

重复 使用

对包装的反思

概要



ELLEN
MACARTHUR
FOUNDATION



NEW
PLASTICS
ECONOMY

重复使用,你准备好了吗?

任何有关重复使用工作的反馈、信息或新闻,欢迎联系:

NPEC@ellenmacarthurfoundation.org

目录

摘要	5
重复使用恰逢其时	6
重复使用的六大益处	9
四种重复使用模式	13
家中填充	14
途中填充	16
家中返还	18
途中返还	20
69 个重复使用案例	23
饮料	24
杯子	26
食品杂货	28
家庭护理	30
个人护理	32
外卖和熟食	34
运输包装	36

摘要

重复使用包装代表价值超过 100 亿美元的创新机遇，为企业和用户带来显著益处。人们有时会将产品的重复使用视作一种负担，或认为这已是昨日黄花。然而，在数字技术的帮助下，创新型重复使用模式可以改变用户偏好，释放巨大的价值。这些模式能为用户提供卓越体验和定制化产品，不断收集反馈，建立品牌忠诚度，优化运营和节省成本。试想，如果一个外形美观的容器可以为冰淇淋提供数小时的额外冷藏时间，通过订购模式每天为客户提供投送和回收服务，那客户一定会感受到该产品带来的诸多便利，回头客的数量也会显著上升。

重复使用包装是解决塑料污染的关键。在《[新塑料经济全球承诺书](#)》([New Plastics Economy Global Commitment](#))中，400 多个组织都指出，相关领域应着手探索重复使用商业模式，减少对一次性塑料包装的依赖。

本报告为重复使用模式搭建了一个框架，说明了重复使用的六大益处，并列出了 69 个重复使用案例。基于对 100 多项倡议的评估，以及与 50 多位专家展开的访谈，本报告旨在为人们的思维模式带来启发和改变。它描述了不同重复使用模式的实际效果，以及实施过程中的典型挑战。但本报告并不等同于详细的实施指南。

企业对消费者 (B2C) 应用中的包装解决方案是本报告的重点。虽说企业对企业 (B2B) 应用中也存在许多重复使用机会，但人们对前者的理解相对来说更为透彻，在规模化应用上也取得了一定进展¹。

1 读者可在第 37 页找到部分示例；欲知 B2B 重复使用机会的更多信息，请见《新塑料经济：催化行动 (2017 年) 报告》(The New Plastics Economy: catalysing action (2017) report)。

重复使用恰逢其时

1

亟待开发的商业潜力

纵观全球，仅是将 20% 的一次性塑料包装替换为重复使用包装，就能节省至少 100 亿美元¹。重复使用模式可为用户和企业带来诸多好处，包括卓越的用户体验、用户洞见、品牌忠诚度、成本节约等。

2

全球针对塑料污染共同行动

人们普遍认识到，对抗塑料污染刻不容缓。400 多个组织签署了《[新塑料经济全球承诺书](#)》，承诺要建立塑料循环经济。他们明确指出，仅仅依靠循环这一项举措，并不能解决塑料污染问题。重新思考如何在不依赖于一次性包装的情况下为消费者提供产品，才是问题的解决之道。该承诺书见证了全球 100 多个企业的承诺，他们将在 2025 年前，把相关领域的一次性包装全部替换为重复使用包装。

3

顺应用户偏好的改变

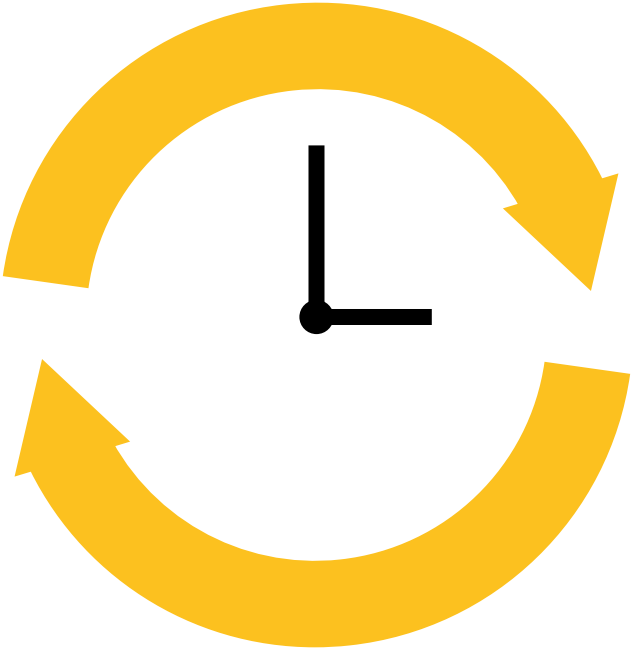
现如今，消费者的期望值越来越高，也越来越复杂。他们不仅想要定制化的高质量产品，还要求这些产品必须能为环境带来积极影响。数字零售的出现正是对此消费偏好的回应²。商家可以打造一些创新型重复使用模式，比如提供更好看、更实用的包装来回应客户需求的变化。这种模式不仅能够收集宝贵的用户信息，还能为用户提供定制化的产品。

