

網購包裝減量聯盟 109年第二次聯盟會議

109年12月3日





報告事項

- 109年網購包裝減量推動情形
 - 平臺減量數據回報
 - 抽樣網購商品包裝利用率情形
 - 再生料摻配比例業者辦理情形
 - 「網購包裝i循環」試辦活動執行現況



討論事項

- 109年進行網購包裝減量之作法分享、遭遇問題及需協助事項
- 110年網購包裝減量及持續推動循環袋（箱）討論

前言

- 由於民眾消費習慣改變，線上購物比例逐年增加，相對衍生網購包裝廢棄物之問題，為此，本署自108年制定「**網購包裝減量指引**」，持續推動減量指引中**包裝減量、環保材質及循環包材**三項方針。
- 於本年度執行期間，因應減量指引目標推動內容：
 - 短期目標：**辦理抽樣市售網購商品確認網購平臺推行現況。**
 - 中期目標：**建立再生料摻配確認辦理方式，實廠訪查以確認再生料摻配。**
 - 長期目標：**辦理循環袋(箱)試辦活動，建立平臺各自循環模式並實際上線運作。**



報告事項



平臺減量成果回報

109年B2C減量成果

- B2C網購平台共**11個網購平台**業者參與。
- 「直接跟農夫買」3/22加入，自第二季開始提供數據，
- 「Queen Shop」9/22加入，預計自第四季開始提供數據。

	108年全年	109年第一季	109年第二季	109年第三季
平均包材重(公斤/件)	0.322	0.303	0.281	0.290
平均包材減重比例(%)	-	5.99	12.82	9.97
減量(公噸)	-	277.8	618.4	506.0

前三季包裝減量約**1402.2公噸**

- 平均包材重=(所有平台的紙箱+破壞帶+緩衝材+膠帶)/件數
- 減重比例=(108年平均包材重-109年該季平均包材重)/108年平均包材重

		紙箱	破壞袋	緩衝材	膠帶
第一季	包材重量(公噸)	4157	12	152	42
	包材減重比例	8%	3%	12%	9%
第二季	包材重量(公噸)	4017	14	136	38
	包材減重比例	14%	-3%	24%	21%
第三季	包材重量(公噸)	4368	16	148	39
	包材減重比例	10%	0%	21%	23%

包材重量中紙箱佔約**95%**，故紙箱包材減重比例及件數將影響該季的總包材減重量

109年B2B2C及C2C賣家參與情形

- B2B2C&C2C網購平台共**6個網購平台**業者參與。

類型	平台
B2B2C/C2C	台糖易購網 全數參與
	Yahoo奇摩超級商城、 Yahoo奇摩拍賣
	PChome商店街
	生活市集 全數參與
	露天市集

目前參與賣家總數量：**17,171家**

- B2B2C及C2C業者部分，建議後續**持續對賣家加強宣導**，邀請網購平台底下賣家加入減量行列

抽樣網購商品包裝利用率情形(1/4)

指引短期目標（應達成期限：108年底）

- 網購包裝以90%產品重量對應10%包裝重量為原則，即包裝材之重量應低於包裹總重量之10%
- 封箱膠帶不超過包裝箱長度高度總和之2.5倍。

應達成業者

B2C、B2B2C、C2C業者

抽樣結果

- 抽樣對象包含**獲得減量標章之B2C、B2B2C&C2C平臺**，及**無標章平臺業者**
- 本署抽樣檢視**網購包裝樣態及膠帶使用情形**，並將根據抽樣結果發文通知B2C平臺業者**提供改善及建議**，並另請B2B2C&C2C平臺業者持續向**旗下賣家要求包裝改善**。
- 未來視執行現況，**修正指引**以更貼近實際情形及符合包裝需求。

