

長三角與大灣區，這兩個中國含金量最高的城市群，一個是華東經濟心臟，一個是華南對外開放前沿，合計坐擁數億消費人口，貢獻全國約三分之一GDP。扎根香港逾百年的太古集團，向來不隨市場風聲搖擺。旗下太古可口可樂近期再度出手，無懼外界雜音，短短24小時內縱跨兩大經濟帶，將兩大戰略節點連成一線——昆山、廣州兩座世界級廠房相繼投產。集團豪斥32.5億元（人民幣，下同）重資，逾20條智能生產線將陸續啟用，年產能預計超過310萬噸，內地整體產能將提升一成。

●香港文匯報記者 馬翠媚



作為可口可樂全球五大裝瓶夥伴中唯一立足大中華區掌舵人，太古可口可樂總裁蘇薇接受香港文匯報獨家專訪時憶述5月26日昆山廠投產儀式情景。她站在全新廠房之內，目睹一條條智能化生產線陸續啟動，腦海浮現的不只是冰冷的產能數字，更是全團隊多年耕耘累積的心血與汗水。翌日她便趕赴廣州廠，24小時橫跨長三角、大灣區兩大核心城市群，親眼見證兩座世界級基地先後啟用。

長遠生意不看短期風口

「那一刻心情，真是難以用語言去表達。是一種深深的、好踏實的感覺，同時又充滿期望——因為我看到中國關鍵區域的生產同供應網絡進一步升級完善，未來將會有一番新氣象。」蘇薇直言，今次雙廠啟用不只是產能擴張，更是集團對中國市場「公開表態」。她強調，企業做長遠生意，從不看短期風口，更加着重市場基本面與國家發展大局。深耕中國，是太古可口可樂多年不變的戰略定力。

今次兩大新廠布局，極具戰略深意。昆山新廠投資20億元，是太古可口可樂進駐內地以來最大單筆投資，坐鎮長三角產業高地，承接華東龐大消費市場與輻射優勢；廣州新廠投資12.5億元，主打智能、綠色和數碼化新生產模式，穩固大灣區產業樞紐地位。兩廠合計超過20條智能生產線，覆蓋集團全線品牌、過百款產品，靈活对接市場瞬息萬變的消費需求。

續推動內地建廠及升級

這筆32.5億元的資金，絕非是一時衝動的投資數字。今次雙廠投產，正是集團於2023年公布的「未來十年在華投資120億元人民幣」宏圖重要一環。據透露，集團在華投資進度正在穩步推進，除了已經落成的鄭州、廣州、昆山新廠，未來還將持續推動海南廠建設及各產線升級。在外資觀望情緒升溫下，太古可口可樂選擇「逆風加碼」，用真金白銀對中國市場長遠前景投下「信任票」。

蘇薇直言：「你可以看到我們在中國內地市場的投資不但從未放緩，而且是大力投入。」這份長遠投資的信心，全因集團看準了內地消費市場的潛力。現時內地人均飲品消費量仍有龐大增長空間，飲品行業持續朝無糖、低糖、功能化升級，亦是太古可口可樂長期深耕的核心賽道。

面對市場激烈競爭與外界紛擾聲音，蘇薇立場清晰：「如果被所有雜音影響我們，就無法專注去做真正需要做的事。我們要分辨什麼是訊號、什麼是雜音。盲目跟隨不會成功，要做到將汽水市場繼續增長，將品牌組合繼續拓展。」

全球合共營運41個廠房

目前太古可口可樂在中國內地管理23個生產設施。除了大中華區，近年集團拓展東南亞市場，業務遍及柬埔寨、越南、泰國和老撾，已成為可口可樂全球第五大裝瓶夥伴。在全球共營運41個廠房，提供超過60個飲料品牌，年銷量超過23億標箱（飲品行業中1標箱為24罐/瓶），服務人口接近全球十分之一。

「我們要蛻變成為一間真正正的全球飲料集團，這個蛻變不是一夜之間可以完成，但卻是一個正確的方向，我們的行動是持續的。」訪問尾聲，蘇薇總結：「『明天』的意義不是等待未來的來臨，而是今日開始建設未來。這個是我對太古可口可樂、對我的團隊、對中國市場的承諾。」

香港回收膠樽製新樽 讓消費者見證綠色奇跡

雙碳目標引領產業綠色轉型，太古可口可樂不僅在新生產基地落地綠色智能製造體系，更搭建完備的「從樽到樽」閉環回收模式。太古可口可樂總裁蘇薇透露，集團在港打造全港首個食品級塑料回收再造設施，實現廢棄膠樽100%循環再造。未來期待可以把這套成熟的香港閉環模式全面推廣至大灣區，以產業實踐助力國家碳中和目標落地。

