

快递包装绿色转型之

快递企业包装减量及绿色循环 行动评价

2021



发布单位



摆脱塑缚
Plastic Free China

资助单位



WWF

作者：将铭、白语

数据支持：陈沁园、李敏康、刘小木子、蒙潇阳

排版：黄海澜

鸣谢以下人员给予本报告的帮助：

段华波 | 深圳大学

康 鹏 | 中南林业科技大学

宋广翰 | 浙江省长三角循环经济技术研究院

郭翰缘 | 律师

沈楠忻 | 律师

以及其他给予专业建议的专家学者、参与快递包装测评及网点调研的志愿者

发布单位



摆脱塑缚
Plastic Free China

摆脱塑缚是国内首个专注于推动解决塑料污染的机构，
以企业倡导、公众宣传与政策建议为主，以消除生活与环境中的塑料污染为目标。

网址：www.plasticfreechn.org.cn

邮箱：actionnow@btsf.org.cn

电话：020-84131316

微信公众号：[baituosufu0705](https://www.weixin.com/baituosufu0705)

目 录 — C O N T E N T S

▷ 执行摘要	P01
01 - 引言	P01
快递包装治理是快递行业释放减碳效能的重要抓手	P01
以循环经济理念探索快递包装绿色低碳转型	P02
市场监管对企业披露 ESG 信息提出更高要求	P02
02 - 主要发现	P03
03 - 建议	P04
▷ 企业行动表现评价总览	P05
▷ 如何推进快递包装绿色转型	P06
01 - 包装减量：治理过度包装，开展包装瘦身	P06
必要性	P06
企业行动表现	P09
02 - 循环使用：加强流通共享，提高循环比例	P11
必要性	P11
企业行动表现	P13
03 - 落实供应商、客户和网点管理	P15
必要性	P15
企业行动表现	P18
04 - 公开绿色转型目标和成效	P21
必要性	P21
企业行动表现	P22
▷ 方法论	P26
01 - 评价体系构建	P26
02 - 评价对象选择	P26
03 - 评价依据采集	P26
▷ 附录	P29
快递企业得分卡	P29
快递包装减量	P29
可循环快递包装应用	P39
快递包装测评及网点调研	P39
术语与定义	P50
参考文献	P51

执行摘要

01 引言

快递包装治理是快递行业释放减碳效能的重要抓手

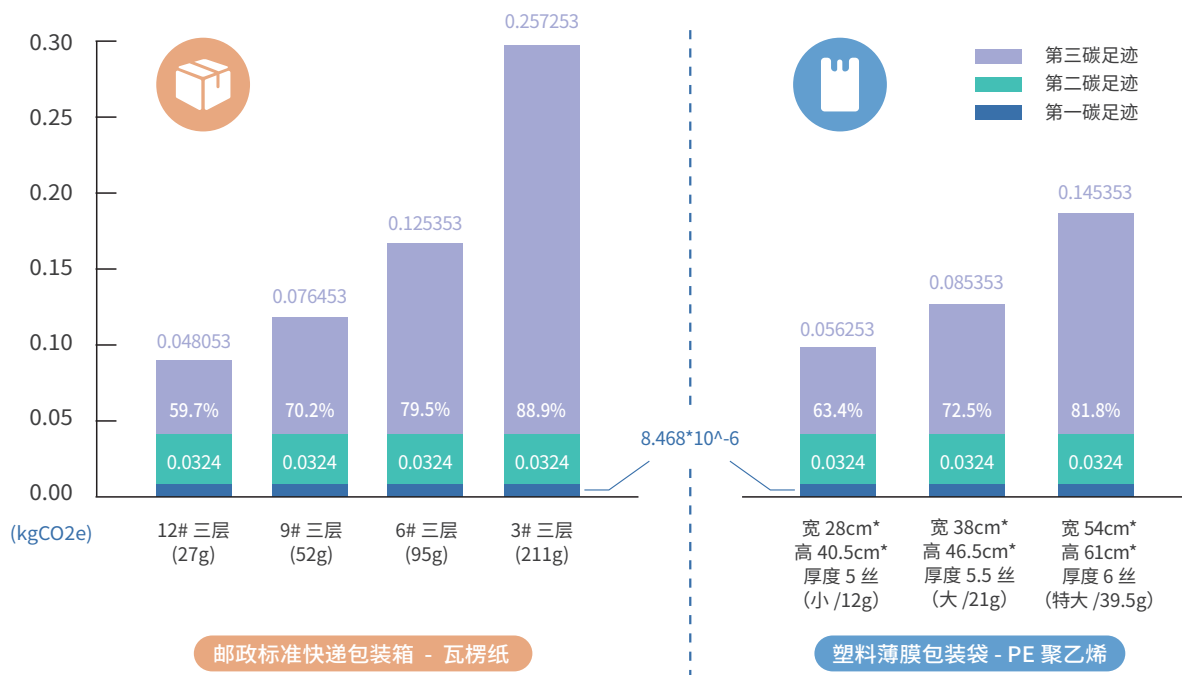
我国于 2020 年提出了力争 2030 年前碳达峰、2060 年前碳中和的“双碳”目标。实现“双碳”目标是一场广泛而深刻的经济社会系统性变革，需要处理好发展和减排的关系。为了在推动低碳转型过程中实现低碳与可持续发展，各行业都在开展行动。

数据显示，2021 年全国快递服务企业业务量保持高速增长态势，累计完成 1083 亿件，同比增长 29.9%[1]。快递行业高速发展所带来的环境问题备受社会关注，行业需要提升绿色发展水平，助力“双碳”目标达成。

在快递包裹的全生命周期过程，碳排放源主要包括运输环节消耗的燃油，分拣环节消耗的电能，以及包装环节消耗的快递包装及耗材。特定研究场景下的测算数据显示，在快递生命周期碳足迹中，快递包装及耗材对快件碳排放总量的影响最大，电能次之，燃油最小 [2]。因此，快递包装治理是快递行业释放减碳效能的重要抓手。

图 不同快递包裹的碳足迹 [2]

单位：kgCO₂e



注：上述图示中，快件重量为 1kg

第一碳足迹场景为干线运输 400km 和支线运输 50km

第二碳足迹包括中心分拣耗电和城市内运营耗电

第三碳足迹包括分拣包装（中转袋）、快递面单和快递包装（纸箱、封套、塑料袋、填充物等）

以循环经济理念探索快递包装绿色低碳转型

循环经济是在生产、流通和消费等过程中进行的减量化、再利用、资源化活动的总称¹。循环经济以低消耗、低排放、高效率为基本特征，契合可持续发展理念，对实现“双碳”目标有不可替代的作用，是我国经济社会发展的一项重大战略。

以循环经济理念为指导，本报告关注减量化和循环 / 重复使用模式在快递包装绿色转型中的表现。

市场监管对企业披露 ESG 信息提出更高要求

环境、社会和治理即 ESG（Environmental, Social and Governance）是三个基于价值的评估因素，关注财务信息以外的企业绩效表现，体现了企业经营活动和投资活动对环境和社会的影响，以及企业治理是否完善等，可以用来评估企业的管理能力和可持续发展水平 [3]。

本报告评估的快递企业，上市地点包括香港、上海、深圳以及纽约证券交易所。无论是根据港交所的强制规定，还是根据中国内地和美国资本市场的发展趋势，市场监管对 ESG 信息披露²都提出了更高要求。

表 1 各交易所关于 ESG 信息披露的要求³

交易所	快递企业	披露力度	ESG 披露要求	补充说明
香港	京东物流 中通快递	不披露 就解释	2020 年 7 月 1 日实施的新版《环境、社会及管治报告指引》新增“强制披露”要求，并将社会范畴关键绩效指标的信息披露责任由“建议披露”提升至“不遵守就解释”。	2021 年 12 月 10 日，港交所刊发了有关修订《企业管治守则》的咨询总结，公布了经过修订后的管治新规，要求 ESG 报告须与年报同步刊发。
深圳	顺丰速运 申通快递 韵达速递 苏宁易购物流 德邦快递	自愿披露	-	2020 年 9 月 4 日发布《深圳证券交易所上市公司信息披露工作考核办法（2020 年修订）》，首次提及 ESG 披露并将其加入考核。
上海	圆通速递	自愿披露	-	2020 年 9 月 25 日发布《上海证券交易所科创板上市公司自律监管规则适用指引第 2 号——自愿信息披露》，明确指出“科创公司可以在根据法律规则的规定，披露环境保护、社会责任履行情况和公司治理一般信息的基础上，根据所在行业、业务特点、治理结构，进一步披露环境、社会责任和公司治理方面的个性化信息。”
纽约	百世快递	自愿披露	-	2021 年 4 月《ESG 信息披露简化法案》在美国众议院金融服务委员会获得通过，该法案要求上市公司在向美国证券交易委员会提交的年度文件中披露有关环境、社会 and 治理的相关事项。

在摆脱束缚 2020 年所发布《快递企业包装绿色化行动报告》的基础上，本报告从公众视角进一步审视快递企业推进快递包装绿色转型的行动表现。报告的评价依据主要来自企业通过公开渠道披露的信息，包括企业官方信息如官方网站、年度报告、可持续发展报告、环境社会管制报告等，以及企业在第三方平台自愿披露的信息。

1. 《中华人民共和国循环经济促进法（2018 修正）》第一章 第二条。
2. 目前国际上尚未形成关于 ESG 的统一定义，主要的 ESG 信息披露规范涉及三方面：交易所制定的 ESG 信息披露和报告的原则及指引，非政府组织制定的信息披露标准，评级机构制定的 ESG 评级体系。
3. 摆脱束缚根据公开资料整理

02 主要发现

快递企业包装减量工作成效整体优于可循环快递包装应用，企业间差距明显

基于本报告所设计评价指标体系，报告评估的十家快递企业在快递包装减量方面的平均得分为 58.0 分，在可循环快递包装应用方面的平均得分为 30.0 分，减量工作成效更优。

快递企业表现差距明显，京东物流、顺丰速运、邮政速递在快递包装减量、可循环快递包装应用中的总体得分排名前三，百世快递和极兔速递则排名末位。

快递包装减量行动往材料和技术革新方向发展

继电子运单后，45 毫米以下瘦身胶带已在快递包装中实现大范围应用，为进一步推进快递包装源头减量，快递企业的行动领域转向材料和技术革新，在研发环保包装材料、开发新型包装容器、建立智能打包系统等方面寻求创新。

相较于循环中转袋的大规模应用，循环箱仍未形成发展突破

与千亿快递订单相比，末端循环箱不管是在投放数量还是在循环使用次数上都处于极低水平。六成快递企业已参与循环箱试点投放，但据项目组估算，目前循环箱使用占快递业务量的比例仍然不达千分之一，这与循环中转袋使用率超过 90% 形成鲜明对比。此外，现阶段循环箱局限在各快递企业物流体系内独立流通，未能在跨平台间实现共享共用，资源利用效率不高。

快递企业在包材供应商管理方面行动较多，客户沟通引导有待提高

原材料和生产阶段对快递包装碳排放影响最大，企业信息披露结果显示，快递企业在供应商管理上采取行动较多，一半快递企业通过制定供应商管理制度、明确快递包装采购要求，以期对包装生产源头施加影响。关于客户沟通引导的表现则相对逊色，仍有七成快递企业未公开包装材料规格相关信息以保证客户的知情权，一半快递企业未通过合同条款、积分奖励等方式引导客户使用简约绿色化包装。

快递包装绿色转型目标及成效信息公开严重不足

报告评估的十家快递企业中，只有顺丰速运、京东物流和中通快递披露了快递减量减碳目标相关信息，顺丰速运在碳目标承诺上最全面，其提出 2021 年、2025 年绿色包装计划较 2020 年分别减少温室气体排放 6 万吨、40 万吨，2030 年碳效率较 2021 年提升 55%、快件包裹碳足迹降低 70%。但在循环箱的使用和减碳目标信息上，调研的十家快递企业均未披露。

值得注意的是，在塑料污染治理方面，针对新“限塑令”中关于到 2025 年邮政快递网点禁止使用不可降解塑料胶带等塑料包材的要求，目前还未有企业披露行动目标。

成效方面，一半企业披露总体碳排放数据或减少碳排放数据。此外，京东物流和顺丰速运还披露了塑料类和纸质类材料的用量，以及减少塑料、纸质原材料使用的情况。在循环箱应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效信息上，只有苏宁易购物流披露其共享快递盒投放使用累计节约了 6000 多吨碳排放。

03 建议

快递企业可从以下三个方面采取行动，加快推进快递包装绿色转型：

1

设置快递包装绿色转型目标并提出具体行动路径，积极披露快递包装减量及循环使用数据，提高信息透明度，以供利益相关方、社会评估与监督企业推进快递包装绿色转型的计划、进展与成效。



2

就快递包装加强客户沟通，公开包装材料规格相关信息以保证客户的知情权，并通过合同条款、积分奖励等方式引导客户使用简约绿色化包装、可循环快递包装。

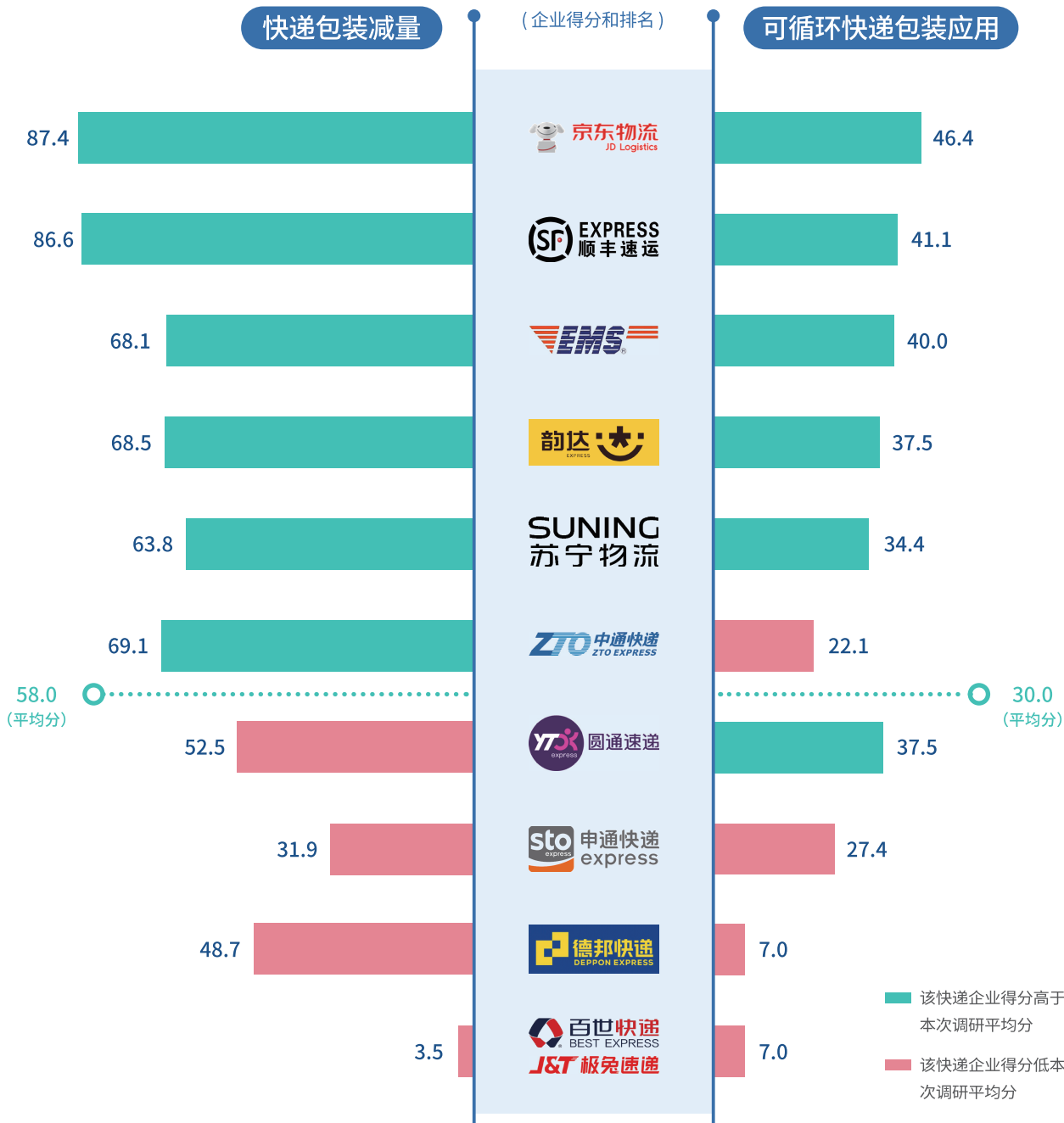


3

与上下游企业、电商平台、其他快递企业开展沟通合作，提高可循环快递包装标准化水平，培育跨平台共享共用机制，探索循环箱规模化应用适用场景和模式，提高循环使用比例。



企业行动表现评价总览



如何推进快递包装绿色转型

01 包装减量：治理过度包装，开展包装瘦身

必要性

1. 减量化是循环经济的首要原则

减量化，指在生产、流通和消费等过程中减少资源消耗和废物产生⁴，是从输入端进行预防和控制，实现资源的节约使用和高效利用。循环经济促进法指出，发展循环经济应按照减量化优先的原则实施⁵。

2. 治理过度包装是快递包装减量的重要一环，政府主管部门积极出台政策文件推进治理工作

在快递包装领域，应用减量化原则的一个重要举措是治理过度包装。本报告所称不过度包装，是指对快件采用适宜尺寸的包装，在包装空隙率、包装层数等方面不超过必要程度。

电商快件二次包装是过度包装的典型表现。据统计，国内快件 80% 来自电商 [4]。电商件快递包装的实际操作涉及电商商家和快递企业两大主体，有必要减少电商快件在寄递环节的二次包装行为，当寄递物品已满足物流环境要求可直接发运时不再使用快递包装。