未來 指引 修正 方向

排除產品質輕、形狀特殊者

排除易碎、需增強緩衝材保護者

排除商品遠小於平臺最小規格包材者

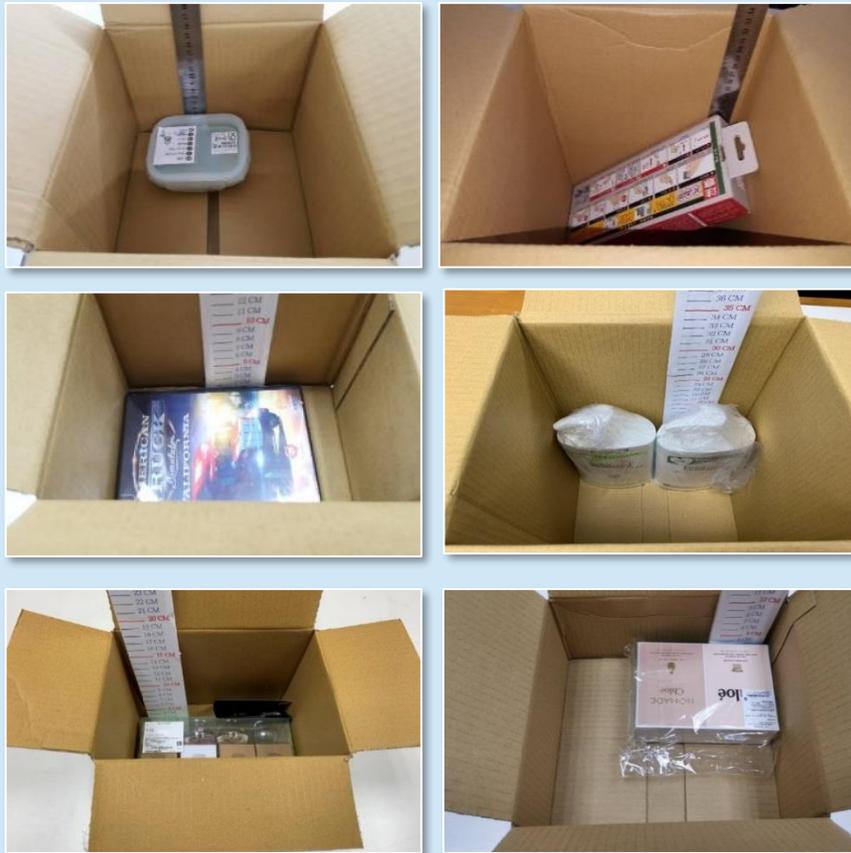
考量商品重量調整使用膠帶規範



抽樣網購商品包裝利用率情形(2/4)

抽樣案例

空置空間過大案例



- 商品體積與外箱差異過大造成**空間閒置情況**

合格案例



- 選擇更**貼近商品大小**的箱體或包裝袋進行包裝，減少包材的使用，如**由供應商出貨亦須請供應商配合**。

抽樣網購商品包裝利用率情形(3/4)

抽樣案例

大量使用緩衝材案例



- 為填補空隙及加強固定、防撞效果而使用大量緩衝材。

合格案例



- 建議選擇更貼近商品大小的箱體或包裝袋進行包裝，減少緩衝材的使用，如由供應商出貨亦須請供應商配合。

抽樣網購商品包裝利用率情形(4/4)

抽樣案例

膠帶過量使用案例



合格案例



- 封箱膠帶有使用**多層封裝**或以使用**工字型方式黏貼**情形，使用長度超出標準 $(長+高)*2.5$ 的2倍以上。
- **工字型使用長度**是 $2*長+4*寬$ ，如箱寬大於箱高，膠帶實際使用將**大於標準** $(長+高)*2.5$ 長度。

