



Plastic
Waste



商道諮詢
SynTao—Sustainability Solutions



消费品行业可持续包装 管理体系与最佳实践案例集

目录 Contents

|关于案例集 01

|执行摘要 02

01

|包装与可持续发展 03

包装与可持续发展 04

什么是可持续包装 05

消费品企业包装管理的驱动力 05

消费品企业包装管理的挑战 08

02

|可持续包装管理一般性路径 09

识别可持续包装相关的风险与机遇 10

设定可持续包装管理的战略与目标 12

可持续包装目标的达成策略 13

可持续包装管理架构与机制的建立 13

可持续包装综合效益评估 15

可持续包装管理信息披露 16

外部利益相关方合作 17

03

|可持续包装管理行
|动框架 19

04

|企业最佳实践案例 23

达能 24

赫力昂 29

蒙牛 34

雀巢 39

亿滋 44

高露洁 49

05

|可持续包装管理工
|具资源 55



关于案例集

本案例集由消费品论坛（CGF）发起、CGF 会员参与、商道咨询提供技术支持，是首份致力于为消费品行业企业提供可持续包装管理范式与案例参考的报告。

在全球积极应对气候变化、减少环境污染、保护生物多样性以及 ESG 投资关注度日益提升的趋势下，可持续包装转型正在为企业和社会带来新一轮的挑战与增长机遇。在此过程中，CGF 黄金设计原则在减少塑料包装污染的角度为企业提供了良好的借鉴，但同时 CGF 也发现中国区消费品企业在落地黄金设计原则和开展内部包装管理的过程中仍然面临一系列的问题。在此背景下，CGF 携手会员企业与商道咨询，以可持续包装管理为主题，在持续推出《中国黄金设计原则案例集》技术案例集的基础上，深入管理实践，旨在通过系统性的管理体系分析与案例展示，启发企业开展可持续包装治理。

关于消费品论坛

消费品论坛（CGF）是一个由成员推动的全球性、基于平等的行业网络，旨在鼓励全球采用有利于消费品行业发展的做法和标准。它汇集了 70 个国家约 400 家零售商、制造商、服务提供商和其他利益相关方的首席执行官和高管，通过八大行动联盟（森林正效、塑料废弃物、更健康生活、反食品浪费、食品安全、可持续供应链、产品数据和净零）加速变革。其成员公司的总销售额达 4.6 万亿欧元，直接雇用近 1000 万人，估计价值链上还有 9000 万个相关工作岗位。消费品论坛由董事会管理，董事会由超过 55 家制造商和零售商的首席执行官组成。如需了解更多信息，请访问 www.theconsumergoodsforum.com。

关于商道咨询

北京商道纵横管理咨询有限责任公司（以下简称“商道咨询”）是中国领先的独立咨询机构。商道咨询近二十年间专注于可持续发展目标下的 ESG、责任投资（SRI）与企业社会责任（CSR）领域的咨询服务，凭借全球化视野和本土化实践，致力于与企业共同制定促进社会和环境可持续发展的方案，协助企业在获取竞争优势的同时，为社会创造共享价值。商道咨询已连续八年与界面新闻推出《中国可持续消费报告》，为可持续消费议题提供深刻洞察，成为企业、政府、行业协会、NGO、媒体了解我国可持续消费趋势的重要参考。如需了解更多信息，请访问 <http://www.syntao.com/>

报告撰写

本报告由消费品论坛（CGF）发起，商道咨询郎华、刘晗悦、黎珊撰写编制。有关此报告的内容建议或合作诉求，请联系：
商道咨询：黎珊，lishan@syntao.com
消费品论坛：王苹，p.wang@theconsumergoodsforum.com

局限性和适用性

本报告基于有限的数据收集和案例调研，并结合专业经验输出相关内容，不排除有其他创新案例未被纳入，如有不足之处，敬请指正。同时，各企业拥有不同的内部管理架构和模式，在参考和应用报告内容时，可根据企业实际情况进行应用。

版权声明

此《消费品行业可持续包装管理体系与最佳实践案例集》版权属于消费品论坛（CGF）与商道咨询，并保留所有权利。如用于研究或者非营利性目的宣传教育活动，在申明资料来源的前提下，可以不经版权所有者的特别许可使用本报告中的内容。未经版权归属方书面同意，本报告不得出售或用作其他商业目的，任何个人和组织机构不得对文件的任何部分进行复制、出版。

执行摘要

近年来，包装对于气候变化、环境污染、生物多样性以及人类健康的影响备受关注。国际上，首个应对塑料污染的全局公约正在快速推进。国内，随着“双碳”目标的提出，循环经济、塑料污染治理与过度包装等政策法规频繁出台，消费者环保意识逐年提升。在投资市场，包装废弃物治理也逐渐被纳入关键风险维度。消费品行业作为包装产业链中最重要的下游行业，和连接产品包装与消费者的重要桥梁，是推动产品包装可持续生产和消费的核心力量。在此背景下，许多消费品企业正在开展包装转型，推动包装在产品保护功能的基础上，对地球和人类更加友好。

本案例集通过企业调研、会议研讨、桌面研究与专家建议等方式，开展深入研究，帮助企业识别可持续包装管理的一般性路径与行动框架，并提供最佳实践参考。主要内容如下：

► 通过梳理国内外相关标准，本案例集将可持续包装定义为：在包装产品的全生命周期中，在满足基础功能的前提下，采用更利于循环的包装设计和可回收、可再生的原材料，并在生产过程资源能源消耗少，对人体健康和

生态环境危害小，最终可以增加生产和经济活动净福利收益的包装。

► 调研发现，企业开展包装管理的驱动力，主要来自政策法规要求、可持续消费意识觉醒、ESG 投资强化。然而，从产品包装的全生命周期来看，企业在推动包装可持续的过程中仍然面临着供应阶段材料昂贵、生产阶段的设备改造升级投入大、消费者的知行不一以及处置阶段的基础设施建设不完善等多重困境。

► 经过调研，我们了解到，由于包装管理的复杂性，企业对于开展包装治理缺乏重要性认知和清晰的管理思路。为推动企业的可持续包装治理，本案例集通过案例分析，总结方法论，为企业可持续包装管理提供借鉴：

◆ 提出企业可持续包装管理的一般性路径，为企业提供清晰的操作步骤，主要包括七步：识别风险和机遇、设定目标与战略、选择达成策略、建立管理体系、分析综合效益、信息披露、外部利益相关方合作。



企业可持续包装管理一般性路径

◆ 整合可持续包装管理行动框架，旨在为企业提供实操指引，企业可以对标行动框架开展行动。

◆ 整理可持续包装企业最佳实践案例，清晰地展示领先企业如何将包装纳入公司战略，设定了哪些具体的包装目

标，如何选择目标达成策略，如何建立有效的包装管理体系，以及能够协同哪些内部力量来推动相关目标的落实。同时，从环境、社会和经济三大维度分析包装可持续的综合效益，为消费品企业提供参考。

01

包装与可持续发展

包装与可持续发展	04
什么是可持续包装	05
消费品企业包装管理的驱动力	05
消费品企业包装管理的挑战	08

I 包装与可持续发展

消费品包装不仅与我们的日常生活息息相关，也在全球积极应对气候变化、减少环境污染、保护生物多样性的趋势下扮演着重要角色，其可持续转型正在为企业带来新一轮的挑战与增长机遇。未来的包装，一定是在发挥产品保护的基本功能上，对生态环境、人类健康和经济发展更加友好的包装。

包装与气候变化应对

经世界气象组织确认，2023年已经成为有记录以来最热的年份，全年平均气温比工业化前水平高出 $1.45 \pm 0.12^\circ\text{C}$ ，远超此前最热年份的升温幅度，并进一步逼近《巴黎协定》所设立的 1.5°C 控温目标¹。联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）发布的第六次评估报告指出，世界各个区域均面临着前所未有的气候系统变化，例如海平面上升、频发的极端天气事件、海冰迅速融化等。

包装对气候变化的影响主要源于它的生产过程，特别是作为化石燃料制品的塑料。有研究显示，塑料在其生产过程就排放了整个生命周期中90%的温室气体²。同时，根据清华大学研究，2020年中国塑料行业的温室气体排放约为3.5亿吨二氧化碳当量，通过发展循环经济，到2060年，中国塑料行业的碳排放可降低11%—38%³。

因此，包装可持续发展的核心挑战之一就是减碳。这就要求一方面在生产端实现更可持续的生产，包括使用更加轻量化、可回收、可重复使用的包装设计和更可持续的包装材料；另一方面则要促进消费者更可持续的使用，养成消费绿色包装与重复使用的生活习惯。

包装、减塑和循环经济模式

包装造成了全球31%的塑料使用，同时，包装的平均寿命又极短。全球每年生产约4.3亿吨的塑料，其中三分之二在短暂使用后就会变成废弃物⁴，而塑料废弃物中有42%是包装废弃物²。同时，塑料在自然环境中拥有极长的半衰期与极强的生物化学稳定性，废弃的塑料包装如果没有得到妥善处置，会对环境与生物多样性造成严重破坏。

然而，目前大多数国家的包装废弃物管理，尤其是塑料包装的回收体系与再生处置能力还不能完全有效解决包装废弃物的循环问题，从而造成大量的碳排放与严重的环境污染。在全球范围内，46%的塑料垃圾被填埋；22%的塑料垃圾因管理不当流入环境；17%被焚烧；15%被回收利用，而损失后实际回收利用的比例不到9%²。因此，包装减碳和污染治理需从全生命周期考虑，走资源节约与最大化利用的循环经济路线。比如：鼓励使用再生、生物基材料替代石油基材料，提高重复利用率和回收率以防止塑料泄露到自然环境等。

包装可持续发展与健康

可持续的包装也意味着更安全的包装，即对人类的健康不产生危害。一方面，包装首先承载着保护产品的功能，能够避免产品受到污染，保障产品的完整与可用性，同时能够延长产品的保质期，降低产品（尤其是食品）的损失率。尤其是在食品方面，包装由于直接与食品接触，必须确保接触食品的材料中不含危险化学物质。但在另一方面，越来越多的包装废弃物也正在威胁人类健康。研究显示，直径小于5毫米的微塑料目前存在于土壤、水和空气等各种环境介质中，并已渗入食物链，最终成为人类饮食的一部分，对人类的心血管健康、内分泌、肠胃功能等产生危害⁵。

¹ 世界气象组织：2023年打破全球气温纪录，2024年可能更热。联合国新闻。2024年1月。

² 《Global Plastics Outlook》.OECD.2022年2月。

https://www.oecd-ilibrary.org/environment/global-plastics-outlook_de747aef-en

³ 《循环经济助力中国碳中和目标实现的潜力》研究报告。清华大学。

<https://cloud.tsinghua.edu.cn/d/50f6503d80c74f319127/>

⁴ 塑战速决实践指南。世界环境署。2022年6月。

https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/42437/Plastic_Pollution_WED23CH.pdf?sequence=11&isAllowed=y



包装与消费的可持续增长

可持续的包装在应对政策法规要求、满足消费者与可持续投资的期待、减少环境污染的过程中，为消费品行业的绿色、可持续的增长带来新的发展动能。2023 年社会消费品零售总额 47.15 万亿元，同比增长 7.2%，消费支出对经济增长的贡献率达 82.5%⁶。同时，国合会以 2020-2025 年为基础的研究显示，假设起居民消费的食品、汽车、建筑、家电、生活用品中约 4000 亿产品（占居民消费总额的 1%）被绿色产品替代，预计 GDP 相对未被替代场景将增长 0.05%⁷。包装作为消费品行业可持续转型的重要治理议题，在消费对中国经济发展的基础性作用不断增强的趋势下，可持续的包装转型对于国家经济社会的全面绿色发展具有重要意义。

什么是可持续包装

可持续包装需要满足代际公平。联合国将可持续性定义为“既满足当代人的需求，又不损害后代人满足其需求的能力”⁸。该定义主要强调了代际公平和资源有限性。对于包装来说，主要在于将包装对于原材料的消耗控制在一定范围内，从而保障资源的可持续与代际公平。

可持续包装应有利于循环经济路线的达成。参考艾伦·麦克阿瑟基金会（EMF）对于循环经济的定义描述，循环经济相对于“从自然中获取资源、制造产品，最终将它们当做垃圾丢弃”的线性经济⁹，因此包装管理的目标也应该是将包装相关的经济活动与资源消耗脱钩，在设计之初避免污染和废弃物的产生。

可持续包装应有利于产品全生命周期的可持续发展。借鉴联合国可持续发展目标 12¹⁰ 和国家《绿色包装评价方法与准则》（GB/T37422-2019）¹¹ 的相关表述，可持续包装可以被描述为，在保障产品质量、提高人们生活和健康水平的同时，减少包装在全生命周期的资源消耗、环境退化和污染及碳排放，最终增加生产和经济活动的净福利收益。

通过梳理国际社会和国家标准对“可持续性”“循环经济”“绿色包装”的定义，本案例集将可持续包装定义为：**在包装产品的全生命周期中，在满足基础功能的前提下，采用更利于循环的设计和可回收、可再生的原材料，资源能源消耗少，对人体健康和生态环境危害小，最终可以增加生产和经济活动净福利收益的包装。**

消费品企业包装管理的驱动力

正是因为对于可持续发展系统性的影响，包装也逐步成为国家环境治理的重点与企业履行社会责任的重要领域，与此同时，包装的可持续治理也正逐渐被一些 NGO、企业管理者与投资者所关注，进一步驱动企业主动开展包装治理。

法规政策驱动

为支持塑料循环经济行动，联合国环境规划署正在推动一项具有法律约束力的、涵盖塑料从生产到处置整个生命周期的全球塑料污染防治公约（Global Treaty on Plastic Pollution），其“零草案”文本提出了终结塑料污染的几大方向¹²，包括防止和减轻原生塑料聚合物生产带来的危害；减少或消除有害的化学品和聚合物的使用；减少或消除有问题、可避免以及短期的塑料；改善塑料产品设计、成分和性能；推动塑料用品的减少与再利用；鼓励开发非塑料替代品；鼓励建立和执行生产者延伸责任（EPR）制度，关注塑料全生命周期的排放和污染，开展有效的废物管理，监管有害化学品、聚合物的贸易，推动公正转型；减少海洋塑料污染；强化透明度、追踪、监控和标签系统，共 13 项要求¹³。

⁵ Chizitere E E, J. C O, Toluwalase O, et al. From oceans to dinner plates: The impact of microplastics on human health [J]. Heliyon, 2023, 9(10): e20440-e20440.

⁶ 中国政府网. https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202401/content_6927456.htm#:~:text=%E5%95%86%E5%8A%A1%E9%83%A8%E6%B6%88%E8%B4%B9%E4%BF%83%E8%BF%9B%E5%8F%B8,%E6%80%A7%E4%BD%9C%E7%94%A8%E4%B8%8D%E6%96%AD%E5%A2%9E%E5%BC%BA%E3%80%82

⁷ 《绿色转型与可持续社会治理》专题政策研究报告. 国合会. 2020 年. <http://www.cciced.net/zcyj/yjbg/zcyjbg/2020/202008/P02020091142551553749.pdf>

⁸ 可持续性. 联合国. <https://www.un.org/zh/124653>

我国于 1996 年制定了第一个关于包装废弃物的国家标准《包装废弃物的处理与利用通则》（GB/T 16716-1996）。此后，随着《固废法》《清洁生产促进法》和《循环经济促进法》的颁布和实施，我国逐步完善包装与环境标准化体系，于 2018 年参考 ISO、IEC 等国际标准制定了《包装与环境》（GB/T 16716）。2019 年，《绿色包装评价方法与准则》（GB/T 37422-2019）的发布，为绿色包装提供了统一的评价方法。除此之外，针对于重点行业 and 重点领域，我国也相继出台了如《绿色产品评价 快递封装用品》（GB/T 39084-2020）与《绿色产品评价 塑料制品》（GB/T 37866-2019）等国家标准，以及针对食品和化妆品（GB 23350-2021）、生鲜食用农产品（GB 43284-2023）等推出了限制商品过度包装的要求。2023 年 2 月，我国正式推动《包装回收标志》（GB/T 18455-2022）的应用，对纸、塑料、金属、玻璃及复合材料等可回收包装物标志作出规定，该标准的出台也有力地促进了包装废弃物的正确分类和回收再利用。

政策层面，近年来我国先后出台了《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》《“十四五”循环经济发展规划》《关于加快推进快递包装绿色转型意见》《“十四五”塑料污染治理行动方案》《关于进一步加强商品过度包装治理的通知》《中国包装工业发展规划（2021—2025）》等一系列宏观政策和发展规划，对包装的整体绿色转型，特别是塑料包装和过度包装提出了更高的要求。2024 年 2 月，国务院发布了《关于加快建立废弃物回收利用体系的指导意见》，并提出到 2025 年，初步建立覆盖各领域、各环节的废弃物回收利用体系；到 2030 年，基本建成全面高效、规范有序的废弃物回收利用体系，各类废弃物资源价值得到充分发挥，废弃物回收利用总体水平位居世界前列的总体目标。

可持续消费意识觉醒

随着中国消费者环保意识增强，他们开始更愿意选择环保包装产品。根据麦肯锡的一项全球调查，中国消费者对于包装环境问题的担忧程度和为“可持续包装”买单的意愿均高于大部分的国家¹⁴。《2023 中国可持续消费报告》显示，大多数受访者在日常饮食习惯上表现出了一定的环保和可持续性倾向，体现在包装选择上，受访者更倾向于简约、环保包装的食物，选择“总是”和“经常”的比例为 22.82% 和 36.84%。

产品包装作为消费者沟通媒介，对于企业价值观和可持续消费理念的传递有重要价值。《2023 中国可持续消费报告》调研显示，将近 70% 的受访者通过产品包装上的可持续认证标签，或说明书中相关信息来辨别低碳产品。企业在做好包装材料和设计可持续转型的同时，也要重视包装的媒介作用，利用包装做好产品及产品包装低碳、绿色、可持续信息标识，将相关信息有效地传递给消费者，从而促进消费者做出更加符合自身价值观的选择。

ESG 投资驱动

当前，全球经济发展虽然伴随着诸多不稳定因素，但应对气候变化和推动可持续发展仍然是全球共识，在金融市场中则表现为 ESG 投资规模的快速扩张。截至 2023 年底，全球有 5372 家机构签署联合国负责任投资原则（UNPRI），资产管理规模 121.3 万亿美元，其中有 141 家中国机构。中国市场负责任投资规模同样增长快速，2023 年，我国责任投资市场整体规模仍然保持较高速增长态势，截至 2023 年第三季度，规模达 33.06 万亿元。同时，85.6% 的受访个人投资者在一定程度上同意 ESG 相关的风险和机遇对于其投资决策的制定有愈加重要的影响¹⁵。



⁹ 什么是循环经济. 艾伦·麦克阿瑟基金会. <https://ellenmacarthurfoundation.org.cn/topics/circular-economy-introduction/overview>

¹⁰ 可持续消费与生产. 联合国. <https://sdgs.un.org/zh/topics/sustainable-consumption-and-production>

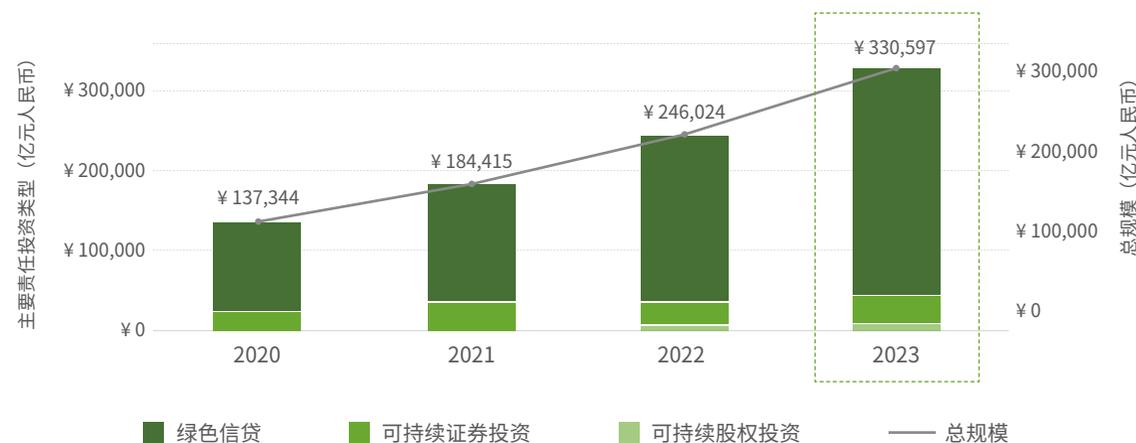
¹¹ 绿色包装评价方法与准则. <http://c.gb688.cn/bzgk/gb/showGb?type=online&hcno=052FF52B23A7B1C94B3C155528DEAD9B>

¹² Intergovernmental Negotiating Committee on Plastic Pollution. IN4 Working Documents.

