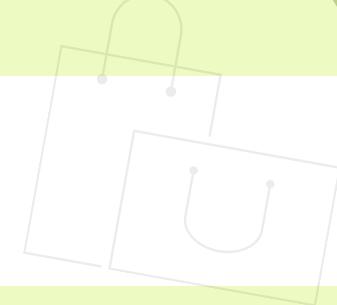




《減少包裝及包裝管理實用指引》



此為空白頁

目錄

關於本指引	4
詞彙	9
電子商貿業的包裝範疇及分類	10
實踐可持續包裝的實用貼士	15
常見問題	50
有用資源	53
附錄一：電子商貿公司的實用貼士摘要清單	56
附錄二：包裝報告範本	59
附錄三：可持續包裝管理的自我評估五步曲	62

關於本指引

圖片來源：First Atlantic Commerce



包裝在不同層面的應用上發揮著重要的作用，由製造過程中用於盛載和保護產品，到透過供應鏈運送至零售店或顧客手上，以至吸引顧客購買產品和提供產品的資訊，包裝一直與商業活動和日常生活息息相關。

然而，很多包裝物料在使用一次或有限次數後便遭棄置。在香港，因過度使用不同包裝物料所產生的環境問題漸受社會關注。隨著公眾的環保意識逐漸提升，**消費者因而要求提供更多簡約包裝的產品**。因此，我們是時候重新審視如何**平衡各種環境指標、產品包裝的功能性及商業考慮**，尋求應對過度包裝所帶來的問題和減少使用包裝物料的方法，以努力實現碳中和的目標，推動可持續發展。



圖片來源：Freepik



圖片來源：PACKAGINGREVOLUTION.NET

前環境局（現為環境及生態局）於 2013 年 5 月發表《香港資源循環藍圖 2013 - 2022》，以「惜物、減廢」為願景，透過政策及法規、社會動員及基建投資等多項措施，從資源循環角度應對廢物管理的挑戰。

承接 2013 年發表的《資源循環藍圖》，以及過去眾多的減廢回收工作，前環境局於 2021 年 2 月公佈《香港資源循環藍圖 2035》，進一步制定出「全民減廢·資源循環·零廢堆填」的願景。



除中國香港外，其他國家 / 地區近年亦積極在包裝管理方面推動減廢。例子包括：

歐盟

自 1994 年起，歐盟要求成員國提供包裝廢物產生及其回收的數據（於 2018 年最新修訂），並遵守歐盟市場實施的基本規定，藉此規管生產商在使用包裝物料及減少包裝廢物方面的責任。

德國

自 2019 年起，透過產品註冊及認領包裝許可證的方式，要求任何人士（包括電子商貿公司）在市場上推出已包裝的產品，須支付包裝廢物的回收費用。

中國內地

於 2020 年年底頒佈有關快遞綠色包裝標準化的指引，藉此推動電子商貿業在產品設計、材料選擇、回收及妥善棄置等各方面實行綠色包裝。此指引亦響應於 2018 年年底頒佈，著重推進快遞包裝減量化和循環化的「電子商務法」。

中國台灣 地區

於 2019 年年底推出網購包裝減量指引，就減少包裝、使用環保包裝物料和包裝回收及循環再造三大範疇定下目標。網購平台若符合有關指引所載的減量原則，將獲授予「網購包裝減量標章」。

新加坡

要求在新加坡進口或使用已包裝產品的生產商，須每年呈報包裝的數據，包括包裝物料、重量及包裝形式，並就包裝產品制定及實施 3R (即減少、重用和回收) 計劃。首次呈報須於 2022 年 3 月 31 日前提交。

為支持這願景及應對香港的廢物問題，政府、商界及公眾必須**攜手合作，群策群力，實踐簡約包裝及源頭減廢，並鼓勵綠色營商及消費。**

包裝對電子商貿業的運作至關重要。妥善使用包裝能確保產品在送到最終消費者手上之前避免受損，以及使產品能便於存放及運送。然而，社會越來越關注現時電

子商貿業處理包裝的方式有違環保原則，未能符合消費者和社會的期望。過度包裝的情況於電子商貿業十分普遍，特別在速遞封套、自貼透明膠袋及防撞物料所使用的即棄塑膠。在未有充分考慮過度包裝對整個供應鏈影響的情況下，**過度包裝導致包裝成本上漲，更降低下游供應鏈的效率。**

多年來，電子商貿業一直處於穩定增長。而加上在 2019 冠狀病毒病疫情的衝擊下，網上銷售以前所未見的速度發展；在這個「新常態」下，減少使用包裝更具迫切性。在傳統實體店的模式下，最終消費者極少需要處理添加在貨品上的額外包裝，但網購的情況則剛好相反，因此業界使用過度包裝的問題引起社會的廣泛關注。**消費者對於過度包裝的產品往往感到無所適從。**

大部分於電子商貿平台上銷售的產品在送到顧客手上前，都會經過電子商貿公司的配送 / 分派網絡，電子商貿公司在自行包裝工序上對減廢發揮關鍵的角色，包括**重新思考各種包裝的必要性和避免使用非必要的包裝、透過創新意念和技術來優化包裝的設計，以及了解網店商戶的包裝需要**。此外，業界應盡可能減少使用原材料、善用含再生、耐用或可重用的物料作包裝之用，以助減少公司的碳足跡。



鑑於電子商貿運作的複雜性，每間電子商貿公司的供應鏈可能有其獨特的設計，運作模式亦各有不同。因此，這些公司亦應參考與其業務相關的貼士，並與其網店商

戶及第三方物流服務供應商（如有）保持緊密溝通，攜手減少使用包裝。



如何使用本指引？

- + 本指引為業界提供實用貼士，提出如何在日常營運中**避免使用包裝物料和減少消耗**，以達致**可持續包裝管理**。
- + 本指引亦為電子商貿公司提供度身制定的範本及參考，以有條理地擬定包裝報告及披露包裝數據，從而識別出現行做法可予改善的空間。此亦回應香港交易及結算所有限公司（香港交易所）於2020年7月1日或之後的財政年度有關優化環境、社會及管治報告（ESG Report）的規定。
- + 閱讀本指引後，業界能了解中國香港及其他地方在可持續包裝方面的趨勢。要成為以可持續發展為核心的公司，業界應把握機遇落實減少包裝及包裝管理措施。此舉除可展現出**實踐企業社會責任**決心，在抓緊商機的同時，保障及提升顧客和社會的福祉。

- + **包裝**：由任何性質物料製成的所有產品，並用於盛載、保護、處理、交付及展示貨品。有關貨品涵蓋從生產者到用戶或消費者之原材料到加工製成品。包裝主要分為初次包裝、二次包裝、三次包裝及服務性包裝。
- + **初次包裝**：為最終用戶或消費者於購買時為一個單位產品而設的包裝。
- + **二次包裝**：無論是銷售予最終用戶或消費者，或只作為在銷售點補充貨架的一種方式，為購買一定數量單位產品或組合而設的包裝。此類包裝可從產品上移除，而不影響產品本身的特性。
- + **三次包裝**：為方便於處理及運送大量產品單位或組合而設的包裝，以防止運輸或搬運時所造成的損壞。
- + **服務性包裝**：為方便於在銷售點交付及盛載產品單位而設的包裝。
- + **包裝廢物**：持有人棄置的任何包裝或包裝物料。
- + **可生物降解**：可隨時間透過微生物的作用分解成基本元素（例如水、二氣化碳和生物質）的任何物料。
- + **可堆肥塑膠**：屬其中一類可生物降解塑膠，在符合受控環境條件和時間下可被生物降解。

電子商貿業的包裝範疇及分類

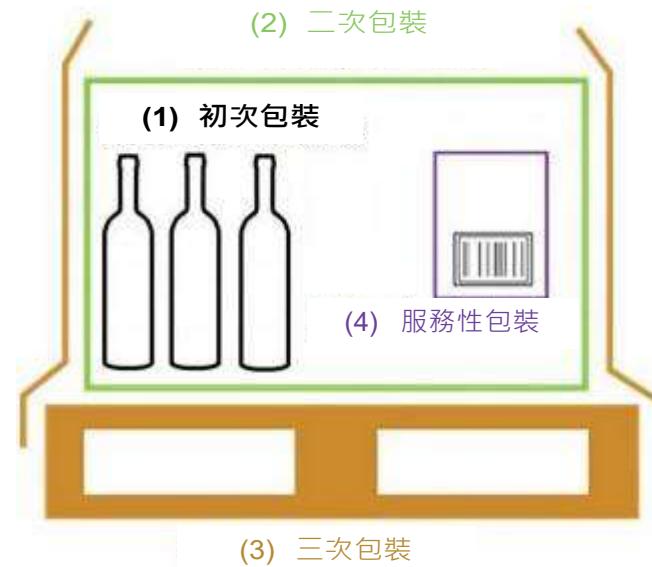
根據全球各地對「包裝」的常見定義，包裝的形式可分為四大類，即初次包裝、二次包裝、三次包裝及服務性包裝。而這四類的包裝形式可按其包裝用途及目的區分。

香港電子商貿公司使用的包裝物料可分為不同類型。而包裝不但有助維持產品的質素和確保其完整無損，亦方便電子商貿公司迅速穩妥地處理產品。**紙和塑膠是電子商貿公司在盛載及運送商品過程中最常見的包裝物料**，因其具成本效益、輕巧、用途廣泛及保護性高。

產品在送到最終消費者之前，於供應鏈網絡中的不同持份者通常因應不同目的會採用不同類型的包裝處理產品。它們一般包括：

- (1) 初次包裝，例如膠樽、玻璃容器、金屬罐等

- (2) 二次包裝，例如紙板、束帶等
- (3) 三次包裝，例如紙板、木卡板、氣泡包裝紙、包裝捆膜、防撞物料、封箱膠紙、織布袋、束帶等
- (4) 服務性包裝，例如軟墊信封、塑膠託運單封套、塑膠購物袋等



儘管上述的特定包裝對電子商貿運作至為關鍵，電子商貿公司若能履行綠色營商理念將能有效地實踐源頭減廢。本實用指引旨在加強公眾教育及為電子商貿業提供

避免、減少、重用及回收包裝的貼士，以推動業界將企業的環境、社會及管治目標納入業務之中。電子商貿業使用不同包裝類型的例子：

/ 紙

電子商貿公司通常利用瓦通紙箱將同一訂單的產品組合起來，以方便分派及運送。由於瓦通紙箱的回收價值較高，當瓦通紙箱無法再使用或重用時，通常會被收集作回收之用。

例子：瓦通紙箱



回收容易度：高

環境影響

紙張的製造可引致伐林、高能源消耗導致高碳排放，以及廢水排放所造成的水污染。

/ 塑膠

塑膠包裝通常為即棄製品。由於塑膠輕巧防水，電子商貿公司會使用塑膠包裝覆蓋並保護貨品。如可行，塑膠包裝應被妥善回收處理。



PE-HD
高密度聚乙烯

例子：塑膠卡板、塑膠板條箱、包裝捆膜



回收容易度：高



圖片來源：A&T Plastics



PE-LD

低密度聚乙烯

例子：塑膠封套、塑膠薄膜、
氣泡包裝紙



回收容易度：中等



圖片來源：Binrush Stationery



PP

聚丙烯

例子：束帶、儲存箱



回收容易度：中等



圖片來源：亞馬遜



PS

聚苯乙烯

例子：絕緣發泡膠容器、防撞物料



回收容易度：低



圖片來源：DACO Corporation



(其他所有未列出之樹脂及
混合物料)*

例子：由聚乳酸塑膠 (PLA) 和可生物降解塑膠等製成的產品



回收容易度：低



圖片來源：IndiaMART

*由於可生物降解塑膠的可分解性及可堆肥性取決於特定環境和條件，因此業界應謹慎使用。由於缺乏適合回收及處理的基建設施，現階段以可生物降解塑膠及可堆肥塑膠作為替代包裝的做法仍未成熟，且處理不當最終會對野生動物和生態系統造成傷害。因此，本指引雖然引述了部分使用可降解塑膠的其他地方經驗作參考，但有關做法未必適用於中國香港。



