

读者聚焦

让快递包装“更瘦更绿”

今年“双11”购物节比以往开始得早，时间跨度长，一系列促销活动吸引着人们频频下单，随之而来的是快递包裹量的大幅增加。国家邮政局相关负责人表示，预计今年11月11日至16日日均快递业务量达4.9亿件，约为日常业务量的2倍。

如何减少快递垃圾，让快递包裹“绿”起来，成为人们关注的一大话题。对此，一些读者来信表达了自己的看法和建议。



11月11日，江西省安远县电商产业园，快递公司员工正在分拣包裹，准备运往各网点。为打通县域物流“大动脉”，安远县建立了县级分拨中心，每天分拣量达到30万件，并开通26条城市直发专线，以降低电商企业快递配送成本。 蔡 倩摄(中经视觉)

合力推进快递绿色包装

周荣光

近些年，全社会十分重视推广快递绿色包装。比如，国家邮政局印发实施邮件快件绿色包装规范，推动出台快递封装用品国家标准，推进实施可循环中转袋替代一次性塑料编织袋试点；中国邮政、顺丰快递等企业积极开展快递包装科技研发，也有快递企业启动“回箱计划”，采用循环集包袋、循环箱、胶带瘦身等办法，都取得了一定效果。

但不可忽视的是，目前普及快递绿色包装还任重道远。诸如“双11”网购节等时间节点，在消费潜力得到极大释放的同时，大量快递箱、包装袋被废弃，造成了环境污染。

快递包装箱等废弃物是放错了地方的资源。许多快递箱、快递袋制作精美，仅仅使用一次就被扔掉，实在可惜。对于消费者来说，想要再利用，得先堆放在家里，太占地方；直接卖废品，既费力又不值钱，最后不得不扔掉。

要变“废”为宝，物流行业应形成共识，通过循环回收等措施促进资源利用，还可以推广采用一些新技术。比如，开发APP等工具，方便消费者在网上寻找附近的回收点，人们捐赠纸箱后，可通过APP获得电子消费券奖励等。同时，相关部门要加大行动力度，进一步强化绿色快递宣传，努力形成全社会共同参与的良好局面。

(作者地址：陕西省咸阳市秦都区)

“过度包装”亟待改进

许贵元

近年来，随着网购兴起，我国快递业每年消耗的用于包装的纸类废弃物超过900万吨，塑料废弃物约180万吨，并呈逐年快速增长趋势。

如今，网购越来越火，不仅价格比商场超市便宜很多，而且快递也比较便捷，深受消费者欢迎。一些商家为确保货品在发运途中安全无损，就在“加固”物品包装上大做文章。无论物品体积大小、轻重，都会多包几层小盒，大盒套小盒，胶带不知缠了

多少圈，导致快递“过度包装”问题突出。一是造成资源浪费；二是产生的垃圾污染环境。对此，应该引起高度重视。

目前，对快递包装材料回收再利用不足，基本都当作废品一扔了之，无形中造成了极大浪费，与节约型社会理念相悖。

为解决快递“过度包装”问题，目前国内已有部分快递公司或电商推出了“一起环保·纸箱回收”“快递纸箱回收换积分”和“回箱计划”等服务，应该积极推广。同时，建议国家尽快出台快递包装行业标准，规范使用绿色环保包装材料，杜绝重复浪费和豪华装饰，对快递包装产生的垃圾加大回收处置，变废为宝。快递公司、商家等在商品包装上要多采用一些“筒包装”，少采用里三层外三层的“过度包装”，千方百计做到既安全环保，又防止资源浪费，让快递业真正成为方便群众、造福百姓的“绿色产业”。

(作者地址：河北省唐山市路北区)

减量使用胶带和塑料袋

王宗征

网购商品包装，纸箱、胶带、塑料袋是常常要用到的材料。纸箱完好，可以回收再利用，但胶带、塑料袋都是一次性使用，如果管控不好，在使用时不节制，就很容易造成环境污染。因此，网购商品包装，应减少使用胶带和塑料袋。

首先，充分认识过度使用胶带、塑料袋等包装材料的危害。无论是快递公司，还是相关监管部门，都要在胶带、塑料袋等容易形成白色污染的包装材料减量使用方面形成共识，按照分工和各自职责，就减量使用胶带、塑料袋制定科学实用的办法。应本着减量与提质相结合的原则，既要把胶带和塑料袋用量减下来，又要提高包装质量，保障网购商品包装和快递过程安全。这就需要在包装设计上下功夫，实施精细化包装，厉行节约，为包装瘦身，尤其要压缩胶带、塑料袋使用量，形成网购商品“简洁包装”的新风尚。

