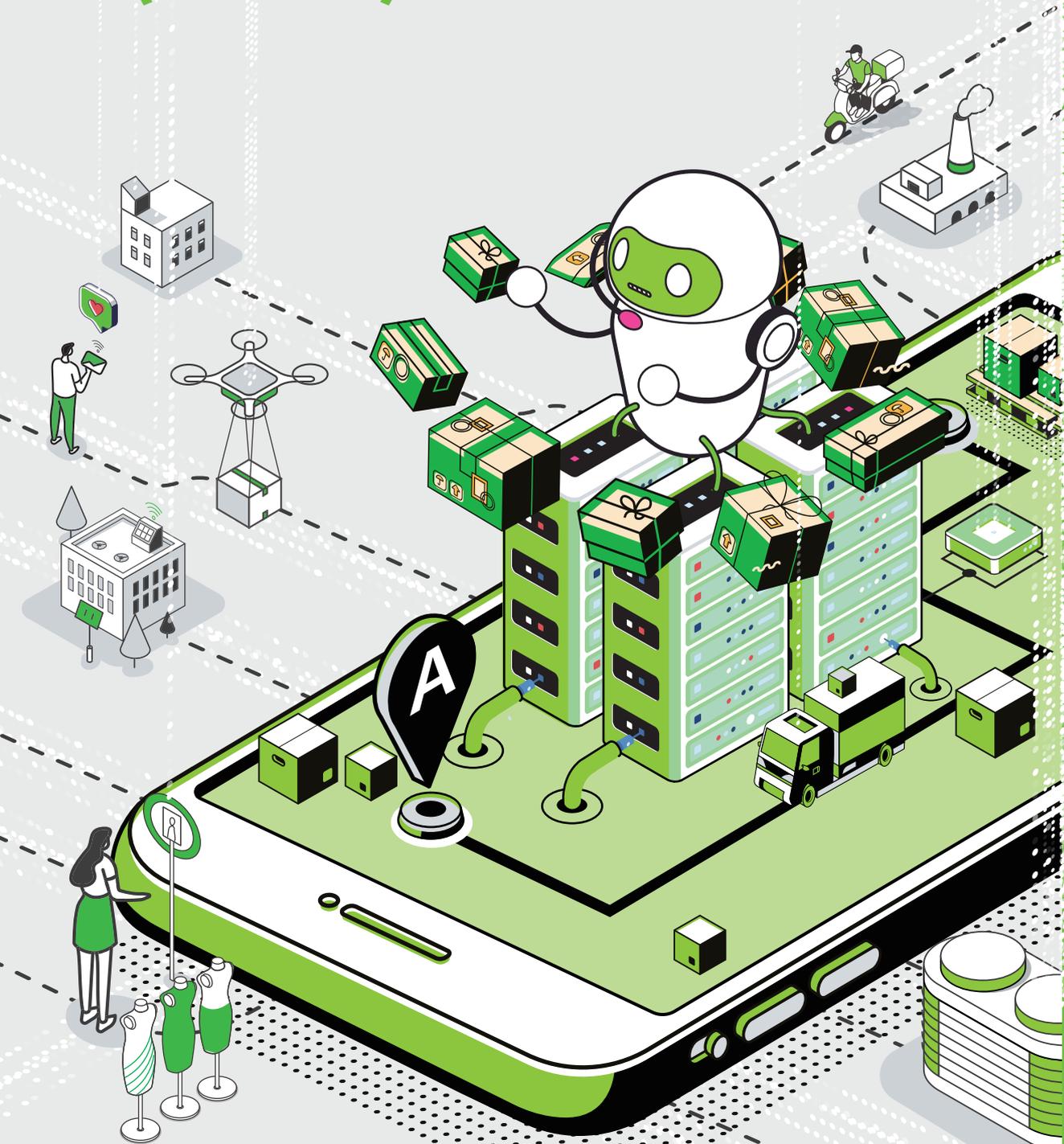


中国零售电商 气候行动与环境表现 (2021)



GREENPEACE 绿色和平

中华环保联合会
All-China Environment Federation



作者

吕歆、唐大旻、夏怡雯、陈姿竹

数据支持

陈姿竹、李珊珊

编辑

李小溪

鸣谢以下人员给与本报告的帮助

朗华、毛达、彭聪 (按姓氏首字母顺序排列)

袁瑛、王赫、田梦、叶睿琪、魏佳、郭西德龙、保航 | 绿色和平

GREENPEACE 绿色和平

著作权及免责声明

本报告由绿色和平和中华环保联合会基于在北京取得的临时活动备案共同发布。

除标明引用的内容以外，本报告内所有内容（包括文字、数据、图表）的著作权及其他知识产权归绿色和平所有。如需引用本报告中的数据及图表，请注明出处。标明由绿色和平拍摄的照片必须取得绿色和平授权后方可使用。

本报告有中文、英文两个版本，如有内容差异，以中文报告为准。

本报告为基于有限时间内公开可得信息研究产出的成果。如本报告中相关环境信息存在与真实信息不符的情况，欢迎与我们沟通联系：greenpeace.cn@greenpeace.org。由于信息获取渠道的局限性，绿色和平、中华环保联合会不对报告中所含涉信息的及时性、准确性和完整性作任何担保。

本报告数据涵盖时间范围为2018年1月1日至2021年12月31日，研究期间之外，本报告所提及的企业在各平台上公开的环境信息如有被更改或增加的信息不被包括在此研究结果分析中。本报告仅用于政策参考、信息共享和环保公益目的，不作为公众及任何第三方的投资或决策的参考。本报告中所提及企业案例仅涉及环境保护维度的评价及论证，绿色和平亦不承担因此而引发的相关责任。

