

2022 仿生沙龍~「不廢青年新視界」 PackAge+ 配客嘉循環網 購社會企業案例介紹

撰文/江佳純

大自然的循環裡沒有廢棄物，如何降低循環袋逆物流成本、提高袋箱歸還率，除導入智慧科技應用外，消費者的認知與行動是推動循環經濟的關鍵！

依據經濟部主計總處統計，我國零售業網路銷售因疫情加速成長，2021 年達 4,303 億元，創統計發布以來新高，年增 24.5%。環保署統計一年約使用 3.5 萬公噸網購包裝（約達 1 億個）。包裝垃圾所產生的碳排放約 11.3 萬公噸，需要 1,000 萬棵樹木才能吸收，相當於 1,729 座大安森林公園。為減少包裝塑膠垃圾的浪費，環保署自 108 年起推出「網購包裝減量指引」，涵括了三大目標：包裝減量、環保材質以及循環包材。目標為 2019 年底前達成包裝材重量低於包裹總重的 10%、封箱膠帶不超過包裝箱長高總和的 2.5 倍；2020 年底前達成包裝材單一可回收材質（紙或 PE）、包裝箱（袋）使用 100% 回收紙或 25% 塑膠再生粒料製作、紙板保持原色、印刷面積小於 50%、包裝箱（袋）、緩衝材、膠帶不使用 PVC 等規範；2022 年時網購包裝出貨使用可重複循環包裝箱（袋）達 10%。匯集多家業者成立「網購包裝減量聯盟」，當中成員 PackAge+ 配客嘉社會企業的目標，是希望以「網購循環包裝」改變台灣的網購生態系。本文將介紹配客嘉社會企業的營運模式，並探討面臨之挑戰。

PackAge+ 配客嘉社會企業成立於 2019 年 4 月，公司的願景是打造永續購物生態，重新給消費者選擇環保的權利、共創社會價值。目前員工數為 25 人，資本額為 4,636 萬元。主要服務為提供網購電商可重複使用的網購包裝系統，也結合 SDGs 開發為多元議題發聲的永續產品。創辦人葉德偉是政治大學國際經營與貿易學系碩士、曾是網路電商蝦皮賣家、網購狂人，由於其電商服務因一次性包裝曾獲負評，他的團隊因而反思開發可重複使用的網購循環包裝。配客嘉 2019 年成立後，加入環保署「網購包裝減量聯盟」，2020 年獲得台積電文教基金會贊助、識富天使會等天使輪的投資，然與大型通路商或物流提案並不成功，因此轉而從型塑消費者意識開始、進行消費者溝通、影響消費行為，同年在 flyingV 群眾募資獲得第一桶金 600 萬元，循環包裝服務得以上線，Pre A 輪獲得中信創投及李長榮化工的投資。2021 年陸續開展業務，目前已和近 50 家品牌電商合作，除了自有的環保網購平台「環選購」，還包括台塑購物網、好日子 agooday、nozzle quiz、艾瑪絲 AROMASE 等，也與超過 450 家包裝歸還點

合作，包含 7-ELEVEN、全家便利商店、家樂福、主婦聯盟等。2022 年七月，配客嘉與全台全家便利商店合作，歸還據點從 450 家成長到近 3,800 間門市能配合循環包裝回收，達成網購取貨、歸還包裝一次完成的目標。

從回收紙箱到網購循環包裝袋

2018 年配客嘉團隊先從回收紙箱開始，讓蝦皮、PCHome 等個人賣家寄貨到公司倉庫，再由拾荒者以撿來的二手紙箱包裝出貨。不過團隊發現紙箱的規格不一，且回收體積大佔空間，再加上合作的電商對於二手紙箱的衛生與外觀不佳產生疑慮，影響消費者觀感。2019 年初團隊調整方向，與「FNG 世代設計」合作，歷經十個月、打樣超過 100 多次，以回收寶特瓶與玻璃再製材料結合經驗，開發出符合電商出貨的袋型與箱型。重新設計的循環包裝袋具設計感、使用方便、具防水、防汙、防撞、防盜等功能，更可重複使用 50 次以上。據團隊估算，平均使用一次可減少約 1.2 公斤的碳排放以及 300 公克一次性的網購包裝材使用。相較傳統的破壞袋、防撞包材，循環袋可節省 10% 的成本，還能提升企業環保形象、再回購率，促進電商合作租用循環袋的意願。

PLOOP 循環包裝系統_簡便流程搭配優惠誘因刺激回購歸還

PackAge+ 配客嘉串連起電商、歸還店家（實體通路）及消費者，打造循環包裝系統，循環包裝平台於 2020 年 10 月上線，以雙北為主，持續擴及桃園、新竹、台中、台南與高雄，這幾個縣市的網購包裝使用量已佔全台 83%。PackAge+ 配客嘉循環包裝系統運作模式如下：

