

# 配客嘉 年度影響力報告

2022 PackAge Plus Annual Results Report



## 01 關於配客嘉

創辦人的話 1

營運模式 2

環境趨勢分析 5

## 02 整體效益

合作夥伴 6

市場反應 7

環境/社會影響力 8

## 03 使用現況

電商 9

歸還點 10

市場洞察 11

## 04 未來展望

展望2023 13

## 創辦人的話

配客嘉一開始只是一間小小的社會企業，自2019年成立後，過程中遇到了大大小小的難關，尤其是在疫情爆發時，幾乎暫停了服務長達半年，但也因為有你們的支持讓我們在永續的路上不孤單。

2022年對配客嘉而言是很關鍵的一個轉捩點，包含了「環保署針對網購包裝減量草案」的正式立法程序啟動、全台灣4000個歸還點位的擴展、電商合作突破80間、建立綠色網購入口等，創造了巨大的社會影響力，這都須歸功於有各位重要夥伴的一同參與，才能讓我們共同達成了這些艱難的目標，讓我們更加堅信台灣真的有一天會成為零浪費的網購國度。

2022年我們回頭看，也有許多不盡美的地方，誠摯感謝一直以來支持綠色網購的永續夥伴們，配客嘉也會在2023年更加努力，持續優化消費者體驗、降低循環導入成本、增加循環包裝泛用性，並且透過與大家的共創、共榮與共利，讓台灣的環保永續一起被世界所看見。

