



摆脱塑缚
Plastic Free China



外卖“无需餐具” 落实情况及改进建议

无需餐具



前言

我们是谁？

摆脱塑缚是一个以企业、公众与政策倡导为主，以消除生活与环境中的塑料污染为目标的机构。摆脱塑缚致力推动若干快消零售领域里一次性塑料制品消耗较大的领域的减塑，如：电商和外卖行业等，倡导一次性塑料制品的减量，推动行业以更可持续的方案来替代“用完即弃”的生活和消费方式，摆脱过于依赖一次性塑料包装与用品所造成的环境和健康问题。

我们为什么关注“无需餐具”问题？

截至 2022 年 12 月，我国外卖用户已增加到 5.2 亿。据清华大学环境学院循环经济产业研究中心主任温宗国介绍，2020 年外卖订单数高达 170 多亿，每年增速维持在 30%到 40%。到 2023 年，外卖塑料垃圾的产生量可能达到 60 万吨到 100 万吨，对于社会环境来说是非常沉重的负担。

外卖塑料污染需要从根源治理，而现行政策和平台规则在此方面尚且存在诸多不足。于是摆脱塑缚将外卖平台“无需餐具”选项作为切入点，以消费者、外卖平台和政府三方为倡导对象，希望通过不断调研测试、整理分析、各渠道反映监督来推动外卖行业有效减塑。

平台“无需餐具”效果如何？

2017 年 8 月，美团外卖发起青山计划，其主要减塑措施就包括“将‘无需餐具’功能设为必选项，推出商户奖惩规则，并持续进行优化”。据美团官方公布的《2022 企业社会责任报告》，截至 2022 年底，超 200 万商家在美团拥有“商家青山档案”，约 4 万商家在“商家青山档案”中主动上传环保经验或承诺，半数以上订单选择“无需餐具”的用户数量为 1 亿+人，截至 2023 年 8 月，超过 3.6 亿美团外卖用户使用过“无需餐具”功能。

2017 年 9 月，饿了么外卖发起“蓝色星球”计划，上线“无需餐具”选项，并于 2022 年 4 月上线了外卖行业首个消费者碳账户“e 点碳”，以此减少一次性用品的用量和碳排放。消费者每一次主动选择无需餐具，都可在 88 碳账户体系中获得相应的碳积分，并兑换各类权益。据阿里巴巴 2023 年 ESG 报告，截至 2023 年 3 月 31 日，饿了么“无需餐具”订单已经超过 14 亿单。

地方政府出台的外卖减塑相关政策

目前全国已有 23 个城市出台了外卖减塑相关政策，例如北京市 2020 年 5 月 1 日开始实施的新版《北京市生活垃圾管理条例》，第二十六条规定餐饮经营者、餐饮配送服务提供者和旅馆经营单位不得主动向消费者提供一次性筷子、叉子、勺子、洗漱用品等，并应当设置醒目提示标识。一次性用品的详细目录，由市城市管理部门会同市市场监督管理、文化和旅游、商务等部门制定，并向社会公布。如违反该条例主动提供一次性餐具，则由城市管理综合执法部门责令立即改正，处五千元以上一万元以下罚款；再次违反规定的，处一万元以上五万元以下罚款。

1 消费者“无需餐具”调研及测试

1.1 消费者“无需餐具”调研

1.1.1 基本情况

2023 年 3 月 31 日至 4 月 10 日，摆脱塑缚针对“无需餐具”落实情况和消费者对反馈渠道的期待进行了一次问卷调研，通过探寻消费者的偏好和期待，为“无需餐具”功能落实情况改进提供方向。本次调查共回收问卷 1186 份，去除近三个月未点过外卖的用户问卷，最终有效问卷 1102 份。在这些填写者中，57.5%的消费者每周点外卖的频率为每周 1-3 次，25%的消费者每周 3-5 次，17.5%消费者达到了每周 5 次以上。

1.1.2 调研结果

(1) 65.7%的消费者遇到过选择了“无需餐具”但仍配送餐具的情况。

其中超五成消费者遇到这种情况并未处理，三成左右表示会在订单评价中进行反馈或在在线联系中进行反馈。

目前的反馈渠道并不完善，可能是大部分消费者不对未得到落实的“无需餐具”订单进行处理的原因。87.4%的受访者表示期待有专门针对商家给“无需餐具”订单提供餐具行为的反馈渠道，在反馈机制方面，订单送达页面弹窗和订单评价页面反馈的方式接受度最高，均超过 60%，另有 20.7%的受访者愿意通过 12315 等政府官方的投诉渠道进行反馈。在平台收到消费者反馈后应采取的措施方面，超七成受访者认为平台应对反馈情况进行核实、对相应商家进行监督管理并给予消费者及时的回应。

（2）在商家餐具选项方面，90%的消费者遇到过在商家点餐页面（而不是结算页面）必须对餐具进行选择的情况，说明商家在积极响应一次性餐具减量政策和消费者“无需餐具”需求；

（3）整体而言，在过去三个月内，有60%消费者点过“无需餐具”外卖订单，但以近3个月为周期，53%的受访者每周并非每次点外卖都选择无需餐具，消费者行为的改变仍然有提升的空间，需要多方继续努力；

（4）只有17.4%的消费者将“无需餐具”设置为外卖平台订单页面“选择餐具”一项的默认状态。可以看出，“无需餐具”还不是大多数消费者默认选择，各相关方对“无需餐具”的推广还可以更进一步；