治理过度包装的重要性在政策指引中得到了体现。2020 年市场监管总局等八部门联合印发《关于加强快递绿色包装标准化工作的指导意见》提出“研制快递业限制过度包装标准”，2021 年国家邮政局正式出台《邮件快件限制过度包装要求》行业标准，首次对不同类别的寄递物品提出了最大包装层数建议。此外，多个部门在与塑料污染治理、循环经济有关的规划文件中都明确了对过度包装进行治理，并提出“到 2025 年电商快件实现不再二次包装”。

4. 《中华人民共和国循环经济促进法（2018 修正）》第一章 第二条。

5. 《中华人民共和国循环经济促进法（2018 修正）》第一章 第四条 发展循环经济应当在技术可行、经济合理和有利于节约资源、保护环境的前提下，按照减量化优先的原则实施。

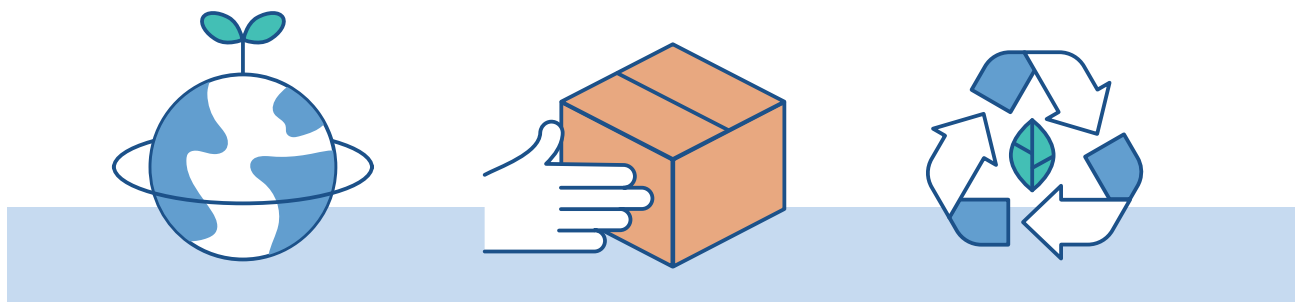


表 2 快递包装减量相关政策指引



文件	发文机关	时间	说明	具体内容摘要
《关于加强快递绿色包装标准化工作的指导意见》	市场监管总局、发展改革委、科技部、工业和信息化部、生态环境部、住房和城乡建设部、商务部、邮政局	2020 年	建立完善包装基本规范。避免过度包装、减少二次包装、杜绝随意包装。	<ul style="list-style-type: none"> • 研制快递业限制过度包装标准，对包装结构、材质、耗材等进行引导和约束，避免过度包装。 • 推广自动化分拣、传输、装卸等设备，提高快递作业自动化程度，降低包装破损风险，减少二次包装。 • 研制快递包装基本规范，制定生鲜、农特产品等快递业务包装操作规范，杜绝随意包装，提高包装安全性、规范性。
《关于加快推进快递包装绿色转型的意见》	国家发展改革委、国家邮政局、工业和信息化部、司法部、生态环境部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局	2020 年	推广新型包装技术和材料，推进包装源头减量。	<ul style="list-style-type: none"> • 推进快递包装材料源头减量。 • 推广使用低克重高强度快递包装纸箱、免胶纸箱。 • 鼓励通过包装结构优化减少填充物使用。
《邮件快件包装管理办法》	交通运输部	2021 年	明确快递包装选用规定，防止过度包装。	<ul style="list-style-type: none"> • 寄递企业应当按照环保、节约的原则，根据邮件快件内件物品的性质、尺寸、重量，合理进行包装操作，防止过度包装，不得过多缠绕胶带，尽量减少包装层数、空隙率和填充物。
			对明显过度包装的邮件快递，予以惩罚。	<ul style="list-style-type: none"> • 对邮件快件的包装操作明显超出邮件快件内件物品包装需求的，由邮政管理部门责令改正，可以处 1000 元以上 5000 元以下的罚款。

3. 开展包装瘦身有利于节约资源消耗、减少快递碳排

除了治理过度包装，实现快递包装减量还需开展包装瘦身。本报告所称包装瘦身，是在不过度包装并确保包装基本性能指标得到满足的前提下，减少包装材料用量。

快递包装用品主要分为封装用品、填充物和封装胶带，其中封装用品又可分为封套、包装箱和包装袋。表 3 列示了主要快递包装用品生命周期的环境影响和能源消耗估算结果 [5]。

表 3 主要快递包装用品的环境影响和能源消耗

	<div> 纸 包 装</div>	<div> 塑 料 包 装</div>	
	瓦楞纸箱 (160g)	纸箱用胶带 (4g)	
酸化 (g-SO2-eq)	4.83	0.00254	<div><div></div><div></div></div>
富营养化 (g-PO4-eq)	0.463	2.736*10-5	<div><div></div><div></div></div>
全球变暖 (kg-CO2-eq)	0.745	0.009	<div><div></div><div></div></div>
能耗 (MJ)	10.696	0.00356	<div><div></div><div></div></div>
	塑料袋 (10g)	塑料袋用胶带 (3g)	
酸化 (g-SO2-eq)	0.565	0.001905	<div><div></div><div></div></div>
富营养化 (g-PO4-eq)	0.0675	2.052*10-5	<div><div></div><div></div></div>
全球变暖 (kg-CO2-eq)	0.0822	0.00675	<div><div></div><div></div></div>
能耗 (MJ)	1.417	0.00267	<div><div></div><div></div></div>

以 2020 年快递包裹 830 亿件为例，快递包裹中 50% 是纸箱、40% 是塑料袋、10% 是文件封 [6]⁶。若平均减少用纸 20%（中国邮政已研发出能平均减少用纸 20% 以上的“轻装箱” [7]），将大幅减少能源消耗及碳排放。

填充物的减量同样能带来良好的环境效益和经济效益。比如将气泡膜换成充气的气柱袋，由于减少塑料用料使用，压缩占用空间和重量，可以降低仓储成本和运输成本，同时气柱袋良好的回弹性、温湿度稳定性、防震性又能避免快递产品在运输过程中损坏，减少不必要的经济损失；此外，废弃缓冲气柱袋薄膜还可以回收利用。[8]

6. 此处引用的比例数据理解为，按快递单量估算，不同快递包裹外包装类型的占比。根据摆脱塑缚 2019 年所发布《中国快递包装废弃物产生特征与管理现状研究报告》，按重量估算，2018 年纸质类材料占比 90.95%，塑料类占比 9.05%。

企业行动表现

在调研的十家快递企业中，4 家企业公开表示已完成国家邮政局 2020 年所制定“9792”目标中的“电商快件不再二次包装比例达 70%”，其中顺丰速运和苏宁易购物流表现最为优异，接近 100%。在没有对外公布电商快件不二次包装比例数据的快递企业中，京东物流以入仓优惠政策激励上游品牌商企业推行直发包装、减少二次包装。此外项目组从相关负责人处获悉，2021 年 9 月京东电商快件不二次包装已超过 90%，韵达速递、申通快递则已超过 85%。

国家邮政局数据显示，截至 2020 年 12 月，全国瘦身胶带封装比例达到 95%^[9]。就企业公开信息来看，近一半快递企业超过了全国平均水平，其中顺丰速运、申通快递和苏宁易购物流实现瘦身胶带近百分百覆盖。市场占有率排名第一的中通快递表现较为逊色，瘦身胶带封装率只达到了 90%，但其表示 2020 年新采购瘦身胶带已达 100%。

在填充物减量方面，6 家企业在企业报告或官网媒体信息上表示，有提供充气型缓冲物或已减少快递填充物使用。例如，顺丰速运“丰景计划”中涉及填充物的优化升级，也在其官网公开充气袋等缓冲物的详细尺寸及收费标准信息。韵达速递则内部发布填充物管控文件，其中对充气型缓冲物提出适用要求。

为进一步推进快递包装源头减量，快递企业在材料和技术革新上采取了行动。项目组调研发现，除申通快递、百世快递和极兔速递外，其他企业均有相关信息披露，采取的行动主要有三类：研发环保包装材料、开发新型包装容器、建立智能打包系统。例如，顺丰速运与供应商联合开发绿色可降解胶带、纸浆模塑缓冲材等环保材料；京东物流通过智能打包系统解决方案，根据商品的规格尺寸“量体裁衣”，减少纸箱、缓冲物等包装耗材的使用。



表 4 快递包装减量行动企业表现

企业	电商快件不二次包装	胶带瘦身	填充物减量化	新材料及新技术使用
京东物流	通过入仓优惠政策激励上游品牌商企业推行直发包装，减少二次包装。京东电商快件不再二次包装超过 90%（2021 年 9 月份汇报数据） 13.0 (100%) ⁷	胶带宽度由 53 毫米缩窄至 45 毫米。 9.0 (100%)	提供气柱袋等充气型缓冲物。 16.0 (100%)	采取使用低克重高性能纸箱、选型优化等措施，通过软硬件一体的智能打包系统解决方案，实现包装材料的降本增效。 16.0 (100%)
顺丰速运	截至 2021 年上半年，电商快件不再二次包装率达到 99.37%。 13.0 (100%)	截至 2021 年上半年，瘦身胶带封装比例达到 99.88%。 9.0 (100%)	对填充物等进行优化升级；提供充气袋等充气型缓冲物。 16.0 (100%)	首创“无墨印刷”纸箱，与供应商联合开发新型绿色可降解胶带、降解胶袋、二次使用文件封、纸浆模塑缓冲材等环保包装材料。 16.0 (100%)
韵达速递	截至 2021 年 12 月 31 日，86% 的电商件不再二次包装。 13.0 (100%)	2021 年，韵达只采购了瘦身胶带（45mm 及以下）和可降解胶。 13.0 (100%)	发布管控文件，要求网点标准化填充物，杜绝过度使用，其中包含充气型、悬空紧固类填充物的适用要求。 9.0 (100%)	针对防水袋，采用了可降解材料替代了原 PE 材质。优化防水袋和信封的设计，降低了印刷面积，在原基础上简化降低油墨使用。 16.0 (100%)
苏宁易购物流	截至 2021 年 12 月，电商快件不再二次包装率达到 99%。 13.0 (100%)	截至 2020 年底，胶带减宽等绿色减量化包装实现 100% 覆盖。 9.0 (100%)	截至 2020 年底，减量填充物等绿色减量化包装实现 100% 覆盖。 16.0 (100%)	对包装尺寸和型号设计进行优化；优化包装推荐算法；采购使用低重高强包装箱。 16.0 (100%)
中通快递	截至 2020 年底，电商快件不再二次包装率超过 70%。 13.0 (100%)	截至 2020 年底，瘦身胶带封装比例近 90%，2020 年新采购达 100%。 9.0 (100%)	推广使用报纸、塑料薄膜充气袋、气泡袋等可回收包装填充材料。 16.0 (100%)	2020 年 10 月上架可降解防水袋。 16.0 (100%)
德邦快递	未公布相关信息	将透明胶带的宽度从 50mm 缩窄到 45mm，快递胶袋的厚度从 7μm 降到 5μm。 9.0 (100%)	提供气柱袋等充气型缓冲物。 16.0 (100%)	在工艺品等小件市场推出适配包装，减少过度包装；在传统大件市场使用纸质包装替代原有的木架、塑料包装方式。 16.0 (100%)
邮政速递	未公布相关信息	推广应用窄胶带，推广“一字”“十字”和“井字”科学打包法。 9.0 (100%)	提供充气柱等充气型缓冲物。 16.0 (100%)	新型信盒、新型邮件集装容器、可循环封套、新型包装填充物、包装回收装置、可降解包装材料等产品已经在邮政企业推广应用。 16.0 (100%)
圆通速递	2021 年上半年，电商快递不再二次包装比例超 80%。 13.0 (100%)	2021 年上半年，瘦身胶带封装比例超 95%。 9.0 (100%)	未公布相关信息	2021 年 12 月起在海南省投放全生物降解塑料包装袋。 16.0 (100%)
申通快递	电商快件不二次包装比例 88%（2021 年汇报数据） 13.0 (100%)	2020 年瘦身胶带使用率 100%。 9.0 (100%)	未公布相关信息	未公布相关信息
百世快递和极兔速递	未公布相关信息	未公布相关信息	未公布相关信息	未公布相关信息

7. 此处数字表示“单项指标得分（单项指标得分率）”

02 循环使用：加强流通共享，提高循环比例

必要性

1. 再利用是循环经济的重点原则

循环经济 3R 原则包括 Reduce 减量化、Reuse 再利用 / 再使用、Recycle 再循环。再利用原则属于过程性方法，旨在延长产品和服务的时间强度，即尽可能多次以及尽可能用多种方式使用人们所买的东西，通过再利用防止物品过早成为垃圾 [10]。2021 年国家发改委发布《“十四五”循环经济发展规划》，提出“以再利用、资源化为重点”，为推进循环经济发展指明了方向。

2. 可循环快递包装符合绿色快递的发展趋势，加强跨平台流通共享可以提高源利用效率、推进规模化应用

可循环快递包装是再利用原则在快递行业的典型体现。将一次性快递包装替换成可循环快递包装，并保证重复使用一定次数，有利于减少碳排、节约能耗，是快递包装绿色转型的发展趋势。

可循环快递包装的应用场景分为两种：快递企业分拣中心以及分拣中心到快递网点的集包（循环中转袋），企业至消费者端及消费者间的快件包装（循环箱）。循环中转袋应用场景相对简单，在降低企业耗材成本的同时，快递企业内部即可进行全流程管控，目前已经成为成熟的解决方案。但对于后者，面向终端消费者的循环箱需在社会流通，场景复杂、涉及回收逆向和再流通⁸，现阶段均在各快递企业物流体系内独立流通，这意味着运营成本的大幅增加，具有较大难度。加强跨平台流通共享，可以提高资源利用效率，降低运营成本，助力可循环快递包装应用规模化。

3. 政府部门陆续出台相关管理办法和指导意见，推进可循环快递包装发展

为推进可循环包装在快递行业的发展，近两年政府部门陆续出台了相关管理办法和指导意见：制定可循环快递包装产品标准、末端设施标准规范、循环共用平台建设标准；建立健全上下游衔接、平台间互认的运管体系，鼓励共建联营；加强可循环快递包装基础设施建设，丰富可循环快递包装回收方式和渠道；推广标准化物流周转箱应用；开展企业到消费者以及消费者间的可循环快递包装规模化应用试点示范。

8. 回收逆向指循环快递包装从终端用户到快递网点到循环包装调拨中心的过程，再流通指循环快递包装经过回收逆向后再次投放到快递 / 电商企业进入重复使用。

表 5 可循环快递包装相关政策指引

文件	发文机关	时间	说明	具体内容摘要
《关于加强快递绿色包装标准化工作的指导意见》	市场监管总局、发展改革委、科技部、工业和信息化部、生态环境部 住房城乡建设部、商务部、邮政局	2020 年	制定可循环快递包装产品标准、末端设施标准规范、循环共用平台建设标准	<ul style="list-style-type: none"> 鼓励应用创新，支持设计一批新型、简约和可重复可循环使用的快递包装产品，并同步制定相关产品标准。 制定逆向快递服务规范，制修订智能快件箱、快递末端综合服务站等末端设施标准规范，加入快递包装回收功能及要求，引导快递企业建立企业级回收体系。 制定统一开放的数据信息、质量等级、管理规范等标准，支撑社会化快递包装循环共用平台建设。
《关于加快推进快递包装绿色转型的意见》	国家发展改革委、国家邮政局、工业和信息化部、司法部生态环境部、住房城乡建设部、商务部、市场监管总局	2020 年	建立健全上下游衔接、平台间互认的运管体系，鼓励共建联营	<ul style="list-style-type: none"> 推行可循环快递包装统一编码和规格标准化，建立健全上下游衔接、平台间互认的运管体系，有效降低运营成本。 鼓励通过股权合作、第三方运营等方式，开展可循环快递包装投放和回收设施共建联营。
			加强可循环快递包装基础设施建设，丰富可循环快递包装回收方式和渠道	<ul style="list-style-type: none"> 鼓励电商和快递企业与商业机构、便利店、物业服务企业等合作设立可循环快递包装协议回收点，投放可循环快递包装的回收设施，丰富回收方式和渠道。 在社区、高校、商务中心等场所，规划建设一批快递共配终端和可循环快递包装回收设施；在城市更新和存量住房改造提升、城镇老旧小区改造时，支持快递共配终端和可循环快递包装回收设施建设。
《关于做好标准化物流周转箱推广应用有关工作的通知》	交通运输部办公厅 发展改革委办公厅、工业和信息化部办公厅、农业农村部办公厅、商务部办公厅、市场监管总局办公厅、邮政局办公室、中华全国供销合作总社办公厅	2021 年	健全标准体系、完善基础设施、扩大应用范围，加快构建标准化物流周转箱循环共用体系	<ul style="list-style-type: none"> 推动健全完善物流周转箱标准体系，加快制定循环共用管理规范等国家标准。 开展物流周转箱绿色产品认证，引导采购方选购使用获得绿色认证的物流周转箱产品。 推进物流周转箱循环共用试点示范。 推动供应链上下游企业联合合作。
《关于组织开展可循环快递包装规模化应用试点的通知》	国家发展改革委办公厅、商务部办公厅、国家邮政局办公室	2021 年	以企业到个人消费者以及个人消费者间的邮件快件规模化应用可循环包装为主	<ul style="list-style-type: none"> 提升可循环快递包装产品绿色设计和标准化水平。 培育可循环快递包装可持续使用机制。 发挥电商平台可循环包装推广应用作用。

