

## 行政院環境保護署 函

地址：10042 臺北市中正區中華路1段83號

聯絡人：呂聆文

電話：02-23705888#3101

電子信箱：lwlu@epa.gov.tw



受文者：雲林縣環境保護局

發文日期：中華民國112年2月16日

發文字號：環署基字第1121010684D號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：公告影本、總說明及逐項說明 (1121010684D-0-0.pdf、1121010684D-0-1.pdf)

主旨：「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」業經本署於112年2月16日以環署基字第1121010684號公告訂定，茲檢送公告影本、總說明及逐項說明各1份，請查照轉知。

說明：

- 一、為強化我國網購包裝管理方式，爰依廢棄物清理法第21條及資源回收再利用法第13條第2項授權，訂定本公告，並自112年7月1日生效。
- 二、為節能減碳，旨揭公告資料，請逕至本署網站法規命令區網頁（網址：<https://a0-sam-web.epa.gov.tw/law/>）自行下載參閱。



正本：立法委員邱泰源國會辦公室、立法委員張育美國會辦公室、立法委員吳玉琴國會辦公室、立法委員洪申翰國會辦公室、立法委員莊競程國會辦公室、立法委員陳瑩國會辦公室、立法委員黃秀芳國會辦公室、立法委員楊曜國會辦公室、立法委員賴惠員國會辦公室、立法委員蘇巧慧國會辦公室、立法委員林為洲國會辦公室、立法委員徐志榮國會辦公室、立法委員廖國棟國會辦公室、立法委員吳欣盈國會辦公室、直轄市政府、縣（市）政府、全國政府機關電子公布欄、中華民國無店面零售商業同業公會、台灣網路暨電子商務產業發展協會、台灣品牌暨跨境電子商務協會、社團法人台灣網商協會、台灣區農業暨食品電子商務協會、中華民國物流協會、社團法人台灣全球商貿運籌發展協會、財團法人綠色和平基金會、中華鯨豚協會、社團法人台灣重新思考環境教育協會、台灣零廢棄協會、社團法人看守台灣協會、社團法人中華民國荒野保護協會、財團法人黑潮海洋文教基金會、海湧工作室有限公司、社團法人台灣環境資訊協會、社團法人台灣蠻野