（5）在餐具类型方面，超过半数的消费者认为牙签、手套、纸巾等也属于餐具，而目前部分城市的相关政策中只包含了一次性筷子、叉子和勺子，如北京、深圳等。建议政策应覆盖更多餐具种类，尤其是手套这种无法回收的一次性塑料，外卖平台也需要对“无需餐具”选项进一步细化说明。

1.2 消费者无需餐具测试

1.2.1 基本情况

摆脱塑缚在2022年12月至2023年1月、2023年5月-2023年6月针对点外卖选“无需餐具”的结果进行了共三轮测试。测试共收集有效样本124份，测试点餐的商家包括海底捞、瑞幸、喜茶、奈雪的茶、蜜雪冰城、星巴克、太二酸菜鱼、必胜客、德克士、华莱士、麦当劳、肯德基、周黑鸭、绝味鸭脖、呷哺呷哺等共31家热门快餐及饮品连锁店；测试点餐的城市包括北上广深及昆明；测试点餐的平台包括美团、饿了么及品牌小程序。

1.2.2 测试结果

整体看来，在参与测试的消费者选择“无需餐具”后，按要求未提供餐具的样本占比29.27%，未按要求仍提供餐具的占比70.73%，即，七成以上的商家依然提供了一次性餐具，针对商家的行为，平台和政府应给予更严格的监管。

从外卖点餐的品牌来看，对于消费者选择的“无需餐具”需求践行较好的品牌为海底捞，而必胜客、肯德基、华莱士、绝味鸭脖和周黑鸭则践行较差。

计数项： 是否收到餐具	无需餐具测试结果				
外卖品牌	否	未提供的比率	是	仍然提供的比率	总计
必胜客	1	11.11%	8	88.89%	9
德克士	2	33.33%	4	66.67%	6
呷哺呷哺	5	55.56%	4	44.44%	9
海底捞	8	80.00%	2	20.00%	10
华莱士	0	0.00%	7	100.00%	7
绝味鸭脖	1	20.00%	4	80.00%	5
肯德基	0	0.00%	8	100.00%	8
麦当劳	2	66.67%	1	33.33%	3
蜜雪冰城	2	25.00%	6	75.00%	8
奈雪的茶	0	0.00%	7	100.00%	7
瑞幸	1	14.29%	6	85.71%	7
太二酸菜鱼	4	50.00%	4	50.00%	8
喜茶	1	14.29%	7	85.71%	8
星巴克	2	28.57%	5	71.43%	7
周黑鸭	0	0.00%	5	100.00%	5
杨国福麻辣烫	1	50.00%	1	50.00%	2
袁记云饺	0	0.00%	1	100.00%	1
阿椒阿俏成都火锅 冒菜	1	100.00%	0	0.00%	1
先炸后拌炸串炸饼	1	100.00%	0	0.00%	1
洪城香	0	0.00%	1	100.00%	1
正宗川味酸菜鱼	1	100.00%	0	0.00%	1
永和大王	1	100.00%	0	0.00%	1
阿姜炸串·炸串拌 饼·经典老味道	1	100.00%	0	0.00%	1
西贝莜面村	0	0.00%	1	100.00%	1
粤广烧·劲脆烧肉	0	0.00%	1	100.00%	1
吾虎将·双拼饭	0	0.00%	1	100.00%	1
蟹柚记	0	0.00%	1	100.00%	1
满记甜品	1	100.00%	0	0.00%	1
安佳牛牛腩煲捞饭	0	0.00%	1	100.00%	1
海盗虾饭	0	0.00%	1	100.00%	1
中华传统牛肉面	0	0.00%	1	100.00%	1
总计	36	29.27%	87	70.73%	124

从参与测试的消费者所在城市来看，北上广深四个城市差别不大。

计数项:是否收到餐具	无需餐具测试结果（按城市）				
完成外卖下单的城市	否	未提供的比率	是	仍然提供的比率	总计
北京	5	33.33%	10	66.67%	15
广州	8	22.86%	27	77.14%	35
上海	13	23.21%	43	76.79%	56
深圳	7	41.18%	10	58.82%	17
昆明	0	0.00%	1	100.00%	1
总计	33	26.61%	91	73.39%	124

1.3 无需餐具后续投诉及举报

1.3.1 平台举报

6 位志愿者通过个人微博发声，说明了外卖选“无需餐具”却依然收到餐具的情况，其中 2 位@了美团，收到美团官方客服的回复，表示其会对商家进行处罚；2 位@了饿了么，未收到回复。消费者希望商家能重视“无需餐具”的需求，并且希望外卖平台和政府相关部门予以全面的监管。

计数项:微博的外卖平台回复率	是否回复			
艾特了哪个平台	否	是	总计	平台回复率
美团	0	2	2	100%
饿了么	2	0	2	0
没有艾特外卖平台	2	0	2	0
总计	4	2	6	

1.3.2 政府投诉

今年，摆脱塑缚邀请北上广深的志愿者针对“无需餐具”仍配送的情况进行政府投诉，共计 25 件。其中 2 件未收到回复。已回复的 23 件中，责令整改 9 件、不予行政处罚 2 件、不予立案 4 件、拟立案 1 件、被终止 2 件、约谈 1 件、罚款 5000 元 1 件、转交外卖平台 2 件、协商 1 件。具体对应城市如下：