¹³ 联合国环境规划署. 终结塑料污染全球条约的“零草案”文本. 2023 年 9 月. <https://www.unep.org/inc-plastic-pollution/session-3/documents/WorkingDocuments>

¹⁴ <https://www.mckinsey.com.cn>

¹⁵ 《中国责任投资年度报告 2023》. CHINA SIF. <https://chinasif.org/products/csir2023>

图表 1. 中国责任投资市场规模过去四年变化 (2020-2023 年)¹⁵

各投资机构对于 ESG 投资的关注促使企业开始重视在各个环节的可持续管理，特别是对于食品饮料、化妆品、日用品、餐饮等消费品牌商来说，“**包装废弃物治理**”作为**关键风险维度**，已经成为 ESG 投资的重点考察领域。

此外，在包括日用品、个护产品、食品、饮料、零售、服装在内的六大行业，**包装也已经成高优先级的 ESG 评价指标**，以 MSCI ESG 评级为例¹⁶，目前，包装材料和废物议题在整个必需消费品领域中的平均权重达 7.4%。以下为包装管理重点行业概览。

图表 2. 包装管理重点行业一览表

包装管理重点行业	政策法规	MSCI ESG 评级	标普全球 CSA 评级	CDP 水问卷 塑料小节
必需消费品行业				
日用品行业	✓	✓	✓	✓
个护产品行业	✓	✓	✓	✓
食品行业	✓	✓	✓	✓
酒精 / 饮料行业		✓	✓	✓
零售业			✓	✓
非必需品行业				
服装 & 奢侈品行业		✓	✓	✓
餐饮业		✓	✓	
外卖行业	✓			
材料行业				
包装行业		✓	✓	✓
其他行业				
快递、物流、电商	✓	✓	✓	✓

¹⁶MSCI ESG Industry Materiality Map.2023 年 11 月。

<https://www.msci.com/our-solutions/esg-investing/esg-industry-materiality-map>

消费品企业包装管理的挑战

从产品全生命周期来看，企业在落实包装可持续目标的过程中仍然面临着多重困境。在供应阶段，环保包装材料尚未形成规模化发展，成本居高不下；在生产阶段，再生材料 (r-PET) 的使用在食品包装中仍受到政策限制，回收材料的使用难以推动，同时企业还涉及创新材料的研发投入和配套生产装备的升级改造投入；在消费阶段，消费者在可持续消费方面的知行不一是目前最大的症结所在，如何平衡消费者对于可持续包装的体验和企业对于可持续效益的追求也成为亟待解决的问题；在处置阶段，核心困境则是地区回收体系的搭建与回收基础设施的完善。

图表 3. 消费品企业包装管理挑战

供应阶段	生产阶段	消费阶段	处置阶段
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 环保材料成本高 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ r-PET 材料在食品包装中使用受限 ◆ 生产装备改造升级 ◆ 创新材料生产研发 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 强化可持续包装的理念倡导和消费意愿 ◆ 提升可持续包装的用户体验与接受度 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 回收基础设施建设 ◆ 回收体系的搭建

2022 年 9 月，世界可持续发展工商理事会 (WBCSD) 发布了 SPHERE 包装可持续性框架，其中“循环最大化”和“生命末端最优化”是包装可持续性的重要指标。

实际上，从全球包装废弃物管理体系建设和塑料污染治理经验来看，实现包装的最大循环和最优处置需要一系列循环经济的顶层设计、政策导向和基础设施来支撑，包括完善回收再生体系，丰富针对不同材料品类、不同消费场景和不同回收价值的废弃包装回收机制和回收流建设；加大可回收物的规模化回收再生，解决低值废弃物的回收闭环，减少焚烧和填埋；加大再生材料的创新研究，鼓励再生塑料高值化应用和高端领域应用；激活循环经济市场活力，明确产业链各环节企业自身责任和参与治理的方式。

以我国塑料包装的回收再生为例，其发展阶段和运行模式，与欧美等发达国家相比还存在较大差异，在推进消费品塑料包装循环时，需要考虑本地回收再生体系的发展现状和接受能力。

	欧美发达国家塑料回收再生特点	我国塑料回收再生特点
回收机制	可回收物经社区机械化回收后，进入物料回收设施 (Material Recovery Facilities, MRF) 分选中心，经分选设备筛选分类	以废品回收从业者和城市垃圾分类体系为回收主体
回收流的形成	取决于 MRF 可识别的材料类型和产出量自然形成，无价值偏好	取决于规模化和回收再生价值，需要具有商业可行性，才能集中到再生工厂
回收驱动力	环境价值为主	废弃物回收再生价值为主
自动化程度	机械化、自动化程度较高	机械化、自动化程度较低
分选	风选、近红外探测、磁选、金属探测、弹射气选等	大多数为手工分选，凭个人经验，近年来前端出现智能化分选设备
硬质塑料包装	常见的 PET、HDPE、PP 等材质的容器包装，经自动化分选，材质识别较精准，但精细化分选较少	根据再生工厂需求分选更细致；按品牌、颜色、材质、干净程度等，会有更多细分等级
低值废弃物	MRF 分选中心，按可识别材料归类打包	受材料价值驱动，很难被收运；存在主观偏好，难形成回收流
PE 膜、PE 软包装回收流	商超门店回收、单独塑料回收桶 (购物袋、缠绕膜、干洗袋、快递袋等 PE 膜袋类)	主要以农业、商业源，部分家庭消费后大尺寸 PE 膜为主 (农膜、缠绕膜、包装袋等 PE 膜袋类)
其他塑料软包装	鼓励转向 PE、PP 单材化，以便进入商超门店回收流	低值塑料软包装，很难进入价值驱动的农业、商业源 PE 膜类回收流。规模化消费品塑料软包装回收流并不存在

同时，包装的可持续性和可循环性与包装自身设计息息相关。材料选择和产品设计决定着高值化回收再生的可能，直接影响了再生材料的性能、应用领域和市场价值。传统包装多注重成本、功能与外观，没有考虑后续回收再生的难易，导致部分产品在使用后，无法被规模化收集再生、经济性倒挂，甚至完全失去再利用价值，只能被填埋和焚烧。

因此，我们需要开展各材料类型包装的可回收再生设计研究，更全面地了解当前回收体系的发展现状以及下游回收再生的生产工艺。同时，我们应秉承“以终为始、源头治理”的理念，建立可持续包装的设计原则、设计指南和标准体系，在包装设计时去除潜在问题元素，以提高各类包装回收再生价值，使其符合后续循环过程的生产需要。综上所述，在包装管理时，一套全面、可行的包装可持续转型管理方法体系与行动框架对于消费品企业相关行动的开展至关重要。

02

可持续包装管理 一般性路径

识别可持续包装相关的风险与机遇	10
设定可持续包装管理的战略与目标	12
可持续包装目标的达成策略	13
可持续包装管理架构与机制的建立	13
可持续包装综合效益评估	15
可持续包装管理信息披露	16
外部利益相关方合作	17

为响应外部环境发展趋势和应对当前可持续包装管理的挑战，经过市场调研与企业案例分析，本报告首次提出企业可持续包装管理的一般性路径，旨在为企业落地包装管理提供清晰、具体的实操指引。路径包括了兼顾内部管理与

外部合作的七大步骤，分别是：识别风险和机遇、设定目标与战略、选择达成策略、建立管理体系、分析综合效益、信息披露、外部利益相关方合作。

图表 4. 企业可持续包装管理一般性路径



识别可持续包装相关的风险与机遇

包装正在为企业的可持续发展带来严峻的影响。由于塑料污染危机，企业和投资机构面临着巨大的财务、法律、技术、监管和声誉风险。根据预测，如果政府要求企业根据其产生的塑料废弃物的预期量和再循环能力来支付废弃物

管理费用，那么企业每年将面临 1000 亿美元的财务风险¹⁷。具体来看，对于企业来说包装相关的风险和机遇主要来源于包装和碳相关的政策法规、消费者偏好转变、气候变化带来的极端天气等方面。

图表 5. 企业包装管理风险类别

风险类型	风险描述
政策与法规风险导致运营成本增加	与包装相关的国内外政策、法规、标准日益趋严，对企业产品包装的绿色、可持续发展提出更高的要求，同时也意味着更严厉的监管。企业需要提前布局，以应对包装转型带来的因设计调整、材料更新、市场培育以及回收等导致的运营成本以及监管所带来的合规成本的增加
碳减排、碳定价造成的日益升高的企业运营成本	中国碳交易市场自 2021 年启动以来，碳价整体呈现平稳上涨态势，由启动时的每吨 48 元上涨至每吨 80 元左右 ¹⁸ 。碳定价机制可能会影响价值链的运营成本，比如采购包装原材料成本的增加。如果企业缺乏全价值链温室气体减排计划，或将持续面临相关的运营风险
消费者偏好转变带来的市场和声誉风险	企业在应对政策法规的同时，也需要从产品和服务出发，不断满足消费者日益增长的对于可持续产品的需求和期待。中国可持续消费调研报告显示，消费者对于生态环境与气候变化的认知日益提升，他们越来越关注可持续的产品和包装。如果企业不能及时转型，可能会面临市场竞争力降低或相关的声誉风险
技术研发带来的成本投入	包装转型也依赖于相关材料和工艺技术的创新研发。企业在推动可持续包装相关技术研发的过程中将产生更多的成本投入。如果不能良好地管理投入和产出，可能面临相应的财务损失
气候变化和地缘政治带来的材料供应风险	由于气候与地缘政治影响，包装供应链正在遭受冲击。如果暴露在相关风险下，企业可能遭受由于供应链中断导致的包装原材料价格的上涨与断供风险，从而对业务经营产生实质性影响

¹⁷ <https://www.cdp.net/en/plastics>

¹⁸ 全国碳排放权交易市场表现平稳向好，新华社，2024 年 2 月。

图表 6. 企业包装管理机遇类别

机遇类型	机遇描述
资源效率增加助力运营成本降低	企业通过发展可持续包装，开展资源循环利用，减少包装相关的资源使用，增加资源使用效率，从而降低企业包装方面的运营成本
产品与服务转型增加市场竞争力	企业通过从原材料选择、产品包装设计、包装流通和包装处置与回收的全生命周期改善产品包装，从而生产更多符合政策要求与消费者期待的产品和服务，进而强化自身市场竞争力，满足消费者期待，获得业务增长机会。
技术创新带来新的增长动力	企业对于可持续相关的材料、工艺等相关的技术投入，及对于供应链包装升级改造的要求，将有利于建立企业排他性的技术和市场优势，同时还能够提升全价值链的发展韧性与竞争力

识别包装议题对于企业的风险和机遇是企业开展包装管理的前提。然而，许多中国消费品企业并没有将包装纳入企业整体的风险管理范畴，导致未能及时有效识别相关风险与机遇；另一方面，由于缺乏对包装风险与机遇的量化财务分析，导致包装管理一直难以被作为高优先级的事项施以系统化管理。

因此，为帮助企业识别包装相关的风险和机遇，本报告梳理了如下行动步骤：

1、重点行业匹配。企业可根据包装管理重点行业一览表（图表 2）。判断自身是否属于“开展包装管理重点行业”，此外，还可通过实质性议题打分的方式，从影响与财务的实质性两个维度衡量产品包装管理对于企业的重要性。

2、盘点包装在企业价值链中的管理现状。系统盘查是实现良好管理的基础。企业包装管理的关键盘查环节包括：（1）上游产品包装采购与运输；（2）自身生产中的包装物使用；（3）下游产品运输过程中的二次或多次包装。同时，企业还需要记录所使用包装的重量及材料构成。

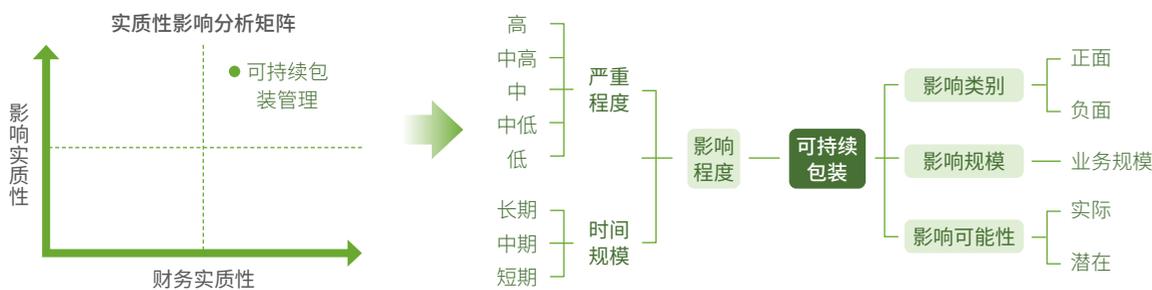
图表 7. 企业包装管理的关键环节



特别需要提出的是，企业需要重点关注塑料包装的使用。CDP 全球环境信息研究中心在 2023 年披露周期中首次在水安全问卷中纳入塑料模块，要求披露塑料产品的生产和使用方面的信息，对于企业价值链中的塑料使用盘查、影响评估、以及业务风险和目标等提出 9 个问题¹⁹。对于从事特定塑料生产或使用活动的公司，CDP 还设有塑料使用总重量、原料来源与循环潜力等方面的问题。

3、评估企业包装的内外部影响。根据包装使用情况，企业可以进一步分析包装的实质性影响，包括对环境或人类健康的潜在影响（影响实质性）和对于业务的财务或战略方面的影响（财务实质性）。为优化管理，企业需要进行更加细致的影响力评估，包括评估影响的类别（正面或负面）、影响的可能性（实际或潜在）、影响的规模、影响的程度（例如高、中高、中、中低、低）和时间范围（例如：短期 1-2 年、中期 3-5 年、长期 5-10 年）。

图表 8. 可持续包装议题重要性分析与具体评估维度



¹⁹ CDP 水问卷塑料小节信息披露要求. <https://guidance.cdp.net/zh/guidance?cid=48&ctype=theme&idtype=Themed&incchild=1µsite=0&otype=Guidance&tags=TAG-596%2CTAG-646%2CTAG-607%2CTAG-599>

设定可持续包装管理的战略与目标

将包装纳入企业可持续发展战略并为其制定目标至关重要。对于大部分消费品企业来说，包装管理都是核心议题，在清晰地识别了内外部风险和机遇的基础上，需要进一步将其纳入企业的可持续发展战略规划中，并开展针对性治理。有效的包装战略及目标制定将有助于推动企业长期战略目标的达成。例如“可持续的包装”通常作为企业参与循环经济的重要抓手、企业范围 3 减排的关键环节、以及减少环境污染的核心要素。

图表 9. 企业可持续包装战略案例

可持续包装促进企业长期增长

2022 年，亿滋国际将可持续发展提升为长期增长战略的四大支柱之一，充分体现了“享受真正好零食”（Snacking Made Right）这一承诺的广度和深度，支持亿滋国际实现更可持续的增长。与此同时，在亿滋国际的可持续发展战略中，包装被纳入了核心议题进行重点管理。

可持续包装助力企业净零碳排放目标达成

雀巢在 2019 年 9 月公开承诺到 2050 年实现净零碳排放，并于 2020 年 12 月公布了“雀巢净零碳排放路线图”，其中应对塑料废弃物挑战是八大行动之一。雀巢认为，改善包装设计与生产过程、推动包装再利用和回收、以及加强包装废物处置对于雀巢 2050 年实现净零碳排放将至关重要。

由于包装管理的重要性与复杂性，许多消费品企业尚未开展包装相关的战略与目标制定。对于企业来说，包装管理具有复杂性。由于包装在资源效率、生态环境、气候变化及市场需求等方面产生的多重影响，导致企业在制定战略和目标时，通常不清楚应该如何将包装议题融入其中。同时，由于包装管理的重要性，包装目标的设定既要符合政策法规要求和消费者期待，又要与企业发展现状与能力相匹配，这样一来“设定哪些目标”“如何量化目标”都是问题。在塑料包装目标制定方面，根据 CDP 调研显示，有 88% 的企业表示塑料议题与自己的业务相关，但仍有 32.5% 的企业没有在该方面设定目标¹⁷。

设定包装管理目标，推动企业的日常生产运营中的可持续包装转型。综合企业调查与桌面研究，报告梳理了企业设定可持续包装管理目标时的重点关注要素，目标设定方向与策略。

特别地，对于跨国企业来说，可以在母公司的整体目标下，结合中国市场的运营现状设定本地化的目标。

图表 10. 可持续包装目标制定重点要素与方向*



*备注：关于可持续包装目标方向，目前仅显示四大核心方向，企业也可以根据自身情况增加

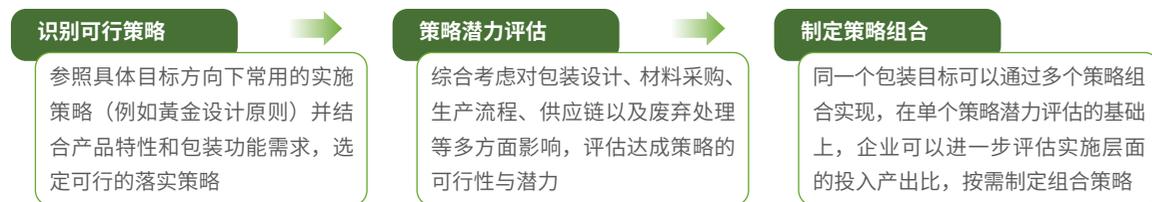
图表 11. 企业制定量化目标的策略



可持续包装目标的达成策略

我们通过对标发现，企业包装可持续发展方向主要集中在四个方面，分别是减量化、回收利用、重复使用、材料替代。然而仅有方向是不够的，企业在达成目标的过程中通常需要制定更细化、可执行的策略来支撑目标落地。例如，企业如果设定了包装减量相关目标，则可通过替换更轻质的包装材料、减少包装的层数、缩小包装的体积等达成策略来实现减量目标。企业可持续包装目标的达成策略选择可以参照如下流程开展：

