

零售商品包裝 循環永續指引

環境部資源循環署

中華民國 114 年 12 月 31 日

一、目的

隨著全球環境問題日益嚴峻，過度包裝已成為資源浪費與環境污染的重要因素，包裝材料的生產與廢棄過程不僅消耗大量自然資源，還導致碳排放和廢棄物處理壓力。為促進永續發展並減輕環境負擔，各行業極需採取有效的包裝減量措施，聯合國於 2022 年啟動的《全球塑膠公約》旨在規範塑膠從生產到棄置的生命週期管理，實現 2040 年零塑膠污染目標；歐盟的《包裝和包裝廢棄物法規》則要求採用可重複使用的包裝、限制過度包裝並提升包裝回收率，解決包裝廢棄物對環境的影響，並促進循環經濟。

另參考「資源循環推動法」草案，如綠色設計或源頭減量等內容，期許業者可從源頭進行減量，降低非必要之資源浪費，並透過實務經驗的結合，建立兼顧商業模式及資源循環利用之作法，在法規推動前，透過指引引導業者自主進行相關源頭減量措施，故訂定本指引。本指引旨在引導企業減少包裝材料使用，提升回收與循環利用的可能性，確保包裝材料的永續性，具體措施包括限制包裝體積空隙率、推廣單一材質使用，以及採用運送循環箱和循環容器等替代方案，以減少不必要的包裝浪費並提高資源利用效率，企業與消費者的共同參與是實現包裝減量的關鍵，本指引期望提升社會對減量包裝的重視，推動更環保的消費模

式，並通過消費者教育與推廣活動增強減塑意識，促進企業、供應鏈與消費者合作，共同構建循環經濟模式，為環境永續發展奠定基礎。

二、適用對象及範圍

(一) 適用對象：

1. **製造業**：從事以物理或化學方法，將材料、物質或零組件轉變成新產品，不論使用動力機械或人力，在工廠內或在
家中作業，均歸入製造業。
2. **輸入業**：從事將商品從國外運入國內銷售的商業活動。
3. **零售業**：包含零售式量販店（以下簡稱量販店）、超級市場（以下簡稱超市）、連鎖便利商店（以下簡稱超商）。
 - (1) **量販店**：係指提供綜合商品批發或零售，結合倉儲與賣場一體者。
 - (2) **超級市場**：係指提供家庭日常用品、食品零售，並附生鮮及組合料理食品者，包含百貨公司或購物中心內之超級市場、以員工消費合作社或聯合社形態經營之業者。
 - (3) **連鎖便利商店**：係從事提供便利性商品如速食品、飲料、日常用品及服務性商品以滿足顧客即刻所需，而以連鎖形態經營之行業。
4. **包裝業**：從事各類包裝材料之製造、設計、加工或提供產品包覆與運送服務的產業，包括包材製造及包裝服務。

(二) 適用範圍

主要涵蓋食品類、酒精飲料類、非酒精飲料類、化粧品類、清潔劑類及雜貨類之一級、二級和三級包裝，其定義如下。

1. **食品類**：係指供人食用或咀嚼之產品及其原料。

2. **飲品類**：包含酒精飲料及非酒精飲料

(1) **酒精飲料類**：係指含酒精成分以容量計算超過百分之零點五之飲料、其他可供製造或調製前述飲料之未變性酒精及其他製品。

(2) **非酒精飲料類**：非屬酒精飲料者均屬之。

3. **化粧品類**：係指施於人體外部、牙齒或口腔黏膜，用以潤澤髮膚、刺激嗅覺、改善體味、修飾容貌或清潔身體之製劑。

4. **清潔劑類**：指用於清除髒污、油脂或殺菌消毒的化學製品或天然配方，常見為液體、粉末、膏狀、片劑等形式，主要功能是洗滌、去污、殺菌或保持環境衛生。

5. **雜貨類**：非屬食品者，多用於日常生活、餐廚用具、環境清潔、育嬰用品、運動用品、圖書文具、汽機車百貨、生活五金等，但不包含菸、傢俱、家電及服飾鞋襪。

三、名詞定義

- (一) **一級包裝**：指與產品直接接觸之最內層包裝，用以保護產品、維持品質並提供標籤或印刷資訊的包裝，主要為塑膠、玻璃或金屬材質，如塑膠飲料瓶、塑膠食品容器、化粧品之塑膠或玻璃容器。
- (二) **二級包裝**：指組合多個一級包裝，便於產品之儲存、展示及零售環境中的品牌識別與行銷，通常與消費者直接互動，如塑膠收縮膜包裝之多瓶飲料、6 瓶裝可樂的紙箱、餅乾禮盒（內含多個小包裝）、化粧品彩盒（內含塑膠或玻璃瓶）。
- (三) **三級包裝**：指用於大量運輸與儲存之外層包裝，主要功能為在物流運輸過程中保護產品、避免損壞，通常不與消費者直接接觸，如大型運輸紙箱、棧板上的塑膠收縮膜、貨櫃中的大型木箱或塑膠棧板膜。