企业行动表现

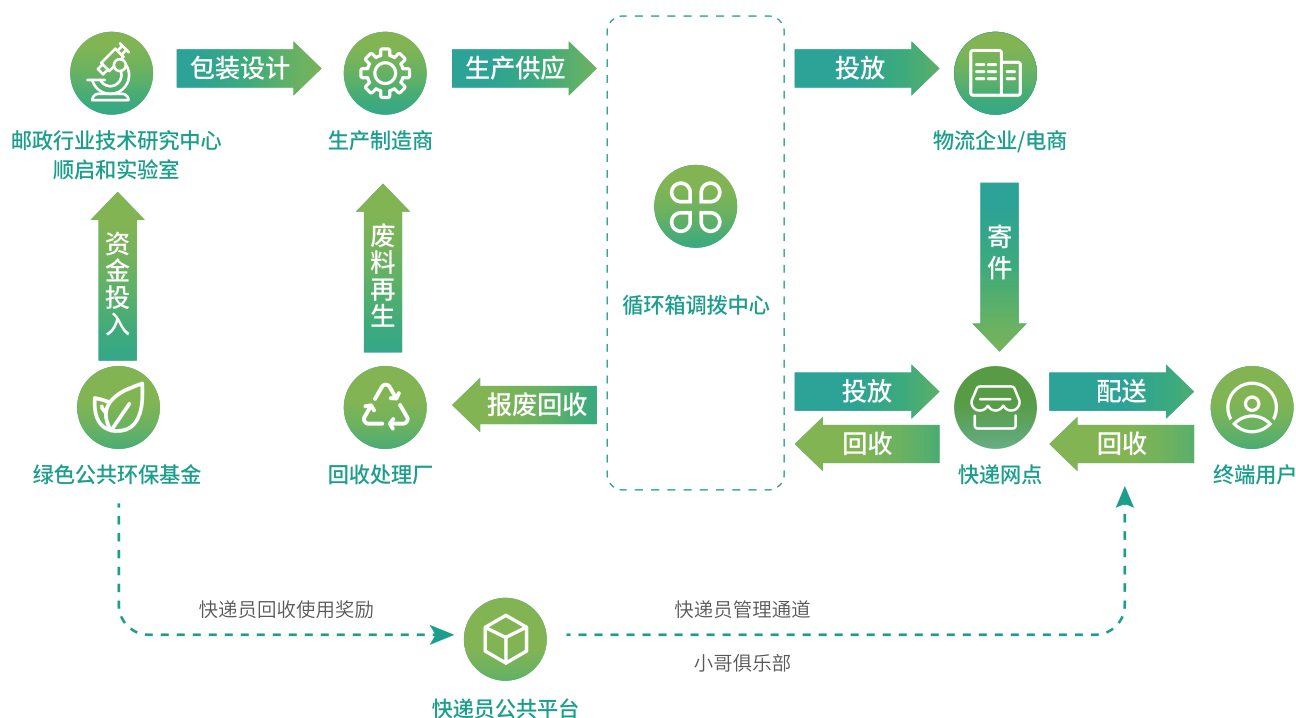
在快递包装领域，循环包装使用较成熟的是用于分拣中心到快递网点集包的循环中转袋，截至 2020 年 12 月，全国循环中转袋使用率达到了 91.5%^[9]。调研的十家快递企业，除顺丰速运、德邦快递、百世快递和极兔速递外，均通过企业公开信息披露了循环中转袋使用率，且达到 90% 以上。

适用于企业至消费者端的循环箱（袋）的应用方面，无一企业公开使用率。在已投放使用循环箱（袋）的快递企业中，京东物流、顺丰速运、苏宁易购物流公开了累计循环使用次数，顺丰速运、苏宁易购物流、圆通速递、邮政速递公开了循环箱投放个数。此外，项目组获悉韵达速递和申通快递也试点投放了一定数量的循环箱。

为实现循环箱（袋）的识别、追踪和再利用，企业需要采用 RFID 等信息化技术、建立回收渠道，调研企业中京东物流、顺丰速运、圆通速递和邮政速递均通过公开信息明确采用了 RFID 技术，并进行循环箱（袋）的回收管理，项目组从韵达速递获悉其试点投放的循环箱也采用了 RFID 技术进行物流信息溯源。此外，京东物流和顺丰速运明确指出循环箱破损报废后可返厂再造，其余企业均未公开相关信息。

在与其它快递企业开展合作实现循环箱（袋）共享共用方面，未有企业披露相关信息。

图 顺丰快递包装循环生态圈⁹



9. 图片来源：《顺丰控股碳目标白皮书 2021》

表 6 可循环快递包装应用企业行动表现

企业	循环中转袋使用率	循环箱（袋）使用率	循环箱（袋）的流通循环	报废循环箱（袋）的回收处理	共享合作
京东物流	截至 2020 年 12 月，循环中转袋平均使用率已经超过 98%。 14.0 (100%)	青流箱可循环使用 50 次以上，已在国内 30 多个城市进行常态化使用，2017 年 12 月至 2020 年累计使用量达 1600 余万次。至 2021 年 6 月，常温青流箱、循环生鲜保温箱等累计循环使用约 2 亿次。 12.0 (50%)	青流箱配合循环包装管理系统，循环箱唯一码同物流面单、循环集包袋唯一码进行绑定，借助唯一码和 RFID 管理技术，实现全流程监控。 9.0 (100%)	青流箱由可回收材料制成，破损后可回收再造。 5.0 (100%)	未公布 相关信息
邮政速递	截至 2020 年，可循环容器在中转环节利用率超过 92%。 14.0 (100%)	截至 2021 年 9 月，可循环快递箱（盒）全网使用量达 43.2 万个；截至 2021 年 11 月，可循环封套试点投入 1 万余个。 12.0 (50%)	初步建立了邮政可循环包装箱的回收体系；使用 RFID 技术追踪邮袋，促进邮袋循环使用；魔术贴可循环封套封口位置配置 RFID 唯一身份标签，实现寄递全流程跟踪管理。 9.0 (100%)	未公布 相关信息	未公布 相关信息
圆通速递	截至 2021 年上半年，循环中转袋在全网转运中心使用率超过 96%。 14.0 (100%)	未公布循环箱（袋）使用率。截至 2021 年上半年，投放可循环快递箱 8000 余个，可循环快递箱可使用 50 次以上。 12.0 (50%)	可循环快递箱添加了 RFID 电子标签，可对箱子生命周期进行管理。 9.0 (100%)	未公布 相关信息	未公布 相关信息
顺丰速运	未公布 相关信息	未公布循环箱（袋）使用率。2020 年丰 BOX 循环约 700 万次。截至 2021 年上半年，循环箱累计循环 2180 万次。 12.0 (50%)	通过研发可循环包装、搭建顺丰循环运营平台进行数据管理；推出全新 π-Box 并将循环管理系统升级，从包装投放到回收实现闭环管理。 9.0 (100%)	顺丰同城快递包装循环生态包含报废返厂环节。 5.0 (100%)	未公布 相关信息
韵达速递	截至 2020 年，环保袋（即循环中转袋）分拨中心使用率达 95%；截至 2021 年上半年，全网使用率近 90%。 14.0 (100%)	未公布循环箱（袋）使用率。截止 2021 年 12 月，韵达总共投入约 25000 个循环箱，探索 2C 场景的包装循环机制。 12.0 (50%)	循环箱配备 RFID 芯片，作为唯一标志，可以进行物流信息溯源。与供应商合作完善循环机制。韵达负责正向、逆向物流和回收循环箱。供应商在社区设置回收点，方便韵达网点回收。 9.0 (100%)	未公布 相关信息	未公布 相关信息
申通快递	截至 2020 年，环保袋（即循环中转袋）使用率达到 99%。 14.0 (100%)	未公布循环箱（袋）使用率。循环箱在上海浙江开展内部试点投放，已投入近 5000 个运作。 12.0 (50%)	未公布 相关信息	未公布 相关信息	未公布 相关信息
苏宁易购物流	截至 2020 年，循环中转袋使用率达 90% 以上。 14.0 (100%)	未公布循环箱（袋）使用率。截至 2022 年 1 月 8 月，共享快递盒累计投放量突破 40 万只，投放使用累计超过 1.5 亿次。 12.0 (50%)	未公布 相关信息	未公布 相关信息	未公布 相关信息
中通快递	截止 2020 年底，循环中转袋使用率 95.22%。 14.0 (100%)	未公布 相关信息	未公布 相关信息	未公布 相关信息	未公布 相关信息
百世快递和极兔速递	未公布循环中转袋使用率。截至 2020 年 12 月，百世总计投入环保集包袋 900 万条，循环使用次数累计达 2.8 亿次。 7.0 (100%)	未公布 相关信息	未公布 相关信息	未公布 相关信息	未公布 相关信息
德邦快递	截至 2021 年 1 月，投放循环中转袋 10 多万个，累计使用 500 多万次。 7.0 (100%)	未公布 相关信息	未公布 相关信息	未公布 相关信息	未公布 相关信息

03 落实供应商、客户和网点管理

必要性

1. 供应商管理是常见的 ESG 实质性议题之一

在不同的 ESG 信息披露规范中，与供应链管理有关的供应商管理是常见的实质性议题之一，其目的是企业向利益相关方传达对供应链中实际和潜在重大负面环境及社会影响的认识，反映了企业识别和管理供应链 ESG 风险的可持续发展水平。例如，根据全球报告倡议组织 GRI 标准，组织应披露“使用环境（社会）标准评估和审核供应商及其产品和服务的实践”“为促进预防、减轻和补救实际和潜在重大负面环境（社会）影响，而在与供应商的合同中确立和界定期望的方式”等。

表 7-9 概括了 GRI 标准以及香港联交所、ESG 评级中与环境 / 社会相关的供应链 / 供应商管理信息披露指引¹⁰。

表 7 GRI 标准关于供应商管理信息披露的指引

系列	标准	议题	披露项
环境议题	GRI 308	供应商环境评估	<ul style="list-style-type: none">• 管理方法披露• 使用环境标准筛选的新供应商• 供应链对环境的负面影响以及采取的行动
社会议题	GRI 414	供应商社会评估	<ul style="list-style-type: none">• 管理方法披露• 使用社会标准筛选的新供应商• 供应链对社会的负面影响以及采取的行动

表 8 香港联交所对供应商管理信息披露的指引

时间	文件	披露力度	部分条文
2019	《环境、社会及管治报告指引》	不遵守就解释	<ul style="list-style-type: none">• 关键绩效指标 B5.2：描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关供应商惯例的供应商数目，以及相关执行及监察方法• 关键绩效指标 B5.4：描述在挑选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法

10. 摆脱束缚根据公开资料整理

表 9 不同 ESG 评级关于供应链 / 供应商管理的议题

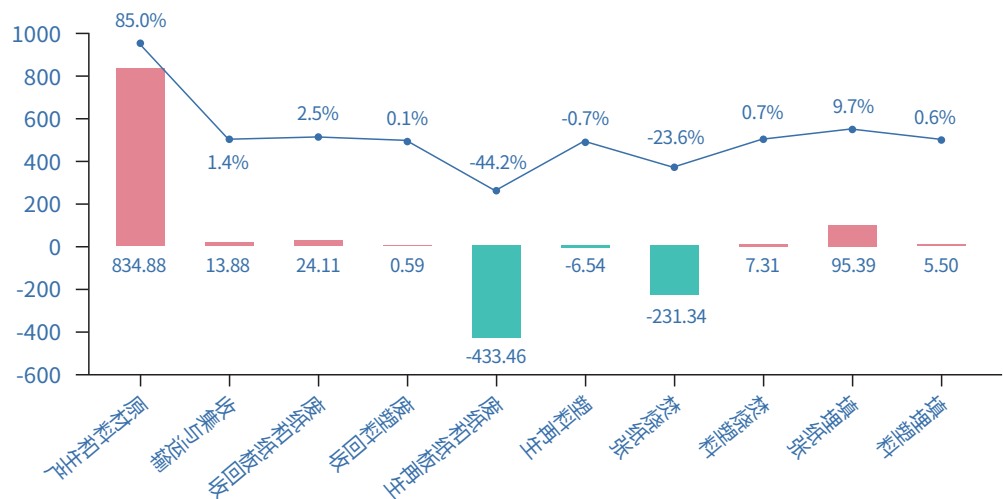
MSCI	FTSE Russell	中财绿金院	商道融绿
维度：环境	维度：环境	一级指标：环境	一级指标：环境
主题：自然资源	主题：供应链：环境	二级指标：绿色供应	二级指标：环境管理
议题：原材料采购	议题：-		三级指标：绿色采购政策
维度：社会	维度：社会	一级指标：社会	一级指标：社会
主题：利益相关方否决	主题：供应链：社会	二级指标：供应商	二级指标：供应链管理
议题：有争议的采购	议题：-		三级指标：供应链责任管理，监督体系等

2. 原材料和生产阶段对快递包装碳排放影响最大，政府部门针对快递包装供应链管理配套了政策指引

快递包装在生命周期不同阶段所造成的全球变暖潜能具有显著差异，其中原材料和生产过程占比最高。根据相关研究，我国每 1000kg 快递包装用品（其中，86.19-87.69% 纸箱，8.35-9.04% 塑料）在原材料和生产阶段的全球变暖潜能为 833.2kg 二氧化碳当量，若不考虑再生以及焚烧纸质包装回收能量带来的环境效应，原材料和生产阶段的占比将达到 85%^[11]。

图 快递包装在生命周期不同阶段的全球变暖潜能

每 1000kg 单位：kgCO₂e



正因如此，实施快递包装供应链管理，以落实负责任的供应链管理和监督，成为快递包装绿色转型、助力快递低碳绿色发展的重要保障。为此，相关政府部门针对快递包装供应链管理配套了政策指引，主要包括快递包装绿色认证、快递包装绿色采购、快递包装产品合格供应商。

表 10 与快递供应链管理相关的政策指引

文件	发文机关	时间	具体内容摘要
《关于加快推进快递包装绿色转型的意见》	国家发展改革委、国家邮政局、工业和信息化部、司法部生态环境部、住房城乡建设部、商务部、市场监管总局	2020 年	<ul style="list-style-type: none"> 建立健全合格包装采购管理、绿色包装认证等重点领域标准。加快实施快递包装绿色产品认证制度。 推动相关企业建立快递包装产品合格供应商制度，扩大合格供应商包装产品采购和使用比例。
《邮件快件包装管理办法》	交通运输部	2021 年	<ul style="list-style-type: none"> 鼓励寄递企业采购使用通过绿色产品认证的包装物。
《快递绿色包装使用与评价规范》（北京市地方标准）	北京市市场监督管理局	2021 年	<ul style="list-style-type: none"> 寄递企业应制定快递包装绿色采购制度和技术要求，并传递给供应商。 寄递企业应制定包装供应商管理要求和名录，优先选择经过绿色认证的包装供应商并定期评价。
《“十四五”循环经济发展规划》	国家发展及改革委员会	2021 年	<ul style="list-style-type: none"> 支持建立快递包装产品合格供应商制度。 实施快递包装绿色产品认证制度。
《“十四五”电子商务发展规划》	商务部、中央网信办、发展改革委	2021 年	<ul style="list-style-type: none"> 加强上下游联动，协同推进塑料包装治理和快递包装绿色供应链管理。 加快实施快递包装绿色产品认证制度。 建立包装产品合格供应商制度。
《“十四五”邮政业发展规划》	国家邮政局、国家发展和改革委员会、交通运输部	2021 年	<ul style="list-style-type: none"> 大力实施快递包装绿色产品认证。

3. 快递包装绿色转型需要多方协同共治，客户管理和网点管理是重要支撑

快递企业服务的客户可以分为两类：协议客户和个人客户，其中协议客户以电商客户为主。在寄递服务中，尤其协议客户是重要的参与者和影响者，实现快递包装绿色转型需要用户的配合和支持，客户需要获取有关产品和服务产生的正负面环境和社会影响的信息以助于做出明智的购买选择¹¹。为此，快递企业开展负责任的市场营销是必要的。这在相关政策和标准文件中也有体现。

11. GRI 417：营销与标识

表 11 与客户管理相关的政策指引

文件	发文机关	时间	具体内容摘要
《关于加快推进快递包装绿色转型的意见》	国家发展改革委、国家邮政局、工业和信息化部、司法部生态环境部、住房城乡建设部、商务部、市场监管总局	2020 年	<ul style="list-style-type: none">推动快递企业将包装减量化、绿色化等要求纳入收件服务协议，加强对电商等协议用户的引导。推动快递企业进一步规范散收件交付管理，引导用户使用合格包装产品。鼓励电商和快递企业在网络零售和快件收寄中为消费者提供绿色包装产品，并通过积分激励等方式引导消费者使用。
《快递绿色包装使用与评价规范》（北京市地方标准）	北京市市场监督管局	2021 年	<ul style="list-style-type: none">寄递企业应书面告知协议客户使用绿色化、减量化、可循环的快递包装。寄递企业应提供绿色包装物选择，引导客户使用绿色包装或减量包装，或引导客户使用自有包装物对物品进行合理封装。
《邮件快件限制过度包装要求》行业标准	国家邮政局	2021 年	<ul style="list-style-type: none">寄递企业在收寄邮件快件时，应与客户加强沟通，告知客户不应过度包装邮件快件。

要实现快递包装绿色转型，需要多方协同共治，除了供应商管理和客户管理，另外一个重要支撑是网点管理。快递网点承担了主要的揽收、派送工作，构成了寄递服务最末端的网络体系，是快递服务最后一公里的核心主体，其服务能力和质量对快递包装绿色转型产生重要影响。根据企业经营模式不同，快递企业在末端网点的落地形式分为分支机构和加盟企业两种，因此除了 ESG 信息披露指引中常见的员工发展与培训议题，快递企业针对网点的监督与管理体系同样值得关注。

企业行动表现

在调研的十家快递企业中，一半企业公开表示制定了供应商管理制度办法，并明确了包装材料的绿色采购要求。例如，物流耗材品类供应商如果出现负面清单中所列情形或其他环境问题，京东集团将暂停采购或者终止采购合同；中通快递在采购使用包装产品时要求供应商提供具备符合条件的第三方检测机构出具的达标检测报告。但是，在可循环快递包装上，仅邮政速递披露其采购实施办法中包括了可循环容器符合国家环保要求的技术规范，其他企业均未披露相关信息；京东物流相关负责人表示，循环快递包装具有标准化规格、循环次数等采购要求。

客户沟通管理方面，京东物流、顺丰速运和德邦快递在官网上提供了详细的包装物尺寸及收费标准。顺丰速运和中通快递还对客户包装减量进行奖励：如果有客户使用了可持续包装（含循环箱）或回收纸箱，会生成相应的“碳积分”给予客户，客户可以凭借碳积分来兑换顺丰邮费券，或者在顺丰碳中和林中种植树木；部分中通网点在客户发件时可使用二次利用的快递包装抵扣部分快递费用。在企业客户端，京东携手企业成立清流生态联盟，共同探索绿色包装生态。