- 建議調整膠帶使用方式，採一字型黏貼方式以符合規定。



網購包裝減量中期目標

指引中期目標（應達成期限：109年底）

- 材質
 - 材質可回收且單一材質(紙、PE)為原則以利回收
 - **以再生料製作**
 - **紙類包裝其回收紙摻配比率，瓦楞紙箱(盒)、紙板產品及紙漿模製品應為 100%**
 - **塑膠包裝箱(袋)其再生料摻配比率應達25%以上。**
 - 不使用金屬釘、蠟、覆膜等
 - 如需黏合，需採用水溶性黏合劑
 - 塑膠包裝箱(袋)、緩衝材、封箱膠帶不得使用PVC材質
- 印刷
 - 保持紙板原色
 - 印刷時應採用環保油墨，且印刷面積應符合下列比例：
 - **包裝箱(袋)的印刷面積不應超過箱(袋)體表面總面積的50%**
 - **緩衝材的印刷面積不應超過表面總面積的20%**

應達成業者

B2C業者

備註：材質以單一材質可回收為主，為方便後續處理，使用標籤應注意黏性適宜之部分



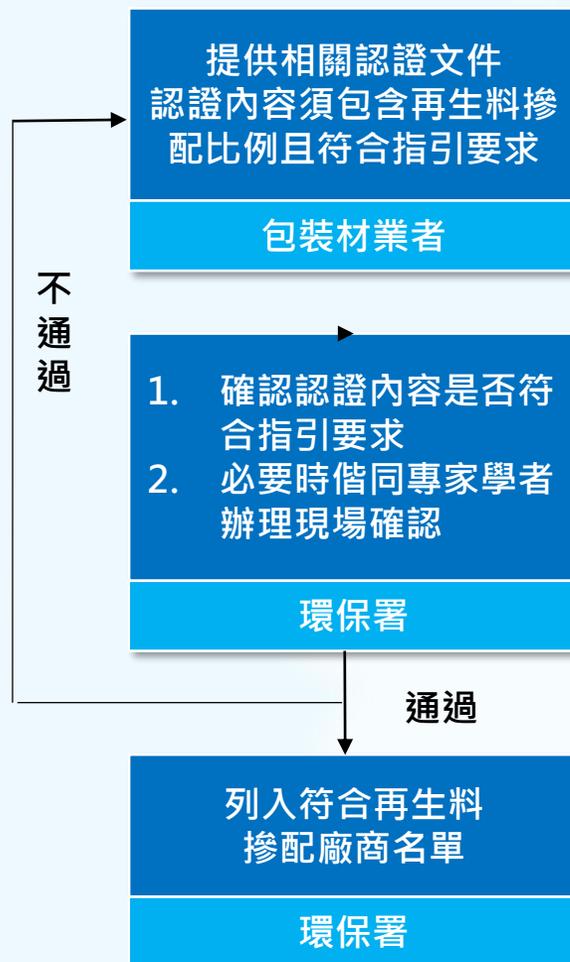
再生粒料摻配比例辦理作業說明(1/3)

