

“双11”追问：包装垃圾哪去了？

生活观察

刚刚经历了“双11”，快递这两天陆陆续续送到了家。满心欢喜拆开层层包裹的商品时，很多人也忧心，这些快递包装垃圾最后都去了哪里？快递行业“绿”到什么程度了？

1 快递包装垃圾处理仍是难题

菜鸟网络科技有限公司最新数据显示，“双11”当天，仅天猫的订单就达12.92亿件。事实上，从2012年的56.9亿件，到2018年的超500亿件，近些年我国快递单量快速增长。业内人士预测，2019年快递单量将突破600亿件。快速增长的快递单量背后，是快递包装垃圾的爆发性增加。

快递包装主要以瓦楞纸箱和塑料袋为主。根据中华环保联合会等机构近日联合发布的关于中国快递包装废弃物产生特征与管理现状的报告，通过从业者估算以及抽样称重，纸箱类包装废弃物只有不到5%被重复使用，更多的纸箱是被回收，约占80%。

然而从环境角度，业内人士更建议纸箱重复利用，而非回收。回收的话，纸箱的处置链条会变长，纸箱粉碎成纸浆重新生产的过程

中，仍然会带来大量的碳排放。

快递的塑料包装垃圾，目前来看，主要是塑料薄膜、填充料和透明胶带。根据上述报告，分别约占塑料包装的60%、18%和9%。这些塑料包装价值低、回收难度大，更多是作为生活垃圾被焚烧或者填埋。然而无论是消费者，还是各类电商平台卖家，都存在过度包装的倾向。

此外，中华环保联合会国际合作部副部长倪晔认为，一些快递包装中使用的塑料薄膜质量堪忧。“这些薄膜约70%是由再生料直接再生，呈现灰色或黑色；约25%由再生料和少量原生料混合生产，一般呈现黄绿色。由于包装材料多由商家自主进货，他们倾向于选购价格较低的包材，再生料来源不明，生产过程中可能造成环境污染，也可能对接触该类材料的消费者和快递员的健康产生影响。”

2 快递行业全面“变绿”不容易

事实上，随着快递物流行业的“绿色化”引起社会关注，目前包装、配送、回收各环节都已经有了些举措。

如“四通一达”等快递企业在快递收发点设置了回收箱，鼓励居民将完好的纸箱送回，促进循环使用；两联电子面单正在替代原有的四联手写单，中国快递协会副秘书长杨骏介绍，目前行业内电子面单普及率超过90%，用纸比原来节省至少40%；给胶带“瘦身”，缩减胶带宽度；以大颗粒气体填充物代替小颗粒填充物；推出“可降解”包装袋等。

但在具体实施过程中，却仍存在一定难度，还需要快递企业、电商平台与商家、消费者等多方共同参与。

——用户配合意愿低。以纸箱的循环使用为例，深圳大学在快递的收发点设置了回收箱，鼓励学生现场拆快递，但出于方便或隐私等方面考虑，高峰期1小时内收件人数约170人，仅有7个现场拆解。

——快递网点回收存储不便。有快递公司表示，快递站点空间窄

小，没办法储存大量回收再利用的纸箱；此外，电商平台及快递公司对纸箱回收再利用尚无明确的激励政策，站点缺乏回收动力。

塑料类的快递包装，则面临更大的循环使用难题。据菜鸟介绍，目前“一些末端网点也对填充物进行回收”，但这些填充物更占空间，无疑增加了存储难度。此外，由于塑料的回收价值低，绝大多数包装塑料无法进入回收通道，与其他生活垃圾一起，被焚烧或者填埋。

——过度包装常见。商家和消费者多有“多层包装才能保证产品的安全无损”的心理。目前来看，快递公司、电商平台对商家的包装方式均无特定的要求。

——可降解塑料袋成本高，降解效果待验证。菜鸟绿色行动负责人牛智敬表示，环保快递袋的市场价格，约为普通快递袋价格的1.5倍到2倍。上海市绿化市容局环卫处处长徐志平则认为，市面上的可降解塑料质量参差不齐，工艺颇多，能否完全降解存疑。



