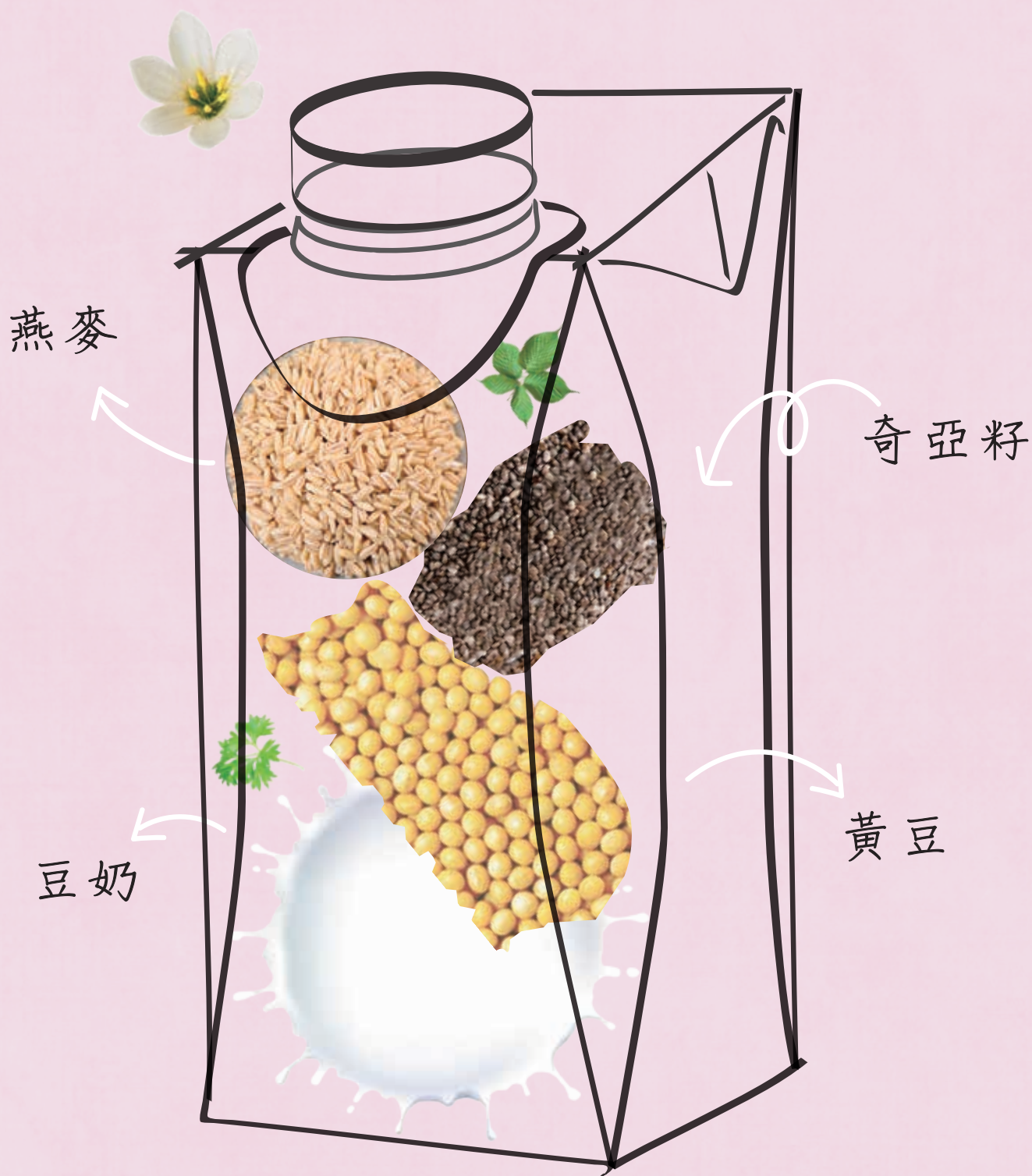


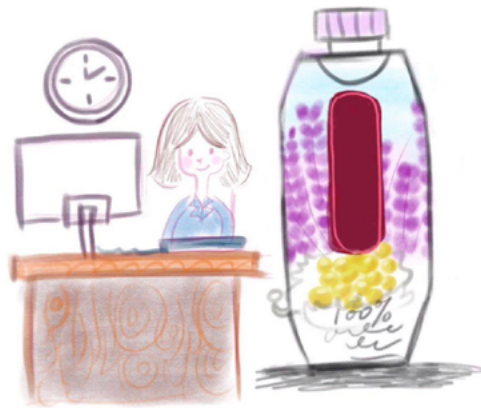
利樂之友

Tetra Pak News No. 4/2017





目錄



利樂觀點

創新是瞻 行路未來

1

焦點關注

全方位創新 引領健康新風潮

2

特寫

三大保護 利拓永續

10

環保是一種永續經營

14

歡迎造訪利樂台灣官網 <http://www.tetrapak.com/tw> 瞭解更多，
或造訪利樂《創新界》臉書 <https://www.facebook.com/cartonanywhere/>。

