 注意前方并对车流进行预判
- 保持稳定速度，尽可能使用高速档
- 松开油门踏板并利用发动机的牵阻作用平稳减速
- 在车辆上喷涂热线号码，方便公众监督

除了上述实用技巧之外，我们还提供为期一天的环保驾驶课程，其中半天关于安全驾驶，半天关于节油驾驶。过去课程的效果明显，在燃料消耗方面减少达到5-10%，节约的成本最终用于支付课程费用。还有学员报告称，课程有助于缓解司机在路上行车的压力并增进司机间的感情。

## 固体废物

对于可口可乐公司来说，增强企业运营的可持续性还涉及到控制并尽可能的降低生产和包装过程中产生的固体废物。在固体废料的处理上我们的承诺包括两个方面：在降低生产废料的同时，增加可循环废料的比列。

2006年我们采用了更加先进的固体废物测算方法，使我们对自身所产生固体废物，获得了更加全面和完整的数据，统计显示，每升产品所产生的固体废料的量，我们称之为固体废物产生比列，是7.16。随着今后在减少废料领域的不断进步，这一数据也将成为我们重要的参考依据。

我们在生产过程中产生的固体废物包括：

- 空配料容器，如圆桶、提桶、水壶；
- 二次包装，比如用来隔离并固定听装饮料的结构和纸板隔离纸；
- 用来将隔离产品捆在一起的收缩膜及/或缠绕膜；
- 水和废水处理产生的生物固体；
- 破损的玻璃或塑料瓶废料；
- 破损托盘的废料；
- 配料垃圾，如茶叶等；
- 因扩建及新建厂房产生的建筑垃圾。

循环使用是改进固体废料管理的主要参考标准：2006年，我们的固体废料有59%能够进行循环使用。此外，我们还定期对运营系统进行评估，寻找进一步减少废料的机会。例如，自2000年开始，我们在产品运输中用耐用的可重复使用塑料托盘替代以前的木制托盘。此外，我们在中国还广泛使用了更轻、更结实的收缩薄膜，替代纸板等由木头制作的产品。

## 可持续产品包装

我们利用包装来安全地装载、配送并保护我们的产品。我们通过包装将更便捷的补水方式带给消费者，以适应他们忙碌的生活节奏。可持续产品包装的核心是良好的设计，这种设计在使用寿命内既能确保产品的质量，又能把对环境的影响降到最低。

2005年，可口可乐公司推出了一种新的可持续包装工作框架，以提高我们建立绩效目标和衡量进展的能力。在中国，我们和装瓶合作伙伴共同开展可持续产品包装的风险分析，其结果将对我们未来几年的包装发展解决方案起到积极的指导作用。

我们不断研究更轻并仍旧安全有效的包装材料和设计。我们最近在中国取得了两项领先成果：通过使用Ultra Glass技术，我们的玻璃使用量在2004至2006年间减少了约11,000吨；通过我们在生产制造和再设计方面所做出的努力，我们对聚对苯二甲酸乙二酯（PET）的使用量2005至2006年间减少了20,000多吨。

在全球各类产品包装的消费后回收及再利用问题上，饮料容器的回收效率是处于领先地位的。为了使饮料容器的回收效率得到不断提升，可口可乐公司始终坚持在世界各地推广实用的设计经验，并对各地的回收项目的开展给予支持和帮助。2005年，太古饮料公司与香港饮料制造商维他奶集团以及香港环保署联合发起了一个试点回收项目，促进饮料行业实现聚酯饮料容器的循环使用。

在中国大陆地区，饮料容器循环使用系统在许多城市仍处于开发之中，我们也在与各相关方进行沟通，以更好地了解如何能为此出一份力。

## 让社区更健康

多年来，通过雇用员工、采购原料、生产产品和市场营销等运营活动，可口可乐公司已经融入中国社会，并成为了真正的本土企业公民，成为社区的一份子。我们渴望能够持续地为本土的社区建设贡献自己的力量，因为我们深知企业的发展与社区的可持续性密不可分。

### 本土经济影响

可口可乐中国系统通过各种方式为本土社区经济发展做出贡献，如直接投资的生产设施、直接或间接创造的就业机会以及上缴的税款。自从1979年可口可乐重新进入中国大陆市场以来，我们和装瓶合作伙伴在基础设施建设方面的投资累计已达116亿元人民币，使我们每年可以为140万不同需求的客户提供服务。