网点管理方面，4 家快递企业公布了相关信息，其中申通快递、韵达速递、邮政速递披露了对网点和从业人员开展绿色包装相关培训，圆通速递则制定宣贯绿色包装规范指引并开展全网摸底调查。此外，项目组获悉，京东物流制定了《京东物流绿色包装操作规范》，要求快递员优先重复使用回收后满足二次使用的快递包装。

表 12 快递包装减量的相关方沟通管理企业表现

企业	快递包装减量——供应商沟通管理		快递包装减量——客户沟通管理		快递包装减量——网点管理	
京东物流	6.0 (100%)	制定《绿色采购管理规定》等绿色采购相关标准和制度。在物流耗材品类（如纸箱、防水袋、物流标签、快递封套、缓冲包装）的供应商管理中，实行负面清单制度；供应商若出现负面清单中所列情形或者其他环境问题，京东集团将暂停采购或者终止采购合同。	7.0 (100%)	通过官网、APP 等方式向客户提供不同类型包装物的尺寸及收费标准；携手企业成立青流生态联盟，共同探索绿色包装生态。	5.0 (100%)	《京东物流绿色包装操作规范》规定快递员应优先重复使用回收后满足二次使用功能的快递包装，不能二次利用的应交由专业回收机构处理。
邮政速递	6.0 (100%)	下发采购实施办法，制定窄胶带、新标准箱等符合国家环保要求的技术规范，下发新型包装箱、耗材、辅助物料等集采目录。	3.5 (50%)	官网上提供不同包装物的规格尺寸信息。	5.0 (100%)	对绿色包装操作规范等工作进行培训，并纳入中邮网院线上培训体系。
圆通速递	6.0 (100%)	建立实施统一采购制度，明确落实绿色采购要求；在供应商比选、物料采购入口将超标包装袋进行严格管控。	3.5 (50%)	对商家客户进行绿色宣贯，减少受寄环节二次包装。	5.0 (100%)	制定并全网宣贯快件绿色包装规范指引，开展全网包装摸底调查；制定《网点规范操作标准》《网点评估考核管理办法》等一系列加盟商管理制度和标准。
韵达速递	6.0 (100%)	制定绿色采购制度，要求供应商提供包装产品的检测报告，要求包装符合国家、行业标准。对于认证了绿色产品认证的供应商，纳入候选名录。对已合作的供应商，韵达沟通进行绿色产品认证。	3.5 (50%)	组织开展绿色包装主题宣传活动，倡导绿色消费方式，普及绿色包装和回收知识；要求快递员在收件时，引导客户使用自有包装物对物品进行合理封装；在上门收件前，询问客户所寄物品内容及大小，使用适宜尺寸包装物进行封装。	5.0 (100%)	将包装操作列入从业人员岗前培训和在岗培训内容，组织加盟网点和从业人员学习行业生态环保相关法律法规和政策文件。
顺丰速运	6.0 (100%)	制定《采购供应链中心绿色采购管理规定》。根据《快递包装绿色产品评价技术要求》，向主要合作供应商宣导并推动供应商绿色包装认证工作；在与供应商签订的合同中补充《社会责任条款》。	7.0 (100%)	通过官网等方式向客户提供不同类型包装物的尺寸及收费标准；倡导客户使用可持续包装及回收纸箱，并实施激励机制，生成相应的“碳积分”，客户可使用碳积分兑换“顺丰券”，或兑换“顺丰碳中和林”新树种植。	未公布相关信息	
中通快递	6.0 (100%)	制定《中通集团绿色采购制度》。采购不低于国家标准、行业标准的包装产品，并在采购使用包装产品时要求供应商提供具备符合条件的第三方检测机构出具的达标检测报告。	3.5 (50%)	消费者自主选择是否需要提供快递包装，鼓励二次利用闲置包装，部分网点在客户发件时可使用二次利用的快递包装抵扣部分快递费用。	未公布相关信息	
申通快递	未公布相关信息		3.5 (50%)	针对客户，开始在网点张贴包装规范告知书，告知不过度包装知识。	5.0 (100%)	举办多场针对网点的绿色环保包装培训，针对包装材料、包装方式、填充物使用和选取、胶带封装方法，进行详细的讲解和操作演练。
百世快递和极兔速递	未公布相关信息		3.5 (50%)	极兔：在协议客户合同中增加绿色包装要求条款；针对消费者自备包装，电子运单契约条款中有绿色包装要求条款。	未公布相关信息	
德邦快递	未公布相关信息		3.5 (50%)	官网上提供详细的包装材料介绍：常规包装、木包装、缓冲物。	未公布相关信息	
苏宁易购物流	未公布相关信息		未公布相关信息		未公布相关信息	

表 13 可循环快递包装的相关方沟通管理企业表现

企业	可循环快递包装应用 ——供应商沟通管理	可循环快递包装应用 ——客户沟通管理
顺丰速运	2.5 (50%) 制定《采购供应链中心绿色采购管理规定》，但未公布关于制定可循环包装采购 / 技术要求的信息。	7.0 (100%) 倡导客户使用可持续包装及回收纸箱，并实施激励机制，生成相应的“碳积分”，客户可使用碳积分兑换“顺丰券”，或兑换“顺丰碳中和林”新树种植。
京东物流	5.0 (100%) 制定《绿色采购管理规定》等绿色采购相关标准和制度。循环快递包装采购技术标准有相关规定要求，规范循环次数，采用标准化规格等。	未公布相关信息
邮政速递	5.0 (100%) 下发采购实施办法，制定了可循环容器等符合国家环保要求的技术规范。	未公布相关信息
圆通速递	2.5 (50%) 实施统一采购制度，明确落实绿色采购要求，但未公布关于制定可循环包装采购 / 技术要求的信息。	未公布相关信息
韵达速递	2.5 (50%) 制定绿色采购制度，但未公布关于制定可循环包装采购 / 技术要求的信息。	未公布相关信息
中通快递	2.5 (50%) 制定《中通集团绿色采购制度》，但未公布关于制定可循环包装采购 / 技术要求的信息。	未公布相关信息
百世快递 和极兔速递	未公布相关信息	未公布相关信息
德邦快递	未公布相关信息	未公布相关信息
苏宁易购物流	未公布相关信息	未公布相关信息
申通快递	未公布相关信息	未公布相关信息

04 公开绿色转型目标和成效

必要性

1. 企业需要向利益相关方披露管理方法，目标和成效是其中的重要内容

在进行 ESG 信息披露时，除了关键绩效信息，企业有必要向利益相关方披露其管理方法，以叙述其为了避免、减轻或补救负面影响，或促进正面影响，如何管理实质性议题及影响。GRI 标准中的管理方法披露指引，涵盖了管理方法的组成部分和管理方法的评估，其中关于目标和成效的内容如表 14 所述。

表 14 GRI 标准关于目标和成效的信息披露指引

GRI 标准披露项	摘要
103-2	<p>对于每个实质性议题，报告组织应披露管理方法的组成部分。</p> <p>关于目的和目标，宜披露：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 目的和目标的基线及背景； • 目的和目标中所涉实体的范围和位置； • 预期结果（定量或定性）； • 实现每个目的和目标的预期时间表。
103-3	<p>对于每个实质性议题，报告组织应披露管理方法的评估结果，对这些结果的说明可包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 针对目的和目标的绩效，包括重要成就和不足之处。

2. 公开目标和成效有利于发挥社会监督作用

在快递包装领域，目前尚未有相关法律法规文件要求快递企业公开推进快递包装绿色转型的目标和成效，仅《快递绿色包装使用与评价规范》作为北京市地方标准率先提出“寄递企业应通过网站、海报、企业公众号等方式向社会公开承诺年度快递绿色包装推进措施和目标”“寄递企业应通过网站、海报、企业公众号等方式主动公开企业在绿色包装方面的进展和成效”。

除法律监督外，社会监督力量还包括公众监督、社会团体监督、舆论监督等。企业公开目标和成效，可以发挥社会监督作用，以督促企业履行社会责任，实现可持续发展。

3. 企业设定快递包装绿色转型目标符合“双碳”战略和塑料污染治理要求

在“双碳”目标大背景下，绿色低碳成为快递业发展的必然要求，推进快递业碳达峰、碳中和受到了政府主管部门的重视。2022 年 1 月，国家邮政局在《快递市场管理办法（修订草案）》（征求意见稿）中首次提出“经营快递业务的企业应该建立碳管理制度”。

在“双碳”目标大背景下，绿色低碳成为快递业发展的必然要求，推进快递业碳达峰、碳中和受到了政府主管部门的重视。2022年1月，国家邮政局在《快递市场管理办法（修订草案）》（征求意见稿）中首次提出“经营快递业务的企业应该建立碳管理制度”。

在塑料污染治理方面，国家同样提出了明确的发展目标。新“限塑令”¹²提出，“到2022年底，北京、上海、江苏、浙江、福建、广东等省市的邮政快递网点，先行禁止使用不可降解的塑料包装袋、一次性塑料编织袋等，降低不可降解的塑料胶带使用量。到2025年底，全国范围邮政快递网点禁止使用不可降解的塑料包装袋、塑料胶带、一次性塑料编织袋等”。

因此，快递企业应当针对快递包装绿色转型设定减碳、减塑目标，形成常态化管理机制。

企业行动表现

公开目标方面，三家企业披露了快递包装减量减碳目标相关信息：顺丰速运在碳目标承诺上最全面，提出2021年、2025年绿色包装计划较2020年分别减少温室气体排放6万吨、40万吨，2030年碳效率较2021年提升55%、快件包裹碳足迹降低70%，京东物流则承诺2030年总排放量较2019年减少50%，中通快递在2020年提出在未来五年将单个包裹的平均碳排放量降低20%。申通则表示通过绿色物流投入，预计每个快件的碳效率可以提高55%左右。此外，苏宁易购物流在2020年底宣布升级青城计划2.0，其中提出到2021年底42毫米以下“超级瘦身胶带”封装比例99%。值得注意的是，针对新“限塑令”中关于邮政快递网点禁止使用不可降解塑料胶带等塑料包材的要求，目前还未有企业明确披露行动目标。

在循环箱（袋）的使用和减碳目标信息上，调研的十家快递企业均未披露。

公开成效方面，京东物流、顺丰速运、中通快递（不含加盟网点）披露了总体碳排放量数据；此外，顺丰速运和邮政速递披露了推进快递绿色包装总体减少的碳排放量，中通快递（不含加盟网点）和苏宁易购物流则公布了每件快递减少的碳排放量。值得一提的是，京东物流和顺丰速运还披露了塑料类和纸质类材料的用量，以及减少塑料、纸质原材料使用的情况。邮政速递和德邦快递则公布了胶带使用的减量成效。

在循环箱（袋）应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效信息上，只有苏宁易购物流披露其共享快递盒投放使用累计节约了6000多吨碳排放。

图 顺丰 ESG 关键绩效 - 温室气体排放及包装材料使用¹²

指标名称 — 丰·送绿色美好生活	单位	2019年数据	2020年数据
⋮			
温室气体排放总量	tCO ₂ e	1,278,481.6	5,426,964.7
— 温室气体排放（范畴一）	tCO ₂ e	1,167,057.0	4,182,419.2
— 温室气体排放（范畴二）	tCO ₂ e	111,424.6	590,431.6
— 温室气体排放（范畴三）	tCO ₂ e	—	654,113.9
温室气体排放强度	tCO ₂ e/百万营收	11.4	48.4
⋮			
包装类物品使用总量	kg	375,707,380.6	381,894,401.3
— 快递封套使用量	kg	77,556,302.1	75,051,139.1
— 运单使用量	kg	18,569,099.2	22,287,605.8
— 纸箱使用量	kg	235,122,326.8	231,477,670.1
— 塑料包装袋使用量	kg	21,099,363.4	26,761,002.0
— 透明胶带使用量	kg	23,360,289.1	26,316,984.3

12. 图片来源：《顺丰控股2020年度可持续发展报告》

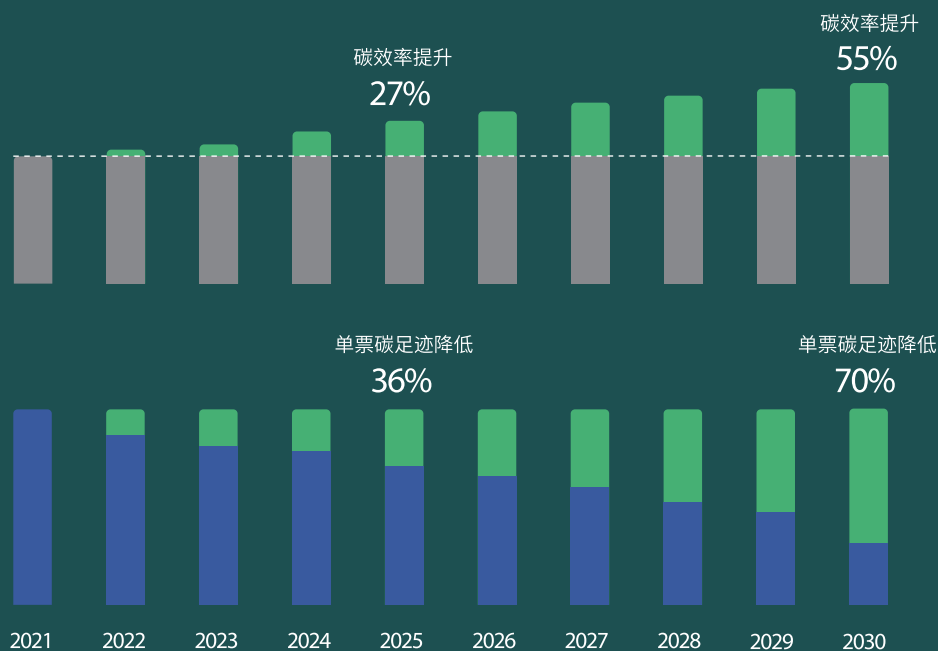
图 顺丰碳目标实施路径¹³

路线图

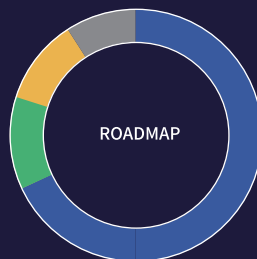
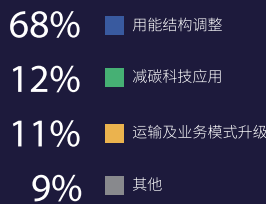
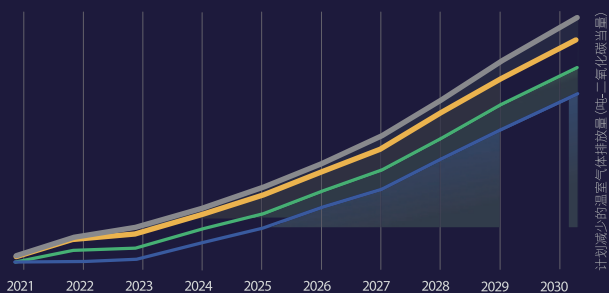
目前，世界处于百年未有之大变局。在国家经济现代化的道路上，经济循环畅通是构建新发展格局的关键，生产、分配、流通、消费四个环节必须有序衔接和循环流转。

在当前宏观环境和经济形势下，顺丰仍将处于快速发展阶段，预计未来业务规模呈显著增长趋势，碳排放量也将不断增加。

减碳承诺不是顺丰健康成长的绊脚石，而是我们业务高质量发展的助推器，是赢得市场尊重和客户信赖的基础。我们将减碳目标融入企业发展与转型的战略规划，作为董事会重点关注议题持续跟进，并将年度目标回顾与管理层绩效结合，以此有力推进2030年减碳目标的达成。



2021年~2030年碳目标实现进程



基于当前预测的业务增长模式，我们需要减少的碳排放量逐年增加。

根据顺丰2021年至2030年的减碳行动路线图，我们需要通过调整用能结构、升级运输及业务模式、深入应用科技手段、以及林业碳汇和碳交易等其他途径来实现我们的减碳目标。

用能结构调整

我们将采取可再生能源解决方案，在合适的产业园投建光伏，并逐步加大新能源车应用，转变能源使用类型，以极大降低业务运营碳排放。

减碳科技应用

我们将逐步构建碳排放管理平台，运用人工智能、大数据、物联网等领先科技实现低碳智慧运营。

运输及业务模式升级

通过逐步推进多式联运，利用货运航空枢纽改善航线，使用绿色低碳包装，智慧化企业管理，以及向客户提供All Green绿色供应链解决方案等提升运营效率和减少碳排。

其他

针对无法避免的碳排放，我们将采用种植“顺丰碳中和林”及购买碳补偿额度等方式实现抵销。

13. 图片来源：《顺丰控股碳目标白皮书 2021》

表 15 快递包装减量目标和成效信息公开企业表现

企业	公开快递包装减量、减少碳排放的目标		公开快递包装减量、减少碳排放的成效	
顺丰速运	2.8 (40%)	较 2020 年, 2021 年绿色包装计划减少温室气体排放 6 万吨, 2025 年绿色包装材料计划减少温室气体排放 40 万吨。2030 年实现实现自身碳效率相较于 2021 年提升 55%, 每个快件包裹的碳足迹相较于 2021 年降低 70%。	16.8 (80%)	2020 年顺丰对包装进行技术改造, 实现了节省原纸约 26000 吨, 节省塑料约 8000 吨, 合计减少碳排放约 7 万吨。2021 年上半年累计节省原材料约 1.8 万吨, 减少碳排放约 3.5 万吨。
京东物流	2.8 (40%)	总体减碳目标: 2030 年总排放量较 2019 年减少 50%。 除了明确到 2030 年减碳 50%, 科学碳目标 SBT 承诺中, 绿色包装(循环包装、降解包装和可回收再利用包装等) 100% 使用。	12.6 (60%)	2020 年减少胶带使用量 4 亿米; 通过使用低克重高性能纸箱、选型优化等措施, 每年减少 20 万吨以上纸浆; 2020 年其他间接温室气体排放(范围 3, 均来自京东物流) 1273523.16 吨二氧化碳当量。
邮政速递		未公布相关信息	12.6 (60%)	2020 年全年胶带使用量比 2017 年末减少 5 亿米; 2019 年全网新标准封装箱、减小胶带宽度、提升电子面单使用率、使用免胶带箱等碳减排量为 15551.74 吨二氧化碳当量。
苏宁易购物流	1.4 (20%)	预计到 2021 年底, 42 毫米以下“超级瘦身胶带”封装比例 99%。	8.4 (40%)	2021 年相比于 2018 年在包装环节实现单包裹减碳 56g
中通快递	1.4 (20%)	在未来五年(2021-2025 年)将单个包裹的平均碳排放量降低 20%。	4.2 (20%)	2020 年中通快递集团(不含加盟网点)其他间接温室气体排放量 96401 吨二氧化碳当量, 每件快递产生 0.061kg, 较 2019 年下降 22%。
德邦快递		未公布相关信息	4.2 (20%)	截止到 2020 年底, 减宽减厚胶带投入使用直接减少塑料消耗 1324 吨。
申通快递	1.4 (20%)	通过绿色物流投入, 预计每个快件的碳效率提高 55% 左右。		未公布相关信息
百世快递和极兔速递		未公布相关信息		未公布相关信息
圆通速递		未公布相关信息		未公布相关信息
韵达速递		未公布相关信息		未公布相关信息

