

# 电子商务环境下物流包装发展与问题探讨

## Discussion on Logistics Packaging Development and Problems in E-Commerce Environment

周蓉

ZHOU Rong

顺德职业技术学院经济管理学院  
广东 佛山 528333  
Shunde Polytechnic School of Economics  
and Management, Foshan 528333, China

**【摘要】**随着“互联网+”的日益普及,网购已成为民众日常生活中不可缺少的一部分。作为其中的伴生元素,包装能否跟上电子商务发展的脚步?目前网购中物品包装存在哪些问题?种类繁多的包装材料又给环保带来了什么样的压力?论文主要对这些问题的形成和解决方案进行了分析和探讨。

**【Abstract】**With the increasing popularity of "Internet Plus", online shopping has become an indispensable part of people's daily life. As an accompanying element, can packaging keep up with the pace of e-commerce development? What are the problems of packaging in online shopping? What kind of pressure does the packing material bring to the environment? The thesis mainly analyzes and probes into the formation and solution of these problems.

**【关键词】**电子商务;包装;环保

**【Keywords】**e-commerce; packaging; environmental protection

### 1 引言

随着电子信息技术普及,电子商务犹如一股浪潮,迅速走进了我们的生活。“没有人上街不等于没有人逛街”,这句广告词很好地注解了当下很多人的消费习惯。

目前互联网消费市场已走入“成熟期”,行业已经脱离早前“疯狂”增长阶段,交易规模增长维持“稳速”:2012年以64.70%的增长率居于高点,2013年以后开始回落,2015年与2016年的增长率接近。2016年的互联网零售交易规模为5.16万亿元,增长率达26.2%。无论人们对互联网的态度如何,电子商务已成为不可逆转的趋势,将对我们的生活继续产生巨大的影响。在新的购物模式下,精明的顾客也将挑剔的眼神转向了网购相关服务的方方面面。从网页的设计、商品质量和价格、物流配送快慢,到送货员上门时的一个表情,无不影响着消费者对商家的综合评价。而作为目前不可或缺的伴生产品,物流包装是否能跟上电子商务跨越式脚步?它将会为网络商家带来正面还是负面的评价?怎样解决大量使用过的包装对环境的影响?

下面我们将根据电子商务流程,从商品的封装、物流运输、消费者验收和废弃包装材料的处理等方面进行阐述。

### 2 商品封装

电子商务活动中,商品输送到消费者手中的第一个环节,就是进行商品封装。其目的是为了防止破损、变形和污染等,同时也方便运输和配送作业。

2012年“3·15”消费者维权调查结果显示,送货速度慢已成为网购投诉最多且关注度最高的指标之一。在物流

作业的整个链条中,包装是物流环节的起点,是保证物流顺利完成的基础,包装合适与否将直接影响到物流速度。济丰包装技术经理黄昌海称:“物流公司的送货速度跟不上,这与包装的打包速度和纸箱的结构有直接关系。如果纸箱结构设计合理,物流公司就能快速完成打包作业,缩短打包时间,提高打包效率。”

但是,对于电商企业来说,他们所关心的是如何拓宽市场占有率。电商企业对于物流环节的关注,更多的是以被服务者的身份对物流公司进行整体评估和选择。他们只关注物流速度本身,并不太关心和了解包装对于提高物流效率的重要性。

实际上,包装问题不仅与物流公司有关,也与电商企业及其产品有很大关系。电商产品本身的特质和不同消费者所下订单的差异性,使得网购包装很难形成一个统一的标准。目前网购包装所用的材料和尺寸很不规范,各种结构和规格的纸箱、编织袋等外包装,泡沫、充气垫、泡泡纸等种类繁多的缓冲材料,应有尽有。由于订单的差异性比较大,包装人员经常会遇到一些商品不适合包装箱的难题,有时只好用小刀等工具自行改进。这样不但影响打包时间,也会形成规格不一的包装尺寸,不利于仓储堆码,从而导致运输效率低下,直接影响供货速度。

在这个问题上,一方面需要包装企业进一步发挥专业特点,整合电商包装的尺寸标准,设计出适合电商企业的包装结构,以适应复杂多变的电子商务物流包装需求。另一方面也需要电商企业对自己的产品能进行有效的梳理,对产品与包装进行整合,建立细致的包装规范,使打包作业

观察思考 Observation & Reflection

规范化和标准化,从而为商品配送提供最大的便利。

### 3 物流运输

网购商品在完成包装环节后,需要经过多次装卸、运输等物流作业才能送达消费者手中。

在这一过程中,最大程度地保护商品,使其完好无损地到达消费者手中,是网购包装最重要的功能。

同时,为便于装卸和运输,轻便和标准尺寸也是对包装的一个重要要求。

但当前国内网购环境下,消费者在收到网购商品时,有时会发现快递包装出现不同程度的破损,严重时甚至会对商品产生不利影响。这种情况使得消费者心情大受影响,并对该产品的商家产生非常不好的印象。

