

附件一、網購包裝減量指引摘要（詳如附錄）

（一）108 年 12 月 31 日前達成

1. 網購包裝以 90%產品重量對應 10%包裝重量為原則，即包裝材之重量應低於包裹總重量之 10%。

封箱膠帶不超過包裝箱長度高度總和之 2.5 倍。



- 2.

（二）109 年 12 月 31 日前達成

1. 使用之包裝材質需可回收且為單一材質（紙或 PE）。
2. 包裝箱（袋）以 100%回收紙或以摻配 25%以上塑膠再生料製作。
3. 紙箱保持紙板原色，包裝箱（袋）印刷面積小於 50%。
4. 包裝箱（袋）、緩衝材、封箱膠帶不使用 PVC 材質。

（三）111 年 12 月 31 日前使用可回收循環之循環箱（袋），使用比例提升至 10%。

附件二、網購包裝減量標章

平台類型	B2C	B2B2C/C2C
標章樣式	 <p style="text-align: center; color: gold; font-weight: bold;"> ★包裝減量 ★環保材質 ★循環包材 </p>	 <p style="text-align: center; color: gold; font-weight: bold;">★包裝減量</p>
獲取標章須達項目	<p>一、包裝利用率：</p> <p>(一)網購包裝以 90%產品重量對應 10%包裝重量為原則，即包裝材之重量應低於包裹總重量之 10%。</p> <p>(二)封箱膠帶不超過包裝箱長度高度總和之 2.5 倍。</p> <p>二、採用環保材質：</p> <p>(一)使用之包裝材質需可回收且為單一材質（紙或 PE）。</p> <p>(二)包裝箱（袋）以 100%回收紙或以摻配 25%以上塑膠再生料製作。</p> <p>(三)紙箱保持紙板原色，包裝箱（袋）印刷面積小於 50%。</p> <p>(四)包裝箱（袋）、緩衝材、封箱膠帶不使用 PVC 材質。</p> <p>三、循環使用包材：</p> <p>使用可回收循環之循環箱（袋），使用比例提升至 10%。</p>	<p>一、包裝利用率：</p> <p>(一)網購包裝以 90%產品重量對應 10%包裝重量為原則，即包裝材之重量應低於包裹總重量之 10%。</p> <p>(二)封箱膠帶不超過包裝箱長度高度總和之 2.5 倍。</p> <p>二、宣傳作法：</p> <p>向平台上註冊之店家及個人賣家宣傳網購包裝減量指引，並調查其參與意願，加入者，於平台與註冊店家或個人賣家之服務條款，增列需符合網購包裝減量指引，參與網購包裝減量取得標章者，於該賣家賣場頁面顯示標章。</p>

附件三、參與網購包裝減量計畫業者名單

	類別	業者名稱	平台名稱
1	網購平台	網路家庭國際資訊股份有限公司	PChome 線上購物
2	網購平台	樂購蝦皮有限公司	蝦皮 24h
3	網購平台	富邦媒體科技股份有限公司	momo 購物網
4	網購平台	香港商雅虎資訊股份有限公司台灣分公司	Yahoo 奇摩購物中心、 Yahoo 奇摩超級商城
5	網購平台	博客來數位科技股份有限公司	博客來
6	網購平台	創業家兄弟股份有限公司	生活市集
7	網購平台	商店街市集國際資訊股份有限公司	PChome 商店街
8	網購平台	神腦國際企業股份有限公司	神腦生活
9	網購平台	台塑網科技股份有限公司	台塑購物網
10	網購平台	宜家家居股份有限公司	IKEA
11	網購平台	台灣糖業股份有限公司	台糖易購網
12	包材	川金企業有限公司	
13	包材	台灣希悅爾股份有限公司	
14	包材	永穩企業有限公司	
15	包材	亦聲電子有限公司	
16	包材	利豐包裝材料有限公司	
17	包材	香港商富朗包裝有限公司	
18	包材	新洲全球股份有限公司	
19	包材	寧泰科技股份有限公司	
20	包材	環佳科技有限公司	
21	包材	配客嘉股份有限公司	
22	物流	台灣宅配通股份有限公司	