主編：利樂包裝股份有限公司
地址：33383 台灣桃園市龜山區樂善里文明三街四號
電話：+886 3 3283111 傳真：+886 3 3284214
本刊內容版權、公司商標及產品品牌均歸屬利樂公司所有，未經同意不得轉載。

創新是瞻 行路未來

拾階而上，且行且思，又是一年回首時。在剛剛過去的2017年裡，我們看到液態食品行業逐步升級，消費者的健康意識左右著品類走勢，部分傳統品類步調放緩，而一些新興品類則表現亮眼。與此同時，消費者區隔進一步深化，不同群體的需求差異造就了迥異的購買偏好，液態食品生產商若想順應市場，核心一步就是在市場成熟化程度較高的今天，實現品類突破與技術創新。身為液態食品行業的忠實夥伴，利樂從消費需求開始，在各環節發掘市場機會並在解決方案上不斷演進，以創新是瞻，攜手客戶實現價值的多元化與永續發展。



利樂大中華區 總裁

殷長平

在消費升級的引領之下，諸多市場黑馬正蓄勢待發。作為消費者耳熟能詳的品類，豆奶產品在現今的健康風潮下實現了蛻變新生，極有潛力成為下一個高成長領域。對此利樂多管齊下，為客戶提供全面支援：整合全球資源與資料分析，實現產業全景的精準評估；針對消費群區隔，以多樣品類與靈活包裝方案滿足不同消費需求；依託創新技術研發，實現豆奶品質升級與品類拓展。本期「焦點關注」，我們就將為您一覽豆奶市場的價值藍圖，呈現利樂的端到端一體化解決方案將如何為客戶提供快人一步、優人一籌的高價值服務。

利樂一如既往對客戶負責，不僅體現在商業實踐上，更貫穿於產業鏈的永續發展中。利樂《2017年永續發展報告》已正式亮相，再次展現了利樂如何在核心業務方面實踐永續發展的承諾。這樣的承諾始終在潛移默化地協助客戶提升環保績效與社會表現，同時也潛移默化地提升了大眾的環保意識。且看本期「特寫」專欄中利樂的永續經營之道，並瞭解利樂帶來的永續價值。

對於《利樂之友》而言，今年也將邁出創新步伐，未來本刊物內容將整合至利樂《創新界》臉書平臺，更好更快地為客戶與行業夥伴提供深度的閱讀體驗。



無論趨勢如何變化，利樂都始終圍繞著保護客戶產品品質與品牌價值的業務核心，並提供端到端一體化的解決方案。充滿挑戰與契機的2018年已經到來，利樂願與客戶繼續攜手，把好品質與高價值帶給更多的客戶與消費者，並肩邁入更美好的未來。祝大家新年快樂，再攀高峰！

全方位創新 引領健康新風潮

引言：

環顧當下，消費需求持續升級，品類發展日益細分，液態食品行業也因此出現多股驅動力。在全球各地，注重生活品質、強調均衡營養的消費風潮正勁，其中，健康加升級已經成為消費趨勢變化的核心。利樂發現，豆奶和植物蛋白飲料以其為人熟知的營養優勢正迅速發展，成為這一波健康飲品風潮中的種子選手，極有潛力成為下一個市場高成長領域。豆奶雖然為大中華區消費者所熟悉，但也面臨著品類創新、技術改進等挑戰。在利樂看來，想要搶灘豆奶市場藍海，根本二字還是「創新」，這需要生產商既要在已有品類上進行拓展與升級，也要在技術上實現顛覆與突破，實現全方位創新。

作為液態食品生產廠商的堅實夥伴，幾十年來，利樂都在努力為客戶梳理出清晰的商業邏輯，從消費者需求出發，借力敏銳的商業洞察，協助客戶認知消費驅動力、順應品類區隔趨勢，繼而為其提供量身訂製的端到端一體化解決方案。現在，就請跟隨本文一覽豆奶品類的潛在價值，看利樂如何攜手客戶實現全方位創新，掌握健康消費商機。