4

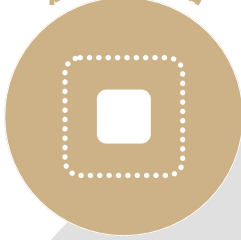
气候和其他环境益处

重复使用型包装不仅有助于杜绝塑料浪费和污染；如果善加利用，它们还能显著减少温室气体 (GHG) 的排放和其他负面影响³。

- 1 艾伦·麦克阿瑟基金会，《新塑料经济：催化行动》(The New Plastics Economy: catalysing action) (2017 年)。
- 2 凯度消费者指数，《快速消费品中电子商务的未来》(The future of e-commerce in FMCG) (2017 年)。
- 3 艾伦·麦克阿瑟基金会，《迈向循环经济第 3 卷：加速全球供应链上的扩张》(Towards a circular economy vol.3: accelerating the scale-up across global supply chains) (2014 年)。



压缩型产品



押金和奖励



定制化



优异的设计



共享设计



智能系统



重复使用的六大益处

重复使用通过创新,改变我们对包装的看法。之前,轻便和廉价才是王道;今后,包装将被视为一种能为用户和企业带来显著益处的高价值资产。

重复使用可以 ...

降低成本

产品若能以浓缩形式，
比如说固态的片剂或浓缩的液体，
进行重复灌装，
将能显著降低包装及运输成本。



迎合个性化需求

重复使用模式若能允许用户
根据个人喜好混合和匹配味道、
定制包装，或是按需购买，
将能极大满足用户需求。



定制化

优化运营

在品牌、行业或更广泛的生态系统之间
共享重复使用包装，
可以实现分销和物流的规模化发展。



共享设计



图片：RECUP

打造品牌忠诚度

商家可以通过推出押金和奖励计划，打造品牌忠诚度，维系客户关系。

押金和奖励



优秀的设计



图片：Loop

改善用户体验

鉴于重复使用型包装的特殊性（生产成本可以得到多次分摊），商家推出的产品也会更加高端。通过提升产品包装的外观、手感和功能，用户体验也能得到改善。

智能系统



图片：MIWA

收集用户反馈

在重复使用包装系统中使用射频识别技术、传感技术和全球定位技术等数字技术，可以轻松地收集有关用户偏好和系统运行等信息。

填充
用户重新填充的包装

返还
包装返还至企业

家中填充

家中返还

途中填充

途中返还

家中
途中

四种重复使用模式

各类 B2C 重复使用模式在包装“所有权”
和用户填充 / 返还包装地点方面各有千秋。



家中填充

用户可在家中自行填充,填充成份可以通过订购服务由商家进行配送



家中返还

商家自行或委托物流企业派人上门取件进行回收



途中填充

用户必须前往指定地点(如某个门店)进行填充

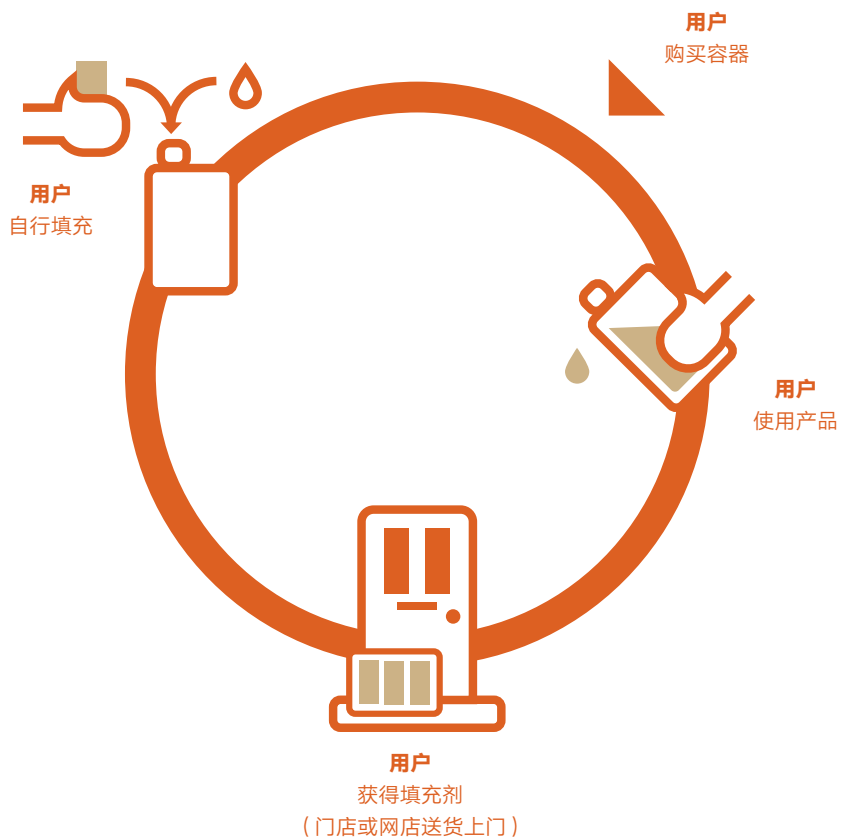


途中返还

用户可在指定门店或返还站点(如回收机器或邮箱)返还包装

注意: B2B包装和“裸装”/无包装产品不包含在此框架中。

家中填充



适用场景

家中填充可被用于线下和线上两种零售方式。该模式尤其适用于后者，因为客户可以通过在线交付界面寻求完善的解决方案。除此之外，填充物也无需与标准化产品抢夺货架资源。

可在**家中填充**的物品包括：

- 线上平台所销售的常见家中和办公室压缩型再填充产品，如饮料、家庭护理和个人护理产品等，通常需要定期使用。
- 传统线下零售店所出售的标准尺寸（非压缩型）填充剂，如家庭护理和个人护理产品填充剂。