環境影響

大部分塑膠以化石燃料製成。提煉化石燃料可導致伐林或化石燃料洩漏，而能源密集的製造過程可導致高碳排放，微塑膠可導致海洋及土壤污染，而燃燒塑膠亦會釋出毒素及空氣污染物。

/ 金屬

金屬容器載重量較高，但並不常用。

例子：金屬卡板貨箱、圍板
金屬扣

回收容易度：高



圖片來源：阿里巴巴

環境影響

開採原材料可導致伐林、生物多樣性流失或土壤侵蝕，其製造過程消耗大量能源，會導致高碳排放。

/ 木材

運送大量貨物時多用上木卡板。多箱的貨物堆疊在木卡板上，進行包裹以固定位置並減少損壞。

例子：木卡板

 回收容易度：高



圖片來源: Freepik



可作重用

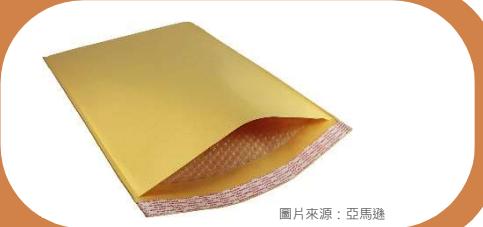
木卡板及其他木製包裝物料可經過基本維修後重用。當無法再次使用時，大部分木質的包裝物料可被回收，用作產生能源、園林覆蓋、動物墊料、改善土壤，或製成木刨花板或壓縮木卡板。

/ 複合物料

電子商貿業使用數種由複合物料製成的包裝物品，例如內層有氣泡的軟墊信封、由卡紙套和低密度聚乙烯製成的信封及由紙、炭黑和蠟製成的託運單。

例子：軟墊信封、託運單

 回收容易度：低



圖片來源: 亞馬遜



環境影響

由於複合物料難以回收，因此可對堆填區構成壓力，而其他影響則視乎物料成份，或會導致與上述相若的影響。



廢物管理架構的應用

「廢物管理架構」是國際公認的概念框架，旨在指導廢物管理決策的優次，並且考慮不同減少包裝策略的有用工具。此外，架構的不同層次環環相扣且相互影響，應以架構的整體作全面審視。而**採用廢物管理架構較上層的措施可節省成本、原材料、天然資源及能源的使用，並減少對環境的整體影響。**



根據廢物管理架構，以下提供一些減少包裝消耗及包裝廢物的實用貼士，有助電子商貿公司在環保、減低成本、公司形象、顧客及其他持份者的期望等各方面取得平衡。有關電子商貿公司的實用貼士摘要清單，請參閱附錄一。

1 避免產生 - 避免使用或減少非必要的包裝

在現今網購發展蓬勃的年代，包裹用上一個大紙箱以及大量填充物料來盛載一、兩件小貨品的情況屢見不鮮。這種非必要的包裝不但造成浪費，亦可能同時導致電子商貿公司及網店商戶的成本提升及令其聲譽受損。

因此，電子商貿公司及其網店商戶**應使用更多不同尺寸的包裝容器，讓包裝選項更切合他們的需要**，以滿足各式各樣的包裝需求。電子商貿公司亦應經常檢討網店商戶的產品與他們或其第三方物流服務供應商所提供的包裝容器大小是否吻合。假如所使用的包裝容器無法適當地滿足需要，電子商貿公司便應採取修正行動，例如提供更多包裝容器的組合。電子商貿公司既要控制成本，又要在營運效率及其複雜性之間取得平衡，這毫無疑問是業界常見的難題。有見及此，在電子商貿業界中擁有較豐富資源的大型企業應

投資更多以數據為主的研發，為包裝物料的使用及倉庫管理提供有效的解決方案，這方面的研究及試驗工作已成為業界的趨勢，有助於精簡運作流程及優化包裝效率。

除了從源頭減少非必要的包裝外，為了提高包裝的回收率，**應避免 / 盡量減少使用即棄塑膠包裝物料**，例如含有聚苯乙烯 (PS) 或發泡膠 (EPS) 的填充物、聚氯乙烯 (PVC) 塑膠薄膜及複合塑膠。為免阻礙回收的工作，電子商貿公司亦應盡量避免使用複合包裝（即含有多重不能分拆物料的包裝，例如軟墊信封及貼有膠紙的紙箱）。此外，商戶應避免在銷售過程中使用塑膠購物袋，並應容許顧客在網上訂購商品時選擇不使用膠袋或使用數量，如因應顧客的要求而提供塑膠購物袋，則需符合塑膠購物袋收費計劃的規定。

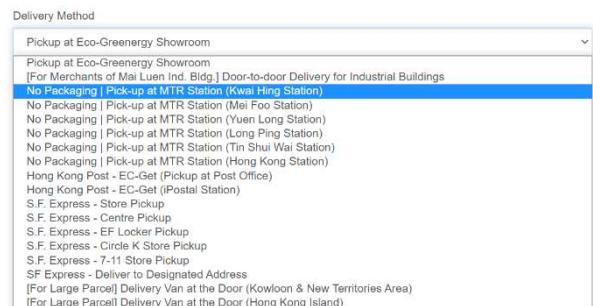
/ 電子商貿公司及其網店商戶應使用更多不同尺寸的包裝容器，讓包裝選項更切合需要

公司應了解當消費者打開包裝時，其設計會影響他們對電子商貿公司以至產品的第一印象，大量非必要的包裝會令消費者產生負面觀感，而研究亦顯示使用綠色包裝能有助公司塑造正面的品牌形象。有見及此，朝著可持續包裝的方向發展，能讓電子商貿公司及其網店商戶在芸芸競爭對手之中脫穎而出。下一節將介紹一些可推動善用資源的實用方法及替代包裝。

經驗分享

中國香港

- 一間大型電子商貿公司在物流中心採用自動執貨及倉存系統，以準備不同尺寸的包裝物料，避免使用尺寸過大的包裝。
- 一間本地網店在其網站提供了「無包裝」的選項，讓顧客選擇在指定的港鐵站交收貨品。



中國內地

- 一間大型電子商貿公司旗下的物流分支優化了紙箱的選項，並在演算法的幫助下，因應產品的特性調整使用紙箱的尺寸，減少約15%的包裝物料。





經驗分享

+ 英國

- 一間知名時裝與化妝品網店，自 2019 年起簽署名為「新塑膠經濟全球承諾」的全球條約。該條約旨在匯聚主要持份者，為促進塑膠循環經濟的願景共同努力。作為簽署條約的一分子，該網店承諾減少使用不必要的包裝。例如，他們廣泛使用不同尺寸的袋和盒，以確保所採用的包裝是最貼身的尺寸。透過此計劃，他們已將郵寄袋及郵寄盒的平均碳足跡分別減少 27% 及 33%。



圖片來源：ASOS

+ 美國

- 一間化妝品網店自 2019 年起提供了可持續的選項，網購顧客可在結賬頁面選擇「較少包裝」，並不使用郵袋及任何額外的包裝。自採用這項綠色包裝的措施後，該網店已經付運了 50 萬份減少包裝的訂單。

(i) 重新設計包裝

有時顧客於網上只訂購了一件產品，其送貨的紙箱內外使用了封箱膠紙、填充物料、軟墊信封及膠袋等多重包裝物料作保護之用，會讓人質疑其必要性。因此，電子商貿公司及其網店商戶可以透過重新設計包裝將所需的包裝層數 / 數量減到最少，從而減少資源消耗及包裝廢物。

當重新設計包裝時，應**仔細考慮重量、尺寸、厚度、體積效率及材料等指標**。然而，部分商家誤以為使用更多包裝能確保產品的完整性及安全。



其他須考慮的問題

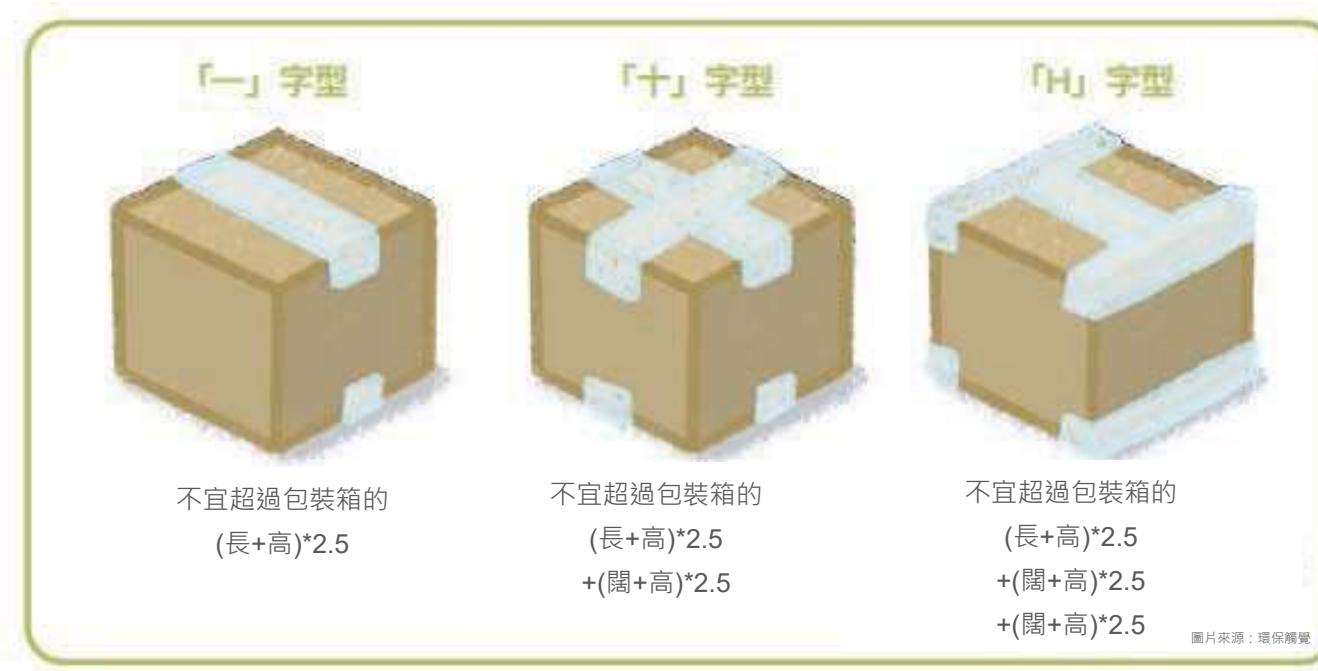
- + 是否已完全了解貨品 / 網店商戶的包裝需要？
- + 在考慮所有包裝選項及比較其他類似的例子時，有否發現過度包裝的產品不但難以發揮市場推廣的作用，更可能增加營運的成本？
- + 是否僅僅因為一直以來的運作慣例 / 習慣而過度包裝，但未必有其必要性？
- + 能否在減少包裝物料的同時，亦能維持其功能性，例如在不影響產品保護能力下使用單層而非兩層甚至三層的瓦通紙板？