图表 12 企业目标达成策略选择流程



推动包装可持续目标达成，企业可以采取的策略也是多样化的。报告总结了当前企业在落实不同方向的包装可持续发展目标时的一些常用策略，详见下表。

图表 13. 企业包装可持续发展达成策略 *

目标领域	达成策略
减量化	<ul style="list-style-type: none"> 避免过度包装 减少不必要的包装：减少塑料外包装等不必要的包装*（参考黄金设计原则第4条） 降低包装空隙率：将各类产品的包装空隙率控制在*%以内*（参考黄金设计原则第3条） 减少包装层数 减少单位包材用量 使用轻量化的材料 减少 B2B 中包装材料的使用（参考黄金设计原则第8条）
重复使用	<ul style="list-style-type: none"> 推动可重复使用的包装设计 开展产品的替换装或补充装设计 应用可重复使用的包装材料
回收利用	<ul style="list-style-type: none"> 包装材质单一化 去除包装中的问题元素（参考黄金设计原则第2条） 提高包装中可回收材料的占比 提高包装中再生材料的占比 开展废弃塑料回收利用工艺研发 开展废弃包装的回收利用项目（在项目实施时可参考黄金设计原则第9条）
替代材料的使用	<ul style="list-style-type: none"> 减少一次性塑料产品；同时，在具备循环利用配套基础设施的场景条件下，使用可降解材料替代一次性塑料 以纸代塑，或更多生物基材料的研发使用

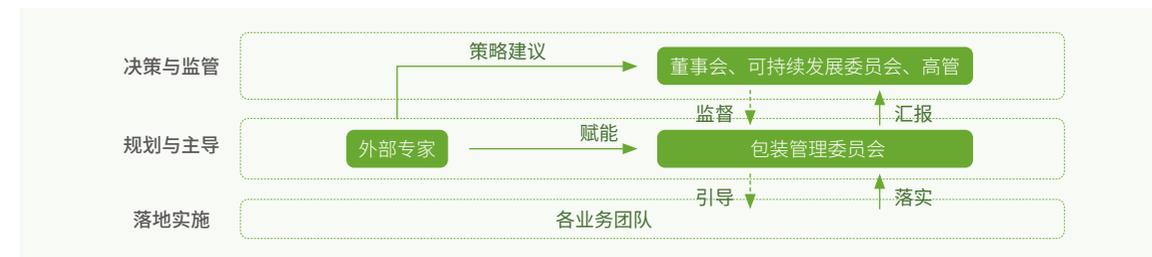
*备注：表格中内容仅为对标结果呈现，不排除有更多的其他策略选择，仅供参考

可持续包装管理架构与机制的建立

在明确了包装目标与达成策略的基础上，企业需要专门的人员和团队来监督目标进程，跟进落地实施情况。在此次企业调研中我们发现，目前大部分消费品企业虽然已经搭建了可持续发展的管理架构，但在包装方面的管理架构仍然不太清晰，缺乏有效的指标体系和管理方法，导致管理指标分配不到位，落地效果不理想。

清晰的管理架构是有效开展包装管理的基础。企业在包装可持续发展方面的管理架构主要可分为决策与监管、规划与主导和落地实施三大层面。其中，在决策与监管层面，主要由董事会或可持续发展委员会组成，负责确认企业包装可持续发展的重点方向、优先事项，并协助相关的资源配置；在规划与主导层面，成立由相关业务部门负责人组成的包装管理委员会，负责设计可持续包装管理的具体战略、路径与行动计划，以及衡量包装管理相关的财务表现；在落地实施层面，则由采购、运营、研发、市场、销售等多部门与相关产品条线互相配合，负责推进具体的项目。

图表 14. 可持续包装管理架构示例



合理的管理机制是系统、有效推动包装日常管理的重要手段。我们建议企业就以下的方式开展对于可持续包装的日常管理。

图表 15. 企业可持续包装管理办法总结与示例

定期沟通与决策	管理指标分配	纳入绩效考核	制定政策与指引文件	开展能力建设
<ul style="list-style-type: none"> 年度目标制定讨论会 进度沟通会 重大项目决策讨论会 日常沟通例会 	<ul style="list-style-type: none"> 根据各部门职责，将管理指标分配到具体部门 	<ul style="list-style-type: none"> 为相关责任人员设置包装管理的考核指标 制定考核指标相关的奖励机制 	<ul style="list-style-type: none"> 制定包装管理政策，包括可持续包装原则、标准、指引、及相关管理流程等 	<ul style="list-style-type: none"> 面向企业内部和供应商开展可持续包装主题的培训项目，例如知识培训、行业发展培训、策略共创等

那么，企业的可持续包装管理可以联合哪些部门？根据案例分析，可持续包装管理工作在企业中主要涉及可持续发展、包装研发、供应链管理、采购、质量管理、财务、法务、市场、工厂等部门。企业可通过评估各部门对于实现包装目标的关联度与重要性等，进一步拆解管理任务，将包装纳入相应的管理条线，通过多部门配合，开展综合性、系统性的管理。

图表 16. 企业可持续包装管理关联部门

部门名称	部门职责
可持续发展部门	制定包装目标，协调各方工作
包装研发部门	根据目标方向，研发包装解决方案
供应链管理 / 采购部门	根据目标方向与包装需求开展采购
质量管理部门	确保环保包装的质量
财务部门	负责环保包装项目的预算制定与成本效益分析
法务部门	监控包装相关的政策动向并进行内部宣导
市场部门	调研可持续包装发展趋势，并开展消费者沟通与产品营销
工厂	开展包装生产设备及工艺的改造升级

可持续包装综合效益评估

开展定期的包装管理效益复盘，能够有效地帮助企业识别可持续包装项目过程中的风险与机遇，平衡投入与产出，进一步促进可持续包装管理优化，引导正确的决策制定。

环境效益。企业包装转型行动能够直接或间接地推动废弃物的无害化，使更少的废弃物进入生态环境，减少碳排放、环境污染、生物多样性破坏以及人体健康危害。

经济效益。企业在包装转型的过程中通过减量化、重复使用、回收利用等手段能够直接减少包装原材料的使用，产生一定的资源效益，从而带来成本的节约。

社会效益。企业通过推动积极的包装转型，带动行业和价值链更可持续发展。

图表 17. 可持续包装综合效益评估指标 *

综合效益评价	环境效益	
	资源节约	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 整体 / 单位产品包装减少量 ◆ 整体 / 单位产品包装重复使用量 ◆ 回收材料在整体 / 单位产品包装中的使用比例 ◆ 原生塑料使用减少量 ◆ 可回收、可重复利用或可降解包装占比
环境保护	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 整体 / 单位产品包装中有害物质的减少量 ◆ 可持续原材料采购占比 	
应对气候变化	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 整体 / 单位产品包装减排量 	
社会效益		
行业行动与倡议支持	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 参与了哪些包装相关的行业行动或倡议 	
供应商管理与支持	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 项目实施过程中带动了多少家供应商参与了包装转型 	
消费者倡导	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 开展了哪些行动以促进消费者的可持续消费意识提升与行为转变 	
经济效益		
成本投入	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 为达成包装目标所投入的研发成本，包括材料、人工等 ◆ 因包装转型而产生的采购成本 ◆ 对于新包装产品的市场教育 / 营销投入 ◆ 因包装减量、重复使用或回收利用所减少的成本投入 	
经济收益	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 因包装减量、重复使用或回收利用而减少的废物处置成本 ◆ 因包装优化而节约的运输成本 ◆ 由于包装改进而获得的政府奖励或避免的违规罚款 ◆ 由于包装管理带来的营收增长 ◆ 由于包装管理带来的其他收益 	

* 备注：企业可以根据自身情况增减

可持续包装管理信息披露

消费品企业可在可持续发展报告、ESG 报告中披露可持续包装相关信息。比较完整的信息内容应涵盖可持续包装的目标与战略、达成策略以及相关的管理架构与机制、实施项目与成就。标普全球 CSA 评级在“资源效率与循环经济”部分要求企业披露包装承诺、包装材料以及塑料包装的使用情况（图表 18）。明晟 MSCI ESG 评级则在“包装与废弃物”部分对包装实践、包装目标、包装成就以及产品回收目标等方面提出披露要求（图表 19）。

图表 18. 标普全球 CSA 评级对包装信息披露的内容要求

Resource Efficiency and Circularity | 资源效率与循环经济

Packaging Commitment | 包装承诺

- ◆ 有具体时间节点的包装减量的目标（体积 / 重量）
- ◆ 关于增加重复利用包装的计划
- ◆ 关于增加可回收包装使用的计划
- ◆ 关于逐步淘汰一次性塑料包装的计划
- ◆ 增加可回收材料在包装中的使用的计划
- ◆ 确认可回收包装得到真实的循环使用的计划
- ◆ 为可持续包装和替代解决方案分配研发资源

Packaging Materials | 包装材料

- ◆ 每种不同类型的包装材料的循环利用或经认证比例，包括木材 / 纸纤维、金属、玻璃

Plastic Packaging | 塑料包装

- ◆ 所有塑料包装的总重量
- ◆ 可堆肥塑料包装占比
- ◆ 相关支出在销售产品成本中的占比
- ◆ 可回收塑料包装占比
- ◆ 塑料包装中可回收成分占比

图表 19. MSCI ESG 评级中对包装信息披露的内容要求

Packaging Material & Waste | 包装材料与废弃物

Practices | 包装实践

- ◆ 减少包装环境影响的策略
- ◆ 各种包装材料的重量
- ◆ 在未对包装废弃物回收有强制法律要求的地区实施回收项目的规模
- ◆ 开展包装回收、设计与标志的消费者教育项目的规模。

Targets related to product recovery | 产品回收目标

- ◆ 产品回收目标
- ◆ 产品回收规模

Targets related to packaging content | 包装目标

- ◆ 包装目标覆盖范围（仅适用于个别产品或包装系列，或适用于整个公司，或适用于所有相关包装）
- ◆ 包装具体目标（减量化、可回收）

Performance | 包装成就

- ◆ 包装目标进展、产品回收成就

企业可以参考以上的信息披露框架开展内部自检，以逐步完善自身可持续包装管理体系。同时，企业可参考此框架建立自身包装可持续发展信息收集框架，定期开展相关的信息收集与整理，从而推动信息的完整披露。

外部利益相关方合作

企业通过与多元的外部利益相关方协同合作，以促进全行业的包装可持续转型。相关方主要包括政府部门、标准制定与认证机构、社会组织、行业协会、高校、包装研发与回收机构等。

图表 20. 可持续包装管理的合作伙伴



◆ 与政府部门合作，为可持续的包装发展建言献策，推动包装可持续政策法规体系的完善。

政府部门如：国家发展改革委、工业和信息化部、司法部、生态环境部、住房和城乡建设部、商务部、国家邮政局、交通运输部、市场监管总局等部委或其下属部门等。

◆ 与标准制定与认证机构合作，推动可持续包装的标准体系建设规范化。

标准制定与认证机构如：中国质量认证中心（CQC）、中环联合认证中心（CEC）、国家塑料制品质量监督检验中心、全国塑料制品标准化中心等。

◆ 与社会组织合作，开展可持续包装联合行动。

社会组织如：艾伦·麦克阿瑟基金会（EMF）、消费品论坛（CGF）、世界自然基金会（WWF）、中华环保基金会（CEPF）、中国海洋发展基金会（CODF）、联合国环境署（UNEP）等。

◆ 与行业协会、联盟合作，积极加入相关倡议，推动可持续包装的技术发展与行业倡导。

行业协会与联盟、倡议如：中国包装联合会（CPF）、中国循环经济协会（CACE）、中国合成树脂协会塑料循环利用分会（CPRRA）、中国再生资源回收利用协会（CRRA）、中国物资再生协会（CRRA）、新塑料经济全球承诺、终结塑料污染全球商业联盟、包装行业可持续发展环保倡议等。

◆ 与高校合作开发试点先进的可持续包装材料与包装技术，推动产学研合作与落地。

高校如：清华大学环境学院、北京大学城市与环境学院、北京印刷学院印刷与包装工程学院等。

◆ 与专业的包装研发机构合作，促进创新包装材料的使用规模化；与回收机构合作，促进包装回收利用基础设施的建设。



03

可持续包装管理行动框架

图表 21. 可持续包装管理行动框架

管理维度	一级指标	二级指标	指标描述	相关责任部门
识别与评估包装相关风险与机遇	开展基础盘查	包装使用现状盘查	盘点产品全生命周期各环节中包装的用量、材料构成等	战略部门 风控部门 采购部门 可持续发展部门
	评估包装相关风险与机遇的影响	风险与机遇识别	结合盘查情况，识别包装相关的风险与机遇	
设定可持续包装目标与战略		设定可持续包装管理目标	明确管理领域	根据风险与机遇识别及全面的外部对标，明确包装管理的重点领域
	针对每个管理领域制定量化目标		明确目标设定的覆盖范围（针对单个产品 / 个别产品线 / 所有产品）及目标期限 基于外部对标、企业现状盘查及潜力评估，制定可行的量化目标	
	整合包装战略	将包装战略纳入企业整体可持续发展框架，统筹管理		
	选择达成策略	识别可行的达成策略	参照具体目标方向下常用的实施策略（例如黄金设计原则），并结合企业产品特性和使用需求，选定可行的落实策略	可持续发展部门 包装研发部门 质量管理部门
选择达成策略	达成策略潜力评估	综合考虑对包装设计、材料采购、生产流程、供应链以及废弃处理等多方面影响，评估达成策略的可行性与潜力	财务部门 法务部门 采购 / 供应链管理部门 市场部门	
	制定策略组合	进一步评估达成策略的投产出比，按需制定组合策略	销售部门 各产品线	
建立管理架构与机制	搭建包装管理架构	建立包含决策与监管、规划与主导、实施的多级包装管理架构	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 决策与监管层：负责确认包装可持续发展的重点方向、优先事项与资源配置 ◆ 规划与主导层：负责制定战略、实施路径与行动计划，并衡量相关财务表现 ◆ 执行层：负责落实被分配到的工作任务与具体项目 	董事会 可持续发展委员会 可持续发展部门及负责人 财务部门及负责人 包装管理委员会 参考达成策略相关部门

管理维度	一级指标	二级指标	指标描述	相关责任部门
建立管理架构与机制	制定管理机制	定期沟通与决策	<ul style="list-style-type: none"> ◆年度目标制定讨论会议 ◆进度沟通会 ◆重大项目决策讨论会 ◆日常沟通例会 	董事会 可持续发展部门 包装部门
		管理指标分配	<ul style="list-style-type: none"> ◆管理指标分配到相关部门 	参考达成策略相关部门
		纳入绩效考核	<ul style="list-style-type: none"> ◆设置包装管理考核指标 ◆制定绩效评估与奖励机制 	人力资源部门 财务部门
		制定政策与指引文件	<ul style="list-style-type: none"> ◆制定包装管理政策 ◆制定可持续包装相关的原则、标准或指南等 	可持续发展部门 包装部门
		开展能力建设	<ul style="list-style-type: none"> ◆开展可持续包装主题的知识与管理培训项目 	人力资源部门 包装部门
信息披露	搭建信息披露框架	包装承诺/目标	<ul style="list-style-type: none"> ◆披露具有具体时间节点和覆盖范围的定性或定量目标 	可持续发展部门
		包装管理策略和行动	<ul style="list-style-type: none"> ◆披露支持包装目标达成的策略（参考指标体系中“达成策略选择”部分）和具体行动 	
		包装管理成就与综合效益评价	<ul style="list-style-type: none"> ◆披露包装目标的进展，以及在环境、社会和经济方面取得的成就（详见图表17） 	
		包装管理架构与机制	<ul style="list-style-type: none"> ◆描述包装管理的责任部门，包括决策、监管和实施层面 ◆描述包装管理机制，包括定期沟通与决策、管理指标分配、纳入绩效考核、制定政策与指引、开展能力建设 	



04

企业最佳实践案例

达能	24
赫力昂	29
蒙牛	34
雀巢	39
亿滋	44
高露洁	49



达能案例

达能致力于 100% 可循环且低碳的包装来提供有营养、高品质的饮食产品

企业简介

达能于上世纪 80 年代末进入中国市场，以“通过食品，为尽可能多的人带来健康”为企业使命，以“同护地球，共享健康”（“One Planet. One Health”）为行动框架，

积极发展在华业务。经过三十多年的耕耘，中国现已成为达能全球第二大市场，拥有 10 家工厂和 8000 余名员工，并贡献了达能全球 2023 年约 11% 的销售额。

领导寄语

作为知名的跨国食品饮料公司，达能秉承商业成功和社会进步的双重责任，鼓励更为健康、更有利于可持续发展的饮食行为，同时致力于为营养健康、社会及环境带来切实影响。2023 年，达能发布全新的可持续发展战略“振力征程”，计划到 2030 年实现包装 100% 可重复使用、可回收或可用于堆肥。在中国，达能旗下品牌脉动已实现全瓶 100% 可回收。达能也在持续探索和研发低碳材料。2022 年，达能宣布与创新公司 Lanzatech 合作，投资基于“碳捕捉”技术的新型包装材料研发，以减少对化石资源的依赖。我们感谢消费品论坛为促进行业可持续发展所做的工作，也很高兴看到达能入选《CGF 消费品行业可持续包装管理体系与最佳实践案例集》，期待通过消费品论坛，携手各方力量，助推循环经济，助力“双碳”目标，建设美丽中国。

——秦鹏
达能中国区主席

可持续包装管理目标与路径

包装相关风险和机遇识别

达能积极推动风险识别和管理政策的制定与实施，旨在保护和其资产和声誉，确保目标的实现，同时保护消费者、股东、员工、客户、供应商、环境、受其活动影响的人以及其他利益相关方的利益。达能基于风险发生的可能性以

及其负面影响的程度对主要风险开展评估。同时，在将风险应对举措纳入战略考量的基础上，对每种风险的实质性给出最终评估建议。在公司整体风险识别体系下，达能系统分析了包装相关的风险。

达能包装相关风险

风险类型	风险描述
塑料问题可能带来相关成本的增长	因塑料对于自然资源、劳工权益、食品质量和安全的相关风险，全球都在关注塑料问题。因此，来自监管机构、消费者和其他利益相关者（如非政府组织、零售商）围绕塑料问题的压力正以前所未有的速度增长。除生产者责任制（EPR）框架外，在许多国家，包装设计和包装废弃物管理主要通过采取减量化措施，包括重复利用、提高可回收性以及增加回收材料的使用。在此情况下，达能正在向包装循环经济和更低碳的包装转型，这可能导致相关成本的增加，例如包装的重新设计、替代材料的使用或回收材料的整合。
政策法规与消费者偏好转变将导致潜在的市场与声誉风险	若 (i) 达能无法实现其“振力征程”目标或无法充分减少原生化石基塑料的使用或 (ii) 回收系统和基础设施无法满足所需的实际规模，达能可能面临以下风险：(i) 声誉风险；(ii) 监管措施和零售商限制对日常经营带来威胁或导致额外成本；(iii) 消费者偏好转变将影响对集团产品的市场需求。
原材料和能源价格的波动性影响	全球或地区层面的供需变化可能使达能面临潜在影响。主要的影响因素包括极端天气的影响、政府政策或监管措施的变化、地缘政治因素、消费者偏好转变等。产生的潜在影响可能有：关键原材料价格的提升可能会影响部分产品的售价；关键原材料的可得性减少可能影响达能满足消费者需求的能力；供应商生态链的变化，特别是包装和物流方面；以上潜在影响都可能对达能的产品销售、利润率和业绩产生负面影响。

