

By HikingArtist.com

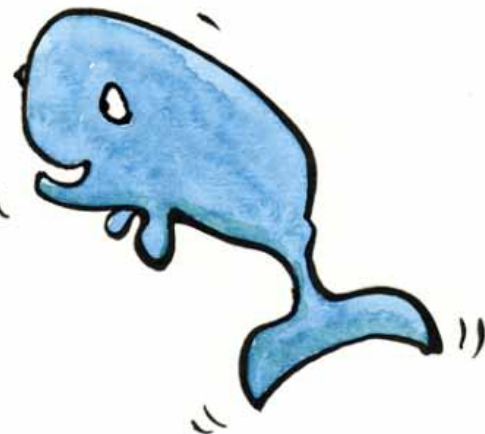
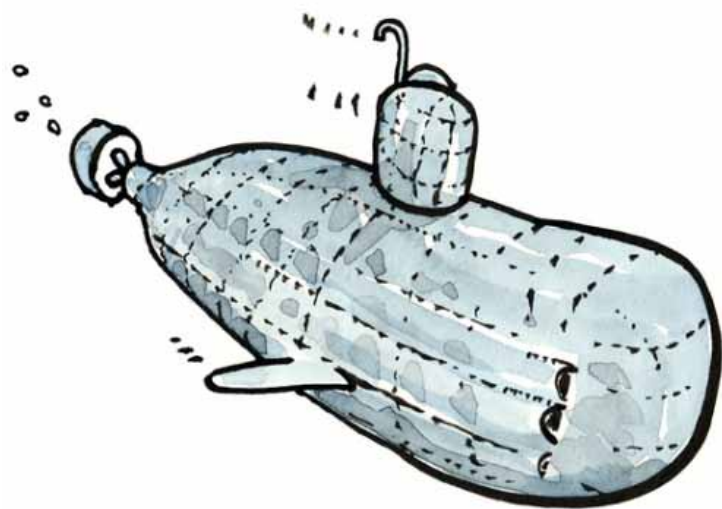
破解保特瓶回收騙局

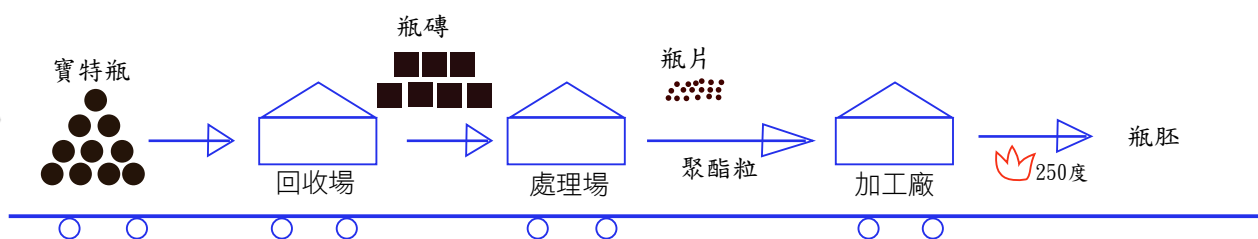
文/鍾宇琪

保特瓶丟到垃圾桶，可以變成另一個保特瓶嗎？

晶透光滑的寶特瓶（PET瓶）盛裝了你我的夏日清涼，匆匆相遇隨之分別，我們善盡初步的環保義務把他們送進回收垃圾桶，就像進行一個幾秒的祭典，藉此肯定自己進行一個永續消費行為。離開垃圾桶我們踏上其他的旅程，不再關心這些過客未來的命運。對於肯做到分類回收的普羅大眾已經算是表現優良，不過這頂多只是公民進化的第一步，我們必須知道回收行為並不是讓 1 個舊瓶變成 1 個新瓶的魔幻概念，這中間會損耗龐大的自然資源，這篇文章讓我們揭示這個生命過客進入垃圾桶之後的命運。