事實上，**減少包裝物料不一定會影響對產品的保護**。對包裝進行充足的壓力測試及與網店商戶就包裝要求進行溝通後，亦可以制訂並採用符合規格的適量包裝。透過使用合適和高質素的包裝，既可減低貨品受損的機會，同時亦可避免浪費大量填充物料。對於規模龐大、掌握貨品的包裝資料的電子商貿公司及網店商戶來說尤其可行。

/ 減少包裝物料不一定會影響對產品的保護

在考慮上述問題後，電子商貿公司及網店商戶應開始檢討現行包裝的做法，並探索減少包裝與產品重量比率的方法，例如盡量減少包裝物料的厚度及避免加添非必要的包裝層數。參考中國台灣地區於 2019 年發布的網購包裝減量指引，一般建議包裝物料的重量應低於包裹總重量的 10%。至於封箱膠紙的使用量，則建議不應超過包裹長度高度總和的 2.5 倍。

因此，如貨品本身已經以初次或三次包裝（例如原有紙箱）妥善包裝好，電子商貿公司及網店商戶應以原始包裝形式運送。如情況不可行，亦應盡量將包裝物料的使用量減至最低。



除降低包裝與產品重量的比率以外，透過**創新思維設計及採購包裝**以減少包裝消耗及提升包裝物料的可回收性，亦可達致同樣效果。一間跨國電子商貿公司推出了「無憂包裝計劃」(Frustration-Free Packaging Programme)，與網店商戶合作重新設計網購配送的包裝。此包裝不但容易打開及採用 100% 可回收物料，更可直接以原裝運送而無需在配送中心額外加添紙箱或其他包裝物料。右表 1 列出兩個成功轉型的例子。

不過，並非所有可持續包裝的設計都需要透過先進技術度身定製，如電子商貿公司轉用市面上流行的免貼拉鍊收納紙箱，亦可大大減少使用膠紙及其他黏合物，避免產生複合包裝廢物。

此外，一些電子商貿公司及其第三方物流服務供應商會在產品包裝上使用二維碼或具有獨特的短距離無線通訊 (NFC) 標籤作識別，不但能夠減少使用紙張，亦同時提供清晰的回收資訊，提升用家的體驗。

表 1：

綠色包裝轉型的前後比較：

重新設計前的標準包裝



圖片來源：亞馬遜 / 飛利浦

重新設計後的可持續包裝



圖片來源：飛利浦



圖片來源：亞馬遜 / Tide



圖片來源：亞馬遜 / Tide



圖片來源：一撕得 / 創印網



圖片來源：MA Business Ltd



經驗分享

中國內地

- 一間大型電子商貿公司旗下的物流分支與多家領先的品牌合作，使用免貼拉鍊收納紙箱處理由其倉庫送出的部分包裹，使該公司整體近半的紙質包裝都無需使用膠紙。



圖片來源：阿里巴巴 / 菜鳥網絡

美國

- 一間跨國電子商貿公司致力以科學為本，結合實驗室測試、機器學習及材料科學，重新設計及簡化其包裝。自 2015 年起，該公司透過識別使用額外包裝的需要及最合適的包裝選項，將出境貨品的包裝重量減少 36%。截至 2020 年，已成功減少使用超過一百萬噸的包裝物料。



圖片來源：亞馬遜

新西蘭

- 一間以網上零售為主的知名鞋類服裝品牌，在設計包裝上以簡約為重點。該品牌特別使用經森林管理委員會 (FSC) 認證的再生紙盒，可減少使用黏合物及即棄塑膠。



圖片來源：Allbirds

(ii) 使用環保包裝物料作替代品

電子商貿公司及其網店商戶應時常謹記即棄塑膠並不是唯一的包裝物料選擇，它可**被環保物料製成的替代品取代，例如含再生成份的包裝物料**。由於在製作過程中，含再生成份的物料較原材料使用較少的能源和資源，因此**可減少溫室氣體的排放及碳足跡**。而全球各地亦逐步在包裝中加入一定比例的再生物料，例如含有再生塑膠的自貼透明膠袋、速遞封套以及含有再生纖維的紙箱。

除了嘗試在包裝中增加再生成份的物料外，如無法避免使用包裝，電子商貿公司也應該優先考慮使用可回收的包裝，例如紙張。相比傳統的發泡膠墊料及塑膠氣泡包裝紙，現在業界逐漸流行使用蜂窩狀包裝紙。這種包裝紙不但容易回收，而且由於蜂窩狀的結構緊緊相扣，更可以避免使用膠水或膠紙。不過，使用廢紙 / 可回收的物料作為包裝材料仍然是較好的做法。

為減少供應鏈上的碳足跡，電子商貿公司於採購環保包裝物料時，應盡可能優先考慮本地的供應商。



圖片來源：阿里巴巴



圖片來源：IndiaMART

如電子商貿公司正處於綠色轉型的起步階段，上述建議可能會導致短期成本輕微增加。然而，考慮到此舉能提升公司的長遠營運表現，以及獲得關注環保的顧客對品牌的忠誠度，這些額外成本應屬可接受的水平。

/ 全球各地亦逐步在包裝中加入一定比例的再生物料



經驗分享

中國香港

- 自 2021 年起，一間大型電子商貿公司改變其日常的包裝流程，在運送某些貨品時轉用了可重用及可回收的物料（例如蜂窩狀防撞包裝物料），並使用不同尺寸的包裝袋及保護套，以取代充氣柱狀袋。
- 一個本地環保團體推出《綠色網上商店約章》，並呼籲各網購平台積極參與。目前已有超過 30 間的本地網店簽署該約章，承諾轉用已使用過及可重用的包裝物料來運送網購貨品，攜手減少浪費。
- 一間本地網店盡量重用來自其包裝供應商的包裝物料，例如氣泡包裝紙。否則，該網店會選用蜂窩狀的包裝紙，盡量減少使用膠紙及全新的氣泡包裝紙。



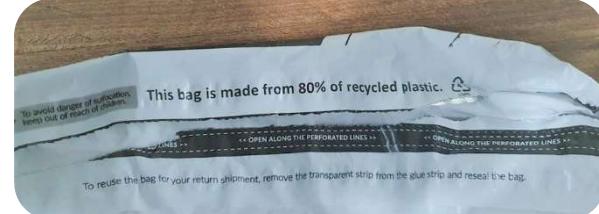
圖片來源：HKTVMall



經驗分享

+ 新加坡

- 自 2020 年起，一間著名時裝網店採用含 80% 再生成份的塑膠製造其貨運膠套，避免使用約 600 噸的原生塑膠。



圖片來源：Global Fashion Group (ZALORA) (只提供英文版本)

+ 印度

- 自 2020 年起，一間跨國電子商貿公司已於其印度的業務中引入紙質防撞物料，以取代塑膠物料（例如氣泡包裝紙及氣泡枕）。



圖片來源：亞馬遜印度

+ 美國

- 一間跨國電子商貿公司發明了一款以紙張及水溶性防撞物料製成的可回收紙質軟墊信封，其防撞物料可在紙張的回收過程中輕易移除。截至 2019 年年底，該公司已使用超過 1 億個紙質軟墊信封，並計劃將這款信封擴展至北美洲及歐洲的業務，期望能減少使用傳統的塑膠軟墊信封。



圖片來源：亞馬遜 / Georgia-Pacific

(iii) 綠色供應鏈管理

電子商貿公司應了解包裝作業系統的複雜性，包裝在整個生命週期中經由許多不同的持份者處理，包括設計師、材料供應商、進口商、網店商戶、第三方物流服務供應商和最終顧客。不過，各持份者的願景、需要及優先關注的事項都盡不相同。例如，網店商戶最關心的可能是包裝對產品的保護及所涉及的成本；第三方物流服務供應商會較關注配送訂單是否方便處理；而最終顧客則著重包裝的環保元素。因此，電子商貿公司必須與其進口商、網店商戶及第三方物流服務供應商保持緊密溝通，以了解其需要及運作方式，從而有效平衡包裝作業系統中潛在的利益衝突。

對於實際上如何扮演協作的角色，電子商貿公司應**善用其市場優勢，敦促下游的第三方物流服務供應商精簡物流運作**。當然，電子商貿公司亦應向物流合作夥伴提供支援，以便與電子商貿公司達致更佳的協同效益。電子商貿公司**應定期對供應商(包括進口商)及網店商戶進行包裝審核**，以了解其可持續包裝的表現及潛在的改善空間，並向顧客提供有關產品包裝是否符合來源地的環保包裝或環保標籤認證要求的資料。

/ 電子商貿公司應與其供應商(包括進口商)及網店商戶就他們所期望的包裝規格和環保要求進行

表 2：

減少包裝的綠色供應鏈管理措施

A. 與下列持份者傳達ESG承諾：

- 包裝製造商
- 第三方物流服務供應商
- 網店商戶
- 顧客

B. 為自行管理的後勤運作員工提供指引及培訓：

- 物流服務
- 倉庫
- 配送中心

C. 針對第三方服務供應商制定可持續包裝要求的招標規格：

- 物流服務
- 倉庫
- 配送中心

與此同時，如訂單是由電子商貿公司直接配送，電子商貿公司應與其供應商(包括進口商)及網店商戶就他們所期望的包裝規格和環保要求進行緊密溝通。對於現已採用可持續包裝的網店商戶，電子商貿公司可鼓勵他們申請第三方認證，讓顧客對其綠色包裝加添信心。



經驗分享

中國內地

- 一間大型電子商貿公司於 2018 年下半年，與一間全球化妝品公司就使用環保包裝達成協議。該化妝品公司承諾於旗下所有品牌減少使用塑膠，並改用經森林管理委員會 (FSC) 認證的紙張、免貼拉鍊收納紙箱或紙質黏合物。

新加坡

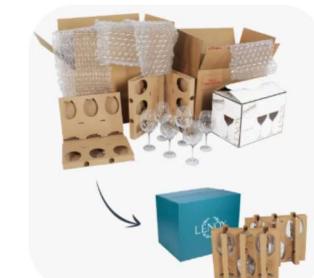
- 一間知名時裝網店為其包裝供應商所提供的含再生塑膠封套，申請「再生成份認證」。此第三方認證是通過驗証供應鏈中的可再生材料，讓顧客安心使用。