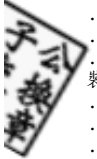
心足生態協會、社團法人海洋公民基金會、財團法人慈心有機農業發展基金會、社團法人野薑花公民協會、台北市進出口商業同業公會、台北市化妝品商業同業公會、臺灣化妝品工業同業公會、中華民國直銷協會、臺灣食品產業發展協會、中華民國多層次傳銷商業同業公會、台灣省商業總會、宜蘭縣商業會、新竹縣商業會、苗栗縣商業會、彰化縣商業會、南投縣商業會、雲林縣商業會、嘉義縣商業會、屏東縣商業會、台東縣商業會、花蓮縣商業會、澎湖縣商業會、基隆市商業會、新竹市商業會、嘉義市商業會、臺北市商業會、桃園市商業總會、新北市商業會、台中市商業會、中華民國全國商業總會、大臺中商業總會、台南市商業會、臺南市直轄市商業會、高雄市商業會、高雄市新商業會、金門縣商業會、連江縣商業會、中華民國物流協會、台灣糖菓餅乾麵食工業同業公會、人類文化事業股份有限公司、十藝生技股份有限公司、三商家購股份有限公司、三愛農業生技股份有限公司、千山淨水股份有限公司、大同綜合訊電股份有限公司、大亞國際行銷股份有限公司、大買家股份有限公司、大鼎冷鏈股份有限公司、大潤發流通事業股份有限公司、山本富也國際有限公司、山淬股份有限公司、中華食品實業股份有限公司、六員環股份有限公司、友愉股份有限公司、天仁茶業股份有限公司、天悅大酒店股份有限公司、太平洋自行車股份有限公司、太平洋崇光百貨股份有限公司、方圓國際事業股份有限公司、比歐旅館事業有限公司、王鼎貴金屬股份有限公司、世莖國際有限公司、主幼實業有限公司、加捷生技股份有限公司、台塑生醫科技股份有限公司、台塑網科技股份有限公司(台塑購物網)/網購服務處、台灣屈臣氏個人用品商店股份有限公司、台灣松下電器股份有限公司、台灣松下銷售股份有限公司、台灣迪卡儂有限公司、台灣普樂士股份有限公司、台灣無印良品股份有限公司、台灣菸酒股份有限公司、台灣雅聞生技股份有限公司、台灣微米科技股份有限公司、台灣楓康超市股份有限公司、台灣極優服飾有限公司、台灣農畜產工業股份有限公司、台灣蜜威特股份有限公司、台灣樂天市場股份有限公司、台灣糖業股份有限公司(台糖易購網)/商品行銷事業部、台灣優衣庫有限公司、台灣藝術股份有限公司、史代新股份有限公司、巧連有限公司、永宏大股份有限公司、永信藥品工業股份有限公司、玄懋科技股份有限公司、石城實業股份有限公司、禾懋企業股份有限公司、禾聯碩股份有限公司、任開數位媒體行銷股份有限公司、光速火箭股份有限公司、全家便利商店股份有限公司、全國電子股份有限公司、全聯實業股份有限公司、宇峻奧汀科技股份有限公司、年代網際事業股份有限公司、有你共創數位股份有限公司、汎歌化妝品事業有限公司、米格國際股份有限公司、米斯特國際企業股份有限公司、艾絲資訊股份有限公司、艾滴科技股份有限公司、艾德網科技股份有限公司、克緹國際貿易股份有限公司、宏亞食品股份有限公司、宏碁股份有限公司、床的世界床業股份有限公司、志旭國際股份有限公司、快樂田生技股份有限公司、良興股份有限公司、豆之家食品科技股份有限公司、亞果元素國際股份有限公司、佳格食品股份有限公司、味丹生物科技股份有限公司、和和實業股份有限公司、和億生活股份有限公司、宜家家居股份有限公司(IKEA)/企業永續部門、幸福家生技股份有限公司、東京著衣國際股份有限公司、東森得易購股份有限公司(東森購物)/物流部 物流行政管理處、東震股份有限公司、松果購物股份有限公司、松珍生物科技股份有限公司、法侖麗國際股份有限公司、直接跟農夫買股份有限公司、空中美語文教事業股份有限公司、花仙子企業股份有限公司、邵築跨境有限公司、采定國際行銷股份有限公司、金石網絡股份有限公司、金車股份有限公司、金河媒體購物股份有限公司、金鹿服裝工業股份有限公司、金蘭食品股份有限公司、品硯實業有限公司、城市綠洲股份有限公司、奕順軒食品股份有限公司、威秀影城股份有限公司、屏榮食品股份有限公司、帥宇實業股份有限公司、迴鄉有機事業股份有限公司、恆昶實業股份有限公司、盈亮健康科技股份有限公司、研鼎智