表 16 可循环快递包装应用目标和成效信息公开企业表现

企业	公开循环箱（袋）投放使用、减少碳排放的目标	公开循环箱（袋）应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效
苏宁易购物流	未公布循环箱（袋）使用及减碳目标相关信息	8.4 (40%) 截至 2021 年 8 月，共享快递盒投放使用累计节约 6000 多吨碳排放。
顺丰速运	1.4 (20%) 未公布循环箱（袋）使用及减碳目标。较 2020 年，2021 年绿色包装计划减少温室气体排放 6 万吨，2025 年绿色包装材料计划减少温室气体排放 40 万吨。2030 年实现自身碳效率相较于 2021 年提升 55%，每个快件包裹的碳足迹相较于 2021 年降低 70%。	4.2 (20%) 未公布循环箱（袋）减少一次性包装用量及减碳数据。2020 年通过绿色包装减少温室气体排放约 7 万吨；2021 年上半年累计减少碳排放约 3.5 万吨。
中通快递	1.4 (20%) 未公布循环箱（袋）使用及减碳目标。在未来五年（2021-2025 年）将单个包裹的平均碳排放量降低 20%。	4.2 (20%) 未公布循环箱（袋）减少一次性包装用量及减碳数据。2020 年中通快递集团（不含加盟网点）每件快递产生 0.061kg，较 2019 年下降 22%。
京东物流	1.4 (20%) 未公布循环箱（袋）使用及减碳目标。总体减碳目标：2030 年总排放量较 2019 年减少 50%。	未公布循环箱（袋）减少一次性包装用量及减碳成效相关信息
申通快递	1.4 (20%) 未公布循环箱（袋）使用及减碳目标。通过绿色物流投入，预计每个快件的碳效率提高 55% 左右。	未公布循环箱（袋）减少一次性包装用量及减碳成效相关信息
百世快递和极兔速递	未公布循环箱（袋）使用及减碳目标相关信息	未公布循环箱（袋）减少一次性包装用量及减碳成效相关信息
德邦快递	未公布循环箱（袋）使用及减碳目标相关信息	未公布循环箱（袋）减少一次性包装用量及减碳成效相关信息
邮政速递	未公布循环箱（袋）使用及减碳目标相关信息	未公布循环箱（袋）减少一次性包装用量及减碳成效相关信息
圆通速递	未公布循环箱（袋）使用及减碳目标相关信息	未公布循环箱（袋）减少一次性包装用量及减碳成效相关信息
韵达速递	未公布循环箱（袋）使用及减碳目标相关信息	未公布循环箱（袋）减少一次性包装用量及减碳成效相关信息

> 方法论



评价体系构建

关于快递企业行动表现，本报告分别从快递包装减量、可循环快递包装应用两个板块进行独立评价，并在可循环快递包装应用中以循环箱（袋）为核心。

评价指标的设计基于摆脱塑缚 2020 年发布的《快递企业包装绿色化行动报告》，并咨询本领域相关专家和学者，对评价指标设置提出专业化建议。在评价指标的权重分配上，借鉴 AHP（层次分析法）定性 + 定量、两两比较相对重要性的思路设置，通过咨询本领域相关专家和学者（快递协会专家、大学教授、大学研究员），综合各方打分构建判断矩阵。

具体评价指标及权重如表 17-18 所示。



评价对象选择

国家邮政局统计数据显示，2021 年快递与包裹服务品牌集中度指数 CR8 为 80.5[1]。本报告选择以下快递企业作为评价对象：百世快递、德邦快递、极兔速递、京东物流、申通快递、顺丰速运、苏宁易购物流、邮政速递、圆通速递、韵达速递、中通快递。据报导，百世集团国内快递业务已转让给极兔速递[12]，百世快递在菜鸟平台的名称已更改为“极兔（原百世快递）”，因此本报告将百世快递和极兔速递进行合并评价。



评价依据采集

通过公开渠道调研于 2020 年 10 月至 2021 年 12 月发布的快递包装减量、可循环快递包装应用相关信息，包括：

- 政府主管部门公布的市场监管报告等公开信息；
- 企业官方信息，如官网、年度报告、社会责任报告、可持续发展报告、投资者报告等；
- 企业在第三方平台自愿披露的信息，如官方微信公众号、官方微博账号等。

项目组从快递企业获取的补充信息，根据适用情况纳入评价依据或备注说明。

表 17 快递包装减量评价指标及权重

一级指标	二级指标	指标权重	评价标准		
			100%	50%	0%
减量行动	电商快件不二次包装	13%	企业公布电商快件不二次包装比例数据，并超过 70%	企业公布减少电商快件二次包装的行动措施，但未公布电商件不二次包装比例数据	企业未公布与电商快件不二次包装相关的信息
	胶带瘦身	9%	企业采取行动如使用 45mm 以下胶带、使用免胶包装等，实行胶带瘦身	-	企业未公布与胶带瘦身相关的行动信息
	填充物减量化	16%	企业采取行动如使用充气型缓冲物等，实行填充物减量化	-	企业未公布与填充物减量化相关的行动信息
	新材料及新技术使用	16%	企业采取行动如应用自动裁切技术、优化纸箱结构、研发环保材料等，推动快递包装减量	-	企业未公布与新材料新技术相关的行动信息
一级指标	二级指标	指标权重	评价标准		
			100%	50%	0%
相关方沟通管理	快递包装减量——供应商沟通	6%	企业制定供应商管理制度办法，明确包装材料的绿色采购要求	-	企业未公布与供应商沟通相关的行动信息
	快递包装减量——客户沟通	7%	企业通过官网、APP、小程序等渠道公布不同类型包装物的材质尺寸收费等信息，并通过合同条款、积分奖励等方式引导客户使用简约绿色包装	企业通过官网、APP、小程序等渠道公布不同类型包装物的材质尺寸收费等信息，或引导客户进行绿色简约包装	企业未公布与客户沟通相关的行动信息
	快递包装减量——网点管理	5%	企业面向网点 / 加盟商制定包装操作相关的培训制度或管理办法	-	企业未公布与网点管理相关的行动信息
一级指标	二级指标	指标权重	评价标准		
目标与成效	公开快递包装减量、减少碳排放的目标	7%	1. 企业公开胶带瘦身目标（胶带使用量减少等）—— 占比 20% 2. 企业公开填充物减量化的目标（充气型填充物使用率、耗材减少量等）—— 占比 20% 3. 企业公开新材料及新技术使用的目标（使用率、应用范围等）—— 占比 20% 4. 企业公开快递包装减量化减排的目标（减少碳排放量）—— 占比 40%；若企业仅公布物流总碳排放量减少目标，则得分 20%		
	公开快递包装减量、减少碳排放的成效	21%	1. 企业公开胶带使用减少成效（减少胶带使用量、减少塑料使用量等）—— 占比 20%；若只公布使用量未公布减少量，则得分 10% 2. 企业公开填充物减量化的成效（充气型填充物使用率、耗材减少量等）—— 占比 20% 3. 企业公开新材料及新技术应用成效（使用率、应用范围等）—— 占比 20% 4. 企业公开快递包装减量化减排的成效（减少碳排放量）—— 占比 40%；若企业仅公布快递包装碳排放量但未公布减少量，或公布物流总碳排放量减少成效，则得分 20%		

表 18 可循环快递包装应用评价指标及权重

一级指标	二级指标	指标权重	评价标准		
			100%	50%	0%
循环行动	循环中转袋使用率	14%	企业公布循环中转袋使用率数据，并超过 90%	企业公布循环中转袋投放数量 / 使用次数，但未公布循环中转袋使用率	企业未公布与循环中转袋使用率相关的数据信息
	循环箱（袋）使用率	24%	企业公布循环箱（袋）投放数量 / 使用次数，以及循环箱（袋）使用率数据	企业公布循环箱（袋）投放数量 / 使用次数，但未公布循环箱（袋）使用率	企业未公布与循环箱（袋）使用率相关的数据信息
	循环箱（袋）的流通循环	9%	企业通过采用 RFID 等信息化技术、建立回收渠道等方式实现循环箱（袋）的识别、追踪和再利用	-	企业未公布与循环箱（袋）流通循环相关的信息
	报废循环箱（袋）的回收处理	5%	企业采取措施对报废的循环箱（袋）进行回收、贮存，交由具有相应技术能力的单位回收利用	-	企业未公布与报废循环箱（袋）回收处置相关的信息
	共享合作	8%	企业与其他寄递企业、第三方机构等建立循环包装共享平台	-	企业未公布与其他企业开展循环包装共享共用相关的信息
一级指标	二级指标	指标权重	评价标准		
			100%	50%	0%
相关方沟通管理	可循环快递包装应用——供应商沟通	5%	企业制定针对循环快递包装的采购管理制度办法	企业制定供应商管理制度办法，但未明确针对循环快递包装的要求	企业未公布与供应商沟通相关的行动信息
	可循环快递包装应用——客户沟通	7%	企业通过官网、APP、小程序等渠道宣传推广可循环快递包装，并通过积分奖励等方式引导客户使用可循环快递包装	企业通过官网、APP、小程序等渠道宣传推广可循环快递包装	企业未公布与客户沟通相关的行动信息
一级指标	二级指标	指标权重	评价标准		
			评价标准		
目标与成效	公开循环箱（袋）投放使用、减少碳排放的目标	7%	1. 企业公开循环箱（袋）投放数量的目标 —— 占比 20% 2. 企业公开循环箱（袋）使用次数的目标 —— 占比 20% 3. 企业公开循环箱（袋）使用率的目标 —— 占比 20% 4. 企业公开循环箱（袋）应用减排的目标（减少碳排放量） —— 占比 40%；若企业仅公布物流业务 / 快递包装总碳排放量减少目标，则得分 20%		
	公开循环箱（袋）应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效	21%	1. 企业公开循环箱（袋）应用的成效（减少一次性快递包装使用量） —— 占比 60% 2. 企业公开循环箱（袋）应用减排的成效（减少碳排放量） —— 占比 40%；若企业仅公布物流业务 / 快递包装总碳排放量减少成效，则得分 20%		

京东物流					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
减量行动	电商快件不二次包装 [13%]	13.0	企业公布电商快件不二次包装比例数据, 并超过 70%(100%)	1. 京东物流通过入仓优惠政策激励上游品牌商企业推行直发包装, 减少二次包装产生的浪费。 2. 京东电商快件不再二次包装超过 90% (2021 年 9 月份汇报数据)	1. 《2018-2020 年京东集团可持续发展报告》 2. 企业提供
	胶带瘦身 [9%]	9.0	企业采取行动如使用 45mm 以下胶带、使用免胶包装等, 实行胶带瘦身 (100%)	将胶带宽度由 53mm 缩窄至 45mm。	《2018-2020 年京东集团可持续发展报告》
	填充物减量化 [16%]	16.0	企业采取行动如使用充气型缓冲物等, 实行填充物减量化 (100%)	在官网、APP 上有较为详细的包装物信息 (尺寸及收费标准), 包含气柱袋等充气型缓冲物。	京东物流官网、京东 APP
	新材料及新技术使用 [16%]	16.0	企业采取行动如应用自动裁切技术、优化纸箱结构、研发环保材料等, 推动快递包装减量 (100%)	1. 通过使用低克重高性能纸箱、选型优化等措施, 每年可减少使用 20 万吨以上纸浆。 2. 全链路智能包装系统——“精卫”实现了针对气泡膜、对折膜、纸箱等各种包装材料的统筹规划和合理使用, 形成了软硬件一体化的智能打包系统的解决方案。通过“精卫推荐”进行的耗材推荐准确率在 96.5% 以上, 显著实现了包装材料的降本增效。	1. 《2018-2020 年京东集团可持续发展报告》 2. 京东物流, 将青流计划进行到底 ¹⁵
相关方沟通管理	快递包装减量——供应商沟通 [6%]	6.0	企业制定供应商管理制度办法, 明确绿色采购要求 (100%)	制定《绿色采购管理规定》等绿色采购相关标准和制度。在物流耗材品类 (如纸箱、防水袋、物流标签、快递封套、缓冲包装) 的供应商管理中, 实行负面清单制度; 供应商若出现负面清单中所列情形或者其他环境问题, 京东集团将暂停采购或者终止采购合同。	《2020 年京东集团环境、社会及管治报告》
	快递包装减量——客户沟通 [7%]	7.0	企业通过官网、APP、小程序等渠道公布不同类型包装物的材质尺寸收费等信息, 并通过合同条款、积分奖励等方式引导客户使用简约绿色包装 (100%)	1. 在官网、APP 上有较为详细的包装物信息 (尺寸及收费标准), 包括: 纸箱、编织袋、缓冲物、泡沫箱。 2. 携手企业成立青流生态联盟, 共同探索绿色包装生态。	1. 京东物流官网、京东 APP 2. 《2020 年京东集团环境、社会及管治报告》
	快递包装减量——网点管理 [5%]	5.0	企业面向网点 / 加盟商制定包装操作相关的培训制度或管理办法 (100%)	《京东物流绿色包装操作规范》规定: 快递网点根据各地区邮管局要求设置包装回收装置; 快递员应主动回收纸箱、塑料包装袋和缓冲物等快递包装, 满足二次使用功能的应优先重复使用, 不能二次利用的应交由专业回收机构处理。	企业提供
目标与成效	公开快递包装减量、减少碳排放的目标 [7%]	2.8	1. 企业仅公布物流总碳排放量减少目标 (20%) 2. 企业公开新材料及新技术使用的范围目标 (20%)	1. 京东物流承诺, 与 2019 年相比, 到 2030 年碳排放总量减少 50%。 2. 除了明确到 2030 年减碳 50%, 科学碳目标 SBT 承诺中, 绿色包装 (循环包装、降解包装和可回收再利用包装等) 100% 使用。	1. 《2020 年京东集团环境、社会及管治报告》 2. 企业提供
	公开快递包装减量、减少碳排放的成效 [21%]	12.6	1. 企业公开胶带使用减少成效 (20%) 2. 企业公开新材料及新技术使用的成效 (20%) 3. 企业公布物流碳排放量但未公布减少量 ¹⁶ (20%)	1. 胶带使用减少: 2020 年减少胶带使用量 4 亿米。 2. 新材料 / 新技术: 通过使用低克重高性能纸箱、选型优化等措施, 每年减少 20 万吨以上纸浆。 3. 减少碳排放: 2020 年其他间接温室气体排放 (范围 3, 均来自京东物流) 1273523.16 吨二氧化碳当量。	1. 《2020 年京东集团环境、社会及管治报告》 2. 《2018-2020 年京东集团可持续发展报告》
总分		87.4			

15. URL: <https://xw.qq.com/cmsid/20210830A09RFC00>

16. 京东物流相关负责人表示, 内部有测算包装减量和减碳数据但未单独披露

01 快递包装减量

顺丰速运					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
减量行动	电商快件不二次包装 [13%]	13.0	企业公布电商快件不二次包装比例数据,并超过70%(100%)	截至2021年上半年,电商快件不再二次包装率达到99.37%。	《顺丰控股2021半年度报告》
	胶带瘦身 [9%]	9.0	企业采取行动如使用45mm以下胶带、使用免胶包装等,实行胶带瘦身(100%)	截至2021年上半年,瘦身胶带封装比例达到99.88%。	《顺丰控股2021半年度报告》
	填充物减量化 [16%]	16.0	企业采取行动如使用充气型缓冲物等,实行填充物减量化(100%)	1.对快递网络使用量最大的纸箱、胶带、文件封及填充物和编织袋等进行优化升级,减少原材料的使用。 2.官网提供包装材料介绍,包含充气袋等充气型缓冲物。	1.《顺丰控股2020可持续发展报告》 2.顺丰速运官网
	新材料及新技术使用 [16%]	16.0	企业采取行动如应用自动裁切技术、优化纸箱结构、研发环保材料等,推动快递包装减量(100%)	在快递行业首创“无墨印刷”纸箱(即采用激光雕刻工艺替代传统油墨印刷),并与供应商联合开发新型绿色可降解胶带、降解胶袋、二次使用文件封,纸浆模塑缓冲材等环保包装材料。	《2021顺丰控股碳目标白皮书》
相关方沟通管理	快递包装减量——供应商沟通 [6%]	6.0	企业制定供应商管理制度办法,明确绿色采购要求(100%)	制定《采购供应链中心绿色采购管理规定》。根据《快递包装绿色产品评价技术要求》,向主要合作供应商宣导并推动供应商绿色包装认证工作;在与供应商签订的合同中补充《社会责任条款》。	《顺丰控股2020可持续发展报告》
	快递包装减量——客户沟通 [7%]	7.0	企业通过官网、APP、小程序等渠道公布不同类型包装物的材质尺寸收费等信息,并通过合同条款、积分奖励等方式引导客户使用简约绿色包装(100%)	1.官网提供包装材料介绍,包括常温包装、温控包装、缓冲包装、木制包装的尺寸及收费标准。 2.倡导客户使用可持续包装及回收纸箱,并实施激励机制,通过量化减碳效果生成相应的“碳积分”。客户可使用碳积分兑换“顺丰券”,或兑换“顺丰碳中和林”新树种植。计划推出“零碳”快件服务选项,帮助客户降低寄送快件过程中的碳足迹。	《2021顺丰控股碳目标白皮书》
	快递包装减量——网点管理 [5%]	0	企业未公布与网点管理相关的行动信息(0%)	-	-
目标与成效	公开快递包装减量、减少碳排放的目标 [7%]	2.8	企业公开快递包装减量化减排的目标(减少碳排放量)(40%)	较2020年,2021年绿色包装计划减少温室气体排放6万吨,2025年绿色包装材料计划减少温室气体排放40万吨。2030年实现实现自身碳效率相较于2021年提升55%,每个快件包裹的碳足迹相较于2021年降低70%。	《顺丰控股2020可持续发展报告》
	公开快递包装减量、减少碳排放的成效 [21%]	16.8	1.企业公开胶带使用量减少成效(20%) 2.企业公开新材料及新技术应用成效(20%) 3.企业公开快递包装减少碳排放量(40%)	1.胶带使用量减少成效:2020年节省塑料约8000吨。 2.新材料/新技术应用成效:顺丰对包装进行技术改造,实现了节省原纸约26,000吨。 3.减少碳排放:2020年通过绿色包装减少温室气体排放约7万吨;2021年上半年累计减少碳排放约3.5万吨。	1.《顺丰控股2020可持续发展报告》 2.《顺丰控股2021半年度报告》
总分		86.6			