虽然我们必须承认,国内物流服务还有很大的进步空间,还存在一些不规范甚至野蛮操作。但快递包装的破损,与包装本身的质量有着很大的关系。

有时,电商企业为控制成本,会采用材料质量差或者尺寸不合适的包装,很难保证商品在物流过程中的完好性。

针对网购商品所具有的特殊性,应对不同特性的商品制定相应的保护措施。

比如需冷藏商品在物流过程中应使用冷藏箱,但箱体体积大,冷藏辅助材料重量占比大,不利于搬运和配送。针对这类商品,需开发出新的保温包装技术,使得包装箱尽量轻便、易搬运。对于容易变质的食品,可以从包装结构进行优化,开发物流保鲜包装。对于易碎物品,则应提升包装箱的防震技术,以保证易碎商品的完好无损。

### 4 验收环节

网购商品在到达消费者手中时是以被包装的形式出现的,消费者需要检查和验收,才能完成整个物流环节。因此,商品包装要有利于消费者验收,这一点非常具有现实意义。

消费者在收到商品时首先需要确认包装的完好,因此包装企业在包装设计上应与电商企业互动起来,设计出包含电商企业标识和商品对应特征的鉴别点,使消费者清晰鉴别是否为二次封箱。

现在电商企业都会提醒消费者在签收之前对商品进行检查,这就需要消费者收到商品时需要马上打开包装。

但是由于目前物流包装的随意性,使得有些包装打开时非常费劲。而有的包装则是打开容易包上难,对于那些检查物品后需要马上退货的消费者则是一个不小的难题。

因此在包装设计中,应在保证包装安全性的条件下,改善包装结构,使其在拆和装的过程中都简单易行,特别是不会损坏商品和包装本身,避免配送员与消费者之间可能出现的纠纷。

另外,包装是消费者对电商产品的第一印象,因此包装可以在不影响物流作业的条件下设计得更加时尚、美观,以增强客户体验。

### 5 废弃包装材料的处理

网购已经非常普遍,特别是对于一些喜欢网购的人来说,也许每天都会收到好几单网购商品。他们或许会碰到

的一个问题是:堆积如山的废弃包装该如何处理?目前电子商务行业采用的包装最多的是纸质包装箱和塑料包装袋,它们通常被顾客作为废品丢弃,既造成浪费,又污染环境。

电商企业为保证商品的安全性,采用各种辅助方式加固包装,容易出现过度包装的现象。

所以电商企业应视订单的大小合理规划,选择合适的包装箱,避免包装材料和填充材料的浪费。同时,包装材料应尽可能采用可降解材料,减少白色污染。

更重要的是,包装和电商企业应该在包装回收方面有所作为。一方面,电商企业可以委托物流公司对网购包装进行回收,并给予一定的让利。

以目前大部分网购者的道德素质,他们也会积极配合。当然,在这一方面,如果能有政府的政策鼓励,会更好调动电商和物流企业的积极性。

以目前来说,另一个可行的办法是网购包装的再利用。包装企业可从消费者的角度出发,设计出可清洗,可折叠改装的包装。消费者可以根据包装的特点,通过裁剪、折叠,将包装改造成收纳盒、文件夹甚至家具等。

这可能需要包装企业在包装设计上更下功夫的同时,为包装使用者同时提供改造再利用的建议。当然,同样重要的是政府和媒体的公益宣传,让环保深入人心。

### 6 总结

包装通过各个环节对电子商务活动产生影响,具有十分重要的作用。但就目前而言,电子商务产品的物流包装还存在各种问题,具有很大的提升空间,主要有以下方面:

①物流包装标准化势在必行。包装的标准化一方面可以提高包装企业的生产效率,另一方面还可以提高封装速度,提高仓储运输空间的利用率,减少物流成本。包装标准化可以实现包装企业、电子商务公司和物流公司的共赢。

②增强客户体验,融入时尚元素,并改善包装结构,有利于消费者的确认和验收。

③大力促进绿色环保包装材料的使用和包装材料的回收。政策与措施相结合,从电商企业、物流公司和网购群体共同利益出发,构建可行方案,实现电子商务的绿色环保。

#### 参考文献:

- [1] 温丽娜. 时代来临包装企业准备好了吗?[J]. 印刷技术, 2012(16): 14-17.
- [2] 电子商务需要适宜的物流包装技术——访我网购物流总监任迎军[J]. 物流技术与应用, 2012(11):66-68.
- [3] 搜狐网. 阿里研究院:2016年度中国绿色消费者报告[EB/OL]. <http://mt.sohu.com/20160803/n462453978.shtml>.
- [4] 何建华. 基于B2C电子商务的物流包装问题及对策[J]. 价格月刊, 2016(08):68-72.
- [5] 张军, 梅仲豪. 基于物联网技术的物流包装及其应用研究[J]. 包装工程, 2014(17):135-139.