2000年，一项北京大学、清华大学和南卡罗莱纳大学联合完成的调查结果显示，除直接投资外，可口可乐中国系统每创造一个直接就业机会，就会给当地原料供应商、分销商、批发商和零售商创造额外的30个就业机会。就此计算，2000年可口可乐中国系

统直接雇用的近14000名员工，就间接的提供了超过414000个工作机会。近年来，在公司业务不断拓展的同时，我们也很高兴地看到了我们的原料供应商、分销商、批发商和零售商也正在与我们共同成长并回报当地社区。

### 社区投入

我们致力于与本土社区、社会团体和政府保持长期合作伙伴关系，共同满足社区建设的各种需求。可口可乐中国努力为每一个合作伙伴带来的由时间、专业知识和其它资源整合成的全面帮助，因为我们相信在资金投入之外，我们还可以做得更多。

我们的社区投资主要集中在四个方面：环境、教育、营养和体育锻炼，以及艾滋病防治。有关我们参与艾滋病防治项目的信息请参见第14-15页。此外，通过支持员工参加各类社区志愿者项目，我们也在尝试激发他们的社会责任意识和个人成就感。

下面特别介绍几个我们支持的公益项目。



## 环境

### “今夏留住一桶水”

2005年初，可口可乐中国与北京奥组委、北京市共青团、北京市少先队和《竞报》合作发起一项全市范围的环境保护教育活动——“今夏留住一桶水”。该活动号召10万余名学生及其家人参与到社区活动中来，一道从简单易行的方法入手，节约用水。例如收集雨水用于绿化，以及将生活废水循环再利用等。

在四个月的时间里，此次活动的合作伙伴《竞报》还开办了周刊专栏，提供节水小窍门，并展示了学生们的节水小发明。报社共收到3万余件日记、绘画、论文以及水资源回收再利用的发明作品，在举办的颁奖仪式上，还对获奖学生和作品进行了表彰，很多学生成为了公益活动模范。此项颇具吸引力的活动使参与者从中得到了环境保护的知识和乐趣，而且形式简单，易为青少年及其家人接受。

### 绿色大课堂和环保DV大赛

在成功举办“今夏留住一桶水”活动的基础上，可口可乐中国与北京奥组委和其它合作伙伴再次协作，于2006年春季开设“绿色大课堂”，对在校大学生进行环境保护教育。三个月时间内，20次“绿色大课堂”活动在20所大学校园中成功举办。课堂上，环境专家引导学生就北京的环境问题——尤其是水资源短缺问题展开踊跃的讨论。

另外，我们还在北京地区的80所大学中主办了“环保DV大赛”。竞赛要求参赛学生拍摄创意视频短片，以提高公众对环境问题的关注。主办方共收到200多件数字视频作品，共有15件优秀作品获奖，并发布在搜狐网站上与大众共享。这些获奖作品由公众投票评选产生，共计26000人参与了投票评选，网站访问人次高达15万次。

## 雨水收集项目

2006年，可口可乐中国有限公司与中国宋庆龄基金会合作，为宁夏回族自治区彭阳县修建雨水储蓄设施、水泵站和供水管道系统。该地区的人均水资源占有量仅为全国平均水平的八分之一，此项目将改善该地区内七个村、3000多居民的用水供应状况。

## 教育

多年来，我们集中大量人力、物力资助农村儿童教育事业。通过持续不断的努力，我们的参与也更加全面和完整。为了更好的利用在营养健康方面的经验，我们近期还拓展了项目范围。2005年，我们又资助了一项全新的青年职业培训计划。

### 希望工程

可口可乐中国系统从1993年起参与“希望工程”，现已成为我们在中国国内持续时间最长的合作伙伴关系之一。通过与“希望工程”合作，我们有机会为农村地区的贫困儿童做出了我们的贡献，同时也非常高兴地看到越来越多的贫困学生能够接受到大学甚至更高的教育。

“希望工程”由中国青少年发展基金会负责管理，该项目通过小学网络为农村地区的贫困儿童提供教育服务。起初，我们对该项目的资助主要以修建学校为重点，参与项目几年后，随着对这些学校的需求有了更深入的理解，我们对项目的支持也更加全面和完整。