圖片來源：Zalora (只提供英文版本)

美國

- 一間跨國電子商貿公司透過參與「無憂包裝計劃」(Frustration-Free Packaging Programme)，與其合作夥伴 / 網店商戶、包裝結構設計師、測試專員及物料供應商合作，於配送過程中，減少為訂單加上額外的包裝。截至 2021 年 6 月，共有超過 200 萬件產品符合此項計劃的要求。



圖片來源：亞馬遜



圖片來源：亞馬遜 (只提供英文版本)

重用

使用可重用包裝物料

對於可重用包裝，業界一直積極討論轉用可使用多次的耐用包裝（如可摺疊的塑膠運送箱）以取代壽命較短的塑膠或紙板包裝，這個亦是**閉環式供應鏈系統**（也稱為逆向物流）的重要一環。當貨品已運送並分派到收貨人手上，電子商貿公司應有一套交還系統，鼓勵最終顧客將無需保留的包裝交還，以便電子商貿公司重用。

在大部分情況下，電子商貿公司通常採取以下一個或多個逆向物流渠道：

/ 電子商貿業正積極轉用可使用多次的耐用包裝以取代壽命較短的塑膠或紙板包裝

表 3：
常用的逆向物流渠道：

逆向物流渠道	運作模式
1. 直接於顧客的所在地點上門回收	例如：於送貨上門後即時收回退還的包裝
2. 於顧客的所在地點預約進行上門回收	例如：於預約時間回收退還的包裝
3. 顧客直接放置於收集點	例如：放置到電子商貿公司的服務中心 / 線上到線下（O2O）店 / 寄存櫃
4. 顧客以郵遞方式或透過物流供應商退還	例如：交予速遞公司讓其運送退還的包裝

通過努力創造一個「閉環式」供應鏈，**業界可以充份發揮資源的價值，減少產生廢物**。雖然與傳統單向的生產與消費物流模式相比，閉環式供應鏈的確存在一些挑戰，但為了環境和業界的長遠發展著想，電子商貿公司應盡快作好準備。資源較為豐富的電子商貿公司應通過研發工作以及與同業分享經驗，積極探討以閉環式供應鏈系統運作的可行性。電子商貿公司可為經常訂購或到店內自取的顧客推出試行計劃，有助設計出一套合適的逆向物流系統及可重用包裝運作的管理方式。

表 4：
設計閉環式供應鏈系統應考慮的因素摘要

- 環境及經濟成本因素
- 比較可重用包裝與即棄包裝
- 擁有權及責任
- 庫存管理
- 收集可重用包裝的路線及行程安排
- 採購 / 租賃、收集、清潔及維修（可重用包裝物料的品質）
- 按金計劃 / 鼓勵最終顧客的折扣 / 罰款
- 績效衡量

雖然建立一套閉環式供應鏈系統需時，但**電子商貿公司可同時採用一些可重用包裝物料，以實現成本效益及精簡訂單的配送的運作**。例如，電子商貿公司可先考慮使用可重用的物流箱運貨，然後將個別貨品交給顧客，從而避免使用額外的二次及三次包裝。

另外，狀況良好的紙箱及填充物料應在顧客的同意下盡量重用。此外，電子商貿公司還可以參考下文表 5 的常見可重用包裝，並根據其業務需要使用。

表 5：
常見的可重用包裝物料清單

紙箱（於回收前盡可能重用）



圖片來源：Frepik

塑膠物流箱



圖片來源：泰興祥

運輸籠車



圖片來源：Better Storage

木卡板及塑膠卡板



墊料和填充物料



圖片來源：Frepik

卡板束帶



圖片來源：The Cary Company

卡板網



圖片來源：Maxpack

同時，由於網購顧客無法在下單前事先查看或試用產品，因此不少電子商貿公司都可能面對高退貨率的問題。假如電子商貿公司仍使用即棄包裝，不單無助於處理退貨；反而因為顧客需要自行準備退貨的包裝，而破壞了顧客的購物體驗和增加貨品受損的可能性。有見及此，使用雙重密封信封或密實袋，可確保包裝在退貨的情況下能夠被顧客重用。

經驗分享

+ 中國香港

- 自 2017 年起，一間大型電子商貿公司使用可重用的塑膠箱來運送其貨品，以減少使用紙箱、封箱膠紙及包裝捆膜等包裝物料。相比於以往由人手打包貨品到放入紙箱，該公司的自動執貨系統使用可重用的塑膠箱來處理訂單，能將以往繁瑣的物流程序變得機械化及自動化。此外，該公司在旗下的 O2O 店推廣了「自攜購物袋」的概念，鼓勵顧客減少使用額外的包裝。
- 一間本地網店重用進口貨品的原裝紙箱來運送其訂單。當顧客的訂單符合指定金額，該網店亦會於送貨時收集其品牌夥伴的初次包裝（例如飲料容器及洗頭水容器），然後送予品牌夥伴進行處理及重用。
- 一間本地網店為顧客提供包裝選項，讓顧客選購指定產品（例如茶籽粉）時可選擇裸買或以使用過的包裝送貨。當顧客選用這種可持續網購的方式時，顧客會獲贈額外份量的貨品，以作獎賞。



圖片來源：HKTVMall



圖片來源：吉保烏骨/販商朋友



圖片來源：老泥丸



經驗分享

+ 印度

- 一間跨國電子商貿公司以產品的原有包裝出貨，並使用循環箱運送以保護貨品。其位於印度的配送中心有 40% 的訂單都以此包裝方式出貨。



圖片來源：ASOS

+ 英國

- 一間知名的時裝與化妝品網店自 2019 年起使用雙重密封膠袋，以減低顧客因退貨所造成的碳足跡。此外，這些可重用的膠袋由含有 90% 再生成份的物料製造。
- 一間初創企業研發出以羊毛製成的保溫包裝，並且可重用最多 4 次。這種能保持產品溫度的包裝深受多間全球消費品公司的歡迎，尤其網上食品超市。這些公司以往在配送網購訂單時均非常倚賴發泡膠，而可重用的保溫包裝則為他們帶來新的選擇。



圖片來源：Woolcool
(只提供英文版本)



圖片來源：Woolcool (只提供英文版本)

+ 芬蘭

- 一間初創公司生產出一系列可重用的郵袋供網店使用，以建立一個循環系統。為鼓勵顧客當收到貨品時，以郵遞方式退還已預付郵費的空袋，他們可換取折扣並於下次購物時享用。而其後亦會對郵袋進行品質檢查和清洗，才送回網店重用。郵袋一般可被使用 20 次。



圖片來源：RePack

回收及循環再造

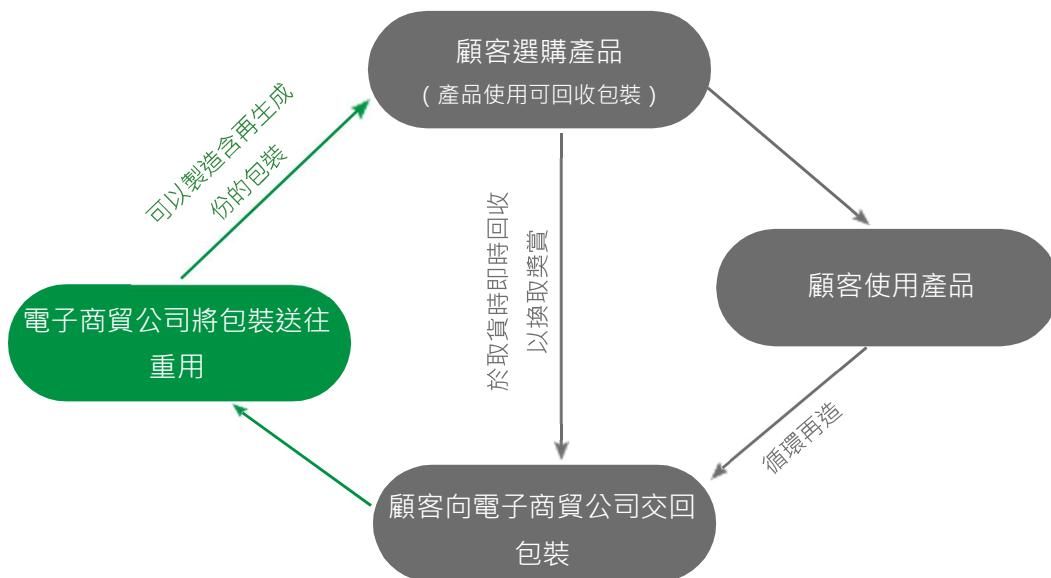
設立回收設施

香港很多地方都設立了環保回收設施，然而在電子商貿公司的服務中心 / O2O 店增設回收設施的做法未算普及。**設立適合的回收設施是一個好的實踐方式，可提高顧客的可持續發展意識，並與顧客攜手合作，將循環經濟元素應用於營運當中。**這不但可以讓顧客有機會即時在回收點把包裝物料進行回收，還可以鼓勵顧客把家裡的包裝帶到電子商貿公司的服務中心 / O2O 店作重用或回收。事實上，通過在服務中心 / O2O 店設立適合的回收設施，公司既可提高其品牌忠誠度，亦有助展示其實踐環保的決心。

為進一步鼓勵顧客小心拆除包裝及推動資源循環，當電子商貿公司在旗下的服務中心 / O2O 店收到乾淨及狀況良好的可重用包裝物料時，可考慮為顧客提供獎賞，例如會員積分回贈。

如電子商貿公司的資源和能力充裕，亦可考慮將回收服務擴展至上門回收或設立流動回收點，以透過第三方的物流服務供應商即時從顧客手上收回包裝物料。

/ 設立適合的回收點，可提高可持續發展意識，與顧客攜手合作，並於營運中引入循環經濟元素





經驗分享

+ 中國香港

- 一間本地網店為顧客提供上門回收包裝物料的服務。當顧客進行合資格的消費，網店會於送貨時順道收回使用過的包裝物料及指定的可回收物。該網店會重用狀況良好的包裝物料（例如氣泡包裝紙），並將回收得來的紙製包裝送往本地回收商，以支持本地回收製造業。
- 一間大型電子商貿公司於其內部營運中，收集狀況良好的紙板及使用過的捆綁塑膠物料，作本地回收處理。除此之外，該公司亦於 2022 年 9 月推行先導計劃，於旗下五間線下超級市場設置特定的回收桶，向顧客收集塑膠包裝物料，包括氣泡包裝紙、充氣防撞袋、塑膠薄膜及膠袋，並交到由環境保護署設立的社區回收網絡「綠在區區」。在對外合作方面，該公司自 2021 年起與一個網店商戶合作推出配方奶粉罐回收計劃，並在其 O2O 店設立奶粉罐收集點。參與計劃的家長可獲贈電子優惠券，並可於該電子商貿平台購物時使用。所有回收到的奶粉罐會送交認可的回收商，並處理成有用的原材料。