如果有任何可以做更好的，也希望各位夥伴隨時給我們建議，期待未來2023年的永續路上能與您一起向前邁進。



葉德偉

配客嘉創辦人葉德偉Allen 謹致

### 01 關於配客嘉

#### 1. 創辦人的話

#### 2. 營運模式

#### 3. 環境趨勢分析

# 營運模式

## 公版租賃

### 01 關於配客嘉

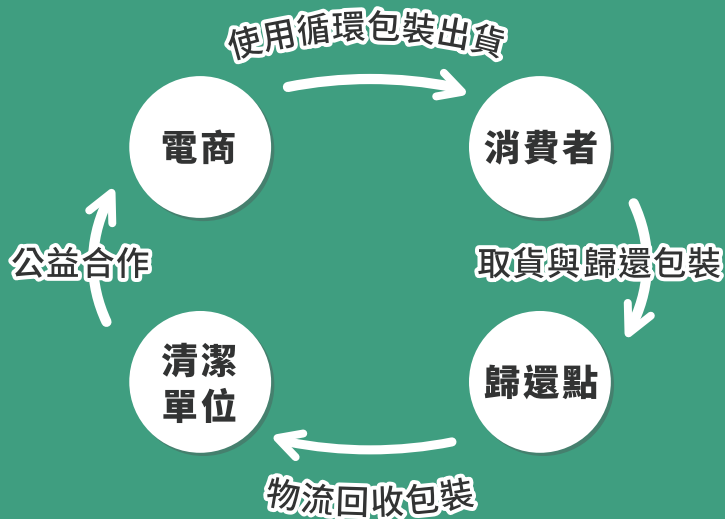
1. 創辦人的話

2. 營運模式

3. 環境趨勢分析

### + 包裝如何循環

循環包裝在電商、消費者、物流中循環，而部分包裝的清潔結合了社會公益，提供弱勢族群工作機會，其餘則送往清潔場清潔消毒，而後再次回到電商重新循環。



### 掃掃還，讓包裝再次循環



全台有4500+間歸還點，在家附近輕鬆還  
 加配客嘉LINE查看歸還點



掃

掃描歸還點QRcode



掃

掃描循環袋or箱  
 包裝編號QRcode



還

投入歸還箱體 or 交給店員



# 營運模式

## 客製化買斷

### 01 關於配客嘉

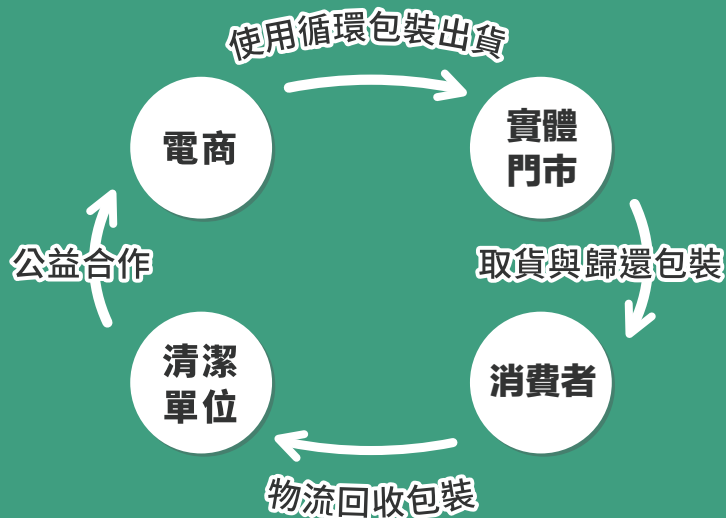
1. 創辦人的話

2. 營運模式

3. 環境趨勢分析

### + 包裝如何循環

消費者在門市取貨時，會由門市人員現場直接收回循環包裝，並將商品放入紙袋或消費者自備之環保購物袋，同樣會送回清潔場消毒並重新循環。



### 店取店還，讓包裝再次循環



Uniqlo/Queenshop/蝦皮，逛街順便輕鬆還

Google查詢門市位址

至門市取貨



將包裝交給店員



# 營運模式

## 企業送禮(內部循環)

### 01 關於配客嘉

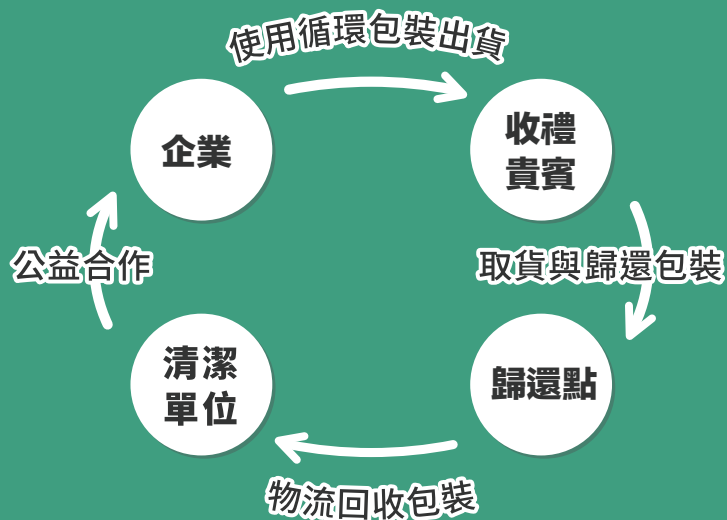
1. 創辦人的話

2. 營運模式

3. 環境趨勢分析

### + 包裝如何循環

不同以往企業的送禮情境，取代過往企業贈禮的一次性寄件袋，橘子集團將循環包裝作為企業贈禮外包裝，於年節寄送使用，同樣會送回清潔場消毒並重新循環。



### 企業送禮，讓包裝再次循環



遊戲橘子，公司/家裡附近輕鬆還  
加配客嘉LINE查看歸還點



掃

掃描歸還點QRcode



掃

掃描循環袋or箱  
包裝編號QRcode



還

投入歸還箱體 or 交給店員



內附回郵單，直接寄回企業



# 環境趨勢分析

## 01 關於配客嘉

- 1. 創辦人的話
- 2. 營運模式

## 3. 環境趨勢分析

### 大環境趨勢

2022年11月是第27屆聯合國氣候變遷大會（COP27），由埃及主辦，會議主題為「共同實施 #TogetherforImplementation」，強調全球各國協作，將承諾轉向實踐，採取行動應對氣候變遷。

身為地球村公民的一員，身為全球經濟活動下的生產者，同時也是消費者，我們可以共同參與，透過實踐永續發展目標SDGs#12「責任消費及生產」，促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式（Responsible Consumption and Production）。

近三年受到COVID-19疫情影響，零售業網路銷售以難以想像的速度，加速改變了消費行為，擴大電商市場規模。台灣2021年零售業網路銷售額已突破4千億，預估2023年可突破5千億，其所產生的網購包裝高達2.2億件，伴隨而來的廢棄物、碳排放與資源消耗也是相當可觀。

各國政府皆開始法制化管制網購包裝，包含歐盟、新加坡與中國等，法規限制包裝使用，促使業者加速擬定逐年減量計畫，並推動製造源頭再生料參配比例與使用目標，提升包裝再使用。