四、商品包裝減量作業流程



五、商品包裝減量作業實施方式

(一) 商品包裝減量原則

透過系統性措施實現商品包裝減量目標，推動永續發展與循環經濟。

1. 推動產品包裝符合**綠色設計**原則，優先採用可再生材質、單一材質、易於拆解與回收的設計，並確保包裝材料中包含一定比例的再生原料，以提升資源利用效率。
2. 實現廢棄物**源頭減量**，積極減少過度包裝，限制使用回收

困難或可能干擾回收體系的材料，並避免採用長期不易分解的成分，以降低環境負擔。

3. 提升循環產品與循環服務使用比例，推廣**永續消費**模式，促進資源循環利用，實現環境、經濟與社會的永續發展。

(二) 減量目標

為響應聯合國《國際塑膠公約》及歐盟《包裝和包裝廢棄物法規》，並參考環境部減量里程碑，本指引以 2025 年為基準年，設定 2030 年塑膠包裝廢棄物減量 5%、2035 年減量 10%；另以 2030 年為基準年，設定 2035 年整體包裝廢棄物減量 5%。為共同實現上述目標，本指引提供減量原則與實務範例，協助業者優化商品包裝設計，逐步推動零售商品包裝的永續發展。

本指引適用對象可根據自身情況，靈活設定減量品項與具體措施，並於每年年底彙整減量成果，在聯盟會議中公開分享數據，以促進經驗交流、檢視進度並共同探討優化策略。

(三) 行動措施

1. 製造業及輸入業（輸入後再包裝者）

針對適用範圍五大類產品進行包裝減量，聚焦於**流通量大、消費者包裝使用過量之觀點或可輕易替代的商**

品進行包裝減量。

- (1) **最小化商品包裝**：在確保產品保護功能的前提下，採用輕量化設計或移除非必要部件，減少包裝使用量。
- (2) **使用可再生材質**：優先選用經認證的可回收或再生材質，取代一次性包裝材質，以降低原生塑膠的使用。
- (3) **採用單一材質**：減少包裝中使用複合材質，提升後端回收處理及再利用的效率。
- (4) **促進包裝材料再利用**：透過產品設計優化，提升包裝材料的再利用率。
- (5) **避免使用 PVC 材質**：禁止在包裝中使用聚氯乙烯（PVC）材質。
- (6) **推廣再生料應用**：積極採用高比例再生料（如再生塑膠或紙質）製作商品包裝，確保品質穩定並符合相關認證標準，促進資源循環利用。

2. 輸入業（輸入前已包裝者）

- (1) **優先進口環境友善包裝商品**：於商品採購及進口階段優先選擇包裝設計符合環境友善（產品從原料、生產到消費、廢棄的整個生命週期中，具備可回收、節能、低污染、省資源）原則之產品，可優先採購採用可回

收、可再生或可重複使用材料製成之包裝，並避免使用複合材質、多層包裝等難以回收處理的設計。

- (2) **避免非必要之再包裝行為：**避免進口後進行非必要的拆封與再包裝行為，以減少資源浪費與包裝廢棄物產生。再包裝僅應於符合國內法規、物流保護需求或資訊揭露不足等必要情境下執行，並應秉持最小化包裝原則，杜絕因行銷、陳列等目的而進行過度包裝。

3. 零售業

針對供應商提供零售業商品與物流運輸部分，為落實源頭減量並強化供應鏈的永續管理，建議相關行動指引如下：

- (1) **與供應商合作優化包裝設計：**要求供應商採用簡化設計、提升包裝體積效率，或選用含再生成分的環保包裝材料。
- (2) **推廣運送循環箱：**與物流供應商合作，採用可重複使用的再生塑膠籃或箱進行貨物整合與運送至各門市，以減少一次性包裝材料的使用。
- (3) **推行循環網購包裝：**與電商平台合作，在前端運輸、商品上架及後端運輸中，採用可重複使用的包裝材料