典型好处



压缩型产品

企业可以通过提供填充物、浓缩物、片剂等产品降低运输和包装成本。

与标准包装的产品相比，填充物的价格更加低廉，更易于携带和/或储存，用户也能因此受益。



定制化

填充模式的存在让用户得以混合不同的味道、添加喜欢的香味，或使用个性化包装，从而满足用户各式各样的需求。



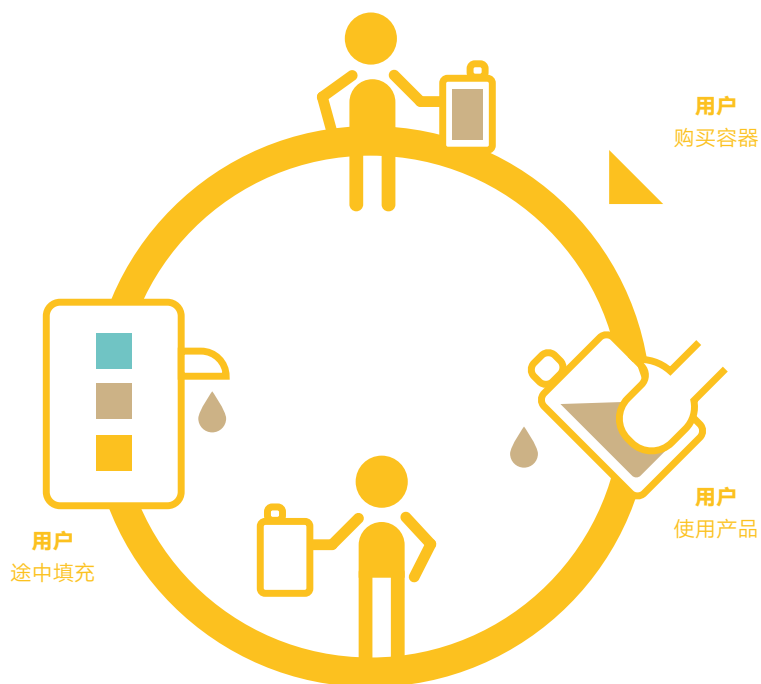
填充物的订购模式能提升用户的品牌忠诚度。

自动续订服务能为用户带来诸多便利。

潜在挑战

- 如果填充物被置于标准规格的产品旁边，可能会难以吸引客户的注意力。
- 客户对“六合一”等形式的浓缩产品的益处了解不够。
- 无法确保填充物的包装是否可重复使用、可回收或可堆肥。