自2019年起，台灣行政院環保署即訂定《網購包裝減量指引》，試行三項原則「包裝材減量」、「環保材質」及「循環包材」來推動網購包裝減量。政府在三年間透過與民間企業試辦計畫，即將在今年7月推出正式法規《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》，第一批將列管資本額1億5千萬以上的業者，規範年出貨量2%的訂單必須使用循環包材。

永續趨勢已是顯學，環境問題更是沒有局外人，與您分享配客嘉2022年推動循環包裝服務的階段性成果，且聽我們娓娓道來。



# 合作夥伴

## 02 整體效益

1. 合作夥伴
2. 市場反應
3. 環境/社會影響力

### 電商

公版租賃					
客製化買斷					

### 歸還點


獨立店家 X 200+

電商：以美妝保養、服飾配件、生活用品、食品飲料、綜合百貨等類型為主，未來也將與更多大型電商平台合作，讓消費者能在更多元的管道使用到循環包裝。

歸還點：配客嘉歸還點目前橫跨 超商業，超市業，餐飲業，生活日用零售業，服務業，百貨業，教育服務業 等七大產業，未來也將與更多的連鎖店家合作，讓消費者能有更方便歸還循環包裝。



# 市場反應

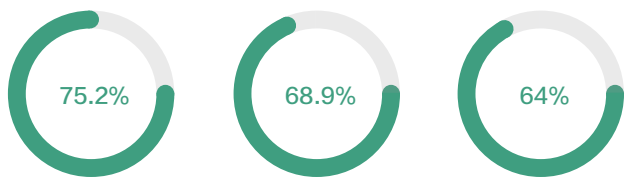
## 2022年永續調查問卷

調查報告與樹冠影響力投資股份有限公司永續評估小組合作，採用國際SASB與GRI原則，進行「組織全方位價值 / 影響力」評估。

共設計 3 份問卷，包含配客嘉員工、合作電商、消費者，問卷以抽樣方式調查。問卷回收份數分別為：消費大眾 273份、合作電商30 份，及配客嘉員工24 份。

名詞解釋：價值優勢比「與其他組織比較後配客嘉創造的價值優異程度」

配客嘉環境「價值優勢比」，綜合「消費者/電商/員工」的回饋：



1- 減少一次性包材    2- 提升社會環保意識    3- 減低消費碳排放量



4- 減少廢棄物毒害污染    5- 讓社會更方便隨手做環保



## 帶給品牌正面影響力

1. 連結外部永續資源、獲得獎項的肯定與擴大永續影響力
2. 加深與顧客的連結和認同感
3. 顧客正面回饋
4. 提升顧客回購率
5. 加速實踐清潔領域的無塑環保永續力量

## 02 整體效益

### 1. 合作夥伴

### 2. 市場反應

### 3. 環境/社會影響力

# 環境/社會影響力數據

統計截至2022/11/30

## 02 整體效益

- 1. 合作夥伴
- 2. 市場反應

## 3. 環境/社會影響力

### 環境

80 家  
電商合作數量

60,000 人  
Line@會員數

4500 家  
歸還點數量

650,000 個  
循環包裝使用總數

195,000 公斤  
減少一次性包裝的重量

### 社會

6 家  
合作清潔組織

32 個人/月  
支持性就業人數

14 塊土地  
114 位南非農戶生活

106 位民眾  
343.6 公斤垃圾

69697 棵樹  
Retissue在乎衛生紙  
(營收5%回饋NGO)



# 電商

名詞解釋：

- 加購：消費者能在「商品頁」或「結帳頁」加購循環包裝
- 送貨方式：消費者能在結帳頁面的送貨方式選擇「循環包裝」寄送
- 自訂欄位/備註：消費者能在結帳頁面使用預設的自訂欄位選用循環包裝
- 專區：消費者能在「特定頁面」選擇能用循環包裝出貨的商品