(如可折疊塑膠箱)。

- (4) **回饋供應鏈減量**：若貨架商品有明顯包裝減量空間，回饋供應鏈實施相關減量措施。

針對自有品牌商品包裝、自行包裝商品等進行包裝減量，並提升店面循環再利用系統，建議相關行動措施如下：

- (1) **持續推動蔬果裸賣**：依農業部農糧署建議之 19 項可實施裸賣的蔬果品項，於零售端提供消費者裸賣選項，以滿足多元化的選購需求，同時達成環境永續及包裝減塑之目標。
- (2) **設置循環袋箱**：在結帳區設置循環箱，回收民眾提供的環保袋、紙袋等，供未攜帶購物袋的顧客使用，並透過標示引導顧客於下次購物時歸還。
- (3) **設立回收設施**：建立完善的回收設施，以即時回收塑膠、紙張、玻璃、金屬等包裝材料，並透過逆向物流將這些資源重新投入循環利用。
- (4) **應回收品項包裝不使用生分解材質**：避免生分解材質進入一般塑膠回收體系，影響回收效率。

4. 包裝業

- (1) **優化包裝設計**：從設計端著手，透過輕量化、去除不

必要的裝飾與過度加工，並強調單一材質化，使產品在保護與展示功能兼具的同時，減少資源耗用與後端處理困難。

(2) **材料循環利用**：積極導入再生料與環保替代材料，例如回收塑膠再製成瓶罐、再生紙漿製成紙盒。

(四) 優化設計包裝(優先推動)

本指引針對零售業貨架商品進行包裝減量，制定 2025 年至 2030 年第一階段作業規範，優先聚焦於流通量大及消費者觀感中塑膠包裝使用過量或可輕易替代的商品，以降低環境負擔並增進消費者對零售業永續經營的信任。

我國現行法規，如「**限制含聚氯乙烯之平板包材、公告應回收容器及非平板類免洗餐具不得製造、輸入及販賣**」及「**網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式**」，已明確禁止在食品、飲品容器及網購包裝中使用含聚氯乙烯（PVC）的材料。禁用 PVC 包裝已成為未來趨勢，建議相關對象在推動包裝減量的同時，同步減少 PVC 包裝的使用。

1. 食品類-持續推動蔬果裸賣

表 1 為農業部農糧署建議可推動裸賣之 19 項蔬果品項，以減少一級包裝使用，惟考量部分品項屬地方特色產

品、進口商品、高單價商品，其包裝需求與市場特性可能不完全適用裸賣模式。因此，本小節提出之蔬果裸賣政策，並非要求表 1 所列 19 項蔬果全面實施裸賣，而是建議適用對象（如零售商或供應商）為消費者提供蔬果之裸賣選項，以滿足多元選購需求，同時促進環境永續及包裝減塑目標。

表 1 農業部農糧署建議之 19 項蔬果

分類	品項
雜糧及特用作物類	甘藷、玉米
蔬菜-根菜類	蘿蔔、胡蘿蔔
蔬菜-莖菜類	馬鈴薯、洋蔥、芋、麻/綠竹筍、薑
蔬菜-果葉類	甜椒
蔬菜-包葉菜類	甘藍
蔬菜-花菜類	花椰菜
蔬菜-瓜菜類	南瓜、胡瓜、扁蒲、西瓜
水果	鳳梨、酪梨、柑橘類

該列表為農業部農糧署依照「產銷履歷農產品生產過程，臺灣良好農業規範(TGAP)」所分類

2. 食品類-生鮮類減少使用生分解材質、不用發泡性塑膠

(1) 減少使用生分解材質包裝

生分解材質進入一般塑膠回收體系會降低回收效率，因其與傳統塑膠在化學結構及熔點上的差異導致混雜後影響回收料品質及加工性能，影響高價值應用。現有回收設施針對傳統塑膠設計，無法有效處理生分解塑膠，需額外成本分離，而消費者錯誤投放及教育不足可能進一步加劇混雜問題。

(2) 單一材質不用發泡性塑膠

發泡性塑膠因其低密度特性，運輸與儲存效率低，顯著增加回收成本，且其結構脆弱，易於碎裂並產生微粒，不僅污染回收流程，還會降低再生塑膠的品質。同時，發泡性塑膠清洗與分揀過程複雜，污染物易殘留，進一步影響再生塑膠的純度，後端處理部分，發泡性塑膠通常需要專用回收設備，與標準塑膠回收系統不相容，增加額外處理流程，降低整體回收效率。因此，單一材質使用發泡性塑膠在環境與經濟層面均不具優勢，不利於永續發展。