01 快递包装减量

中通快递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
减量行动	电商快件不二次包装 [13%]	13.0	企业公布电商快件不二次包装比例数据,并超过 70%(100%)	截止 2020 年底,电商快件不再二次包装率超过 70%。	《2020 年中通快递集团企业社会责任报告》
	胶带瘦身 [9%]	9.0	企业采取行动如使用 45mm 以下胶带、使用免胶包装等,实行胶带瘦身 (100%)	截至 2020 年底,公司 45 毫米以下“瘦身胶带”封装比例近 90%,2020 年新采购“瘦身胶带”达 100%。	《2020 年中通快递集团企业社会责任报告》
	填充物减量化 [16%]	16.0	企业采取行动如使用充气型缓冲物等,实行填充物减量化 (100%)	推广使用报纸、塑料薄膜充气袋、气泡袋等可回收包装填充材料。	《2020 年中通快递集团企业社会责任报告》
	新材料及新技术使用 [16%]	16.0	企业采取行动如应用自动裁切技术、优化纸箱结构、研发环保材料等,推动快递包装减量 (100%)	中通快递于 2020 年 10 月上架可降解防水袋。	《2020 年中通快递集团企业社会责任报告》
相关方沟通管理	快递包装减量——供应商沟通 [6%]	6.0	企业制定供应商管理制度办法,明确绿色采购要求 (100%)	制定《中通集团绿色采购制度》。采购不低于国家标准、行业标准的包装产品,并在采购使用包装产品时要求供应商提供具备符合条件的第三方检测机构出具的达标检测报告。	《2020 年中通快递集团企业社会责任报告》
	快递包装减量——客户沟通 [7%]	3.5	引导客户进行绿色简约包装 (50%)	消费者自主选择是否需要提供快递包装,鼓励二次利用闲置包装,部分网点在客户发件时可使用二次利用的快递包装抵扣部分快递费用。	《2020 年中通快递集团企业社会责任报告》
	快递包装减量——网点管理 [5%]	0	企业未公布与网点管理相关的行动信息 (0%)	-	-
目标与成效	公开快递包装减量、减少碳排放的目标 [7%]	1.4	企业仅公布物流总碳排放量减少目标 (20%)	在未来五年 (2021-2025 年) 将单个包裹的平均碳排放量降低 20%。	《中通快递 2020 年第四季度 Investor Report Presentation》
	公开快递包装减量、减少碳排放的成效 [21%]	4.2	企业仅公布物流总碳排放量减少成效 (20%)	2020 年中通快递集团碳排放 (不含加盟网点) 其他间接温室气体排放量共 96401 吨二氧化碳当量,每件快递产生 0.061kg 二氧化碳当量,较 2019 年下降 22%。	《2020 年中通快递集团企业社会责任报告》
总分		69.1			

01 快递包装减量

韵达速递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
减量行动	电商快件不二次包装 [13%]	13.0	企业公布电商快件不二次包装比例数据,并超过70%(100%)	截至2021年12月31日,86%的电商件不再二次包装。	企业提供
	胶带瘦身 [9%]	9.0	企业采取行动如使用45mm以下胶带、使用免胶包装等,实行胶带瘦身(100%)	2021年,韵达只采购了瘦身胶带(45mm及以下)和可降解胶带。	企业提供
	填充物减量化 [16%]	16.0	企业采取行动如使用充气型缓冲物等,实行填充物减量化(100%)	韵达内部发布管控文件,要求网点标准化填充物,杜绝过度使用,其中包含充气型、悬空紧固类填充物的适用要求。	企业提供
	新材料及新技术使用 [16%]	16.0	企业采取行动如应用自动裁切技术、优化纸箱结构、研发环保材料等,推动快递包装减量(100%)	针对防水袋,韵达采用了可降解材料替代了原PE材质。此外,韵达优化防水袋和信封的设计,降低了印刷面积,在原基础上简化降低油墨使用,促进环保。	企业提供
相关方沟通管理	快递包装减量——供应商沟通 [6%]	6.0	企业制定供应商管理制度办法,明确绿色采购要求(100%)	韵达制定了绿色采购制度,会要求供应商提供包装产品的检测报告,要求包装符合国家、行业标准。对于认证了绿色产品认证的供应商,韵达会纳入候选名录。对已合作的供应商,韵达也会沟通进行绿色产品认证。	企业提供
	快递包装减量——客户沟通 [7%]	3.5	引导客户进行绿色简约包装(50%)	韵达强化绿色包装宣传引导,不定期组织开展形式多样的绿色包装主题宣传活动,倡导绿色消费方式,普及绿色包装和回收知识;要求快递员在收件时,引导客户使用自有包装物对物品进行合理封装;在上门收件前,询问客户所寄物品内容及大小,使用适宜尺寸包装物进行封装,减少包装浪费。	《韵达股份2020年社会责任报告》
	快递包装减量——网点管理 [5%]	5.0	企业面向网点/加盟商制定包装操作相关的培训制度或管理办法(100%)	韵达将包装操作列入从业人员岗前培训和在岗培训内容,组织加盟网点和从业人员学习行业生态环保相关法律法规和政策文件,积极推行简约包装,有效降低邮件快件包装平均用量,杜绝快件过度包装和随意包装。	《韵达股份2020年社会责任报告》
目标与成效	公开快递包装减量、减少碳排放的目标 [7%]	0	未公布快递包装减量减碳目标相关信息(0%)	-	-
	公开快递包装减量、减少碳排放的成效 [21%]	0	未公布快递包装减量减碳成效相关信息(0%)	-	-
总分		68.5			

01 快递包装减量

邮政速递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
减量行动	电商快件不二次包装 [13%]	0	企业公布减少电商快件二次包装的行动措施,但未公布电商件不二次包装比例数据 (50%)	-	-
	胶带瘦身 [9%]	9.0	企业采取行动如使用45mm以下胶带、使用免胶包装等,实行胶带瘦身 (100%)	推广应用窄胶带,推广“一字”“十字”和“井字”科学打包法,避免胶带过度缠绕。	《中国邮政绿色发展报告(2018—2020年)》 ¹⁷
	填充物减量化 [16%]	16.0	企业采取行动如使用充气型缓冲物等,实行填充物减量化 (100%)	官网上提供不同包装物的规格尺寸,其中包含充气柱。	邮政速递官网
	新材料及新技术使用 [16%]	16.0	企业采取行动如应用自动裁切技术、优化纸箱结构、研发环保材料等,推动快递包装减量 (100%)	1. 邮科院研发的新型信盒、新型邮件集装容器、可循环封套、新型包装填充物、包装回收装置、可降解包装材料等产品已经在邮政企业推广应用。 2. 全面推广“轻装箱”,与2017年末同规格传统包装箱相比较,平均减少用纸20%以上。 3. 研制并试用可降解纤维素膜基材环保生物胶带。 4. 研发可降解塑料包装袋,其降解性能优越,有机成分(挥发性固体含量)大于51%,相对生物降解率大于90%。	1. 中国邮政,邮政快递绿色包装研发受业内关注 ¹⁸ 2. 邮政速递,绿色邮政绿动未来——中国邮政持续推进绿色行动助力建设美丽中国 ¹⁹
相关方沟通管理	快递包装减量——供应商沟通 [6%]	6.0	企业制定供应商管理制度办法,明确绿色采购要求 (100%)	中国邮政下发采购实施办法,对标行业新标准,积极构建绿色供应链,明确了采购项目范围和各单位责任分工,制定了窄胶带、新标准箱等符合国家环保要求的技术规范,下发新型包装箱、耗材、辅助物料等集采目录。	《中国邮政绿色发展报告(2018—2020年)》
	快递包装减量——客户沟通 [7%]	3.5	企业通过官网、APP、小程序等渠道公布不同类型包装物的材质尺寸收费等信息 (50%)	邮政速递官网上提供不同包装物的规格尺寸信息。	邮政速递官网
	快递包装减量——网点管理 [5%]	5.0	企业面向网点/加盟商制定包装操作相关的培训制度或管理办法 (100%)	强化内部培训,规范相关制度,完善绿色管理。根据行业生态环保要求,中国邮政重点对生态环境环保工作要求、行业生态环保法规政策、绿色包装操作规范等工作进行培训,并纳入中邮网院线上培训体系。	《中国邮政绿色发展报告(2018—2020年)》
目标与成效	公开快递包装减量、减少碳排放的目标 [7%]	0	未公布快递包装减量减碳目标相关信息 (0%)	-	-
	公开快递包装减量、减少碳排放的成效 [21%]	12.6	1. 企业公开胶带使用减少成效 (20%) 2. 企业公开快递包装减少碳排放量 (40%)	1. 胶带使用量减少成效:2020年全年胶带使用量比2017年末减少5亿米。 2. 减少碳排放:全网新标准封装箱、减小胶带宽度、提升电子面单使用率、使用免胶带箱等碳减排量为15551.74吨二氧化碳当量。	《中国邮政绿色发展报告(2018—2020年)》
总分		68.1			

17. URL: <http://www.chinapost.com.cn/html1/report/2103/762-1.htm>

18. URL: <http://www.chinapost.com.cn/html1/report/211084/1496-1.htm>

19. URL: <https://www.ems.com.cn/newsandinformation>

01 快递包装减量

苏宁易购物流					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
减量行动	电商快件不二次包装 [13%]	13.0	企业公布电商快件不二次包装比例数据, 并超过 70%(100%)	截至 2021 年 12 月, 电商快件不再二次包装率达到 99%。	苏宁物流 + 公众号, 减量化、可循环 国家邮政局副局长陈凯点赞苏宁易购绿色物流 ²⁰
	胶带瘦身 [9%]	9.0	企业采取行动如使用 45mm 以下胶带、使用免胶包装等, 实行胶带瘦身 (100%)	截至 2020 年底, 胶带减宽、减量填充物等绿色减量化包装实现 100% 覆盖。	《苏宁易购 2020 年企业社会责任报告》
	填充物减量化 [16%]	16.0	企业采取行动如使用充气型缓冲物等, 实行填充物减量化 (100%)	截至 2020 年底, 胶带减宽、减量填充物等绿色减量化包装实现 100% 覆盖。	《苏宁易购 2020 年企业社会责任报告》
	新材料及新技术使用 [16%]	16.0	企业采取行动如应用自动裁切技术、优化纸箱结构、研发环保材料等, 推动快递包装减量 (100%)	基于商品规格和结构, 对包装尺寸和型号设计进行优化 优化包装推荐算法, 提高“一家多件”场景包装推荐的准确率; 采购使用低重高强包装箱。	《苏宁易购 2020 年企业社会责任报告》
相关方沟通管理	快递包装减量——供应商沟通 [6%]	0	企业未公布与供应商沟通相关的行动信息 (0%)	-	-
	快递包装减量——客户沟通 [7%]	0	企业未公布与客户沟通相关的行动信息 (0%)	-	-
	快递包装减量——网点管理 [5%]	0	企业未公布与网点管理相关的行动信息 (0%)	-	-
目标与成效	公开快递包装减量、减少碳排放的目标 [7%]	1.4	企业公开胶带使用减少目标相关信息 (20%)	预计到 2021 年底, 42 毫米以下“超级瘦身胶带”封装比例 99%	苏宁物流 + 公众号, 11.11 “青城计划”升级以技术与效率打造绿色“新基建” ²¹
	公开快递包装减量、减少碳排放的成效 [21%]	8.4	企业公开快递包装减少碳排放量 (40%)	2021 年相比于 2018 年在包装环节实现单包裹减碳 56g。	苏宁物流 + 公众号, 苏宁易购物流“青城计划”交作业! 3 年单个包裹包装环节减碳 56g ²²
总分		63.8			

20. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/Q3ukJtoOJ7X6YKbwHM5jPA>21. URL: https://mp.weixin.qq.com/s/3SlxuPOZh3RlqMORer_Vdw22. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/Viwed3llmNKhhwNFVs8baQ>

01 快递包装减量

圆通速递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
减量行动	电商快件不二次包装 [13%]	13.0	企业公布电商快件不二次包装比例数据, 并超过 70%(100%)	2021 上半年, 公司收寄电商快递二次包装比例大幅降低, 全网电商快递不再二次包装比例超 80%。	圆通速递《2021 半年度报告》
	胶带瘦身 [9%]	9.0	企业采取行动如使用 45mm 以下胶带、使用免胶包装等, 实行胶带瘦身 (100%)	2021 年上半年, 瘦身胶带封装比例超 95%。	圆通速递《2021 半年度报告》
	填充物减量化 [16%]	0	企业未公布与填充物减量化相关的行动信息 (0%)	-	-
	新材料及新技术使用 [16%]	16.0	企业采取行动如应用自动裁切技术、优化纸箱结构、研发环保材料等, 推动快递包装减量 (100%)	2021 年 12 月起在海南省投放全生物降解塑料包装袋。	圆通之家公众号, 绿色圆通 可降解、无污染, 20 万个环保包装袋投入使用! 在这里, “绿色圆通” 有力彰显! ²³
相关方沟通管理	快递包装减量——供应商沟通 [6%]	6.0	企业制定供应商管理制度办法, 明确绿色采购要求 (100%)	1. 建立实施统一采购制度, 明确落实绿色采购要求。 2. 在供应商比选、物料采购入口将超标包装袋进行严格管控。	1. 圆通速递《2020 年度报告》 2. 圆通速递《2021 年度报告》
	快递包装减量——客户沟通 [7%]	3.5	引导客户进行绿色简约包装 (50%)	对商家客户进行绿色宣贯, 减少收寄环节的二次包装	圆通速递《2021 半年度报告》
	快递包装减量——网点管理 [5%]	5.0	企业面向网点 / 加盟商制定包装操作相关的培训制度或管理办法 (100%)	1. 制定并全网宣贯快件绿色包装规范指引, 开展全网包装摸底调查。 2. 公司制定了《网点规范操作标准》《网点评估考核管理办法》等一系列加盟商管理制度和标准。	1. 圆通速递《2020 年度报告》 2. 圆通速递《2021 年度报告》
目标与成效	公开快递包装减量、减少碳排放的目标 [7%]	0	未公布快递包装减量减碳目标相关信息 (0%)		
	公开快递包装减量、减少碳排放的成效 [21%]	0	未公布快递包装减量减碳成效相关信息 (0%)		
总分		52.5			

23. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/BT6SOUAaSXgwX7SUyVhWfA>

01 快递包装减量

德邦快递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
减量行动	电商快件不二次包装 [13%]	0	企业未公布与电商快件不二次包装相关的数据或行动信息 (0%)	-	-
	胶带瘦身 [9%]	9.0	企业采取行动如使用 45mm 以下胶带、使用免胶包装等, 实行胶带瘦身 (100%)	将透明胶带的宽度从 50mm 缩窄到 45mm, 快递胶袋的厚度从 7μm 降到 5μm, 截止到 2020 年底, 已累计投入使用 19860 万个。	德邦官网, 快递“瘦身”记: 德邦快递如何兼顾包装安全与绿色环保?
	填充物减量化 [16%]	16.0	企业采取行动如使用充气型缓冲物等, 实行填充物减量化 (100%)	在官网上有较为详细的包装材料介绍, 其中缓冲物含气柱袋。	德邦快递官网
	新材料及新技术使用 [16%]	16.0	企业采取行动如应用自动裁切技术、优化纸箱结构、研发环保材料等, 推动快递包装减量 (100%)	在工艺品等小件市场, 德邦快递推出各种适配包装, 减少产品的过度包装; 在传统大件市场, 德邦快递使用纸质包装替代原有的木架、塑料的包装方式。	德邦官网, 快递“瘦身”记: 德邦快递如何兼顾包装安全与绿色环保? ²⁴
相关方沟通管理	快递包装减量——供应商沟通 [6%]	0	企业未公布与供应商沟通相关的行动信息 (0%)	-	-
	快递包装减量——客户沟通 [7%]	3.5	企业通过官网、APP、小程序等渠道公布不同类型包装物的材质尺寸收费等信息 (50%)	在官网上有较为详细的包装材料介绍: 常规包装、木包装、缓冲物。	德邦快递官网
	快递包装减量——网点管理 [5%]	0	企业未公布与网点管理相关的行动信息 (0%)	-	-
目标与成效	公开快递包装减量、减少碳排放的目标 [7%]	0	未公布快递包装减量减碳目标相关信息 (0%)	-	-
	公开快递包装减量、减少碳排放的成效 [21%]	4.2	企业公开胶带使用减少成效 (20%)	截止到 2020 年底, 减宽减厚胶带投入使用直接减少塑料消耗 1324 吨。	德邦官网, 快递“瘦身”记: 德邦快递如何兼顾包装安全与绿色环保?
总分		48.7			

