

# 争当减碳“绿马”，绿色快递成主流趋势

网络购物虽是现代人便利生活不可或缺的一部分,带动快递业务大幅增长。然而,在快递量快速攀升的同时,快递包装的使用量同步上涨,其中对塑料袋、塑料胶带以及塑料填充物等不可降解材料的使用,对环境造成的影响不可小视。

减碳是亟待解决的一大问题。全球性环保组织绿色和平发布的数据显示,我国2018年各类快递包装材料的生产、使用和处置过程排放了1303万吨二氧化碳,需种植约7.1亿棵树才能实现碳中和。

在“绿色消费”的背景下,快递物流行业也开启了绿色减碳的角逐。当“分钟级”配送成为行业标配,“极速送达”不再是一个奢侈的追求时,海量的快递包裹背后却是快递包装废弃物的持续增加,快递物流企业也在保速保质的行业普遍标准下,最大程度地低碳减排。

■新快报记者 陈学东



■京东在双11期间共投用近400辆智能快递车。



■使用绿色快递包装只是第一步,更重要的是提升其碳效率。



■科技升级和整个数字化水平的提升,也正在赋能物流行业的绿色减排。

## 1 电商减碳关键在包装

据国内碳排放管理平台“碳足迹”发布《中国电子商务企业温室气体排放总量研究报告》测算,我国电商企业2019年的碳排放总量为5326万吨,是当年第三产业总排放的2.5%,相当于100亿棵树一年吸收的碳排放量。且电商的碳排放总量在未来5年仍将保持快速增长,预计在2025年将达到1.16亿吨。

据了解,在电商行业包装领域中,对于排放影响最大的为包装箱,为765万吨碳排放量,约占包装排放的80%。由于编织袋、快递运单、胶带等采取的一系列措施,包装箱占电商包装的排放逐年上升,由2016年的42%上升到2019年达到80%。尽管电商和快递企业也做了很多减少包装箱的行动,但是相比其他包装物,收效略小。

快递电商包装是实现减碳的重要一环,电商件是快递业务量的主要贡献力量,这意味着,单个快件产生的碳排放量

由产业链条相关参与主体共同产生。对电商件而言,相关参与主体也就包括包装供应商、商品生产商、电商平台、平台商家、快递物流企业以及消费者等。

可喜的是,企业纷纷主动作为,例如使用42毫米“瘦身胶带”代替45毫米胶带,利用“一字”“十字”“井字”等简易打包方式取代过去的“五花大绑”,在网点设置专用回收装置,根据包装废弃物重量与类别获取相应“环保金”……从近期市民们收到的快递来看,有的完全采用可降解材料,而纸箱上的“可回收纸箱”“环保纸箱”“终结塑料废弃物”等话语更为常见了。

双11期间,京东通过使用减量化包装、循环包装以及回收材料等举措,每个包裹平均可节约210克的纸类包装材料,11克一次性塑料和25厘米胶带。为号召消费者参与快递包装回收,菜鸟联合天猫再新铺设1.3万个绿色回收箱,双

11期间每天还准备了50万枚新鲜鸡蛋,送给回收快递箱的环保人群。此外,全国20个城市1万家菜鸟驿站还将试行“旧包装循环寄件”,跑通循环寄件闭环。

此外菜鸟推出“个人减碳账单”新功能,消费者在淘宝APP、菜鸟APP搜索“快递包装回收”,进入双11绿色互动页后,可查看去年11月1日以来的个人减碳量,生成自己的“个人减碳账单”。消费者还可以通过“驿站取件”“驿站回箱”和“到站寄件”三种方式增加减碳量,每完成1次“驿站回箱”平均可减少37g碳排放。

据统计,通过优化箱型和推荐合理的装箱方案,今年双11仅在菜鸟仓内“瘦身”的包裹就达2.5亿个。菜鸟联手天猫超市等推广原箱发货、回收箱发货和循环箱发货,实现超过70%的包裹发货不再用新纸箱。