➤ 執行減量指引中期目標之再生料摻配，**建立摻配比例確認作業方式**

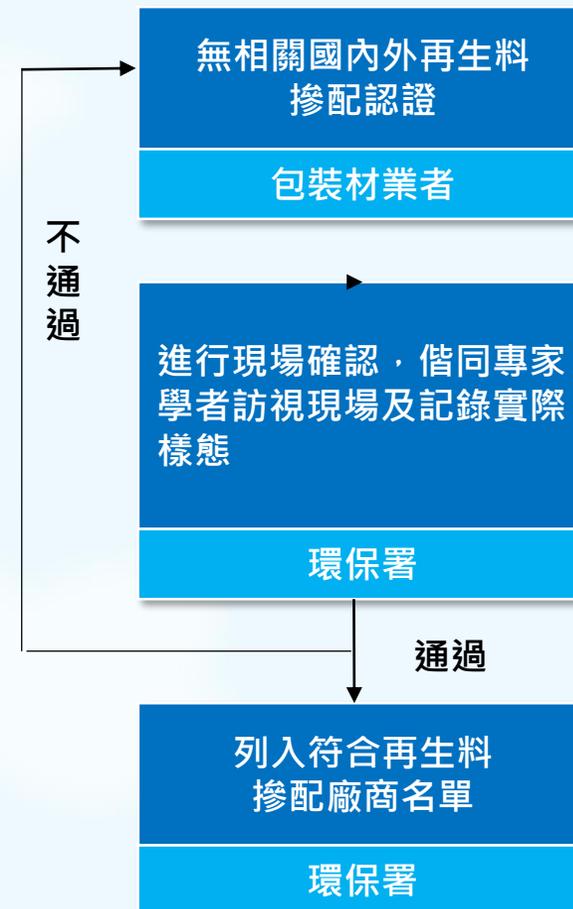
**包裝材供應商
(箱、袋、緩衝材)**

- 國內目前紙類包裝材普遍使用回收紙再製，故確認作業以**塑膠包裝材供應商為主**。
- 如擬向非經查驗確認之業者購買包材，請於**採購前3個月**通知該包材業者向環保署申請並完成確認程序

已有國際認證之作業方式



無相關認證之作業方式



再生粒料摻配比例辦理作業說明(3/3)

添加塑膠再生料符合業者名單

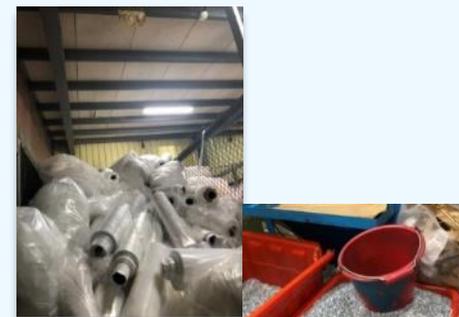
- 經現場查訪可提供添加塑膠再生料之**破壞袋業者**，符合業者共計4家

破壞袋供應業者	產品
宏遠國際興業有限公司	各式塑膠破壞袋
得菴塑膠有限公司	產品包括：垃圾袋、破壞袋及其他塑膠袋製產品等
永穩企業有限公司	各種塑膠袋、破壞袋、PE、PP、OPP塑膠袋、由任袋、特殊袋、變形袋、快遞文件袋、EVA穿繩袋、雜誌信封袋、雨傘袋、自動包裝袋、環保分解袋以及其他各種包裝材料
新洲全球股份有限公司	代工製造塑膠破壞袋(PE材質)

- 可提供摻配再生料之**緩衝材業者**

緩衝材供應業者	產品
環佳科技有限公司	銷售環保碳粉匣以及新式包裝耗材-氣墊機。空氣袋用來填充包裝物間空隙保護運送貨品

- 因應緩衝材加入再生料製造，有其技術可行性，未來**指引修正將納入緩衝材添加再生料**



「網購包裝i循環」試辦活動執行現況 (1/10)

指引長期目標 (應達成期限：111年底)

- 達成循環袋 (箱) 使用比例佔出貨率的10%。
- 一次性包裝袋 (箱)、緩衝材回收：提供誘因鼓勵消費者於下次購買時退回予收件人員或回收點。

應達成業者

B2C業者

循環袋(箱)試辦活動

- 為減少網購平臺使用一次性包裝、符合減量指引包裝材循環使用之長期目標，環保署與網購業者，包含 **PChome24小時購物、momo購物網、台塑購物網及直接跟農夫買**，合力推動循環袋(箱)試辦計畫，以 **郵筒、合作業者回收箱及下次送貨時取回**等方式，推動包裝循環使用。



「網購包裝i循環」試辦活動執行現況 (2/10)

循環模式架構

- 租用或設計循環箱(袋)
- 調整平臺系統
- 紀錄出貨箱(袋)編號
- 吸引消費者使用



以循環箱(袋)出貨

退貨

消費者

- 購物
- 取得循環箱(袋)並歸還

提供循環箱袋

網購平台業者取回

循環箱袋
消費者歸還

- 製作、設計循環箱(袋)
- 清洗消毒
- 紀錄回收箱(袋)編號

循環箱(袋)
第三方供應者

第三方供應者取回

回收點

- 收集循環箱(袋)