目前，可口可乐中国系统已建成57所“希望小学”和100座“希望书库”，捐款6000余万元人民币并帮助近

6万名农村儿童接受教育。我们为资金困难的学校提供补助金，帮助他们解决教师工资、教材、学校伙食、基础设施和医疗用品等困难。同时，我们还聘请教育咨询专家为项目提供现场技术援助。

从2001年起，我们每年组织一次教师培训活动，为校长和教师提供学校管理、现代教学理论和教学方法、IT技能和农业技能等方面的培训。而且通过培训活动的直接参与者与周边学校其他教师的知识分享，培训活动还产生了积极的连锁反应效果。

此外，中国青少年发展基金会和可口可乐中国系统从2001年起陆续建成30座网络学习中心和55间多媒体教室，协助政府缩小各地数字化差距。各地方学校教师也能够和相关培训中，学习如何高效地使用各种设备，并使教学更加生动有趣。

2002年，中国青少年发展基金会与可口可乐中国系统设立“初高中希望之星奖学金”，帮助农村学生在小学毕业后能够继续接受教育。“初中希望之星奖学金”计划已资助990名儿童，而“高中希望之星奖学金”计划已资助206名学生完成高中学业。

从1999年起，我们已经向全国80所高校的1231名农村学生提供大学奖学金。我们还资助其中21名大学毕业生继续在北京大学和清华大学完成研究生学业，使他们成为各自所在地区中的首批研究生。



## 可口可乐中国系统与“希望工程”的合作伙伴关系

- 合作伙伴：中国青少年发展基金会
- 希望小学：57所
- 希望书库：100座
- 网络学习中心：30个
- 多媒体教室：55
- 捐款：6千多万
- 实物捐助：豆奶粉
- 帮助过的学生：约60000人
- 培训的校长和老师：692人
- 中学希望之星奖学金：990人
- 高中希望之星奖学金：206人
- 4年大学奖学金：1231人
- 研究生奖学金：21人
- 营养提高受益人：21000人
- 安全用水受益人：19000人
- 改善卫生受益人：6500人



## 农民工培训与就业

随着中国经济的持续高速增长与转型，农民和工人的工作生活却时常被迫面临快速的、甚至是艰难的改变。在当前非熟练工人过剩的情况下，开设职业培训帮助工人学习新技术对中国的发展极其重要。

中国职业教育协会是一个非营利性组织，该协会通过“农民工培训和就业计划”开设培训课程，帮助农民工和体力劳动者转变为护士、实验室技术员以及其它类型的熟练工人。

2005年至2006年，可口可乐中国专项投资100万元人民币开设八种职业教育课程，对1470名青年进行培训。在三至四个月的培训结束后，参训人员会在求职上得到帮助，以便能够在市区寻求全职就业机会。接受就业培训的人员通过学习到的技术和知识，在新的工作岗位获得了更多表现机会，其中很多人目前的月收入甚至高于以往一家人的全年收入。

## 营养和体育锻炼

由于地域和经济等差异，中国各地对于营养的需要是复杂而多样的。在人口密集的城市里，由缺乏体育锻炼、饮食不规律等因素，肥胖率迅速提高。与此同时，许多在农村地区的人却面临着营养不良的情况。考虑到这些多样性的挑战，我们的公益投入主要可以在城市中推广体育运动，以及在农村地区加强营养补充为中心。



## 倡导健康、积极的生活方式

在过去100多年来，可口可乐公司一直通过广告倡导体育锻炼。在中国，我们多年来也一直在推广健康、积极的生活方式，包括足球推广项目和长达15年的基层青少年足球联赛。

2006年，可口可乐中国支持“快乐10分钟”项目，这是一个由国际生命科学学会和中国疾病预防控制中心组织的，推广健康生活方式的项目。快乐10分钟项目向学生介绍能够轻松融入日常生活的、可以在10分钟内完成的简单锻炼方法，并就营养和运动做出了指导说明。目前该项目已经在北京20所试点学校中取得了成功。

可口可乐中国计划在“快乐10分钟”的模式上继续积极开展相关活动，把健康的生活方式带到更多孩子的身边。为此，可口可乐中国在2006年5月，与中国关心下一代委员会（由12个政府部委组成）合作，推出了一个覆盖范围更加广泛的项目——“快乐课间”。截止2006年年底，“快乐课间”已经推广到15个城市，超过13万名学生通过此项目提高了对健康问题和奥运精神的意识，而且学生和家长一起在项目中得到了巨大的激励。试点学校反馈的信息非常积极，我们决心在2007年，把这一项目的学生参与人数扩大到55万。