能股份有限公司、美合國際實業股份有限公司、美而快國際股份有限公司、耐斯企業股份有限公司、虹映科技股份有限公司、香港商雅虎資訊股份有限公司台灣分公司(Yahoo奇摩購物中心) / 物流管理處/資材行政課、家福股份有限公司、恩悠數位股份有限公司、悅旺食品有限公司、晁陽農產科技股份有限公司、泰山企業股份有限公司、海洋思庫特科技股份有限公司、特力屋股份有限公司、珠友文化事業有限公司、神腦國際企業股份有限公司、乾唐軒美術工藝股份有限公司、康迅數位整合股份有限公司、康那香企業股份有限公司、得意中華食品有限公司、御食股份有限公司、淨毒五郎有限公司、統一生活事業股份有限公司、統一超商股份有限公司、創生活網路科技股份有限公司、創業家兄弟股份有限公司(生活市集)、博客來數位科技股份有限公司(博客來) / 營業服務部 物流TEAM、喬山健康科技股份有限公司、富邦媒體科技股份有限公司(momo購物網)、富味鄉食品股份有限公司、富信大飯店股份有限公司、惠朋國際股份有限公司、惠新實業股份有限公司、斐樂股份有限公司、晶碩光學股份有限公司、華資粧業股份有限公司、華碩電腦股份有限公司、華藝數位股份有限公司、萊爾富國際股份有限公司、雅方國際企業股份有限公司、順發電腦股份有限公司、愛之味股份有限公司、新光三越百貨股份有限公司、新唐人亞太電視股份有限公司、義大皇家酒店股份有限公司、義大開發股份有限公司、義傑事業股份有限公司、聖保羅企業股份有限公司、萬國通路股份有限公司、萬達康股份有限公司、葡萄王生技股份有限公司、裕元花園酒店股份有限公司、誠品生活股份有限公司、誠品股份有限公司、鼎鼎股份有限公司、嘉佳星多媒體股份有限公司、旗津窯文化藝術股份有限公司、福和生鮮農產股份有限公司、福義軒食品廠有限公司、維思資訊股份有限公司、網路家庭國際資訊有限公司(PChome線上購物)、商店街市集國際資訊股份有限公司(PChome商店街)、豪揚企業股份有限公司、遠百企業股份有限公司、遠東百貨股份有限公司、遠流出版事業股份有限公司、遠時數位科技股份有限公司(遠傳friDay購物)、劍湖山世界股份有限公司、廣源良股份有限公司、德河海洋生技股份有限公司、慕渴股份有限公司(鮮乳坊)、樂購商城有限公司(蝦皮24h購物中心)、震旦行股份有限公司、霏姬時尚股份有限公司、橘焱國際事業股份有限公司、燦坤實業股份有限公司、環球購物中心股份有限公司、聯華食品工業股份有限公司、聲寶股份有限公司、鴻緯智慧科技股份有限公司、點線麵餐飲股份有限公司、薩摩亞商皇后國際有限公司 台灣分公司、豐禾開發貿易有限公司、豐稷食品有限公司、鬍鬚張股份有限公司、麗嬰房股份有限公司、寶可齡奈米生化技術股份有限公司、寶田股份有限公司、寶雅國際股份有限公司、露天市集國際資訊股份有限公司(露天拍賣)/行銷部、饗城股份有限公司、邦成實業有限公司、太田水素工坊生技股份有限公司、昇恆昌股份有限公司、宜得利家居股份有限公司、美第股份有限公司、九易宇軒股份有限公司、統一生活事業股份有限公司、中華海洋生技股份有限公司、台灣極優(GU)服飾有限公司、香港商法華香水化妝品有限公司、新加坡商蝦皮娛樂電商有限公司、樂購蝦皮股份有限公司、寧泰科技股份有限公司、好市多股份有限公司、美商亞洲美樂家有限公司、天氣風險管理開發股份有限公司、旭果企業有限公司、橘熊科技股份有限公司、維他露食品股份有限公司、全台物流股份有限公司、日翊文化行銷股份有限公司、川金企業有限公司、台灣希悅爾股份有限公司、永穩企業有限公司、亦聲電子有限公司、利豐包裝材料有限公司、香港商富朗包裝有限公司、配客嘉股份有限公司、新洲全球股份有限公司(炎洲股份有限公司-集團)、寧泰科技股份有限公司、環佳科技有限公司、亞比斯包材工場股份有限公司、龍新機械工業有限公司、明日事業股份有限公司、喜洋洋有限公司(聯浩有限公司)、彰企企業有限公司、久藝塑膠工業股份有限公司、得萁塑膠有限公司

副本：立法院社會福利及衛生環境委員會、直轄市環保機關、縣(市)環保機關、法源資

訊股份有限公司

2023/02/16  
電 子 文 章  
交 換 章



裝

訂



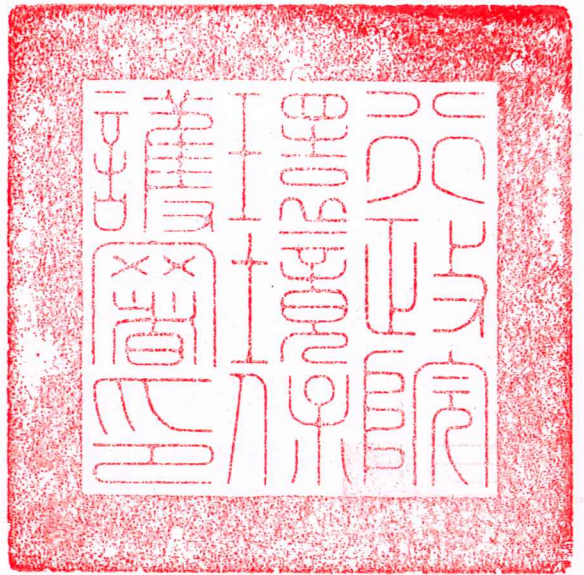
79

線

檔號：  
保存年限：

## 行政院環境保護署 公告 最新公告

發文日期：中華民國 112年2月16日  
發文字號：環署基字第 1121010684 號



主旨：訂定「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」，  
並自中華民國一百一十二年七月一日生效。