設施每月可處理2000萬膠樽

蘇薇坦言，香港塑膠樽回收率長期低於國際同類城市，大量廢棄膠樽直接填埋，資源浪費嚴重。為破解這一難題，集團自2019年引入再生塑料應用技術，2022年在香港屯門牽頭成立「塑新生」公司，搭建全港首個符合食品級安全標準的塑料回收再造生產線。該設施每月可處理500噸廢棄膠樽，折合約2,000萬個飲料膠樽，規模與標準均處香港行業領先水平。

目前集團香港綠色循環布局已收顯著成效。香港生產的500毫升「可口可樂」飲品及「飛雪」礦物質水（1.5公升或以下）所使用的膠樽由本地回收的塑膠製成，真正實現「回收、再造、重生、上架」的完整閉環。按照規劃，2025年集團香港生產環節所用PET塑料中，超過一半為再生再造膠。

蘇薇直言，食品級再生塑料的生產、提純、再造成本遠高於普通原料，但這一投入極具價值。不同於抽象的環保概念，太古可口可樂的循環模式讓普通消費者能夠親身參與、親眼見證廢棄膠樽變身全新飲料包裝的「綠色奇跡」，有效帶動全民環保回收意識提升，推動形成全民參與的綠色消費生態。

依託本次廣州、昆山新廠的綠色生產基礎，集團將啟動跨區域綠色模式複製。蘇薇表示，集團期待以香港先行先試的成熟閉環回收體系為樣板，以大灣區為核心試點，建議逐步將食品級膠樽循環再造技術、綠色生產標準、全民回收模式向內地推廣，打通「回收—再造—生產—銷售」的內地綠色產業鏈，持續為大灣區綠色轉型、國家雙碳願景貢獻產業力量。



●香港生產的500毫升「可口可樂」飲品及「飛雪」礦物質水（1.5公升或以下）所使用的膠樽由本地回收的塑膠製成。 公司影片截圖

太古可口可樂總裁蘇薇：不理會雜音 專注做實事 投資中國建設明天 可樂裝滿信任



●太古可口可樂總裁蘇薇認為：「明天」的意義不是等待未來的來臨，而是今日開始建設未來。 香港文匯報記者萬霜靈 攝



太古可口可樂昆山新廠



太古可口可樂廣州新廠

從製造到「智造」 AI助訂單效率大提升

在國家大力推動「人工智能+製造」的戰略浪潮下，太古可口可樂於昆山與廣州同步投產兩大全新智能生產基地。兩座新廠全方位搭載大數據與人工智能(AI)體系，覆蓋生產、倉儲、能源管理、終端訂單全鏈路，實現製造效率、運營精度、市場響應速度全方位升級，成為全球飲品行業從製造到「智造」的示範之作。

智能倉空間利用率增235%

太古可口可樂總裁蘇薇受訪時指出，兩廠從設計之初便鎖定「智能化最高設施」的定位，從硬件設備到軟件系統均完成全域迭代。在生產與能源端，廣州廠房搭載行業領先的實時智能能源監控系統，可動態優化全廠能耗，實現精細化管控，大幅降低生產能耗與碳排放。與此同時，配套的智能立體倉庫空間利用率較傳統模式提升235%，極大釋放廠房空間價值。

昆山廠實現出庫發貨高效聯動，減少人工搬運和中間周轉時間，進一步提升產線

運轉效率和供應鏈相應能力，為未來大規模柔性化生產打下基礎。

自研AI訂貨系統優化庫存

值得一提的是，太古可口可樂的智能化變革並未止步於工廠圍牆，而是延伸至街頭零售終端。集團自主研發的AI訂單輔助系統，能精準分析單店歷史銷售、季節走勢與促銷效應等多維數據，自動生成最佳訂貨組合建議。這項工具徹底解決傳統零售訂貨的盲目性問題，幫助門店在不增加庫存風險的前提下豐富品類、優化產品結構，精準匹配消費需求，直接提升終端銷售轉化率與庫存周轉效率，為門店創造切實的商業價值。

蘇薇表示，智能化、數碼化轉型是集團長期核心戰略。未來將持續依託昆山、廣州兩大智能工廠，深耕AI+製造、AI+零售場景創新，不斷優化生產效率、決策精度與市場反應速度，鞏固行業核心競爭力，助力中國飲品製造業高質量智能化升級。

Z世代唔止要解渴 AI聯乘搶攻新消費

伴隨Z世代成為消費主力，飲品消費從「功能解渴」全面邁入「情感體驗」時代。太古可口可樂總裁蘇薇表示，年輕消費群體的核心需求是情緒價值與自我表達。集團依託昆山、廣州新廠的柔性智能生產能力，聯合AI技術、潮流營銷、即時渠道，全方位落地品牌年輕化戰略，精準搶攻年輕新消費市場。