附錄

網購包裝減量指引

中華民國 108 年 8 月 8 日

一、目的

為促進網路購物包裝減量，協助產業中包裝材製造商、網購電商業及運輸物流業等各行業共同推行，參考國內外作業實務及技術規範，訂定本包裝減量指引，達到減少能資源消耗、永續循環利用之目標。

二、適用之業者範圍

網購電商業者、物流業者、包材業者。

三、名詞定義

(一) 網購電商業：係指無實體店面且以網路平台販售商品予消費者之公司行號，銷售方式包括：

1. C2C (Consumer to Consumer)：由企業經營平台，提供消費者進行個人對個人的交易。
2. B2B2C (Business to Business to Consumer)：由企業經營平台，由個別廠商自行於平台內上架物品並自行負責物品的販售、行銷、和客服工作。為企業對企業對消費者的形式。
3. B2C (Business to Consumer)：由電商業者對消費者販售供應商物品，並負責行銷、客服和銷售工作。屬於商家對消費者的形式。

(二) 包裝材：於商品運送過程中，所有可能使用於保護商品的材料，包含包裝箱、包裝袋、緩衝材、封箱膠帶等。

(三) 物流包裝箱：網購商品透過郵務或物流公司運送作業至消費者指定地點所使用之外包裝箱。

(四) 循環箱（袋）：如以塑膠等為原料製造，作為包裝箱（袋）使用，且可重複利用的塑膠物流箱（袋）。

(五) 緩衝材：具有抗震、抗壓等功能，使用於包裝容器與商品之間，能有效保護商品以免碰撞、擠壓而致損傷之物件，亦稱填充材。

(六) 包裝袋：材質為塑膠或紙類或其他軟性包材，當商品為裸裝時，直接包覆網購商品，可避免商品觸碰其他物件。

(七) 封箱膠帶：係指能使用於物流包裝封箱用途之各式膠帶。

四、包裝減量原則

包裝應達到包材用量最小化、循環利用最大化等減量原則。

原則	作法
1. 包材用量最小化 2. 環境衝擊最小化 3. 包材重複利用	(1) 以最適包裝減少包材使用 (2) 使用再生料製造 (3) 不使用有害或其他造成環境污染之物質 (4) 包裝可重複循環使用 (5) 包材材料可回收再利用

五、包裝材的規範

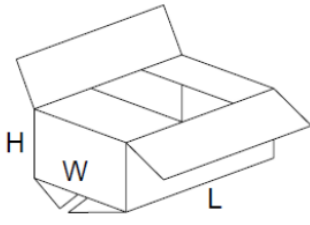
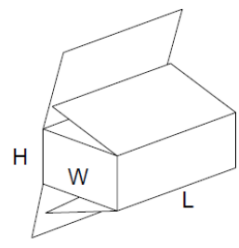
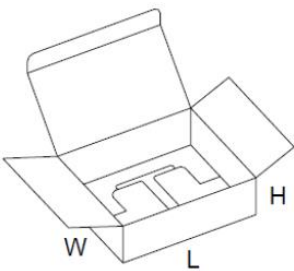
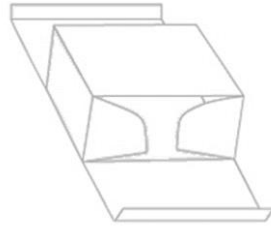
包裝材料包括包裝箱、包裝袋、緩衝材、封箱膠帶等，考量重複利用與後續回收，應符合材質可回收且單一材質易回收原則。



