

# “双十一”将产生数十万吨垃圾 敲响绿色警钟

“双十一”扫货“狂欢”之后，接踵而至的是快递大潮。据国家邮政局预测，今年“双十一”期间将产生超过15亿件包裹，同比增长35%以上，包装的后续处理面临很大压力。

“新华视点”记者调查发现，近期，有的清洁焚烧中心进场垃圾处理超过设计能力。一些电商物流企业“双十一”前推出共享快递盒、循环包装袋等，但实际效果有限。

## “双十一”快递同比激增，清洁焚烧中心垃圾处理负荷超过设计能力

“双十一”刚刚结束，记者在北京师范大学西门外快递服务中心看到，满大街待取货物堆积如山，走道上数十名工作人员正忙着分拣货物装进2000多个“近邻宝”智能快件箱里，来取件的学生络绎不绝，场面十分壮观。停在路边卸货的顺丰快递员表示，最近业务量是平时的3到4倍。

业内人士告诉记者，如果按业内每个包装箱0.2公斤的通常标准保守估算，今年“双十一”期间15亿件快递，将至少产生超过30万吨的垃圾。

在北京市西城区某居民小区，尽管楼下放着一排分类垃圾箱，但旁边却堆满了包装垃圾。环卫工谢阿姨说，这几天清理快递包装花的时间最多，“有的业主拿到快递后，一边走一边拆，包装袋也是边走边扔，到处都是”。

北京市朝阳循环经济产业园清洁焚烧中心运行部副经理王士说，本来设计日处理能力为1800吨，而这段时间，每日进场的垃圾均超过2000吨。其中，纸板、塑料袋、气泡垫、编织袋等数量有明显增加。

除了数量激增，快递垃圾分类不到位，也给处理带来难度。

“包装中用的很多胶带、塑料泡沫，在焚烧炉中燃烧产生的黑胶会对炉壁有影响，增加清理成本。”朝阳循环经济产业园管理中心党总支书记郭团会说。

郭团会介绍，一个包装至少可分出3-4类垃圾。现阶段如果实在分不了，纸箱一定要分出来。据不完全统计，每天朝阳区收过来的纸箱，占全部生活垃圾的15%。

中国快递协会副秘书长杨骏说，每年由快递包裹带来的包装废弃物达到百万吨，很多都是直接送垃圾场焚烧或填埋，带来的资源浪费和环境压力很大。

## 共享快递盒、循环包装袋使用比例较小

记者采访发现，“双十一”期间一些电商和物流企业已开始推广使用绿色包装。

菜鸟驿站站长葛均国说，驿站每天进出的快递达上千件，业务量估计增长到平常的2.5倍，产生的纸箱量极为可观。菜鸟物流在全球启用20个“绿仓”，使用免胶带的快递箱和可降解的快递袋，并且开展快递纸箱回收行动。此外，京东配送采用循环包装袋、可折叠保温周转箱等方法，减少泡沫箱、纸箱、冰袋的使用。苏宁则投放了5万个共享快递盒。

在上海财经大学的一个菜鸟驿站，回收箱上写着“多放入一个纸箱，多拯救一棵绿树”，不时有学生从驿站取到快递后，当场拆箱取出物品，将纸箱投到回收箱中。

从企业公布的数据来看，苏宁共享快递盒累计流转825000次；菜鸟宣称，“双十一”近1000万个快递纸箱得到回收。

然而，相对于今年“双十一”15亿件的快递量，这些“绿色快递”显得“杯水车薪”。

“单2017年9月份全国完成快



递业务36亿件，对这个量级的快递包裹普及循环快递盒，短期内很难做到。从目前来看，我国绿色物流的发展还处于初级尝试阶段，绿色包装材料的应用也并未普及。”中物联金融委咨询中心副主任郭苏慧表示。

不少网购“剁手族”称，接触到的绿色快递包装很少。胡女士“双十一”期间买了16件商品，但没收到一件可循环使用的包装。部分使用过共享快递盒的网友也表示，尽管理念很好，但还是因“不方便当面拆解、不在家无法签收、快递小哥嫌麻烦”等状况影响普及。

## 减少快递垃圾需要全链条推广绿色物流

环保部等十部门在“双十一”前联合发布的《关于协同推进快递业绿色包装工作的指导意见》提出，到2020年，中国可降解的绿色包装材料应用比例将提高到50%，平均每件快递包装材料减少10%以上。

从事塑料包装研发的金发科技股份有限公司副总经理蔡彤说，快递量每年都在快速上涨，对环境产生影响更大，这就需要

推广生物降解的绿色包装。

浙江永康的某玻璃厂负责人张先生说，一只不可降解的塑料袋是8分钱，一只可降解的塑料袋价格是它的4至5倍。“玻璃杯行业竞争激烈，我们卖的杯子利润微薄，如果使用可降解材料，成本太高，会挤压利润空间。”

北京一撕得物流技术有限公司创始人邢凯说，他们生产的单个拉链纸箱的成本，要比普通纸箱贵30%-50%。去年卖出的1亿多个环保型纸箱中，采购方大部分都是品牌商，中小商家出于成本考虑，采购数量不多。

菜鸟网络董事长董文红说，快递包装产业链各主体应联动合作，实现产业链整体“绿化”。对于增加的成本，应该国家政策扶持一部分，商家和物流给予一定补贴和支持，此外，消费者也要承担一部分。

“仅从物流环节推广绿色包装往往流于形式，效果不理想。”中国物流学会特约研究员杨达卿表示，减少快递污染，需要调动商家、平台以及物流全流程的积极性，在源头端减少过度包装，推广可降解包装材料。同时，要提高消费者环境意识，认真落实垃圾分类。 据新华社