上海：“回箱计划”受欢迎

11月13日，位于上海交通大学闵行校区内的菜鸟驿站快递收发点迎来了“双11”购物节后的首个快递到达高峰。为了提高快递包装的循环使用率，菜鸟驿站在校园里推行“回箱计划”，回收快递纸箱并进行再次共享使用，受到师生欢迎。图为驿站寄件员（左）使用回收纸盒帮顾客包装需要快递的物品。新华社记者 方喆 摄



这些快递包装垃圾最后都去了哪里？

“双11”过后~

新华社发

3 快递包装呼唤“硬标准”

针对这些快递行业“变绿”的瓶颈，业内人士建议细化行业标准的

同时，利用市场化手段探索快递的新业态。

倪晔认为，目前国内针对减少过度包装、提高回收和再利用率等政策法规，“均以倡导为主，缺乏相应强制或激励性政策，造成电商平台、快递公司包装绿色化革新动力不足。”

快递公司也认为推广绿色包装，需要在全行业同时强制推进，“目前国内快递行业竞争激烈，利润摊薄，使用绿色包装意味着企业成本增加。除非整个行业统一推进，单独某家企业难以承受市场压力。”牛智敬说。

倪晔认为，“当前阶段我们暂无快递行业包装环保标准，不少快递袋来源不明，生产过程污染严重。”

没有无用的垃圾，只有放错地方的

资源，清华大学循环经济产业研究中心主任温宗国认为，“包装材料明确行业标准，将有效降低收集整理的难度和成本。”

业内人士建议，将绿色包装作为快递企业从事快递经营的准入条件之一，推动绿色信息披露和消费端绿色选择。

此外，清华美院社会创新与可持续发展设计实验室协调人钟芳建议，建立包装材料回收机制和循环使用体系，鼓励探索新的快递业态。钟芳介绍，国外一些企业已经有了一些尝试，如宝洁、雀巢、百事等快消品牌与循环电子商务平台Loop合作，除了上门送货，Loop还上门回收用完的包装瓶，经专门的清洁后实现容器循环。

（新华社上海11月13日电 记者杜康）

台湾人疯买“双11”

新华社台北11月13日电（记者赵博 彭培根）被岛内媒体誉为“全球购物狂欢节”的“双11”刚刚过去，统计显示台湾民众网络购物热情高涨，不仅让首度亮相的“淘宝台湾”单日业绩较平日成长25倍，还在本地电商平台Yahoo奇摩上创造了售出卫生纸可堆64座101大楼的新纪录。

10月下旬，大陆电商阿里巴巴集团旗下全新网络购物平台“淘宝台湾”正式在台上架。“不信，你上来看看”的广告遍布电视频道、网络空间及各处公共场所，宣传“1元清空百万购物车”活动及“千万商品0元免运”优惠。

据台媒报道，11月11日当天，来自桃园的一位李姓妈妈到“淘宝台湾”办公室挑战“100秒填满购物车”，狂扫28项家电用品，最后成功以1元（新台币，下同）结账。据“淘宝台湾”统计，“双11”午夜0点至1点间，网站同时在线人数激增10倍，广受消费者关注的“整点1折爆品”包括新款苹果手机、戴森红色吹风机及大牌护肤品等皆“秒杀”售罄。11日全天，“淘宝台湾”网页总浏览量突破1000万，电子、美妆、母婴类商品均受追捧。

本地电商平台方面，momo购物网宣布“双11”单日业绩约21亿元，较去年同比增长八成，再创历史新高，甚至因为晚间涌入过多人潮屡现“当机”意外；东森购物宣布“双11”业绩创造开播近16年以来单日新高，并出现单笔刷卡2500万元、总计购买1691件商品的“吸金买家”；Yahoo奇摩则宣布，“双11”活动自11月开跑以来，热销冠军是婴儿纸尿裤，平均每秒卖出6片；促销必囤的卫生纸销售量可堆出64座101大楼，零食销售量可堆成1座玉山。