「網購包裝i循環」試辦活動執行現況 (3/10)

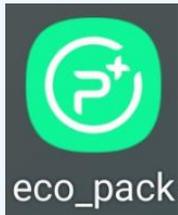
參與平臺運作方式

◆ 4家網購平台參與，活動期間109年10至12月。

網購平台	循環袋 (箱) 出貨	回收方式	回收點
	網購平台考量商品大小，排除易碎品，視適用之商品以循環袋包裝出貨	將循環袋摺疊，投入i郵箱或一般綠色郵筒	
			

「網購包裝i循環」試辦活動執行現況 (4/10)

參與平臺運作方式

網購平台	循環袋 (箱) 出貨	回收方式	回收點位置
	網頁活動專區內的商品，由 消費者自行選擇是否使用循環袋包裝	配客嘉所設之回收箱	手機APP查詢 
	定期定額訂購的客戶，或消費者於下單時， 自行勾選「使用循環箱且可親自收件」	以 臺北市、新北市及桃園市 為主，定期定額訂購者將於 下次送貨時取回 ，可親自收件者則 當場取回	

「網購包裝i循環」試辦活動執行現況 (5/10)

活動起跑記者會

- 為使聚焦網購循環袋(箱)試辦計畫，於109年9月30日臺北北門郵局一樓展覽大廳辦理「**網購包裝i循環**」起跑記者會，邀請全民加入綠色網購行列、企業一同響應支持，預告10月份起網購循環袋(箱)試辦計畫上路！



「網購包裝i循環」試辦活動執行現況 (6/10)

活動媒體曝光情形

- 包含公視、yahoo新聞、自由時報、蘋果、經濟日報等至少19家電子媒體新聞露出，詳細報導活動內容，共同倡導包裝循環使用。



因為疫情影響網購大爆發，但網購商機也造成環境問題，去年全台灣使用了3萬公噸的網購包裝，衍生包裝消費狀況，因此環保署和4家網購平台合作，推出網購循環袋，讓網購包裝可以循環再利用。

使用「郵箱」或一般郵筒，把網購循環袋放進去，就完成回收。

網購平台營運中心代理總經理鄭超倫表示，「採購我們的低溫生鮮商品之後，我們就會把它裝入這個循環袋，雙面訊息上面的通知或者是App上面的提醒，然後去提醒消費者，把這個袋子做一個有效的一個回收。」

網購平台董事長藍俊成表示，「因為我們現在是(消費者)自願參加的部分，那還是(參加)以後，我們會透過這種方式來宅配，透過App查詢到說，我可以到哪裡去回收，(完成回收)那我們就會給這個消費者一些購物金的鼓勵。」



民眾消費習慣改變，網路購物成為新選擇，但是網購的過度包裝造成環境困擾，環保署與電商平臺合作，舉辦「網購包裝循環活動」，選擇可重複使用的循環袋出貨，消費者未來拆運運送後即可參加抽獎，為環保盡心力。

環保署表示，網購購物商機從民國100年首創1100元的營業額，直到去年已經超過2千億元，環保署統計，光是去年網路購物衍生的包裝垃圾就高達3萬噸，形成環境負擔。

環保署從10年推動網購包裝減量，今年繼續推出網購包裝循環袋，讓消費者動動手就能參與，目前與PChome24小時購物、momo購物網、臺豐購物網、直銷最大賣場4家網購平臺共同推出網購包裝循環袋(箱)的環保網購，電商平臺在出貨時選擇適合使用循環袋的商品，或民眾可在購物時選擇使用循環袋，未來收到商品拆封後，就可將中郵郵局的綠色郵袋及配寄公司(Package+)的透明回收循環袋(箱)，重複使用包裝袋，為環保盡心力。