发布时间：2022年1月

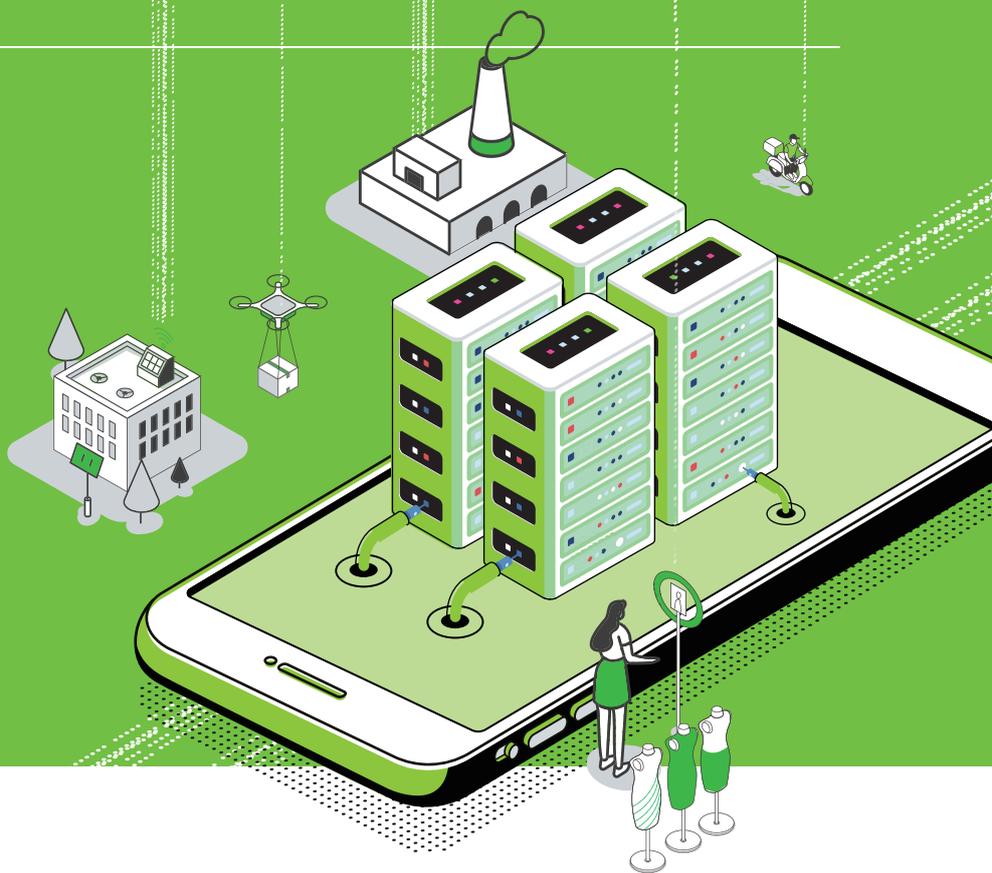
目录

| | | | |
|-----------------------|----------|--------------------------|-----------|
| 执行摘要 | 2 | 气候变化与环境信息披露 | 17 |
| 企业排名表总览 | 3 | 必要性 | 17 |
| 主要发现 | 3 | 现状分析 | 18 |
| 建议 | 6 | 建议 | 19 |
| 研究局限性 | 6 | 案例 | 19 |
| 第一章 调研背景 | 7 | 平台用户可持续管理 | 20 |
| 第二章 现状分析 | 9 | 必要性 | 20 |
| 气候变化与环境相关目标设立 | 10 | 现状分析 | 20 |
| 必要性 | 10 | 建议 | 21 |
| 现状分析 | 10 | 案例 | 21 |
| 建议 | 11 | 第三章 建议 | 22 |
| 案例 | 12 | 附录一 企业得分卡 | 23 |
| 气候变化与环境行动表现 | 14 | 附录二 方法论 | 35 |
| 必要性 | 14 | 附录三 全球二十家主流电商企业能源 | |
| 现状分析 | 14 | 与碳目标相关信息 | 37 |
| 建议 | 16 | 注释 | 39 |
| 案例 | 16 | | |

图表目录

| | |
|--|----|
| 图 1 七家零售电商企业在气候变化与环境相关目标设立、气候变化与环境行动表现、气候变化与环境信息披露、平台用户可持续管理四个维度的得分率表现 | 9 |
| 图 2 eBay2020年碳排放组成 | 12 |
| 图 3 全球20家主流零售电商企业100%可再生能源目标与进展 | 12 |
| 图 4 全球20家主流零售电商企业碳中和目标设定情况 | 13 |
| 图 5 中国电子商务企业2019年度碳排放组成 | 14 |
| 图 6 七家零售电商企业在气候变化与环境行动表现维度的平均得分率情况 | 15 |
| 图 7 eBay2017-2020年可再生能源用电量占比情况 | 16 |
| 图 8 七家零售电商企业气候变化与环境信息披露情况 | 18 |
| 图 9 唯品会2020年部分环境信息披露 | 19 |
| 图 10 日本乐天集团2020年部分环境信息披露 | 20 |
| 图 11 七家零售电商企业在平台用户可持续管理维度的平均得分率情况 | 21 |
| 表 1 七家零售电商企业在可再生能源利用、碳中和、包装减排、电动车、供应链减排的可量化目标信息 .. | 11 |
| 表 2 七家零售电商企业在包装减量化、可重复使用包装服务、包装回收三方面的进展 | 15 |
| 表 3 七家零售电商企业关键环境信息披露现状 | 19 |

执行摘要



过去二十年间,以为消费品和服务提供在线市场为商业模式的零售电商企业蓬勃发展,这一方面极大促进了中国经济的发展,另一方面也深度影响着每一个人的日常生活。伴随着互联网信息技术的高速发展,中国电子商务领域涌现出一批有影响力的大型零售电商企业¹。

伴随零售电商企业发展壮大,其气候变化与环境方面的负外部性问题逐渐显现,比如与其经营相关联的电力排放、制冷剂泄漏²、包装与废弃物污染、电动车报废、非法野生动植物制品交易等。在全球携手积极应对气候变化的大背景下,零售电商企业作为经济发展的重要一环,应当积极向低碳可持续的商业模式转型,助力中国在2060年前实现碳中和的气候目标。

本报告综合评估了中国主流零售电商企业在气候变化与环境方面的举措与行动,也为其提升环境治理表现,成为实现中国长期可持续发展愿景的新动能提供了建议。基于行业影响力与市场竞争力等原则,报告评估的七家主流零售电商企业为:阿里

巴巴³、京东⁴、拼多多、苏宁易购、网易、唯品会、小米(下称“企业”)。有调研显示,2020年这七家电商企业的累计市场份额超过中国整体电商市场的92%⁵。在评价指标上,报告综合专家、学者、与业内从业人员⁶的多方讨论,从四大板块入手——气候变化与环境相关目标设立、气候变化与环境行动表现、气候变化与环境信息披露、平台用户可持续管理——多角度分析以上企业(以中国大陆地区业务为主)的气候行动与环境表现。

企业排名表总览

| 企业名 | 气候变化与环境相关目标设立 (30分) | 气候变化与环境行动表现 (35分) | 气候变化与环境信息披露 (20分) | 平台用户可持续管理 (15分) | 总分 (100分) |
|---|---------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------|
|  Alibaba Group 阿里巴巴集团 | 19 | 23 | 12 | 11 | 65 |
|  JD.COM | 10.5 | 24.5 | 17 | 9 | 61 |
|  唯品会 vip.com | 0 | 20.5 | 12 | 0 | 32.5 |
|  苏宁易购 suning.com | 2 | 18.5 | 3 | 6 | 29.5 |
|  网易 NETEASE | 0 | 14 | 11 | 0 | 25 |
|  MI | 0 | 10 | 11 | 1 | 22 |
|  拼多多 | 0 | 1.5 | 0 | 2 | 3.5 |