- (1) 配客嘉租賃循環包裝給電商：對中小品牌電商而言，紙箱採購量不大，在紙箱成本上漲的情況下，租賃費用和一般的紙箱費用不會差太多成為合作誘因。
- (2) 電商以循環包裝出貨：除了成為綠色電商、提升

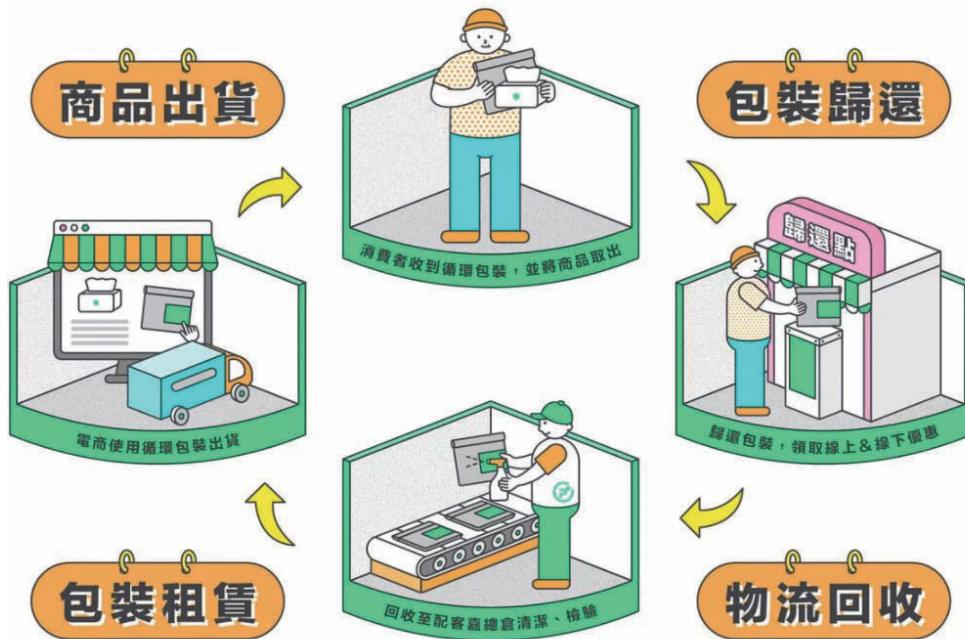
品牌形象，在成本上相較傳統包裝估計能結省 10%，無須額外購置防撞耗材，出貨較為迅速，只須裝貨、包裝、密封即可出貨。

- (3) 消費者收到商品後至合作店家歸還包裝：除設置歸還點，部分合作店家也會提供回饋。
- (4) 合作物流業者回收循環包裝交由清潔團隊清理：透過連鎖業物流車，或配客嘉派送的物流車到不同門市把這些包裝回收回來，由配客嘉合作的第三方倉儲業者，做清潔和整理，直接給倉儲業者的客戶做使用。配客嘉也兼顧社會面的關懷，與弱勢就業者合作，進行包裝外觀與功能性的檢查、殘膠清除、內外髒汙清潔與消毒，最後進行表面殘留溶劑的清潔，希望能讓循環包裝創造更多公益價值。

對消費者而言流程簡便，只要網購下單時選擇循環包裝、取貨時能馬上歸還（例如超商取貨當下歸還）或 2 周內歸還，歸還後還能取得歸還優惠（例如超商咖啡）。配客嘉歸還流程於 LINE 中進行，點選後進入地圖，查找最近的歸還點、掃描包裝及歸還點 QRcode 後即完成。歸還完成之使用者，可於電商及歸還點領取歸還優惠，創造誘因，鼓勵消費者再回購歸還。根據 2021 年團隊市調統計，配客嘉營運至今，在電商方面導購成功率達 26%，在客單價、選用率、新客皆有明顯的成長；對歸還通路來說，則有 5 到 7 成的消費者在歸還的同時進行消費，促成通路再合作的意願；在整體的使用流程，消費者滿意度高達 4 顆星，在回饋的加成下，歸還率也高達 86%。

配客嘉 PackAge+ 循環島計畫

2021 年底配客嘉啟動 PackAge+ 循環島計畫，對象包含消費者與企業。在消費者端運用群募方式，希望從網購擴展至實體購物點，讓循環購物袋運用以租代買方式提供服務給忘記攜帶環保袋或因購買過多物品環保袋不足的消費者。為觸及年輕族群，將歸還體驗遊戲化，只要達成遊戲里程碑，可兌換種樹或其他優惠，藉此也能收集消費者的減碳