依據：廢棄物清理法第二十一條、資源回收再利用法第十三條  
第二項。

公告事項：

一、本公告用詞，定義如下：

- (一) 網際網路零售業：以網際網路方式零售商品之行業，係以網站（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。但不包括透過網際網路之個人對個人消費交易模式。
- (二) 網際網路購物包裝材料：於網路購物商品運送過程中，為運輸、保護商品而使用於商品包裝之材料，包括包裝箱、包裝袋、緩衝材、膠帶。
- (三) 包裝箱：以運輸為目的而使用於商品之包裝，以硬質板狀之材料組成立體形之剛性容器。
- (四) 包裝袋：以運輸為目的而使用於商品之包裝，以軟性材料製成，有一開口部之容器。

- (五) 緩衝材：為防止商品因衝擊而引起損傷所使用之保護材料。
- (六) 膠帶：將商品放置於包裝箱（袋）內加以封口，以保護內容商品，所使用之感壓性黏膠帶。
- (七) 循環箱（袋）：指設計供出貨予消費者，且經其歸還後，可清潔消毒重複使用於出貨之包裝箱（袋）。
- (八) 原箱出貨：以商品原包裝運送予消費者之方式。
- (九) 回收再使用之包裝材料：一次用包裝材料經出貨使用後，回收再次用於出貨者。

## 二、限制使用對象：

- (一) 網際網路零售業。
- (二) 資本總額、實收資本額或在中華民國境內營運資金達新臺幣五千萬元以上，或自有到店取貨據點數達三百以上之網際網路零售業（以下簡稱中型業者）。
- (三) 資本總額、實收資本額或在中華民國境內營運資金達新臺幣一億五千萬元以上，或自有到店取貨據點數達五百以上之網際網路零售業（以下簡稱大型業者）。

## 三、網際網路零售業，其包裝材料限制使用實施方式：

- (一) 網際網路購物包裝材料不得使用含聚氯乙烯(PVC)材質之物品。
- (二) 紙類包裝箱（袋）之瓦楞紙箱（盒）、紙板產品及紙漿模製品，其回收紙混合率應為百分之九十以上。
- (三) 塑膠類包裝箱（袋）及緩衝材應以再生料摻配比率百分之二十五以上製成。

## 四、中型業者及大型業者，並應依網際網路購物包裝方式規定辦理：

- (一) 商品包裝重量比值應符合以下規定：
  - 1、包裝箱（袋）內商品總重二百五十公克以上且未滿一



公斤，其包裝重量比值須小於百分之四十。

2、包裝箱（袋）內商品總重一公斤以上且未滿三公斤，其包裝重量比值須小於百分之三十。

3、包裝箱（袋）內商品總重三公斤以上，其包裝重量比值須小於百分之十五。

(二) 商品包裝重量比值計算 =  $\left[ \frac{\text{網際網路購物包裝材料重量}}{\text{網際網路購物包裝材料重量} + \text{商品總重量}} \right] \times 100\%$ 。

五、網際網路零售業以循環箱（袋）與原箱出貨之網際網路購物包裝，免依公告事項三第二款、第三款規定辦理；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，免依公告事項四規定辦理。

六、大型業者，並應依平均包裝材減重率或循環箱（袋）使用率規定擇一辦理：

(一) 平均包裝材減重率

1、平均包裝材減重率逐年達成以下比率：

(1) 至中華民國一百十三年十二月三十一日止，至少百分之二十五。

(2) 至中華民國一百十四年十二月三十一日止，至少百分之三十。

(3) 至中華民國一百十五年十二月三十一日止，至少百分之三十五。

2、平均包裝材減重率計算 =  $\left[ \frac{\text{基準年年度平均網際網路購物包裝材料重量} - \text{年度平均網際網路購物包裝材料重量}}{\text{基準年平均網際網路購物包裝材料重量}} \right] \times 100\%$ 。

3、前目基準年係指中華民國一百零八年度。一百零八年前設立者，可自一百零八年至本公告實施年，擇一年

度作為基準年；一百零八年後及本公告實施前設立者，基準年為設立當年度至本公告實施年，擇一年度作為基準年；本公告實施後設立者，基準年為設立當年度。

- 4、年度平均網際網路購物包裝材料重量計算＝年度網際網路購物包裝材料總重量／年度網際網路銷售件數。
- 5、網際網路購物包裝材料總重量計算＝（包裝箱（袋）總重量＋緩衝材總重量＋膠帶總重量）。
- 6、以循環箱（袋）、原箱出貨或經回收再使用之包裝材料者，其重量不予計入前目網際網路購物包裝材料總重量。