主要发现

企业整体表现

本报告评估的七家企业中仅有两家得分超过及格线，这意味着中国主流电商企业在气候变化与环境规划的响应速度与落实程度上还有很大提升空间。此外，七家企业之间的差距显著。市场占有率最高的阿里巴巴和京东两家头部企业的表现显著高于其他企业，位于第一梯队，并形成了激烈竞争的态势。

其中，阿里巴巴集团位居本排行榜首位。该企业于2021年12月推出“2030年实现自身运营层面的碳中和，同时协同生态上下游，实现范围3碳排放强度比2020年降低一半”的减排目标，并首次提出范围3+概念，利用15年时间带动生态累计减碳15亿吨（见企业得分卡“阿里巴巴-气候变化与环境相关目标设立-信息来源4”），在理念、目标、披露、行动和平台生态系统动员等环节表现均衡，因而在受到评估的电商企业中位于领军位置。不过，未来阿里巴巴在范围3碳中和与生态系统的减排路径探索方面还需持续发力，以保持领跑者优势。

京东在2020年末率先提出了“京东物流2030年实现范围1到3绝对减排50%，100%可再生能源”的环境目标（见注释9），并发挥其供应链体系优势，在电商环境行动多个维度取得成效。然而截至目前京东尚未就

集团层面做出碳中和承诺以及公布明确的减排路径，在零售电商碳中和的赛道上被阿里巴巴赶超。可见，京东集团并不全面且力度有限的气候承诺使其未能发挥出先行者优势，要成为引领行业低碳转型的标杆企业，还需要继续努力。

唯品会、苏宁易购、网易、小米处于第二梯队。其中，唯品会在信息披露与环境行动的表现均处于靠前位置，是第二梯队的四家企业中唯一一家2020年可再生能源用电量达到自身用电量45%的企业⁷，其环境表现主要受限于相关目标的缺失。

苏宁易购的环境行动较为全面，但在目标与环境信息对外披露层面与第一梯队差距显著。在政策与资本市场信号指引逐步明晰的大趋势下，企业的进展值得期待。

网易与小米是中国领先的互联网科技企业，二者的电商业务（网易严选、小米有品）近年来发展迅速。网易严选以C2M（用户直连制造）模式立足，而小米有品融合小米产品生态链和精品电商卖场于一身。本报告发现，两家电商品牌的气候行动与环境表现缺乏亮点，与其在打造产品和品牌上的用心差距显著。

拼多多作为零售电商的后起之秀，交易额和用户数量持续快速上升。与之形成鲜明对比的是，该品牌

在气候变化与环境表现领域几乎未推出任何实质举措或目标,也未披露关键环境信息,排名垫底且与其他企业差距明显,亟需奋起直追以跟上行业步伐。

趋势与展望

本报告发现中国零售电商行业气候行动与环境治理方面存在两大突出趋势:

1. 随着京东物流碳减排目标和阿里巴巴碳中和目标的推出, **气候行动已经成为中国零售电商行业领导者之争的关键赛场**。由于电商企业的减排难度主要存在于价值链(范围3)和生态系统参与者,未来阿里巴巴和京东气候行动的竞争或将集中体现在这两个领域。

2. 随着资本市场对气候变化带来的财务风险的重视度提高,近年来中国电商上市企业环境信息披露水平在迅速提高。这也意味着, **尚未做好气候变化和环境信息披露的企业在未来将面临更大压力**。

各个评价维度的企业表现总结

● 气候变化与环境相关目标设立

进展

- 阿里巴巴和京东在温室气体减排方面均提出了目标,但范围和力度有差异。
- 阿里巴巴(见企业得分卡“阿里巴巴-气候变化与环境相关目标设立-信息来源1-4”)是唯一一家提出2030年实现集团范围自身运营(范围1、2)碳中和的企业。此外,阿里巴巴还提出将协同生态上下游(范围3),实现碳排放强度比2020年降低一半。其中在业务线上,阿里云计算业务将在2030年率先实现“范围1、2、3”的碳中和,且电力供给100%采用清洁能源。
- 京东旗下的京东物流集团(见企业得分卡“京东-气候变化与环境相关目标设立-信息来源1,3”)提出2030年实现范围1到范围3减排50%的碳减排目标⁸,并承诺到2030年实现使用

100%可再生能源⁹。京东物流也是目前中国大陆地区首家加入科学碳目标倡议(Science Based Targets initiative)的物流企业。

- 阿里巴巴明确设定了到2030年将自身运营车辆100%替换为电动车的目标(见企业得分卡“阿里巴巴-气候变化与环境相关目标设立-信息来源2”),其他6家企业中京东和苏宁易购在燃油车淘汰方面设定了目标。
- 京东在2017年设定过包装减量目标(见企业得分卡“京东-气候变化与环境相关目标设立-信息来源4”)。

差距

- 目前,仅阿里巴巴就集团自身运营层面的碳中和与云业务100%清洁能源公开路径与时间线规划。
- 尚无一家企业就集团价值链(范围3)碳中和做出公开承诺。
- 绿色包装、绿色物流、绿色供应链是零售电商企业低碳运营的必要条件。七家企业中仅有阿里巴巴、京东物流与苏宁易购制定了一些相关目标,其余企业缺乏清晰的目标指引。

● 气候变化与环境行动表现

进展

- 大多数主流电商企业通过多种方式不同程度地开展运输、包装以及供应商的低碳化管理。
- 除小米未见公开信息外,其余六家企业都已通过智能算法优化自身运输系统路径规划的方式实现了物流运输层面的减排。
- 除拼多多未见公开信息外,其余六家企业都已不同程度地采用源头减量或末端回收等包装绿色化措施。
- 京东、唯品会和苏宁易购建立了可重复使用快递包装体系。