### 健康之旅

通过与中国青少年发展基金会“希望工程”的合作，我们注意到农村地区的学生经常出现食品短缺的情况。为此，中国青少年发展基金会和可口可乐中国系统于2003年对农村学生的饮食需求展开调查研究。2004年，我们开展基础设施初步升级行动，改善26所可口可乐希望小学的饮水和厨房设备，为2005年正式发起“健康之旅”活动奠定了基础。

“健康之旅”活动主要由营养和卫生两部分组成，它们是健康生活中必不可少的条件。在营养计划中，可口可乐中国为51所希望小学提供由我们自己的研发团队研发的豆奶粉，超过21000余名学生和教师可在



学年内每周领取三次豆奶粉以补充营养。而卫生计划则通过新建锅炉房、安装烧水设备、使用保温桶和热水瓶，来升级厨房设备并改善饮用水质量。另外，该计划还为学校配备急救箱，并协助学校教育学生养成良好的个人卫生习惯。

## 员工志愿者行动与贡献

我们为可口可乐中国的员工志愿者文化而感到自豪，并且积极鼓励员工参与社区公益活动。公司员工通过植树、关怀老年人、捐献衣物和图书等活动，为公益事业做出了积极的贡献。例如：

- 上海办事处的员工资助儿童通过“微笑行动”组织接受整形手术，该组织是为免唇儿童实施面部整形手术的非营利医疗组织。
- 北京办事处的员工利用业余时间带领可口可乐希望小学的学生参观工作场所，并辅导他们学习课外知识。
- 香港办事处的员工通过“酷儿”和联合国儿童基金的慈善活动筹集50万元港币，同时捐出“Qookies”的销售款为农村儿童补充维生素A，力争改善儿童健康状况，提高他们的生活质量。
- 台北办事处的员工为阳光社会福利基金会组织捐书活动，该基金会为烧伤儿童提供特殊教育。
- 可口可乐中国的员工通过销售和购买“爱心熊”为非营利组织“Gift of Life Friends”筹集资金，帮助胸部疾病患儿支付手术费用。

## 企业责任奖和社会认可

- 中国最佳慈善奖（《中国公益时报》，2006年4月）
- 荣登中国慈善榜（《福布斯》杂志，2006年5月）
- 最佳合作伙伴奖（中国民政部，与15个主要非营利组织合作，2006年9月）
- 中国企业社会责任计划杰出表现荣誉奖（上海中国美国商会，2006年9月）
- 跨国公司企业社会责任奖（《光明日报》，2006年9月）
- 凭借“农民工培训与就业计划”，获得亚洲企业社会责任“扶贫”奖（亚洲管理学院，2006年9月）
- 凭借“健康之旅”合作项目，获得亚洲企业社会责任“关注健康”奖（亚洲管理学院，2006年9月）
- 凭借“艾滋孤儿救助计划”，获得2006年中华慈善奖（中国民政部，2007年3月）

# 支持奥林匹克运动

## 全球奥林匹克运动

作为全球奥林匹克合作伙伴，可口可乐公司从1928年首次参与支持阿姆斯特丹奥运会至今，一直与国际奥委会保持着良好的赞助关系，这也是所有奥运会赞助商中合作时间最长的。2005年，在北京举行的一次签约典礼上，我们正式宣布将与国际奥委会的伙伴关系延续到2020年。

在支持奥林匹克运动的近80年中，可口可乐公司帮助世界上成千上万的运动员实现了他们的奥林匹克之梦。我们90%以上的赞助费用于帮助运动员训练和奥运赛事的开展。这些资金通过国际奥委会提供给发展中国家，帮助他们的运动队采购运动器材，并建立奥林匹克学院，常年为运动员提供训练设施。

## 2007年世界夏季特殊奥林匹克运动会

可口可乐公司对世界特殊奥林匹克运动会的支持可以追溯到1968年，作为特奥会的全球赞助商我们非常自豪。特殊奥林匹克是一个非营利国际组织，通过体育训练和竞赛，使数以百万计有智力缺陷的人成为了身体健康、有创造力并且受人尊敬的社会成员。