可持续包装战略与目标

关于包装，达能认为：包装对于达能的运营至关重要，它可以保护食品饮料安全，同时可以延长其保质期，减少食物浪费。

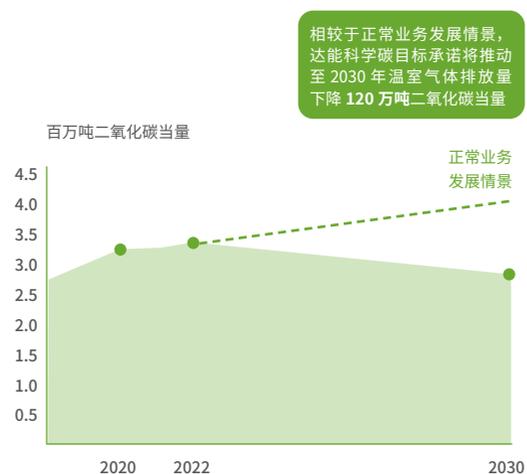
对于包装，达能的愿景是：在达能，我们希望通过 100% 可循环且低碳的包装来提供有营养、高品质的饮食产品，并希望包装材料能够再生利用而不是存留于自然。

实现包装愿景，达能的战略是：向可循环和低碳包装体系过渡，尽可能实现资源回收。作为“振新达能”战略的组成部分，达能已为其可持续旅程重新划定了框架，围绕健康、自然以及员工与社区这三大支柱展开。对于每一个支柱，达能都定义了全新的优先事项，并设定了相关中长期目标，帮助公司产生最大影响和创造最大价值。新战略一大支柱就是“保护自然，实现再生”，低碳循环包装是该支柱的五大目标之一。2022 年，科学碳目标倡议组织正式批准了达能制定的 1.5°C 温控目标。在科学碳目标承诺下，达能制定了 2030 包装减碳路径，推动包装相关的碳排放在 2022 年达峰的基础上，在 2030 年实现 120 万吨二氧化碳当量的减少（相较于无减排措施下业务正常发展情景）。

达能振力征程——可持续发展战略管理框架



达能 2030 包装碳减排路径



在“振力征程”战略下，达能将继续推动其活动向可循环和低碳包装系统过渡。

达能全球可持续包装目标制定

达能可持续包装战略	包装目标
向可循环和低碳包装体系过渡，尽可能实现资源回收	到 2030 年，100% 的产品包装实现可重复使用、可回收或可用于堆肥
	到 2040 年，通过开发高效的回收系统，尽可能多地回收达能使用的塑料
	到 2030 年，通过加速重复使用和回收利用包装材料，将石化资源包装的使用量减少 30%，到 2040 年减少一半

关于落实可持续包装，达能有三项指导原则：品牌领导力是积极转变的关键、合作是成功的基石、循环经济需要推动创新与包容。

可持续包装目标达成策略

达能致力于有营养和高品质的饮食产品，并使用 100% 可循环且低碳的包装材料。这意味着所有的包装都被设计成可以被安全地重复使用、回收或堆肥的。这样一来，达能使用的包装材料就可以留在循环经济中，而不会变成废弃物和污染物。为了加快向循环和低碳经济转型，达能与价值链上的利益相关方合作，探索各类解决方案和商业模式，以减少包装材料的使用，提升包装材料的可回收性，提升回收体系能力，跟踪包装可能的泄露于自然的情况，并提升社区生计。在落实包装目标的过程中，达能识别了相关挑战，制定了针对性的策略，并开展相关行动：

达能可持续包装承诺达成路径

包装承诺	包装治理重点领域和策略	达能的行动
到 2030 年，100% 的产品包装实现可重复使用、可回收或可用于堆肥	减少包装使用 ◆ 减少有问题或不必要的包装（符合黄金设计原则 2 去除包装上的问题元素） ◆ 使用替代性材料替代塑料包装 ◆ 通过设计优化和轻量化包装	<ul style="list-style-type: none"> 减少达能产品中的配套吸管的使用 为消费者提供经济可行和适合当地需求的无塑料选择，例如提供玻璃瓶或金属瓶的矿泉水 在产品中使用纸基包装 推出更大容量的水产品，使得每升水包装的塑料用量减少 25% 左右
	提升无法被减少的包装的可回收性 ◆ 推广重复利用模式 ◆ 与利益相关方合作，共创包装再利用解决方案 ◆ 重新设计包装以确保其可回收性 ◆ 通过使用来自规范采购渠道的回收再生材料来减少原生石油基包装的使用	<ul style="list-style-type: none"> 达能 50% 的水产品使用可重复利用包装 与供应链伙伴以及零售商合作推动回收利用 支持重复包装相关政策的制定 致力于支持消费者参与重复利用行动 调整包装设计确保后端能够被有效地分类，从而回收利用 有色 PET 向无色或可回收浅色透明 PET 转型 与合作伙伴共同推动建立乳制品回收流 在政策和标准允许的地方，推广 rPET 的使用 通过支持突破性技术研发，推动难以回收的包装变得可回收
	通过回收，阻止不能被回收的包装被丢弃到环境中，同时改善回收系统工人的生计 ◆ 共同建设和投资收集系统，从而尽可能地回收达能使用的包装 ◆ 开展相关项目支持拾荒者，通过减少包装在环境中泄露来提高他们的健康保障 ◆ 利用回收材料创造后经济	<ul style="list-style-type: none"> 持续支持生产者责任延伸制（EPR）和产品包装存款返还制度（DRS） 在包装泄露高风险地区，达能通过自愿投资相关影响力基金或直接资助，减轻结构性转型障碍 闭环回收利用作为达能的高优先级选择，能够减少碳排放和保护自然资源，同时创造新的工作岗位，刺激经济增长 为实现 rPET 回收利用，达能与供应商签订更长期的合同，以此鼓励他们投资创新技术和回收利用基础设施 不断延伸回收材料在各产品类别中的应用，例如推动食品级 HDPE 的回收，用于饮料业务
到 2030 年，通过加速重复使用和回收利用包装材料，将石化资源包装的使用量减少 30%，到 2040 年减少一半		
到 2040 年，通过开发高效的回收系统，尽可能多地回收达能使用的塑料		

可持续包装管理机制

管理架构

达能全球 CEO 和首席可持续与战略业务发展官发起达能的环境战略（Environmental Strategy），并与可持续战略与伙伴关系高级副总裁、可持续转型高级副总裁、首席采购官协作，审查集团内部包括包装在内的环境战略（Environmental Strategy）相关事务的优先级、关键问题和落地实施。循环包装议题以跨职能的方式进行管理，包括研究与创新、采购、运营等关键职能，并由循环经济专门团队进行协调。

进一步的，达能的环境战略在全球与各地区也由相关部门负责监管，主要包括可持续发展部门、可持续财务部门以及循环采购部门。其中，可持续发展部门主要负责设计实施气候相关的战略、行动路径和计划，可持续财务部门主要负责衡量可持续发展相关的财务表现，循环采购部门负责确保项目符合达能的环境战略。

管理机制

定期评估包装相关的政策、足迹和目标。达能全球和区域的监管监督工作由总秘书处 (GS) 负责，包括与非政府组织和政府的持续对话。每年进行全球政策评估，来确定政策趋势并据此预测未来的发展。同时，达能的包装足迹每年根据销售量进行评估，针对每个国家和每种包装类型计算环境关键绩效指标 (KPI)。主要指标包括包装可回收率、实际包装回收率、循环包装材料使用情况以及相关温室气体排放。在中国，达能每两月就“同护地球、共享健康”各方面进行战略回顾、项目复盘、项目评估和决策等。

制定 KPI 推动更有效的目标落实。为更好地推动全球目标在中国的落地，在中国，达能经理级别以上的公司员工工业绩考核里均设有 ESG 相关指标，每位经理级别及以上员工年度考核目标里都必须包含安全健康指标，各部门业务负责人还承担相关指标，比如节能节水比例、绿色能源比例、碳减排比例、废弃物零填埋管理体系认证通过率等，确保相关工作能够执行到位。

提供清晰的包装管理政策与指引。为强化包装管理，2018 年，达能全球制定了明确的达能包装政策 (DANONE PACKAGING POLICY)，用于指导包装可持续发展和加速包装循环转型。在包装管理过程中，达能中国遵循集团的包装政策。

聚焦能力建设与员工意识提升。达能集团还通过培训课程和在线培训项目来提高员工对环境问题的认识。

可持续包装管理成就

达能全球可持续包装成就

可持续包装目标	目标进程 (截至 2023 年, 全球)
◆ 到 2030 年, 100% 的产品包装实现可重复使用、可回收或可用于堆肥	Q 84%—可重复使用、可回收或可用于堆肥的包装占比
◆ 到 2030 年, 通过加速重复使用和回收利用包装材料, 将石化资源包装的使用量减少 30%, 到 2040 年减少一半	Q 74%—可重复使用、可回收或可用于堆肥的塑料包装占比
◆ 到 2040 年, 通过开发高效的回收系统, 尽可能多地回收达能使用的塑料	Q 50%—全球销售的水产品包装中使用了可重复使用包装的比例
◆ 向低碳包装转型	Q 14.6%—回收材料在塑料包装中的占比
	Q 23.8%—全球饮用水和饮料产品包装中 rPET 的占比
	Q 16%—原生塑料使用量减少 (相较于 2018 年, 不包含俄罗斯地区的基础乳制品和植物基产品)
	Q 8%—塑料包装使用量减少 (相较于 2018 年, 不包含俄罗斯地区的基础乳制品和植物基产品)
	Q 58%—流通到市场的被回收达能塑料使用

环境效益

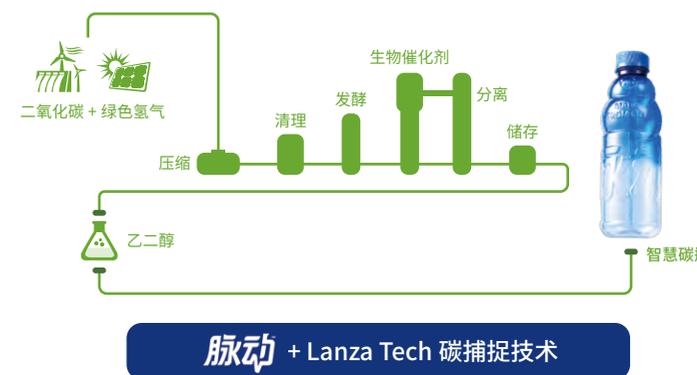
◆ 脉动瓶全瓶可回收:

达能中国饮料秉承着从设计阶段就考虑让产品包装助力可回收的理念。2021 年, 脉动成功将全线产品从 PVC 标签换为 PETG 标签, 并取得 CPRRA 可回收再生设计认证, 最终实现全瓶可回收。



◆ 脉动智慧碳概念瓶:

达能旗下品牌脉动宣布将与长期专注于碳捕捉和转化的创新公司 LanzaTech 合作, 投资一种全新包装材料生产技术。作为应对全球气候变化的一大利器, LanzaTech 先进的“碳捕捉”技术, 可以将富碳气源中的一氧化碳和二氧化碳通过微生物直接转化为生产 PET 瓶所需的关键原料, 从而减少石油的使用和碳排放对环境的影响。



社会效益

联合伙伴推动回收体系建设, 同时为社会提供稳定的就业岗位

◆ 达能承诺向 Circulate Capital Ocean Fund (CCOF) 提供 1500 万美元用于开发南亚和东南亚的回收基础设施。2022 年, CCOF 基金投资的公司已经成功阻止了超 8 万吨塑料向环境排放, 同时在回收部门创造了超过 1792 个安全、稳定的额外工作岗位。

积极参与行业行动倡议, 号召更多价值链伙伴推动包装可持续

◆ 2018 年, 达能签署了艾伦·麦克阿瑟基金会 (EMF) 新塑料经济全球承诺, 并发布了包装政策, 制定了包装从线性经济向循环经济转变的路线图。

◆ 2022 年, 达能加入了由艾伦·麦克阿瑟基金会 (EMF) 和世界自然基金会 (WWF) 共同领导的“全球塑料条约商业联盟”。该联盟汇集了致力于支持制定一项具有国际法律约束力的文书来终结全球塑料污染的企业和金融机构。

◆ 达能作为消费品论坛 (CGF) 塑料废弃物行动联盟 (PWCoA) 成员, 与联盟一起通过设定行业内达成共识的目标, 共同推动塑料的收集和可回收。

通过可持续包装推动可持续消费行为

◆ 2021 年, 达能在上海启动“环进”行动, 倡导公众进行垃圾分类和可回收物的回收利用。项目启动后, 达能在上海试点投放了创新塑料瓶智能回收机, 市民通过投入空塑料瓶获得产品折扣券, 充分带动市民积极参与到绿色低碳行动中。

◆ 2021 年, 达能携手共青团中央中国光华科技基金会、中国大学生社会实践知行促进计划共同发起“脉动环进大学生绿色行动”计划, 支持 15 所高校学生团队开展近 80 场环保活动, 并通过高校宣传和大学生自媒体传播共计影响超 218 万人。

◆ 2022 年, 达能加入“清塑行动”, 携手联合利华在 150 多所高校里倡导“空瓶回收”, 旨在鼓励更多年轻消费者保护环境, 促进年轻学生关注减少废弃塑料污染及塑料循环创新、可持续消费等行动议题。2023 年, 脉动与联合利华再次合作, 开展“城市循游”, 除了在校内进行环保深度宣传, 还邀请大学生参观脉动武汉碳中和工厂。

◆ 2023 年, 达能与合作伙伴共同发布“同护地球”减碳行动倡议, 号召供应商使用可持续包装, 提高物料利用率, 减少二氧化碳排放。

经济效益

达能可持续财务部负责生产基地的环境指标和温室气体指标, 并向负责财务、技术和数据的集团副首席执行官汇报。

HALEON

赫力昂案例*

赫力昂，为了更好的明天，打造更可持续的包装

企业简介

赫力昂旨在成为消费健康领域的全球领导者，践行“以人为本，提升每日健康”的公司使命。产品组合涵盖五大品类：口腔健康、疼痛管理、呼吸健康、消化健康、营养健康；旗下品牌包括钙尔奇、善存、舒适达、芬必得、扶他林、新康泰克、百多邦、辅舒良、保丽净等。赫力昂及其前身——葛兰素史克消费保健品业务在中国发展近 40 年，是非处方

药和营养保健品在零售药店线下渠道排名第一的跨国公司。赫力昂的中国总部位于上海，拥有天津中美史克工厂、苏州宝带工厂及苏州吴淞江工厂。其中，苏州研发中心是赫力昂全球三个重要研发中心之一。赫力昂一直致力于以切实行动助力中国“双碳”目标和“健康中国 2030”目标的实现。

领导寄语

以人为本，提升每日健康是赫力昂的使命。赫力昂持续强化 ESG 管理，并积极推动环境和社会的可持续发展。在环境可持续方面，赫力昂始终致力于改善影响人类健康的地球环境状况，我们从减少碳排放、打造更可持续包装、以可持续方式采购可靠原料、可持续水管理和废弃物再利用等方面采取行动。在减少碳排放方面，经全球知名国际检验认证集团必维认证，赫力昂中国所有生产基地已于 2022 年实现运营碳中和（依据 PAS 2060:2014）。在可持续包装管理方面，我们制定《中国可持续包装管理规程》，规范可持续包装方案的落地、实施。芬必得减塑减碳包装、钙尔奇无膜化转移镀铝包装等突破性方案广受认可。接下来，我们将不忘初心，继续前行，携手新老朋友，持续探索和推广可持续包装解决方案，为中国实现“双碳”目标贡献积极力量。

——顾海英

赫力昂中国大陆及香港地区总经理

可持续包装管理目标与路径

包装相关风险和机遇识别

赫力昂致力于持续减少公司的环境足迹以及赫力昂的生产运营和产品对环境和社会带来的影响。因此，赫力昂结合利益相关方调研与业务分析，对于包装相关的风险与机遇

进行了详细评估，这个过程同时有助于赫力昂理解公司业务的优势与韧性，并了解应该在哪些方面采取措施。

赫力昂包装相关风险与机遇

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述
风险：由于消费者日益增长的期待而丧失企业吸引力 机遇：发展可持续产品带来的收入增长	赫力昂发现，客户和消费者对于可持续产品的期待和要求正在日益增长。赫力昂研究了公司可持续发展与市场份额之间的关系，分析表明，可持续发展理念对于赫力昂的业绩可以产生积极的影响。短期内（2030 年），人口演变与区域增长的差异性将推动可持续市场产品和服务的增加。亚太地区和欧洲是目前最大的可持续发展市场，而随着 Z 世代和 Alpha 世代消费者逐步成为主力消费人群，他们对于可持续议题的高度关注正在推动市场向可持续消费市场的转型；同时由零售和消费品牌主导的可持续产品创新也在加速这一转型趋势。可持续的包装是赫力昂推动可持续产品和服务的重要环节，赫力昂正在积极响应利益相关方的要求与期待，并且已经对旗下顶级品牌 11 类主要产品进行了生命周期评估，持续推动包装的绿色转型
气候变化导致的原材料供应减少或者价格增长和波动	供应的稳定性和持续性是赫力昂采购团队的首要任务。赫力昂已经意识到气候变化对于原材料可获得性与价格的影响。同时，持续升级的气候风险也让赫力昂面临更加严格的全球各项法律法规以及非政府组织的要求，这些对赫力昂的包装战略都产生了显著影响
技术研发导致投入增长或带来转型机遇	作为一家以科学为基础的医疗保健公司，赫力昂相信技术是负责任商业模式的重要实现路径。例如，它可以提供解决方案来促进赫力昂的脱碳战略，或帮助赫力昂获得新的、更可持续的产品配方和包装材料

* 赫力昂案例分别以简体中文与英文编制，若中英文内容有出入，以英文版为准

可持续包装战略与目标

在企业战略框架下，明确企业社会责任理念。“经营负责的商业”是赫力昂企业战略的四大支柱之一。赫力昂在中国提出了“每一天，为了更好的明天”的企业社会责任理念，持续致力于消除阻碍每日健康的社会和环境问题。

认识包装重要性，提出包装承诺。赫力昂认为，包装在将健康产品安全地交付给客户和消费者方面发挥着关键作用。同时，包装废弃物也正在对环境造成重大影响。为应对包装相关的风险和机遇，赫力昂提出“打造更可持续的包装”承诺，作为赫力昂在环境维度（E）的重点议题之一。