Part 1 全觀趨勢：豆奶市場知多少



當下，液態食品市場進入新常態，新的消費理念正主導著市場趨勢。無論是時尚媒體的引導也好，明星大咖們的影響也罷，不可否認的是，主打有益身心概念的飲品正越來越受到消費者們的歡迎。其中，豆奶產品憑藉其「天然、健康」等優勢，逐漸成為新消費市場的種子選手。

物美價廉的大豆，富含38%的優質蛋白以及豐富的大豆異黃酮、膳食纖維等營養成分，同時，大豆澱粉含量少且熱量低，是眾所周知的健康食品。加之近二十年來，歐美市場興起的植物蛋白飲品風潮，使得脫胎於東方飲食智慧的豆奶產品逐漸走進全球消費者的視野。

根據2017年利樂發佈的「Tetra Pak Compass 資料庫」顯示，全球豆奶市場保持穩定成長態勢：



由此可見，豆奶雖說是一種傳統飲品，但隨著品類翻新、包裝升級、技術創新等因素影響，將在大中華市場大有可為。

從全球市場來看，散裝豆奶依舊是目前最主要的產品形態，包裝即飲豆奶僅占不到三成的市場比例，而在中國市場，包裝即飲豆奶更是只占一成左右，因此，具備「隨開隨喝」特點、適合在途飲用的包裝即飲豆奶的市場發展潛力可謂巨大。

以同樣擁有悠久豆奶飲用歷史的越南市場為例，在2010年前，散裝豆奶也是最為常見的產品形態。近年來，主導品牌著手引導消費習慣及品類教育等，使常溫即飲豆奶獲得了迅速發展。同時，針對品類區隔、消費群區隔等進行的品牌活動又進一步促進了領導品牌的進一步成長。如今的越南豆奶市場中，將近半數的產品為常溫即飲豆奶。可以說，紙包裝的常溫豆奶是越南豆奶市場發展的驅動力。反觀中國市場，正恰恰處於這樣一個歷史轉捩點，把握好常溫即飲豆奶的市場契機，對於豆奶生產商而言尤為重要。



Part 2 品類煥活：開啟即飲豆奶新體驗

豐富品類，全面開花



330 毫升利樂鑽®
無菌包裝

近年來豆奶產品在品類上推陳出新，生產商早已不侷限於推出傳統意義上的豆奶，而是在原料採用、消費群拓展等各方面進行嘗試。身為健康消費風潮中的重要一員，源自亞洲的豆奶早已變得東西相容、多姿多彩。

在這波消費升級大潮中，「千禧世代」是選購健康飲品的主力軍。基於全面的市場洞察，利樂發現，無論是白領、學生還是運動人群，他們選擇飲品時，既需要補充能量，又渴望自己消費的產品能體現自身

個性。因此，「超級穀物豆奶昔」這個極具亮點的產品概念因應而生。產品使用原產於墨西哥地區的「神奇」原料奇亞籽，不僅含有豐富的Omega-3脂肪酸、全譜蛋白質、抗氧化物及各種礦物質，口感清香細膩，而且與豆奶相結合形成的豆奶昔產品質地稠厚，能夠給消費者帶來極大的滿足感。產品定位於協助消費者面對快節奏與高壓力的生活型態，使其能夠隨時隨地補充優質營養，它可以作為工作之餘的充饑零食，或是代餐的選擇。



250 毫升利樂鑽® 峰型夢幻蓋™
無菌包裝的超級穀物豆奶昔



330 毫升利樂鑽®
無菌包裝

除了在口味上不斷下功夫，許多產品也從營養源頭及益處來挖掘豆奶和植物蛋白飲料的潛能，從而進一步拓展消費族群。例如美國的Muscle Milk等植物蛋白飲品，紛紛瞄準了健身達人此一巨大市場。各路品牌基於針對職業運動員的營養專家配方，競相推出貼近一般運動愛好者需求的增肌飲料及高蛋白飲品。豆奶的高蛋白屬性，可以成為蛋白粉的替代品，對於健身達人們而言，透過即飲的豆奶產品可以更方便地攝取優質蛋白。此外，對於普遍不愛喝豆奶的兒童族群，果汁豆奶應運而生，濃郁的果味為豆奶產品帶來了清新好滋味，符合兒童口味與營養攝取。另外，越南的Vinsasoy Soy Men