(一) 包裝箱

1. 包裝箱以紙材或塑膠製造而成，且不可含有毒物質和重金屬。

材質	說明
紙類	以瓦楞紙為主要原料，經模切、壓痕、印刷等加工後製成。
塑膠	以塑膠為原料，採用注射成型法生產製成，重複利用度較紙箱高，亦稱為循環箱。

2. 類型

材質	類型	
紙類 包裝箱	<p>常用開槽箱</p>  <p>(CNS 13294, 紙箱形式代碼 0201)¹</p>	<p>全重疊開槽箱</p>  <p>(CNS 13294, 紙箱形式代碼 0203)¹</p>
	<p>頂端插摺式模切開槽箱</p>  <p>(CNS 13294, 紙箱形式代碼 0215)¹</p>	<p>插入式開槽箱</p> 

材質	類型	
塑膠 循環箱	<p>折疊型</p>  <p>圖片來源：https://read01.com/oLLG4Ak.html#.XPXT2BYzaUk</p>	
	<p>斜插型</p> 	


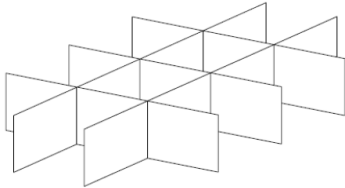
(二) 包裝袋

包裝袋應以材質單一者為優先使用，且不得使用 PVC 材質。






材質	塑膠		紙類
項目	PE 破壞袋		紙袋
圖示			

(三) 緩衝材

緩衝材需以紙材或塑膠製造，且不可含有毒物質和重金屬，其中塑膠緩衝材以充氣包裝為主，且應以使用塑膠材料最少者為優先，且不得使用 PVC 材質。

材質	類型	
紙類	<p>紙護角</p> 	<p>紙隔板</p>  <p>(CNS 13294，紙箱形式代碼 0933)¹</p>

¹ 財政部-107 年度紙器紙箱業之製造業原物料耗用通常水準調查報告

材質	類型		
塑膠	方塊型氣泡袋 	蜂窩狀氣泡袋 	
	充氣袋中袋 	傳統氣泡布 	氣柱袋、氣柱捲 

(四) 封箱膠帶

1. 不得使用 PVC 材質。
2. 依據包裝物之重量選擇合宜的封裝方式，其長度規範應符合以下限制：

封裝方式	膠帶長度限制
「一」字型	不宜超過包裝箱的 (長+高)*2.5
「十」字型	不宜超過包裝箱的 (長+高)*2.5+(寬+高)*2.5

六、減量方式

(一) 包裝利用率 (108 年 12 月 31 日前達成)

1. 包裝重量比值：在進行包裝時，以完全包裹單元產品之包裝材為重量量測基準進行重量計算，應達到 90%產品對應 10%包裝材的包裝利用率目標，意即完全包裹單元產品之包裝材與緩衝材重量應低於包裹總重量之 10%為原則。
2. 封箱膠帶：不宜超過包裝箱的長度、高度總和之 2.5 倍。

(二) 包裝材應含有以下特性 (109 年 12 月 31 日前達成)

1. 材質

- (1) 材質可回收且單一材質(紙、PE)為原則以利回收。
- (2) 以再生料製作
 - a. 紙類包裝其回收紙摻配比率，瓦楞紙箱(盒)、紙板產品及紙漿模製品應為 100%。
 - b. 塑膠包裝箱(袋)其再生料摻配比率應達 25%以上。
- (3) 不使用金屬釘、蠟、覆膜等。
- (4) 如需黏合，需採用水溶性黏合劑。
- (5) 塑膠包裝箱(袋)、緩衝材、封箱膠帶不得使用 PVC 材質。

2. 印刷

- (1) 保持紙板原色。
- (2) 印刷時應採用環保油墨，且印刷面積應符合下列比例：
 - a. 包裝箱(袋)的印刷面積不應超過箱(袋)體表面總面積的 50%。
 - b. 緩衝材的印刷面積不應超過表面總面積的 20%。

(三) 包裝材循環使用 (111 年 12 月 31 日前達成)

包裝材評估生命週期、耐壓程度、受損率等因素，保有其原有功能，並進行循環使用。

1. 循環箱 (袋)