投诉事件	城市	处理结果
1	深圳	不予立案
2		责令整改
3		未回复
4		不予行政处罚
5		不予行政处罚
6		不予立案
7		责令整改
8		责令整改
9		被终止
10		责令整改
11		被终止
12	北京	直接转给外卖平台处理
13		不予立案
14		直接转给外卖平台处理
15		拟立案
16		责令整改
17		责令整改
18		下发约谈通知书
19		立案；五千元罚款
20	上海	责令整改
21		责令整改
22		责令整改
23		未回复
24	广州	不予立案
25		协商

政府相关部门不予立案和处罚的原因包括以下两点：

- （1）证据不足，无法证实违法；
- （2）一次性可降解餐具符合环保要求，不构成违法。

消费者希望政府对于此类举报能给予明确回应和有效的处理，并期待政府通过压实平台责任，敦促平台协同管理和监督主动提供一次性餐具的违规情况。

2 外卖平台存在的问题

2.1 外卖平台商家规则漏洞

2.1.1 美团商家规则

（以下以时间线为排序，从新到旧）

（1）[美团外卖平台卖家交易秩序违规管理实施细则](#)

生效日期: 2023 年 03 月 21 日

【具体条款】

第十一条 未按环保单约定额外提供餐具的行为

【适用情形】未按环保单约定额外提供餐具的行为，指卖家在消费者选择“不需要餐具”的订单中（简称“环保单”），主动提供餐具而未响应绿色可持续消费号召的行为。

【具体处置措施】

违规行为	管控措施
自然月内，被消费者反馈“主动提供餐具”的环保单≥4单的	预警提示
自然月内，被消费者反馈“主动提供餐具”的环保单≥5单的，且主动提供餐具单量占比≥50%	每次扣一般违规2分
多次违规且不配合整改	每次扣一般违规10分

图 | 美团商家规则相关内容截图

（2）[美团外卖平台市场管理卖家处罚规则](#)

首次发布于 2022 年 6 月 3 日，自发布之日起 7 日后正式生效

【具体条款】

第三章 违规等级、处罚节点及节点处罚措施

第十六条 【违规等级】

卖家的违规行为分为一般违规行为（即 A 类违规）、严重违规行为（即 B 类违规），两者独立扣分、各自累计、分别执行。

（一）一般违规行为，即 A 类违规，指破坏平台市场秩序、交易秩序、营销秩序、招商秩序或经济秩序等，以及进行其他危害市场的行为；

（二）严重违规行为，即 B 类违规，指严重破坏平台市场秩序、交易秩序、营销秩序、招商秩序或经济秩序等，侵犯了市场主体的私人财产、人身权利、知识产权和其他权利等，或违反国家相关法律法规的行为。

【具体处置措施】

与前规则对比：没有单独奖励

(八) 节点处罚详情:

违规等级	处罚节点	节点处罚措施
一般违规 (A类违规)	25分	触发违规考试 (非强制), 置休24h, 店铺搜索推荐降权3天, 限制参加平台活动7天。
	50分	触发违规考试 (非强制), 置休24h, 店铺搜索推荐降权5天, 限制参加平台活动10天。
	75分	触发违规考试 (非强制), 置休24h, 店铺搜索推荐降权7天, 限制参加平台活动15天。
	100分及后续每25分	触发违规考试 (非强制), 置休48h, 店铺搜索推荐降权7天, 限制参加平台活动15天。

图 | 美团商家规则相关内容截图

(3) [美团外卖商户服务规范 \(已失效\)](#)

生效日期: 2020 年 12 月 28 日:

【具体条款】

(二) 备货服务规范

餐饮具/纸巾备货

经营餐饮食品的, 商户应确认已为订单配备必要的餐饮具与纸巾。对于“不需要餐饮具”的订单商户不应配备餐具, 避免违规并浪费。

【具体处置措施】

“不需要 餐具 ” 订单奖惩规则 注: 以下称为“环保单”。	奖励 规则	环保单: 用户在下单时, 餐具 数量选择“不需要 餐具 ”的订单。 好评环保单: 环保单用户调研反馈为“没有 餐具 ”的订单。 差评环保单: 环保单用户调研反馈为“收到了 餐具 ”的订单。	商户月好评环保单≥1单, 且环保单好评率=100%, 执行奖励规则。规则解读: 环保单好评率=好评环保单/总调研环保单。	首页banner页内专属流量曝光奖励1天	数据监控周期: 上月26日至当月25日 操作时间: 当月最后一天	不支持申诉
	处罚 规则		商户月差评环保单≥5单, 执行处罚规则。	降权1天	数据监控周期: 上月26日至当月25日 操作时间: 次月第一周	

图 | 美团商家规则相关内容截图

2.1.2 饿了么商家规则

(以下以时间线排序, 从新到旧)

(1) [餐饮商户违规行为管理规范](#)

生效时间: 2023 年 7 月 25 日

【具体条款】

第三章 违规情形

第五条 饿了么平台将餐饮商户违规行为分为食品安全违规、交易履约指标违规和其他违规行为。商户触犯下述违规情形的，饿了么平台将按违规处置措施的规定对商户进行处理，下述处置次数按自然年计次。

【具体处置措施】

未按要求提供餐具、包装等	1、用户选择“无需餐具”，但商户依旧提供餐具的； 2、商户使用的外卖餐具或食品包装，外卖封签等不符合平台及相关国家法律法规、地方性法规规定的。	第一次及第二次，警告； 第三次及以上，次日11:00-13:00 置休2小时
设置不合理收费	1、商户对商品收费不合理，即商户违反《饿了么平台商品价格管理规范》第二章第一条第（一）款的规定设置异常不合理价格等价格欺诈行为，商品包括但不限于菜品、包装费或打包费等； 2、商户要求用户支付除订单实际金额外的费用的行为。 3、配送费设置不合理价格。	第一次，警告、下架商品； 第二次，次日11:00-13:00置休2小时、删除商品； 第三次及以上，次日10:00-16:00置休6小时、删除商品。 除以上管控措施外，饿了么平台将根据商户价格问题的严重程度，对门店予以排序降权（重度）1天。