24. URL: <https://www.deppon.com/aboutus/newscenter/detail?contentid=8a7b021d78b1f2080178cf22b52a005b>

01 快递包装减量

申通快递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
减量行动	电商快件不二次包装 [13%]	13.0	企业公布电商快件不二次包装比例数据，并超过 70%(100%)	电商快件不二次包装比例 88%（2021 年汇报数据）	企业提供
	胶带瘦身 [9%]	9.0	企业采取行动如使用 45mm 以下胶带、使用免胶包装等，实行胶带瘦身 (100%)	2020 年瘦身胶带使用率 100%。	申通快递《2020 年社会责任报告》
	填充物减量化 [16%]	0	企业未公布与填充物减量化相关的行动信息 (0%)	-	-
	新材料及新技术使用 [16%]	0	企业未公布与新材料新技术相关的行动信息 (0%)	-	-
相关方沟通管理	快递包装减量——供应商沟通 [6%]	0	企业未公布与供应商沟通相关的行动信息 (0%) ²⁵	-	-
	快递包装减量——客户沟通 [7%]	3.5	引导客户进行绿色简约包装 (50%)	针对客户，开始在网点张贴包装规范告知书，告知不过度包装知识	企业提供
	快递包装减量——网点管理 [5%]	5.0	企业面向网点 / 加盟商制定包装操作相关的培训制度或管理办法 (100%)	公司举办了多场针对网点的绿色环保包装培训，对《邮件快件包装规范》进行了宣贯和解读，传达绿色包装标准化、减量化和可循环化的要求，并针对包装材料、包装方式、填充物使用和选取、胶带封装方法，进行详细的讲解和操作演练，避免过度包装。	申通快递《2021 年半年度报告》
目标与成效	公开快递包装减量、减少碳排放的目标 [7%]	1.4	企业仅公布物流总碳排放量减少目标 (20%)	通过绿色物流投入，预计每个快件的碳效率提高 55% 左右	申通之声公众号，官媒走进申通：“千亿”时代如何让快递变绿？申通这么干…… ²⁶
	公开快递包装减量、减少碳排放的成效 [21%]	0	未公布快递包装减量减碳成效相关信息 (0%)	-	-
总分		31.9			

25. 申通快递相关负责人表示，开始和包装供应商要求物料包装尝试循环使用

26. URL: https://mp.weixin.qq.com/s/pwDleGqmmvjaSatPfvXr_w

01 快递包装减量

百世快递和极兔速递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
减量行动	电商快件不二次包装 [13%]	0	企业未公布与电商快件不二次包装相关的数据或行动信息 (0%)	-	-
	胶带瘦身 [9%]	0	企业未公布与胶带瘦身包装相关的信息 (0%)	-	-
	填充物减量化 [16%]	0	企业未公布与填充物减量化相关的行动信息 (0%)	-	-
	新材料及新技术使用 [16%]	0	企业未公布与新材料新技术相关的行动信息 (0%)	-	-
相关方沟通管理	快递包装减量——供应商沟通 [6%]	0	企业未公布与供应商沟通相关的行动信息 (0%)	-	-
	快递包装减量——客户沟通 [7%]	3.5	企业通过官网、APP、小程序等渠道公布不同类型包装物的材质尺寸收费等信息，或引导客户进行绿色简约包装 (50%)	极兔速递绿色包装要求条款：“若自备包装物，需选用绿色环保、无毒无害的包装物，包装操作时除注意安全外也应注重环保和节约。”	极兔速递 - 电子运单契约条款
	快递包装减量——网点管理 [5%]	0	企业未公布与网点管理相关的行动信息 (0%)	-	-
目标与成效	公开快递包装减量、减少碳排放的目标 [7%]	0	未公布快递包装减量减碳目标相关信息 (0%)	-	-
	公开快递包装减量、减少碳排放的成效 [21%]	0	未公布快递包装减量减碳成效相关信息 (0%)	-	-
总分		3.5			

快递企业得分卡 2 / 可循环快递包装应用

京东物流					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
循环行动	循环中转袋使用率 [14%]	14.0	企业公布循环中转袋使用率数据, 并超过 90% (100%)	根据 2020 年 12 月 31 日数据, 循环中转袋平均使用率已经超过 98%	《2020 年京东集团环境、社会及管治报告》
	循环箱 (袋) 使用率 [24%]	12.0	企业公布循环箱 (袋) 投放数量 / 使用次数, 但未公布循环箱 (袋) 使用率 (50%)	1. 青流箱已在国内 30 多个城市进行常态化使用, 2017 年 12 月至 2020 年累积使用量达 1,600 余万次。 2. 至 2021 年 6 月, 常温青流箱、循环生鲜保温箱等累计循环使用约 2 亿次。	1. 《2020 年京东集团环境、社会及管治报告》 2. 京东物流官网, 青流计划 ²⁷
	循环箱 (袋) 的流通循环 [9%]	9.0	企业通过采用 RFID 等信息化技术、建立回收渠道等方式实现循环箱 (袋) 的识别、追踪和再利用 (100%)	青流箱配合循环包装管理系统, 借助唯一码和 RFID 管理技术, 实现全流程监控。	《2018-2020 年京东集团可持续发展报告》
	报废循环箱 (袋) 的回收处理 [5%]	5.0	企业采取措施对报废的循环箱 (袋) 进行回收、贮存, 交由具有相应技术能力的单位回收利用, 不能回收利用的委托有资质的单位进行最终处置。 (100%)	青流箱由可回收材料制成, 破损后可回收再造。	《2018-2020 年京东集团可持续发展报告》
	共享合作 [8%]	0	企业未公布与其他企业开展循环包装共享共用相关的信息 (0%)	-	-
相关方沟通管理	可循环快递包装应用——供应商沟通 [5%]	5.0	企业制定针对循环快递包装的采购管理制度办法 (100%)	1. 制定《绿色采购管理规定》等绿色采购相关标准和制度。 2. 循环快递包装采购技术标准有相关规定要求, 规范循环次数, 采用标准化规格等。	1. 《2020 年京东集团环境、社会及管治报告》 2. 企业提供
	可循环快递包装应用——客户沟通 [7%]	0	企业未公布与客户沟通相关的信息 ²⁸ (0%)	-	-
目标与成效	公开循环箱 (袋) 投放使用、减少碳排放的目标 [7%]	1.4	企业仅公布物流业务 / 快递包装整体碳排放量减少目标 (20%)	京东物流承诺, 与 2019 年相比, 到 2030 年碳排放总量减少 50%。	《2020 年京东集团环境、社会及管治报告》
	公开循环箱 (袋) 应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效 [21%]	0	企业未公布循环箱 (袋) 减少一次性包装用量及减碳成效相关信息 ²⁹ (0%)	-	-
总分		46.4			

27. URL: <https://www.jdl.cn/plan/>

28. 据悉, 京东前期上线消费者循环包装可选模块, 消费者可自行选择循环包装, 页面提示消费者配合空箱回收。URL: https://www.sohu.com/a/253839255_161623

29. 京东官网信息显示, 至 2021 年 6 月, 常温青流箱、循环生鲜保温箱等累计循环使用约 2 亿次。通过联动品牌商直发包装及纸箱循环利用, 节约约 100 亿个快递纸箱。URL: <https://www.jdl.cn/plan>

02 可循环快递包装应用

顺丰速运					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
循环行动	循环中转袋使用率 [14%]	0	企业未公布与循环中转袋使用率相关的数据信息 (0%)	-	-
	循环箱（袋）使用率 [24%]	12.0	企业公布循环箱（袋）投放数量 / 使用次数，但未公布循环箱（袋）使用率 (50%)	1.2020 年丰 BOX 循环约 700 万次。 2.截至 2021 年上半年，循环箱累计循环 2,180 万次。	1.《顺丰控股 2020 可持续发展报告》 2.《顺丰控股 202 半年度报告》
	循环箱（袋）的流通循环 [9%]	9.0	企业通过采用 RFID 等信息化技术、建立回收渠道等方式实现循环箱（袋）的识别、追踪和再利用 (100%)	1.通过研发可循环包装、搭建顺丰循环运营平台进行数据管理。 2.推出全新 π-Box 并将循环管理系统升级，从包装投放到回收实现闭环管理。	1.《2021 顺丰控股碳目标白皮书》 2.顺丰集团公众号，始于物流 不止物流 顺丰行业解决方案亮相物博会 ³⁰
	报废循环箱（袋）的回收处理 5%]	5.0	企业采取措施对报废的循环箱（袋）进行回收、贮存，交由具有相应技术能力的单位回收利用，不能回收利用的委托有资质的单位进行最终处置。(100%)	顺丰同城快递包装循环生态包含报废返厂环节。	《顺丰控股 2020 可持续发展报告》
	共享合作 [8%]	0	企业未公布与其他企业开展循环包装共享共用相关的信息 (0%)	-	-
相关方沟通管理	可循环快递包装应用——供应商沟通 [5%]	2.5	企业制定供应商管理制度办法，但未明确针对循环快递包装的要求 (50%)	制定《采购供应链中心绿色采购管理规定》。	《顺丰控股 2020 可持续发展报告》
	可循环快递包装应用——客户沟通 [7%]	7.0	企业通过官网、APP、小程序等渠道宣传推广可循环快递包装，并通过积分奖励等方式引导客户使用可循环快递包装 (100%)	倡导客户使用可持续包装及回收纸箱，并实施激励机制，生成相应的“碳积分”，客户可使用碳积分兑换“顺丰券”，或兑换“顺丰碳中和林”新树种植。	《2021 顺丰控股碳目标白皮书》
目标与成效	公开循环箱（袋）投放使用、减少碳排放的目标 [7%]	1.4	企业仅公布物流业务 / 快递包装整体碳排放量减少目标 (20%)	1.较 2020 年，2021 年绿色包装计划减少温室气体排放 6 万吨，2025 年绿色包装材料计划减少温室气体排放 40 万吨。 2.2030 年实现实现自身碳效率相较于 2021 年提升 55%，每个快件包裹的碳足迹相较于 2021 年降低 70%。	1.《顺丰控股 2020 可持续发展报告》 2.《2021 顺丰控股碳目标白皮书》
	公开循环箱（袋）应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效 [21%]	4.2	企业仅公布物流业务 / 快递包装整体碳排放量减少成效 (20%)	1.2020 年合计减少碳排放约 7 万吨。 2.2021 年上半年累计减少碳排放约 3.5 万吨。	1.《顺丰控股 2020 可持续发展报告》 2.《顺丰控股 2021 半年度报告》
总分		41.1			

30. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/dpXM7zMv-0rd8ak7nS7Mog>

02 可循环快递包装应用

邮政速递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
循环行动	循环中转袋使用率 [14%]	14.0	企业公布循环中转袋使用率数据,并超过90%(100%)	可循环容器在中转环节利用率超过92%,比2017年同比每年减少一次性编织袋数十亿条。	《中国邮政绿色发展报告(2018—2020年)》
	循环箱(袋)使用率 [24%]	12.0	企业公布循环箱(袋)投放数量/使用次数,但未公布循环箱(袋)使用率(50%)	截至2021年9月底,邮政全网可循环快递箱(盒)使用量达43.2万个;截至2021年11月,由邮政科学研究规划院研发的魔术贴可循环封套已在广西壮族自治区、山西省邮政分公司试点投入1万余个。	《绿色邮政 绿动未来——中国邮政持续推进绿色行动助力建设美丽中国》
	循环箱(袋)的流通循环 [9%]	9.0	企业通过采用RFID等信息化技术、建立回收渠道等方式实现循环箱(袋)的识别、追踪和再利用(100%)	1. 试点使用循环箱并不断扩大循环箱使用规模,初步建立了邮政可循环包装箱的回收体系;使用RFID技术追踪邮袋,促进邮袋循环使用,降低包装耗材对生态环境的负面影响。 2. 魔术贴采用了特种胶水进行粘贴,可确保魔术贴重复使用最高2000次不损坏,在其封口位置还配置了RFID唯一身份标签,实现寄递全流程跟踪、智能化管理。	1.《中国邮政绿色发展报告(2018—2020年)》 2. 邮政速递,绿色邮政 绿动未来——中国邮政持续推进绿色行动助力建设美丽中国
	报废循环箱(袋)的回收处理 5%	0	企业未公布与报废循环箱(袋)回收处置相关的信息(0%)	-	-
	共享合作 [8%]	0	企业未公布与其他企业开展循环包装共享共用相关的信息(0%)	-	-
相关方沟通管理	可循环快递包装应用——供应商沟通 [5%]	5.0	企业制定针对循环快递包装的采购管理制度办法(100%)	中国邮政下发采购实施办法,对标行业新标准,积极构建绿色供应链,明确了采购项目范围和相关单位责任分工,制定了可循环容器等符合国家环保要求的技术规范。	《中国邮政绿色发展报告(2018—2020年)》
	可循环快递包装应用——客户沟通 [7%]	0	企业未公布与客户沟通相关的信息(0%)	-	-
目标与成效	公开循环箱(袋)投放使用、减少碳排放的目标 [7%]	0	企业未公布循环箱(袋)使用及减碳目标相关信息(0%)	-	-
	公开循环箱(袋)应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效 [21%]	0	企业未公布循环箱(袋)减少一次性包装用量及减碳成效相关信息(0%)	-	-
总分		40.0			

02 可循环快递包装应用

圆通速递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
循环行动	循环中转袋使用率 [14%]	14.0	企业公布循环中转袋用率数据, 并超过 90%(100%)	截至 2021 年上半年, 循环中转袋在全网转运中心使用率超过 96%。	《圆通速递 2021 年度报告》
	循环箱 (袋) 使用率 [24%]	12.0	企业公布循环箱 (袋) 投放数量 / 使用次数, 但未公布循环箱 (袋) 使用率 (50%)	公司在全网逐步投放、使用可循环快递箱, 截至报告期末, 全网投放 8000 余个。	《圆通速递 2021 年度报告》
	循环箱 (袋) 的流通循环 [9%]	9.0	企业通过采用 RFID 等信息化技术、建立回收渠道等方式实现循环箱 (袋) 的识别、追踪和再利用 (100%)	绿色可循环快递箱采用添加了 RFID 电子标签, 一环一码, 配合电子面单, 能有效进行耗材的数据化管理和箱子的生命周期管理。	圆通之家公众号, 绿色圆通 圆通新型绿色可循环快递箱在京亮相 ³¹
	报废循环箱 (袋) 的回收处理 [5%]	0	企业未公布与报废循环箱 (袋) 回收处置相关的信息 (0%)	-	-
	共享合作 [8%]	0	企业未公布与其他企业开展循环包装共享共用相关的信息 (0%)	-	-
相关方沟通管理	可循环快递包装应用——供应商沟通 [5%]	2.5	企业制定供应商管理制度办法, 但未明确针对循环快递包装的要求 (50%)	建立实施统一采购制度, 明确落实绿色采购要求。	圆通速递《2020 年度报告》
	可循环快递包装应用——客户沟通 [7%]	0	企业未公布与客户沟通相关的信息 (0%)	-	-
目标与成效	公开循环箱 (袋) 投放使用、减少碳排放的目标 [7%]	0	企业未公布循环箱 (袋) 使用及减碳目标相关信息 (0%)	-	-
	公开循环箱 (袋) 应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效 [21%]	0	企业未公布循环箱 (袋) 减少一次性包装用量及减碳成效相关信息 (0%)	-	-
总分		37.5			

31. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/gYXzfE4w02Jq6L3VY3dkXQ>

02 可循环快递包装应用

韵达速递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
循环行动	循环中转袋使用率 [14%]	14.0	企业公布循环中转袋使用率数据, 并超过 90% (100%)	1. 截至 2020 年底, RFID 环保袋数量全网流转近 800 万, 分拨中心使用率达 95%。 2. 截至 2021 年上半年, 韵达环保袋全网使用率近 90%, 日均使用近百万次。	1. 《韵达股份 2020 社会责任报告》 2. 《韵达控股股份有限公司 2021 年半年度报告》
	循环箱 (袋) 使用率 [24%]	12.0	企业公布循环箱 (袋) 投放数量 / 使用次数, 但未公布循环箱 (袋) 使用率 (50%)	截止 2021 年 12 月, 韵达总共投入约 25000 个循环箱, 探索 2C 场景的包装循环机制。	企业提供
	循环箱 (袋) 的流通循环 [9%]	9.0	企业通过采用 RFID 等信息化技术、建立回收渠道等方式实现循环箱 (袋) 的识别、追踪和再利用 (100%)	1. 循环箱配备 RFID 芯片, 作为唯一标志, 可以进行物流信息溯源, 方便循环箱的管控。 2. 韵达正与供应商合作完善循环机制。韵达负责正向、逆向物流和回收循环箱。供应商在社区设置回收点, 方便韵达网点回收。	企业提供
	报废循环箱 (袋) 的回收处理 [5%]	0	企业未公布与报废循环箱 (袋) 回收处置相关的信息 ³² (0%)	-	-
	共享合作 [8%]	0	企业未公布与其他企业开展循环包装共享共用相关的信息 (0%)	-	-
相关方沟通管理	可循环快递包装应用——供应商沟通 [5%]	2.5	企业制定供应商管理制度办法, 但未明确针对循环快递包装的要求 ³³ (50%)	韵达制定了绿色采购制度, 会要求供应商提供包装产品的检测报告, 要求包装符合国家、行业标准。	企业提供
	可循环快递包装应用——客户沟通 [7%]	0	企业未公布与客户沟通相关的信息 (0%)	-	-
目标与成效	公开循环箱 (袋) 投放使用、减少碳排放的目标 [7%]	0	企业未公布循环箱 (袋) 使用及减碳目标相关信息 (0%)	-	-
	公开循环箱 (袋) 应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效 [21%]	0	企业未公布循环箱 (袋) 减少一次性包装用量及减碳成效相关信息 (0%)	-	-
总分		37.5			