## 2 数字化加码行业绿色化升级

快递专家赵小敏表示,使用绿色快递包装只是第一步,更重要的是提升其碳效率。低碳物流是未来发展的必然趋势,通过科技手段来提高碳效率将成为物流企业的主要选择。

除了包装瘦身和包装回收之外,整个物流行业的减碳也不能局限于末端和包装上,需要全流程的绿色升级。很多年前,电商、物流平台的数字化升级大部分以产能和效率升级为目标,如今在实现低碳的目标上,黑科技和数字化技术也提供了全新的生产力。

科技升级和整个数字化水平的提升,也正在赋能物流行业的绿色减排。在保证海量快递加速向消费者送达的同时,菜鸟数智化物流技术也在改变快递的每一个环节,从打包发货、中转分拣再到运输送达,一条绿色物流全链路已经

形成。今年双11,菜鸟通过智能合单技术预计能减少近2000万次末端配送;通过全自动分拣设备与智能分拨系统,预计可以使包裹分拣成本下降50%以上。据碳管理机构测算,如果一个包裹能历经完整的菜鸟绿色物流全链路可减碳超过1000g,这其中也少不了绿色物流技术的功劳。过去一年,基于菜鸟绿色物流全链路已产生194亿次绿色物流行为,共减碳超25万吨。

而京东的物流产业园区也在今年双11前就实现了“全绿色运转”。据京东物流透露,京东已经完成第一批12座智能产业园的光伏发电系统安装。在已经投入运转的上海嘉定“亚洲一号”智能产业园光伏发电机组,由8600块单晶组件构成,一年发电量达311万度,这些绿色电力白天可供园区的办公照明使用,夜间

可以通过“汽车+车棚+充电桩+光伏”的项目试点,为电动新能源车充电。

根据测算,预计至2021年底京东的分布式光伏发电能力可建成100兆瓦,年发电量可供5万户普通家庭一年的用电量。预计用3年的时间,搭建起1000兆瓦的光伏发电能力,能够为85%的京东智能产业园提供绿色能源。

菜鸟方面,2021年双11期间,全国70城市200余所高校将落地350辆菜鸟无人车小蛮驴送货。相较于传统燃油车,菜鸟无人车小蛮驴采用电能,充4度电可跑100公里,菜鸟物流路径规划算法还可在配送中选择最优的配送路线,有效减少碳排放。京东则在双11期间共投用近400辆智能快递车,分布在全国超25个城市,与去年同期相比送达量大增超200%。

## 3 全链条绿色成趋势

可以看到,这个双11,无论是消费者还是快递员可以切身体会到,电商和物流公司对绿色的追求不再只是口号。从算法匹配消费,到算法匹配节能,这个双11,成交数字和包裹运输量已不再是电商平台和物流公司追求的唯一目标,绿色减排也成为快递物流企业的首要目标。

国家邮政局局长马军胜曾表示,快

递包装还要继续在“减量”和“循环”上加大力度。这需要加强与生产制造、电子商务等上游产业的协同协作,推进产品包装、销售包装和快递包装的一体化,大幅减少二次包装;在监管和创新上也要加大力度,将快递包装违法违规情况纳入行业信用管理,推进产学研用有机衔接,促进快递包装产品、技术、模式的创新等。

快递100 CEO雷中南曾在媒体采访时表示,快递垃圾问题不能只看快递物流企业,而应该结合包装生产企业、电商平台及商家“三位一体”协同发力,才能真正做到快递包装的优化升级、减量和回收再利用。比如快递包装供应商应发挥创造力,生产可循环、更环保的包装材料;占据快递业务量最大的电商平台及商家,应在保障商品安全的前

提下,尽可能避免二次包装,避免不必要的浪费。

据日前发布的《双11绿色物流减碳报告》显示,11月1日至14日包括使用电子面单、原箱发货、装箱算法、驿站绿色回收和寄件等行为在内,基于菜鸟绿色物流全链路,菜鸟、商家和消费者合计产生18亿次绿色行为,为全社会减碳5.3万吨。