第一图书网, tushu007.com

<<瓶装水的真相>>

图书基本信息

书名：<<瓶装水的真相>>

13位ISBN编号：9789862482858

10位ISBN编号：9862482850

出版时间：2012-9-1

出版时间：山岳

作者：彼德．葛萊克

译者：戴雅秀

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

<<瓶裝水的真相>>

内容概要

瓶裝水真的安全嗎？

你看過貼著「含有過量細菌」的瓶裝水標籤嗎？

你喝的水到底從哪裡來？

我們為什麼要購買瓶裝水？

關於瓶裝水，你有什麼想法？

是炎夏裡唾手可得的綠洲？
是銅板就能購得的渴望？
是方便且較為健康的選擇？
是天然無雜質的優質選項？
還是時尚優雅的象徵？

但你知道嗎？
以一罐500毫升、20元的瓶裝水計，其價格凌駕於約3,000瓶同樣容量的自來水！
若是與市售最貴產品、每公升110元相較，相差更是達到8,000多倍。
當全世界經濟跟著汽油上下起伏，一瓶水卻賣的比汽油還昂貴？

當你喝著包裝為「北極泉水」的水，你曉得它其實來自於美國加州而不是北極嗎？

當餐廳推薦你「口感極佳」的瓶裝水時，你知道他們的內心悄悄話其實是：「自來水無利可圖」嗎？

為什麼我們要捨棄自來水，選擇瓶裝水？
因為瓶裝水健康、乾淨、安全無虞？
真的嗎？
我們是否被廣告行銷矇蔽？
是否被偶像代言或行銷語言迷惑？
當我們都選擇瓶裝水，世界會有什麼改變？
或者，如果有時候我們非得購買瓶裝水，是否有較好、較環保、較符合道德的選擇？

是否有什麼正當的理要去買這些瓶裝水呢？
問問彼得．葛萊克。
葛萊克是世界知名的科學家和淡水專家、麥克阿瑟基金會的「天才」，而且，根據英國廣播公司表示，他更是位遠見卓越的先知。

彼得．葛萊克有著雙科學家的眼睛及大自然故事解說人的機智，他在《瓶裝水的真相：揭發品牌販售背後的騙局》裡，調查瓶裝水行業所聲稱的安全性、方便性、以及瓶裝水與自來水味道上的不同。
他公開我們選擇瓶裝水真正的原因，由瓶裝水商業利益到對自來水的恐懼、從我們自己的虛榮心到公共系統的崩潰和全球不平等……等現象。

葛萊克直刺瓶裝水熱潮的紅心，探索瓶裝水對我們的意義，給我們真正需要的基本必需品。

第一图书网, tushu007.com

<<瓶裝水的真相>>

本書重點
. 你以為買瓶瓶裝水不過是幾個銅板，其實很便宜？

在台灣，買一瓶礦泉水的價錢20元，可買相當2200多瓶自來水！

. 你以為瓶裝水比自來水安全、乾淨？

揭發了瓶裝水隱藏的不衛生販賣！

. 你喝的瓶裝水可以讓你輕鬆無負擔、感覺清爽純淨？

這些都是廣告行銷噱頭！
戳破瓶裝水宣稱的來源、功效，你不能不知道的事實。

. 完整解釋瓶裝水的製造與生產、行銷與販售
. 若瓶裝水的存在無法抹滅，未來應該走向怎麼樣更合乎道德，對地球更好，對你更好？

作者简介

彼德．葛萊克（PETER H. GLEICK）
加州奧克蘭太平洋學院的校長，並以水相關議題得到了知名的麥克阿瑟獎。

第一图书网, tushu007.com

<<瓶裝水的真相>>

书籍目录

. 前言：一秒鐘一千個瓶子
第一章　自來水
自來水是毒藥
－德州瓶裝水公司夾在股票裡的傳單
當我們完成後，自來水將被降級用來淋浴或是洗盤子。

－蘇珊．惠靈頓，桂格美國公司飲料部門主管。

狂熱球迷的渴望／「每人可拿到一瓶免費的瓶裝水。
這是我們說抱歉的方式。
」／逐漸消失的飲水機vs.無所不在的瓶裝水／乾淨水管曾代表的象徵／從富裕客層至全球化商品的瓶裝水／多層面的白熱化水戰爭／消費者的恐懼心態／瓶裝水廠的攻擊／廣告的暗示／「供水政策如果可以參考石油的生產戰略，將可以大大受益。
」／瓶裝水公司的真心悄悄話：自來水無利可圖／令人厭惡的攻擊戰術／瓶裝水消費只會影響到其他飲料的消費量？
／瓶裝水真的安全嗎？