台湾资讯工业策进会产业情报研究所日前针对“双11网购意向”进行调查，发现有71%台湾网友表达参与意愿，较去年63.5%有明显攀升，比参与百货周年庆的比例也高出近11个百分点。据测算，2019年“双11购物节”的人均消费金额为12391元。

网友想参加“双11”的购物动机里，“商品价格便宜”仍是主因，有65%受访者选择，其次为“网络购物回馈”，反映出各电商平台近年来积极打造的“点数经济”开始显现成果。调查还显示，在所有促销活动中，“免运费活动”最吸引消费者，其中女性的接受度高于男性。

以“一箭五星”方式 我国成功发射宁夏一号卫星



宁夏一号卫星（又称钟子号卫星）发射升空。新华社发

新华社太原11月13日电（赵金龙 张瑞杰）11月13日14时35分，我国在太原卫星发射中心用长征六号运载火箭，以“一箭五星”方式成功将宁夏一号卫星（又称钟子号卫星）发射升空，卫星顺利进入预定轨道，任务获得圆满成功。

宁夏一号卫星是宁夏鑫磊信息技术有限公司自主投资建设的商业航天项目。卫星主要应用于遥感探测等领域。

宁夏一号卫星和长征六号运载火箭分别由航天东方红卫星有限公司、上海航天技术研究院研制。这次任务是长征系列运载火箭的第318次航天飞行。

我国成功发射“吉林一号”高分02A卫星



“吉林一号”高分02A卫星发射升空。新华社发

新华社酒泉11月13日电（徐毅 赵金龙）命名为“快舟·我们的太空号”的快舟一号甲遥十一运载火箭，11月13日11时40分在我国酒泉卫星发射中心成功将“吉林一号”高分02A卫星发射升空，卫星顺利进入预定轨道，任务获得圆满成功。

快舟一号甲运载火箭是中国航天科工集团有限公司研制的一款小型固体运载火箭，采用国际通用接口，主要为低轨小卫星提供发射服务，具有入轨精度高、准备周期短、发射成本低等特点。这是快舟一号甲运载火箭今年第二次执行发射任务，此前分别于2017年1月、2018年9月、2019年8月完成3次商业发射。

“吉林一号”高分02A卫星是长光卫星技术有限公司自主研发的新型光学遥感卫星，具备高分辨率、大覆盖、高速传输等特点。卫星入轨后，将与此前发射的13颗“吉林一号”卫星组网，为农业、林业、资源、环境等行业用户提供更加丰富的遥感数据和产品服务。

王思聪、罗永浩、贾跃亭、戴威……下一个会是谁？

1400多万人次上过“老赖”黑名单

新华视点

A “限制消费”背后的“老赖”话题

王思聪被北京市二中院列入被执行人名单后，上海市嘉定区法院近日又对其发出“限制消费令”。

就在前不久，锤子科技的罗永浩也被法院发布了“限制消费令”。罗永浩为此发表了《一个“老赖”CEO的自白》，称就是“卖艺也要还钱”。拖欠众多供应商货款及用户押金的ofo CEO戴威，也被发布了“限制消费令”。

此外，乐视创始人贾跃亭因欠下巨额债务未被列为失信被执行人；暴风集团的实控人冯鑫多次被限制高消费后，成为失信被执行人。

“保护嗓子，请用金嗓子喉宝”的广告语曾经火遍大江南北，金嗓子喉宝的创始人江佩珍前不久也上了失信被执行人名单，原因是拖欠数千万元广告费。

何为“老赖”？北京市理格律师事务所合伙人郭玉涛解释，成为“失信被执行人”才是法律界定上的“老赖”。“简单说，被执行人是‘有债没还’，而失信被执行人是指‘有钱不还’。一旦被执行人明明有钱却赖着不还，或者隐瞒转移财产等，法院就会认为其失信，将其列入失信被执行人。”

北京大成律师事务所执业律师肖飒表示，限制消费和失信被执行人都是在被执行人不履行义务之后产生的概念。被执行人如果履行了义务，就不会和限制消费以及失信被执行人产生联系。