## （二）循環箱（袋）使用率

1、循環箱（袋）使用率逐年達成以下比率：

- （1）至中華民國一百十三年十二月三十一日止，至少百分之二。
- （2）至中華民國一百十四年十二月三十一日止，至少百分之八點五。
- （3）至中華民國一百十五年十二月三十一日止，至少百分之十五。

2、循環箱（袋）使用率計算＝（年度循環箱（袋）出貨件數／年度總出貨件數）×100%。

七、大型業者應於每年三月三十一日前提報中央主管機關年度減量成果，並保存網際網路購物包裝材料來源憑證或經供應者簽章證明之紀錄等文件至少五年，其成果至少包含下列資訊且須經會計師出具核閱報告書：

- （一）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。
- （二）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。

(三) 上一年度循環箱（袋）出貨件數及循環箱（袋）使用個數。

(四) 上一年度原箱出貨件數。

(五) 上一年度經回收再使用之包裝材料數量。

(六) 平均包裝材減重率或循環箱（袋）分年目標及達成情形。

(七) 其他相關佐證資料。

前項包裝材料來源憑證或文件紀錄應至少包含下列資訊：

(一) 收貨日期或批號。

(二) 包裝材料之名稱。

(三) 包裝材料之淨重、容量或數量。

(四) 包裝材料之回收紙混合率或再生料摻配比例佐證資料。

(五) 膠帶材質佐證資料。

(六) 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，應依下列規定併同前項年度減量成果向中央主管機關提報精進計畫，並於精進計畫執行結束後六個月內向中央主管機關提報其執行成果，且須經會計師出具核閱報告書：

(一) 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。

(二) 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。

中央主管機關受理前三項資料並認定有欠缺而得補正者，應書面通知限制使用對象於期限內補正。

八、限制使用對象違反公告事項三第一款規定，依廢棄物清理法第五十一條第三項規定處罰。

九、限制使用對象有下列情形之一者，依資源回收再利用法第二十六條第一項第二款規定處罰：

- (一) 違反公告事項三第二款或第三款所定包裝材質規定。
- (二) 違反公告事項四第一款所定商品包裝重量比值分級規定。
- (三) 違反公告事項六第一款或第二款所定平均包裝材減重率或循環箱（袋）使用率之規定。
- (四) 違反公告事項七第一項規定，未依期限提報年度減量成果與規定文件，或未妥善保存網際網路購物包裝材料來源之憑證與文件。
- (五) 違反公告事項七第三項規定，未依期限提報精進計畫或執行成果。
- (六) 違反公告事項七第四項規定，逾期未補正相關資料。

署長張子敬

# 網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式 總說明

為減少網際網路購物包裝（以下簡稱網購包裝）廢棄物，行政院環境保護署於一百零八年訂定「網購包裝減量指引」，供網購平台依循，從包裝減量、環保材質及循環包裝三項原則推動網購包裝減量。

近年民眾消費習慣改變與疫情影響，經濟部統計我國零售業網路銷售金額逐年攀升，從一百零六年約二千二百八十三億元，成長至一百一十年四千三百零三億元，相當約產生三千一百三十四公噸塑膠包材廢棄物，以及五萬四千一百八十二公噸紙類包材廢棄物。大量塑膠包材廢棄物造成生態環境嚴重影響與污染問題；紙類包裝材推估耗能一點三萬公噸油當量，耗用十六萬至三十八萬公噸水資源，整體網購包裝碳排量達七萬八千公噸二氧化碳當量，若從源頭減少使用，將可節約自然資源使用，減少廢棄物產生，並減輕對環境負荷。

考量近三年網購包裝國際管制趨勢，及網路購物持續蓬勃成長，網購商品之包裝材使用，應採取減少廢棄物之必要措施，並朝利於回收再利用的包裝設計或循環再使用的服務模式發展。故為強化我國網購包裝管理方式，爰依廢棄物清理法第二十一條與資源回收再利用法第十三條第二項授權，訂定「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」，其要點如下：

- 一、 本公告用詞定義。（公告事項第一項）
- 二、 網際網路購物包裝之限制使用對象。（公告事項第二項）
- 三、 網際網路購物包裝材料限制使用實施方式。（公告事項第三項）
- 四、 網際網路購物包裝方式限制使用實施方式。（公告事項第四項）
- 五、 以循環箱（袋）或原箱出貨之規定。（公告事項第五項）
- 六、 限制使用對象之包裝減量配合事項。（公告事項第六項及第七項）
- 七、 違反本公告規定之處罰。（公告事項第八項及第九項）