2007年，中国将首次承办世界特殊奥林匹克运动会。从2000年5月中国政府和特殊奥林匹克组织合作以来，已经有越来越多的参与者加入到特奥运动中来。2005年，中国国内已有超过50万的运动员参加了各类特奥运动，这是一个巨大的成就。

能够支持中国的特殊奥林匹克运动让我们倍感荣幸，在2007年上海世界特殊奥林匹克运动会上，我们将努力做出应有的贡献，把运动和友好竞赛的机会带给上百万来自中国和世界各地的运动员。



## 北京2008年奥运会

可口可乐中国从1987年开始与中国奥委会开展合作。为了推动中国的奥林匹克运动发展，我们已超过连续15年赞助一年一度的“奥林匹克日长跑”活动。在2006年都灵冬奥会上我们为参赛的中国运动员加油助威，并邀请包括奥运冠军刘翔在内的4名中国火炬手前往意大利参加了2006奥运火炬传递。2006冬奥会期间，我们还向金牌田径教练孙海平，及著名的花样滑冰组合申雪和赵宏博授予了可口可乐“活出奥林匹克精神”奖。

在过去的这些年中，我们认识到奥林匹克运动对环保事业的巨大促进作用。正如前面提到的，我们与北京奥组委和其它合作伙伴在2005-2006年共同计划并实施了“今夏留住一桶水”和“绿色大课堂”活动，并获得成功。在2007至2008年，我们还计划以奥运会为契机推出更多环保项目。

## 北京2008年残奥会

1960年，首届为身体残疾的运动员组织的奥林匹克风格的竞赛在罗马举行，这被认为是第一届残奥会。近年来，残奥会运动员将一幕幕激动人心的运动场景以及他们的勇气展现给全世界。今天，残奥会已成为了一项更看重参赛者运动成就，而非其身体残障的精英赛事。

第13届残奥会上，将会有来自150个国家和地区的4000名优秀运动员参加各类项目，观众除了能欣赏到精彩的赛事外，还将感受到他们的顽强拼搏精神和对美好生活的不懈追求。在这里，可口可乐中国向世界各地的残奥运动员致敬，并期待着为2008残奥会做出我们的贡献。

对全世界人民而言，奥林匹克运动代表着世界顶尖的运动水平，是和平、友谊和公平竞赛的象征。

2007年至2008年，在中国将会举行三项重大国际体育赛事：在上海举办的2007世界特殊奥林匹克运动会，北京2008年奥运会和北京2008年残奥会。作为这全部三项重大赛事的赞助商，我们深感自豪，而且我们坚信所有人——无论身体或是智力是否残疾——都能够共享奥林匹克精神。

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](http://www.coca-cola.com.cn)  
或可口可乐全球网站：  
[www.thecoca-cocacompany.com](http://www.thecoca-cocacompany.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：

[crreviewchina@apac.ko.com](mailto:crreviewchina@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

## 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：肥胖问题；水资源匮乏及水质；无酒精饮料产业环境的变迁；加速的竞争；市场开发能力的缺乏；外汇汇率与利率的波动；与装瓶商保持良好关系的能力；装瓶商财务状况的低迷；罢工或停工斗争；能源成本的上涨；原材料成本的增加、供应中断或不足；与饮料容器和包装相关的法律法规的变化；标注或警示的额外要求；国际市场不利的政治经济条件；欧洲经济区贸易及市场惯例的变化；诉讼或法律程序；不利天气条件；维护品牌形象和产品质量的困难以及其他产品问题（诸如产品召回）；开展业务活动的国家出现的法律和政策环境的变化；会计和税收准则的变化，包括税率的提高；难以完成我们整体性的长期目标；难以保护我们的信息系统；未来的损害赔偿费用；成功管理我们公司所拥有的灌装业务的能力；全球性或区域性的灾难事件；以及我们在向美国证券交易委员会（“美国证券委”）递交的公司文件中（包括我们于10-K表格所载的年度报告）报告的其他风险因素，上述公司文件可以通过“美国证券委”和我们的公司网站获得。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。

©2007 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”，“NESCAFÉ”及“雀巢咖啡”是瑞士雀巢产品有限公司的标志。

“茶研工坊”，“清本”及“清妍”是Beverage Partners Worldwide S.A. 的标志。

“健康工房”及“HEALTHWORKS”是智盈国际有限公司的标志。



[www.coca-cola.com.cn](http://www.coca-cola.com.cn)



可口可乐(中国)饮料有限公司