## 我国城市发展将“向地下要空间”

新华社电 为统筹城市地上地下开发，加强城市地质调查城市化服务，我国将扩展城市地下发展空间，优化城市空间结构，以充分利用地热、地下空间、地质遗迹、地下水资源。

记者在15日召开的全国城市地质工作会议上获悉，中国地质调查局联合中国土地勘测规划院，分析了我国19个城市群的资源环境承载能力、337个主要城市的优势地质资源和重大地质问题，形成我国城市地质资源环境状况的总体认识，提出优化城市群发展规模和布局、发挥城市地质资源优势、保障城市地质安全的对策建议。这些建议主要包括：要充分考虑到水土资源开发利用程度和地质环境安全条件。推动城市绿色发展，应充分利用地热、地下空间、地质遗迹、地下水等4大地质资源优势。提高城市安全保障和防灾减灾水平，建设美丽城市，需要高度重视滑坡崩塌泥石流、地面沉降、岩溶塌陷、活动断裂、水土污染等5个地质问题。

## 889家公证机构“变身”完成改制

新华社电 我国889家行政体制公证机构“变身”事业体制，从此将有更多的公证机构、公证员为社会公众提供更便捷的公证服务。

记者15日从司法部获悉，这项改制原本要求年底前完成，现已提前全部完成改制任务。

由于行政体制公证机构改成事业体制公证机构任务一直没有得到落实。截至2016年底，全国3001家公证机构中行政体制的公证机构占近三成。一些地方公证队伍发展不起来，服务能力跟不上，甚至出现一证难求的现象。

为了更好地完成这项改制，司法部将公证改革列为全年司法行政改革重点督查任务，建立通报制度，并派出督查组赴全国一半以上省份实地指导督促公证改革工作。

## 警惕抽“大奖” 诈骗圈套

新华社电 诈骗团伙通过免费赠送剃须刀、水杯等物品，进行抽奖诈骗。兰州市公安部门提醒市民提高防范意识，切勿贪小便宜吃大亏。

记者从兰州市公安局便衣侦查支队了解到，诈骗团伙通过免费赠送剃须刀、水杯、平板电脑等物品，诱导市民抽“大奖”。抽中有奖则有几十元到几百元的现金奖励；抽中无奖，抽奖者每次需要交费200元。诈骗团伙一般5人以上，一部分负责抽奖，其余负责当“托”，蒙骗抽奖者。如抽奖者不交钱，候在旁边的同伙就会对其进行威胁。

据办案民警介绍，抽“大奖”陷阱多出现在车站、医院、居民聚集区等人流密集场所。诈骗团伙主要利用外来人员多、市民贪图小便宜、法律意识淡薄等特点进行诈骗。

警方提醒市民提高警惕，做好防范，不要贪图小便宜掉入诈骗团伙设置的陷阱。受骗的市民要及时报警，积极配合公安机关破案。

# 网上零售增势强劲 为何商家争着往线下跑？

国家统计局14日公布的数据显示，今年1至10月份，社会消费品零售总额297419亿元，同比增长10.3%。同期，全国网上零售额55350亿元，同比增长34.0%，比上年同期加快8.3个百分点。

记者采访发现，虽然网上零售增势强劲，但以阿里、京东为代表的电商巨头正把线下零售作为重要阵地，加快探索和布局，推动着“人、货、场”等商业要素的重构。

值得一看的就是今年“双十一”。来自阿里巴巴的数据显示，今年有海内外超过百万商家打通线上线下，52个线下核心商圈、近10万智慧门店、60万家零售小店等参与；苏宁上海首家无人店在“双11”前夕亮相，还有近10

个商圈的新店在进行选址。另外，万达网络上线了新版生活服务类应用“飞凡APP”，线上线下协同推出打折优惠，引导用户到线下消费。

“一方面是目前线上的获客成本非常高，另一方面是消费者对于体验需求日益增长，相对传统电商与实体门店，线上+线下的竞争优势明显，也是大势所趋。”野村证券互联网和新媒体研究主管史家龙说。

中国连锁经营协会副秘书长武瑞玲在“2017新城商业年会”上表示，今年前10个月，实体零售业态消费市场表现越来越好。“实体零售企业的整体利润水平普遍提升。线上零售企业越来越认识到拓展线下的重要性。未来，网上零售对实体零售

不应再是冲击，而成为一种市场细分。”

在这股新零售风潮下，不少标杆房企亦开始把拓展实体商业资源作为转型的重要方向。如已在45个城市布局了53座吾悦广场的新城控股，今年商业板块的表现极其亮眼。数据显示，今年上半年，吾悦广场销售额达111.59亿元，实现租金及管理费收入3.44亿元，出租率达97.07%。

新城控股高级副总裁欧阳捷表示，2017年吾悦广场的年租金总体目标为10亿元，计划到2020年实现开业百座。“消费者除购买优质商品外，对于体验式消费乃至精神消费需求将逐渐凸显，我们将以此吸引周边5公里的居民，提高客群黏度。”

另外，今年7月，万科宣布

斥资169亿元参与物流巨头普洛斯的私有化，双方在现代化仓储设施市场的占有率约为50%。

万科为何不集中精力做上千亿元的房地产开发生意，反而去赚物流仓库“几分钱”的小生意？张旭认为，“中国社会消费品零售总额每年以超过10%的速度增长，物流配送搭建的供应链效率决定了实体零售企业业绩的提升，因此未来现代化物流将是一门大生意。”

“过去单纯的线上线下只不过是扩展了消费渠道，并没有提升顾客的消费体验。”中国电子商务研究中心主任曹磊认为，未来新零售就是“线上+线下+物流”，其核心是以消费者为中心的会员、支付、库存、服务等方面数据的全面打通。 据新华社