環保署表示，與四大業者一起舉辦「網購包裝循環」活動，自10月起，民眾只要網購後拆運運送袋(箱)，就可參加環保署舉辦的抽獎，包括手機等多項大獎，相關訊息可上環保署「一次用品減量減量減量」網購包裝循環活動網頁查詢。



行政院環境保護署將試辦網購循環袋計畫，30日舉辦「網購包裝循環活動說明會」，記者會，現場由環保署次長邱國棟主持說明會，中央社記者邱國棟主持說明會，10月30日。

(中央社記者張雅玲台北30日電) 環保署將試辦，去年透過網路購物的包裝總量3萬公噸，環保署明天起試辦網購循環袋計畫，為期2個月，試辦期間網購消費行為，民眾反應，並透過抽獎活動刺激更多民眾參與。

行政院環境保護署今天舉辦「網購包裝循環活動說明會」，記者會，與PChome24小時購物、momo購物網、臺豐購物網、直銷最大賣場4家業者合作，搭配中郵郵局及配寄公司回收循環袋，讓消費者，明天開始試辦計畫，為期2個月。

環保署副署長沈志修表示，網路購物熱，造成消費者，網購包裝總量統計，100年網路購物總額約1100億元，去年已經到2078億元，生活中發現產品包裝造成最大環境負擔，去年透過網路購物的包裝總量3萬公噸。

環保署副署長沈志修表示，以PChome為例，民眾選擇網購業者提供的特定商品就會用循環袋，選擇箱包裝送，希望消費者能將到網購回收，循環袋也具有保冷效果，適用於生鮮產品。

鄭超倫說，如果民眾不拆運，因為袋子設計本身就可以重複使用，也是一種環保行為，每次拆運後，循環袋的用途不同，民眾願意參與環保的試辦計畫，目前透過抽獎方式，希望民眾參與，選擇環保袋，選擇環保袋會增加抽獎機會，但消費者行為是長期改善，會有什麼效果，都還要透過後續觀察。

PChome24小時購物及momo購物網將提供適合用循環袋出貨的訂單，消費者在取貨後，將循環袋投入中郵郵局郵箱下方的綠色郵袋，或全台各地郵局郵箱即可回收，總數共9200處。



您知道您每網購一次商品，這些層層包裝製造多少垃圾嗎？根據經濟部統計，光是去年台灣網購營收超過2千億元，一年使用約3萬公噸的網購包裝，尤其是，今年受到疫情影響，民眾網購量也大增，環保署與網購平台、物流業者合作，10月1日起推出可重複使用的「網購包裝循環袋」，民眾訂購商品，可以選擇使用像保冷袋這樣的循環袋，收到商品後歸還到設置在郵局或捷運站的回收據點。

網購很方便只要手機滑一滑，就能收到商品，但這些大大小小箱裡的防護氣泡袋、保麗龍，還有包裝商品的塑膠，加起來就有6噸！最後通通都被丟到垃圾桶裡，2019年台灣網購營收超過2千億元，一年使用約3萬公噸包裝，購物網站代理運轉長鄭超倫說：「網購訂購商品常常會用到保麗龍，那也會有保冷劑，那這些都是比較屬於是高污染的一些包裝。」

為了減少一次性包裝垃圾，像是這家網購平台，生鮮商品改用可重複使用的保冷袋配送，民眾收到商品後，把保冷袋歸還到，設置在郵局或捷運站的回收據點，環保署副署長沈志修說：「對包裝的減量有非常大的幫助，消費者也覺得對地球有盡一份心力。」

環保署與4大網購平台合作，推出網購包裝循環袋，10月1日起試辦兩個月，不過畢竟業者的要花的成本，比一次性的包裝袋多出4到6倍，消費者也自願性參與，成效如何還待評估。



「網購包裝i循環」試辦活動執行現況 (7/10)