第二章　對自來水的恐懼
水呀、水呀、到處都有
但沒有一滴能喝
－塞繆爾．泰勒治的《古舟子詠》
斐濟水與克里夫蘭市的戰爭／早期供水困難的克里夫蘭市／「只是開個玩笑。
我們總得要挑個城鎮。
」／為什麼我們要改喝瓶裝水？
／古城人民的飲水機：公共噴泉／污水：疾病猖獗與致命／污水：疾病猖獗與致命／霍亂弧菌的追查與發現／保護天然水源，城市就有純淨的飲用水／人造淨水系統／乾淨飲用水讓美國成為工業強國／相關法案的建立：清潔水法、安全飲用水法案／相關技術與法律仍須持續革新／
第三章　銷售不健康的法令
瓶裝水的一貫安全與質量是因為有美國食品暨藥物管理局（FDA）要求、個別州政府相關法規以及瓶裝水行業所訂定的標準。
所有這些結合起來，瓶裝水成為人類可食用的最安全食品之一。

——國際瓶裝水協會（註1）
瓶裝水這個行業在美國的管制非常少——至少，比我們的公共自來水相關管制更少。
科學研究表明，瓶裝水並不比自來水安全。
有時還可能不太安全……
——國際企業責任組織（Corporate Accountability International註2）
兩相矛盾的宣稱／瓶裝水適用飲用水還是食物規範？
／充滿漏洞的法規／令人擔憂的標準差異：大腸菌群／問題潛伏在瓶蓋之下／瓶裝水檢查測試該由誰進行？
／沒有必要與消費者分享水質相關資料？
／你看過貼著「含有過量細菌」的瓶裝水標籤嗎？
／「有一些事情只有政府做得到。
」／受污染的瓶裝水持續販售中！
／被祕密召回的瓶裝水／苯含量超標的數百萬瓶裝水／煤油、苯乙烯、藻類、酵母、沙子、糞大腸菌

群……甚至蟋蟀！
／制度缺陷：發現污染與公告污染的時間差／污染水進了各地消費者的肚／誰保證瓶裝水的清潔安全？

第四章　如果它叫作「北極泉水」，為什麼是從加州來的？

卡路里：0；脂肪：0；膽固醇：0；鈉：0；總碳水化合物；0；蛋白質：0
——美國瓶裝水上典型的標籤
「阿拉斯加優質冰川飲用水：最後邊疆的單純無公害冰川水」實際上是來自朱諾市公共供水系統第111241號水管。

——布萊恩．霍華德（Brian Howard），《E-環境雜誌》（E-The Environmental Magazine）（註1）
從實際水源變成品牌名稱／訴訟和解，但不必更改品牌標籤／瓶裝水標籤隱瞞的信息／讓人眼花撩亂的水特性：你真的了解嗎？
／裝水裝的就是自來水！
／你喝的水到底從哪裡來？
／不實的商品敘述／水裡的東西，在營養成分表裡找得到嗎？
／我們真正需要知道的標籤／瓶裝水該由誰規範？

第五章　泉水的特徵
山泉水是最好的。

——岡倉覺三，《茶之書》（Kakuzo Okakura, The book of Tea）
高科技提供了我們一項偉大的服務：它教我們簡單和原始的任務——像是劈柴、生火、從泉水取水——是令人愉悅的。

——愛德華．阿比（Edward Abbey）
沙漠裡的水源／位於沙漠中的瓶裝水旗艦工廠／水、綠洲、植物與動物／水文循環／地下水開採的嚴重後果：水位下降、汙染與旱地／扼殺綠洲的泉水汲取／一天生產350萬瓶的工廠作業線／裝瓶廠的詭辯／漂白的理論：瓶裝水對當地水資源生態沒有負面影響？
／地表水流減少導致動物死亡／泉水比加工處理過的水自然？
／約27%的地下水井被發現被病毒污染／愈來愈多證據顯示地下水被污染：消費者正處於危險之中／自然生態系統的成本
第六章　水的味道
哎。
水就是水。
對我而言，嚐起來都一樣。

——洛杉磯國際瓶裝水協會
2006年年會警衛站在旁邊的酒吧供應了10種瓶裝水（註1）
味道是沒有帳單的。

——我的母親
如何利用人的味蕾來賣瓶裝水？
／人們覺得自己不喜歡自來水，但事實上，他們喜歡／口味販賣／水域、礦物質與口味／餐廳的瓶裝水獲利機會／最著名的侍水師？
／我們為什麼要購買瓶裝水？