3. 食品類-減少使用非必要塑膠外包裝、襯墊，尋求塑膠包裝替代方案

為減少非必要塑膠外包裝及襯墊的使用，食品企業應全面評估並優化包裝設計，識別並消除多餘塑膠層，例如調味品的外層塑膠包裝或零食類的塑膠襯墊，從而降低環境負擔並符合全球減塑趨勢，這不僅有助於資源節約，還能提升品牌永續形象。

收縮膜（改善前）	不使用收縮膜（改善後）
	
收縮膜包裝（改善前）	不使用收縮膜（改善後）
	

收縮膜包裝（改善前）	不使用收縮膜（改善後）
	
使用外包裝（改善前）	未使用外包裝（改善後）
	
使用塑膠托盤、襯墊（改善前）	未使用塑膠托盤、襯墊（改善後）
	

4. 飲料類-減少使用收縮膜

現階段飲料類商品（如 6 入包裝）多數採用全包覆式收縮膜包裝，建議優先減少使用收縮膜包裝，改採用環境友善的替代包裝方式，並將二級包裝控制體積空隙率在 10%以下，包裝層數在 1 層以下。下列包裝方式可供適用對象參考，均符合減量要求並具可行性，具體設計如下所示。

- (1) **減少收縮膜包覆面積**：以現行市售全包覆式收縮膜包裝為基準，建議優化包裝設計，顯著降低收縮膜使用面積。改良後的包裝在實際收縮膜比例及視覺觀感上均呈現明顯減量，符合減塑規範要求。
- (2) **採用塑膠提環**：雖仍使用塑膠類材質，但提環包裝的材料使用量較少，消費者觀感更為簡潔，且兼具固定商品及便於攜帶的功能。

塑膠提環外觀	塑膠提環外觀
	

使用收縮膜（改善前）	不使用收縮膜（改善後）
	
使用收縮膜（改善前）	不使用收縮膜（改善後）
	

5. 化粧品及雜貨類-減少使用非必要塑膠外包裝

建議針對相同類型產品，在無特殊包裝需求（如功能性、衛生性或法規要求）的情況下，採用一致的包裝形式，減少或免除商品塑膠外包裝（如泡殼、塑膠盒等），同時，禁止使用 PVC 材質的收縮膜包裝，以有效降低包裝材料使用量，將二級包裝控制體積空隙率在 10% 以下，包裝層數在 1 層以下，改善對比圖如下所示。

此外，化粧品類商品包裝設計應盡量減少印刷需求，避免使用過多油墨或複雜圖案，以降低對後續回收體系的影響，同時應推廣商品本體包裝、容器使用再生料及輕薄化，以促進資源循環利用的高效性。

使用外包裝（改善前）	不使用外包裝（改善後）
	

使用外包裝（改善前）	不使用外包裝（改善後）
	
使用外包裝（改善前）	不使用外包裝（改善後）
	
使用塑膠外包裝（改善前）	不使用塑膠外包裝（改善後）
	

6. 清潔劑類-減少使用塑膠外包裝、使用單一材質、增加再生料使用及推廣補充機

在符合衛生福利部相關法規的前提下，**瓶器類商品應積極融入再生料、輕薄化**，以減少原生包裝材料的使用，降低環境負擔。**瓶身與噴嘴設計優先採用單一材質**，**避免複合材質的使用**，並移除外層收縮膜包裝，以提升後端回收處理效率。同時，嚴格控制二級包裝的體積空隙率於 15%以下，包裝層數限制在 2 層以內，簡化包裝結構，滿足消費者對永續環保包裝的期待，同時促進資源循環利用的整體效益。

此外，在衛生安全無虞前提下，於賣場內顯眼位置設置專屬的洗滌類產品補充站，配備完善的自助盛裝設施，方便顧客攜帶自備容器進行填充。以台灣主婦聯盟生活消費合作社設置自動洗衣精充填機為例（如範例圖），主婦聯盟於 2022 年 10 月在於其生活消費合作社（雙和站）首次設置自動洗衣精充填機，並於 2023 年 3 月擴展至碧湖、中壢、竹北、彰化、臺南及美術館等 6 個生活消費合作社站點，首月使用約 0.5 桶，第三月增至 1.5 桶每月，3 個月內減少約 36 個空洗衣精瓶，平均每月減少 4,608 公克