其次，要对胶带、塑料袋等及时回收，不给白色污染留下空间。胶带、塑料袋虽属轻体包装材料，但积少成多，积累起来数量不少，做好回收工作不容忽视。要结合垃圾分类以及网购售后包装材料回收，有的放矢地回收胶带和塑料袋，积极开展无害化处理。

有关部门对网购商品包装，尤其是胶带、塑料袋等使用情况应加强检查和监督，对过度使用胶带、塑料袋的做法予以干预，责令整改。同时，对合理使用尤其是依靠科

学设计对胶带、塑料袋等包装材料减量使用的商家、快递公司予以通报表扬，在行业内推介其好做法、好经验，以共同促进网购商品包装向低碳型、清洁型、节能型转变。

(作者单位：天津市宝坻区档案馆)

充分调动各方积极性

余明辉

据报道，国家邮政局将制定出台邮政业绿色发展行动计划(2021—2025)，明确未来5年快递包装绿色治理的目标任务和路线图。这再次体现了国家治理快递包装污染的决心，给我国快递绿色治理注入了重要动力。

目前，快递包装绿色治理还任重道远，尤其是塑料污染治理仍是突出问题，需要进一步夯实工作基础。

首先是观念和意识问题。随着快递业快速发展，我国快递包装物的使用量同步增长。根据有关估算，我国快递业每年消耗的纸类废弃物超过900万吨、塑料废弃物约180万吨，并呈快速增长趋势。但是，消费者和快递企业还没有树立绿色快递意识。下一步，要尽快形成社会合力，共同推进绿色快递发展。

其次是执行力问题。快递绿色发展推进不够理想，原因是多方面的，其中之一是缺乏明确制度，制度执行力不够。从此次公布的绿色发展行动计划来看，完善制度有明确的目标，但如何进一步提升制度的执行力，不折不扣落实好路线图，更好发挥部门合力等，是推进绿色快递发展无法绕过的一道坎。

再次是成本分摊问题。推进绿色快递，尤其是治理快递塑料污染问题，一定程度上意味着经营者和消费者成本将增加。对于快递企业来说，由于市场竞争激烈，利润已经非常少，如何消化绿色包装增加的经营成本，以及相关成本如何在快递公司和消费者之间分摊，是一个重要问题。这需要从更深更多层面来应对。如果成本分摊问题不能很好解决，绿色快递就很难真正有效落地。

也就是说，要让绿色快递更好落地，光有硬约束还不够，还需要调动快递企业和各方参与的积极性。这方面无疑还有很多配套工作要做。

(作者地址：河南省内乡县)

现在，城市居民家庭平时一般都不留纸箱子，平常购买大小件生活物品或收到快递后，往往把纸箱等包装物当废品卖掉，或者直接丢弃。尤其是节假日或网购季期间，被丢弃的快递包装物就更多了。如果将居民区大量的纸箱等包装物分类整理，再经过简单加工，循环利用起来，就能够节约资源，减少污染，增加效益，这是利国利民的好事。建议快递公司或包装材料厂商在居民小区设立收购点，统一回收居民丢弃的纸箱等快递包装物，然后分类、整理、加工、循环利用，为创建节约型社会作出贡献。

——齐振松，浙江省开化县解放街

解决快递包装浪费与污染问题，一方面应从技术方面入手，通过智慧包装，从源头上减少快递包装废弃物的产生。快递企业要加强技术攻关，进一步降低环保新材料成本，让绿色包装形成规模效益，吸引更多企业推广绿色快递。另一方面应创新商业模式，鼓励企业在回收链条上寻找商机。虽然被废弃的快递包装有很多，但企业回收起来却很麻烦，而且利润不高，因而动力不足。如果居民废弃的快递包装能提前做到干湿分离、简单分类、便于存储运输，形成一定规模，企业自然愿意上门回收。这需要社区居委会等指导居民提前做好垃圾分类工作。

——石志新，山东省威海市海洋与渔业监督监察支队



链接

去年邮政快递业循环利用2亿个包装箱

由国家邮政局发展研究中心撰写的《中国邮政快递业绿色发展报告(2019—2020)》指出，我国邮政快递业全行业2019年回收再使用包装箱达2亿个。

该报告称，2019年快递包装绿色治理成效显著，行业正加速构建末端减量化、中转循环化、运输减排化、仓储节能化的绿色发展体系。

2019年，快递业务量完成635.2亿件，

同比增长25.3%，连续6年稳居世界第一。随着电商快递的快速发展，对资源的消耗增加，尤其是产生的快递包装废弃物问题引起各界关注。

数据显示，截至2019年底，全国电子运单使用率达98%，年可节约用纸量相当于617亿张A4纸。电商快件不再二次包装率达52%。循环中转袋使用率达75%，总使用量同比减少96.4%，年节约一次性塑料编织袋