- 零售电商企业开始探索利用可再生能源推动企业低碳转型的潜力, 包括在办公楼宇、仓储使用屋顶光伏、市场化采购可再生能源等。

差距

- 企业对可再生能源的使用尚未实现大规模突破。
 - 据不完全统计, 2020年仅唯品会与阿里巴巴披露的可再生能源用电量超过3000万千瓦时。其中, 仅唯品会可再生能源用电量达到自身用电量45%¹⁰。阿里巴巴可再生能源用电量突破亿量级, 但并未明确其具体零售业务的可再生能源用电量(见企业得分卡“阿里巴巴-气候变化与环境行动表现-信息来源1”)。
 - 京东在2019年披露的可再生能源用电量仅为1479.99兆瓦时¹¹, 尚不足自身当年总用电量的1%(见企业得分卡“京东-气候变化与环境行动表现-信息来源1”)。
- 燃油车淘汰尚未成为主流减排路径。据公开信息, 目前仅京东、阿里巴巴、唯品会与苏宁易购四家企业开展了燃油车淘汰工作。
- 七家企业中仅京东提出针对数据中心的制冷剂环境管理规定(见企业得分卡“京东-气候变化与环境行动表现-信息来源6”)。

● 气候变化与环境信息披露

进展

- 企业已在关键环境信息披露方面有所行动。
 - 2020年, 京东、唯品会、网易、小米四家企业通过企业官方报告, 参考香港联交所/GRI/TCFD等信息披露指引, 披露了自身用电量、碳排放、包装用材/废弃物信息。阿里巴巴则在2021年12月17日通过其《2021阿里巴巴碳中和行动报告》披露了碳排放信息。
- 企业的环境可持续发展已经上升至集团战略层面。

- 除拼多多未见公开信息外, 其余六家企业均已经在董事会层面建立环境与可持续治理架构。阿里巴巴进一步成立环境可持续管理部门, 负责管理其环境可持续发展, 包括碳中和及环境议题的目标制定、策略设计、项目落地(见企业得分卡“阿里巴巴-气候变化与环境信息披露-信息来源2”)。

差距

- 作为市场份额前列的电商企业, 拼多多与苏宁易购尚未通过官方渠道披露相关环境绩效信息。
- 零售电商企业的供应链与自有电动车比例信息披露尚不透明。
 - 供应链方面, 仅阿里巴巴、京东与网易披露了自身范围3相关部分碳排放信息。
 - 电动车方面, 七家企业中仅唯品会披露了2019年自身电动物流车比例(见企业得分卡“唯品会-气候变化与环境信息披露-信息来源1”)。

● 平台用户可持续管理

进展

- 零售电商企业在商户的可持续经营指引、消费者的可持续消费引导方面开始行动。
 - 在商户管理上, 阿里巴巴、京东、拼多多作为大陆市场份额前三的零售电商企业, 均借助自身平台优势, 对涉及环境破坏的商品的买卖操作进行阻止和警告, 或对商户进行环境宣传教育。
 - 在用户倡导上, 京东、阿里巴巴、小米、苏宁易购通过在平台上开设了绿色/可持续专区或延长商品使用生命的二手商品专区等方式, 对消费者进行引导。

差距

- 目前尚无零售电商企业对平台入驻商家进行环境资质或表现的审核。

建议

中国零售电商企业的兴起重塑了国人的消费版图,影响了数以亿计公众的消费行为,其生态系统环境影响的总和不可忽视。因此,电商企业不仅要对企业自身运营相关的环境问题负责,为整个平台生态系统承担相应的责任。基于此,报告建议中国零售电商企业:

1. 尽快设立全面的气候变化与环境目标,并积极开展行动。
 - a. 建立全价值链(范围1、2、3)的碳中和目标,并明确减排路径与时间线。
 - b. 针对企业范围1与范围2的碳排放:把2030年前实现100%可再生能源运营与电动车替代作为重点。
 - c. 针对企业范围3的碳排放:把量化的包装减排目标与供应商减排管理目标作为重点。
2. 加强环境信息披露,定期与公众、投资人、政策制定者等利益相关方沟通企业环境管理进展。
3. 尽快建立商户环境表现准入和审核机制,并向消费者提供更丰富的绿色选项。

研究局限性

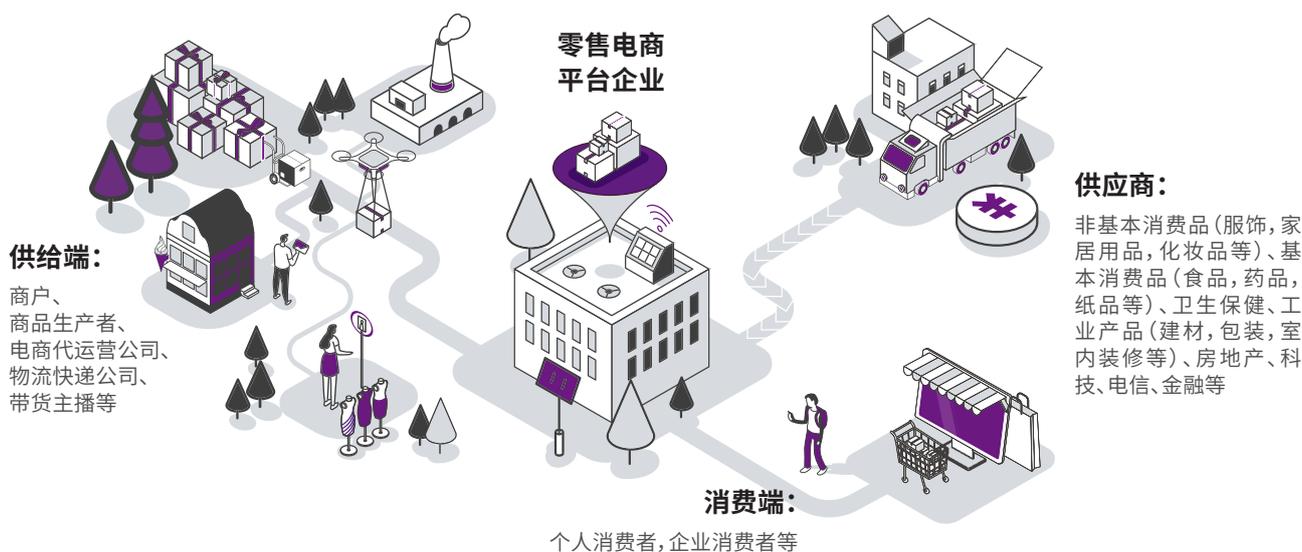
本报告调研报告方法论存在局限性,未能将以下因素纳入研究范围:

- 企业在办公楼宇、数据中心、仓储、运输与包装的节能减排技术上的技术水平评估。
- 可持续商品/标签的可量化标准与评估。
- 供应商环境管理层面,除物流运输服务商、办公楼宇、云服务、仓储服务商、零售品类、包装服务以外的其他关键供应商。
- 因企业可能包含多个电商网站或在多个平台交易商品与服务,而产生的计分疏漏与重复计算。