／
第七章　便利的隱藏成本
我們是一個一天24小時、一週7天都忙碌的社會，大家都希望我們的飲料方便取得。

——雀巢水公司北美首席執行長金．傑弗里斯（Kim Jeffries）
宇宙沒有理由為我們的便利而設計。

——約翰．D．巴羅（John D. Barrow），英國物理學家和數學家
麥圭爾先生（Mr. McGuire）：我想說一個詞給你聽。
只有一個詞。

班傑明（Benjamin）：是的，先生。

麥圭爾先生：你在聽嗎？

班傑明：是的，我在聽。

麥圭爾先生：塑膠。

——摘自電影《畢業生》（The Graduate, 1967）
塑膠的發明與瓶裝水的銷售／塑膠的類別／塑膠瓶如何被製造出來？
／方便塑膠的真實成本／瓶裝水的能源成本是自來水的1,000倍／超過3/4的塑膠瓶成為永久廢棄物／「100%可回收」不等於「100%有回收」／回收，分類是關鍵！
／曾穿越太平洋的塑膠垃圾爭奪戰／複雜多變的回收市場／如何提高回收利用率／飲料市場是否為回收做了努力？
／焚化：將固體廢物轉為空氣污染／是否有環保可生物分解的新選項？
／治標不如治本：維護與安裝公共供水系統／良好、安全、方便的替代方案
第八章　瓶裝水販售：現代賣藥表演
廣告是說服人花他們沒有的錢去買他們不需要的東西的一門藝術。

——威爾．羅傑斯（Will Rogers）
為了他們好而愚弄人可能是有必要的……人們平均智商是出奇地低。
人們遵循著潛意識的衝動和本能，而不是理性。

——約翰．本森（John Benson），美國廣告代理協會主席（註1）
瓶裝水廣告：青春、健康、美麗、浪漫、地位、形象，性和恐懼……／水的功效詐騙歷史／愚弄消費者的不實廣告／毫無約束力的執法標準／一種新的煉金術／監管機構在哪兒？
／聯邦機構和監管人事不足，讓詐騙持續橫行／似是而非的氧氣水（Oxygen Water）詐欺／瓶裝水的減重詐欺／「騙子利用公眾似乎永不滿足自己體重的減肥慾望進行剝削。
」／聚集和奇妙的結構水／奔達水（Penta Water）的特殊案例／利用消費者無知與恐懼的販售騙局
第九章　飲用瓶裝水：罪惡或救贖？

如果你是一個罪人或天性邪惡，本產品可能引起灼燒感、發燒、出汗、皮膚紅腫、起疹、瘙癢、嘔吐、緊張及流淚、皮膚蒼白和口腔疼痛。
警告：飲用聖飲用水（Holy Drinking Water）無法取代出席教會或任何其他機構之禮拜儀式。

——銷售聖飲用水的公司網站上及瓶裝上的警告標籤

經過多方考證，瓶裝水是一個騙局……這也難怪有些人甚至認為這是一種罪過。

——非洲衛理公會傳教士協會第五主教區婦女通訊（註1）
聖水的商業販售／流行偶像帶動消費者的金錢捐輸／由偽科學衍生的效果宣稱／美國國務卿將聖水納入環境政策？
／神聖礦泉水不只賜福，還讓你不下地獄／乾淨的飲用水是否應該被打包出售？
／水的意義？

第十章　起義：反對瓶裝水運動興起
我沒有任何證據表明它（反瓶裝水運動）已造成銷售額下降。
我想時間會告訴我們，但我的感覺是，它不會。

——喬．多斯（Joe Doss），國際瓶裝水協會會長（2007年8月）（註1）
日益擴大的反對聲浪使瓶裝水銷售趨緩／瓶裝水銷售成長轉為負數／城市還擊／各城市的努力：公共供水的新時代／餐廳響應：由瓶裝水轉向當地的水／在源頭與瓶裝水戰鬥／當地反對聲浪擊退龐大瓶裝怪物／禁止瓶裝水：公民運動的開端／瓶裝水行業反擊／互相攻訐
第十一章　環保的水？
為生產符合道德的瓶裝水所作的努力
我可能是唯一一家會告訴你應該喝自來水的瓶裝水運營商，但如果你打算買一瓶瓶裝水，我們希望提供一個符合道德的選項。

——克利．奇利貝克（Kori Chilibeck），「地球水」（Earth Water）的創始人（註1）
道德的瓶裝水一定是我們這個時代最大的矛盾。

——邁克爾．史密斯（Michael Smith），《綠色（生活）評論》（Green （living） Review）
瓶裝水能符合「道德」嗎？
／道德泉水：以利潤支持發展中國家的組織以及衛生專案／道德瓶裝水的浪潮／道德瓶裝水是良心事業？
還是漂綠的商業花招？

第十二章　水的未來
進行預測是非常困難的，對未來的預測尤其困難。

——凱西．史騰格（Casey Stengel），著名的哲學家（及大聯盟傳奇人物）
要找到現有系統的錯誤是一回事，找到另外一個更好的辦法來取代現有系統是個艱鉅的任務，這是另外一回事了。

——納爾遜．曼德拉（Nelson Mandela諾貝爾和平獎得主），水資源管理講演
富人專享的瓶裝水vs.所有人都能享用的安全公共用水／為了長遠未來而學習供水管理／未來的願景／水行業的改革／真實的本質
致謝

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com