遵循包装承诺，明确发展战略。为达成该目标，赫力昂正在向一个更循环的模式转型。确保包装具有可回收性是赫力昂实现“所有包装可回收和可重复使用”终极目标的第一步。同时，赫力昂正在联合合作伙伴，驱动产品包装回收性的提升，并在消费者健康产品包装中使用塑料替代材料及其他更多创新性材料，包括可回收材料、生物基或纸基材料。此外，包装作为赫力昂实现减排承诺的重要环节，赫力昂正在推动去除、减少和替换碳密集型包装材料，并长期推动材料创新，从而促进净零碳排放目标的达成。

赫力昂可持续包装战略体系



遵循可持续包装战略，制定可持续包装目标。

赫力昂可持续包装目标制定

赫力昂可持续包装战略	包装治理重点领域	可持续包装目标
去除、减少和替换碳密集型包装材料、推动包装材料创新	减少塑料等包装材料的使用	到 2030 年，原生石油基塑料的使用量减少三分之一
提升包装的可回收性	可回收或可重复利用	到 2030 年，开发出实现所有产品包装可回收或可重复利用的解决方案
联合商业伙伴提升产品包装的回收能力	建立回收体系	到 2030 年，与合作伙伴一起推动全球和本地行动，大规模收集、分类和回收包装材料
以可持续方式采购可靠原料	减少包装对生态环境和资源的破坏与损耗	到 2030 年，我们的原料和包装中使用的所有主要农业、森林和海洋衍生材料都是以可持续方式采购，且不涉及森林砍伐



可持续包装目标达成路径

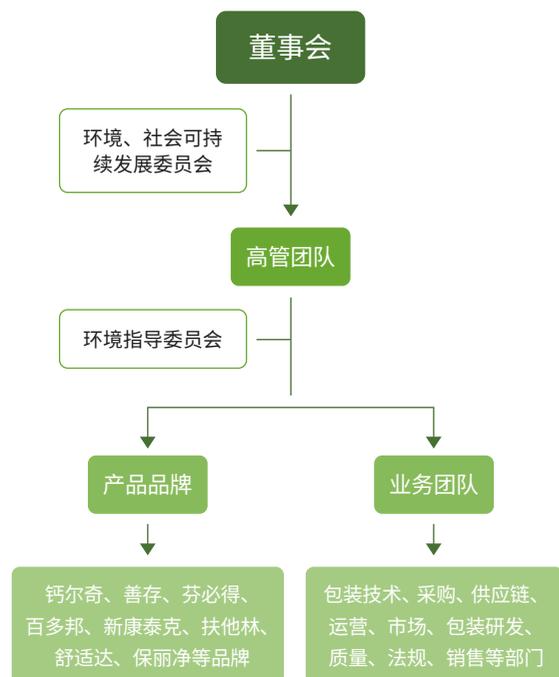
赫力昂可持续包装目标达成路径

可持续包装目标	落实策略	创新点
到 2030 年，原生石油基塑料的使用量减少三分之一	产品包装轻量化 <ul style="list-style-type: none"> 符合黄金设计原则 4 减少塑料外包装 符合黄金设计原则 8 减少 B2B 塑料包装中原生塑料的使用 开发可替代的包装材料 <ul style="list-style-type: none"> 利用回收再生的塑料包装 利用生物基塑料包装 	<ul style="list-style-type: none"> 重新设计药板，提高胶囊装载量，8 粒 / 板到 12 粒 / 板，减少 1/3 塑料使用量 牙膏管盖轻量化，减少原生塑料使用 rPET 吸塑托盘用于牙膏多支装包装盒 减少流通中收缩膜的使用
到 2030 年，开发出实现所有产品包装可回收或可重复利用的解决方案	提升包装的可回收性 <ul style="list-style-type: none"> 将多层材料改为方便回收的单一材料 PET 替代 PVC 	<ul style="list-style-type: none"> 使用无膜化新转移镀铝纸、白卡纸加冷烫银工艺取代覆膜银卡纸盒，实现纸盒消费后可回收再生 推出可回收牙膏管，应用全塑复合软管技术 采用 PET 替代 PVC，提高可回收性
到 2030 年，与合作伙伴一起推动全球和本地行动，大规模收集、分类和回收包装材料	让包装废弃物能够被有效地收集、分类和回收	<ul style="list-style-type: none"> 推动小型包装的分类和再利用技术的研发
到 2030 年，我们的原料和包装中使用的所有主要农业、森林和海洋衍生材料都是以可持续方式采购，且不涉及森林砍伐	采购更可持续的包装材料	<ul style="list-style-type: none"> 采购有可持续认证的包装材料

特别的是，赫力昂已经开发了一套定量产品环境影响评估工具，将环境影响评估纳入新产品开发评估流程，开发过程中，科学家和技术人员利用量化的数据对每一个原材料和包装材料进行环境影响评估，从而确保新产品都具有可持续性。

可持续包装管理架构与机制

管理架构



赫力昂全球可持续包装管理架构

决策与监管	<p>赫力昂全球全面负责赫力昂的可持续业务战略，促进公司长期、可持续的成功</p> <p>董事会在可持续发展方面的职能：</p> <ul style="list-style-type: none"> 审查并批准可持续战略与相关目标 讨论可持续发展议程的进展情况 商议相关业务部门的建立 <p>环境、社会可持续发展委员会：赫力昂在董事会层面设置了环境、社会可持续发展委员会，专门负责统筹环境与社会领域可持续发展议程以及在这些领域有关的外部监管要求，并开展有效的治理</p>				
规划与主导	<p>赫力昂的执行团队负责监督和驱动可持续的业务表现以及战略计划的执行，并在环境领域下设了专门委员会</p> <p>环境指导委员会：负责就赫力昂环境方面的战略方向提出建议，包括可持续包装</p>				
落地实施	<p>产品品牌与业务部门负责相关项目的落地执行，并参与至少每季度一次的环境指导委员会召开的会议</p> <table border="1"> <tr> <td>产品品牌</td> <td>包括钙尔奇、善存、芬必得、百多邦、新康泰克、扶他林、舒适达、保丽净等产品品牌</td> </tr> <tr> <td>业务部门</td> <td>包装技术、采购、供应链、运营、市场、包装研发、质量、法规、销售等部门</td> </tr> </table>	产品品牌	包括钙尔奇、善存、芬必得、百多邦、新康泰克、扶他林、舒适达、保丽净等产品品牌	业务部门	包装技术、采购、供应链、运营、市场、包装研发、质量、法规、销售等部门
产品品牌	包括钙尔奇、善存、芬必得、百多邦、新康泰克、扶他林、舒适达、保丽净等产品品牌				
业务部门	包装技术、采购、供应链、运营、市场、包装研发、质量、法规、销售等部门				

管理机制

通过会议与工具，定期跟踪目标进展

- ◆ **负责任商业记分卡：**赫力昂设置了商业记分卡制度，每季度跟踪可持续发展指标的落实情况，其中包括“可回收的包装”。
- ◆ **季度环境绩效会议：**环境指导委员会至少每季度召开一次会议，并定期审查赫力昂的气候表现和其他环境指标。会议参与人员包括可持续发展副总裁、来自赫力昂产品品牌和业务部门的代表、首席供应链官、首席公司事务官、首席科学官、首席采购官、包装研发主管、全球道德与合规主管以及来自可持续发展团队的相关专家。
- ◆ **月度风险讨论会：**为了将风险管理纳入日常业务运营，赫力昂全球的业务团队、各产品品牌团队以及包括可持续发展团队在内的业务单元会举行一系列合规与风险讨

论会。讨论会将监控、评估可能影响赫力昂负责任战略执行的潜在风险，包括包装相关风险。会议每月举行，可持续发展副总裁也参与其中。

通过绩效激励，推动包括可持续包装在内的关键 ESG 议题的发展

赫力昂为执行董事设置了长期的绩效股权激励计划 "Performance Share Plan (PSP)"，并依据公司已经在 ESG 方面做出的承诺（例如碳减排、包装可回收和性别多元化），设定相关的业务目标和目标完成年限。同时，若在绩效期结束时，未能达到相关目标，或与基准相比没有进展或出现倒退的情况，将会被扣除相应的分数。

可持续包装管理成就

赫力昂全球可持续包装成就

2030 年目标	目标进程（截至 2023 年）
到 2030 年，原生石油基塑料的使用量减少三分之一（基于 2022 年）	增长 3%，（增长主要源于赫力昂已经采取的减量措施未能抵消由于业务增长带来的产品包装使用）
到 2030 年，开发出实现所有产品包装可回收或可重复利用的解决方案	70% 的包装实现可回收
到 2030 年，我们的原料和包装中使用的所有主要农业、森林和海洋衍生材料都是以可持续方式采购，且不涉及森林砍伐	48% 的纸基包装都以可持续的方式采购

环境效益

减塑减碳包装

- ◆ 为了确保药板设计更改不影响产品质量，经过反复试错和验证，芬必得布洛芬缓释胶囊 400mg 在不改变每一个药板尺寸的前提下，提高了药板装载率，从 8 粒 / 板提高到 12 粒 / 板，减少了 1/3 的包材使用，荣获第一财经“引力点”和“绿点·可持续实践”大奖。
- ◆ 舒适达牙膏盖由翻盖更改为旋盖，减少了约 36% 原生塑料使用，项目上市以来，减少的原生石油基塑料使用量已超过 200 吨。
- ◆ 钙尔奇、善存品牌部分产品纸盒采用转移镀铝工艺和冷烫工艺替代覆膜银卡工艺。不改变包装外观和性能的前提下，每年减少塑料使用量约达 24 吨。
- ◆ 善存、钙尔奇、保丽净等系列产品集束包装塑封膜（LDPE 低密度聚乙烯）移除。每年可减少塑料使用量约 20 吨。
- ◆ 在保证产品质量和安全的前提下，百多邦莫匹罗星软膏低碳药管采用新材质，减少大量铝的使用，可减少大于 60% 碳排放，每年减碳超过 2000 吨 CO₂e。
- ◆ 芬必得布洛芬咀嚼片、布洛芬缓释胶囊 400mg 和新康泰克氨酚咖那敏片使用国内首款碳中和白卡纸，2024 年预计减少范围三碳排放 300 吨 CO₂e。



芬必得布洛芬缓释胶囊 400mg 药板减塑减碳设计

舒适达牙膏管盖减塑

芬必得和新康泰克部分 OTC 药品碳中和纸盒

百多邦莫匹罗星软膏更换为低碳药管，减碳 >60%

钙尔奇和善存纸盒去塑可回收再生

可回收再生设计

- ◆ 赫力昂全球承诺到 2025 年底，全球采用超过 10 亿支可回收牙膏管。支持回收再生体系，促进循环经济的发展。截至 2023 年，赫力昂全球已经生产了超过 5 亿支。
- ◆ 钙尔奇、善存品牌部分产品纸盒采用转移镀铝工艺和冷烫工艺替代覆膜银卡工艺。不改变包装外观和性能的前提下，使得每年约 400 吨纸消费后可回收再生，相当于减少树木砍伐约达 6000 棵。
- ◆ 百多邦创面消毒喷雾剂收缩套标由 PVC 更改为 PET，提高了消费后可回收再生性能。

社会效益

从包装的原材料、材质和技术出发，带动全价值链减碳

- ◆ 赫力昂中国成为首个应用亚太森博国内首款碳中和白卡纸的客户，首批合作已应用于芬必得和新康泰克部分 OTC 药品纸盒。
- ◆ 赫力昂承诺与供应商密切合作，减少整个产品组合中使用的塑料总量。
- ◆ 赫力昂中国联合产业链合作伙伴，开发出转移镀铝纸应用于高定量纸盒的新技术，参与起草制定团体标准《T/CPF 0045-2022 包装用转移镀铝纸制品》，推动行业纸盒消费后可回收再生。
- ◆ 通过包装带动消费者对于绿色产品的关注。赫力昂与阿里巴巴一起，联合 24 家行业领导品牌共同发起“减碳友好行动”，赫力昂已有超过 50 款低碳友好商品入驻淘宝，连接 88 碳账户，推动低碳消费，其中超过 10 款产品入选“低碳包装”类别。

经济效益

在节约资源和减少碳排放的基础上，部分可持续包装项目还能够为品牌带来一定成本的节约

- ◆ 芬必得布洛芬缓释胶囊 400mg 药板低碳设计，减少了 1/3 塑料和铝箔的使用，直接降低包材成本，减小了包装体积，提高了储运效率，每年成本节约超过 400 万元。
- ◆ 钙尔奇、善存和保丽净品牌旗下产品逐渐去除集束包装塑封膜，减少塑料使用量的同时，去掉了加热塑封包装环节，降低了用电量和二氧化碳排放，这些都带来了一定的成本节约。

现阶段，有关回收再生方面的可持续包装成本大都比较高。例如可回收再生的全塑管成本高于铝塑管，消费后回收循环再生塑料（PCR）的成本高于原生石油基塑料，这些都不利于行业大规模应用。赫力昂相信，随着越来越多的企业和消费者参与进来，可持续消费成为主流，创新包装在实现规模化应用的趋势下，新技术的溢价将越来越低，回收再生领域的可持续包装成本也会越来越低，从而在实现环境可持续发展的同时，确保业务的可持续发展。



蒙牛案例

蒙牛，通过更可持续的包装设计，为消费者提供绿色营养产品

企业简介

中国蒙牛乳业有限公司（股份代号：2319）是一家专业化的乳制品公司，位居全球乳业八强。公司 1999 年成立，总部位于中国内蒙古自治区呼和浩特市，于 2004 年在中国香港上市，是恒生指数、恒生中国企业指数成分股、恒生可

持续发展企业指数成分股。蒙牛专注于为中国和全球消费者提供营养、健康、美味的乳制品，形成了包括液态奶、冰淇淋、奶粉、奶酪等品类在内的丰富产品矩阵。

领导寄语

绿色包装是蒙牛可持续发展的重要议题，也是双碳战略的重要环节。我们要从包装的全生命周期出发，以目标为导向，推动绿色包装的研发、设计和应用，同时开展产业链合作，促进包装的循环利用，向消费者传递可持续发展的理念，守护更可持续的地球。

——李函擎
蒙牛集团副总裁

可持续包装管理目标与路径

包装相关风险和机遇识别

蒙牛重视 ESG 风险与机遇可能对公司产生的重大影响，通过利益相关方沟通全面识别可持续发展过程中的风险和机遇，同时，持续评估相关风险与机遇的可能性及影响程度，

并制定了有针对性的应对计划及措施以管控业务运营所涉及的 ESG 风险。蒙牛董事会参与 ESG 风险与机遇的评估，监督公司 ESG 风险管理及内部监控系统的有效运行。

蒙牛包装相关风险与机遇

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述
政策和法律带来的监管趋严以及外部成本增加风险	在国家推动碳交易的趋势下，如果不尽快开展减碳举措，可能会面临碳排放造成的外部成本的增加。同时，随着气候变化加剧以及国家在双碳目标方面的举措落实，对于企业碳排放和碳信息披露的监管将日益趋严。因此，蒙牛将积极推动综合能源解决方案、包装减排等方面的减碳举措来对应相关风险
客户偏好转变导致对于绿色产品的需求提升	随着客户、消费者环保意识的提升，低碳包装等产品的低碳环保属性成为更加重要的消费依据。未来，蒙牛将在降低产品碳足迹方面持续投入，提供更多绿色标签的产品和可被消费者理解的环保产品，持续以市场需求为导向，保持企业市场竞争优势

可持续包装战略与目标

蒙牛可持续发展战略与包装管理

蒙牛结合自身业务并对标联合国可持续发展目标，形成“GREEN 可持续发展战略”，包括五大战略支柱，15 项议题、28 项行动。

◆ 低碳与循环是蒙牛推动包装管理的重点方向。在“环境友好的绿色生产”支柱下，蒙牛将“双碳行动”与“回收循环”作为重点管理议题，从而有效地开展可持续包装管理，同时提升两项议题的管理成效。

◆ 绿色包装将显著贡献于整体减碳目标。包装作为产品碳足迹的重要组成部分，成为环境绩效管理的关键环节。通过“4R1D(Reduce, Recycle, Reuse, Renew, Degradable)”包装策略，蒙牛将持续推动科研创新，通过包材减量化、选用可循环包材等措施，将绿色包装理念融入包装研发、设计与应用的全生命周期，持续降低包装废弃物产生的环境影响，助力实现公司“2030 年碳达峰，2050 年碳中和”目标。

蒙牛 GREEN 可持续发展战略



蒙牛可持续包装管理策略

蒙牛秉承循环经济理念，围绕“治理环境污染，保护地球资源，助力实现净零”的目标，参考 CGF 黄金设计原则，升级制定“4R1D”包装策略，通过减少包材用量，从根源减少对环境的负担，采用可回收和可重复利用的设计以促进包材的循环利用，延长包装的生命周期，探索应用可再生材料以保护地球资源，应用可降解材料以彻底解决少量难回收包装组件的污染问题。

蒙牛可持续包装管理策略

减少包材用量 (Reduce)	促进回收循环 (Recycle)	使用可重复利用设计 (Reuse)	应用可再生材料 (Renew)	针对性使用可降解材料 (Degradable)
在满足各产品包装功能的前提下，减少包装材料的使用，从而从根源减少包装对环境的负担	开展包装的可回收设计，提升包装可回收性，同时尝试在包装中使用回收再生材料，促进资源的最大化利用	提升包装重复使用价值，进一步延伸包装生命周期，减少资源的浪费	应用可再生资源，如纸、竹纤维、植物基塑料等，减少石油基原生塑料使用，减少对化石资源的依赖	使用可降解材料以解决少量包装组件（如瓶盖、吸管等）因难回收而造成环境污染问题

蒙牛可持续包装目标

为落实集团可持续发展战略，在包装管理上，蒙牛围绕“治理环境污染，保护地球资源，助力实现净零”三个方向，承诺将在 2025 年实现技术上 100% 环保包装材料的研发，力争率行业之先实现低碳包装覆盖全产品线。

蒙牛可持续包装目标制定

蒙牛可持续包装战略	重点领域	可持续包装目标
治理环境污染，保护地球资源，助力实现净零	减少包材用量 促进回收循环 使用可重复利用设计 应用可再生材料 针对性使用可降解材料	在 2025 年实现技术上 100% 环保包装材料的研发，力争率行业之先实现低碳包装覆盖全产品线

可持续包装目标达成路径

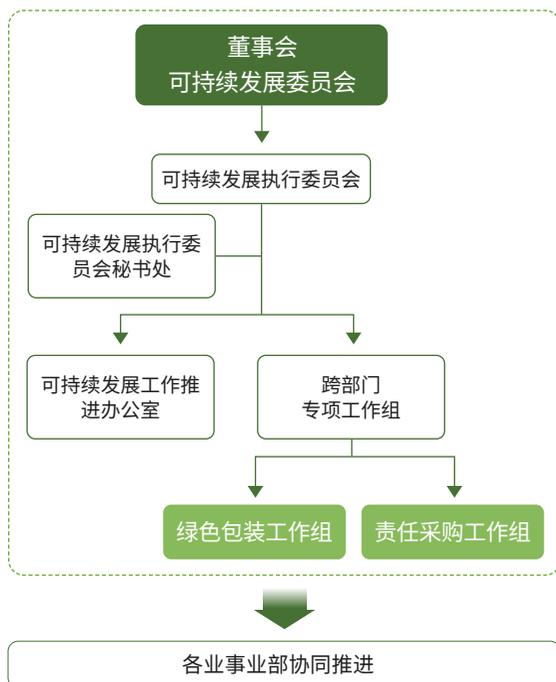
为达成目标，蒙牛致力于开展“4R1D”包装设计、拓展价值链合作、促进回收利用，全方位助力包装方面环境绩效的实现。