作為第一款針對男性消費者的豆奶產品，一經推出便頗受市場關注。



多樣包裝，升級體驗

「食得安全，活得健康」已成為眾多消費者在選擇產品時的第一準則，對於食品飲料廠商而言，食品安全也自然成為了第一要務。

作為液態食品業的可靠夥伴，利樂擁有全面、系統化的包裝解決方案。首先，在保護食品安全方面，利樂無菌包裝由紙、鋁箔和聚乙烯塑膠六層材料複合而成，採用利樂無菌包裝的產品，無需添加防腐劑就可在常溫狀態

下保持較長貨架期，符合健康風潮下的「零添加」風尚。同時，豆奶與牛奶一樣，需要隔光隔氧才能保證好品質。因此，在生產過程中，豆奶在無菌條件下灌入利樂無菌複合紙包裝中，由紙板與鋁箔組成的六層保護能將空氣、光線和微生物等可能影響產品變質的因素通通擋在外面，讓消費者喝得放心。

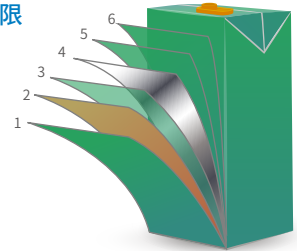
在消費需求區隔化的今天，出色的包裝解決方案不僅可以保護內容物的品質，更能迎合消費者隨時隨地的多樣化飲用需求。時下，豆奶產品已逐漸成為不受地點限制的健康飲品，越來越受消費者的青睞。如今，利樂一共擁有229種包裝及7,000種包裝組合，提供全球最全面系統化的包裝解決方案。利樂深知，唯有多樣化的包裝形式與容量組合，方能迎合豆奶產品不斷變化的消費需求。

-最大限度保護內容物的營養和口味

-無需添加防腐劑

-6-12個月保存期限

-無需冷藏



330 毫升利樂鑽®
夢幻蓋™無菌包裝

作為在途飲用領域的全能選手，利樂鑽®無菌包裝涵蓋了125毫升、200毫升、250毫升、330毫升、500毫升等多種容量規格，並搭載有易拉貼、吸管孔、夢幻蓋、合意蓋等多種開蓋組合。尤其是專為在途飲用設計的夢幻蓋，全面融合了人體工學理念。在利樂的包材及開蓋研發團隊專門針對消費者飲用需求和習慣進行了測試之後，結果顯示直徑為26毫米的開蓋能夠帶來最佳飲用體驗。夢幻蓋的尺寸能夠帶來均勻暢快的飲用體驗，且能將流速控制在理想狀態。同時，為了方便在途飲用，夢幻蓋還設計了更輕快的開合方式、更高的蓋托設計和貼合嘴唇的唇貼。目前，這款開蓋已經應用於200-500ml容量的包裝產品。2012年底，夢幻蓋在瑞典哥特堡舉行的斯堪地那維亞包裝博覽會上榮獲「斯堪地那維亞之星」(Scanstar)殊榮。

同時，另一款明星產品利樂峰®無菌包裝也具有出色的功能性，其斜頂設計使得消費者無需將包裝高高拿起即可輕鬆平緩地傾倒飲品。搭載合意蓋的利樂峰®無菌包裝開蓋簡單方便，還能使包裝在貨架上的擺放更理想及美觀。



利樂峰®合意蓋™無菌包裝

Part 3 技術助攻：贏得豆奶市場新價值

關鍵字：利樂 Alwin Soy 豆漿基料提取系統



利樂 Alwin 豆漿基料提取系統

在許多消費者的固有觀念中，健康食品往往在口感上稍顯平淡，若想要實現產品的美味與營養兼得，關鍵一步就是在生產過程中實現配方優化與技術升級。

以豆奶飲品為例，儘管中國人食用豆製品已有幾千年的歷史，但利樂深知，隨著消費升級浪潮的湧起，區隔化的消費者對不同口味的豆奶都有所需求，這也對大豆飲品生產商拓展市場帶來了巨大挑戰。針對此一挑戰，擁有系統化豆奶加工與包裝解決方案的利樂開創性地研發了一項新型技術—利樂 Alwin Soy 豆漿基料提取系統。