图 | 饿了么商家规则相关内容截图

(2) [商户评价申诉流程及标准](#)

生效日期：2023年2月14日

【具体条款】

商户就用户评价问题提出异议可以向平台发起【申诉】，平台将根据商户提供的证明材料进行审核；

【具体处置措施】

对比[上一版](#)，新增商家“餐具问题差评”申诉。

(二) 餐饮商户的申诉受理范围 1、配送原因导致差评，包括骑手配送超时、骑手导致餐品不完整（包装破损、餐品外溢、少送漏送等情况）、骑手服务态度问题、骑手未能将餐品送达用户。 2、用户操作错误导致差评，包括用户评价内容正向但操作失误导致评分较低、<u>用户选择环保单但商家未放餐具</u>、评价内容与订单餐品不符、因用户操作失误导致未收餐。 3、用户提出额外要求导致差评，包括用户未备注特殊要求、用户提出不合理要求或威胁商户。 4、用户恶意差评，包括同行或特殊身份恶意差评、同一用户在一定时间内多次差评。 5、广告或无意义评价，包括不文明用语、泄露隐私、广告信息、评价内容不明或与餐品无关。
--

图 | 饿了么商家规则相关内容截图

(3) [饿了么餐饮商户服务处理规范](#)

生效日期：2022年11月25日

【具体条款】

第一章 概述

第五条 订单处理要求

【具体处置措施】

商户违反本规范上述服务要求的，将根据《[餐饮商户违规行为管理规范](#)》、《[饿了么商户违规经营及作弊行为管理规范](#)》的相关规定进行处置。

(二) 【出餐】商户应按下述服务规范要求为用户提供出餐服务：

- 1、商品质量：商户应遵守饿了么平台规则，确保餐品质量合格，符合食品安全要求。
- 2、商品打包：商户应使用符合国家和行业标准的无毒、无害、清洁的食品容器、**餐具**和包装材料，保证餐盒的保温/冷鲜能力，并对餐饮食品进行包装。商户在出餐时务必查看包装的密封性，避免餐盒不严密造成商品撒漏的情况。
- 3、查看备注：商户在出餐时应仔细查看订单备注，根据用户备注出餐，如有不能满足的出餐条件的，应及时与用户沟通，以沟通后的双方一致确认的方案进行出餐。
- 4、餐具/纸巾备货：经营餐饮食品的，商户应确认已为订单配备必要的餐具与纸巾。对于“不需要餐具”的订单商户不应配备**餐具**，避免违规并浪费。
- 5、按时出餐：商户应根据承诺时长进行出餐，避免由于出餐延迟导致用户投诉等不利影响。

图 | 饿了么商家规则相关内容截图

2.1.3 外卖平台商家规则总结

- (1) 在现行版规则中，两家外卖平台都没有对商家履行按需配送餐具的奖励，部分导致商家对执行“无需餐具”的积极性不高。
- (2) 饿了么的平台规则中，没有体现平台如何判断商家是否仍旧提供餐具，对商家来说等于没有监督机制。
- (3) 美团外卖的商家规则相对清晰明确，但与前版规则相比，有罚无赏，是一种退步。
- (4) 饿了么的平台规则中，有对商家的保护条款（以防消费者操作错误导致差评）。

2.2 外卖消费者反馈页面缺失，平台功评价功能有效性存疑

摆脱塑缚在 17 份测试问卷中发现，关于平台是否设有关于消费者“是否收到餐具”评价选项方面，50%的美团用户表示有评价选项（如下图），33%的饿了么用户表示有评价选项；即使评价选择“收到餐具”，也存在商家下次依然提供的情况。既然不是所有环保单都能收到“无需餐具”评价选项，且评价后情况并未完全改善，可以推测外卖平台该功能有效性存疑。