途中填充



适用场景

途中填充需要实体店或分配点，因此更适用于传统零售店和城区。在低收入市场，该模式使客户既能用较少的钱买到产品，又无需依赖一次性包装袋。

可**途中填充**的产品包括：

- 饮料、烹饪必需品（如谷物、面粉、油）、个人护理产品、家庭清洁用品等在内的传统零售店商品。
- 城市中的外卖咖啡或饮水（喷泉车站灌装）。

典型好处



部分分配系统可以满足用户的个性化需求，允许他们按需选择数量，定制产品内容。



借助那些可以匹配用户及其偏好的分配系统，企业能收集用户信息。



自动售货机可以按比例对浓缩物和水进行混合，这样一来，企业就能减少产品的运输和包装成本。

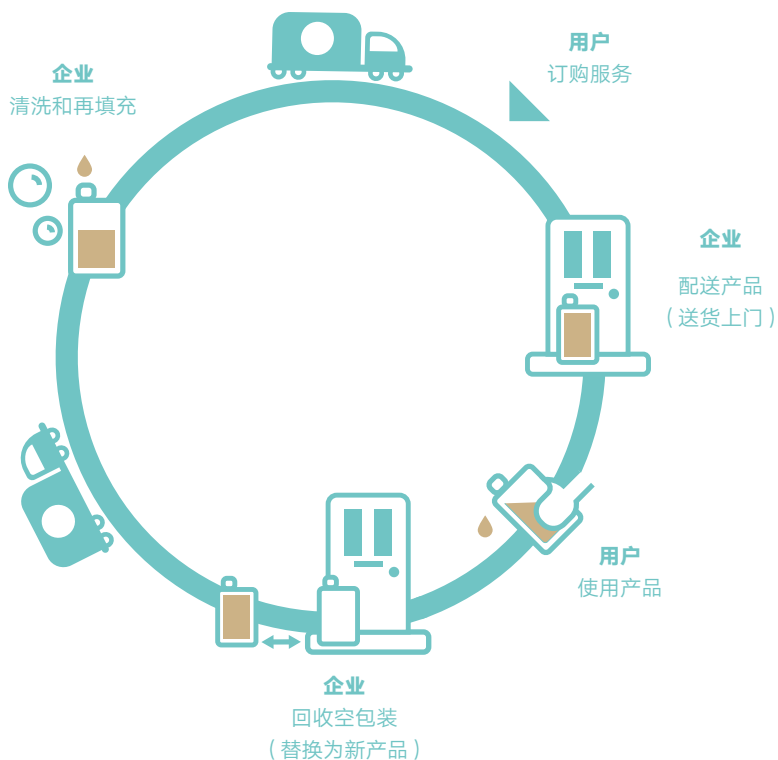


如果分配系统处于移动状态，或被放置于公共场所中，那么用户与产品的距离也会被拉近。

潜在挑战

- 用户自行携带和清洗容器的积极性可能不高。
- 分配系统是否足够简单、安全和干净？是否能够符合预期的品牌体验？
- 品牌保护机制是否存在？例如，品牌分配器所填充的产品是否为企业自己的产品？
- 销售网络是否健全？零售商处有没有安装分配系统？
- 散装销售产品的安全标准、政策和法规方面需要关注。

家中返还



适用场景

家中返还适用于电子商务，因为空包装的回收可以与新产品的交付同时进行。这种方式特别适用于城市地区，因为交货的行程间隔可以被大幅缩短。

可在**家中返还**的产品包括：

- 线上平台所销售的日杂、餐点、个人护理、家庭护理和美容等产品。

典型好处



可通过改进包装的功能和 / 或使包装更美观，改善用户体验。



企业可以通过押金和奖励计划鼓励用户返还包装，以提高其品牌忠诚度。



通过规范化包装，以及与各品牌、各行业或其他利益相关方共享物流和清洗设施等措施，企业可以优化运营，比如，与第三方包装 / 服务提供商合作。



通过提供自动补货订购服务，企业可以提高用户的品牌忠诚度，收集用户信息。

有了订购服务后，消费者就无需担心产品的库存及补货。

潜在挑战

- 在当地建立逆向物流、清洗和再填充基础设施，以确保这种模式在经济和环境上双双可行。
- 押金和奖励计划的制定。该计划需要有足够强的激励作用，但又不能因为押金太高而使客户远离。
- 押金追踪和支出处理系统的开发。
- 如何避免放置在门口的高价值包装或产品被盗风险？
- 如何快速扩展规模，为消费者持续提供实惠的价格？

途中返还



适用场景

途中返还适用面广泛，因为它可以在不改变消费模式的情况下，取代大多数一次性包装。

可**途中返还**的产品包括：

- 多个地区（如拉丁美洲、日本和欧洲）的传统饮料零售店的成功案例已经证明该模式可大规模推广。
- 城市和大型活动中消费的外卖咖啡、饮料和食物等便携式产品。

典型好处



企业可以通过押金和奖励计划鼓励用户返还包装，以提高其品牌忠诚度。



通过规范化包装，以及与各品牌、各行业或其他利益相关方共享物流和清洗设施等措施，企业可以优化运营，比如，与第三方包装 / 服务提供商合作。

广泛协作能够提升返还站点的分布密度，从而为用户带来更多便利。



企业可以通过智能包装，或是能匹配用户及偏好的返还站点来获取用户信息。



企业可通过改进包装的功能和 / 或使包装更美观，改善用户体验。

潜在挑战

- 押金和奖励计划的制定。该计划需要有足够强的激励作用，但又不能因为押金太高而使客户远离。
- 简化用户返还包装的过程，如增加返还站点的数量和密度。
- 建立回收基础设施，打造储存空间，比如，零售商需要从一开始就完全赞同和支持这种做法。
- 在当地建立逆向物流、清洗和再填充基础设施，以确保这种模式在经济和环境方面双双可行。
- 押金追踪和支付处理系统的开发。

69 个重复使用案例

下述页面列举了 69 个重复使用的案例，它们均为用户和企业带来了诸多好处。这些案例要么包含创新元素，要么已经实现规模发展，要么二者兼顾。列表并不全面，仅供参考。



图片：PepsiCo

SodaStream

1200 万 ~ 1300 万家庭 • 全球

用户可使用该家用电器自行制作气泡水，装入重复使用瓶子。用户可根据需要添加调味剂，自制各类汽水。

已于 2018 年被百事公司以 32 亿美元价格收购。

更多信息请参见英文全文

DASANI PureFill

试点 • 美国

填充站提供免费的过滤水，只需支付少量费用就可添加风味或选择生成碳酸饮料。

定制应用程序允许非现金支付，可提供有关用户偏好和习惯的信息。

更多信息请参见英文全文



图片：The Coca-Cola Company

达能饮水桶

规模化 • 拉丁美洲, 亚洲

企业会以送货上门的方式将这些可重复使用水桶的饮用水配送到订购用户的家中或办公室。饮用水冷却器和空水桶将被收回，以便重复使用。该项目特别适用于自来水供应困难的地区。