蒙牛包装可持续发展达成路径

可持续包装目标	落实策略	创新点	
在 2025 年实现技术上 100% 环保包装材料的研发，力争率行业之先实现低碳包装覆盖全产品线	开展 4R1D 包装设计	减少包材用量	<ul style="list-style-type: none"> 将原 23g、21.3g PET 瓶逐步减为 19g 瓶 桶酸结构设计实现减重 17% 盖膜结构优化实现减薄约 15% 预制杯重新设计去除卡环等 产品去除外盖 研究发泡技术在包装材料的应用
		去除包装问题元素（符合黄金设计原则 2 去除包装上的问题元素）	<ul style="list-style-type: none"> 低温预制瓶 100% 去除 PVC，预制杯推进 PETG 替代 PVC
		减少增加环境负担的包材组分	<ul style="list-style-type: none"> 减少 PET 瓶阻隔剂含量 无标签产品，将产品信息雕刻于瓶身 高阻隔纸基复合包装中替换铝箔 桶酸升级一步开启结构，去除封口垫片
		增加单一材料比例	<ul style="list-style-type: none"> 不干胶标签由复合材质改为单一材质 益生菌粉产品内外包装使用单一材质 PP
	促进回收循环	提升包装易回收再生的水平	<ul style="list-style-type: none"> 减少 PS 材料，替换为 PP
		在包装上使用回收说明（符合黄金设计原则 9 在包装上使用回收说明）	<ul style="list-style-type: none"> 使用双易回收认证标识 在纸基复合包装上使用专门标识
		应用回收再生材料	<ul style="list-style-type: none"> 使用 PCR 作为产品外包装膜和收缩标签
	使用可重复利用设计	开展消费端可重复使用的设计	<ul style="list-style-type: none"> 开展互动外盒设计
		在流通环节采用可重复使用的包装，减少使用一次性包装	<ul style="list-style-type: none"> 用 PP 循环箱替代一次性周转箱
	应用可再生材料	应用可再生材料	<ul style="list-style-type: none"> PE 瓶盖选用甘蔗植物基 PE 塑料瓶盖 研究纸浆模塑材料替代 EPS 垫片，杯盖，瓶盖等
针对性使用可降解材料		<ul style="list-style-type: none"> 研究 PLA 等可堆肥、可降解材料制备吸管 	
拓展价值链合作		<ul style="list-style-type: none"> 与零售商合作，回收使用 PP 循环箱 与技术提供商、大学共同铺筑废塑料再生环保路 	
促进回收利用	开展双易认证、FSC/PEFC/CFCC 等可持续森林认证	<ul style="list-style-type: none"> 开展双易认证、FSC/PEFC/CFCC 等可持续森林认证 	
	开展包装回收再生项目	<ul style="list-style-type: none"> 开展包装回收再生项目 	
	参与包装回收标准制定	<ul style="list-style-type: none"> 参与包装回收标准制定 	

可持续包装管理架构与机制

管理架构



管理机制

构建规划与指引，推动包装低碳转型。包装是推动蒙牛集团减碳目标达成的关键环节，蒙牛从集团与事业部层面制定《蒙牛集团低碳发展规划（2023-2025）》《蒙牛集团碳排放管理办法》《蒙牛集团碳排放核算技术指南》《低温事业部包装可持续回收设计指南》等相关政策，为落实包装减碳提供了路径建议与实施指南。

依据年度目标开展项目，并进行系统性管理。蒙牛各事业部依据集团整体可持续发展目标就包装管理设定年度目标，并就目标落实设计相关专项行动，包括可行性分析、项目

蒙牛可持续包装管理架构	
决策与监管	<p>蒙牛董事会可持续发展委员会负责审议公司可持续发展战略、目标及方向，包括包装议题相关项目</p> <p>蒙牛可持续发展委员会：在董事会层面设立，负责集团 ESG 战略、目标及风险审议，并审核信息披露</p> <p>蒙牛可持续发展执行委员会及秘书处负责推进、监督与统筹战略执行</p>
规划与主导	<p>蒙牛可持续发展执行委员会：由公司高管组成，负责推进集团可持续发展管理与战略、监督战略执行进度、审议年度工作计划</p> <p>可持续发展执行委员会秘书处：作为统筹部门，负责协调 ESG 工作的规划、推进与落实</p> <p>蒙牛组建可持续发展工作推进办公室与跨部门专项工作组，负责推动项目落实，以及具体议题的管理</p>
落地实施	<p>绿色包装工作组：由集团采购部门及各事业部代表组成，负责统筹公司绿色包装议题相关工作，共同商讨制定、执行相关工作目标与计划。各事业部独立开展相关产品包装目标的制定及相关项目的策划与落地执行</p> <p>责任采购工作组：以 2030 年实现“零毁林”为目标，对产业链中涉及森林砍伐风险的商品进行监控和管理，针对纸质包材，鼓励供应商获取具有国际公信力的第三方认证</p> <p>各事业部中的包装研发、技术、生产部门协同推动内部和集团整体的包装可持续工作</p>

立项、测试验证到项目实施的全流程。

新产品与包装定期讨论、分享与决策。蒙牛内部定期举行新产品开发相关的讨论会与进度分享会，各部门实时共享相关产品的更新迭代，其中也包括新产品的包装转型讨论。

通过绩效考核提升相关负责人的积极性。蒙牛低温事业部将包装管理绩效纳入相关负责人绩效考核，推动主动参与包装可持续转型项目。例如将“创新包装项目数量、节约成本”等指标纳入包装研发部门以及技术和供应部门的初/中/高级工程师、主管、经理的绩效考核。

可持续包装管理成就

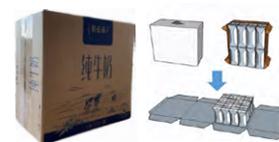
蒙牛可持续包装成就

2025 年目标	奖项与认证
在 2025 年实现技术上 100% 环保包装材料的研发，力争率行业之先实现低碳包装覆盖全产品线。	<ul style="list-style-type: none"> 蒙牛 4 个产品获得消费品论坛 CGF 黄金设计原则“最佳实践案例杰出贡献奖” 蒙牛“低碳优益 C”案例荣获第一财经“绿点中国 2022 年度案例”，成为低碳环保包装的先行示范 蒙牛优益 C800 回收再生 rPETG 收缩标签荣获 2023 年度“蓝星计划”可持续发展包装大赛“绿色材料应用创新奖” 蒙牛低碳环保优益 C340/330 系列包装优化项目荣获国家标准创新基地（乳业）2023 年度金高创新项目、第 13 届美狮杯包装创新及可持续发展大奖 蒙牛旗下特仑苏沙漠·有机纯牛奶产品荣获第 13 届美狮杯包装创新及可持续发展大奖“可持续生态圈创新探索奖” 蒙牛 PP 循环箱项目入围 2023 年上海英国商会的循环经济优秀案例

环境效益

蒙牛各事业部积极推动产品包装可持续转型，达成了显著的环境效益

- 蒙牛常温事业部变更部分电商渠道产品包装箱型，减少垫片和周转箱的使用，使产品与外箱贴合更加紧密，提升包装箱承压性能，同时降低包装辅料成本。该举措预计全年可减少用纸量 16588 吨，相当于每年减少砍伐 45446 棵 20 年树龄的树木。
- 蒙牛常温事业部通过包型重新设计，实现一系列产品内包装减塑举措，包括馋酸奶预制杯卡环去除、纯甄小蛮腰去外盖等，预计每年可以减少碳排放当量超过 3300 吨二氧化碳，相当于种植了 17 万棵树木。
- 蒙牛低温事业部首款优益 C 无标签产品通过减塑、减少油墨等包装改良举措，减少相关产品碳足迹 44.6%，减少的碳排放量相当于种植 117752 颗树木。
- 蒙牛低温事业部首款使用 rPETG 回收再生收缩标签，添加 30% 回收再生 PET，减少原生塑料 7.6 吨，降低碳排放量 11%。
- 蒙牛低温事业部使用单一 PE 替代原有 多层复合结构，既保障包装精美的外观，又具备卓越的保护性能，同时提升其可回收性。



社会效益

蒙牛在 B2B 端探索和应用循环经济，推动产业链上合作伙伴开展负责任环境行动的创新实践

- 蒙牛将 PP 材料作为周转包装的原材料，可实现包材 100% 循环利用。通过“循环 PP 箱”项目，蒙牛拉动上游供应商、工厂、循环包装箱服务商、干线物流商、经销商、城配物流商、商家及门店参与循环经济。该项目已在常温事业部、低温事业部、鲜奶事业部等多个事业部的多款产品线应用，年用量约 74 万个，显著减少纸箱用量。



蒙牛积极推动可持续包装认证，带动消费端对可持续包装的认知提升

- 蒙牛作为乳业代表参与制定《塑料制品易回收易再生设计评价通则》。
- 2023 年，蒙牛继续开展包装“双易标准”认证，覆盖 2 条产品线，10 家工厂。
- 蒙牛旗下每日鲜语品牌联合爱分类爱回收，发起“循环再生计划”，将回收的 PET 瓶循环再生，制作成遮阳帽、风雨衣等装备，致敬地球守护者的同时，引起消费者对于塑料回收循环的关注。

经济效益

包装转型创新，在创造环境、社会效益的同时，从长期来看，也具备为企业带来经济效益的潜力

- 蒙牛鲜奶事业部小鲜语 450ml 产品通过瓶型创新结构设计，将原有 PET 瓶重量从 36g 降至 32g，降低包装成本同时也提升瓶型抗压性能，并且增加了设计趣味性，与市场同类产品形成明显差异化，提升终端品牌 ICON 标识。



- 蒙牛旗下优益 C 乳饮料 100g 产品取消 PETG 材质瓶标，将产品信息直接雕刻于瓶身，在减少塑料的同时，受到消费者的认可。



蒙牛在推动产品可持续的同时，将持续推进产品包装的可持续，并通过技术创新和规模化应用，为消费者带来更多绿色、可持续且经济实惠的产品。



雀巢案例

雀巢，助力构建无废未来

企业简介

雀巢大中华大区是雀巢全球五个大区之一，也是世界上发展最快的食品和饮料市场之一。目前，雀巢在国内运营 22 家工厂、3 个研发中心和 5 个创新中心、奶牛养殖培训中心和谷物能力中心、雀巢咖啡中心、食品安全研究院、4 个客

户交流中心，以及超过 2.3 万名员工。创造共享价值是雀巢开展业务的根本方式。我们相信公司只有同时为股东和社会创造价值，才能取得长期成功。

领导寄语

塑料包装是雀巢可持续发展的重要议题之一，这不仅关系到有效解决塑料污染问题，也关乎净零碳排放路线图的实现。我们致力于打造无废未来，设定了原生塑料减量和可回收再生设计目标，并通过有效的管理体系积极推动项目的落实。期待和价值链所有利益相关方共同携手，创造一个更可持续的未来。

——方军涛

雀巢大中华大区集团事务及可持续发展高级副总裁

可持续包装目标与路径

包装相关风险和机遇识别

雀巢通过内外部调研来确定自身对于社会和环境的重要影响，同时识别对雀巢的业务产生了实质性或潜在影响的关键议题。在对标国内外政策标准和行业性倡议、推动集团

承诺落地、消费趋势洞察的过程中，雀巢大中华大区认识到包装对于雀巢发展的重要性及其关联风险：

雀巢包装相关风险与机遇

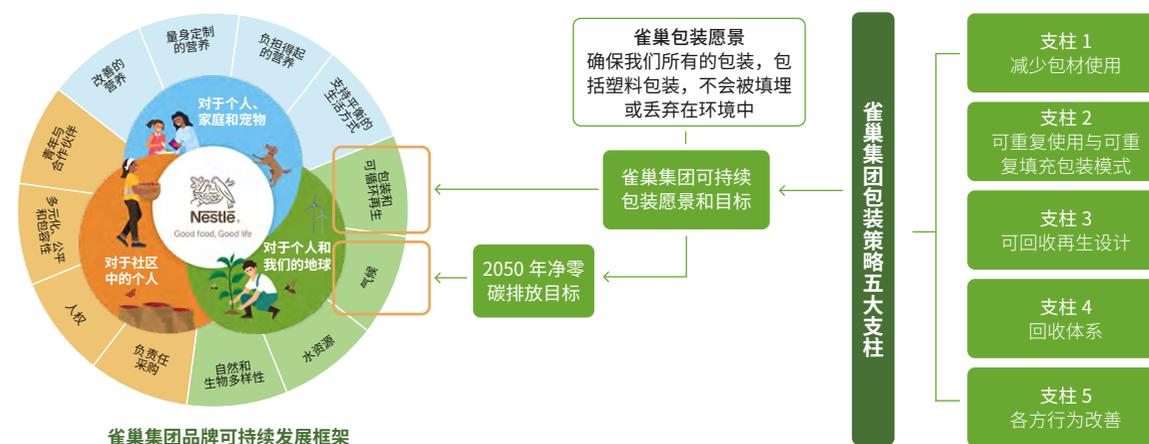
风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述
政策法规逐渐趋严造成运营成本增加	对于雀巢来说，必须遵守气候相关的法律法规，因此，在风险管理中必须关注所在市场相关政策法规的出台，并将其作为依据，加强自身运营的管理与监督。例如，在中国双碳目标背景下，循环经济成为推动实现碳达峰、碳中和，助力建设生态文明的重要环节。中国政府陆续推出《十四五循环经济发展计划》和《关于加快废旧物资循环利用体系建设的指导意见》等文件，为推广绿色包装设计和减少塑料使用提出了要求与建议。国家市场监督管理总局也发布了《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》来限制二级包装材料使用，特别是礼盒类包装的使用。随着政策法规趋严，如不及时进行包装转型，雀巢将会面临包装相关运营费用的增加
消费者偏好转变导致潜在市场风险	雀巢发现，人类对地球资源的可持续性以及消费者对消费的环境友好性关注度日益提升，导致他们对雀巢的产品有更多的考量。如不能满足关注环保的消费者和客户的消费行为与需求，企业可能会有错失业务增长机会的风险。其中，可持续的包装是雀巢已经识别到的重要转型风险和机遇之一

可持续包装战略与目标

包装转型是支持雀巢净零碳排放目标实现与可持续转型的重要举措。雀巢集团已经将包装议题作为集团重点议题管理，并通过设定可持续包装愿景与目标，支持企业可持续发展与净零碳排放目标的实现。

- ◆ **包装与循环经济是雀巢集团品牌可持续发展贡献框架中的重点议题。**雀巢集团制定了品牌可持续发展贡献框架，在三大领域确定了 12 个重点方向，帮助各品牌识别他们在支持集团目标落地中的角色和重点发展方向。
- ◆ **推动包装可持续转型将有效地助力雀巢净零碳排放目标的实现。**雀巢在 2019 年 9 月公开承诺到 2050 年实现净零碳排放，并于 2020 年 12 月公布了“雀巢净零碳排放路线图”，其中，应对塑料废弃物挑战是该路线图的八大行动之一。雀巢已经意识到，改善包装设计生产过程、推动包装再利用和回收、以及加强包装废物处置对于雀巢 2050 年实现净零碳排放将产生显著影响。

雀巢可持续包装战略体系



在可持续包装战略体系下，雀巢制定了可持续包装目标。在可持续包装目标上，雀巢大中华大区与集团保持相同的承诺，雀巢以“确保我们所有的包装，包括塑料包装，不会被填埋或丢弃在环境中”为长期目标，并设定了“到 2025 年，95% 以上产品包装实现可回收再生设计，减少 1/3 原生塑料使用”的短期目标。

雀巢可持续包装目标制定

雀巢可持续包装战略	可持续包装策略（五大支柱）	可持续包装目标
精简包装	减少包材使用	到 2025 年，减少 1/3 原生塑料使用
	可重复使用与可重复填充包装模式	
优化包装	可回收再生设计	到 2025 年，95% 以上产品包装实现可回收再生设计
改良系统	回收体系	持续推动回收体系建设与利益相关方行为的改善
	各方行为改善	

可持续包装目标达成路径

为达成以上目标，雀巢从减少包材使用、可重复使用与可重复填充包装模式、可回收再生设计、回收体系、各方行为改善五大方向开展相关行动。同时，雀巢也认为，包装需要在环境影响、性能和成本之间取得平衡，同时确保产品的安全和质量。

雀巢可持续包装目标达成路径

可持续包装目标	落实策略	创新点
到 2025 年，减少 1/3 原生塑料使用	<p>减少塑料包装材料的使用，特别是原生塑料的使用</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆符合黄金设计原则 3 去除多余的顶部空隙 <ul style="list-style-type: none"> ◇减少包装空隙 ◆符合黄金设计原则 4 减少塑料外包装 <ul style="list-style-type: none"> ◇减少过度包装 ◇通过系统性设计，减少包装尺寸与材料厚度 ◇包装材料轻量化 ◇去除不必要的包装材料 <p>开发可替代的包装材料，以促进回收再生</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆纸包装替代原有塑料包装 ◆推进创新替代材料的研发 <p>推广可重复使用和再填充系统，消除一次性包装的需求</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆使用填充 / 替换包装 ◆在工厂内部重复使用运输箱和相关塑料制品 	<ul style="list-style-type: none"> Q 对瓶坯进行轻量化设计 Q 在不接触食品的二级包装中使用纸包装替代原有塑料包装，并逐步推广 Q 在不接触食品的二级包装中使用 100% 的 rPET Q 运输包装去除缠绕膜，改用可重复使用绷带 Q 工厂内部材料储存以及转运使用可回收箱 Q 积极尝试开发食品分配器，倡导使用重复充填替换装，减少包装使用量
到 2025 年，95% 以上产品包装实现可回收再生设计	<ul style="list-style-type: none"> ◆符合黄金设计原则 2 去除包装上的问题元素 <ul style="list-style-type: none"> ◇去除 PVC、PS、炭黑等 ◆符合黄金设计原则 5 提高 PET 热成型托盘的回收再生价值 <ul style="list-style-type: none"> ◇PET 瓶去除炭黑由深色瓶改为透明瓶 ◆提升回收材料的使用 ◆升级设备以适应环保材料的使用 	<ul style="list-style-type: none"> Q 对于复合软包装使用聚烯烃结构，去除铝箔及尼龙等 Q 去除缠绕膜及热收缩膜
持续推动回收体系建设与利益相关方行为的改善	<p>支持基础设施建设，打造无废体系，以最大程度减少塑料垃圾的产生</p> <p>反思与提升雀巢员工、零售商和消费者的行为</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆落实黄金设计原则 9 在包装上使用回收说明 <ul style="list-style-type: none"> ◇对于可回收再生设计包装按照国标要求标识回收标识 ◆开展消费者教育，推动消费端回收 	