活動民眾討論情形

- 平臺、環保署、立委臉書活動討論留言串中，民眾討論如momo購物網自行出貨者，**應選用何種商品才能使用循環袋**，並對循環包材的方式給予正面支持，鼓勵更多平臺業者一同加入，以及**提出將歸還方式直接印在包裝上等建議**

FB-momo網購好物交流

- 討論循環袋出貨方式

FB-環保署粉絲專頁

- 支持循環包材推動，鼓勵更多平臺加入

FB-王宛諭立委專頁

- 提出將歸還方式直接印在包裝上等建議

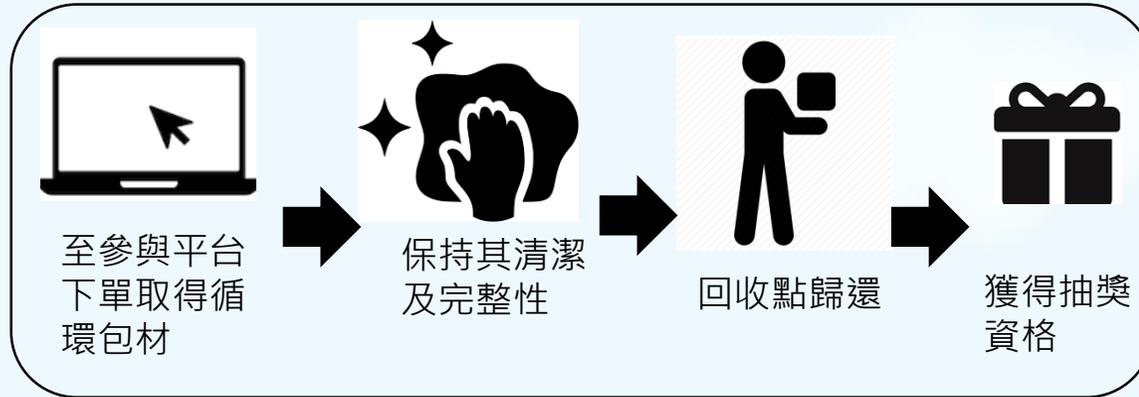


「網購包裝i循環」試辦活動執行現況 (8/10)

抽獎活動

活動期間：109年10月1日至109年11月30日

消費者參與方式：



- (一) 以循環袋(箱)出貨並於期限內歸還 (鼓勵消費者使用並回收)
- (二) 最晚於12月4日前投入郵筒或回收箱
- (三) 消費者無須登錄資料
- (四) 商品退貨不計入抽獎資格



抽獎日期：109年12月15日

抽獎地點：行政院環境保護署404會議室。

活動獎項	
獎項	數量
第一獎 iPhone 12 Pro 128G	1
第二獎 iPhone 12 128G	3
第三獎 Playstation 5(數位板)	3
第四獎 AirPods Pro	3

行政院環境保護署

i循環抽大獎

活動109年10月起, 12月15日抽獎

活動期間於參與試辦計畫之網購平台購物, 取得循環袋(箱)並歸還, 免登錄即可抽大獎!

iPhone 12 Pro (1名)
iPhone 12 (3名)
AirPods Pro (3名)
PS5 (3名)

備註: 1. 未上市商品實際照片以官網為主; 圖片僅供參考, 實際產品外觀顏色請以出貨為準。
2. 詳細活動辦法請參閱環保署網頁為準。活動禮品外觀顏色請以出貨為準。恕不換領。

廣告

參與網購平台: 24h, MO, 綠生活, 配合回收單位: 中華郵政, 配寄區

「網購包裝i循環」試辦活動執行現況 (9/10)

推動情形

- 統計10月份循環袋 (箱) 出貨件數為2,930件。
- 「網購包裝i循環」試辦活動期間原定為109年10、11月，為擴大推動效益，活動規劃延長至109年12月31日。