經驗分享

+ 中國內地

- 一間大型電子商貿公司的物流分支，在全國設立了五千個紙箱回收點。該公司估計於「2018年雙十一購物節」期間，收集超過一千三百萬個紙箱作回收用途。



圖片來源：阿里巴巴 / 菜鳥網絡

+ 美國

- 一間跨國電子商貿公司於其設施內，收集瓦通紙板作回收處理，亦在旗下超過 168 個配送中心收集塑膠薄膜進行回收。該公司不但回收資源，更進一步與其回收商及供應商合作，將回收得來的包裝重新製成新包裝，例如再造紙製成的包裝及膠袋，以達致資源循環。

根據廢物管理架構，除上述所分享的經驗外，下列例子可幫助電子商貿公司思考如何著手減少包裝物料的使用量及包裝廢物。這些做法將有助減輕堆填區的負擔。



圖片來源：Euroconsumers

重用、回收及循環再造：

- + 會否考慮設立回收設施，以向顧客收集可回收紙箱及填充物作重用 / 回收及循環再造？
- + 會否考慮使用帶有回收標籤的包裝，或加上環保標籤以鼓勵顧客回收包裝？

避免產生：

- + 會否提供更多尺寸的紙箱，讓紙箱更切合產品的大小？
- + 會否考慮棄用聚苯乙烯 (PS) / 發泡膠 (EPS) 填充物？

減廢：

- + 會否重新設計包裝以減少使用原材料（例如仔細考慮包裝的指標）？
- + 會否減少墊料及填充物料的數量？
- + 曾否考慮在包裝（例如紙箱）中加入再生物料的可行性？

有關上述達致可持續包裝的建議，能有助電子商貿公司及其網店商戶了解有待改善的地方及減少包裝的可行方法。然而，我們亦明白部分包裝或有其必要性，而一定程度的包裝有時亦無可避免，並在營運過程中至關重要。因此，作為電子商貿平台的骨幹，電子商貿公司是時候尋求更有系統的方式來管理這些無可避免的包裝。

參考其他地方的經驗及根據香港交易所於 2019 年 12 月發表的《環境、社會及管治報告指引》的方向，包裝報告能有效促進公司將收集所得的資料，用作**自我評估和識別減少包裝及包裝廢物的可行方法**，有助公司降

低非必要的成本。此外，隨著愈來愈多**投資者及其他相關的持份者願意投資在可持續投資項目**，公司將需要披露更多有關管理環境、社會及管治相關風險的資料以滿足持份者的要求，包括減少非必要包裝的方法。

本章旨在提供詳細指引，協助公司逐步於環境、社會及管治報告、可持續發展報告或年報中，更系統化地披露使用包裝物料的情況。為了妥善履行環保責任，公司應遵照指引建議，**匯報於指定時間內使用的不同包裝物料的數量**。



小知識知多 D！

根據香港交易所的規定，香港上市公司須每年刊發其環境、社會及管治報告，有關資料所涵蓋的期間須與其年報內容涵蓋的時間相同。根據香港交易所刊發的附錄 C2 (前稱附錄二十七)《環境、社會及管治報告指引》層面 A2：資源使用中的關鍵績效指標 A2.5，上市公司須披露製成品所使用包裝物料總量的資料。該資料須涉及以下方面：

+ 所使用包裝物料的總量及密度

+ 如可行，發行人應按類別提供物料的資料

建議步驟



i 首先，公司應先釐定包裝報告的範圍。為了與其他同類型的報告保持一致，包裝報告可採用與環境、社會及管治報告、可持續發展報告或年報相同的報告期及範圍。

公司應注意不同營運單位(例如服務中心、配送中心、分派中心等) 所使用的包裝物料均應納入其匯報範圍。

ii 公司在界定匯報範圍內所使用包裝的來源時，應涵蓋從自行管理的配送中心到最終顧客，用於保護、處理及交付等所使用由任何性質物料製成的產品。另一方面，就產品於送抵配送中心前被網店商戶事先加上的包裝，該等包裝不應包括在匯報範圍內。如電子商貿公司將其派送業務外判予第三方物流服務供應商，供應商所使用的相關包裝亦不應包括在匯報範圍內。

因此，於下列營運點所使用的包裝均應計算在內：



在自行管理的服務中心 / O2O 店所使用的包裝

(例如紙箱、封箱膠紙、填充物、氣泡包裝紙、充氣柱狀防撞袋、膠袋)



圖片來源：Binrush Stationery

在自行管理的配送中心 / 分派中心所使用的包裝

(例如託運單、木卡板、紙箱、封箱膠紙、氣泡包裝紙、膠袋)



圖片來源：THIMM

在自行管理的派送業務所使用的包裝

(例如織布袋、塑膠薄膜、束帶、木卡板)



圖片來源：SABIC

自家製品牌產品所使用的初次及二次包裝

(例如盛載啤酒的鋁罐、固定一排啤酒的塑膠拉環、盛載洗頭水的塑膠容器)



圖片來源：Freepik

我們明白每間電子商貿公司的供應鏈都可能有其獨特的設計，而運作模式亦各有不同。為免混淆，電子商貿公司應遵循此首要原則 – 「**匯報在配送訂單及生產產品時所添加的任何全新包裝**」。



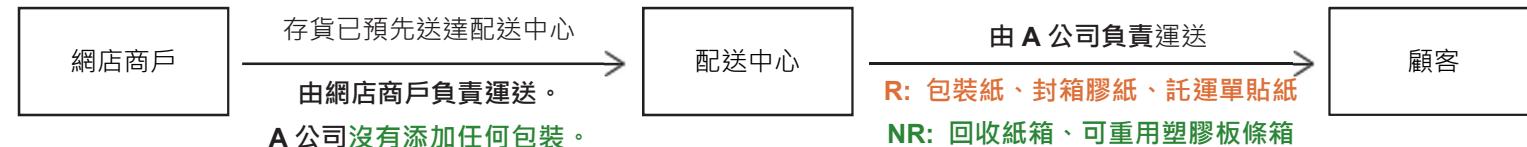
匯報範圍的情境示例

A 公司營運一個以香港為基地的電子商貿平台，並擁有自己的配送中心及車隊作送貨之用。表 6 列出 A 公司常見的訂單例子及其相關的匯報要求。

表 6：
訂單例子

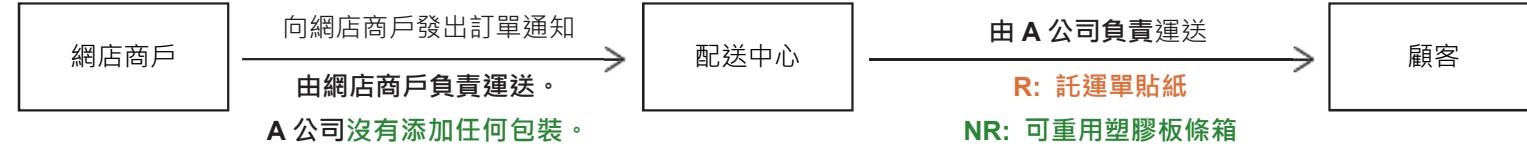
訂單例子

W 訂單¹



有關網店商戶已提前將存貨運送到 A 公司的配送中心，因此 W 訂單的所有產品均可隨時出貨。A 公司使用了**包裝紙**以保護易碎的貨品，並重用了一個無損壞的**回收紙箱**來盛載所有貨品，同時亦使用了一些**封箱膠紙**及**託運單貼紙**。

X 訂單¹



由於 A 公司的配送中心沒有 X 訂單所需的貨品，所以 A 公司向有關網店商戶發出通知，要求他們將貨品運送到配送中心。因所有送到的貨品都是容易被疊放且附有網店商戶原本的包裝，A 公司除了使用一些**託運單貼紙**外，並不需要為 X 訂單加上任何額外的包裝。

¹ 為了將 W 訂單和 X 訂單的貨品送到顧客手上，A 公司使用一個**可重用塑膠板條箱**來盛載所有貨品，並會不斷重用該板條箱。

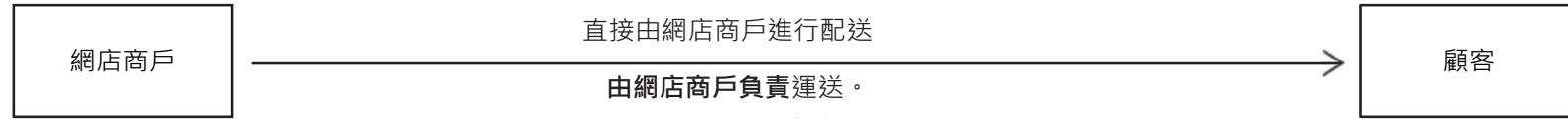


匯報範圍的情境示例

表 6：
訂單例子 (續)

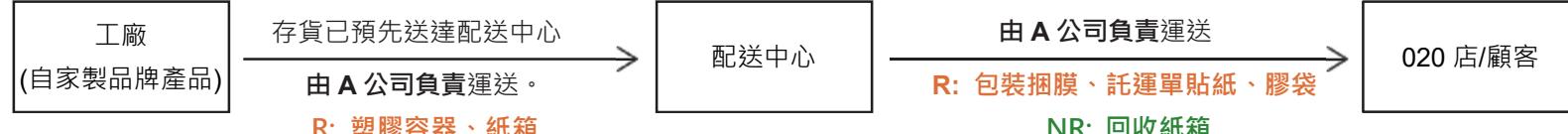
訂單 例子

Y 訂單



由於 Y 訂單是由網店商戶直接配送，所以 A 公司無須採取任何行動。

Z 訂單



Z 訂單的所有貨品都是 A 公司的自家製品牌產品，包括一百支塑膠樽裝橙汁。A 公司使用全新的紙箱來盛載該批橙汁，並提前安排從工廠運到配送中心。由於顧客要求在 A 公司的 O2O 店提取 Z 訂單的貨品，因此，A 公司將貨品運送到 O2O 店，並在當中使用了包裝捆膜及託運單貼紙。在 O2O 店內，顧客使用了一個由 A 公司提供的回收紙箱，並額外購買了一個膠袋。

注：

R = 需要匯報

NR = 無需匯報

電子商貿公司日常可能需要處理成千上萬的配送訂單，故進行包裝匯報時看似複雜。不過在實際應用時，**採購及存貨記錄應作為包裝披露的關鍵資料來源**，而非以逐張訂單計算包裝的使用量。因此，電子商貿公司的從業員可參考於第 43 至 46 頁所載的第 4 個步驟，以高效可靠的方式取得包裝使用的數據。

iii

包裝經常在電子商貿營運中出現，有助提升處理產品的效率，並能夠從網店商戶、經供應鏈、送到最終顧客的過程中保護產品。因應產品的不同性質及功能的需要，包裝的種類非常廣泛，表 7 則列出最常見的包裝物料及形式。



