

解析「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」

2024.03.27

解析「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」

早期人們習慣上街購物或致賣場採購生活所需，隨著資訊時代逐步向前，人們購物習慣漸漸轉移到網路購物，除商品更多樣化外，價格也更加透明且可比較，而COVID-19疫情期間，又更將網路購物推至另一個新高峰。然網路購物之商品運送過程中為確保商品完整，業者採用各式外包材或防撞材料等網購包材，也因此產生大量廢棄物。依據經濟部統計，紙類包裝材推估耗能約13,000公噸油當量，耗用160,000至380,000萬公噸水資源，整體網購包裝碳排放量達78,000公噸二氧化碳當量，顯示網路購物之業績提升，亦造成許多不見的污染源，因而從源頭管理，將可降低廢棄物產生及減輕對環境負荷。

環境保護署為強化我國網購包裝管理方式，於民國112年2月16日發布「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」(以下稱公告事項)，並自民國112年7月1日起正式實施，相關規範將依網際網路零售業者之規模，而對其所使用包材之限制、減量措施目標、每年提報成果及第三方確信等進有不同程度之規範，相關重點說明如下：

限制使用對象及包裝材料限制 (不含透過網際網路之個人對個人消費交易模式)

限制使用對象(不論規模大小)	包裝材料限制
<u>網際網路零售業(B2C)</u> 係指以網際網路方式零售商品之行業，以網站(含行動應用程式等)形式提供商品資訊，消費者經由網際網路下訂單後，將商品遞送至消費者處之業者。	1. 不得使用含聚氯乙烯(PVC)材質之物品。 2. 所使用之紙類相關包材其回收紙混合率應為90%以上。 3. 所使用之塑膠類包裝箱(袋)及緩衝材其應以再生料摻配比率25%以上製成。 豁免規定： 以 <u>循環箱(袋)與原箱出貨</u> 之網際網路購物包裝者，免依上述第2點及第3點規定辦理。

包裝方式規定

✚ 規範對象：

條件門檻	中型業者	大型業者
資本總額、實收資本額或在中華民國境內營運資金達，或	5,000 萬元以上	15,000 萬元以上
網際網路零售業之自有到店取貨據點數達	300 以上	500 以上

✚ 商品包裝重量比值應符合下列規定：

包裝箱(袋)內商品總重	包裝重量比值
250g 以上~未滿 1Kg	<40%
未滿 1Kg~未滿 3Kg	<30%
3Kg 以上	<15%

[商品包裝重量比值公式=包裝材料重量/(包裝材料重量+商品總重量)*100%]

✚ 豁免規定：

中型業者及大型業者以循環箱(袋)與原箱出貨之網際網路購物包裝，免依上述包裝方式規定辦理。

大型業者減量目標 (擇一辦理)

時 程	包裝材減重率	循環箱(袋)使用率
至 113 年 12 月 31 日	至少 25%	至少 2%
至 114 年 12 月 31 日	至少 30%	至少 8.5%
至 115 年 12 月 31 日	至少 35%	至少 15%

- 減重率計算公式=(基準年年度平均包裝材重量-年度平均包裝材重量)/基準年年度平均包裝材重量*100%
- 使用率計算公式=年度循環箱(袋)出貨件數/年度總出貨件數*100%

計算平均包材減重率公式中所提之基準年：

108 年前設立者	108 年後及公告事項 實施前設立者	公告實施後設立者
自 108 年至 112 年，擇一年度作為 基準年	自設立當年度至 112 年，擇一年度作 為基準年	基準年為設立當年度

大型業者應提報資訊

項 目	公告事項內容
提報期限	應於 <u>每年3月31日前</u> 提報中央主管機關 <u>年度減量成果</u> ，並保存網際網路購物包裝材料 <u>來源憑證</u> 或 <u>經供應者簽章證明</u> 之紀錄等文件 <u>至少5年</u> 。
成果內容 (報告內容)	✚ 減量成果<u>至少包含</u>下列資訊<u>且須經會計師出具核閱報告書</u>： 1. 基準年之網際網路銷售件數、網際網路購物包裝材料總重量及分項重量。 2. 上一年度網際網路銷售件數、網際網路購物包裝材料總重量及分項重量。 3. 上一年度循環箱（袋）出貨件數及循環箱（袋）使用個數。 4. 上一年度原箱出貨件數。 5. 上一年度經回收再使用之包裝材料數量。 6. 平均包裝材減重率或循環箱（袋）分年目標及達成情形。 7. 其他相關佐證資料。 ✚ 前項包裝材料來源憑證或文件紀錄應<u>至少包含</u>下列資訊： 1. 收貨日期或批號。 2. 包裝材料之名稱。 3. 包裝材料之淨重、容量或數量。 4. 包裝材料之回收紙混合率或再生料摻配比例佐證資料。 5. 膠帶材質佐證資料。 6. 供應者之名稱、地址及其他聯繫方式（電話或電子郵件）。 ✚ 未達平均包裝材減重率或循環箱（袋）使用率年度目標時，應併同前項年度減量成果向中央主管機關提報精進計畫，並於<u>精進計畫執行結束後6個月</u>內向中央主管機關提報其執行成果，<u>且須經會計師出具核閱報告書</u>： 1. 精進計畫應包含預定採行之減量精進方式、執行期程及預期效益。 2. 執行成果應包含採行之減量精進方式、執行期程及減量成果佐證文件。

常見問題

Q：企業規模判斷基準係採用「資本總額、實收資本額或在中華民國境內營運資金」，為何不採用直接關聯性之網路購物銷售額做為基準？

A：參考各主管機關 ESG、碳盤查或減碳等政策之推動方式，一貫採用大帶小模式，而資本額代表企業可調動資源，故企業規模通常採資本額做為判斷基準。

Q：企業規模判斷基準中之「資本總額」，是否僅限實際出資額？

A：依本所洽詢主管機關之回覆，資本總額除無限公司、有限公司或兩合公司章程所訂之資本總額外，亦包含股份有限公司章程所訂之額定股本(經濟部商業司工商登記公示資料查詢網頁所列之資本額總)。

Q：多數企業於官網設置購物功能，係為增加產品曝光度，僅有極少數買家會自官網下單出貨，雖企業資本額符合大型企業，但銷貨額卻極低，是否也需大型企業之規範辦理？

A：目前尚無對銷貨額之豁免規定。

相關規範目前已上線施行，對於網際網路零售業者均有一定程度之衝擊，故對於規範之要求，應尋求合格之包材供應商，並建立必要之管理程序，以利後續相關資訊之生產。另尚有多數企業，因企業官網設置購物功能，雖僅有零星銷售，亦需比照中、大型企業之規定辦理，除遵循前述規範辦理外，亦可洽詢專業人員之意見，避免無法完成規範事項而受罰。

Contact us



曾國富
合夥會計師兼副所長
Tel：+886(2)2516-5255 #102
[Email：tseng@clockcpa.com.tw](mailto:tseng@clockcpa.com.tw)



吳欣亮
合夥會計師兼副所長
Tel：+886(2)2516-5255 #166
[Email：samwu@clockcpa.com.tw](mailto:samwu@clockcpa.com.tw)



彭莉真
合夥會計師
Tel：+886(2)2516-5255 #190
[Email：janetpeng@clockcpa.com.tw](mailto:janetpeng@clockcpa.com.tw)



賴家裕
合夥會計師
Tel：+886(2)2516-5255 #230
[Email：adt59@clockcpa.com.tw](mailto:adt59@clockcpa.com.tw)