



花旗(台灣)銀行新聞稿

2019 年 11 月 27 日 (三)



## 萬人瘋淨灘 垃圾沒變少

### 花旗攜手 RE-THINK 化口號為行動 推創意環境教育

瘋淨灘！民眾的認知和行為跟上了嗎？根據花旗(台灣)銀行與 RE-THINK 台灣重新思考環境教育協會（簡稱 RE-THINK）的問卷調查發現，儘管近七成民眾曾參與環保淨灘活動，但高達九成民眾每天都會產生一次性塑膠垃圾，平均每人每天製造三種一次性塑膠垃圾。對此，花旗(台灣)銀行攜手 RE-THINK 與 RC 文化藝術基金會從源頭教育著手，今年跑遍全國 14 縣市的中小學，將海洋廢棄物圖鑑網站（簡稱：海廢圖鑑）結合桌遊，串聯成創新環境教育，讓環保教育深入校園。

花旗(台灣)銀行政府事務暨公共事務長潘玲嬌表示：「深耕在地超過 55 年，花旗(台灣)銀行除了善盡企業公民責任，更持續耕耘 ESG 三大面向（環境 Environment、社會 Social 與治理 Governance）；針對環境永續的議題，花旗不但響應政府淨灘政策，更希望環保教育與時俱進。去年首創海廢圖鑑，透過新世代的創意點子，讓環保教育能夠抓住網路原住民的眼球，今年我們更是透過寓教於樂的桌遊，一步一腳印，讓環境教育能夠潛移默化到台灣下一代，為這塊土地的永續發展盡一份心力。」

2018 年上線的「海廢圖鑑」是 RE-THINK 攜手花旗(台灣)銀行、RC 文化藝術基金會第一個環境教育實驗，以創新方式將海洋廢棄物彙整為怪物圖鑑，今年更獲德國紅點最佳設計獎（Best of the Best）、日本 GOOD DESIGN、創新教育獎等六大國內外獎項肯定。今年 RE-THINK 與花旗(台灣)銀行更整合虛實，從 24 萬人次瀏覽的線上推廣到線下超過 4,000 名師生的共同參與，走訪全台 30 所中小學，推動創意環境教育課程，將海洋帶進教室。

據行政院環保署統計，2018 年推動減塑政策以來，已連續兩年超過四萬人參與淨灘活動，清除數百公噸海廢；但同一時間，2018 年台灣民眾每人每日垃圾生產重量達 1.132 公斤，創 2001 年統計以來新高。RE-THINK 在今年九月份針對網友與學生所做的千份問卷發現「環保意識與行動仍有斷層」。調查結果顯示，儘管近七成受訪者曾參與淨灘，但有九成民眾每天都會產生一次性塑膠垃圾，平均每人每天製造三種一次性塑膠垃圾，其中已在限塑行列的塑膠袋更高居榜首，其次為紙餐盒、飲料杯、吸管及寶特瓶。而寶特瓶雖在台灣回收率達



95%，卻有超過五成民眾不知道寶特瓶的材質、以及需要 450 年才能分解。

RE-THINK 重新思考環境教育協會創辦人黃之揚表示，對於海洋垃圾污染問題，淨灘屬於下游末端處理，應回到「中游」（回收）與「上游」（減廢）才能更系統面改善問題。因此提出「RE-THINK 垃圾攻略」，未來希望一步步從淨灘及海廢議題，帶回至源頭減量、循環經濟、回收教育等層面著手，用「重新思考」的方式來解決問題。他並預告 2020 年將推出「回收大百科」，預計延續「海廢圖鑑」的創新手法，串連公部門、企業、回收業者與使用者體驗顧問，彙整台灣複雜回收資訊，讓民眾了解如何正確分類、材質等的基本認知、後續再利用，希望降低垃圾處理問題，提升民眾的回收率。

\*\*\*

#### **關於花旗**

花旗是全球金融服務的領導品牌，在一百六十多個國家擁有約兩億名顧客。花旗向消費者、企業、政府及機構客戶提供各種金融產品和服務，業務範圍包括：消費金融與信用卡、企業金融與投資銀行、證券經紀服務以及財富管理。更多資訊請參考花旗網站 [www.citigroup.com](http://www.citigroup.com)。

#### **關於 RE-THINK 重新思考環境教育協會**

自 2013 年發起的環保行動，號召超過 30,000 人次參與，清潔台灣海灘累積超過 90 公噸海廢。透過社群網路、行銷的力量，整合活動和教育，將環保轉化為有趣、好玩、大眾願意接觸的素材，改變環境。