表 7：
常見包裝物料及包裝形式

紙 / 紙板	<ul style="list-style-type: none"> 紙箱 摺疊封盒 	<ul style="list-style-type: none"> 紙板 其他紙質包裝
塑膠	<ul style="list-style-type: none"> 手提袋 膠袋 標籤 / 貼紙 (例如託運單貼紙) 運送箱 塑膠信封 塑膠卡板 束帶 包裝捆膜 塑膠薄膜 真空包裝 	<ul style="list-style-type: none"> 收縮包裝 填充物 氣泡包裝紙 氣泡柱狀防撞袋 發泡膠板 聚苯乙烯 (PS) 塑膠 / 發泡膠 (EPS) 封箱膠紙 織布袋 其他塑膠包裝
金屬	<ul style="list-style-type: none"> 金屬卡板貨箱 圍板金屬扣 	<ul style="list-style-type: none"> 其他金屬包裝
木材	<ul style="list-style-type: none"> 木卡板 木條箱 	<ul style="list-style-type: none"> 其他木材包裝
複合物料	<ul style="list-style-type: none"> 軟墊信封 信封 (連託運單封套) 	<ul style="list-style-type: none"> 託運單 其他複合物料包裝



iv 數據收集是包裝報告的重要一環，需要公司與相關部門及持份者緊密合作及溝通，以收集準確可靠的數據用作擬定包裝報告。

公司可採用以下兩種方法來收集在報告期內，不同形式的包裝物料使用量。方法1適用於所有電子商貿公司，以收集其一般業務的包裝數據。若電子商貿公司的業務涉及製造其自家品牌產品，亦應同時採用方法2。

1

方法1：收集採購及庫存紀錄的數據

下列數據可用於計算包裝使用量：

項目	說明	數據來源
A	報告期開始時各類包裝物料 / 形式的數量	盤點及庫存報告等
B	報告期內所採購 / 取得各類包裝物料 / 形式的數量	購買訂單 / 報告、供應商發票及進口 / 運送紀錄等
C	報告期結束時各類包裝物料 / 形式的庫存量	盤點及庫存報告等

$$[\text{各類包裝物料 /} \\ \text{形式的總使用量}] = A + B - C$$

方法2：收集已出售自家製品牌的產品的數據

- 計算每件產品的平均包裝重量，再參考銷售記錄乘以報告期內已出售的產品總數。
- 公司應分開記錄不同包裝物料及形式的重量。

例子(1)：出售自家製品牌的橙汁



產品名稱/ 代碼	包裝物料	包裝形式*	每件產品的 包裝物料重量 (克)	報告期內已出 售的產品數量	包裝總使用量 (千克)
			(A)	(B)	$(C) = (A) \times (B) / 1,000$
橙汁 - 500毫升	塑膠	塑膠容器	10	10,000	100
		樽蓋	2		20
		標籤	1		10
小計					130

* 公司可因應所收集得來的數據選擇報告適用的包裝物料和形式

例子(2)：出售自家製品牌的啤酒



產品名稱/ 代碼	包裝物料	包裝形式*	每件產品的 包裝物料重量 (克)	報告期內已出 售的產品數量	包裝總使用量 (千克)
			(A)	(B)	$(C) = (A) \times (B) / 1,000$
啤酒 - 500毫升 (4枝裝)	紙	紙箱	120	5,000	600
		紙隔板	80		400
	塑膠	樽蓋(4個)	8		40
	玻璃	玻璃容器(4枝)	1,040		5,200
小計					6,240

* 公司可因應所收集得來的數據選擇報告適用的包裝物料和形式

v

公司透過計算及披露包裝的使用數據，能讓持份者了解企業對環境保護的承諾。公司可考慮披露於報告期內所使用的包裝物料總重量或使用密度^註。

此外，如公司能詳細披露各類包裝物料（例如塑膠、紙及金屬等）的使用數據則更為理想。透過報告及披露包裝的使用數據，公司可作自我評估及基準比較，加快推行減少包裝的措施。有關包裝報告範本的示例，請參閱附錄二。

註：

包裝物料使用密度 = PA/U

PA = 包裝物料總重量（按重量計）

U = 公司特定的指標（例如產品單位、產量及收益或銷售額等財務單位）

雖然大部分以單一物料製造的包裝均可回收，然而現時並非大部分顧客都有減廢回收的習慣，部分甚或對正確的回收方法一知半解。網購的包裝組合五花八門，因此，電子商貿公司應盡量**使用具有清晰回收指示的包裝**，以便顧客了解正確的回收方法，向他們提供妥善處理於網購中產生的常見包裝物料的貼士及指引，將有助提升公眾的環保意識、對回收包裝的基本認知及動機。例如，電子商貿公司可在自行管理的服務中心 / O2O店、第三方物流服務供應商的服務中心、手機應用程式、確認電郵或社交媒體等不同渠道傳達相關的回收資訊。



圖片來源：How2Recycle (只提供英文版本)

另外，電子商貿公司**應發放綠色包裝指引給公司的包裝團隊及網店商戶**，鼓勵及教育他們如何精簡地包裝貨品及減省費用，避免使用非必要的包裝物料。

/ 電子商貿公司應盡量使用具有清晰回收指示的包裝

成本固然是影響電子商貿公司及其網店商戶決定採用綠色包裝的關鍵因素之一，但更常見的情況是他們並不清楚顧客能否接受使用過的包裝物料（例如回收紙箱），以致遲遲未有行動。有見及此，電子商貿公司可在結帳頁面為關注環保的顧客，提供下列可持續包裝的選項。

表 8：
建議為關注環保的顧客提供的選項

選項	例子
<input checked="" type="checkbox"/> 減少包裝 / 裸裝	可選擇不使用 / 收取襯紙、小膠袋、宣傳品、氣泡袋、紙袋、膠袋
<input checked="" type="checkbox"/> 使用 100% 可回收的包裝來盛載產品	紙張、拉鍊收納紙箱、容易回收的塑膠（例如 PE 及 PET 塑膠）
<input checked="" type="checkbox"/> 使用環保替代物料的包裝來盛載產品（視乎網店商戶的意向，顧客可能需要支付少量額外的費用）	含再生成分的物料，竹、乾草及稻草等天然物料，以及獲得可持續林業認證的紙張
<input checked="" type="checkbox"/> 使用可重用的包裝來盛載產品（需付按金）	可重用的容器及袋

電子商貿公司應在上述選項的鄰近位置加上提醒的備註，教育顧客選擇上述選項如何為可持續包裝出一分力。公司亦可在結帳的頁面上提供選項，讓顧客選擇使用過的包裝（例如紙板）以減省包裝。以上各種方法均可教育顧客，包裝不但可保護產品，且使用可持續包裝在包裝資源循環中亦相當重要。

除此之外，電子商貿公司更可以提供回贈、積分、獎勵或禮品等方式，進一步鼓勵顧客選擇可持續包裝。對於願意轉用環保包裝物料的網店商戶，電子商貿公司可考慮減少向他們收取的佣金，或提高他們在電子商貿平台上的搜尋排名和可見度。電子商貿公司亦可建立標籤計劃或綠色網店商戶評分系統，以區分較環保的網店商戶和其他網店商戶。



經驗分享

+ 中國香港

- 超過三十間的本地綠色網店在結帳的頁面，為顧客提供使用過的包裝及可回收包裝的選項（或除顧客指定，否則預設使用環保包裝）。



圖片來源：環保觸覺

+ 中國台灣地區

- 台灣行政院環境保護署在 2021 年至 2022 年期間，與八間主要電子商貿平台及兩間回收商合作，鼓勵使用可重用的包裝箱 / 袋。當顧客收到包裹後，如他們退還可重用的包裝箱 / 袋，例如透過店內即時退還、郵寄退還、放置於服務點及預約上門回收，即可參加環境保護署舉辦的抽獎活動。



圖片來源：行政院環境保護署

+ 美國

- 一間跨國電子商貿公司與一間非牟利組織合作，在包裝上提供回收標籤，幫助顧客了解正確的回收方法。該電子商貿公司更在其網站上及發貨確認電郵內，提供按包裝類型分類的回收指引，幫助顧客以負責任的方式處理包裝。



圖片來源：亞馬遜 / How2Recycle / Georgia-Pacific

常見問題

以下常見問題旨在解答業界對有關減少包裝、擬定包裝報告及包裝管理的疑問。

Q1 為何包裝報告那麼重要？

包裝廢物為香港都市固體廢物棄置量其中一個重要部分，愈來愈多人關注這些包裝廢物對環境的破壞。為減少廢物產生，本地公司應共同承擔可持續包裝廢物管理的責任。另一方面，隨著顧客及投資者日漸關注公司的環境及財務責任，擬定包裝報告能幫助公司收集包裝數據，並進行自我評估，從而找出需要改進的地方及實踐更好的減廢方法。

Q2 包裝報告是否法例上訂明的強制性要求？

現時，包裝報告並非強制性要求。然而，為協助公司收集包裝數據作自我評估及找出在可持續包裝廢物管理方面可以改善的地方，從而降低非必要成本，我們強烈鼓勵公司擬定年度包裝報告，以便進行自我評估。

Q3 | 包裝報告應涵蓋哪些包裝類型？

公司在擬定報告前應了解其業務營運單位的覆蓋範圍（例如服務中心、配送中心、分派中心等），並列出公司所使用的包裝物料，包括營運時使用的二次包裝（例如紙板、束帶等）、三次包裝（例如紙板、軟墊信封、填充物料、木卡板等）及服務性包裝（例如塑膠購物袋等）。對於有自家製品牌產品的公司，他們的包裝報告亦應該涵蓋其自家製品牌產品所使用的初次和二次包裝（例如塑膠容器等）。

Q4 | 我們發現有時候很難為部分包裝物料作出準確的庫存報告，應如何處理？

我們明白公司難以對不同包裝物料進行存庫估算。因此，公司應盡可能匯報（如有需要，可使用估算）以下營運單位所產生的包裝類型及形式，例如（一）在自行管理的服務中心 / O2O 店所使用的包裝，（二）在自行管理的配送中心 / 分派中心所使用的包裝，（三）在自行管理的派送業務所使用的包裝，及（四）自家製品牌產品所使用的初次及二次包裝。

Q5 | 我們應循哪些途徑披露包裝數據？

香港上市公司必須根據香港交易所的規定在環境、社會及管治報告內披露包裝使用的資料。非上市公司亦應盡量在公司網站或環境、社會及管治報告 / 可持續發展報告 / 年報內披露包裝數據。

Q6 | 我們發現部分可持續包裝的措施難以推行，應如何處理？

我們建議公司試行 / 循序漸進擴大推行範圍。政府作為主要持份者，會繼續與電子商貿業界共同探討並推行切實可行的措施，以推廣及鼓勵減少使用包裝物料，務求從大處著眼、小處著手。

Q7 | 我們的網店商戶的貨品來貨包裝不受我們控制，應如何處理？

公司應與網店商戶保持溝通，共同探討如何在提供處理及運送所需保護的同時使用最少的包裝物料。如公司擁有自己的品牌產品系列，公司應改良包裝的設計，將包裝廢物的數量減到最低。