32. 韵达速递相关负责人表示, 韵达会统一回收坏掉的循环箱并按可回收垃圾处理。

33. 韵达速递相关负责人表示, 要求循环箱符合绿色产品评价等国家、行业标准。

02 可循环快递包装应用

苏宁易购物流					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
循环行动	循环中转袋使用率 [14%]	14.0	企业公布循环中转袋使用率数据, 并超过 90%(100%)	截至 2020 年, 循环中转袋使用率达 90% 以上。	《苏宁易购 2020 年企业社会责任报告》
	循环箱(袋)使用率 [24%]	12.0	企业公布循环箱(袋)投放数量/使用次数, 但未公布循环箱(袋)使用率 (50%)	包装方面, 共享快递盒作为苏宁易购物流绿色循环包装的创新标杆产品, 全国累计投放量突破 40 万只, 投放使用累计超过 1.5 亿次。	苏宁物流+公众号, 苏宁易购物流“青城计划”交作业! 3 年单个包裹包装环节减碳 56g》
	循环箱(袋)的流通循环 [9%]	0	企业未公布与循环箱(袋)流通循环相关的信息 (0%)	-	-
	报废循环箱(袋)的回收处理 [5%]	0	企业未公布与报废循环箱(袋)回收处置相关的信息 (0%)	-	-
	共享合作 [8%]	0	企业未公布与其他企业开展循环包装共享共用相关的信息 (0%)	-	-
相关方沟通管理	可循环快递包装应用——供应商沟通 [5%]	0	企业未公布与供应商沟通相关的信息 (0%)	-	-
	可循环快递包装应用——客户沟通 [7%]	0	企业未公布与客户沟通相关的信息 (0%)	-	-
目标与成效	公开循环箱(袋)投放使用、减少碳排放的目标 [7%]	0	企业未公布循环箱(袋)使用及减碳目标相关信息 (0%)	-	-
	公开循环箱(袋)应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效 [21%]	8.4	企业公开可循环快递包装应用减排(减少碳排放量)的成效 (40%)	共享快递盒作为苏宁易购物流绿色循环包装的创新标杆产品, 全国累计投放量突破 40 万只, 投放使用累计超过 1.5 亿次, 节约的胶带可绕地球 9.35 圈, 节约 6000 多吨碳排放。	苏宁物流+公众号《苏宁易购物流“青城计划”交作业! 3 年单个包裹包装环节减碳 56g》
总分		34.4			

02 可循环快递包装应用

申通快递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
循环行动	循环中转袋使用率 [14%]	14.0	企业公布循环中转袋使用率数据, 并超过 90%(100%)	截止 2020 年, 全网 RFID 环保袋使用率 99%。	《申通快递 2020 年社会责任报告》
	循环箱 (袋) 使用率 [24%]	12.0	企业公布循环箱 (袋) 投放数量 / 使用次数, 但未公布循环箱 (袋) 使用率 (50%)	1. 循环箱在上海浙江开展内部试点投放。 2. 循环箱试点已投入近 5000 个运作。	1. 申通之声公众号, 又美又环保, 史上最 IN 的可循环包装箱来啦! ³⁴ 2. 企业提供
	循环箱 (袋) 的流通循环 [9%]	0	企业未公布与循环箱 (袋) 流通循环相关的信息 (0%)	-	-
	报废循环箱 (袋) 的回收处理 [5%]	0	企业未公布与报废循环箱 (袋) 回收处置相关的信息 (0%)	-	-
	共享合作 [8%]	0	企业未公布与其他企业开展循环包装共享共用相关的信息 ³⁵ (0%)	-	-
相关方沟通管理	可循环快递包装应用——供应商沟通 [5%]	0	企业未公布与供应商沟通相关的信息 (0%) ³⁶	-	-
	可循环快递包装应用——客户沟通 [7%]	0	企业未公布与客户沟通相关的信息 (0%)	-	-
目标与成效	公开循环箱 (袋) 投放使用、减少碳排放的目标 [7%]	1.4	企业仅公布物流业务 / 快递包装整体碳排放量减少目标 (20%)	通过绿色物流投入, 预计可以给每个快件的碳效率提高 55% 左右	申通之声公众号, 官媒走进申通: “千亿”时代如何让快递变绿? 申通这么干……
	公开循环箱 (袋) 应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效 [21%]	0	企业未公布循环箱 (袋) 减少一次性包装用量及减碳成效相关信息 (0%)	-	-
总分		27.4			

34. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/JNQn4UVWpnefRwQWn0rRQw>

35. 申通快递相关负责人表示, 与可循环包装企业探讨合作可循环快递包装规模化试点。

36. 申通快递相关负责人表示, 与菜鸟共同开展可循环快递包装规模化试点, 并在物料采购等方面共同合作。

02 可循环快递包装应用

中通快递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
循环行动	循环中转袋使用率 [14%]	14.0	企业公布循环中转袋使用率数据，并超过 90%(100%)	截止 2020 年底，中通快递全网可循环中转袋使用率 95.22%。	《2020 年中通快递集团企业社会责任报告》
	循环箱（袋）使用率 [24%]	0	企业未公布与循环箱（袋）使用率相关的数据信息 (0%)	-	-
	循环箱（袋）的流通循环 [9%]	0	企业未公布与循环箱（袋）流通循环相关的信息 (0%)	-	-
	报废循环箱（袋）的回收处理 [5%]	0	企业未公布与报废循环箱（袋）回收处置相关的信息 (0%)	-	-
	共享合作 [8%]	0	企业未公布与其他企业开展循环包装共享共用相关的信息 (0%)	-	-
相关方沟通管理	可循环快递包装应用——供应商沟通 [5%]	2.5	企业制定供应商管理制度办法，但未明确针对循环快递包装的要求 (50%)	制定《中通集团绿色采购制度》。	《2020 年中通快递集团企业社会责任报告》
	可循环快递包装应用——客户沟通 [7%]	0	企业未公布与客户沟通相关的信息 (0%)	-	-
目标与成效	公开循环箱（袋）投放使用、减少碳排放的目标 [7%]	1.4	企业仅公布物流业务 / 快递包装整体碳排放量减少目标 (20%)	中通快递计划在未来五年将单个包裹的平均碳排放量降低 20%。	《中通快递 2020 年第四季度 Investor Report Presentation》
	公开循环箱（袋）应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效 [21%]	4.2	企业仅公布物流业务 / 快递包装整体碳排放量减少成效 (20%)	2020 年中通快递集团（不含加盟网点）每件快递产生 0.061kg，较 2019 年下降 22%。	《2020 年中通快递集团企业社会责任报告》
总分		22.1			

02 可循环快递包装应用

百世快递和极兔速递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
循环行动	循环中转袋使用率 [14%]	7.0	企业公布循环中转袋投放数量 / 使用次数，但未公布循环中转袋使用率 (50%)	截至 2020 年 12 月，百世快递总计投入环保集包袋 900 万条，循环使用次数累计达 2.8 亿次。	《百世集团 2020 年企业社会责任报告》
	循环箱（袋）使用率 [24%]	0	企业未公布与循环箱（袋）使用率相关的数据信息 (0%)	-	-
	循环箱（袋）的流通循环 [9%]	0	企业未公布与循环箱（袋）流通循环相关的信息 (0%)	-	-
	报废循环箱（袋）的回收处理 [5%]	0	企业未公布与报废循环箱（袋）回收处置相关的信息 (0%)	-	-
	共享合作 [8%]	0	企业未公布与其他企业开展循环包装共享共用相关的信息 (0%)	-	-
相关方沟通管理	可循环快递包装应用——供应商沟通 [5%]	0	企业未公布与供应商沟通相关的信息 (0%)	-	-
	可循环快递包装应用——客户沟通 [7%]	0	企业未公布与客户沟通相关的信息 (0%)	-	-
目标与成效	公开循环箱（袋）投放使用、减少碳排放的目标 [7%]	0	企业未公布循环箱（袋）使用及减碳目标相关信息 (0%)	-	-
	公开循环箱（袋）应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效 [21%]	0	企业未公布循环箱（袋）减少一次性包装用量及减碳成效相关信息 (0%)	-	-
总分		7.0			

02 可循环快递包装应用

德邦快递					
一级指标	二级指标及权重	得分	指标得分率	信息依据	信息来源
循环行动	循环中转袋使用率 [14%]	7.0	企业公布循环中转袋投放数量 / 使用次数，但未公布循环中转袋使用率（50%）	截止 2021 年 1 月，德邦快递已投放循环中转袋 10 多万个，主要以场内循环为主，覆盖多个外场和千条线路，累计使用 500 多万次，单袋最高循环次数 147 次。	德邦官网，快递“瘦身”记：德邦快递如何兼顾包装安全与绿色环保？
	循环箱（袋）使用率 [24%]	0	企业未公布与循环箱（袋）使用率相关的数据信息 (0%)	-	-
	循环箱（袋）的流通循环 [9%]	0	企业未公布与循环箱（袋）流通循环相关的信息 (0%)	-	-
	报废循环箱（袋）的回收处理 [5%]	0	企业未公布与报废循环箱（袋）回收处置相关的信息 (0%)	-	-
	共享合作 [8%]	0	企业未公布与其他企业开展循环包装共享共用相关的信息 (0%)	-	-
相关方沟通管理	可循环快递包装应用——供应商沟通 [5%]	0	企业未公布与供应商沟通相关的信息 (0%)	-	-
	可循环快递包装应用——客户沟通 [7%]	0	企业未公布与客户沟通相关的信息 (0%)	-	-
目标与成效	公开循环箱（袋）投放使用、减少碳排放的目标 [7%]	0	企业未公布循环箱（袋）使用及减碳目标相关信息 (0%)	-	-
	公开循环箱（袋）应用对减少一次性包装用量、减少碳排放的成效 [21%]	0	企业未公布循环箱（袋）减少一次性包装用量及减碳成效相关信息 (0%)	-	-
总分		7.0			

快递包装测评及网点调研

除了调研企业公开披露的快递包装减量、可循环快递包装应用相关信息，本报告项目组同时组织开展了快递包裹包装测评及网点调研工作²⁸（以下简称“测评调研”），以期从一线视角补充观察快递包装绿色转型表现。主要补充信息²⁹如下。

原装直发比例仍然较低

快递包装减量中，原装直发可以避免电商快件二次包装、降低快递包装操作人为因素的不可控性，是京东物流、苏宁易购物流等电商物流企业实现快递包装绿色转型的重要举措。但原装直发的应用受商品品类、运输距离限制，行业整体应用比例仍然较低。本次测评调研的包裹样本中，原装直发比例只有 11.34%。

充气型缓冲物需扩大应用范围

相较于发泡类填充物、传统气泡膜等缓冲物，气柱袋等充气型缓冲物可以减少塑料用量，有助于快递包装减量。本次测评调研的包裹样本中，使用充气型缓冲物的包裹占使用缓冲物的包裹的比例为 44%，与使用发泡类填充物、传统气泡膜的相当。

原装直发包裹 11 个		非原装直发包裹 86 个		
		未使用缓冲物 50 个	使用缓冲物 36 个	
外包装使用包装袋的包裹共 33 个，94% (31 个) 未使用缓冲物		外包装使用纸箱的包裹共 53 个，19% (19 个) 未使用缓冲物	使用气柱袋等充气型缓冲物 16 个	使用发泡类填充物、传统气泡膜等传统缓冲物 16 个
				其他（使用植物纤维缓冲物或混合使用多种缓冲物） 4 个

超过 8 成受访快递员表示曾接受快递包装相关培训

关于网点监督与管理，桌面调研结果显示仅少数快递企业披露了部分信息，但实地调研发现，85% 的受访快递员表示参加过公司关于快递包装物选择、包装层数、填充物使用、胶带缠绕等方面的培训。

客户在寄件环节对快递包装操作有一定影响

在客户提出要求多使用快递包装以保证物品安全时，42.5% 的受访快递员选择根据客户要求打包，35% 的受访快递员选择根据公司标准，其余则表示需综合考虑安全等因素。

快递包装回收再用是网点驿站常见举措

在末端的网点驿站，快递包装（尤其是纸箱）回收再用是常见的举措，客户收取快递后可将快递包装袋或纸箱留在驿站，可再次使用的网点将用于寄件包装，报废的则交由社会化回收人员处理。

28. 本报告项目组于 2021 年 12 月 -2022 年 1 月公开招募志愿者参与快递包装包裹测评及网点调研，共收集 97 份包裹测评反馈及 40 份网点调研反馈。
29. 此处仅整理可在桌面调研之外予以补充参考的信息。

术语与定义

双碳	即碳达峰与碳中和的简称。中国力争 2030 年前实现碳达峰，2060 年前实现碳中和。碳达峰（peak carbon dioxide emissions）就是指在某一个时点，二氧化碳的排放不再增长达到峰值，之后逐步回落。碳中和（carbon neutrality），节能减排术语，指国家、企业、产品、活动或个人在一定时间内直接或间接产生的二氧化碳或温室气体排放总量，通过植树造林、节能减排等形式，以抵消自身产生的二氧化碳或温室气体排放量，实现正负抵消，达到相对“零排放”。
碳足迹	Carbon Footprint，是指企业机构、活动、产品或个人通过交通运输、食品生产和消费以及各类生产过程等引起的温室气体排放的集合。
碳效率	碳效率（Carbon Efficiency）就是对主体产生碳足迹效率的一种量化方法，一般是采用公司年收入与对应年度的碳排放量相比来计算，表达式为二氧化碳当量（tCO ₂ e）的吨数除以年收入。是计算公司碳效率的重要基础。
绿色包装	在包装产品全生命周期中，在满足包装功能要求的前提下，对人体健康和生态环境危害小、资源能源消耗少的包装。[来源：GB/T 37422-2019]
可循环快递包装	可重复使用包装，是在重复使用系统内，预期或有计划地完成最少传递或周转次数的包装或包装组件。[来源：GB/T 16716.3-2018] 可循环快递包装，指可重复使用的快递包装，包括循环中转袋、循环箱。
循环中转袋	应用于企业端，在快件分拨、转运、处理等环节中可重复使用的集装容器。
循环箱（袋）	应用于企业到个人消费者、以及个人消费者间，可重复使用的快递封装用品。
填充物	在邮件和快件中，填充于内件和外包装之间的、能够起到缓冲和保护作用的物品。[来源：YZ/T 0166-2018]
瘦身胶带	指宽度为 45 毫米以下的窄胶带。
“9792” 目标	是国家邮政局 2020 年部署的生态环保工作目标之一，即“瘦身胶带”封装比例达 90%，电商快件不再二次包装率达 70%，循环中转袋使用率达 90%，新增 2 万个设置标准包装废弃物回收装置的邮政快递网点。
RFID 技术	即射频识别技术，RFID 技术可与通信、软硬件及平台技术相结合，通过实时信息采集实现循环容器的有效监控和管理。
GRI 标准	全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI），是一家独立的国际组织。GRI 标准是一套关联性很强的报告标准，帮助组织公开披露其经济、环境和社会影响，以及于可持续发展方面的贡献。GRI 标准代表了在汇报可持续发展信息领域的全球最佳实践，价值主要体现在提高报告的质量与可比性。

参考文献

- [1] 国家邮政局, 2021, 国家邮政局公布 2021 年邮政行业运行情况, URL: <http://www.spb.gov.cn/gjyzj/c100276/202201/74c80cf2fd7b44c3aa5d6facb464bcb8.shtml>
- [2] 周扬, 甘陆军, 韩方方, 基于生命周期评价的快递碳足迹核算. 物流技术, 2021(40):104-109,142.
- [3] 中央财经大学绿色金融国际研究院、新浪财经 ESG. (2019). 《中国 ESG 发展白皮书》.
- [4] 科技日报, 2020, 业内人士表示: 我国电商件占快递业务量超过 80%, URL:<http://www.xhyb.net.cn/caijing/2020/1218/138411.html>
- [5] 王姿怡, 义艺, 孙锲. 快递包装的能耗现状及对策分析 [J]. 包装工程, 2019, 40(3):143-148.WANG Zi-yi,Yi Yi,SUN Qie.Present Situation and Countermeasures of Energy Consumption of Express Package.Packaging Engineering, 2019, 40(3):143-148.
- [6] 经济日报, 2021, 快递包装如何“瘦”下去, URL: http://www.gov.cn/xinwen/2021-08/30/content_5634068.htm
- [7] 中国邮政, 2021, 坚持绿色发展 共创绿色未来——中国邮政绿色发展报告(2018 年 -2020 年), URL: <http://www.chinapost.com.cn/html1/report/2103/762-1.htm>
- [8] 徐健, 刘晓玉, 王保升. 缓冲气柱袋在运输包装中的应用设计及研究现状 [J]. 印刷技术, 2016(4):3.
- [9] 国家邮政局发展研究中心, 2021, 2020-2021 中国快递物流发展报告.
- [10] 诸大建, 从可持续发展到循环型经济 [J]. 世界环境, 2000(3):7.
- [11] Lin, G., Chang, H., Li, X., Li, R., & Zhao, Y. (2021). Integrated environmental impacts and C-footprint reduction potential in treatment and recycling of express delivery packaging waste. Resources, Conservation and Recycling, 106078.
- [12] 界面新闻, 2021, 百世集团完成将国内快递业务售予极兔速递, URL: <https://www.jiemian.com/article/6923364.html>

免责声明

本报告由摆脱塑缚编制。报告中用以评价快递企业包装绿色化行动的信息数据，为国家邮政主管部门公布，或所涉企业自行披露（出处包括企业的社会责任报告，环境、社会及管治报告，企业的官方网站、官方微信公众号、官方微博账号），其发布时间区间为 2020 年 10 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。报告所引信息数据如若存在错误或疏漏，摆脱塑缚概不负责。

编写组已于本报告发布前，尝试通过电子邮件等方式与报告所涉 10 家企业进行联系，并将企业于 2022 年 3 月 21 日前所反馈之勘误、意见，酌情增补到报告中，少数企业未回复编写组的咨询。报告发布之后，所涉企业若发现报告中某处信息有误，可通过电子邮箱 actionnow@btsf.org.cn 与我们联系，沟通更正。

对于本报告所提供信息所导致的任何直接的或者间接的后果，本报告不作为摆脱塑缚承担任何法律责任的依据或者凭证。

本报告之声明及修改权、更新权及最终解释权归摆脱塑缚所有。

