

编者按

“双十一”刚刚落幕,人们网购狂欢后,也留下了海量快递包装垃圾。据统计,今年“双十一”期间全国快递收件量高达2.5亿件,初步估算产生的包装垃圾将达5万吨以上。如何减少快递包装垃圾,解决快递量激增背后废弃包装引发的环境污染问题?本报今日就这一话题刊发相关来稿,以期引发思考。

“双十一”海量快递垃圾何处去?

推行绿色包装

可循环使用快递包装套盒

◆但家文(西南·督查中心)

“双十一”全网创造了巨大的销售额,也产生了前所未有的海量快递垃圾。其实,完全可以根据消费者对快递物品抗压、防水、防破损的基本需求,引导全国较大的快递公司带头推广使用可循环利用的快递包装套盒,在日益庞大的快递产业消费链中,形成良好的绿色消费模式。

具体来说,快递公司可以根据大部分日常快递物品的尺寸大小,选用工程塑料等为原料,从小到设计生产标准化的快递物品系列包装套盒,并长期循环使用。这样既可有效解决70%~80%

的常规快递物品包装问题,又可大幅减少快递垃圾,节约宝贵资源。

为降低可循环使用快递物品包装套盒成本,国家可对相关生产企业给予税收优惠。快递公司可在系列包装套盒上,选择不同的材质、颜色、形状和标识,免费给本公司打广告,扩大公司在消费者中的影响力和知名度。

国家同时可出台相关政策,鼓励运输企业,尤其是铁路和航空运输业,优先送达包装套盒可循环使用的快递物品,逐步提高使用一次性包装套盒的快递物品运输价格,综合运用法律、行政、经济、技术等手段,尽快改变目前快递业所带来的大量垃圾,避免资源的极大浪费。

简约包装应大力推广

◆张厚美(四川·市环保局)

如何有效解决快递量激增背后废弃包装引发的环境污染问题?笔者认为,必须大力推行快递包装的绿色转型。

包装使用环保新材料。今年8月,国家邮政局出台的《推进快递业绿色包装工作实施方案》明确提出,要在绿色化、减量化、可循环方面取得明显效果,“十三五”期间,力争在重点企业、重点地区的快递业包装绿色化上取得突破。到2020年,基本淘汰有毒有害物质超标的包装材料,基本建成社会化的快递包装物回收体系。为此,要着眼绿色低碳循环发展,积极推广技术先进、节能环保的新产品、新材料在快递行业中的应用,鼓励企业研发生产对生态环境和人类健康无害、能重复使用和再生的绿色包装材料。减少收寄、分拣、分发、运输、投递等环节对环境的污染和资源消耗。

健全快递业包装法律法规体系。

以创新推动包装绿色化

◆沈胜学(福建·市环境监察支队)

快递包装材料带来的环境污染问题已引起广泛关注。笔者认为,破解快递包装垃圾处理难题,应在包装减量回收上下功夫。

加强政策宣传。继《国务院关于促进快递业发展的若干意见》中将绿色节能作为快递业发展目标之后,国家邮政局出台了《推进快递业绿色包装工作实施方案》。这一方案在推进包装物减量化方面,鼓励企业使用电子运单、中转箱和笼车等装备,利用大数据技术,优化运输、存储和配送的流程,从而减少包装物的使用量。各级政府及相关部门要高度重视,加强政策宣传力度,营造快递包装绿色化的舆论氛围,引导电商企业、快递企业、包装企业、物流企业等严格自律,自觉执行政策规定。

加强创新推动。为解决快递单撕下后胶水粘附在纸箱上影响重复使用的问题,可采用易揭式包裹单,这样纸箱上基本没有残留的物流印迹,更方便再利用。在转运过程中可广泛使用抗挤压、有韧性、可拆解的塑料周转箱,既方便运输又经济环保。用可降解环保包装材料替代难以降解的塑料袋。例如,某网今年就率先推广淀粉基可降解环保包装材料。这种包装材料是以玉米淀粉为主料的淀粉基塑料,在土壤中4个月后就大部分即可自然降解,对环境污染小,相比传统塑料袋可节约70%的能耗。

倡导绿色消费

防“剁手”还需绿色消费

◆王冠楠(江苏·市环保局)

很多人赶在“双十一”从网上购买的商品,固然有不少是心仪已久的,以优惠价购买后如获至宝;但也有一部分并非必需品,往往是图便宜而买,用了一段时间以后就弃之不用、束之高阁,甚至买到假货的情况也屡见不鲜。于是就出现了“双十一”疯狂抢购过后高喊“剁手”的现象,令人哭笑不得。

以节约、优先、绿色发展的生态文明理念来看,闲置商品实质上是对生产、运输、储存、销售等环节中所消耗的资源能源的一种浪费。假冒伪劣商品自然更不必说,退货的过程又要产生新的污染和资源浪费。