## 網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式

| 公 告   | 說 明  |
|---|--|
| <p>主旨：訂定「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」，並自中華民國一百一十二年七月一日生效。</p>   | <p>一、明定公告名稱及生效日期。<br/>二、為使限制使用對象得有相當期間因應本公告之管理要求，爰定自一百一十二年七月一日生效。</p>  |
| <p>依據：廢棄物清理法第二十一條、資源回收再利用法第十三條第二項。</p>  | <p>法源依據。</p>   |
| <p>公告事項：</p> <p>一、本公告用詞，定義如下：</p> <p>(一) 網際網路零售業：以網際網路方式零售商品之行業，係以網站（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。但不包括透過網際網路之個人對個人消費交易模式。</p> <p>(二) 網際網路購物包裝材料：於網路購物商品運送過程中，為運輸、保護商品而使用於商品包裝之材料，包括包裝箱、包裝袋、緩衝材、膠帶。</p> <p>(三) 包裝箱：以運輸為目的而使用於商品之包裝，以硬質板狀之材料組成立體形之剛性容器。</p> <p>(四) 包裝袋：以運輸為目的而使用於商品之包裝，以軟性材料製成，有一開口部之容器。</p> <p>(五) 緩衝材：為防止商品因衝擊而引起損傷所使用之保護材料。</p> <p>(六) 膠帶：將商品放置於包裝箱（袋）內加以封口，以保護內容商品，所使用之感壓性黏膠帶。</p> <p>(七) 循環箱（袋）：指設計供出貨予消費者，且經其歸還後，可清潔消毒重複使用於出貨之包裝箱（袋）。</p> <p>(八) 原箱出貨：以商品原包裝運送予消費者之方式。</p> <p>(九) 回收再使用之包裝材料：一次用包裝材料經出貨使用後，回收再次用於出貨者。</p> | <p>一、本公告用詞定義。<br/>二、參考行政院主計總處行業統計分類（第十一次修正）4871 電子購物及郵購業，以及數位發展部「網際網路零售業及網際網路零售服務平台業個人資料檔案安全維護計畫及業務終止後個人資料處理作業辦法」規定，訂定網際網路零售業之定義。<br/>三、參考 CNS 4059 包裝詞彙編號 1007「運輸包裝」、1021「包裝材料」定義，且避免與其他法規包裝材料名詞混淆，訂定第二款網際網路購物包裝材料之定義。<br/>四、參考 CNS 4059 包裝詞彙編號 1039「箱（盒）」定義，訂定第三款包裝箱之定義。<br/>五、參考 CNS 4059 包裝詞彙編號 1041「袋」定義，訂定第四款包裝袋之定義。<br/>六、參考 CNS 4059 包裝詞彙編號 2506「緩衝材」定義，訂定第五款緩衝材之定義。<br/>七、參考 CNS 4059 包裝詞彙編號 1071「封緘」、CNS 12992 感壓性黏膠帶及黏膠片詞彙編號 1004「感壓性黏膠帶」定義，訂定第六款膠帶之定義。<br/>八、依據循環箱（袋）運作之機制，訂定第七款循環箱（袋）之定義。<br/>九、第八款明文原箱出貨之定義，係未添加額外包裝材料包裹商品。<br/>十、第九款明文經回收再使用之包裝材料之定義。</p> |
| <p>二、限制使用對象：</p> <p>(一) 網際網路零售業。</p>  | <p>一、明定本公告限制使用對象。<br/>二、限制使用對象採分級管理，第一款係指所有網際網路零售業；第二款及第</p>   |