达能公司所出售的水中，50% (按体积计) 都被装在可重复使用的水桶中。



图片：Danone

可口可乐巴西通用瓶

应拉丁美洲出售的 7% (按体积计) 的可口可乐产品 • 拉丁美洲

可口可乐旗下全部品牌均采用可重复使用 PET 瓶，节省了运营成本，降低了碳排放。

重复使用模式每年可在巴西取代两亿个一次性瓶子，这是可口可乐公司 2018 年在拉丁美洲增长最快的包装形式。

更多信息请参见英文全文



图片：The Coca-Cola Company

			压缩型产品	优异的设计	定制化	智能系统	共享设计	押金和奖励
家中填充	Bevi 办公室定制饮料机	初创公司 • 北美						
	Drinkfinity 自助订购饮料胶囊	百事可乐公司旗下初创公司 • 美国、欧盟、巴西						
	SodaStream 用户利用设备在家中自制气泡水。	1200 万 ~ 1300 万家庭 • 全球						
途中填充	Freestyle 可以定制饮品的智能触摸屏冷饮柜台	规模化 • 全球						
	DASANI PureFill 智能饮水机, 提供定制饮品	试点 • 美国						
	Pepsi Spire 智能触摸屏冷饮柜台, 提供定制饮品	规模化 • 全球						
	百事可乐公司饮料平台 智能饮水机, 提供定制饮品	试点 • 美国						
	Refill 标明公共水龙头地点的应用程序	16000 个再填充站 • 英国						
	The Milk Station Company 出售当地新鲜牛奶的牛奶自动售货机, 可在室内和室外使用	初创公司 • 英国						
家中返还	达能饮水桶 水罐, 用于家庭 / 办公室饮水机	规模化 • 拉丁美洲、亚洲						
途中返还	可口可乐巴西通用瓶 可口可乐旗下全部品牌统一采用可重复使用的 PET 瓶	拉丁美洲出售的 7%(按体积计) 的可口可乐产品 • 拉丁美洲						
	Jean Bouteille 被置于商店的液体分配机和可回收瓶系统	初创公司 • 法国						



图片：The Coca-Cola Company

Costa Clever Cup

Costa 咖啡店均有供应 · 英国

具有免接触式支付功能的可重复使用咖啡杯。

由 Barclaycard 的 bPay 技术提供支持，新的 Clever Cup 允许用户无需拿出钱包或手机就能为手中的咖啡买单。

一次性杯子收费实验

35 家星巴克门店试点 · 伦敦

这是一项为期三个月的试验项目。在伦敦，星巴克会对每个一次性杯子额外收取 5 便士，而自带可重复使用杯子的顾客，则可享受 25 便士的折扣。

在额外收取 5 便士费用前，只有 2.2% 的咖啡采用重复使用杯子。在试点期间，这一数字一跃升至 5.8%。



photo: Hans Vivek on Unsplash



图片：RECUP

RECUP

2500 多家咖啡馆 · 德国

重复使用咖啡杯共享计划席卷整个德国。合作伙伴可在平台上轻松注册，用户能在应用程序 / 网站上看到所有参与的咖啡馆名单，以便返还杯子，拿回押金。

更多信息请参见英文全文

revolv

初创公司 · 巴厘岛、中国香港、新加坡

revolv 是一个带有 RFID 标签的外卖杯物流平台，适用于各类大型活动、企业办公室、校园及城市网络。这是一款集物联网技术和应用程序为一体的智能收集站。

更多信息请参见英文全文



图片：revolv

途中填充	Boston Tea Party	咖啡连锁店,盛咖啡的唯一容器是顾客自带的可重复使用咖啡杯	22 家分店 • 英国				
	Costa Clever Cup	拥有免接触式支付功能的重复使用咖啡杯	Costa 咖啡店均有供应 • 英国				
	一次性杯子收费实验	一项对每个一次性杯子额外收取 5 便士费用的试点项目,以鼓励顾客使用重复使用杯子	35 家星巴克门店试点 • 伦敦				
	CupClub	提供共享可追踪的咖啡杯,以及集中配送和清洗服务	初创公司 • 伦敦				
	弗莱堡杯	由弗莱堡市发起的咖啡杯共享重复使用计划	超过 100 家咖啡馆、面包店和自助餐厅 • 德国弗莱堡市				
	Globelet	为大型活动、体育场馆等提供重复使用的杯具和餐具,具备智能回收系统。	300 B2B 客户年度 • 澳大利亚、新西兰				
	Meu Copo Eco	为各式活动和体育场馆供应的啤酒和其他饮料提供重复使用杯具	2018 年客户达 3000 家以上 • 巴西				
	Newcy	为自动售货机和饮水机提供重复使用杯具	初创公司 • 法国				
	P-LUX	在城市广场周围的咖啡馆之间共享的可重复使用啤酒杯	初创公司 • 布鲁塞尔				
	RECUP	咖啡馆和餐馆的共享重复使用咖啡杯计划	2500 多家咖啡馆 • 德国				
途中返还	revolv	带有 RFID 标签的外卖杯具物流平台	初创公司 • 巴厘岛、中国香港、新加坡				
	Shrewsbury Cup	使用 Bockatech 杯子的杯具共享服务	20 家咖啡馆 • 英国				
	Stack Cup	让用户可以在活动中轻松携带多个可重复使用的啤酒杯	初创公司 • 哥本哈根				