因此,为促进资源能源的合理配置和高效利用,要大力倡导勤俭节约、理性务实、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费模式,提高全社会生态文明意识。作为消费者,要从个人实际需要出

发,购买自身使用率较高、能物尽其用的商品,实现绿色消费,防止过度消费、盲目消费、跟风消费、奢侈消费;同时也要擦亮眼睛,提高鉴别能力,避免被低价的假货坑害。

从电商行业来说,要发挥对广大消费群体的积极引导作用,树立科学合理的经营理念,算大账、算长远账、算综合账,不要短期过度透支消费需求。一年365天,优惠活动不必局限于某几天。另外,电商自身和有关部门要分别加强行业自律和监督管理,共同抵制、坚决打击以次充好和假冒伪劣等不法行为,营造良好的企业口碑和市场氛围。

应对快递包装问题,保护生态环境是一个系统工程,不仅在于末端治理,更在于源头管控,要深入践行绿色消费理念,培育绿色生活方式。要实现全民参与、观念革新、共建共享,广泛动员全社会自觉从我做起、从一点一滴做起,共同为生态文明建设出一份力、增一分彩。



明确企业责任

实行生产者延伸责任制度

◆韩继勇(东北·督查中心)

随着电子商务等新兴经济形态的快速发展,我国快递行业的年业务量逐年呈现爆发性增长。与此同时,我国快递包装过度、循环利用率低等现象也日渐凸显。笔者认为,破解快递包装废弃物环境污染问题,有必要尽快实行生产者延伸责任制度,实现快递包装废弃物的循环利用。

按照谁污染、谁治理原则,抑制过度快递包装和回收利用包装废弃物的责任主体自然是生产者。所谓的生产者延伸责任指生产者应承担废弃物处置责任,不仅在产品的生产过程之中,而且要延伸到产品的整个生命周期,特别是废弃后的回收和处置。生产者责任延伸制度是当今许多工业化国家循环经济法律制度中的重要制度之一,在美国、欧盟国家已经有了可资借

鉴的成功经验。国家应通过立法,强制性要求生产、运输、代理、批发、零售的企业共同承担回收快递包装废弃物的责任,设定不同包装废弃物的回收目标和时限,同时规定消费者有将废弃包装主动交给生产者回收处理的义务。有条件的城市可以推行包装废弃物委托第三方的运营模式,即由第三方固废处理专业公司与负有责任的生产者签订包装废弃物的回收、利用和处置合同,代表生产者履行治理责任,并从生产者那里有偿收取一定的服务费用。

世界上没有真正的垃圾,只有放错了地方的资源。通过立法推动我国快递包装的绿色化、减量化、可循环,是减少浪费、降低污染的有效方法,但执行起来却并非易事。只有依靠全社会力量的共同参与,群策群力,才能最终实现各方的互利共赢。

企业应主动实践包装减量化

◆王争亚(河南·省环保局)

快递过度包装曾经是人们热议的话题,刚刚过去的“双十一”,使得快递包装如何实现减量化的问题再次成为社会舆论关注的焦点。

解决快递包装浪费资源、污染环境这一问题需要政府、企业、公众共同参与。在制度标准急需完善、绿色包装材料有待研发、回收系统尚未建立、公众环保意识还有待增强的当下,笔者认为,创新工作思路无疑是实现快递包装减量化的有效途径。日常生活中的两件小事给笔者以启发。

笔者食用的鸡蛋都是从近200公里之外的一家农庄订购,盛装几十枚鸡蛋的外包装是一种专门定制、可以循环使用的塑料盒。当客户有新的购买需求,卖家再次上门服务时,送货人员会将买家第一次用毕的塑料盒收回以作下一次包装之用。如此循环往复利用,几乎不会产生多余的包装垃圾。此外,这家农庄对于每次都能完好无损交回塑料盒的客户,还给予一定的

优惠。一同事经常在某商家网购衣服。这家电商用于快递包装的材料除了外层套一个黑色塑料袋防潮之外,内层包装是用无纺布制成的一個手提布袋。这一布袋并未给企业增加多少包装成本且有实用价值,一般人恐怕不会将其视为垃圾随手丢弃。

两个例子中,企业和商家自觉履行社会责任并通过创新工作方法来实现快递包装减量化的思路和精神值得点赞。两者的做法无疑有着异曲同工之妙,其示范意义不言而喻。

上述商家的做法在快递行业可能很少,推动这样的星星之火形成燎原之势,责任自然在政府的肩上。在抓紧出台快递行业相关约束性标准的同时,各级、各地要对自觉践行环保理念、主动为快递包装“瘦身减肥”的商家和快递企业,在政策、准入、舆论等方面予以强有力的正向激励和宣传推广。只有这样,才能引导更多的企业逐步实现包装的减量化和绿色化,以推动快递业的健康、可持续发展。