首先，該系統擁有極強的靈活性，不僅能夠適用於溫水泡豆的傳統生產工藝，亦可採用乾磨的方法直接對大豆進行研磨，大大降低水的消耗以及污水的排放。緊湊合理的設備佈局在減少大豆基料損失的同時，也可以實現從原料到產品的快速生產。藉由對不同磨豆生產參數等條件的調整，利樂 Alwin Soy 豆漿基料提取系統可以協助廠商生產出不同風味、不同濃度的大豆飲品，以滿足不同地區、不同年齡消費者對口味以及健康的偏好與需求。可以說，一套利樂 Alwin Soy 豆漿基料提取系統的應用可以媲美多套單一功能系統。

同時，利樂 Alwin Soy 豆漿基料提取系統生產出的豆奶產品，蛋白質含量穩定，蛋白得率可達 60-75%。對比傳統設備只有不到 50% 的蛋白得率，在使用同等重量大豆的條件下，利樂技術可助力生產商多生產 10-25% 的豆奶，獲取更高的經濟效益。

此外，利樂 Alwin Soy 豆漿基料提取系統還可以保證 2% 以下的產品沉澱量，盡可能避免粗纖維進入豆奶中，對比傳統設備更加能夠保證豆奶口感的細膩與滑順。輔以均質處理，利樂 Alwin Soy 豆漿基料提取系統生產的豆奶口感更加豐富、飽滿細滑，無疑更能增強產品的市場競爭力，打動消費者挑剔的味蕾。

關鍵字：攻克豆奶生產難點

「保護好品質」始終是利樂的品牌承諾，落實到豆奶產品的生產工藝上，保證無菌技術與產品品質，是利樂創新研發的基本方向。



利樂豆奶產品生產線

在豆奶無菌加工製程中，熱處理是非常重要的環節，也是保證產品品質的關鍵步驟，不同於其他飲料產品，大豆所攜帶的細菌孢子比較不容易被常規的殺菌方式所殺滅，如果有芽孢殘留會造成產品迅速腐敗變質，因此殺滅芽孢對保證豆奶產品品質是至關重要的，同時，不合適的熱處理也會因豆奶產品的pH值、蛋白質濃度等因素不同，使豆奶產品中出現絮凝物、顆粒沉澱等現象，導致產品口感下降、營養成分損失等缺陷。利樂豆奶無菌加工技術充分瞭解產品缺陷發生的原因，透過對產品進行有效的滅菌處理，在保證衛生品質的同時，精確控制生產過程，避免產品的營養和風味受到破壞，為企業降低產品缺陷的風險。



利樂®高剪切混料機

透過創新研發，利樂從高性價比、高效率等方面著手，推出了利樂®高剪切真空混料機(Tetra Almix®)。作為一款高效的混料機，它的高剪切效率和低能源消耗使生產高效而可靠。在保證產品品質方面，其完全密封的系統(符合EHEDG和3A標準)確保了食品的安全性，在真空環境下使粉料和其他液體原料進行充分分散和水合，大大避免了溶解混合過程中混入空氣的問題，防止豆奶配料過程中出現的結塊現象。這款混料機應用廣泛，不僅可用於豆奶產品，在牛奶甚至化妝品的生產中也可以使用。對比於其他類似機型，利樂®高剪切混料機的真空系統使得水耗下降了50%，能耗下降了70%，大大降低生產商的營運成本，實現高效低耗。

除了熱處理以及混料技術，生產設備清洗方式也會影響到豆奶產品的衛生品質安全和生產效率，科學合理的清洗可以有效延緩設備結垢、延長生產時間、降低設備能耗及產品損耗，從而提高生產效率。