資料來源：PackAge+配客嘉社會企業官方網站。

圖一 配客嘉循環包裝系統

成果、為碳權計算累積數據。然因應疫情，提倡無接觸或避免接觸的政策，「網購包裝循環」中重要的「包裝歸還」受到影響，因此群募專案於 2022 年 1 月底中止暫緩。

觀察企業落實 ESG 與企業公益形象的需求，配客嘉也規劃企業合作方案，協助企業內部物流循環、跨產業間循環（例如製造商出貨給通路商）、外送包裝循環或企業贊助包裝作為公益形象使用。企業可租賃公版包裝或買斷客製化包裝，實際達成包材循環、創造永續公關效益。配客嘉規劃為響應的企業在網站上進行視覺化成果曝光、每季專題影響力報導，以及透過論壇等實體活動曝光。企業支持使用循環包裝袋的費用，所觸及的客戶或消費者，等同於行銷廣告的花費，配客嘉會利用手機推播該商家廣告、或利用實體歸還通路的歸還箱進行曝光。此外，也邀請企業藉由贊助企業總部週邊社區循環包裝袋，協助社區減碳，只要社區夥伴租借與

歸還皆會跳出贊助企業的永續資訊資訊，進行曝光。

營運模式面臨的挑戰

配客嘉的網購循環包裝系統涉及的利害關係人包含電商、物流、通路和消費者，甚至政府。每個面向的需求要達到平衡、還需獲利並不容易。對電商而言，要求成本外，消費者以及通路與物流是否願意配合是關鍵；對通路與物流而言，作業流程和逆物流處理所衍生的人力成本是關鍵、也要考量歸還率的問題。對於消費者而言還須熟悉這項新的服務，接受後支持不易，對於新服務會產生疑慮，也是循環經濟商業模式會面臨的挑戰，包含如何確保包裝袋已清洗乾淨、如何確保包裝袋沒有被其他人打開過或者雖然標榜環保，但包裝的循環，因加入清洗、交通運輸等，是否造成更多的碳排等，再加上配客嘉的循環服務在逆物流的高成本下，結合社會公益、扶助弱勢團體進行包裝清理工作，讓營運

獲利備受挑戰。

配客嘉團隊目前除持續進行消費者溝通，讓更多消費者加入使用循環包裝的行列，也積極的尋求更多企業合作，進一步讓循環包裝系統不拘限於電商網購，也能成為外送包裝袋、門市購物袋等，涵蓋整個通路包裝的循環系統，讓台灣成為世界第一的零浪費網購國家，以台灣經驗進軍進軍海外市場。除了網購循環包裝外，配客嘉也跨足綠色網購、綠色商品、社會關懷、企業 ESG 顧問服務，希望藉由多元的永續發展解決方案創造營收，更永續的經營。

AgBIO

江佳純 台灣仿生科技發展協會 秘書長

參考文獻

1. 網購市場順勢躍升新高，成長率優於整體零售業，經濟部統計處，2022/02/15 From https://www.moea.gov.tw/Mns/dos/bulletin/Bulletin.aspx?kind=9&html=1&menu_id=18808&bull_id=9673。
2. 行政院環境保護署「一次用產品源頭減量宣導網」 From <https://hwms.epa.gov.tw/dispPageBox/onceOff/onceOffDetail.aspx?ddsPageID=EPATWH123>。
3. 孫文臨，疫情導致網購量大增 環保署長：今年包裝減量目標有難度，環境資訊中心 2020/04/20 From <https://e-info.org.tw/node/224133>。
4. 環境資訊中心記者 孫文臨報導 環署推「網購包裝減量」聯盟 PChome、蝦皮等獲標章 年減1700噸包材 From <https://e-info.org.tw/node/220832>。
5. 配客嘉官方網站 From <https://www.packageplus-tw.com/>。
6. 配客嘉葉德偉創辦人簡報(2022年1月15日於仿生沙龍)。
7. 梁姍樺，配客嘉點石成金 網購垃圾變身實質回饋，工商時報 2022/07/26 From <https://ctee.com.tw/industrynews/technology/685448.html>。
8. 曾彥菁，3C 電商的贖罪旅程，為 8,000 萬個網購垃圾找解方：配客嘉 PackAge+ 網購循環包，Canopy 樹冠生活2020/12/18 From <https://canopi.tw/lifestyle/living/packageplus/>。
9. 宅經濟大爆發，配客嘉專攻循環包裝生態系，Power for Pitch 2021/9/10 From <https://www.powerforpitch.com/blog/packageplus-news>。
10. 嘖嘖 配客嘉「循環島計畫」募資中止公告 From <https://www.zeczec.com/projects/packageplustw>。