报告未能涵盖和电商企业相关的全部环境问题,也不涉及可持续经营涉及的环境维度之外的议题。

由于数据的可获得性有限,报告可能存在未能完全纳入企业在2018年1月1日-2021年12月31日内的全部公开环境数据。我们将持续关注 and 跟踪零售电商企业的气候行动与环境表现,在未来的工作中继续完善评估方法。

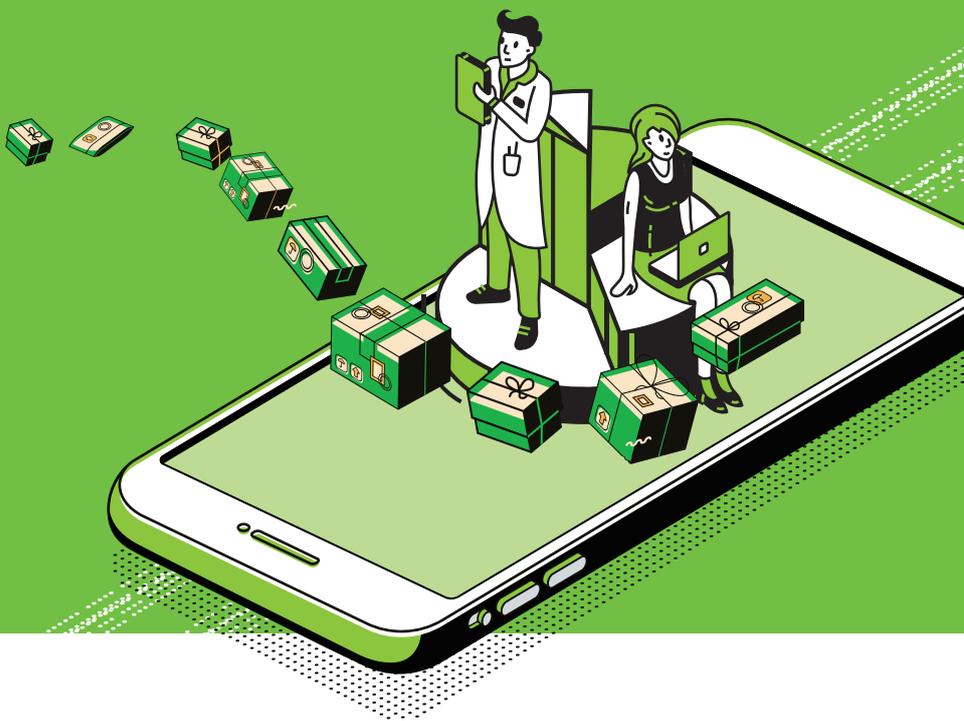
零售电商平台企业生态系统



注:供应商所处产业按行业分类基准(ICB)分类

第一章

调研背景



过去二十年间,以为消费品和服务提供在线市场为商业模式的零售电商企业蓬勃发展,深度影响着数以亿计公众的日常生活。伴随着互联网信息技术的高速发展,中国电子商务领域涌现出一批有影响力的大型零售电商企业¹²。

研究显示,在互联网与直销零售产业中,全球前十企业里中国占4家:阿里巴巴、京东、美团、唯品会¹³。据统计,2020年全国电子商务交易额达37.21万亿元人民币,同比增长4.5%¹⁴;其中全国实物商品网上零售额达9.8万亿元人民币,逆势增长14.8%,占社会消费品零售总额比重达24.9%。自2013年起,中国已连续8年成为全球第一大网络零售市场¹⁵,2020年中国网络购物用户规模达8.12亿,占网民总数的80.3%¹⁶。

在新冠疫情期间,得益于其数字化属性,零售电商行业展现出良好的行业韧性和市场竞争力,持续为疫情期间的消费提供便利。根据联合国贸易与发展会议发布的《2019年全球电子商务评估及新冠疫情对2020年在线零售影响的初步评估》报告,

由于2019冠状病毒病引发的封锁,电子商务的急剧增长使在线零售在所有零售中的份额从2020年的16%增加到19%¹⁷。在中国,有研究显示,疫情中电商平台功能性基础设施的形象根深蒂固,超过99%的受访对象认为电商平台在疫情期间发挥了功能性作用¹⁸。

零售电商业务的快速发展使得零售电商企业在商业价值增长的同时也深刻地渗透和影响社会生活秩序,这些都相应地提升了零售电商企业的社会责任强度。伴随零售电商发展壮大,其环境方面的负外部性问题逐渐显现,迫切需要来自零售电商企业的积极应对。

根据绿色和平2021年发布的《平台上的权与责:平台企业环境治理责任履责现状分析与前景展望》¹⁹,零售电商的发展引发或放大了气候变化、废弃物管理与循环经济、生物多样性保护和污染防治等多维度环境问题,具体表现为与其经营相关联的电力排放、制冷剂泄漏²⁰、包装与废弃物污染、电动车报废、非法野生动植物制品交易等。这些问题正

在成为零售电商企业迈向低碳与可持续发展的重要考验，零售电商企业必须有所行动。一方面，零售电商并不是环境问题的局外人，以气候变化为代表的环境问题已经对零售电商产生影响（例如极端天气直接影响数据中心运行和配送履约等环节），并越来越多地构成实体风险。另一方面，来自政策监管，资本市场，消费端和供给端的对于可持续发展问题的关注与诉求，也对企业构成了转型风险。但正如本报告中排名前列的企业行动所展示的，企业也可以选择积极回应这些挑战，将负责任的气候行动视为发展机遇。