推广垃圾分类

强制推广生活垃圾分类

◆罗岳平 曾钰(湖南·省环境监测中心站) 熊孟清(广东·市城管委)

面对海量的快递垃圾,笔者认为,要实现快递包装的资源化利用,在加强宣传、引导快递公司减少包装的基础上,应在全社会牢固树立资源节约与环境保护理念,促使全民自觉、自主、自动地开展垃圾分类。

当前,对垃圾分类居民普遍存在看客心态:一方面,认为生活垃圾分类很有必要;另一方面,又觉得事不关己,甚至还有部分人认为垃圾分类太难以成功,在实践上滞后拖延。鉴于此,笔者认为,必须树立资源和环境危机意识,经充分准备后,强制推广家庭生活垃圾分类。

总体来看,强制推广家庭生活垃圾分类的时机已成熟。第一,生活垃圾污染尤其是垃圾围城的严峻形势,决定了突破这个难题时不我待。对生活垃圾分类并进行资源化利用是消除生活垃圾威胁的唯一出路。

第二,城镇居民的文明程度能够支撑强制推广生活垃圾分类。现在,城镇居民的教育水平和环境、健康保护意识普遍提高,既直接感受到垃圾围城带来的诸多不适,又认识到资源短缺对经济社会发展的制约和环境破坏给健康带来的危险。很多人还了解了生活垃圾处理趋势和先进的生活垃圾分类处理体系。

第三,社会治理的精细化水平为强制推广生活垃圾分类提供了重要保障。很多城镇建立了网格化社

会治理机制,对每个月片区开展细致的综合管理,将生活垃圾分类工作板块嵌入进去,借此打通“最后一公里”。

第四,技术进步使居民对生活垃圾进行分类成为可能。我国的制造业已比较发达,不管是生活垃圾分类所需的大型机械设备还是各种材质、形状垃圾桶和塑料袋等,都有能力设计生产并便于使用,完全能够满足生活垃圾分类收集、转运的技术要求。随着互联网和信息技术的发展,“互联网+”平台的建设和智能回收成套设备的应用也极大地方便了居民对生活垃圾进行分类。

最后,生活垃圾分类有成功的经验和模式可资借鉴。国外普遍对生活垃圾进行分类,将其模式作相应调整后即可在国内运行。上海、广州、杭州等城市部分社区的生活垃圾分类工作开展已久,运行效果稳定,对其模式进一步完善后可在其他地方复制、推广。

强制推广生活垃圾分类肯定会遇到较大阻力,要做好打持久战的准备,克服急躁情绪,步步为营,久久为功。综合运用多种手段,尤其要发挥经济杠杆的调节作用,体现谁污染、谁付费的原则。不仅要出台垃圾分类规章,也要出台垃圾分类处理规章,甚至用后续的垃圾处理规章倒逼源头垃圾分类。大量实践证明,开展垃圾分类只依靠教育引导是不够的,必须建章立制,通过严格的约束机制实现生活垃圾分类。



建立回收体系

包装回收从物流企业入手

◆赵建峰(江苏·市环保局)

如何高效处理快递包装垃圾一直是困扰着社会环境治理的难题。个人认为,应当从物流企业入手,抓好快递包装垃圾的回收再利用工作。

利用既有平台,引导物流企业开展垃圾回收再利用。物流企业是货物传递过程中必不可少的一环,也是消费者收到货物之前的关键一环。物流企业回收包装垃圾,不仅有工作的便利,更有客观的可能。当前,各地均有快递包裹集中收寄点,更有不少小区安放了自助快递柜。这些区域不仅仅是快递包裹的集中收发地,事实上也可以成为快递包装垃圾的集散地。物流企业在上述区域设置相应包装垃圾回收点,大部分包装垃圾将得到有效回收。同时,由于包裹集散于此地,在这些地点开展面单、胶带、包装袋、包装箱等包装垃圾分类回收工作也更容易形成规模效应。

采取营销手段,吸引广大消费者积极参与其中。垃圾回收利用工作的广泛开展,还有赖于消费者的积极参与。除了广泛宣传环保理念外,适当的垃圾回收营销也必不可少。在当前物流竞争中,不少物流企业建立了消费者数据库,以期提升未来的业绩。然而,如何增加与消费者的互动,却是困扰大多数物流企业的问

题。包装垃圾回收利用工作正提供着这样一个契机。各大物流企业可以利用既有数据库系统,通过开展包装垃圾回收积分、积分抵邮费等工作,将消费者吸引到包装垃圾回收再利用工作中来。对于消费者而言,积分抵邮费等活动的开展,增加了消费者参与包装垃圾回收利用工作的经济动力,消费者也更愿意参与到这项工作中来。对于物流企业而言,通过包装垃圾回收工作,增加了企业与消费者的黏合性,吸引了客户,包装垃圾回收将转变为未来的营销业绩。