图 | 美团客户端订单小问卷

2.3 平台售后页面“无需餐具”直接反馈渠道缺失只能联系人工客服

示例：美团的平台投诉售后申请页面（如下图），没有关于“无需餐具”需求的选项，只能通过人工客服反应：



图 | 美团平台投诉售后申请页面

饿了么平台也无相关反馈页面，只能通过人工客服反应（如下图）：



图 | 饿了么订单完成页面

< 我的客服



小饿客服:衡子矜

人工客服

您好，饿了么客服衡子矜很高兴为您服务~请问有什么可以帮您？

您好 我想反馈该商家为无需餐具订单配送餐具问题



我看到饿了么官网上有写

商户给无需餐具订单提供餐具

您好，确实是抱歉了

饿了么平台会给商户警告惩罚

昨天 11:18

平台对商家也是有监管的 这个情况核实后会帮您计入商家的考核

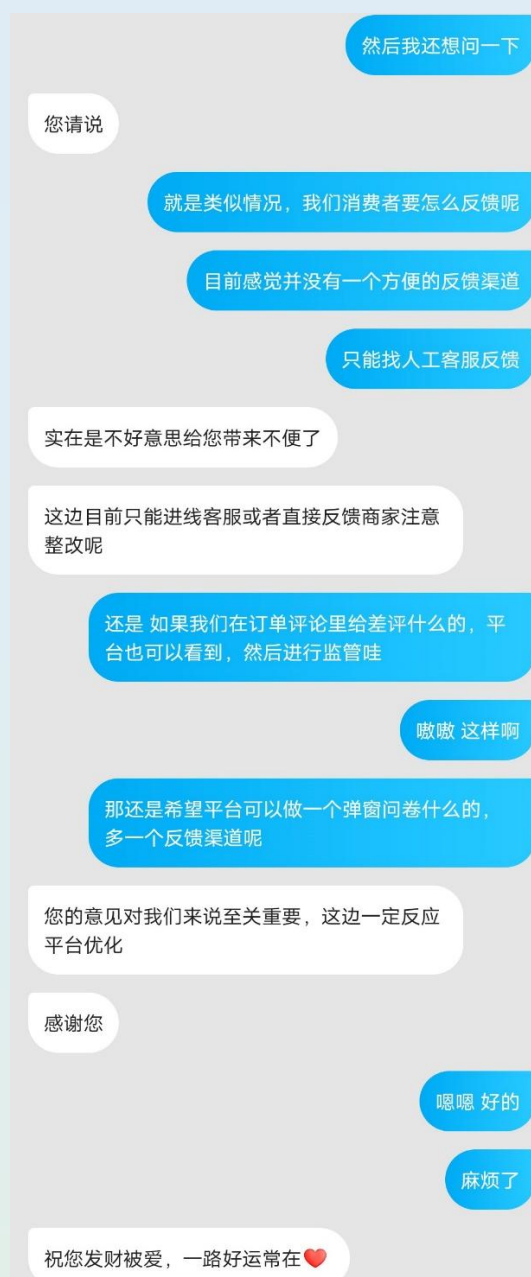


图1 消费者与饿了么客服沟通截图

2.4 平台明知存在商家为“无需餐具”订单配送餐具的行为，但未采取有效的系统性措施

美团客服称，因有些商家经常收到误点环保单的消费者投诉，所以还是会选择主动提供一次性餐具，并希望消费者直接忽略。这说明美团平台清楚这种现象存在，但未建立有效机制来推动解决。

你好

我想反馈下了环保订单，但是仍然配送餐具的问题



非常荣幸为您服务，您的专属小美已就位~小美在24小时内会跟进您的问题，咱们美团APP目前上线服务进度功能，可以展示客服的处理进度哦~



耳东陈在成都...

订单完成

番茄炒...