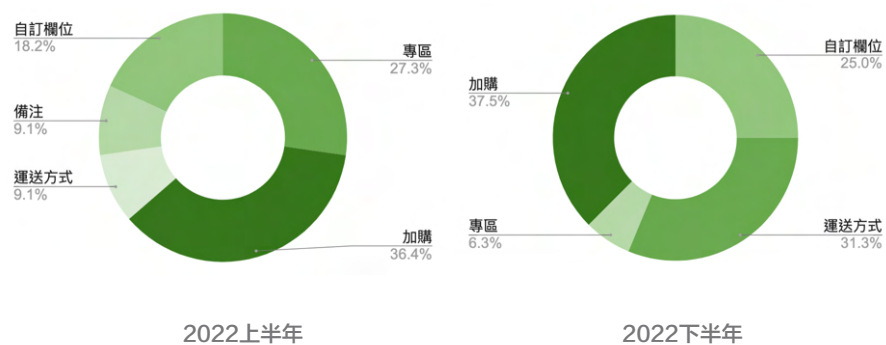
## 03 使用現況

### 1. 電商

### 2. 歸還點

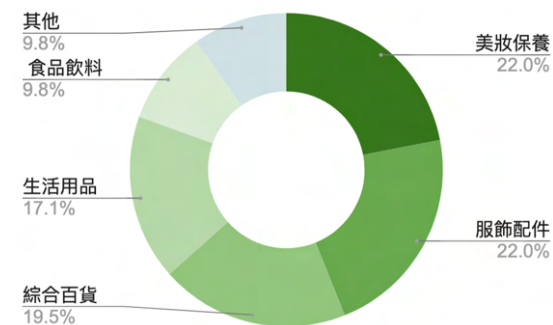
### 3. 市場洞察

## 消費者選用循環包裝方式



上下半年的差異是因配客嘉建立了產品AM部門，透過「電商綠跑計劃」與「選用頁面標準化」，依據電商的商品類型與產業類型，協助電商建置最適合讓消費者選用循環包裝的方式。

## 產業/產品類別佔比



歸還率表現	產業/產品類別	主要選用方式
最佳	服飾配件	加購方式
次佳	生活用品	送貨方式/自訂欄位
平均	美妝保養、綜合百貨、食品飲料、其他	多元



# 歸還點

## 全台歸還點縣市分佈

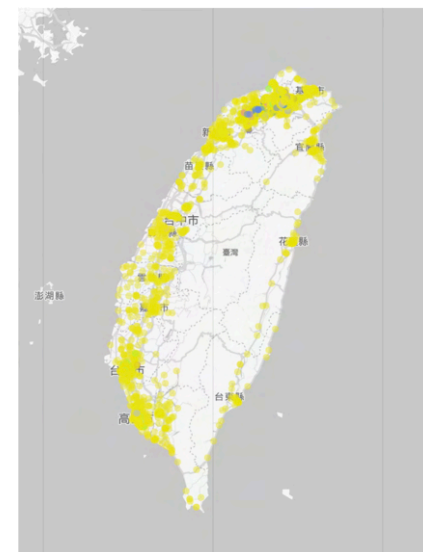
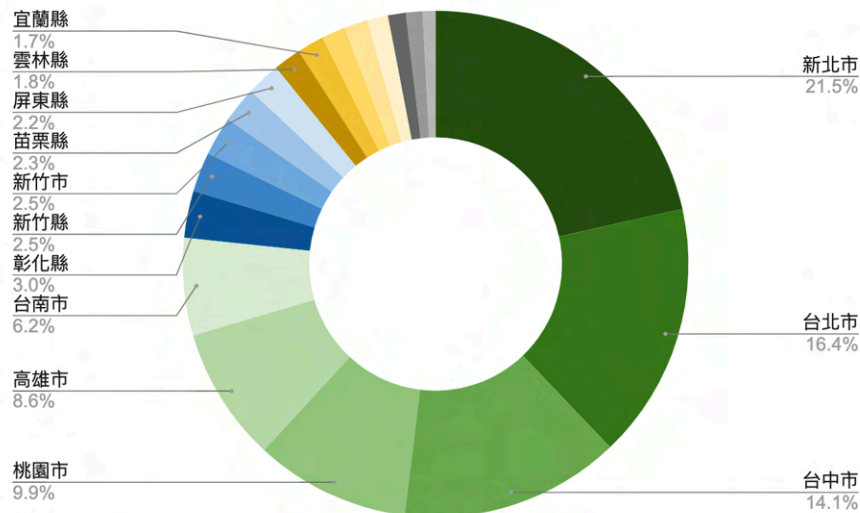
配客嘉循環系統的合作歸還點至2022年底共4500間，遍佈全台19個縣市，其中包括：新北市、台北市、台中市、桃園市、高雄市、台南市、彰化縣、新竹縣、新竹市、苗栗縣、屏東縣、雲林縣、宜蘭縣、南投縣、基隆市、嘉義縣、嘉義市、花蓮縣以及台東縣。