塑膠。



圖.自動洗衣精充填機

(五) 減量成果推估及應用

1. 方法 1：依減量品項計算

- (1) 統計企業年度減量：記錄當年度減量的品項數與商品包裝總減量重量。
- (2) 範例：115 年 A 廠減量 2 個品項，共減少 X 公噸包裝（其中包含 X 公噸塑膠、X 公噸紙類、X 公噸其他類）
- (3) 企業於年底統計並回報當年度減量的品項數與商品包裝總減量重量，若有使用再生料，亦同步回報。

2. 方法 2：計算包裝係數

- (1) 若 A 廠每年生產 50 件商品（所有商品合併計算），計算平均每公噸商品使用紙類、塑膠類及其他類包材各多少公斤（含一、二、三級包裝）。

(2) 範例：包裝係數=30 公斤/公噸商品

$$=(\text{塑膠類 } 10 \text{ 公斤} + \text{紙類 } 15 \text{ 公斤} + \text{其他 } 5 \text{ 公斤}) / \text{公噸商品}$$

(3) 依 2030 年塑膠包裝減量 5% 目標，其塑膠類減量即為以該商品塑膠類包材重量乘以減量目標(塑膠類 10 公斤/公噸商品 $\times 5\% = 0.5$ 公斤)。

3. 方法 3：其他經本署認可之方式（需事先與機關討論）

4. 塑膠包裝減量成效

考量部分業者已開始在商品包裝中採用再生材料，其使用量應計入減量成效的評估中。

塑膠包裝減量成效=每公噸商品塑膠包裝減少使用量+每公噸商品塑膠包裝再生料使用量

（六）成果彙總及揭露

適用對象應自主查核與彙整減量成果，個別效益納入企業永續報告書中揭露。同時，同步將個別成果資訊提交官方研析，以利後續政策之推動與執行。

六、成立商品包裝減量策略聯盟

為推動塑膠包裝減量並促進循環經濟，邀請相關業者及公協會組成零售商品包裝循環永續設計聯盟，作為協同減量行動的溝通平台，聯盟成員應依據作業指引自主實施減量措施，結合企業永續報告設定年度減量目標，並公開揭露推動成果，同時，成員應將可行做法回饋主管機關，作為後續法規檢討與修訂的參考。

（一）聯盟初期推動重點

1. 成立初期依據聯盟 2030 年目標，建立具體推動時間表與階段性成果指標，促成業者共識。
2. 定期舉辦技術論壇與創新交流活動，更新業者執行商品減量情形，以及是否在執行過程中有窒礙難行之處，持續滾動檢討。
3. 若業者已針對本指引推動的塑膠包裝減量商品實施相關減量措施，建議於聯盟會議中分享其減量成果，以供其他業者參考。

附件一 案例分享-台灣主婦聯盟生活消費合作社

主婦聯盟成立於 1989 年，旨在透過日常生活實踐推動環境保護與永續發展，主婦聯盟積極推廣包裝減量，鼓勵消費者與生產者共同實踐綠色消費，以減少資源浪費與環境負擔。透過教育宣導、政策倡議及實際行動，基金會推動「源頭減量」理念，提倡簡約包裝、裸賣及重複使用容器等方式。例如，主婦聯盟透過其生活消費合作社，與在地小農及生產者合作，優先選用低包裝或無包裝的產品，並鼓勵社員自備容器購買，減少一次性塑膠包裝的使用。

（一）蔬果膜袋回收再製、網袋回收再使用

主婦聯盟針對商品包裝的減量行動中，回收專案尤為突出，根據合作社物流部統計，2021 年使用約 9.7 公噸的蔬果 PP 膜袋，為了減少廢棄物，2023 年主婦聯盟生活消費合作社在全台 55 間站所推動蔬果膜袋回收計畫。

社內蔬果塑膠包裝袋由於使用單一材質，符合膜材回收的要素，所以只要將塑膠袋清洗乾淨、貼紙剪除，不要讓菜渣或殘膠造成碳化，即可進入回收體系，經過熔融、造粒等製程，與工業用塑膠膜一樣，成為有循環再利用價值的再生塑膠粒。



圖. 回收塑膠製成可循環再利用的再生塑膠粒



圖. 膜袋回收五步驟

另一方面，主婦聯盟也持續推動蔬果裸賣，部分蔬果採取完全裸賣方式，例如香蕉、大頭菜、南瓜、青木瓜及哈密瓜等，直接減少包裝材料使用，對於某些因產品特性無法直接貼標的蔬果，如薑、蒜、洋蔥、苦瓜、絲瓜、馬鈴薯及紅白蘿蔔等，則使用可重複使用網袋包裝，取代一次性塑膠袋，並積極推行網袋回