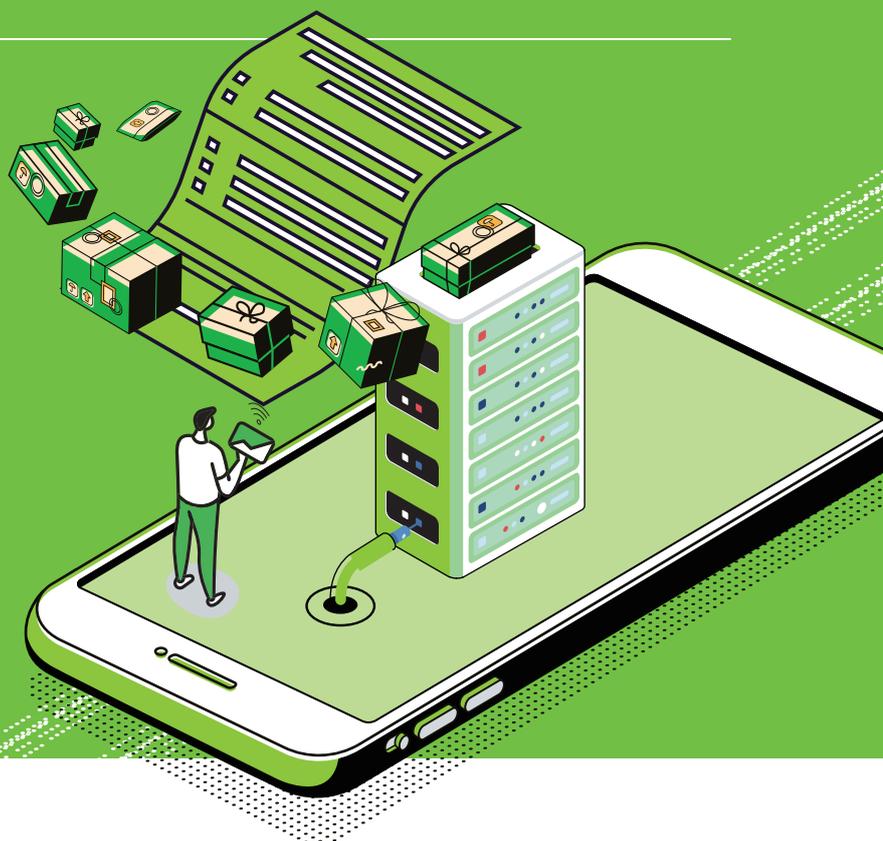
中国中央政府已在2020年9月承诺力争2030年前碳排放达峰，争取在2060年前实现碳中和；2021年10月又发布了实现“双碳”目标的顶层设计文件《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰和碳中和工作的意见》，吹响了动员全国资源、迈向低碳可持续发展的集结号。为了应对全球可持续发展面临的危机，中国还在2021年发布了《关于进一步加强生物多样性保护的意見》、《“十四五”循环经济发展规划》等，这都显示了中国长期可持续发展的愿景。实现如此愿景，需要零售电商企业的积极行动。零售电商具有显著的网络效应，其庞大的体量和强大的资源聚合能力能放大零售电商企业环境治理举措的积极影响；此外，零售电商企业多数也是以数字技术见长的科技企业，它们若能充分融合数字技术与丰富的环境数据，则有望推动系统性变革，成为全球应对气候变化和保护环境的科技赋能者。

本报告旨在客观呈现和评估中国主流零售电商企业在气候变化与环境方面的举措与行动，为提升其环境治理表现，使其成为实现中国长期可持续发展愿景新动能而提供参考与建议。基于行业影响力与市场竞争力的原则，所选取的七家主流零售电商企业为：阿里巴巴、京东、拼多多、苏宁易购、网易、唯品会、小米（下称“企业”）。在评估方法方面，项目组综合专家、学者、与业内从业人员²¹的多方讨论，分四大板块——气候变化与环境相关目标设立、气候变化与环境行动表现、气候变化与环境信息披露、平台用

户可持续管理——多角度分析以上企业（以中国大陆地区业务为主）的气候行动与环境表现。具体评估细节可见附录二的方法论。

第二章

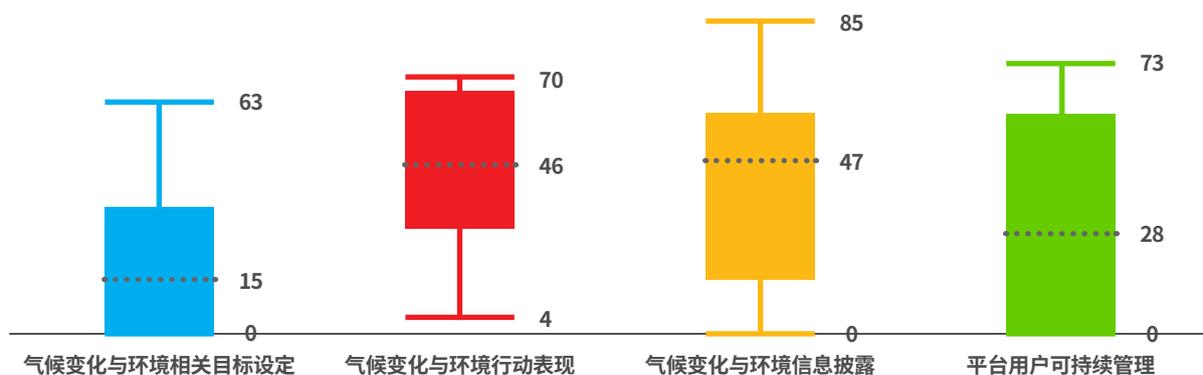
现状分析



报告评价的七家企业中仅阿里巴巴和京东得分超过及格线。阿里巴巴以65分排名榜首，而拼多多以3.5分位于最后一名。在四个评价维度中，企业的环境信息披露与环境行动表现维度的平均得分率相对较高，分别达到47%与46%。其中，在气候变化与环境信息披露层面，京东得分率最高，达到85%。而在

环境行动表现层面，除拼多多在该维度得分率仅为4%外，其余六家企业在该纬度的得分差异较小。企业在平台用户可持续管理层面头尾差距明显，除阿里巴巴与京东外，其余五家企业得分率均在40%及以下。企业在气候变化与环境相关目标设定的整体表现急需提升，平均得分率仅有15%。

七家零售电商企业在气候变化与环境相关目标设定、气候变化与环境行动表现、气候变化与环境信息披露、平台用户可持续管理四个维度的得分率²²表现 | 图1



注：维度中的三个数字从上至下分别代表七家企业中的最高得分率，平均得分率，最低得分率

本章节从企业的气候变化与环境相关目标设立、气候变化与环境行动表现、气候变化与环境信息披露、平台用户可持续管理四个评估维度出发,详细分析了零售电商企业在四个维度上采取行动的必要性现状,并提供了国内外企业的实践案例供企业参考。

气候变化与环境相关目标设立

评估企业是否为应对气候变化与环境可持续发展转型设立清晰的目标与路径规划

必要性

在以中国、美国、欧洲为代表的国家和地区携手推进巴黎协定1.5摄氏度温控目标的时代大背景下,从各地方政府的碳达峰、能耗“双控”工作加码,到资本市场对企业应对气候变化能力的持续关注,企业已经感受到气候变化带来的压力,应当积极承担其环境治理主体责任。

中国零售电商企业作为数字经济发展的关键一环,其设立全面的气候变化与环境目标具有以下重要意义:

- **全面的气候变化与环境目标是企业积极响应国家碳中和目标,符合国家气候战略大方针的重要原则:**在双碳目标发布一周年内,中国在能源与资源管理层面颁发多项约束性与激励性政策。针对关键排放企业,在能源管理方面,发改委于2021年9月11日印发《完善能源消费强度和总量双控制度方案》,明确提出在地方能源消费总量考核中,对超额消纳可再生能源电量的地区按规定抵扣相关能耗量,可再生能源消纳的激励政策信号已然明确²³。在包装管理方面,2020年《关于加强快递绿色包装标准化工作的指导意见》明确,力争到2022年,全面建立严格有约束力的快递绿色包装标准体系,逐步完善标准与法律政策协调配套的快递绿色包装治理体系,支撑快递包装减量化、绿

色化、可循环取得显著成效²⁴。在电动车方面,交通运输部在《综合运输服务“十四五”发展规划》中明确提出,到2025年城市物流配送车中新能源车占比从2020年8%提升20%²⁵。在政策信号逐步明晰的背景下,企业更加需要主动跟随政策步伐,在目标层面做出表率。

- **零售电商的气候变化与环境目标是其抵御资本市场风险的长期战略设计:**近年来,资本市场越来越关注企业的环境外部性表现。其中,投资人愈发关注其投资组合下企业的气候与减排目标,包括持有29.3万亿美元资产的金融机构呼吁企业通过科学目标倡议(SBTi)制定符合1.5°C升温情景的基于科学的减排目标²⁶。同时,SBTi也在不断更新着自己的评估准则并持续更新SBTi-净零排放。企业的净零排放目标与路径规划将成为投资人、监管机构对其气候风险管理的重要评估指标。
- **零售电商企业的气候变化与环境目标是其行业领先性的重要体现:**零售电商企业的碳排放大部分来自价值链(范围3)以及价值链以外的平台生态系统。因此,企业全面的气候变化与环境目标可以大幅度带动生态系统上的商家、用户、以及供应商的低碳转型,推动更大范围的碳中和,并间接助力企业应对因气候变化带来的实体风险。

现状分析

中国零售电商企业的碳中和与100%可再生能源目标仍有缺失。

- 目前,仅阿里巴巴表示将在2030年实现自身运营层面的碳中和,阿里云业务电力供给100%采用清洁能源,但关于清洁能源包含的能源种类尚未给出明确定义(见企业得分卡“阿里巴巴-气候变化与环境相关目标设立-信息来源1-4”)。
- 尚无一家企业就集团价值链层面(范围3)碳中和做出公开承诺。

七家零售电商企业在可再生能源利用、碳中和、包装减排、电动车、供应链减排的可量化目标信息 | 表 1

■ 目标 ■ 未见公开信息

| 企业名 | 100%可再生能源目标 | 碳中和目标 | 包装减排目标 | 电动车目标 | 供应链减排目标 |
|------|--------------------------------|-----------------------|--------------------------------------|---|--|
| 阿里巴巴 | 2030年阿里云业务电力供给100%采用清洁能源 | 2030年自身运营范围碳中和(范围1、2) | | 在2030年前将所有的同城运输车辆更换为清洁能源车 | 2030年价值链碳排放强度(经济强度)相较于2020年降低50%，云计算部分率先实现碳中和(范围1、2、3) |
| 京东 | 京东物流:到2030年,采购的可再生能源电力占比达到100% | | 京东物流:从品牌商到电商企业的供货端实现商品包装重量减轻25%的减量目标 | 2017年起,五年内将体系内几十万辆车替换为新能源车 | 京东物流:到2030年,范围3的绝对排放总量与2019年基准年相比减少50% |
| 拼多多 | | | | | |
| 苏宁易购 | | | | 到2025年,苏宁易购物流在新采购的同城配送车辆中50%将是新能源电动车,到2030年,这一比例将增加到70% | |
| 网易 | | | | | |
| 唯品会 | | | | | |
| 小米 | | | | | |

信息来源:见企业得分卡

- 绿色包装、绿色物流、绿色供应链是零售电商企业低碳运营的必要条件,本次研究所涉及的企业已经在这些方面不同程度地开展了行动,但大部分缺乏清晰的目标指引。

建议

分析显示,目前中国零售电商行业整体气候变化与环境相关目标设定急需提升。建议企业尽快设立全面的环境目标,即全价值链(范围1、2、3)的碳中和目标,并明确减排路径与时间线。

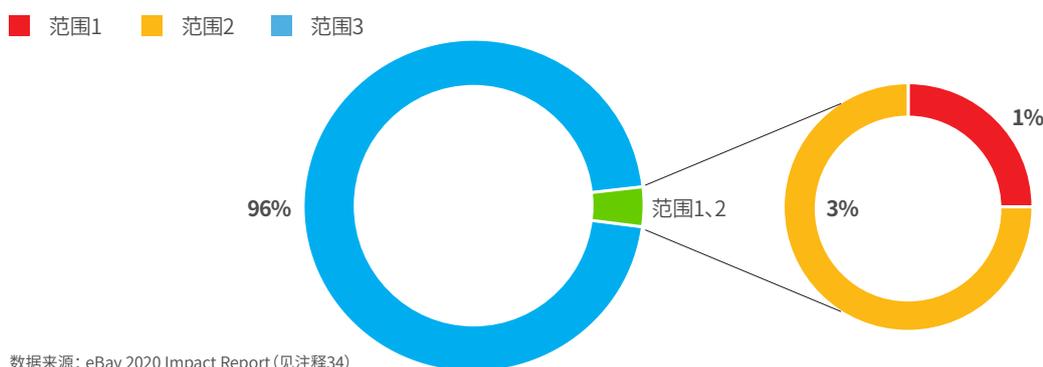
- 针对企业范围1与范围2的碳排放,以2030

年前实现100%可再生能源运营与电动车替代作为重点。

- 针对企业范围3的碳排放,把可量化的包装减排目标与供应商减排管理目标作为重点。

以eBay2020年碳排放数据为例,由于该企业范围2外购电力排放占范围1与2的71%(见注释34),因此,企业的100%可再生能源目标可以大幅度加速其碳中和进程,同样的,企业自有车辆转向电动车也可以大幅度降低其范围1自有车辆燃油消耗所带来的碳排放。

此外,该企业的范围1+2排放仅占总排放的4%,其



数据来源: eBay 2020 Impact Report (见注释34)

大部分排放来源于范围3上游的商品生产制造与包装、下游的运输分销(图2)。因此,企业应尽快加强供应链管理,实现范围3绝对减排90%以上的减排目标。

全球主流电商企业气候与环境相关目标设立现状

本报告参考全球行业分类标准(GICS)对于在线零售市场的定义与分类,选取了全球行业收入排名前20的企业,综合分析了企业的可再生能源目标与碳中和目标设立情况。其中,截至2021年12月,已经有10