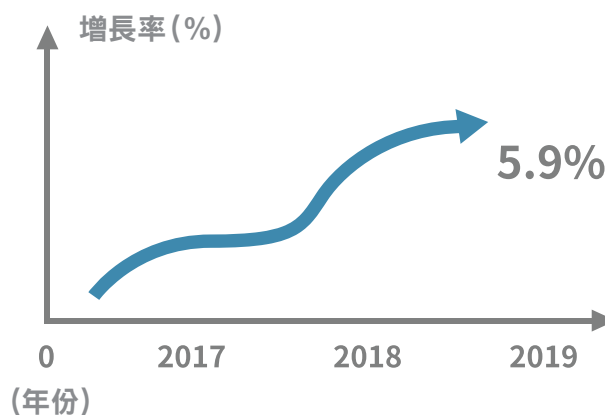
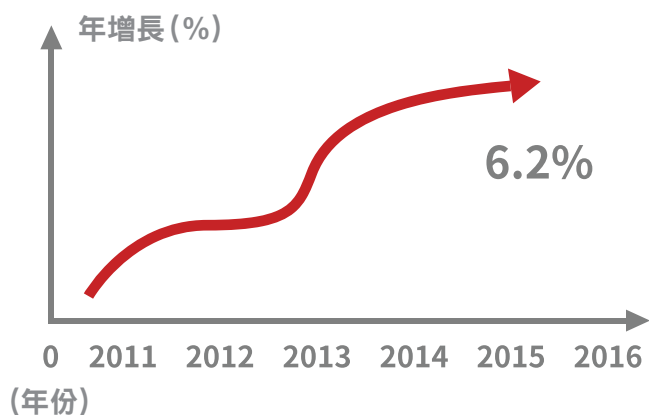
針對生產工廠的清洗要求，利樂CIP原位清洗系統解決方案完全按照食品加工企業的生產特點進行設計，採用先進的自動化控制系統，可同時清洗多個生產設備，針對不同設備的清洗要求可以設定不同的清洗程式，能夠準確穩定地控制各個清洗要素，以滿足不同設備的特定生產需要。除了清洗系統的硬體部分，利樂的技術服務團隊還可為客戶提供專業的清洗生產培訓，以實際清洗效果為目標，科學設定各個清洗參數，輔導使用者根據生產技術以及設備清洗要求，制定不同的清洗方案，並幫助建立監督控制標準，確保用戶工廠在運行過程中的安全清潔。



Tetra Pak CIP unit P

關鍵字：全球智慧支持創新研發

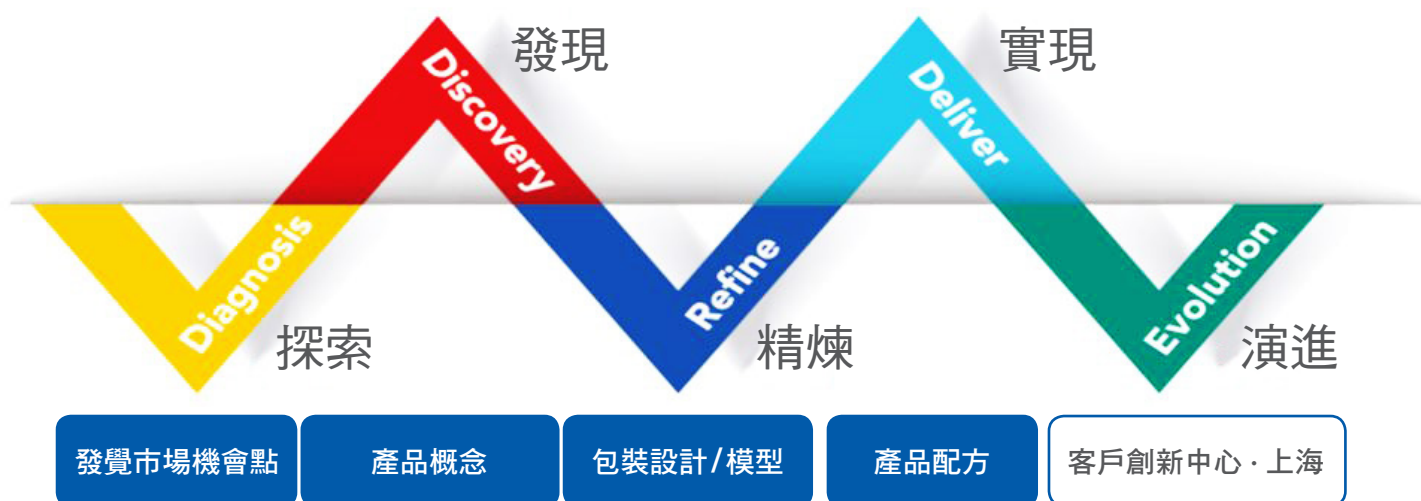
懷著助力客戶更好掌握豆奶市場契機的願景，利樂在新加坡成立了利樂豆奶資訊中心，該中心自1997年成立以來，不斷深入研究市場需求，並提供量身訂製的完整解決方案。



利樂南亞和東南亞客戶的豆奶銷售額年均增長達21%。而在全球，過去六年採用利樂包裝的豆奶銷量每年增長6.2%，預計未來三年的年均複合成長率有望達到5.9%。

此外，為了更好運用利樂的全球資源助力客戶在新品類上進行市場開拓，利樂在全球設立了豆奶資訊中心、椰子資訊中心等專業研究基地。它們都是利樂助力客戶新產品研發、配方及生產製程優化的重要源泉。