实付 ¥ 24.7

是这个订单



而且他的店家页面还自己设置了不要餐具的必选项

还是送了

我了解到我们平台这边对这个现象规定了一些惩罚措施

亲，因为很多用户点了环保单，自己却不知道来投诉商家不放餐具，所以可能造成商家这边的担心害怕，所以还是给您带了，您这边如果不需要的话，您忽略就可以，您看行吗？

小美也会转告商家，按照正常流程操作

然后订单下面也有了小问卷

正常流程是指什么啊？

我想问一下，因为现在确实也有处罚措施相关的规定嘛

但是现在消费者确实这个反馈渠道不是很完善

我们这边如果去做管控措施的话，是根据那个订单下面的小问卷来监督吗

正常流程就是环保单就是不带餐具的，如果说用户来投诉没有放餐具的话，我们会给用户解释的，希望商家这边可以放心

那如果商家主动送了餐具

目前没有对商家进行管控吗？

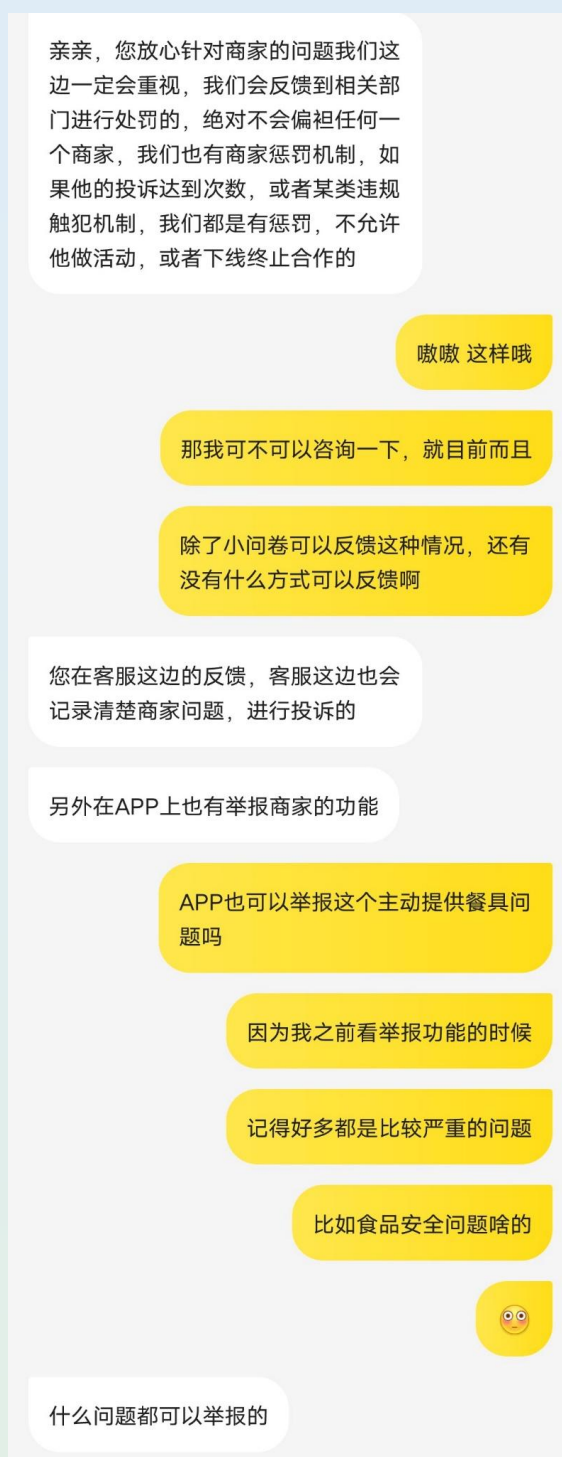


图 | 消费者与美团客服沟通截图

3 政府应对消费者投诉存在的问题

3.1 予以处罚/处理的餐具范围过窄，可降解吸管和塑料手套成漏网之鱼

示例 1：消费者举报向北京 12345 举报奈雪的茶（798 艺术区店）无视消费者“无需餐具”需求，相关部门回应提供可降解一次性吸管符合国家环保需求，不算违规。



图 | 北京 12345 回复消费者举报

示例 2：消费者反映周黑鸭（北京朝阳 798 店）不理睬消费者的外卖“无需餐具”选择，仍然配送一次性餐具。相关部门回复：“塑料手套不在“北京市餐饮不得主动提供的一次性餐具目录”里，但商家不能提供出示塑料手套的可降解材料，您反映属实，我局已决定立案调查。”

塑料手套在目前法规政策的规定下仍属于可主动提供的餐具，但手套和吸管是一次性用品，不包含在“一次性餐具”内有违直觉，同时，外卖一次性手套污染危害极大。手套主流材质为聚乙烯（PE），属于非常难降解的聚烯烃塑料之一，在过去聚烯烃塑料的消费量占到了所有合成塑料总量的 50%，是塑料废物污染的首要贡献者。由于可降解标识不规范，普通消费者难以判断商家主动提供的塑料手套等一次性餐具是否为可降解材料，难以对商家的主动提供行为提供监督线索，再加上平台的“无需餐具”功能未划定餐具的范围。消费者在选择无需餐具时的依据变得不确定，“无需餐具”落实难度进一步加大。

3.2 直接转给外卖平台处理是否合适？

示例：北京 12345 未经消费者同意就将举报信息转交给第三方平台（如下图），然而根据《北京市生活垃圾分类管理条例》的相关规定，餐饮经营者、餐饮配送服务提供者或者旅馆经营单位主动向消费者提供一次性用品的，由城市管理综合执法部门责令立即改正，处五千元以上一万元以下罚款。有关部门在接到举报线索后，在未经核实的情况下直接转给外卖平台处理，恐助长商家无视“无需餐具”的规定落实。



图 | 北京 12345 转交举报信息

3.3 同一城市不同区/街道的处理方式差异大

示例：北京市测试案例中，海淀区曾于 2023 年 6 月 13 日对无视消费者“无需餐具”需求、并主动提供一次性筷子和塑料勺的外卖商家（北京齐福瑞宾餐饮有限公司）积极立案并处以 5000 元罚款；而在东城区的一次测试中，对于同样主动提供一次性塑料勺的外卖商家（必胜客（磁器口餐厅））举报，东城区直接私自转交给了美团平台（如下图），政府本身未处理。



图 | 北京东城区 12345 转交举报信息

3.4 举报后，责令整改/约谈等成效不稳定，有的商家依然配送餐具

示例：12345 上海张江所在对消费者举报的问题承诺责令整改后再次测试，同商家却依然配送一次性餐具（如下图）。此外，测试中有多项举报收到了政府“责令整改”的反馈，但几乎没有后续回应，其中呷哺呷哺火锅（深圳南山欢乐颂店）曾被有关部门要求整改，并提交了整改报告。



图 | 上海 12345 消费者举报回复

但这是否能足够证明商家彻底整改了？通过政府举报之后，商家是否推出了有效的整改措施？有关政府部门是否进行了相应检查督促商家落实整改？该反馈实际效果存疑。

3.5 深圳市外卖一次性餐具设置收费就不算违规？

示例：消费者在投诉深圳绝味鸭脖及华莱士无视消费者环保单需求（举报案件信息如下图），12345 立案后以商家已收取餐具费为由不予行政处罚。然而实际上消费者选择了无需餐具，理应不支付餐具费。

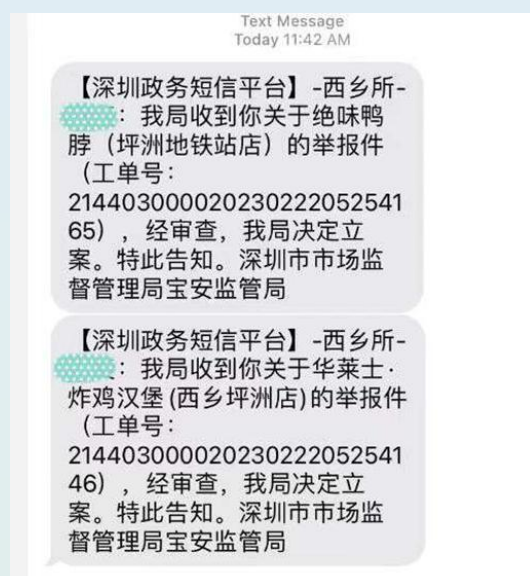


图 | 深圳 12345 消费者举报回复

强制收取餐具费侵犯了消费者自主选择商品的合法权利。

4 对各利益相关方的建议

4.1 对于政府：

为推进外卖行业根据国家减塑政策落实绿色行动，政府可采取以下措施：

- （1）明确监管部门，对平台和商家加强监管
- （2）处罚后，持续跟进商家后续改进情况
- （3）在政策文件中扩大一次性餐具范围
- （4）对外卖平台一次性塑料制品使用、回收情况进行信息公开