国家定向补贴,推进垃圾回收再利用的专业化。当前,包装垃圾回收再利用工作进展缓慢,制约因素除了技术原因外,更多的是经济原因。考虑到物流企业的人力成本、行业的时效性要求等,如果仅仅依靠物流企业的自身力量,此项工作必然难以持久。因此,在物流企业开展包装垃圾回收再利用工作中,一定形式的国家财政补贴不可或缺。除了财政补贴外,还需要国家从产业政策的角度,对包装垃圾生产、回收、利用等予以政策引导和技术支持,真正实现链条化、循环化。

未来,随着物流行业的不断发展,规模化垃圾回收利用工作深入推进,由物流行业而衍生出包装垃圾回收利用产业也并非不可能。

利益激励机制约束双管齐下

◆叱狼(网友)

回收快递包装垃圾,仅停留在倡议和自觉的层面上还远远不够,应当以快递公司为主体,以经济利益为驱动,建立健全科学合理的快递包装垃圾回收制度和机制,以此保障快递包装垃圾全部回收。

从当前实际情况看,由快递公司承担快递包装垃圾回收,显然最为便捷和高效。然而,在市场环境下,如果没有经济利益回报,快递公司自然不会愿意开展较为繁琐的回收工作。消费者虽然购买的是商品,但如果没有利益驱使,显然也不会配合快递公司主动交回包装垃圾。因此必须让消费者和快递公司都能得到一定的利益补偿。基于这一思路,笔者建议建立“优惠补贴+加价惩罚”相结合的快递包装回收机制。

对于快递公司来说,如果回收的快递包装垃圾再分类出售就可以获得经济效益,必定乐意为之。而对于消费者来说,连续网购满一定数量,而且将快递包装全部交给快递公司回收后,快递公司如果按照比例减免快递费,消费者就能尝到快递包装回

收的甜头,自然就会重视和支持包装回收工作。反过来说,对于拒绝交给快递公司回收的,在满两单或三单后,快递费用应适当惩罚性加价收取,以此倒逼消费者自觉交回快递包装垃圾。

为保障对消费者的快递费用优惠补贴和加价惩罚落到实处,笔者认为,还需要做好3方面工作:

一是合理共享利益。要尽可能公平地分摊快递公司出售包装垃圾所得与消费者补贴资金额度。如果有失偏颇,必定会损坏一方利益,无疑会打击双方参与快递包装回收的积极性和主动性。

二是打破信息壁垒。目前各快递公司之间各自为战,缺少信息沟通渠道。建议由邮政主管部门搭建各快递公司之间的信息网络平台,实现快递信息共享,否则对消费者的优惠补贴或惩罚加价将成为空谈。

三是强化责任管理。邮政主管部门要加强快递包装回收的过程监管,严防快递公司出现该补不补、该罚不罚等不良现象。同时,完善群众信访投诉机制,让全社会监督快递公司快递包装回收工作,严厉打击弄虚作假等行为。

应明确回收环节主体责任

◆梁小红(湖南·市环保局)

如何处理好由“双十一”促销活动带来的巨量快递垃圾?笔者认为,应结合我国现阶段的基本国情,扎实做好快递垃圾的回收试点工作。

目前,我国对垃圾回收和分类还没有形成完整的社会体系,相关法律法规缺失、各方责任尚未明确、财政投入不足、公众环保意识欠缺。在这种情况下,应充分利用现有条件,积极探索构建垃圾回收体系。

明确回收环节主体责任。快递公司开展垃圾回收工作最具优势和条件。在货物传递过程中,“发货—快递—用户”,整个流程比较清楚。回收物品包装也是如此。因此,快递公司应承担事后将包装垃圾回收的主要任务。

快递员可视为网格员,分片分区域按公司属地承担回收的任务。快递员从用户手中回收快递包装后,上交片区公司或大区域流通中心或仓储公司。

只要充分应用好这一网络,建好回收网格,快递包装回收工作就能取

得突破性进展。有关部门可通过出台相关政策文件,建立二元一次快递包装送返机制,即快递员将包装送到用户手中,再从用户手中收回废旧旧包装,送至储存和处理公司,最后一次性进行处理。快递公司要利用快递包装运输路径,建立废旧包装垃圾追溯回收体系。国家有关部门可以先行优选部分快递公司来试点回收工作。

同时,要抓好宣传教育,提高公民环境素质。公民有义务、有责任将快递包装垃圾完整保存并全部上交回收。公民应不断提高回收意识,协助快递公司做好相关工作,节约社会资源。

维护新闻传播公信力
严防虚假新闻报道

虚假失实报道举报电话
010-67112039