位於利樂浦東的大中華區客戶創新及產品研發中心，一切均以客戶和消費者需求出發，透過創新流程來解決客戶所面臨的問題，為其找到適合豆奶品類發展的商業機會。從最初的探尋消費者需求開始，到發現市場機會、提出產品概念、為客戶提供「精煉」的包裝形式和設計方案、「實現」產品配方以及生產工藝設計並進行測試驗證、直至最後客戶產品上市，利樂大中華區客戶創新及產品研發中心能全方位滿足客戶多元化的豆奶產品研發需求，協助客戶應對消費市場的瞬息萬變。



結語

深耕液態食品業六十餘年的利樂，已與客戶一同攜手應對了諸多消費浪潮，我們深知，挑戰越大，機會越多。對利樂而言，沉澱經驗，踏實創新，著眼未來，與客戶一起保護好品質、共同贏得新價值，是不變的品牌承諾。在未來，利樂將繼續把端到端一體化服務呈現給更多客戶，同時也全心全意把可信賴的好產品帶給消費者。風潮在變，而利樂的職責與信念不變，我們將繼續助力客戶探索新市場，攜手走向更美好的未來。

三大保護，利拓永續

——利樂發佈《2017年永續發展報告》

2017年12月，利樂發佈了《2017年永續發展報告》，這份報告凝結了過去一年中，利樂透過履行一貫的承諾，為利益相關方帶來的永續價值。

在利樂，永續發展理念由「保護好品質」的品牌承諾所決定，並始終圍繞著此一承諾的三大支柱：保護食品、保護人類和保護未來延續永續發展的實踐。



藉由與價值鏈上的合作夥伴密切合作，利樂幫助全球各地的人們獲得安全、營養和美味的產品，包括那些生活在偏遠地區、無法擁有冷藏設備的人們。譬如，十多年來，利樂和全球兒童營養基金會（GCNF）一直持續展開創新合作，協助開發中國家為弱勢兒童提供食物和教育。

不僅如此，利樂中國從1990年代起就全力支持中國的「學生飲用奶計畫」，向在校中小學生提供安全無菌的牛奶產品，並協助提升學生飲用奶定點生產企業管理水準、提高奶源基地建設品質、開展飲奶教育。截至2017年，該專案已嘉惠2,200多萬名學童。

我們可以為之做出貢獻的永續發展目標：



利樂希望能以優質食品促進人類發展，為世界各地的員工提供發展機會，並為營運所在社區提供支援。

98%

98% 的工廠符合全球職業健康和
安全標準 OHSAS 18001



+600,000

進行 60 多萬小時的員工學習時間

保護人類



24,100

在全球擁有 24,100 名員工

在保護員工健康與福祉方面，利樂始終奉行職業健康與安全（OHS）管理系統，該標準是操作健康與安全管理系統的國際標準。利樂在 2015 年啟動了「安全第一」計畫，確保所有工廠（包括客戶工廠）員工的工作健康安全。

在吸引和保留優秀人才方面，利樂學院推行的導師計畫為高潛力的年輕員工提供了與跨部門中高層主管和有經驗的同事全方位接觸與學習的機會。



成立於荷蘭的「地球水 EARTH Water」，透過「以水換水」的方式將其全部收益用於為需要幫助的人提供潔淨的飲用水資源。自 2011 年來到中國，在利樂的支持下，地球水公益專案已先後為中國北京、青海玉樹、湖北巴東和雲南等地的 25 所學校及福利院提供了可持續的清潔水系統，惠及超過 20,000 名兒童。

我們可以為之做出貢獻的永續發展目標：

8 良好工作
及經濟成長



17 全球夥伴關係



利樂支持我們所生活的地球的永續未來及客戶業務的長期成功。我們不斷研發、創新，降低產品和服務從原料採購到飲用後包裝的整體生命週期的環境影響，此外，我們也正積極努力，力求最大限度地減少自身營運的環境足跡和影響。

保護未來



NO.1

全球第一款使用可再生長材料獲得最高級別 Vinçotte 認證的無菌包裝

100%

包裝紙板來自經森林管理委員會認證或其他受控的資源

16%

在提升包裝銷量的同時，較2010年減少了16%溫室氣體排放

100%

加入RE100，承諾到2030年實現100%使用綠電

自2016年1月1日起，利樂在大中華區所有的包材工廠和位於上海浦東的利樂大中華區技術研發及生產中心已全面實現100%使用綠電，使得利樂在其全球運營中使用綠電的比例從2015年的22%，上升至超過1/3。