图片: Algramó

Algramó 1.0

2000 多家商店, 35 万多个客户 • 智利
使客户能够购买家庭必需品、自行选择数量, 用重复使用容器盛装的自动售货机。

通过以批量价格购买小剂量产品, 客户可节省高达 40% 的成本。

MIWA

2019 年试点 • 布拉格

MIWA 建立了一个无包装销售
的商业生态系统。

借助 RFID 系统, MIWA 实现了库存监
控、自动追加存货, 以及商品流动实时数
据反馈, 提高了供应链效率和操作的
便利性。

更多信息请参见英文全文



图片: MIWA

Loop

试点 • 美国内布拉斯加州、法国、英国

Loop 是一家由 TerraCycle 开发的商店, 线上线下兼有, 出售如宝洁、雀巢、百事、联合利华等品牌, 以及部分初创企业的改进版产品。商品均采用优质的重复使用包装, 并且所有包装都会被回收、清洗和重新填充。

更多信息请参见英文全文



图片: Loop

The Wally Shop

初创公司 • 纽约市

The Wally Shop 是一家线上平台, 消费者在线订购散装的农贸市场产品后, 由平台提供送货上门服务。其所有产品均采用重复使用包装, 消费者需缴纳押金作担保。

对不同的散装商品和农产品均使用通用无品牌包装, 以实现运营的优化。

更多信息请参见英文全文



图片: The Wally Shop

			压缩型产品	优异的设计	定制化	智能系统	共享设计	押金和奖励
途中填充	Algramō 1.0 覆盖常见商品的自动售货机	2000 多家商店, 35 万多个客户 • 智利						
	家乐福有机系列 “Bulk Wall” 在传统的商场购物环境中试点散装销售	试点 • 法国						
	MIWA 智能技术支持的重复使用包装商业生态系统	2019 年试点 • 布拉格						
家中返还	维特罗斯 “裸装” 商店散装销售试点, 消费者自带容器到填充站购买洗涤剂 and 葡萄酒 / 啤酒	试点 • 英国						
	ALLGoods 用自行车配送采用重复使用包装的散装货物	初创公司 • 哥本哈根						
	Loop (电子商务) 产品采用重复使用优质包装, 提供送货上门服务	试点 • 美国内布拉斯加州、法国、英国						
途中返还	The Wally Shop 最后一公里送达, 实现购物零浪费	初创公司 • 纽约市						
	Loop (实体店) 采用重复使用优质包装, 产品在传统超市中出售	试点 • 美国内布拉斯加州、法国、英国						



图片: Blueland

Blueland

初创公司 · 美国

洗涤剂以片剂形式发货,在重复使用喷雾瓶中与水混合制成最终产品。

一片重量仅有几克的片剂可制成半升以上的洗涤剂,大大降低了运输和包装成本。

Replenish

25 万用户 · 全球

喷雾瓶可重复灌装,填充物以浓缩液形式存在于胶囊中,消费者可另外购买。

只需放入胶囊和水,便可制成清洗剂。

一个胶囊可制成六瓶清洗剂。

其他品牌也可以使用该包装系统。

更多信息请参见英文全文



图片: Replenish

Algramō 2.0

试点 · 智利

配备智能分配机的电动三轮车可在用户家门口发放联合利华和雀巢的家庭护理用品。

公司可通过应用程序储存产品偏好信息,实现电子支付,实现对客户忠诚度的管理。

更多信息请参见英文全文



图片: Algramō

Hepi Circle

试点 · 印度尼西亚

















用小尺寸的重复使用瓶取代一次性小袋灌装的洗涤剂等家用产品。

每次客户退回 Hepi Circle 瓶子时,都会获得一笔积分,可在下次购买重复使用包装的新产品或食品时抵扣现金。

更多信息请参见英文全文



图片: Hepi Circle

			压缩型产品	优异的设计	定制化	智能系统	共享设计	押金和奖励
家中填充	Blueland	由可堆肥纸张包装的,以浓缩片剂形式存在的洗涤剂	初创公司 • 美国					
	Dazz	以浓缩片剂形式存在的清洁产品	亚马逊和沃尔玛有售 • 美国					
	Replenish	以胶囊形式存在的浓缩清洁产品,可安装于可重复使用的喷雾瓶	Replenish 平台 用户达 25 万多个 • 全球					
	Splosh	以浓缩形式存在的清洗产品	初创公司 • 英国					
途中填充	Algramó 2.0	安装在电动三轮车上的再填充分配系统,配有智能的电子分配和支付系统	试点 • 智利					
	Ecopod	用于零售店和住宅区的自动售货机,由消费者携带重复使用容器来灌装清洗剂	初创公司 • 美国					
	Ecover	具有条码打印功能和自动填充功能的装灌机	试点 • 英国					
途中返还	Hepi Circle	用小尺寸重复使用瓶子灌装的洗涤剂和其他家用物品	试点 • 印度尼西亚					