可持续包装管理架构与机制

管理架构

雀巢认为包装必须适应各地区的基础设施与环境条件，因此，雀巢在大中华大区设置了专门的可持续发展委员会，推动内部包括包装在内的可持续发展目标的落实。

雀巢大中华大区可持续发展委员会



决策与监管	雀巢大中华大区设置了可持续发展委员会，由 CEO 担任主席，负责制定企业可持续发展方向，并进行相关的资源配置
规划与主导	<p>集团事务与可持续发展部：统筹协调包括包装在内的可持续发展项目、确保可持续发展目标达成，并推动可持续发展进展与成就的信息披露与传播</p> <p>财务部：负责可持续项目的成本效益分析、预算及成本追踪</p> <p>委员会下设三大可持续发展工作组，负责具体落地项目：</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆工作组一负责落实集团可持续发展承诺，其中工作重点包含可持续包装 ◆工作组二负责推动品牌可持续发展营销与传播 ◆工作组三负责打造可持续发展领域伙伴关系与内部员工互动
落地实施	集团包装部： 负责研究可持续包装解决方案，提供项目技术培训，负责具体项目管理

管理机制

综合管理包装项目投资、成本与效益。雀巢综合考虑公司可能面临的风险，例如包装政策法规要求加强、消费者偏好转变等，并评估相关项目的投资、成本及效益，进而为重要项目提供必要的投资与支持。

制定具体管理指标，多部门联动。雀巢在包装可持续目标落实过程中，针对相关部门均制定了相应的管理指标，并将包装管理绩效纳入相关负责人 KPI 考核。

定期回顾，紧密跟踪目标进展情况。雀巢建立了季度目标回顾制度，定期评估目标进展，配合日常的月例会与周例会，预判达成目标过程中的潜在风险，及时反馈并处罚预警，并提出解决方案供管理层决策。

提供清晰的包装管理政策与指引。为强化包装管理，雀巢制定了明确的雀巢包装黄金设计原则、包装环保负面清单以及 Packaging Fit for Purpose (FFP) 指导性文件，用于规范和管理包装材料的可回收再生设计。

雀巢黄金设计原则



包装环保负面清单

1. 消除不可能建立回收计划，或者会污染现有的回收流程的材料，包括聚氯乙烯、聚苯乙烯、聚偏氯乙烯涂层、玻璃纸、纸张含量小于 50% 的纸塑复合材料以及含有 PET、铝箔、尼龙等的复合包装。
2. 消除在自动化（具备近红外光谱技术 NIR）分拣设施中很难被检测到的炭黑等用于硬塑包装。
3. 消除复杂的包装组合和没有功能需求的过度使用包装。
4. 消除防盗收缩套标以及一次性塑料物品和配件（塑料吸管、搅拌棒、杯子和餐具）。

能力建设与奖励机制。为促进各团队在包装管理中的良好协同，统一认知，雀巢集团包装部定期开展包装相关培训或分享。同时，雀巢大中华大区设置了年度创新奖。2022 年，雀巢咖啡即饮咖啡 268ml PET 瓶减重项目获得创新奖绿色与可持续发展赛道奖项。



2022 雀巢大中华大区创新奖绿色与可持续发展赛道奖项 - 即饮咖啡 268 毫升系列 PET 瓶减重项目

可持续包装管理成就

雀巢集团可持续包装成就

2025 年目标	目标进展 (截至 2023 年)
到 2025 年, 减少 1/3 原生塑料使用 (相较于 2018 年数据基线)	14.9%
到 2025 年, 95% 以上产品包装实现可回收再生设计	83.5%

环境效益

自 1991 年以来, 雀巢一直在循序渐进地降低包装的重量。雀巢通过包装轻量化、在包装中增加回收材料的使用、消除不必要的包装等持续减少包装使用量。从 2022 年到 2023 年, 雀巢集团的包装重量从约 360 万吨减少至约 340 万吨。

雀巢可持续包装案例

<p>改进前 改进后 改进前 改进后</p> <p>成人奶粉金属盖 奶粉盖从塑料盖更换为金属盖, 奶粉勺从塑料勺更换为纸勺</p>	<p>改进前 改进后</p> <p>徐福记在二级包装应用 PCR 回收材料 在二级包装塑料罐 / 盖使用高达 100% 含量的回收原料</p>
<p>改进前 改进后</p> <p>宝路糖分配器 尝试使用替代配送系统以消除不易被回收的微小包装</p>	<p>改进前 改进后</p> <p>雀巢即饮咖啡 268ml PET 瓶胚减重 每个瓶胚重量从 19 克减少到 16.6 克</p>

社会效益

开展课题研究, 推动前沿技术与政策创新

- ◆ 雀巢与中国饮料协会合作推动 rPET 饮料瓶食品级循环使用质量控制研究与 PET 多路径资源化质量控制研究
- ◆ 雀巢与中国食品接触材料可持续发展联合工作组推动 rPET 污染物分析
- ◆ 雀巢与中国发展研究基金会合作开展“面向碳达峰、碳中和目标的可持续塑料包装政策研究”项目
- ◆ 雀巢与清华 x-lab 合作举办开放式创新挑战赛, 邀请清华大学教师和学生开发新的包装解决方案

积极参与行业行动倡议, 撬动更多人推动包装可持续

- ◆ 雀巢参与消费品论坛可持续发展相关的行动倡议, 如塑料废弃物行动联盟

积极参与包装标准制定, 推动中国绿色包装规范发展

经济效益

雀巢在推动包装可持续的过程中充分重视项目带来的经济效益, 通过计算相关项目的财务成本以及对于品牌形象与合规要求的贡献, 充分衡量项目的经济效益, 并最终选择合理的包装项目。

- ◆ 雀巢参与《GB/T 37422-2019 绿色包装评价方法与准则》制订
 - ◆ 2023 年 3 月, 雀巢获得中国标准创新贡献奖·二等奖
- 通过自身实践, 带动供需两侧转型**
- ◆ 雀巢通过落实包装目标, 在相关项目实施中带动超过 100 家供应商开展包装转型
 - ◆ 在消费环节, 雀巢与阿里巴巴等 23 家企业共同发起了聚焦消费领域的“减碳友好行动”, 激励消费者养成减碳习惯, 并为更多消费品牌的减碳行动提供借鉴
 - ◇ 截至目前, 雀巢共有超百款产品加入淘宝平台的 88 碳账户
 - ◇ 2023 年 5 月, 雀巢“88 减碳日”启动, 在云南咖啡产地发起了首场以“云南美咖溯源之旅”为主题的直播活动, 为消费者提供了来自雀巢的低碳产品选择



亿滋案例

亿滋, 通过可持续包装引领零食行业可持续发展的未来

企业简介

亿滋国际于 1984 年进入中国市场, 大中华区总部设在上海, 是零食行业的引领者之一。公司在华生产并经营饼干、巧克力、口香糖与糖果和固体饮料等品类, 旗下知名品牌包括奥利奥、炫迈、趣多多、乐之、太平、怡口莲、荷氏、

菓珍等。目前, 公司有约 4000 名员工, 在华东、华南和华北设有生产基地并在华东设有全球研发中心。从 2013 年 7 月 1 日起, 公司更名为亿滋中国, 表达了公司为消费者带来“亿万好滋味”的美好愿景。

领导寄语

可持续包装是亿滋国际可持续发展战略重要的议题之一。公司承诺在 2025 年实现全部包装在设计上可回收, 将所有塑料包装原生塑料使用量减少 5%。亿滋大中华区包装研发团队在可回收包装材料的研发和应用、包装减量等方面都做了大量的探索与实践。目前亿滋大中华区的饼干包装大部分已实现单一材质, 设计上可回收。这也充分契合环保消费的趋势。同时我们也非常期待携手 CGF 及各个利益相关方共同加速包装循环经济的建设, 推动软塑包装的闭环回收及食品接触用再生塑料的应用, 推动绿色发展, 助力“双碳”目标!

—— 范睿思
亿滋大中华区总裁

可持续包装管理目标与路径

包装相关风险和机遇识别

亿滋大中华区对可持续发展尤其是气候变化相关的风险进行了评估与分析。目前, 亿滋大中华区在实现“包装可持续发展”目标过程中主要面临来自推进可持续包装导致的

成本上升、消费者观念转变对企业声誉产生影响两个方面的风险和机遇。

亿滋大中华区包装相关风险与机遇

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述
企业推进可持续包装导致运营成本增加	亿滋大中华区大部分产品包装为软塑料包装材料。企业需要持续推动软塑包装的回收和再生系统建设, 并付出更多的成本来进行可持续包装管理。亿滋大中华区积极主动推进非单一材质变为适应高速生产线的单一材质包装, 使包装在设计上实现可回收。因此, 企业付出了更高的成本 亿滋大中华区希望加快推动“生产者责任延伸制 (EPR)”政策、包装循环经济在中国的落地和实施, 及食品接触用再生塑料的应用, 让软塑能够真正被回收、再利用
消费者观念转变对市场与声誉产生影响	亿滋国际发现越来越多的消费者非常关注零食产品对环境的影响。消费者认识到企业和消费者都在可持续发展领域扮演重要角色。越来越多的消费者表示他们会优先选择包装更少的零食、通常会回收零食包装, 且认为可持续包装有助于其更好地享受零食 亿滋国际作为全球零食行业引领者之一, 始终致力于零食行业的可持续发展。可持续包装是亿滋国际实现可持续发展战略的重要组成。通过了解、满足消费者的需求, 亿滋国际正在努力尽自己的一份力量, 帮助应对关键的环境挑战, 包括努力实现包装净零废弃 (Net Zero Waste Packaging) 的目标, 助力包装循环经济

可持续包装战略与目标

亿滋国际可持续发展战略与包装管理

亿滋国际致力于以合理的方式生产，在每个恰当的时刻向消费者提供真正好零食，并引领零食行业可持续发展的未来，到2050年实现全价值链净零排放。

作为一家全球休闲零食头部企业，亿滋国际正在以自身的影响力来实现对人类和地球友好、推动创新和增长，对零食行业带来积极影响。2022年，亿滋国际将可持续发展提升为长期增长战略的四大支柱之一，充分体现了“享受真正好零食”（Snacking Made Right）承诺的广度和深度，支持亿滋国际实现更可持续的增长。与此同时，在亿滋国际的可持续发展战略中，包装被纳入了核心议题进行重点管理。

亿滋国际“享受真正好零食”关键领域



亿滋国际可持续包装管理原则



亿滋国际可持续包装管理原则

亿滋国际包装管理原则是更少 (less packaging)、更好 (better packaging)、积极参与回收利用生态体系的建立 (improved systems)。亿滋国际通过使用更少的和更好的包装，并且携手利益相关方不断完善包装回收与再循环的基础设施建设，让包装全价值链的各环节之间能够互为增效，从而带来更积极的影响。

同时，亿滋国际的可持续包装并不是单纯的绿色转型，而是在充分保护产品、满足消费者期待的同时，减少对环境的影响。长期来看，亿滋国际将持续提升包装的可持续性，在实现长期目标的同时，推进有利于人类和地球的循环包装经济。

亿滋国际可持续包装目标制定

亿滋国际可持续包装战略	目标领域	可持续包装目标
更少的包装	减量化	到2025年，再生塑料含量达到5% 到2025年，原生塑料使用减少5% 到2025年，减少25%硬质原生塑料的使用
	重复使用	
更好的包装	回收利用	到2025年，100%的包装实现设计可回收
	替代材料的使用	到2025年，原生塑料使用减少5%
积极参与回收利用生态体系的建立	尽可能地收集塑料废弃物，并推动回收设施建设	
	强化生产者责任	

亿滋国际长期包装可持续目标与减排目标互为支撑

为应对包装带来的风险，亿滋国际的可持续团队与研发团队一直致力于在包装上开展研发创新。产品包装可持续发展作为亿滋国际减少碳排放、推动包装零废弃和推动循环经济的重点方向，也成为了亿滋国际可持续发展最高优先级的议题之一。

可持续包装目标达成路径

为达成以上目标，亿滋国际的策略是通过重新设计零食包装和减少包装材料的使用，同时研发更简单的包装材料，提升包装的可回收价值，并尽可能地使用再生材料。

亿滋国际可持续包装达成路径

可持续包装目标	落实策略
到2025年，再生塑料含量达到5%	<ul style="list-style-type: none"> 增加包装中来自负责任管理来源的再生塑料的含量 通过使用再生塑料减少原生塑料的使用
到2025年，原生塑料使用减少5% 到2025年，减少25%硬质原生塑料的使用	<ul style="list-style-type: none"> 落实黄金设计原则4 减少塑料外包装 落实黄金设计原则3 去除多余的顶部空隙 <ul style="list-style-type: none"> 避免过度包装，通过重新设计来减少包材使用 落实黄金设计原则8 减少B2B包装中原生塑料的使用量 通过包装设计的改变来减少塑料的使用 通过使用再生塑料减少原生塑料的使用 开发利用塑料替代材料，例如纸包装
到2025年，100%的包装在设计上实现可回收	<ul style="list-style-type: none"> 落实黄金设计原则2 去除包装上的问题元素 <ul style="list-style-type: none"> 消除有问题和不必要的塑料包装 落实黄金设计原则6 提高塑料软包装的回收再生价值 <ul style="list-style-type: none"> 开发单一材质软包装材料
尽可能地收集塑料废弃物，并推动回收设施建设 强化生产者责任	<ul style="list-style-type: none"> 与废物管理机构合作回收消费后的塑料包装废弃物 投资相关机构，帮助开发收集、分类、回收塑料废物的基础设施和项目（特别是软塑包装） 落实黄金设计原则9 在包装上使用回收说明 <ul style="list-style-type: none"> 在包装上使用二维码帮助消费者了解企业可持续信息

可持续包装管理架构与机制

管理架构

亿滋国际及大中华区可持续包装管理架构



包装研发部、采购部、制造部、市场与发展部、法务部、科学法规事务部、政府及公共事务部、财务部、人力资源部

决策与监管	亿滋国际董事会负责监管全球 ESG 相关业务，包括包装议题项目	
规划与主导	<p>亿滋国际董事会：负责监管 ESG 相关的风险、战略、进程、与目标的一致性、利益相关方价值诉求等，并审查亿滋国际的增长文化和多元与包容目标的进展和挑战</p> <p>治理、合作和可持续发展委员会：负责监督亿滋国际与企业公民、社会责任和公共政策关键问题相关的 ESG 政策和计划，这些问题包括了食品标签和包装等事宜</p>	
	亿滋大中华区可持续发展委员会负责设定与主导大中华区包装目标，相关高管参与决策	
落地实施	亿滋大中华区成立了大中华区可持续发展委员会，亿滋大中华区可持续包装发展目标与实施路径的设定与制定是其主要职责之一。其中，亿滋大中华区研发中心负责人、亿滋大中华区市场发展负责人、亿滋大中华区供应链负责人等高层管理者参与相关管理工作	
	包装研发部	包装方案设计，技术开发，包装测试和验证
	采购部	包材供应商的选择与采购
	制造部	工业化量产
	市场与发展部	可持续包装营销策划，消费者行为和消费趋势洞察和测试
	法务部	为可持续发展项目提供法律咨询与支持，审核包装及相关对外宣传材料
	科学法规事务部、政府及公共事务部	包装相关法律法规监测及追踪，协助包装研发团队理解并执行；向相关政府部门及行业协会提供意见和建议，寻求解决方案，并协助包装研发团队理解和执行
	财务部	可持续发展项目的成本分析及优化、可持续发展项目投资及成本追踪
	人力资源部	人才招聘、培养与赋能

管理机制

整体规划，确保项目发展所需资金和资源。亿滋国际通过设计一个到 2025 年的可持续发展阶段性目标，并将可持续发展计划分配到全球各业务单元，以保障包装等项目发展符合整体的财务规划，并且确保项目所需要的投资和资源。

管理层主导，目标纳入年度薪酬计划。亿滋国际持续追踪 ESG 相关的目标执行情况，并通过将包装相关目标纳入高管的年度薪酬计划的方式，从全球到各区域、各品类，让管理层对包装相关的目标负责。

定期例会，确保进展得到及时沟通。在包装创新方面，亿滋国际通过年度全球包装创新小组工作会议，总结并推动包装创新工作的开展；通过季度全球包装大会，开展重点项目全球分享，同步最新进展；通过每月例会开展包装创新方向讨论。在日常包装工作管理中，亿滋大中华区每月会举行预评估会议（PAM），各业务单元的高层管理者参与重点项目审批，并通过周例会对项目进展进行跟踪记录。对于项目管理，亿滋成立了专门的项目管理部门来跟进和评估工作进展状况。

可持续包装管理成就

亿滋国际可持续包装成就

2025 年目标	目标进展（截至 2022 年）
实现 100% 的包装在设计上可回收	96%
在 2020 年的基础上，原生塑料使用减少 5%	-1.5%
在 2020 年的基础上，减少 25% 的原生硬质塑料的使用	7%
再生塑料成分占比达 5%	1%

环境效益

实现设计可回收。截至 2022 年底，亿滋大中华区约 97% 的产品包装实现了设计可回收。2022 年底，中国工厂生产的奥利奥夹心饼干所使用的薄膜均采用了可回收材料，约合一年 3000 吨左右的薄膜实现了从不可回收到设计可回收结构的转变。



优化包装设计。亿滋大中华区的研发人员通过对包装重新设计以及包装材料的调整，减少塑料材质以及卡纸的使用量，使得产品包装“轻量化”，例如通过优化礼盒等设计与结构，2022 年约节省 400 吨纸、19.5 吨金属。

社会效益

积极参与行业倡议和行动，协同行业伙伴推动包装转型。

- ◆ 2020 年，亿滋大中华区与包装行业产业链上下游企业代表们联合发出《包装行业可持续发展环保倡议》，旨在通过汇集来自不同领域的参与者，共同制定可扩展的解决方案来推动系统性变革。
- ◆ 2020 年，亿滋国际加入艾伦·麦克阿瑟基金会（Ellen MacArthur Foundation）《新塑料经济全球承诺》，与其他企业、政府和机构团结在一个共同的远景和目标之下，通过加快向塑料循环经济转型，从源头上解决塑料污染问题。
- ◆ 2020 年，亿滋国际加入消费品论坛（CGF）塑料废弃物行动联盟（PWCoA），并开始实施黄金设计原则。
- ◆ 2022 年，阿里巴巴与亿滋大中华区等 19 个品牌共同发起“减碳友好行动”。包含亿滋在内的“减碳友好行动”发起品牌们还共同发布了《减碳友好行动指南》。
- ◆ 2023 年，亿滋大中华区“设计可回收的奥利奥单一材质环保包装膜”获得 ISEE 全球奖 - 年度食品设计奖。
- ◆ 2023 年，亿滋大中华区高松厚白卡纸在奥利奥包装上的应用，以及新年礼盒去塑料覆膜的项目，因为对环境友好，获得了美狮传媒集团的包装创新及可持续发展大奖。
- ◆ 2023 年，奥利奥夹心饼干包装和趣多多家庭装，因为提高塑料软包装的可回收价值，消除多余的顶部空隙，以及减少塑料外包装入选 CGF 黄金设计原则最佳实践案例。

经济效益

亿滋国际相信可持续发展有助于推动增长、创造价值，并使我们的业务更具弹性。通过可持续包装管理，分析了解潜在风险并改善我们对环境及其系统的影响，从长远来看不仅有助于亿滋国际引领零食行业可持续发展的未来，实现业务长期可持续增长，还能造福人类和地球。