国家发改委官网信息显示，自2013年10月实施失信被执行人名单信息公开制度起，截至2019年6月底，全国法院累计发布失信被执行人名单1443万人次，累计限制购买飞机票2682万人次，限制购买动车高铁票596万人次，437万失信被执行人慑于信用惩戒履行法律义务。

王思聪、罗永浩被限制高消费，贾跃亭因欠下巨额债务未被列为失信被执行人……近期，不少商界知名人士因为债务未还被法院发布“限制消费令”，或者列入法院失信被执行人名单。

数据显示，自国内推出“老赖”黑名单以来，累计上榜者已超过1400万人次。法律如何界定“老赖”？被执行人、限制消费、失信被执行人，这些名词背后有何规定和区别？我国目前对“老赖”的惩治力度到底有多大？

B “老赖”境遇：一处失信，处处受限

公布的失信被执行人名单中，有很大一部分是企业负责人。据这个平台称，在可查询的企业负责人中，董事、监事以及公司高管，包括初创企业的执行董事和监事以上的公司负责人，有近119万人被列入失信被执行人名单，占比接近10%。

据“法眼”平台的失信被执行人大数据分析，自然人“老赖”名单中，年龄在41岁至50岁的占比37%，31岁至40岁的占31%，51岁至60岁的占17%，18岁至30岁的占11%。

“一处失信，处处受限”，“限制消费令”不是简单的一纸文书。《最高人民法院关于限制被执行人高消费及有关消费的若干规定》明确，被执行人违反限制消费令进行消费的行为属于拒不履行人民法院已经发生法

律效力的判决、裁定的行为，经查属实的，依法予以拘留、罚款；情节严重，构成犯罪的，追究其刑事责任。

中国人民大学法学院教授刘俊海表示，限制消费乃至纳入失信被执行人名单，都是惩戒失信的手段，目的是提高失信成本，敦促被执行人自觉履行法院的判决、裁定，而不要当“老赖”。

C 上抖音、户外大屏，惩治“老赖”力度不断加大



新华社发

“借了20万元给朋友创业，后来项目失败，他被列为失信被执行人好几次。但人联系不到，钱也追不回来了。”北京白领柳女士向记者感慨。

肖飒表示，“这几年，随着相关司法文件落地，加上互联网技术的发展，对‘老赖’的曝光力度越来越大。”据悉，各地法院为对付“老赖”新招迭出，电影院、抖音、户外大屏等轮番上阵。

蓝某2017年因借款合同纠纷被诉至法院，进入执行程序后未及时履行义务。经朋友提醒，他发现自己已在影院被曝光，于是赶紧到法院将5万元欠款履行完毕，将名字从“老赖”名单里撤下。

今年4月，钟某刷抖音刷到自己作为“老赖”的高清头像和身份信息在滚动播放，有好几十万的点击量。“亲戚朋友都看到了，我现在就把一万块钱还了，请你们快把我从抖音上撤下来吧。”钟某赶紧央求法院执行法官，并迅速把欠款还了。

此外，一些城市还定期在室外大屏

幕播放失信被执行人的信息进行警示。

郭玉涛律师表示，当前，人民法院执行查控网络与有关部门以及各金融机构、互联网企业等单位之间的互联互通正不断加强，期待未来进一步完善网络化协作机制，实现公共信用信息资源共享，让“老赖”无处藏身。

目前，有关部门正严厉打击拒不履行行为。最高法院今年3月披露的数据显示，近3年来，全国法院以拒不执行判决裁定罪判处罪犯1.3万人，拘留失信被执行人50.6万人次，限制出境3.4万人次，同比分别上升416.3%、135.4%和54.6%。

刘俊海认为，目前，我国正从“基本解决执行难”跨入“切实解决执行难”阶段，应进一步完善诚信体系建设，强化失信联合惩戒机制。惩戒失信被执行人不仅能保障申请执行人的合法权益，而且有助于加速商事流转，鼓励投资兴业，优化法治化营商环境。

（新华社上海11月12日电 记者王淑娟 兰天鸣）