循環袋(箱)建議精進方式

- 提供消費者選擇使用循環包材的勾選欄位，利於向支持環保的消費者宣傳
- 印刷回收方式、回郵資訊於袋箱上，以利於消費者瞭解回收方式及郵局系統回收
- 循環袋(箱)設計宜利於折疊減積、如帶有緩衝效果可適用於更多種類商品
- 考量循環袋(箱)表面材質、於袋箱上說明及與物流業者溝通，降低運送過程被註記造成污損機率
- 循環袋(箱)之造型儘量簡單，降低消費者留用機率

「網購包裝i循環」試辦活動執行現況 (10/10)

持續擴大推動使用循環袋 (箱)

- 環保署將再辦理抽獎提供誘因，吸引消費者至提供循環袋 (箱) 服務之平台消費 (為調查明 (110) 年網購平臺推動意願，請會後填寫隨會議紀錄發送之意願調查表並回傳) 。

提供消費者選擇以循環箱 (袋) 出貨及設置專區

- 鼓勵平臺提供循環包材勾選欄位，藉消費者自行選用，使積極參與的民眾加入，藉以提升循環袋(箱)的歸還比例。



長期固定客源推動循環箱

- 以大數據篩選，針對經常訂購之消費者 (如工作室、中小型企业客戶)，作為循環袋(箱)的推動目標，循環包材的流向易掌握，更能建立良好的回收效益。



標章露出情況 (1/4)

B2C網購平台標章露出位置

平台	位置	露出情形(網頁畫面截圖)
1. PChome24h 線上購物	第1層 (首頁)	
2. 蝦皮24h購物 中心	第1層 (首頁)	
3. MOMO購物 網	第1層 (首頁)	

平台	位置	露出情形(網頁畫面截圖)
4. Yahoo奇摩 購物中心	第2層	
5. 博客來	第1層 (首頁)	

標章露出情況 (2/4)

平台	位置	露出情形(網頁畫面截圖)	平台	位置	露出情形(網頁畫面截圖)
6.神腦生活	第1層 (首頁)		9.東森購物網	第2層	
7.台塑購物網	第1層 (首頁)		10.直接跟農夫買	第1層 (首頁)	
8.IKEA	第3層		11.Queen Shop	第1層 (首頁)	

標章露出情況 (3/4)

B2B2C網購平台標章露出位置

平台	位置	露出情形(網頁畫面截圖)
1. PChome商店街/個人賣場	第1層 (首頁)	 <p>The screenshot shows the PChome homepage navigation bar with links for '徵才', '購物金', 'Facebook', and 'Instagram'. Below the navigation bar, there are several promotional banners. A red box highlights the '包裝減量' (Packaging Reduction) icon, which features a green leaf and a computer mouse cursor pointing at a box.</p>
2. Yahoo超級商城/ Yahoo拍賣	第2層 (商店之首頁)	 <p>The screenshot shows two pages from Yahoo Super Mall and Auction. On the left, a banner for 'Mina百貨響應參與環保署網購減量計畫' (Mina Department Store Responds to the Environmental Protection Administration's Online Shopping Packaging Reduction Plan) is displayed. The banner lists four guidelines for packaging materials and includes the '包裝減量' (Packaging Reduction) icon highlighted with a red box. On the right, a 'Yahoo! 奇摩拍賣公告' (Yahoo! Auction Announcement) is shown, which also features the '包裝減量' (Packaging Reduction) icon highlighted with a red box.</p>

標章露出情況 (4/4)

B2B2C網購平台標章露出位置

平台	位置	露出情形(網頁畫面截圖)
3.生活市集		查無露出位置
4.台糖得易購	第1層 (首頁)	

平台	位置	露出情形(網頁畫面截圖)
5.露天拍賣	第1層 (首頁)	

※ 查詢日期：109年12月1日

➤ 為使宣傳應有所效益，建請各平台檢視標章是否置於首頁，讓消費者快速查詢到，以便消費者辨別。



討論事項



討論事項

- 109年進行網購包裝減量之作法分享、遭遇問題及需協助事項。
- 110年網購包裝減量及持續推動循環袋（箱）討論。



簡報結束