24.8亿条。

报告还提到，全行业回收再使用包装箱2亿个，投入使用可循环箱(盒)约200万个，使用共8000万次，节约纸箱7800万个。45毫米以下“瘦身胶带”封装比例达到75%，每件快件平均同比减少使用胶带近20%，减少4.5亿米胶带使用量。运输更加清洁低碳环保，行业使用新能源车或清洁能源车辆达4.3万辆。(据新华社电)

有感而发

“绿色存折”是有益尝试

陶象龙

近日，浙江省宁波市镇海区澥浦镇十七房村垃圾分类积分兑换点准时对外开放，村民们拿着“绿色存折”陆续前来兑换。“绿色存折”中的积分除了能兑换陈醋、大米、肥皂等生活用品，还能兑换“健康”——村文体中心健身器械使用券、社区卫生服务中心家庭医生和健康体检等服务。

当前，在乡村推广垃圾分类，还存在不小的难度和阻力。一方面，在不少地区，农村群众的生活习惯不容易改变，缺少垃圾分类意识。另一方面，对于垃圾分类的宣传，还存在不少短板，许多农村群众不知道如何进行垃圾分类，对垃圾分类的好处也知之甚少。

从这个意义上说，村民参与垃圾分类，可以获得“绿色存折”积分奖励，是一种有益尝试，可以提高广大村民参与垃圾分类的积极性。积分可以兑换生活用品，可以让更多农村群众认识到垃圾分类的价值，养成垃圾分类的习惯。久而久之，越来越多的村民就会接受垃圾分类理念，并转化为自觉行动。

值得一提的是，垃圾分类积分除了可以获得物质奖励，还能兑换“健康”，享受一些锻炼、体检、诊疗福利，这是一大亮点。当前，很多村民的生活条件有了很大改善，开始追求更健康的生活方式和更优质的医疗服务。“绿色存折”积分可兑换健康服务，有助于更好满足农村群众的需求。

总之，在乡村推广垃圾分类，应创新工作方式，让群众喜闻乐见。只要科学引导，持之以恒执行，垃圾分类就能成为更多人的文明生活习惯。

(作者地址：江苏省南京市江宁区)

老字号焕发新活力

胡蔚

北京护国寺小吃豆汁改为罐装，首次走出门店，进入商超；天津老美华鞋店开出“智慧门店”，“云货架”、3D量脚仪等“黑科技”云集；四川老字号张牛肉首次以氮气锁鲜包装方式卖到全国，让更多年轻消费者爱上“老味道”……近年来，不少老字号发力创新，受到了消费者欢迎。

一块老字号招牌就是一段传奇，记录了社会变迁、市井繁华。但如果一味桎梏于传统模式与传统产品，显然已经不能适应快速变化的市场环境和消费者需求。一些老字号营收持续下降甚至面临生存困境，主要原因就是产品老旧、服务落后，已经无法吸引年轻消费者。组织架构陈旧、市场反应滞后、人力资源匮乏、欠缺互联网思维等，成为老字号发展中面临的共同困境。对于老字号来说，只有加大创新力度，才能焕发出新的生机与活力。

老字号创新，要平衡好传承与创新的关系，代代传承下来的文化内核不能丢，但在企业经营层面完全可以加大创新力度。近年来，一些老字号在产品和服务方面加速创新，在转型发展中越“活”越年轻，为老字号的创新提供了成功示范。

同时，要善于运用互联网思维，采取跨界、联名等多元化方式提高品牌吸引力。如今，虽然市场环境变化很大，但企业发展的根本规律未变，老字号需要激发自我革命的勇气和魄力，加快品牌和产品升级迭代，借力数字化转型，这样才能持续获得市场认可。

(作者地址：安徽省黄山市屯溪区)

身边事

乡村手艺促致富



11月6日，浙江省临海市永丰镇茶寮村，村民在晾晒竹筐。茶寮村因地制宜，通过发展竹筐编织带动村民致富，成为临海有名的“竹编村”。 蒋友亲摄(中经视觉)



11月9日，山东省博兴县店子镇东郭村，农民在晾晒红薯粉皮。近年来，当地按照统一规划，统一品牌、统一标准的原则，引导传统粉皮产业发展，有力促进了农民增收致富。 陈 彬摄(中经视觉)