

拆下的快递包装往哪放？

韩冰（上海对外经贸大学）文/图

今年11月11日,国家邮政局发布《中国快递领域绿色包装发展现状及趋势报告》提到,全国去年共消耗约140亿张快递运单、55.84亿个塑料袋、67亿个包装箱、114.5亿米胶带和20.1亿个内部缓冲物。

报告表明,问题最突出、污染最严重的是胶带、塑料袋和塑料填充物。这三类包装无论是在可降解、循环等环保材料的使用上,还是在回收、处理与再利用上,困难重重。

包装:三根短线各裹四层

快递业务量激增,过度包装屡见不鲜。

松江某高校的大三学生小鹿今年双十一网购了三根耳机音频线,好不容易等来了心心念念的快递,她第一时间拆开了被黄色胶带封得严严实实的快递盒。

三根不到1米的音频线各自被独立包装,每根线都用塑料袋装着,外面再加一层气泡膜包装,气泡膜外又用胶带缠了两圈。细数下来,三根音频线竟然里里外外各包装了四层。“其实三根线放在一起,用一个包装就可以了。”一向自诩“女汉子”的小鹿,拆那个快递用了5分钟。

小鹿的同学小艺同样遇到过类似情况。她买了一片手机钢化膜,重量不到10克,也有4层包装:“快递盒子里面是气泡膜,再加铁盒子和好几层塑料包装,拆快递跟寻宝一样,挺浪费的。”

事实上,快递公司包装如此周到,确有其苦衷。大多数商品,尤其是化妆品,自带包装本来就易碎,一旦发生破损、泄露,买家的差评很容易影响销量。快递公司宁愿多花钱加厚包装,求个心安。

学生:没人回收只好扔掉

那大学生们是怎样处理快递的外包装纸箱呢?

多数受访者坦言,一般都会直接扔掉,或者交给保洁阿姨。“我在寝室囤过一些快递盒,有的快递盒很干净结实,但是生活中用不到,堆在屋里又占地方。卖废品,一斤不到5毛钱,最后只好交给保洁阿姨了。”上海对外经贸大学一名受访学生说。

多名受访者表示,没有听说哪家快递公司有回收快递包装盒的项目。一名女生说:“我平常比较懒,如果快递公司愿意上门回收,我很乐意环保出一份力。”

目前,松江大学城并没有回收快递盒的学生社团或公益组织,环卫工人成了回收的最后一道关。一名环卫工人透露:“我们把纸箱从垃圾桶里分出来,再卖给废品回收的老



板,他们粉碎之后,再造新纸箱。”

快递:人手不够无暇顾及

快递公司有没有回收快递盒的服务呢?

记者采访了松江大学城多家快递公司,无一提供快递盒回收服务。一家快递公司表示,平时对快递盒的需求很大,因为顾客来寄快递的时候,需要免费提供,但并没有专人负责回收。

回收利用包装盒可以为快递公司节省开支,为何无人问津?一家快递公司的工作人员忙着处理手头的包裹,头也不抬地回答:“我

们人手这么少,每天要应付这么多件,发件都来不及呢,哪有时间搞回收。”

另一家快递公司的工作人员坦言,快递员的工作节奏特别快,个人收入都是和送件量直接挂钩,多送多得。“谁也不舍得把时间和精力浪费在回收包装上。再加上快递点的存储空间有限,要是把人手派去回收快递盒,根本收不回成本。”

【相关链接】 他山之石

美国自1997年9月第一次制定《国家运

快递快递 你快些跑

俞金旻（上海电影艺术学院）文/图

11月11日,在这个起源于“光棍节”的日子里,边看晚会边下单,成了过节“新常态”。在这一天,大学里也有万千“剁手族”疯狂下单,然后——苦等快递。

在高校送快递,不能像进家庭那样,挨家挨户配送,而是先集中到学校的快递集散中心,统一等待同学领取。双十一后的第二天,笔者走进位于浦东新区的张江科教社区快递集散点。

走进集散点,快递包裹堆得到处都是,几乎没有下脚的地方。最近几天,申通快递张江华佗路分部的刘磊经常忙得顾不上吃午饭。他负责张江华佗路片区高校的收送件业务,这里集中了4所高校。平日里,以往每天早上会收到分拨中心运来快件约1000件,但11月上旬,日快件量猛增至3000多件。“今年双十一的高峰提前了一个星期。”刘磊说。