4.2 对于外卖平台：

《商务领域一次性塑料制品使用、回收报告办法》第三条规定，商品零售场所开办单位、电子商务平台企业、外卖企业使用塑料袋等一次性塑料制品的，应根据本办法向商务主管部门报告使用、回收情况。

理想状态下，一次性塑料制品使用、回收情况可以通过外卖平台总订单量及无需餐具订单量推算出来。但实际上，并非每个无需餐具订单都被按需执行。商家因多种原因未能执行环保单，消费者无需餐具诉求遭商家拒绝后无法向平台进行有效反馈，均导致平台在后台看到的无需餐具订单量与实际不符。因此，平台需完善消费者反馈渠道，协助商家更好落实消费者环保诉求，这不仅有助于准确量化一次性塑料制品使用情况，对改进平台整体环保表现，实现推动行业低碳循环发展目标也具有重要意义。

具体优化建议如下：

（1）规则中增加对商家的保护条款，明确奖惩规则

- a. 美团外卖在商家规则中加入对商家的保护条款，明确商家因消费者误点环保单遭受差评后提出申诉的规则支撑
- b. 商家规则中增加激励机制，对落实“无需餐具”的商家进行奖励，对不落实的商家进行处罚

（2）增设明确针对无需餐具的消费者反馈渠道，加大对消费者端宣传力度

- a. 平台“申请售后”页面增加“无需餐具”直接反馈渠道
- b. 每笔订单完成后自动跳出“无需餐具”执行情况反馈问卷
- c. 在消费者浏览页面开辟板块进行“无需餐具”滚动宣传，使“无需餐具”理念触达更多消费者
- d. 增设平台环保行动宣传页面/板块，增加消费者对平台环保行动认知，提升平台品牌好感度，同时提高其实践“无需餐具”的积极性

（3）在商家端推广宣传优秀的商家实践案例及经验

- a. 商家页面菜单栏设置必选项。例如西贝莜面村深圳卓悦汇店将餐具设为必选项，且不免费提供：



图 | 美团外卖必选餐具页面

- b. 商家页面菜单栏，吸管、手套等成为可选项。例如星巴克吸管可选：



图 | 美团外卖可选吸管页面

- c. 商家店内装饰平台方提供的环保主题海报
d. 在社交平台积极回应消费者的反馈，例如肯德基在微博回应消费者投诉：



图 | 肯德基在微博回应消费者投诉

(4) 向商家宣传普及如何切实落实无需餐具政策，引导消费者选择无需餐具

- 例如摆脱塑缚与外卖平台展开合作，由摆脱塑缚提供环保减塑内容与设计（或与平台共创），外卖平台在其商家学院上线这些内容，通过短视频、图文等信息可视化形式引导商家了解减塑相关的法律法规和平台规则，明确“无需餐具”选项履行的赏罚标准
- 商家提供可实践的环保操作指南，包括商家页面设置选择一次性餐具细化选择，以及店内装饰环保相关海报等
- 在开屏页面、首页页面增设不同形式的环保海报，引导消费者关注外卖环保并主动选择无需餐具
- 根据所在城市政策，鼓励商家签署减塑自律承诺书，并在外卖点餐页面明显公示给消费者

4.3 对于商家：

2022 年，摆脱塑缚对 10 家外卖商家进行了“无需餐具”相关的调研。调研结果如下：

- (1) 美团平台商家对“助力低碳消费”荣誉勋章的认知不足，关注度低，美团对其宣传力度不够；
- (2) 外卖平台商家对环保单的重视程度增加，但出于疏忽或对差评的担忧，执行问题多，需要政府积极引导外卖平台制定明确的平台规则和监管机制；
- (3) 外卖平台商家对于一次性餐具收费意见不一，但表示担忧的商家居多，需要积极向消费者和商家科普宣传减塑知识；
- (4) 外卖平台商家对于外卖绿色环保概念认同心理不断增强，大多持赞成态度。