Q8 | 我們希望回收營運過程中所產生的包裝物料，應如何處理？

公司應物色合適的回收商處理可回收包裝物料。我們亦建議大型企業於工作處所設立合適的回收設施，並委聘回收商定期收集各類可回收物料以作妥善的處理。

請於以下網址查閱《香港回收再造公司名錄》：

<https://www.wastereduction.gov.hk/zh-hk/industry-support/hong-kong-collector-recycler-directory>



1 包裝報告及管理

中國香港

+ 香港交易所《如何編備環境、社會及管治報告 – 環境、社會及管治匯報指南》

https://www.hkex.com.hk/-/media/HKEX-Market/Listing/Rules-and-Guidance/Environmental-Social-and-Governance/Exchanges-guidance-materials-on-ESG/step_by_step_c.pdf

其他地方

+ 歐洲聯盟委員會《擬備及報告包裝及包裝廢物數據指引》(只提供英文版本)

(*Guidance for the compilation and reporting of data on packaging and packaging waste – European Commission*)

https://apambiente.pt/sites/default/files/_Residuos/FluxosEspecificosResiduos/ERE/Guidance_for_the_compilation_and_reporting_of_data_on_packaging.pdf

+ 新加坡國家環境局《強制性包裝報告框架及資源永續法》(只提供英文版本)

(*Guide on Mandatory Packaging Reporting – National Environment Agency of Singapore*)

<https://www.nea.gov.sg/docs/default-source/default-document-library/mpr-resource-slides-as-of-24-march-2021772abdb897c84ae0955da370215eeb74.pdf>

2 減少包裝及包裝管理

中國香港

+ 香港特別行政區環境保護署《香港回收再造公司名錄》

https://www.wastereduction.gov.hk/tc/quickaccess/vicinity.htm?collection_type=collector&material_type=all&district_id=0

+ 香港特別行政區環境及生態局《香港資源循環藍圖 2035》

https://www.eeb.gov.hk/sites/default/files/pdf/waste_blueprint_2035_chi.pdf

- +

廢物及資源行動計劃《可持續包裝設計指引》(只提供英文版本)
(A Guide to Evolving Packaging Design – Waste & Resources Action Programme)
<https://www.proseworks.co.uk/Downloads/Wrap-design-guidance.pdf>
- +

Ehsan Shekarian 《影響閉環供應鏈模型的因素綜述》(只提供英文版本)
(A review of factors affecting closed-loop supply chain models – Ehsan Shekarian)
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652619346931>
- +

可持續包裝聯盟《可持續包裝設計指引》(只提供英文版本)
(Design Guidelines for Sustainable Packaging – Sustainable Packaging Coalition)
https://s3.amazonaws.com/gb.assets/SPC+DG_1-8-07_FINAL.pdf
- +

德國聯邦環境局《德國包裝法》(只提供英文版本)
(German Packaging Act (VerpackG) – German Federal Environment Agency)
<https://verpackungsgesetz-info.de/en/>
- +

M. Sadiq Sohail 《綠色市場推廣策略：它們如何影響以消費者為本的品牌資產？》(只提供英文版本)
(Green marketing strategies: how do they influence consumer-based brand equity? – M. Sadiq Sohail)
https://www.researchgate.net/publication/317419085_Green_marketing_strategies_how_do_they_influence_consumer-based_brand_equity
- +

中華人民共和國市場監督管理總局《八部門關於加強快遞綠色包裝標準化工作的指導意見》
http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-08/09/content_5533459.htm
- +

新加坡國家環境局《包裝合作夥伴計劃 (附包裝基準) 》(只提供英文版本)
(Packaging Partnership Programme (with packaging benchmarks) – National Environment Agency of Singapore)
<https://www.nea.gov.sg/programmes-grants/schemes/packaging-partnership-programme>
- +

Fashion for Good 與可持續包裝聯盟《時裝界中的膠袋：選項評估》(只提供英文版本)
(Polybags in the Fashion Industry: Evaluating the Options – Fashion for Good & Sustainable Packaging Coalition)
https://fashionforgood.com/wp-content/uploads/2019/12/FashionforGood_Polybags_in_the_Fashion_Industry_Whitepaper-1.pdf

+ DHL 客戶解決方案及創新部《反思包裝 – 由 DHL 的角度看物流業包裝的未來》(只提供英文版本)

(Rethinking Packaging – A DHL perspective on the future of packaging in the logistics industry – DHL Customer Solutions & Innovation)
<https://www.dhl.com/content/dam/dhl/global/core/documents/pdf/glo-core-rethinking-packaging-trend-report.pdf>

+ Monireh Mahmoudi 與 Irandokht Parvizomran 《供應鏈中的可重用包裝：對環境及經濟影響、物流系統設計及營運管理的綜述》(只提供英文版本)

(Reusable packaging in supply chains: A review of environmental and economic impacts, logistics system designs, and operations management – Monireh Mahmoudi & Irandokht Parvizomran)
https://www.researchgate.net/publication/339792047_Reusable_packaging_in_supply_chains_A_review_of_environmental_and_economic_impacts_logistics_system_designs_and_operations_management

+ 艾倫 · 麥克亞瑟基金會《重用 – 重新審視包裝》(只提供英文版本)

(Reuse – rethinking packaging – Ellen MacArthur Foundation)
<https://ellenmacarthurfoundation.org/reuse-rethinking-packaging>

+ 澳洲包裝盟約組織《食品服務包裝永續性指南》(只提供英文版本)

(Sustainable Packaging Guidelines – Australian Packaging Covenant Organisation)
<https://apco.org.au/sustainable-packaging-guidelines>

附錄一：電子商貿公司的實用貼士摘要清單



參考本地及其他地方之間的一些良好作業，以下摘要清單精選了本指引所介紹的實用貼士，協助電子商貿業儘快為實踐可持續包裝踏出第一步。

電子商貿公司的實用貼士摘要清單			
實用貼士	是	否	跟進行動 (如果回答「否」)
避免產生			
1. 向員工、網店商戶和第三方物流服務供應商提供更多尺寸的包裝容器，讓包裝容器更切合產品的大小。			
2. 探討 / 投資於研發以數據為主的解決方案，以達致最佳的包裝效率。			
3. 避免使用即棄塑膠包裝物料（例如EPS填充物、PVC膠膜、複合塑膠等）。			
4. 避免使用含有多重不能分拆物料的包裝（例如軟墊信封及貼有膠紙的紙箱）。			

電子商貿公司的實用貼士摘要清單

實用貼士	是	否	跟進行動 (如果回答「否」)
	減廢		
5. 重新設計傳統包裝，並使用經過充足壓力測試、更纖薄輕巧的包裝物料。			
6. 以原有包裝形式配送已被包妥的訂單。			
7. 探討使用具創意的包裝（例如免貼拉鍊收納紙箱）/ 創新技術來提高包裝的可回收性及減少使用物料。			
8. 以含再生成份的物料取代即棄包裝。			
9. 就無法避免的包裝，使用易於回收的物料（例如紙、PE塑膠、PET塑膠）取代難以回收的物料。			
10. 與網店商戶 / 第三方物流服務供應商保持緊密溝通合作，以簡化包裝設計。			
11. 定期對網店商戶進行包裝審核，並了解其所需的包裝規格和環保特質。			
重用			
12. 透過研發及試行計劃等探討以閉環式供應鏈系統運作的可行性。			
13. 設立回收點收集使用過但狀況良好的包裝以作重用（例如紙箱、填充物料）。			
14. 盡量採用可重用包裝（例如塑膠物流箱、塑膠卡板、卡板束帶）。			
15. 對於高退貨率的訂單，採用雙重密封信封或密實袋。			

電子商貿公司的實用貼士摘要清單

實用貼士	是	否	跟進行動 (如果回答「否」)
回收及循環再造			
16. 於後勤作業區域及服務中心 / O2O店設立回收設施回收包裝 (例如回收箱、回收籠)。			
17. 安排承辦商定期收集不同的可回收物料。			
18. 為退回乾淨且狀況良好的可重用包裝物料的顧客，提供獎勵。			
19. 拓展上門回收服務或設立流動回收點，鼓勵顧客於收到包裝後即時進行回收。			
包裝報告及管理			
20. 每年進行統計分析及記錄包裝物料的總使用量。			
21. 在公司的環境、社會及管治報告 / 可持續發展報告 / 年報內披露減廢計劃及成果。			
宣傳及顧客教育貼士			
22. 使用具有回收標籤的包裝，以教育顧客正確回收。			
23. 於服務中心 / O2O店或利用手機應用程式向顧客提供妥善處理包裝物料的貼士及指引。			
24. 發放綠色包裝指引給公司的包裝團隊及網店商戶，以教育他們如何精簡地包裝貨品及減省費用。			
25. 於結賬頁面為顧客提供裸裝或可持續包裝的選項。			
26. 為顧客 (例如通過回贈) 及網店商戶 (例如降低佣金) 提供獎勵，以推動可持續包裝行動。			

備註：

整體而言，業界應在可行情況下盡量避免使用過度及非必要的包裝。若有其必要使用包裝物料，則應謹慎選擇合適的包裝從而減少所產生的廢物。此外，業界可透過重用及循環再造延長包裝的壽命。因此，電子商貿公司應透過回收各種包裝物料，以鼓勵員工、網店商戶、第三方物流服務供應商及消費者培養綠色生活習慣。

附錄二：包裝報告範本

報告範本：於報告期內所使用的各類包裝物料（方法 1）

公司：			
處所：			
處所業務性質：			
報告期：	由		至

收集採購及庫存紀錄的數據

包裝物料	包裝形式*	報告期開始時的 庫存包裝重量 (公噸)	報告期內所採購 / 取得的包裝重量 (公噸)	報告期結束時的 庫存包裝重量 (公噸)	備註	包裝總使用量 (公噸)
		(A)	(B)	(C)		(D) = (A) + (B) - (C)
塑膠	例如：包裝捆膜	40	60	20	由HDPE製成	80
	例如：封箱膠紙					
	例如：氣泡包裝 紙					
小計						
紙	例如：瓦通紙箱					
	例如：託運單據					
小計						
金屬						
小計						

包裝物料	包裝形式*	報告期開始時的 庫存包裝重量 (公噸)	報告期內所採購 / 取得的包裝重量 (公噸)	報告期結束時的 庫存包裝重量 (公噸)	備註	包裝總使用量 (公噸)
		(A)	(B)	(C)		(D) = (A) + (B) - (C)
木材						
小計						
複合物料						
小計						
其他						
小計						
總計(PA)						
公司特定指標 (例如產品單位、產品容量及收益或銷售額等財務單位) (U)						
包裝物料使用密度 = PA/U						