收與重複使用，以降低環境負擔，葉菜類因需確保新鮮度、品質管理及隔絕污染，目前仍採用塑膠袋包裝。

主婦聯盟合作社的「網袋回收包材再使用」計畫截至 2021 年，網袋回收率已接近八成。



圖.網袋回收四原則

(二) 100%回收塑膠瓶器

2020 年推出合作社第一支 100%回收塑膠瓶器，由 4 支回收牛奶瓶製成，不使用新塑料或購買回收塑料，洗衣精瓶使用的回收塑料，100%來自社員回收的牛奶瓶，從空瓶回收到再製產品，不使用新塑膠，雙重減塑。



圖. 100%回收塑膠瓶器

(三) 推廣再生材料

主婦聯盟積極倡導在食品容器中使用再生材料（如 rPET），於 2025/05/21 發表全台首支瓶身含食品容器級再生塑料（rPET）的瓶裝茶飲，再生塑料含量達 30%，推動「瓶到瓶」循環經濟，並呼籲政府加速法規制定。

(四) 推廣無包裝店鋪

主婦聯盟推廣無包裝店鋪，鼓勵消費者自帶容器購買商品，減少包裝材料的使用。2021 年 12 月 15 日，主婦聯盟開始推廣此概念，讓顧客可以帶自己的容器購買商品。

附件二 案例分享-國外包裝減量案例

國家/地區	行動措施	案例說明	圖示
歐洲 ¹	收縮膜減量與循環回收	Blue Box Partners 的 ECOGRIP 使用可回收瓦楞紙板替代塑膠收縮膜，適用於多瓶包裝。	
美國 ²	使用再生塑膠棧板	Walmart 使用 iGPS 的再生塑膠棧板，可重複使用並回收再利用。	


¹ <https://vpkgroup.com/en/cases>

² <https://igps.net/resources/plastic-pallets-your-definitive-guide/>

國家/地區	行動措施	案例說明	圖示
英國 ³	推廣補充裝產品	Sainsbury's 試行 Ecover 補充站，顧客可自帶容器裝填清潔產品，降低一次性塑膠容器使用。	
北美 ⁴	重新設計產品包裝	Coca-Cola 減輕 PET 瓶重量，從 21 克減至 18.5 克，減少塑膠使用。	


³ <https://www.housebeautiful.com/uk/lifestyle/eco/a31183913/supermarket-refill-stations/>

⁴ <https://www.coca-colacompany.com/media-center/coca-cola-north-america-debuts-new-lightweight-pet-bottle-designs>

國家/地區	行動措施	案例說明	圖示
全球 (法國起) ⁵	推廣再生材質使用	P&G 的 Head & Shoulders 洗髮精瓶使用 25%海洋塑膠垃圾，促進循環經濟。	
美國 (全球供應鏈) ⁶	與供應商協商優化包裝設計	Walmart 的永續包裝計畫要求供應商採用 100%可回收包裝，增加再生內容物，目標 2025 年私品牌包裝全數可回收或重複使用。	


⁵ <https://www.seinsights.asia/article/4686>

⁶ <https://www.walmartsustainabilityhub.com/waste/sustainable-packaging>

國家/地區	行動措施	案例說明	圖示
英國 ⁷	設立回收設施	Sainsbury's 在英國約 275 家超市設置店內回收點，回收紙張、玻璃、電池、紡織品及四邊形紙盒，促進顧客參與。	
芬蘭（全球服務） ⁸	推廣循環網購包裝	RePack 提供可重複使用的電子商務包裝，顧客郵寄回送以循環使用，適用於時尚與寵物食品等網購類別。	

⁷ <https://www.sainsburys.co.uk/>

⁸ <https://www.repack.com/>

國家/地區	行動措施	案例說明	圖示
歐洲（德國、英國、西班牙等多國） ⁹	推廣運送循環箱	IFCO 可重複使用塑膠容器在歐洲零售業的應用。IFCO 與零售商（如 Tesco、Lidl、Aldi）及物流供應商合作，使用可重複使用的再生塑膠箱運送新鮮蔬果、肉類及烘焙產品至門市，取代一次性紙板箱或塑膠包裝。	

⁹ <https://www.ifco.com/ifco-rpc-benefits/environmental-impact/>