### 03 使用現況

1. 電商

2. 歸還點

3. 市場洞察



## 循環包裝歸還時間

消費者主要會於「平日的星期四、星期五」或「週末的星期六」去歸還循環包裝，

平日(四、五)：消費者會在「下班後」進行歸還，歸還時間主要在晚上18:00-20:00之間

週末(六)：消費者會在「午餐後13:00-14:00」或「晚餐前 16:00-17:00」前往合作店家歸還循環包裝

# 市場洞察

## 服務體驗

### 可以努力更好的地方

1. 配客嘉於2022年7月與全台全家歸還點開啟合作，提升了整體歸還便利性，但由於全台門市過多，整體歸還體驗仍有許多待改善的部分，2023年將與全家共通努力加強門市人員的教育訓練與回收方便性。
2. 循環包裝服務體驗無論是從「流程面、硬體面、軟體面」都還有更多進步空間，包含更簡單的歸還方式、加強系統穩定性、固定歸還箱位置、簡少包裝上QR code數量等，創造更好的消費者循環服務體驗。
3. 「合作電商數量與商品類型」需要更多元的合作，讓更多開始關注ESG與一次性包材的中大型大電商夥伴能一起加入，共創良好的循環生態系同時創造經濟效益。

### 消費者的正面鼓勵與回饋(永續調查問卷)



感謝您們成立了配客嘉，讓我們在網購時也可以為地球付出一點心力!

謝謝您們為了地球的永續經營而行動，很值得和大家推廣!



收到包裹時候很驚艷，覺得自己很像為地球環保做了一點貢獻，謝謝你們!

去超商取貨時被店員問說這個包裝很特別，可以順便跟他們介紹覺得很驕傲，希望可以推廣出去。



貴公司的包裝非常堅固，讓我蠻驚喜的!

## 03 使用現況

1. 電商
2. 電商

## 3. 市場洞察

# 市場洞察

## 供應鏈

現階段台灣的循環產業市場，無論是倉儲、清潔以及逆物流的方式都與傳統產業截然不同，需要穩定的循環系統去嚴格紀錄包裝狀態，並與合作供應商高度協作、溝通與教育訓練。建置循環供應鏈的三大挑戰：



## 03 使用現況

1. 電商
2. 電商
3. 市場洞察

### 1. 建立逆物流

過往傳統物流皆是以「貨物的『收與送』」為主要任務，逆物流回收僅會發生商品退換貨的情境，而配客嘉的循環包裝無論是B2B2C的消費者回收模式「人工收取、歸還箱」，或是B2B的企業內部循環模式，皆需要符合「貨物『收與送』」一定程度的客製化，因此回收成本需要在達到規模經濟的情況下，才能「最小化成本」與「最大化運輸效率」。

### 2. 建立清潔流程消費者信任

循環包裝是需要被多次重複使用，在疫情肆虐浪潮下，無論是電商或消費者都很有意「包裝的衛生清潔」。配客嘉今年成功建立了社福清潔循環包裝的標準流程，也成功申請到SGS認證(消費性產品-無大腸桿菌)，確保清潔流程品質沒有問題，讓消費者都能安心自在的使用。

### 3. 循環包裝庫存管理與追蹤

配客嘉循環包裝已發展至第三代公版包裝，有輕盈、防撞兩個款式，規格包含了s60、s90、s105，符合目前市場上電商常見的包材大小。今年配客嘉更成功將包裝導入「RFID」，讓包裝都能清楚追蹤及紀錄運輸節點。



## 04 未來展望

### 1. 2023展望

# 循環島建設

配客嘉期待未來有一天台灣能成為永續循環島，讓世界看見台灣，這一路沒有您不可，邀請您一起參與我們2023年新航向！

## 更多永續 購物選擇

配客嘉除了網購循環包裝，也期待藉由我們歸還通路與夥伴們解決一次性垃圾問題

- 更多規格網購循環包裝
- 外送循環包裝
- 與循環夥伴們共同建立循環生態服務

## 更友善 消費者體驗

期待帶給消費者更多好玩、新奇的歸還體驗，也協助我們永續夥伴導流

- 優惠卷整合服務
- 遊戲化歸還體驗

## 更多 公益價值

永續是我們核心價值，我們也期待關心更多社會議題透過包裝清潔跟更多社福單位合作

- 結合永續各界NPO聯名合作
- 讓每個參與者都能一同發揮影響力