* 公司可因應所收集得來的數據選擇報告適用的包裝物料和形式

報告範本：於報告期內所使用的各類包裝物料（方法 2）

公司：			
處所：			
處所業務性質：			
報告期：	由	至	

收集已出售自家製品牌產品的數據

產品名稱 / 代碼	包裝物料	包裝形式*	每件產品的 包裝物料重量 (克)	報告期內已出售的 產品數量	包裝總使用量 (千克)						
		(A)	(B)	(C) = (A) x (B) / 1,000							
例如： 橙汁 - 500毫升	塑膠	塑膠容器	10	10,000	100						
		樽蓋	2		20						
		標籤	1		10						
小計					130						
例如： 啤酒 - 500毫升 (4枝裝)	紙	紙箱	120	5,000	600						
		紙板隔板	80		400						
	塑膠	樽蓋 (4個)	8		40						
	玻璃	玻璃容器 (4枝)	1,040		5,200						
	小計					6,240					
小計											
總計(PA)											
公司特定指標 (例如產品單位、產品容量及收益或銷售額等財務單位) (U)											
包裝物料使用密度 = PA/U											

* 公司可因應所收集得來的數據選擇報告適用的包裝物料和形式

附錄三：可持續包裝管理的自我評估五步曲



以下的「自我評估五步曲」可協助電子商貿業界了解他們在供應鏈及業務週期中所使用的包裝，從而確立包裝管理的範圍，評估可影響減少貨品包裝的因素，並尋求改善方法。

可持續包裝管理的自我評估五步曲			
評估步驟			
第1步：依照以下指引問題檢討現行包裝管理的做法。			
第2步：查看該等指引問題是否適用於公司的業務及其包裝，並考慮是否需要加入更多的指引問題。			
第3步：查看哪些負責人土或部門（例如公司內部或供應鏈的相關人士）能夠提供資料以助進行有關包裝的檢討。			
第4步：考慮有否較佳的改善方法，或可否進一步探討改善的方法。			
第5步：識別減少包裝及包裝廢物的可行方法，隨後制定行動計劃並追蹤進度。			
甲. 關於可持續包裝貼士的指引問題			
指引問題	是 / 否 / 不適用	負責人士	時間表 / 目標 / 進度更新
<p>示例問題</p> <p>現時有否向員工、網店商戶及第三方物流服務供應商提供更多尺寸的包裝容器，讓包裝容器更切合產品的大小？</p>	是	公司採購經理	<p>1. 2月初 – 就包裝容器的尺寸諮詢營運經理及前線員工的意見</p> <p>2. 2月初 – 對網店商戶及第三方物流服務供應商進行意見調查，了解所提供之銷售的包裝容器是否適合</p> <p>3. 4月初 – 檢視適合的大小及物色提供環保產品的供應商</p> <p>4. 4月末 – 由營運經理及可持續發展經理向前線員工、網店商戶及第三方物流服務供應商簡介有關可持續包裝策略的指引</p> <p>5. 5月初 – 實施計劃</p> <p>6. 6月初 – 進行評估</p>
避免產生 — 避免使用及減少非必要的包裝			
現時有否向員工、網店商戶及第三方物流服務供應商提供更多尺寸的包裝容器，讓包裝容器更切合產品的大小？			

指引問題	是 / 否 / 不適用	負責人士	時間表 / 目標 / 進度更新
是否有能力及資源探討 / 投資於研發以數據為主的解決方案，以達致最佳包裝效率？以數據主導的電子商貿營運長遠能減省多少成本？			
可否避免使用即棄塑膠包裝物料（例如EPS填充物、PVC塑膠薄膜、複合塑膠等）？			
可否避免使用含有多重物料但不能分拆的包裝（例如軟墊信封、貼有膠紙的紙箱等）？			
// 如適用於你的公司，請加入其他有關避免使用及減少非必要的包裝的想法 //			
減廢 — 重新設計包裝			
是否已經充分了解顧客、網店商戶及第三方物流服務供應商的包裝需求，從而識別減少包裝的機會？			
可否重新設計傳統包裝，並使用更纖薄輕巧的包裝物料？是否已進行充足壓力測試，以確保採用符合規格的適量包裝，同時確保產品安全無損？			
可否識別已被包妥的產品，並以原有包裝形式配送？			
可否探討使用具創意的包裝（例如免貼拉鍊紙箱）/ 創新技術來提高包裝的可回收性及減少使用物料？			
// 如適用於你的公司，請加入其他有關重新設計包裝的想法 //			
減廢 — 使用環保包裝物料作替代品			
可否避免使用難以回收的包裝，例如含有發泡膠的墊料？			
對於無法避免的包裝，可否選用易於回收的物料（例如紙、PE塑膠、PET塑膠）？			
可否選用含再生成份的物料（例如含再生成份塑膠）作為包裝物料？			
可否增加包裝的再生成份物料比例？			
可否選用通過權威機構認證的可持續物料，例如森林管理委員會（FSC）或森林認證體系認可計劃（PEFC）？			
採購環保包裝物料時可否優先考慮本地供應商以減少供應鏈中的碳足跡？			
// 如適用於你的公司，請加入其他有關使用環保包裝物料作替代品的想法 //			

指引問題		是 / 否 / 不適用	負責人士	時間表 / 目標 / 進度更新	
減廢 — 綠色供應鏈管理					
網店商戶					
是否已就優化包裝設計及規格與網店商戶保持緊密溝通？例如，是否設有程序與網店商戶合作簡化包裝設計？					
可否定期對網店商戶進行包裝審核，並了解其所需的包裝規格和環保特質？					
可否鼓勵網店商戶就所使用的包裝物料申請第三方認證，讓顧客對其環保包裝更添信心？					
可否與全球品牌網店商戶（例如快速流動消費品）在可持續發展包裝方面展開合作，展示合作努力的成果？					
// 如適用於你的公司，請加入其他有助提升網店商戶可持續包裝管理表現的想法 //					
分派倉庫 / 配送中心 / 物流服務					
自行管理	是否已為員工提供協助推行可持續包裝策略的指引 / 培訓？				
	是否已成立內部工作小組定期檢討包裝策略？				
	是否已識別任何有助減少包裝及包裝管理的可行方法？				
第三方服務供應商	是否已採納針對第三方服務供應商的可持續包裝要求作為招標規格？				
	是否已為第三方服務供應商提供協助推行可持續包裝策略的指引以作有效監督？				
	可否從第三方服務供應商中取得包裝使用數據以供內部監控？				
	基於上述答案，是否有可能與第三方服務供應商進一步攜手減少包裝及加強包裝的管理？				
// 如適用於你的公司，請加入其他有助管理經營 / 提升第三方服務供應商可持續包裝管理表現的想法 //					

指引問題	是 / 否 / 不適用	負責人士	時間表 / 目標 / 進度更新
重用 — 使用可重用包裝物料			
有否探討以閉環式供應鏈系統運作的可行性？			
是否有能力及資源投資於設計閉環式供應鏈系統？可否分階段試行，例如與網店商戶、持續訂購或到店內自取的顧客一同推出試行計劃，以準備逐步擴展至全面營運？			
如果你的電子商貿公司資源較豐富，可否舉辦活動與同業分享關於閉環式供應系統運作的經驗以促進行業發展？			
可否於工作處所中設立回收點收集使用過但狀況良好的包裝以作重用，例如紙箱、填充物料？			
可否盡量採用可重用包裝，例如塑膠物流箱、塑膠卡板、卡板束帶？			
可否於高退貨率的訂單採用雙重密封信封或密實袋？			
// 如適用於你的公司，請加入其他有關使用可重用包裝物料的想法 //			
回收及循環再造 — 設立回收設施			
可否於後勤作業區域（例如配送中心）及服務中心 / O2O店設立回收設施回收包裝，例如回收箱、回收籠？			
可否於新服務中心 / 配送中心 / O2O店優先設立回收設施，然後逐漸擴展至全線服務中心 / 配送中心 / O2O店？			
可否為退回清潔且狀況良好的可重用包裝物料的顧客提供獎勵，以進一步鼓勵顧客小心地拆除包裝和推動資源循環？			
可否提供上門回收服務或設立流動回收點，鼓勵顧客於收到包裝後馬上進行回收？			
// 如適用於你的公司，請加入其他有關設立回收系統的想法 //			

指引問題	是 / 否 / 不適用	負責人士	時間表 / 目標 / 進度更新
宣傳及顧客教育貼士			
可否使用具有回收標籤的包裝以便最終顧客正確回收？			
可否於服務中心 / O2O店、透過手機應用程式或社交媒體向顧客提供妥善處理包裝物料的貼士及指引？			
可否發放綠色包裝指引給公司的包裝團隊及網店商戶，以教育他們如何精簡地包裝貨品及減省費用？			
可否提升公司網站的介面以供顧客在結帳的頁面揀選可持續的包裝方法？			
可否提供回贈或積分等獎勵以進一步鼓勵顧客選擇可持續包裝？			
可否降低向網店商戶收取的佣金或提高他們在電子商貿平台上的搜尋排名和可見度，以鼓勵網店商戶轉用更環保的包裝物料？			
可否探索建立標籤計劃或綠色網店商戶評分系統，以區分較環保的網店商戶與其他網店商戶？			
// 如適用於你的公司，請加入其他有助提升公眾環保意識、對回收包裝的基本知識及動機的想法 //			

乙. 關於包裝報告的指引問題

指引問題	是 / 否 / 不適用	負責人士	時間表 / 目標 / 進度更新
註1 ：有關包裝物料及形式的摘要清單，請參閱「包裝報告及管理指引」			
註2 ：1) 在自行管理的服務中心 / O2O店所使用的包裝；2) 在自行管理的配送中心 / 分派中心所使用的包裝；3) 於自行管理的派送業務所使用的包裝；及 4) 自家製品牌產品的包裝（如有）均應納入匯報範圍			
是否能夠釐定報告期？			
是否能夠界定企業的包裝匯報範圍及相關活動？			

指引問題	是 / 否 / 不適用	負責人士	時間表 / 目標 / 進度更新
就營運中所涉及的包裝物料及形式，是否能夠識別予匯報的包裝範圍？			
報告期開始時有否任何包裝庫存量紀錄？（例如盤點紀錄）			
報告期內有否任何包裝採購紀錄？（例如收貨及送貨單）			
報告期結束時有否任何包裝庫存量紀錄？（例如盤點紀錄）			
可否識別計算包裝物料使用密度的公司特定的指標？（例如產品單位、產量及收益 / 銷售額等財務單位）			
// 請加入其他有助識別所用包裝來源的方法 //			

丙. 關於實行減少包裝及包裝廢物計劃的檢視清單

指引問題	是 / 否 / 不適用	實施細節	進度 / 成果
識別減少包裝及包裝廢物的可行方法後，公司應制定行動計劃並追蹤進度。			
可否識別出任何減少包裝及包裝廢物的可行方法？			
是否已評估減廢計劃的實行範圍（例如先從10個網店商戶試行）？			
是否已就包裝使用量、包裝廢物回收率或其他包裝相關議題擬定要求 / 目標的時間表（例如膠紙的使用量較上個報告期減少30%）？			
是否已有計劃達致上述要求 / 目標的措施？			
是否已針對上述要求 / 目標及措施進行團隊分工？			
是否已建立任何評估機制以追蹤和監控進度？			
如進度未如理想，是否會定期對減廢計劃進行評估及調整？			
// 請加入其他有助減少包裝及包裝廢物的方法 //			