在推动外卖平台完善商家相关规则的基础上，对于商家建议如下：

- (1) 自律承诺：严格执行无需餐具

- (2) 配合平台及政府部门培训及监管
- (3) 店铺内布置环保宣传海报
- (4) 商家页面菜单栏，设置吸管、手套等成为可选项

4.4 对于消费者：

摆脱塑缚问卷调研结果显示，大部分消费者支持平台应设立减塑目标和消费者反馈机制，明确规则来协助商家落实减塑措施；消费者也认为平台应协助监管部门对商家进行监管。

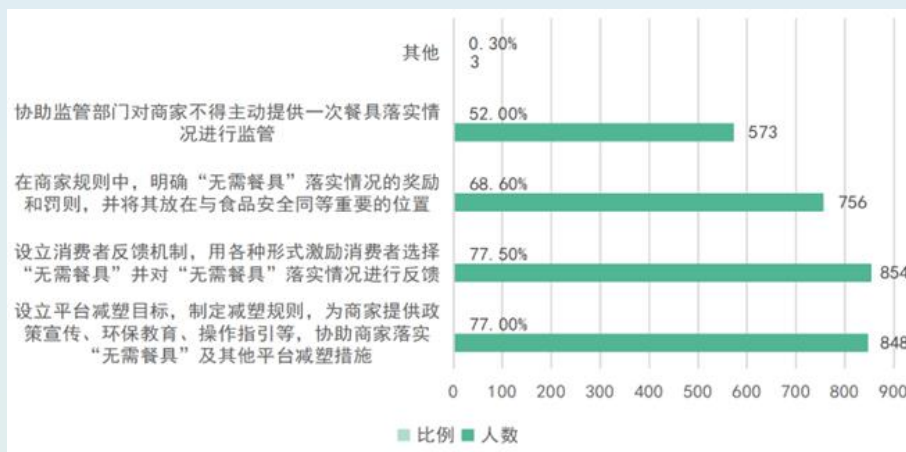


图 | 消费者对外卖平台需采取措施的态度

关于政府推进“不得主动提供一次性餐具”政策还需要开展的工作方面，68.3%的消费者认为需在监管部门对餐饮商家进行的日常或专项检查中，包含对“不得主动提供一次性餐具”落实情况；超过一半的消费者认为在相关政策中明确“不得主动提供一次性餐具”应包括餐饮配送/外卖场景，以及要求外卖平台协助相关部门对商家不得主动提供一次餐具落实情况进行监管。调查显示大部分消费者支持平台应设立减塑目标和消费者反馈机制，明确规则来协助商家落实减塑措施；消费者也认为平台应协助监管部门对商家进行监管。



图 | 消费者对政府需采取工作的态度

同时，消费者自身的行为也是落实“无需餐具”的关键一环，对其建议如下：

(1) 将“无需餐具”设为默认选项（如下图）



图 | 美团无需餐具选择页面

(2) 将商家是否有环保徽章列入外卖选择标准（如下图）



图 | 美团商家环保行动徽章

(3) 发挥群众监督力量，向外卖平台及政府监管部门积极反馈

4.5 对于环保机构：

据上述“无需餐具”测试与消费者、商家调研结果，环保机构应从“无需餐具”源头入手，推动外卖平台建立健全一次性塑料减量管理规则。

4.5.1 推动外卖平台建立健全一次性塑料减量管理规则

根据《商务领域经营者使用、报告一次性塑料制品管理办法》，涉及到电商平台商户减塑管理的相关政策法规，主要可以分为以下三个维度：

（1）制定一次性塑料制品减量的平台规则

第十一条：电子商务平台（含外卖平台）企业应当制定，鼓励平台内经营者减少快递包装和外卖环节一次性塑料制品使用的平台规则。

第十八条：电子商务平台企业、外卖平台企业参照前款报告客体，对平台内经营者一次性塑料制品使用、回收情况应当按照报告期开展总体评估，并向所在地县级商务主管部门报告。总体评估报告包括平台企业制定鼓励平台内经营者减少上述一次性塑料制品使用的平台规则等信息。

（2）管理、督促商户遵守国家一次性塑料和包装相关规定

第十二条：商品零售场所开办单位、电子商务平台（含外卖平台）企业应当督促其入驻经营者作出一次性塑料制品使用自律承诺，主动承诺知悉并遵守国家禁限使用规定。

第十二三条：商务领域经营者涉嫌违法使用不可降解塑料袋等一次性塑料制品的，或者商品零售场所开办单位、电子商务平台（含外卖平台）企业、外卖企业涉嫌违法报告一次性塑料制品使用、回收情况的，县级以上地方商务主管部门可以对上述经营者进行约谈。

（3）信息收集、评估、报告和公开

第十八条：电子商务平台企业报告其自营业务产生的快递塑料包装（含塑料包装袋、塑料胶带、一次性塑料编织袋等）的使用情况、塑料废弃物回收情况和平台内经营者作出自律承诺的情况。

4.5.2 推动外卖平台建立健全一次性塑料减量管理规则

（1）外卖平台建立一次性塑料减量管理规则的重要性：

- a. 主动管理商户的环境合规成为平台自身合规内容的重要一环
- b. 有助于落实平台绿色治理责任，赋能平台生态协同变革

- c. 符合监管要求，同时降低平台及商户合规风险

(2) 外卖平台建立一次性塑料减量管理规则的作用：

- a. 在《办法》发布施行之际，迅速达到法规要求，避免合规风险
- b. 建立平台对商户的一次性塑料制品减量的管理规则，对平台商户进行有效监督和管理

4.5.3 推动外卖平台建立健全一次性塑料减量管理规则-核心要素与内涵

(1) 奖惩和退出机制

- a. 违反国家相关禁限使用规定的警示、处罚，限期整改
- b. 过度包装以及部分地区免费提供一次性餐具的警示、整改
- c. 对包装减量、使用循环包装等减塑措施的平台激励规则
- d. 对商户鼓励消费者选择绿色包装措施的平台激励规则

(2) 信息收集上报

- a. 自律承诺书签订情况
- b. 一次性塑料制品使用、回收情况
- c. 平台商户一次性塑料制品有偿使用评估情况

(3) 监督检查

- a. 建立长效化的监督检查机制
- b. 对商户的一次性塑料使用情况进行定期抽查

(4) 入网协议和承诺

- a. 承诺遵守国家禁限塑使用规定
- b. 承诺不销售过度包装产品

附：“摆脱塑缚”相关推文：

1. 《外卖选“无需餐具”还是会收到，我到底该怎么办？》
2. 《与美团外卖的 10 家绿色低碳商家们聊天后，我们发现了无需餐具的执行痛点……》

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

联系电话：020-84131316

微信公众号：baituosufu070