|   |  |
|---|--|
| <p>(二) 資本總額、實收資本額或在中華民國境內營運資金達新臺幣五千萬元以上，或自有到店取貨據點數達三百以上之網際網路零售業(以下簡稱中型業者)。</p> <p>(三) 資本總額、實收資本額或在中華民國境內營運資金達新臺幣一億五千萬元以上，或自有到店取貨據點數達五百以上之網際網路零售業(以下簡稱大型業者)。</p>   | <p>三款係指達一定門檻之網際網路零售業。</p>  |
| <p>三、網際網路零售業，其包裝材料限制使用實施方式：</p> <p>(一) 網際網路購物包裝材料不得使用含聚氯乙烯(PVC)材質之物品。</p> <p>(二) 紙類包裝箱(袋)之瓦楞紙箱(盒)、紙板產品及紙漿模製品，其回收紙混合率應為百分之九十以上。</p> <p>(三) 塑膠類包裝箱(袋)及緩衝材應以再生料摻配比率百分之二十五以上製成。</p>   | <p>一、第一款限制網際網路購物包裝材料不得使用含聚氯乙烯(PVC)材質之物品。</p> <p>二、第二款係考量使用再生料有助於降低包材環境衝擊，同時為確保包裝箱(袋)之耐用性，故明定回收紙混合率比率下限。</p> <p>三、第三款係考量國際相關研究報告指出使用再生料有助於降低包材對環境之衝擊，同時為確保包裝箱(袋)之耐用性，故明定再生料摻配比例下限。另參考「回收再生塑膠品及橡膠品」環保標章規格標準之定義，塑膠再生料應係於國內消費、使用、營建、製造或加工等過程產出，並包含工廠中產生的切落碎屑、不良品等。</p> |
| <p>四、中型業者及大型業者，並應依網際網路購物包裝方式規定辦理：</p> <p>(一) 商品包裝重量比值應符合以下規定：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 包裝箱(袋)內商品總重二百五十公克以上且未滿一公斤，其包裝重量比值須小於百分之四十。</li> <li>2. 包裝箱(袋)內商品總重一公斤以上且未滿三公斤，其包裝重量比值須小於百分之三十。</li> <li>3. 包裝箱(袋)內商品總重三公斤以上，其包裝重量比值須小於百分之十五。</li> </ol> <p>(二) 商品包裝重量比值計算 = [網際網路購物包裝材料重量 / (網際網路購物包裝材料重量 + 商品總重量)] × 100%。</p> | <p>一、規定達一定門檻之網際網路零售業，需符合網際網路購物包裝方式規定，以從源頭進行包裝減量。</p> <p>二、第一款依商品重量級距明定商品包裝重量比值。</p> <p>三、第二款說明商品包裝重量比值得計算公式。</p>   |

|   |  |
|---|--|
| <p>五、網際網路零售業以循環箱（袋）與原箱出貨之網際網路購物包裝，免依公告事項三第二款、第三款規定辦理；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，免依公告事項四規定辦理。</p>  | <p>因循環包裝與原箱出貨已從源頭減量，故明定其包裝材料免依公告事項三第二款至第三款及公告事項四規定辦理，但仍需符合公告事項三第一款規定。</p>  |
| <p>六、大型業者，並應依平均包裝材減重率或循環箱（袋）使用率規定擇一辦理：</p> <p>（一）平均包裝材減重率</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 平均包裝材減重率逐年達成以下比率： <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 至中華民國一百十三年十二月三十一日止，至少百分之二十五。</li> <li>(2) 至中華民國一百十四年十二月三十一日止，至少百分之三十。</li> <li>(3) 至中華民國一百十五年十二月三十一日止，至少百分之三十五。</li> </ol> </li> <li>2. 平均包裝材減重率計算=<math>[(\text{基準年年度平均網際網路購物包裝材料重量}-\text{年度平均網際網路購物包裝材料重量})/\text{基準年平均網際網路購物包裝材料重量}]\times-00\%</math>。</li> <li>3. 前目基準年係指中華民國一百零八年度。一百零八年前設立者，可自一百零八年至本公告實施年，擇一年度作為基準年；一百零八年後及本公告實施前設立者，基準年為設立當年度至本公告實施年，擇一年度作為基準年；本公告實施後設立者，基準年為設立當年度。</li> <li>4. 年度平均網際網路購物包裝材料重量計算=<math>\text{年度網際網路購物包裝材料總重量}/\text{年度網際網路銷售件數}</math>。</li> <li>5. 網際網路購物包裝材料總重量計算=<math>(\text{包裝箱(袋)總重量}+\text{緩衝材總重量}+\text{膠帶總重量})</math>。</li> <li>6. 以循環箱（袋）、原箱出貨或經回收再使用之包裝材料者，其</li> </ol> | <p>規定達一定門檻之網際網路零售業，應逐年達成公告之平均包裝材減重率或循環箱（袋）使用率，說明如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>一、第一款第一目規定應逐年達成公告之平均包裝材減重率。</li> <li>二、第一款第二目規定平均包裝材減重率之計算方式。</li> <li>三、第一款第三目規定基準年之定義。</li> <li>四、第一款第四目規定平均包裝材重量之計算方式。</li> <li>五、第一款第五目規定網際網路購物包裝材料總重量之計算方式。</li> <li>六、第一款第六目明定網際網路購物包裝材料總重量將排除循環箱（袋）、原箱出貨或經回收再使用之包裝材料之重量。</li> <li>七、第二款第一目規定應逐年達成公告之循環箱（袋）使用率。</li> <li>八、第二款第二目規定循環箱（袋）使用率之計算方式。</li> </ol> |