“你看,这是我刚从公司拉回来的,今天中午已经到了6000多件,还在源源不断地来,但是我们这个服务点小,一天最多只能消化3000来件,所以请同学们稍安勿躁。”

刘磊坦言,今天不是快递最多的一天,大量快递还在路上,“我估计,到15日前后还有一波小高峰。”

输科技发展战略》以来,多次根据形势变化调整交通运输发展战略,后制定出交通业可持续发展的整体原则,并规定每年回收率不低于20%,并且只要达到一定的回收额,就能享受税收优惠政策。

欧洲许多国家也十分关注物流与环境协调发展。早在2007年,欧洲的纸张和纸板回收率达到了64.5%。德国联邦政府在2007年3月颁布可持续发展的物流法规,建议各州政府有重点地建立城市物流“环保区”。英国伦敦的交通部门在2008年2月举行节能环保减排倡议活动,并设立了“低排放区”。

当“展会卖场街”遭遇“网购狂欢节” ——第九届校园美容化妆品博览会圆满落幕

唐菁岚(上海对外经贸大学) 施云怡(上海电影艺术学院) 文/图

万众瞩目的双十一刚刚落下帷幕,电商们的刀光剑影还未褪去,线下的好戏又同时上演。11月10日至11日,上海松江大学城贸大广场熙熙攘攘,万德会展服务公司主办的第九届校园美容化妆品博览会火热开场。

本次展会以“人生规划,从脸开始”为主题,旨在让大学生学会打扮,爱上打扮,了解打扮对于求职的重要性。展出面积共800平方米,吸引了欧利美洋、美海、雅漾和屈臣氏等9家参展商,展品范围涵盖基础护肤品、彩妆、美容美发、个人护理、饰品、美容书刊等,两日人流量共计5万人次,现场销售总额约5万元。

10日正午时分,下课的同学被舞台上的劲歌热舞吸引过来,嘻哈社、悦舞社等社团成员载歌载舞,引爆全场。在现场参与歌唱表演的唐嘉俊说,网购过程中有不少猫腻,比如许

多商家先提价,到双十一时再降价。他更倾向于到现场选购看得见摸得着的实体商品。“每届妆博会都主打女性市场,希望有更多的男士化妆品品牌参加展览。”

各个展位各显神通,除了常规的扫码送礼品外,还有一些颇具新意的抽奖活动,吸引了大批同学排队参与。来自工商管理系的一个同学说,美容化妆博览会的一大特点就是方便。“让同学们在‘家门口’就可以选购化妆品,而且都是正品。”

参展商代表洪女士介绍,妆博会是一个绝佳的推广平台。毕竟在未来,大学生将是具有强大购买力的群体。品牌也可以借此机会做一些促销,“但更重要的一点是,可以借此机会宣传购买正品,杜绝网购中的廉价山寨假货。”

从9月份开始准备到如今圆满落幕,万

德公司CEO王洋深有感触。“在活动筹备期我们四处走访,精心筛选展商,遇到了很多困难,大家都很辛苦,我们的团队没拍过一次合照,没聚过一次餐,经常开会开得忘了吃饭。感谢我们团队的每一个同学。活动虽然结束了,但是我们还要做展后报告、总结和归档,然后开始为下届做准备。”

【相关链接】

校园美容化妆品展览会(CBS)创立于2006年,是上海对外经贸大学万德会展服务公司自主策划、运营、管理的校园品牌美容化妆品行业展会。模拟公司万德会展服务公司是一个非营利性学生组织。发展多年,CBS已拥有众多固定的展商,2008年还与上海美容美发行业协会达成合作,共同打造一流的校园品牌拓展平台。

