

議題研析

一、題目：推動網購包裝減量政策相關法制問題研析

二、所涉法律

廢棄物清理法、資源回收再利用法、行政程序法

三、探討研析

環保署為減少網購時的包裝材料，與網購業者訂定「網購包裝減量指引」（下簡稱「指引」），並授予業者「網購包裝減量標章」（下簡稱「標章」），呼籲消費者至有此標章的網購平臺消費。另也成立「網購包裝減量聯盟」（下簡稱「聯盟」）串聯網購平臺、包材業者及物流業者，啟動國內網購包裝減量政策，規劃三階段期程，達成減量目標。然基於落實減輕環境負荷及資源永續利用意旨，此作法是否已充足，容有再適度檢討之必要。

（一）網購規模逐年擴大，其包裝造成之環境負擔不容小覷

依環保署新聞稿所示，隨著電子商務蓬勃發展，民眾日益習慣網路購物。關於網購包裝之範圍，依「指引」規定，指商品運送過程中，所有可能使用於保護商品的材料，包含包裝箱、包裝袋、緩衝材及封箱膠帶等。至於，物流包裝箱，指網購商品透過郵務或物流公司運送作業至消費者指定地所使用之外包裝箱；包裝袋，指材質為塑膠、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；緩衝材，係指具有抗震、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，也稱填充材；封箱膠帶，則指能使用於物流包裝封箱用途之各式膠帶。由此可知，網購商品包裝種類涉及層面廣泛，亦會隨商品性質差異，而須強化相關包裝之使用。故網購包裝造成環境污染負擔之程度，不容小覷。

(二)網購包裝減量計畫立意雖屬良善，然缺乏法律上強制力

環保署預期藉由「指引」、「標章」等機制，規劃於本(108)年底前達成包裝材重量應低於包裹總重 10%、封箱膠帶長度應低於包裝箱長度高度總和的 2.5 倍；109 年底前達成包裝材使用單一可回收材質、包裝材使用一定比例以上再生料製作、包裝印刷面積小於 50%、包裝不使用 PVC；111 年底前達成出貨使用可重複循環的包裝箱（袋）比例達 10%。然「指引」或「標章」之性質，皆屬行政程序法第 165 條所定之行政指導，亦即，行政機關為實現一定之行政目的，以輔導、協助、勸告、建議或其他不具法律上強制力之方法，促請特定人為一定作為或不作為之行為。簡言之，減量計畫缺乏法律上強制力，落實與否，仍待相關業者自律之實踐。

四、建議事項

(一)網購包裝減量宜併同強化綠色網購，以減輕環境負荷

「指引」雖就包裝減量提出：1. 包裝用量最小化、2. 環境衝擊最小化及 3. 包材重複使用等三原則，並針對各類包裝材有一定規範，然不可否認的，在減量包裝使用時，不僅在量的減低，也應著眼材質是否符合減輕環境負荷之要求。進言之，「指引」於包裝材質部分儘管明定材質應具「可回收且單一材質」或「以再生材料

製造」等資源再利用概念，然針對無法再利用但可減輕環境負荷之材質，卻較少著墨。亦即，在強調網購包裝減量之同時，強化包裝材質之綠色採購，亦屬相當值得推動之環保政策。

(二)聯盟可適度納入消費者團體及回收業者，提高減量力度

為推動網購包裝減量政策之落實，環保署成立「聯盟」串聯網購平臺、包材業者及物流業者共同努力。然關於網路包裝減量政策之具體執行，也應基於消費者立場，讓消費者理解在面臨網購消費時，應對環境保護盡何種努力；基於資源回收站或業者立場，建立其在網購包裝減量政策環節中，所扮演重要功能之體認。因此，在「聯盟」串聯機制上，其成員宜適度納入消費者團體及回收站或業者，俾提高包裝減量政策之執行力度。

(三)網購包裝減量政策應逐步落實法制化，以建置法規範

資源回收再利用法第 14 條規定，中央主管機關得公告指定事業自指定期限起，限制其經指定產品之包裝空間比例、層數、使用材質之種類及數量。同法第 26 條亦規定，製造業或輸入業違反第 14 條規定者，得處罰鍰、按日連續處罰、停工或停業處分，甚至歇業處分。然現階段之「指引」、「標章」不具法律強制力，且依現行法規定，其違反公告包裝規定之處罰者，亦未及網購平臺業者等。故為落實網購包裝減量政策，未來仍應從法律或法律授權層面，作為規範依據，始較允當。

撰稿人：邱垂發