图片: by Humankind

by Humankind

初创公司 · 美国

by Humankind 提供个人护理产品。这些产品经过重新设计,减少了对一次性塑料的需求,例如:片剂形式的漱口水。

首次购买时带有经久耐用的包装,用于后期订购补充。

更多信息请参见英文全文

All Things Hair Refillery

试点 · 马尼拉

用户可携空瓶前往指定的购物中心,对联合利华下的畅销洗发水和护发素品牌产品进行补货,如多芬、夏士莲和彩丝美。

用户可按需填充产品,按量付费。



图片: Unilever

洁诺牙膏片剂

试点 · 美国内布拉斯加州、法国、英国

洁诺(联合利华)取代了传统的一次性牙膏管,以重复使用罐子提供片剂形式的牙膏。

片剂可以在线购买,由 Loop 平台送货上门并自动补货。

更多信息请参见英文全文



图片: Unilever

CoZie

335 个销售点 · 法国


















包括面霜和水在内的化妆品可在门店中按不同体积出售。

消费者在返还空瓶时可获得积分,在下次进行 CoZie 产品补货时抵扣现金。

更多信息请参见英文全文



图片: CoZie

			压缩型产品	优异的设计	定制化	智能系统	共享设计	押金和奖励
家中填充	<u>Bite</u>	基于订购发货的牙膏片剂	初创公司 • 美国、澳大利亚、加拿大					
	<u>by Humankind</u>	基于订购发货的漱口水片剂	初创公司 • 美国					
	<u>Replenish</u>	以胶囊形式存在的浓缩洗手液,可安装于重复使用泵瓶	Replenish 平台 用户达 25 万多个 • 全球					
	<u>Splosh</u>	以浓缩形式存在的沐浴露和洗手液	初创公司 • 英国					
途中填充	<u>All Things Hair Refillery</u>	成本低廉的联合利华畅销护发产品的填充站	试点 • 马尼拉					
家中返还	<u>Signal toothpaste tabs</u>	以片剂形式存在于重复使用罐子中,提供自动补货服务	试点 • 美国内布拉斯加州、法国、英国					
途中返还	<u>CoZie</u>	化妆品散装自动售货机	335 个销售点 • 法国					
	<u>Plaine Products</u>	用可循环的、重复使用铝瓶盛装的个人护理品	2 万用户 • 美国、加拿大					



图片: DabbaDrop

DabbaDrop

初创公司 · 伦敦

熟食订购及送货上门服务,使用印度风格的重复使用餐盒。

送餐的同时,将用过的餐盒回收。

更多信息请参见英文全文

vanilla bean

2019 年底试点 · 柏林

拥有 30 万用户的数字平台,可跟踪重复使用餐具。

用户通过餐厅指南下单。食物装在重复使用容器中进行配送,所有合作餐馆都可收集与回收用过的容器。所有包装上都印有二维码以便追踪。



图片: vanilla bean

Fresh Bowl

试点 · 纽约市

自动售货机提供当天的新鲜食物,并装在重复使用玻璃罐中出售。

返还玻璃罐到机器后,消费者将获得价值两美元的积分,可在下次购物时抵现。

即将与 Loop 平台融为一体



图片: Fresh Bowl

reBOX



























500 多家供应商参与 · 瑞士

适用于便携式外卖食物的重复使用包装。

外卖食品被装在 reBOX 重复使用容器中,消费者食用完毕可将空容器返还到任意一位商家。



图片: reCircle

			压缩型产品	优异的设计	定制化	智能系统	共享设计	押金和奖励
家中返还	DabbaDrop	熟食订购及送货上门服务,以重复使用餐盒为包装	初创公司 • 英国					
	Dabbawala	拥有百年历史的午餐送餐服务,以重复使用餐盒为包装	每日送餐达 20 多万份 • 孟买					
	Deliveround	采用重复使用包装的外卖食品	试点 • 比利时					
	Sharepack	为通过外卖平台订购的餐食提供重复使用包装	初创公司 • 阿姆斯特丹					
	vanilla bean	外卖食品订购数字平台,可追踪重复使用餐具	2019 年底试点 • 柏林					
	Fresh Bowl	自动售货机提供当日准备的新鲜食物,盛在重复使用玻璃罐中出售	试点 • 纽约市					
	GO Box	重复使用的外卖包装服务	初创公司 • 波特兰					
	Less Mess	适用于各种活动的重复使用餐具	初创公司 • 英国					
	Ozarka	重复使用的外卖包装服务	初创公司 • 阿姆斯特丹					
	Ozzi	适用于食品服务行业的重复使用餐具,配有智能收集站	应用于 50 多个校园和医院等 • 美国					
途中返还	reBOX	适用于便携式外卖食物的重复使用包装	500 多家供应商参与 • 瑞士					
	RETURNR	适用于咖啡 / 午餐外卖的重复使用包装	初创公司 • 墨尔本					