高露洁案例

高露洁，坚持寻找更好、更加可持续的方式来改善产品和包装

企业简介

高露洁在 80 多个国家和地区拥有分部，产品面向 200 多个国家和地区的消费者，是最具全球性的公司之一。我们的品牌系列不只有口腔护理，而“高露洁微笑”比许多人所认知的更广泛。高露洁是口腔护理、家庭护理及个人护理的全球领先企业。如所获得的奖项和荣誉所表明的那样，

我们在可持续发展方面也走在前列。高露洁同时也是一家关怀大众、不断创新的成长型公司，致力于给大众和宠物以及地球重新构建一个健康的未来。为了地球更美好的明天，高露洁坚持寻找更好、更加可持续的方式来改善产品和包装。

可持续包装管理目标与路径

包装相关风险和机遇识别

高露洁持续致力于评估气候相关的影响，以及其风险和机遇。同时，在为人类、宠物和星球创造更健康的未来的愿景下，持续将高露洁的可持续发展战略融入到日常的运营管理中。

高露洁通过内部 ERM 流程以及第三方提供的气候相关风险情景分析来评估在短、中、长期范围内可能出现的气候相关问题及其可能产生的影响。此外，我们还与公司内部和外部的跨行业专家就公司面临的气候相关问题进行磋商和评估。以下是高露洁识别的风险与机遇：

高露洁包装相关风险与机遇

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述
碳减排或碳定价政策造成的日益升高的采购成本	高露洁主要供应商所在地区碳定价的规则可能会影响供应商的运营成本，从而直接或间接地增加我们采购原材料和包装材料的成本。如果供应商没有强有力的温室气体减排战略或者无法降低运营成本，就可能对运营的可持续性带来挑战，进一步影响高露洁的供应链
消费者偏好改变可能导致收入与市场份额损失	消费者的偏好在不断变化，当今消费者更倾向于选择具备气候变化应变能力及影响的公司所推出的有利于可持续发展的产品、包装以及服务。同时，消费者还希望他们购买的产品在原材料和气候影响方面更加透明。我们也在寻找这样的机会，来评估和交流我们的产品碳足迹。高露洁有能力为产品创新和开发探索更加可持续的解决方案，例如在消费者使用阶段需要较少碳排放的产品，在研发阶段，及时调整我们的配方、成分、包装或供应链，应对所有有可能阻碍我们业务增长的挑战、或降低我们的竞争地位、对我们的业务、经营业绩、现金流和财务状况产生不利的影响，并且满足不断变化的消费者偏好
气候变化可能导致材料成本增加和供应链中断	天气变化、极端天气和自然灾害的频率和程度不断加强、以及不断上升的全球气温都有可能对包装材料的成本和供应产生潜在影响，这些不断增加的现实风险可能影响我们的经营业绩、现金流以及财务状况，进而对我们的业务和全球供应链造成不利影响
产品和服务需求提升带来的收入增长	高露洁大约 80% 的碳足迹都与消费阶段的产品使用相关联。通过影响产品配方、包装设计以及消费者使用和弃置产品的行为，高露洁有机会同时降低产品的碳足迹和水足迹。同时，这也是我们与客户合作和向消费者传递信息的机会。作为减少温室气体排放的一种方式，高露洁设置了可持续包装目标，致力于在 2025 年前让我们所有的包装都可回收、可重复使用或可堆肥

可持续包装战略与目标

基于实际分析，塑料与包装议题是高露洁目前在可持续发展中的重要议题之一。目前，高露洁已经充分识别了在可持续发展中包装相关的风险和机遇，并且正在通过 2025 可持续发展与社会影响力战略来管理相关的风险和机遇：

- ◆ 高露洁制定了 2025 可持续发展与社会影响力战略，其中“通过加速应对气候变化和减少环境足迹来保护我们的环境”是高露洁三大核心目标之一。2022 年，高露洁通过关注更加循环和创新的设计，在包装和塑料领域继续推动可持续发展。
- ◆ 消除塑料垃圾是高露洁 2025 可持续发展与社会影响力战略的关键行动之一。

高露洁 2025 可持续发展与社会影响力战略

SMILE about Our 11 Actions



可持续包装目标达成路径

在包装和塑料领域，高露洁持续秉持可持续发展理念，重点推动更可循环和创新的包装设计。

高露洁可持续包装达成路径

可持续包装目标	落实策略	创新点
到 2025 年，高露洁所有产品包装减少 1/3 的新塑料使用 到 2025 年，高露洁所有产品最少 25% 的塑料包装使用再生塑料	<ul style="list-style-type: none"> ◆轻量化和重新设计 ◆充分使用消费后再生材料 ◆使用替代性材料替代塑料使用 ◆创新产品形式 ◆推动可回收、可填充产品发展 	<ul style="list-style-type: none"> ◻用玻璃品替代塑料 ◻使用纸筒包装 ◻铝制、竹子制作的牙刷柄 ◻推出补充装产品
到 2025 年，高露洁所有包装都实现可回收、可重复使用或可堆肥	<ul style="list-style-type: none"> ◆推动回收和堆肥体系建设 ◆推动小型包装材料的回收潜力研究与技术解决方案开发 ◆提高包装的回收再生价值 <ul style="list-style-type: none"> ◻去除 PET 瓶中的色母，使用透明的瓶身 ◻减少塑料外包装 ◻使用单一材料 ◻推动产品标签可回收 ◻包装完全是纸基或可回收材料 ◆符合黄金设计原则 9 在包装上使用回收说明 	<ul style="list-style-type: none"> ◻持续推动牙膏管可回收转型，同时通过技术分享推动行业转型 ◻牙膏管从管到外壳、到盖子均可回收 ◻选用可水洗不胶，洁净分离标签与瓶身，使包装可回收 ◻全铝制漱口水瓶，理论上永久可循环
到 2025 年，不使用有害或不必要包装	<ul style="list-style-type: none"> ◆符合黄金设计原则 2 去除包装上的问题元素 <ul style="list-style-type: none"> ◻减少包装中的 PVC、PS 以及炭黑 	<ul style="list-style-type: none"> ◻推动压敏标签可回收，推出可自行脱离瓶身的塑料标签

此外，高露洁还和合作伙伴共同开发了不沾壁瓶，通过在 PET 瓶子内部做涂层，让高粘度的牙膏和瓶壁没有粘附，帮助消费者更便捷地使用完牙膏。



可持续包装管理架构与机制

管理架构

高露洁认为，可持续发展对于我们的业务和增长战略至关重要，因此，我们建立了专门的团队，负责评估与监管可持续发展重点议题。

高露洁可持续包装管理架构

决策与监管	高露洁董事会深入参与可持续发展相关的战略规划，并负责监督与及时了解行动进程
	<p>董事会在可持续发展方面的职能主要包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ◻ 深入参与可持续发展相关战略规划，并在监督高露洁的战略计划、年度预算、资本支出、资本结构和创新计划时，考虑可持续发展问题 ◻ 通过审查运营部门、产品类别和市场与竞争趋势，持续了解公司在可持续发展方面的进展 <p>风险管理委员会：负责监控我们公司面临的当前和新出现的风险，并将可持续（特别是与气候转型和塑料转型相关的可持续议题）确定为公司面临的关键风险。委员会成员定期向董事会及其委员会提供公司面临风险的最新情况。委员会由高露洁董事长、总裁、CEO、首席财务官、首席人力资源官、可持续发展官、首席投资关系官、兼并购高级副总裁、首席法务官、首席供应链官、副总裁、财务主管以及其他部门高级管理层组成</p>
规划与主导	高露洁可持续发展指导委员会专门负责评估和监测可持续发展
	<p>集团增长与战略总裁：负责监管可持续发展指导委员会，向董事会、总裁、CEO 汇报</p> <p>首席可持续发展官：负责可持续发展指导委员会工作的开展，向集团增长与战略总裁及董事会汇报</p> <p>可持续发展指导委员会：负责为企业可持续发展制定战略决策，通过监管气候相关议题和项目，将高露洁可持续发展和社会影响力战略更好、更广泛地纳入组织治理，评估并推动可持续发展目标与指标的实现。委员会由高级管理层成员组成，包括集团办公室负责人，集团增长与战略总裁，首席财务官，首席法律官兼秘书，可持续发展官，首席技术官，首席人力资源官，首席沟通官，首席供应链官和首席投资者关系官和收并购高级副总裁</p>
落地实施	相关部门负责目标相关项目的落地执行： 高露洁在可持续发展方面的努力离不开各个业务的协同合作，包括供应链、研发、市场营销、创新、客户发展和人才发展等部门

管理机制

清晰的管理责任与定期汇报制度。高露洁可持续发展官会定期向董事会汇报，可持续发展指导委员会也会举办季度会议，回顾可持续发展目标进展，并及时调整下一阶段方案。

将可持续发展目标融入绩效考核，推动业务发展与可持续发展的结合。为了更好地将可持续发展追踪和披露工作整合到业务战略、运营和员工审查中，高露洁全球可持续倡议应用于个人目标，并作为许多高级管理层绩效评估指标。

可持续包装管理成就

高露洁集团可持续包装成就

2025 年目标	目标进展 (截至 2022 年)
高露洁所有产品包装减少 1/3 的新塑料使用	塑料包装减少 16.4%
高露洁所有产品 25% 的塑料包装使用再生塑料	全年产品中 PCR 的使用量达到 14.6%，高于上一年的 14.2%
高露洁所有产品包装都实现可回收	按照重量计算，0.75% 的包装实现可重复使用或填充；有 87.6% 的包装实现技术上可回收、可重复使用或可堆肥
不使用有害包装或不必要包装	按重量计算，不必要和有问题的包装比例仅占 0.5%

环境效益

可回收牙膏管：高露洁致力于将牙膏产品都变成可回收牙膏管，通过在可回收牙膏管上添加回收标志，采用最具回收性之一的 2 号 HDPE（高密度聚乙烯）塑料制作，推动牙膏被回收，从而经过再加工重新制成新产品和包装材料。

社会效益

通过合作和分享先进的可回收技术，推动行业转型

- ◆ 所有高露洁的主要牙膏管供应商都因其可回收的设计得到了回收行业的认可，并且承诺其全球销售的牙膏管中至少有 75% 到 2025 年能够实现可回收。
- ◆ 2021 年起，高露洁与可口可乐、联合利华加入了由百威英博开启的 100+Accelerator 项目，使用公平贸易塑料包装，促进行业向更可持续的经济转变。

支持可回收设计相关的前沿政策标准发展

- ◆ 高露洁是消费品论坛生产者责任延伸制生态调节原则的支持者。
- ◆ 高露洁加入艾伦·麦克阿瑟基金会 (EMF) 和世界自然基金会 (WWF) 共同发起的“终结塑料污染——全球商业联盟”，推动塑料循环经济的愿景的实现。

经济效益

高露洁制定了完善的“5% 为了地球”计划，该计划有助于确保高露洁全球的生产基地能够识别、资助并实施那些可以切实改善环境影响，并且促进节约成本的气候、能源、水与废弃物等相关项目。



05

可持续包装管理 工具资源



《2022年黄金设计原则案例集》

发布机构 ▾
消费品论坛 (CGF)

简介 ▾
案例集包含黄金设计原则的技术内容介绍, 提供了各大企业的设计案例, 充分展示了企业包装更改前后的对比, 为中国食品饮料日化行业的塑料包装设计提供了技术解决方案示范。



《2023年黄金设计原则案例集》

发布机构 ▾
消费品论坛 (CGF)

简介 ▾
案例集包含黄金设计原则的技术内容介绍, 提供了企业的塑料包装设计案例, 有创新案例, 也有包装更改前后的对比的变革案例, 且70%的案例都具有减碳潜力, 为中国食品饮料日化行业的塑料包装设计提供了技术解决方案示范。



《2023中国可持续消费报告》

发布机构 ▾
商道咨询

简介 ▾
报告在了解公众对可持续发展和绿色消费 (包括绿色包装产品消费) 认知、态度的同时, 依据消费者行为模型, 全面分析消费者在推进低碳消费过程中的行为模式及期待, 以期为企业和机构建立可持续发展战略、推进自身及价值链绿色转型、带动我国消费者全面参与低碳消费提供有价值的启示与建议。



《零售和消费品行业绿色低碳发展白皮书》

发布机构 ▾
商道咨询

简介 ▾
在国家大力推动绿色消费促进碳达峰碳中和的背景下, 零售和消费品行业需要加速绿色低碳转型。本报告旨在为零售和消费品行业遇到的包括包装在内的低碳发展障碍提供路径和实践案例参考, 并帮助企业建立内部转型评价与追踪指标体系。



《中国塑料污染治理理念与实践》

发布机构 ▾
国家发展和改革委员会经济体制与管理研究所

简介 ▾
报告总结了我国塑料污染治理的理念、实践和经验, 为世界其他国家和地区的塑料污染治理提供借鉴。



《中国低值可回收物回收利用现状调查报告》

发布机构 ▾
国家发展和改革委员会经济体制与管理研究所

简介 ▾
报告总结了低值塑料包装等中国低值可回收物回收政策与现状, 对标发达国家与中国的典型做法, 并针对建设完善低值可回收物回收利用体系提出建议。



《美国、欧洲、中国在塑料产品可回收再生设计领域的对比研究》

发布机构 ▾
德国国际合作机构 (GIZ)、中国合成树脂协会塑料循环利用分会 (CPRRA)

简介 ▾
报告从塑料产品可回收再生设计的定义、分类、回收流、影响因素、判定指标和测试方法等方面对比解读欧美中三地的发展阶段和设计指南体系, 并梳理其与塑料产业链各环节的相关性和重要性, 同时讨论了推进的瓶颈及原因。最终对可回收再生设计在中国落地提出建议。



《中国塑料软包装回收利用基线报告》

发布机构 ▾
GRPG 软塑新生项目

简介 ▾
报告重点针对非降解塑料软包装的回收、再生和利用, 从原料、消费、废弃、回收、再生加工、应用、价值链等方面进行阐述, 找出影响塑料软包装回收的因素并提出相关建议, 为中国的塑料软包装循环经济发展提供有利支撑。



《塑料包装及其替代材料的环境影响评估和可持续性发展路径研究》

发布机构 ▾
清华大学环境学院

简介 ▾
本研究立足于中国国内塑料包装市场和废弃物管理系统现状, 通过物质流代谢模拟和生命周期的环境影响评估, 系统对比塑料包装及其替代材料的全生命周期环境表现, 为塑料包装物的可持续性发展和政策制定提供科学支撑。



《如何将塑料影响评估纳入环境、社会和公司治理 (ESG) 评估体系》

发布机构 ▾
世界自然基金会 (瑞士) 北京代表处 (WWF)

简介 ▾
基于对6家ESG数据和分析服务提供商和3家金融机构的访谈, 报告讨论了目前ESG数据和分析服务提供商在评估标准中纳入塑料影响的现状以及未来的机遇, 并将其转化为具体的建议。



特别感谢

在此特别感谢以下单位 / 个人对本案例集的支持和贡献。

会员企业

达能中国

邹春义 达能大中华区副总裁、社会企业总经理
何永俊 达能包装研发助理总监（中国、北亚和大洋洲）
刘盈盈 达能大中华区高级包装经理
田文婷 达能大中华区可持续发展经理
陈 蕾 达能大中华区可持续发展经理

赫力昂中国

睦金国 赫力昂中国地区质量与供应链副总裁
胡明生 赫力昂中国包装及可持续发展总监
黄 涛 赫力昂中国包装技术经理
舒文山 赫力昂中国包装技术经理
张振宇 赫力昂中国高级包装研发科学家
王 媛 赫力昂中国对外传播负责人

雀巢大中华大区

方军涛 雀巢大中华大区集团事务及可持续发展高级副总裁
王雪涛 雀巢大中华大区包装总监
张立生 雀巢大中华大区包装经理
张 琦 雀巢大中华大区可持续发展总监
黄 婕 雀巢大中华大区可持续发展主任
李 娜 雀巢大中华大区信息技术和环境、社会及治理财务总监

蒙牛

高安平 蒙牛常温事业部可持续发展高级总监
张俊龙 蒙牛常温事业部技术设备服务部总经理
王凤凯 蒙牛常温事业部包装研发总监
张 勇 低温事业部包装研究高级工程师
潘晓燕 低温事业部可持续发展官
牛天娇 蒙牛鲜奶事业部产品研发中心总经理
孙 茜 蒙牛鲜奶事业部包装技术研发总监
钱亚立 蒙牛集团可持续发展部高级经理

亿滋中国

古满琥 亿滋大中华区研发副总裁
张 震 亿滋大中华区政府及公共事务副总裁
赵 靓 亿滋亚洲、中东和非洲区域饼干包装负责人
徐伟钧 亿滋大中华区饼干包装负责人
赵娜娜 亿滋大中华区政府及公共事务高级经理

高露洁中国

Tzeni Yeoh 高露洁棕榄（亚太）包装可持续发展创新经理
梁士慧 高露洁棕榄（中国）包装高级经理
方 竞 高露洁棕榄（中国）包装主管

案例集审阅专家

柴麒敏 国家气候战略中心战略规划部主任
赵 凯 中国循环经济协会常务副会长
关一松 艾伦·麦克阿瑟基金会（英国）北京代表处首席代表
陈俊青 中国合成树脂协会塑料循环利用分会（CPRRA）副会长
翟悦竹 CDP 全球环境信息研究中心项目经理

工具资源提供方

国家发展和改革委员会经济体制与管理研究所
世界自然基金会（瑞士）北京代表处（WWF）
德国国际合作机构（GIZ）
中国合成树脂协会塑料循环利用分会（CPRRA）
绿色再生塑料供应链联合工作组（GRPG）
埃克森美孚公司
陶氏公司

CGF 中国团队

徐扬颖 消费品论坛大中华区总经理 & 首席代表
王 苹 消费品论坛中国可持续发展负责人

商道咨询

郎 华 北京商道纵横管理咨询有限公司合伙人
刘晗悦 北京商道纵横管理咨询有限公司项目经理
黎 珊 北京商道纵横管理咨询有限公司高级咨询顾问

报告设计支持

天津拾光艺汇科技有限公司





扫描二维码,关注我们

Please scan the QR code,
follow us on WeChat

Our Offices 全球代表处

EMEA-INTERNATIONAL HQ 全球总部

47-53, rue Raspail, 92300 Levallois-Perret, France
France法国
Tel: (+33) 1 82 00 95 95
membership@theconsumergoodsforum.com

JAPAN OFFICE TOKYO 日本代表处

Aios Nagatacho 409
2-17-17 Nagatacho Chiyoda-ku
Tokyo 100-0014 Japan 日本
Tel: (+81) 3 6457 9870
tokyo@theconsumergoodsforum.com

CHINA OFFICE 中国代表处

B19, 3F, Building B, Phase 1
Qiantan World Trade Center,
No.5, Lane 255, Dongyu Road,
Pudong New Area, Shanghai
中国上海市浦东新区东育路
255弄5号前滩世贸中心一期B栋3楼B19
shanghai@theconsumergoodsforum.com

AMERICAS OFFICE 美洲代表处

324 Main Street
PO Box 1353
Laurel, MD 20725
USA美国
Tel: (+1)301 563 3383
washington@theconsumergoodstorum.com

LATAM OFFICE 拉美代表处

Calle 116 #21-73
Santa Barbara, Usaquén
Bogotá, 110111
Colombia哥伦比亚
bogota@theconsumergoodsforum.com