智能廠多品類生產響應市場需求

「現代年輕人買飲品，從來不只是為了解渴。」蘇薇強調，Z世代消費邏輯已徹底迭代，他們更看重產品帶來的情感共鳴、社交屬性與個性表達，願意為快樂體驗、自我認同、潮流屬性付費。一款飲品可以成為社交分享道具、個人風格標籤，這是品牌年輕化轉型的核心切入點。

依託兩大新廠多品類、柔性化的智能生產



●太古可口可樂推出世界盃限量版包裝，以吸引消費者。 香港文匯報記者萬霜靈 攝

能力，集團可快速響應年輕市場的個性化、潮流化需求，落地多元化年輕營銷舉措。集團把握世界盃等國際體育熱點，推出限量版包裝，以及聯乘熱爆角色如Labubu等，打造潮流收藏屬性；旗下能量飲品「魔爪」深度綁定電競、潮流音樂、極限運動等年輕場

景，精準觸達年輕群體，去年內地市場銷量同比增長接近50%。

30分鐘電商配送促新增長

在銷售渠道方面，集團精準把握年輕人「即興即時」的消費特質，全力布局近場電商模式，搭建30分鐘至60分鐘即時配送網絡，覆蓋通宵娛樂、居家休閒、運動觀賽等全場景即時消費需求。據預計，2026年集團內地電商及即時配送渠道，將成為貢獻整體業務的主要增長點之一，更是年輕市場增長的核心動力。

蘇薇總結太古可口可樂品牌年輕化的三大核心路徑：一是深耕情緒共鳴，以潮流運動、個性包裝、場景營銷打造情感連接；二是堅持渠道即時，以近場電商覆蓋年輕人即興消費場景；三是回歸線下體驗，以線下活動、場景升級強化用戶互動。

香港是根 廣州是腹地

依託剛投產的廣州大灣區智能綠色生產基地，太古可口可樂進一步鞏固在華南市場戰略樞紐地位。太古可口可樂總裁蘇薇接受專訪時強調，香港是集團發展之根，廣州是深耕多年產業腹地。憑藉廣州新廠全新布局，集團期望擔當大灣區「超級增值人」，以香港成熟的綠色製造、數碼化運營經驗賦能大灣區產業升級，助力區域實現高質量發展。

從穗深耕華南 輻射全國

蘇薇表示，太古可口可樂在廣州發展歷程，始終與內地改革開放步伐同步。「廣州是我們最早進入內地的核心據點，也是集團理解中國市場、布局內地業務的原點。此次投產的廣州智能綠色新廠，不只是一處全新的生產載體，更是品牌扎根大灣區45年、積累沉澱後的全新起點，是我們深耕華南、輻射全國的重要戰略升級。」

在蘇薇看來，大灣區獨特的制度創新、跨境聯通優勢與產業協同體系，為香港總部企業搭建了不可替代的發展平台，也是太古可

口可樂持續加碼大灣區的核心原因。她以集團海外成功實踐為例介紹，太古可口可樂與寶鋼包裝在越南寧省打造「牆對牆」無縫協作模式，通過專屬聯通通道實現上下游生產基地高效对接，不僅大幅壓縮物流成本、提升生產效率，更成功協助中國本土供應鏈企業走向國際市場。

蘇薇指出，集團將以香港為橋樑、廣州新廠為區域樞紐，帶動區域飲品產業上下游配套迭代升級。同時依託國家雙碳戰略與大灣區綠色轉型機遇，期待能將香港循環經濟先行先試的成果，進一步向大灣區、全國市場延伸推廣。

藉港經驗輸出 標準複製

她進一步闡釋香港的核心戰略價值，強調香港是集團連接內地與全球市場的核心樞紐，更是經驗輸出、標準複製的核心基地。集團在香港落地的數碼化解決方案、綠色製造體系、即飲茶品類運營經驗，不僅支撐香港本地業務高質量發展，更持續輸往東南亞



●香港是太古可口可樂連接內地與全球市場的核心樞紐。 香港文匯報記者萬霜靈 攝

新興市場。

「香港的價值從來不止是資金流通，更核心的是知識、標準、運營能力的全域輸出，這也是我們作為大灣區『超級增值人』的核心內涵。」蘇薇表示，未來將以廣州新廠為核心載體，持續深化港粵產業連動，把香港的國際化視野、成熟運營經驗與大灣區的產業優勢、市場潛力深度融合，持續為區域產業升級、綠色轉型賦能，深耕大灣區、服務全中國、連接全世界。