(1) 循環使用流程

循環箱(袋)應在使用過後進行回收，並於清洗與消毒後再利用，其循環利用系統如圖 1 所示。另保障消費者 7 天鑑賞期之權益，消費者可確認產品無誤後，再將循環箱(袋)送至回收站或物流回收，以利物流送回出貨業者於下次出貨時使用。業者先收取循環箱(袋)押金，並於使用者歸還時退費，如圖 2。

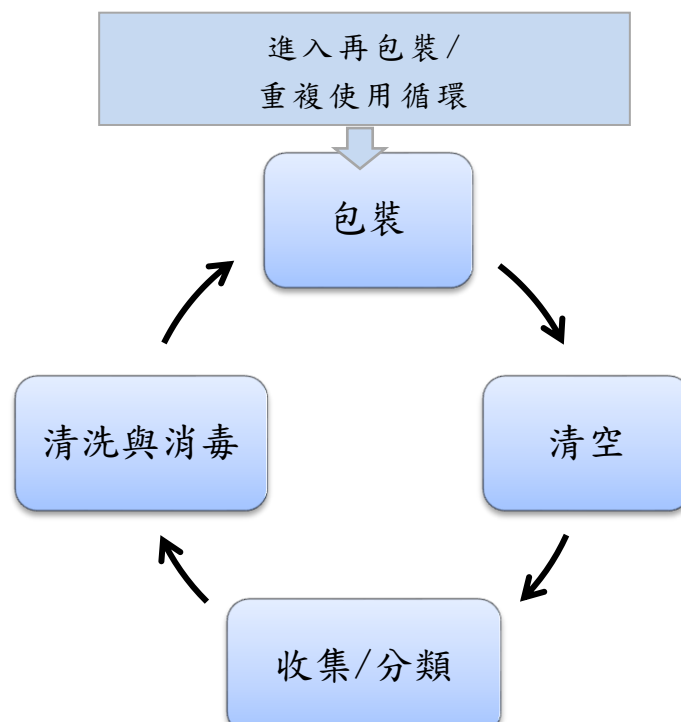


圖 1：重複利用系統 (systems for reuse)

(2) 循環箱（袋）使用比例

逐年提升至占網購包裝出貨件數 10%

收取押金後以循環箱（袋）出貨

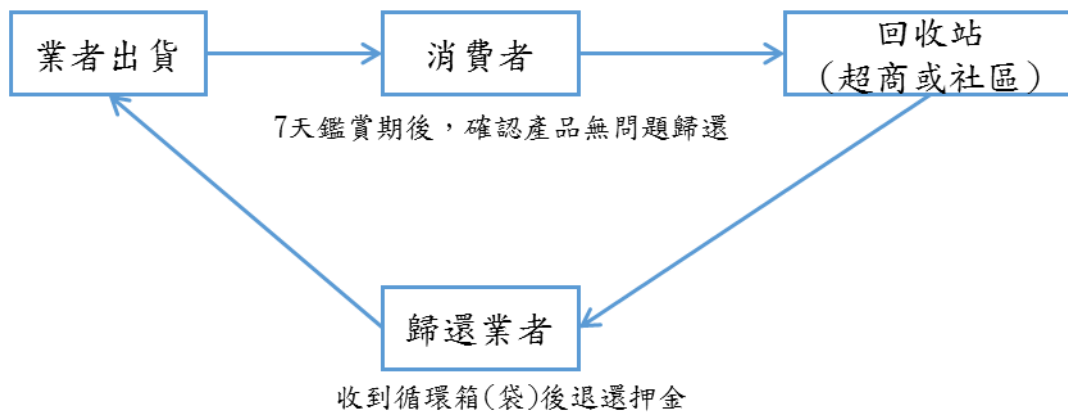


圖 2：循環箱回收處理流程

2. 一次性包裝箱（袋）、緩衝材回收：提供誘因鼓勵消費者於下次購買時退回予收件人員或回收點。