廢棄寶特瓶的來源大概以下幾種，包括垃圾回收車的收集、社會志工以及拾荒者的整理。送至地區性回收廠的瓶子依據顏色以及清潔



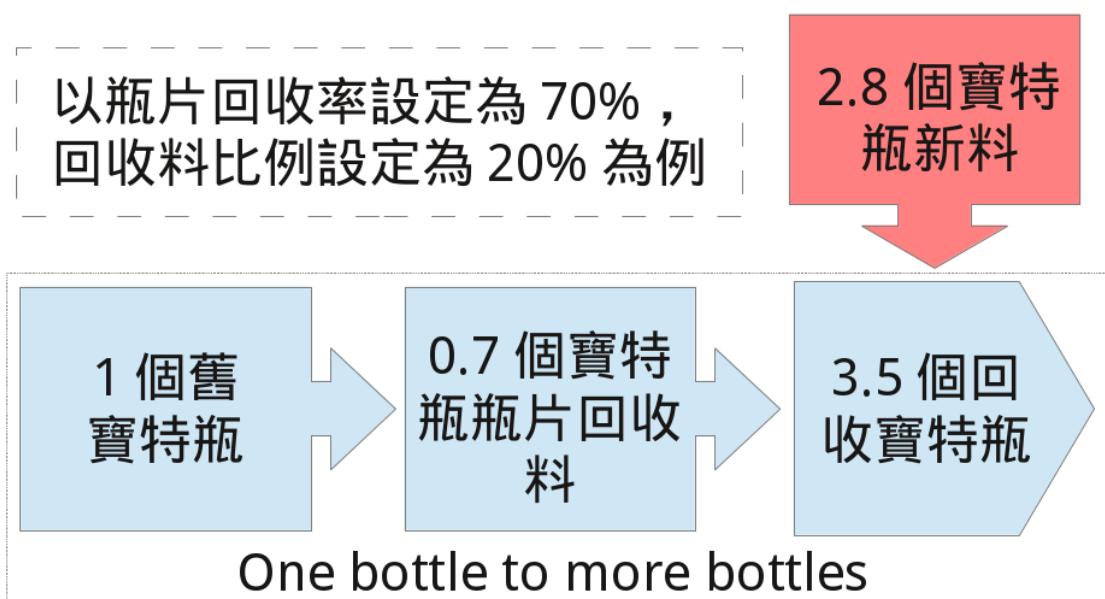


完全使用回收料製造的PET瓶會是棕黃色的，大大影響消費者的消費意願。因此要製造一個回收瓶必須加入70%以上的新料。

狀況初步分類，並用機器壓成重約300-400公斤的瓶磚；處理廠收購各地回收廠的瓶磚，經過解包、洗滌、脫標籤、雜物分離、分類、粉碎、水洗浮除、洗片、脫水、處理成乾淨的瓶片（flake），最後再製成為加工廠可以使用的聚酯粒，辛苦經過層層關卡的瓶片回收率卻不到7成，至於那三成包括PE瓶蓋、標籤、水份還有夾雜在PET瓶中的雜物。平均每處理一噸的寶特瓶要花費7噸的水資源，為了去除瓶子內的油垢，處理過程要加入強鹼氫氧化鈉以及工業用介面活性劑，廢水處理應是稽核單位要著重的地方。

魔幻概念破滅，過關斬將的瓶子闖完了處理廠只剩不到七成，回收不了的殘渣仍以廢棄物的身份存在於汙濁的泥漿廢水。

聚酯粒接著來到了加工廠，要製成吹瓶用的瓶胚，一開始必需經過250度以上的高溫製程，而高溫處理會使得材料裂解黃化，並伴隨著產生有毒物質的風險，若是使用100%的rPET（PET回收料），所製造的PET瓶胚會是棕黃色的，大大影響消費者的消費意願。基於顏色的考量，要製造一個rPET bottle最多只能使用約30%左右的rPET聚酯粒，也就是必須加入70%以上的新料，即使如此，瓶身的淡黃色還是有陳舊



的感覺，為了符合部份終端飲料商的需求，加工廠也會在瓶胚料中添加一些色料，讓瓶身看起來比較自然，看到這邊我們才驚覺，所謂的回收寶特瓶其材質一半以上根本就是用新料做成的，這和民眾所想支持的環保理念大相逕庭，至於添加的色料是否安全又是另一回事了。

bottle to bottle的口號到目前只是一個理想的境界，現況應該被稱作one bottle to more bottles，整個回收過程不僅消耗許多能源，更陪葬了大量乾淨的水資源！

業者除了領取環保署資源回收管理基金的回收處理補貼外，他們圖的是未來更巨大的利基：這些rPET可以被包裝成善良塑膠大力行銷，增進軟性飲料的品牌形象，透過意識型態的形塑宰制無從驗證資訊的消費者，藉由資訊不對稱的優勢洗腦民眾，誤會消費寶特瓶飲料變成一種對環境友善的行為。思想決定行為，行為決定習慣，一旦接受了這種迷思，再驅動大眾消費習慣只是時間問題。目前，我國法規對於rPET使用於食品容器包裝還是禁止的，因此業者還不能用bottle to bottle來促進瓶裝飲料的消費；但別慶幸，看看那堆積如山的廢棄寶特瓶磚吧！業者現在還是個大贏家。

以垃圾減量以及資源再利用的觀點來看，回收業者的存在只是治標的解決垃圾現況問題，解決長年以來民眾方便行事的必要之惡，怎可成為了再驅動消費的觸媒？只有洞悉系統運作的人們才知道，我們不應再替貪圖方便的消費行為找個自我安慰的藉口。治本的方法必須從思想開始著手，首先戳破業者扭曲的行銷邏輯，了解回收勢必伴隨著水資源以及能源的浪費；至於行為，依然是老生常談的少消費塑膠；最後是習慣，殲滅購買含糖飲料的習慣，在城市游走只需隨身攜帶一只保溫杯即可，健康又省錢。



bottle to bottle目前只是一個理想的境界，現況應該被稱作one bottle to more bottles，整個回收過程不僅消耗許多能源，更陪葬了大量乾淨的水資源！

©_far0_ From <http://www.evensstockphoto.com/>