|   |   |
|---|---|
| <p>重量不予計入前目網際網路購物包裝材料總重量。</p> <p>(二) 循環箱(袋)使用率</p> <p>1. 循環箱(袋)使用率逐年達成以下比率：</p> <p>(1) 至中華民國一百十三年十二月三十一日止，至少百分之二。</p> <p>(2) 至中華民國一百十四年十二月三十一日止，至少百分之八點五。</p> <p>(3) 至中華民國一百十五年十二月三十一日止，至少百分之十五。</p> <p>2. 循環箱(袋)使用率計算=(年度循環箱(袋)出貨件數/年度總出貨件數)×100%。</p>   |   |
| <p>七、大型業者應於每年三月三十一日前提報中央主管機關年度減量成果，並保存網際網路購物包裝材料來源憑證或經供應者簽章證明之紀錄等文件至少五年，其成果至少包含下列資訊且須經會計師出具核閱報告書：</p> <p>(一) 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。</p> <p>(二) 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。</p> <p>(三) 上一年度循環箱(袋)出貨件數及循環箱(袋)使用個數。</p> <p>(四) 上一年度原箱出貨件數。</p> <p>(五) 上一年度經回收再使用之包裝材料數量。</p> <p>(六) 平均包裝材減重率或循環箱(袋)分年目標及達成情形。</p> <p>(七) 其他相關佐證資料。</p> <p>前項包裝材料來源憑證或文件紀錄應至少包含下列資訊：</p> <p>(一) 收貨日期或批號。</p> <p>(二) 包裝材料之名稱。</p> <p>(三) 包裝材料之淨重、容量或數量。</p> | <p>一、明定減量成果應提報之內容、時間及提報對象，其相關資料均統計至該年度十二月三十一日之數據為準。</p> <p>二、第一項第三款循環箱(袋)「出貨件數」係指使用循環箱(袋)出貨的次數；循環箱(袋)「使用個數」係指製造或租賃的循環箱(袋)個數。</p> <p>三、第三項未達減量目標之補償措施，明定若業者減量率未達目標時，應擬定精進計畫併同年度減量成果提報，於執行完成後六個月內提報執行成果。</p> <p>四、第四項明定限制使用對象須依中央主管機關書面通知之期限補正相關資料。</p> |

|   |  |
|---|--|
| <p>(四) 包裝材料之回收紙混合率或再生料摻配比例佐證資料。</p> <p>(五) 膠帶材質佐證資料。</p> <p>(六) 供應者之名稱、地址及其他聯繫方式(電話或電子郵件)。</p> <p>未達平均包裝材減重率或循環箱(袋)使用率年度目標時，應依下列規定併同前項年度減量成果向中央主管機關提報精進計畫，並於精進計畫執行結束後六個月內向中央主管機關提報其執行成果，且須經會計師出具核閱報告書：</p> <p>(一) 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。</p> <p>(二) 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。</p> <p>中央主管機關受理前三項資料並認定有欠缺而得補正者，應書面通知限制使用對象於期限內補正。</p> |  |
| <p>八、限制使用對象違反公告事項三第一款規定，依廢棄物清理法第五十一條第三項規定處罰。</p>  | <p>明定須依廢棄物清理法第五十一條第三項規定處罰之管制事項。</p>      |
| <p>九、限制使用對象有下列情形之一者，依資源回收再利用法第二十六條第一項第二款規定處罰：</p> <p>(一) 違反公告事項三第二款或第三款所定包裝材質規定。</p> <p>(二) 違反公告事項四第一款所定商品包裝重量比值分級規定。</p> <p>(三) 違反公告事項六第一款或第二款所定平均包裝材減重率或循環箱(袋)使用率之規定。</p> <p>(四) 違反公告事項七第一項規定，未依期限提報年度減量成果與規定文件，或未妥善保存網際網路購物包裝材料來源之憑證與文件。</p> <p>(五) 違反公告事項七第三項規定，未依期限提報精進計畫或執行成果。</p> <p>(六) 違反公告事項七第四項規定，逾期未補正相關資料。</p>                       | <p>明定須依資源回收再利用法第二十六條第一項第二款規定處罰之管制事項。</p> |