利樂與客戶攜手打造「世界級製造」。利樂技術服務部推行的OCG (Operational Cost Guarantee，運營成本保障) 服務，在節能降耗、優化績效、促進環保、提升指標等每一個環節上面實現整體營運成本的降低。

我們始終關注自身業務對環境和社會的影響，消費後回收正是我們對未來的投資。透過讓消費後飲料紙盒包重獲新生，我們為保護自然資源、降低氣候影響和促進社區發展做出貢獻。在臺灣，利樂多年來與教育部門和紙業公司合作，開展《FSC™ 森林密碼校園推廣計畫》，到2017年底，累計完成了76場次小學高年級FSC™推廣課程、9場次的教師FSC™研習課程、1場次的兒童FSC™研習營和2場次的大專青年FSC™研習營，得到了參與師生的好評，在推廣綠色消費的道路上一步一腳印地穩步前行。



我們可以為之做出貢獻的永續發展目標：



如需閱讀完整版《2017年永續發展報告》，
請關注利樂官方網站！



環保是一種永續經營

——利樂 2017 年環保績效回顧

全球人口的迅速增長、自然資源的不斷減少以及消費觀念的日益變化，都使得環保逐漸成為產業鏈中越發重要的一環。從原料開採使用、產品設計，到生產運營、物流運輸，乃至消費後包裝的回收再利用，利樂始終致力於減少產品整體生命週期的環境足跡，推動環境保護，助力客戶擁抱綠色經濟。

從在全球推廣帶有 FSC™ 標識的紙盒包，到利樂大中華區實現 100% 使用綠電，利樂始終將環保作為公司的重要策略之一，不斷精益求精，從而協助自身以及客戶實現環保之道下的永續經營。



回顧 2017 年，利樂一如既往地用各項實證向社會交出一份滿意的成績單，尤其是在環保表現方面，利樂在推動永續包裝、降低全價值鏈環境足跡、提升民眾環保參與度三大領域都取得了重要進展。

推動永續包裝

在 2017 年的中國零售業博覽會 (China Shop) 上，利樂融入三大環保策略，展出由 78,400 個飲用後無菌紙包裝製成的「未來貨架」。消費後的利樂包裝是一種可以 100% 回收再利用的資源，「未來貨架」概念的推出，展現了利樂在推廣垃圾分類和使用後無菌包裝回收再利用上所做出的努力和貢獻。作為一家全球所有工廠和銷售公司都獲得 FSC™ CoC (產銷監管鏈) 認證的公司，利樂承諾使用來自負責任管理的森林和受控林區的紙板，並且最終目標是 100% 使用 FSC™ 認證的紙板。



中國零售業博覽會上使用 FSC™ 森林管理認證的利樂包裝產品

降低全價值鏈環境足跡

實現卓越環境績效是利樂公司 2020 策略目標的重要組成部分。目前，利樂大中華區所有的包材工廠和位於上海浦東的利樂大中華區技術研發及生產中心已經全部實現 100% 使用綠電。這項舉措獲得了國際可再生能源證書標準 (International Renewable Energy Certificate) 機構的認證，使得利樂在其全球運營中使用綠電的比例從 2015 年的 22%，上升至超過 1/3。



這是自利樂加入 RE100 可再生能源倡議，承諾到 2030 年將在全球工廠、行銷公司及辦事處 100% 使用綠電後的階段性進步。

同時，利樂還著眼整個液態食品產業價值鏈的環保表現，透過聯合上、下游，做到對自然環境負責、對社會負責。對於上游，利樂要求供應商遵守相對應的社會和環境標準，優化物流環節，詳細確認運輸過程中溫室氣體的排放標準，共同保護環境和未來。對於下游，利樂以積極的態度向客戶和消費者傳達有關消費後飲料紙盒包可回收再利用的資訊，並透過推動紙盒包的回收再生技術協助創造社會及經濟價值。

從點到面，利樂一直遵循「減少全價值鏈環境足跡，推動環境卓越發展」的環保策略，支持我們所生活地球的永續未來以及客戶業務的長期成功。利樂會繼續堅持永續發展的環保策略，與客戶一起，共創美好未來。