图片：Liviri

Liviri

初创公司 · 美国

生鲜产品在线下单后将被装入改良版重复使用盒子中进行配送。

适用于餐点配送、生鲜食品和易腐食品。

更多信息请参见英文全文

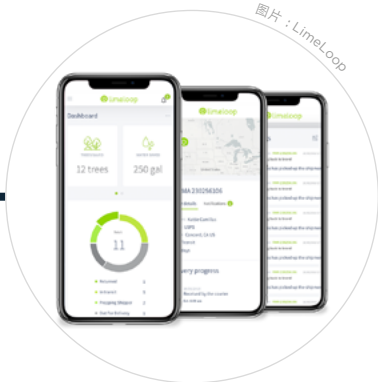
LimeLoop

两万多次往返运送 · 美国

为网店订单提供重复使用包装，内嵌一体化追踪系统。

追踪和移动应用程序使网店能够收集宝贵的客户意见。

更多信息请参见英文全文



图片：LimeLoop

RePack

50 多家电子零售商，5 万个终端用户 · 全球

用于线上购买产品的包装，整个返还及重复使用过程便捷迅速。

返还包装的客户将获得折扣，可在下一次网店下单时使用。

更多信息请参见英文全文



图片：RePack

瑞典返还系统

1500 多家参与企业 · 瑞典

用于杂货配送的重复使用托盘和板条箱系统。

包装的标准化能够带来更好的货物流通，提高整个供应链的效率(比如一家中型商店每年可节省 160 个工时)。

更多信息请参见英文全文



图片：Swedish Return System

			压缩型产品	优异的设计	定制化	智能系统	共享设计	押金和奖励
家中返还	Liviri	生鲜产品在线下单后将被装入改良版的重复使用盒子中进行配送。	初创公司 • 美国					
	LimeLoop	为网店订单提供重复使用包装,内嵌一体化追踪系统	2 万多次往返运送 • 美国					
企业中返还	RePack	为网店订单提供重复使用包装,有押金奖励机制	50 多家 电子零售商,5 万个终端用户 • 全球					
	Returnity	为电商平台量身设计的耐用型包装袋和包装盒	初创公司 • 美国					
	Brambles	供应链包装服务	5 亿个托盘、板条箱和容器 • 全球					
B2B ¹	Euro Pool Group	供应链包装服务	2017 年托板和托盘零售发货次数分别超过 8300 万和 10 亿次 • 欧洲					
	Kegstar	为啤酒厂提供重复使用共享可跟踪啤酒桶	规模化 • 全球					
	瑞典返还系统	用于 B2B 杂货配送的重复使用托盘和板条箱系统。	1500 多家参与企业 • 瑞士					

更多案例详情请见报告英文完整版
www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/reuse

1 可重复使用的 B2B 包装系统不胜枚举。欲知更多信息,请参阅《新塑料经济:催化行动(2017 年)报告》(The New Plastics Economy: catalysing action (2017) report)。

关于艾伦·麦克阿瑟基金会

核心慈善合作伙伴



全球合作伙伴



艾伦·麦克阿瑟基金会(Ellen MacArthur Foundation)于2010年成立,旨在加快全球向循环经济的转型。自成立以来,该慈善机构已成为全球思想领袖,将循环经济纳入全球决策者的议程。该慈善机构的工作集中在七个关键领域:洞见与分析;商业;政府,城市与机构组织;系统性倡议;循环设计;教育;和沟通。基金会与其知识合作伙伴奥雅纳(Arup)、卓更品牌咨询(Dragon Rouge)、艾迪欧(IDEO)和 SYSTEMIQ 展开合作,共同致力于发展更高效的循环经济模式并开发实现其价值的途径。基金会与其全球合作伙伴达能(Danone)、DS 史密斯集团(DS Smith)、谷歌(Google)、H&M 集团(H&M Group)、联合圣保罗银行(Intesa Sanpaolo)、飞利浦(Philips)、雷诺(Renault)、庄臣公司(SC Johnson)、索尔维集团(Solvay)、联合利华公司(Unilever),及其 CE100 网络(企业,大学,创新者,政府,城市,附属机构)共同合作,进行能力建设,探索合作机会并制定循环商业倡议。

更多信息:

ellenmacarthurfoundation.org • @circulareconomy

关于新塑料经济倡议

主要慈善合作伙伴



慈善资助



核心合作伙伴



在过去的四年中,艾伦·麦克阿瑟基金会(Ellen MacArthur Foundation)新塑料经济倡议召集了企业和政府共同努力迈向塑料循环经济的愿景。其 2016 年和 2017 年的《新塑料经济》报告吸引了全球注意,揭示了塑料垃圾和污染的经济和环境成本。去年,15 家全球领先的公司加入了该倡议,致力于在 2025 年之前实现 100% 塑料包装可重复使用,可回收或可堆肥的。《新塑料经济全球承诺》将这项工作推向了新的高度 - 召集了全球有能力从源头避免塑料污染的领导者。

更多信息:

newplasticseconomy.org • @newplasticsecon



ELLEN
MACARTHUR
FOUNDATION

艾伦·麦克阿瑟基金会 © 版权所有，2019 年