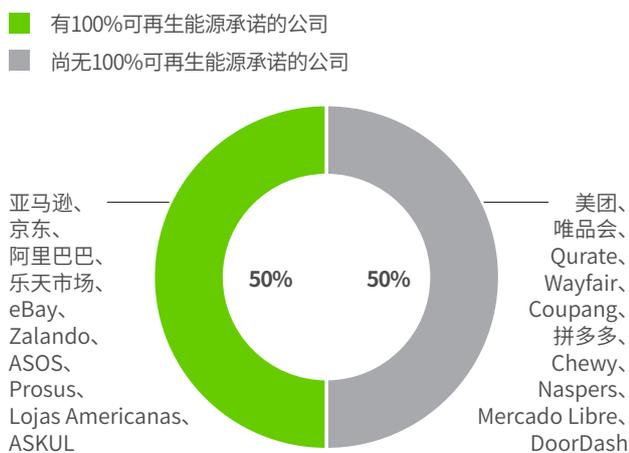
家企业设立了在2030年前实现100%可再生能源目标²⁷。其中,在2020年,已经有5家企业达到了全集团范围60%以上的可再生能源利用。

碳中和目标方面,20家企业中已有10家企业设立了自身运营碳中和目标,其中阿里巴巴、亚马逊、ASOS包含部分价值链的碳中和目标。除亚马逊和乐天市场外,企业的碳中和目标时间线均在2030年前(包括2030年)。

案例

- 阿里巴巴在2021年12月承诺,2030年阿里云业务电力供给100%采用清洁能源,并在2030年前将所有的同城运输车辆更换为清洁能源车(见企业得分卡“阿里巴巴-气候变化与环境相关目标设立-信息来源1-4”)。目前,阿里巴巴已经申请加入科学碳目标倡议(SBTi),并计划加入可再生能源100(RE100)联盟。
- 2017年,ASKUL承诺在2025年前实现80%可再生能源,2030年实现100%可再生能源采购²⁹。同时,ASKUL也承诺在2030年前在运输方面推行100%电动汽车³⁰。这两项目标将帮助ASKUL实现在2030年前将范围1、2的碳排放降为零的目标。ASKUL还针对供应链做出绝对减排目标,承诺在2030年前将范围3的碳排放与2015基准年相比降低12%³¹。

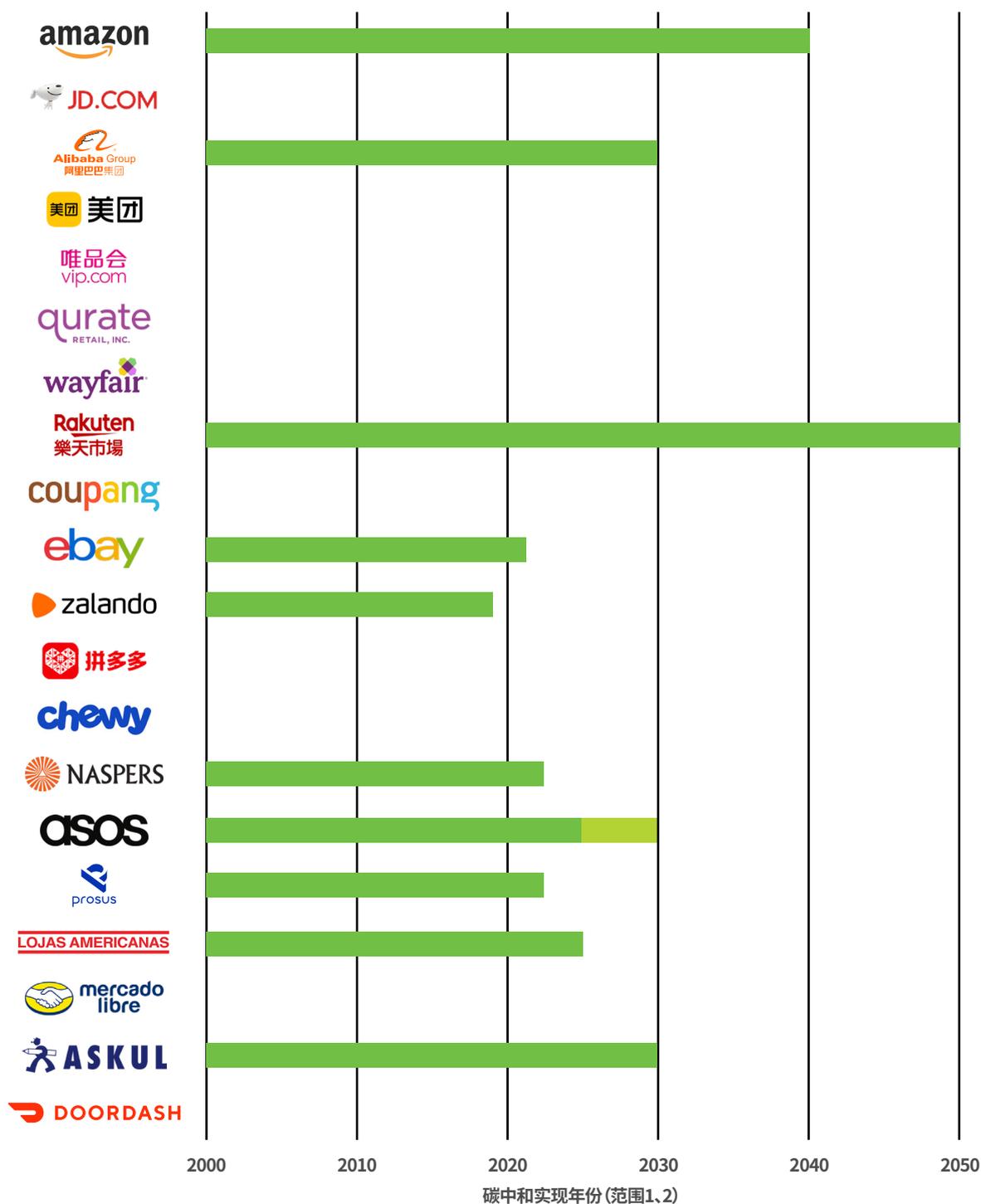
全球20家主流零售电商企业100%可再生能源目标与进展²⁸



注: 阿里巴巴为阿里云计算100%使用清洁能源,京东仅包含京东物流,ASOS仅包含配送中心建筑,Prosus仅包含办公场所,Lojas Americanas仅包含仓储部分。

数据来源: 见注释61

全球20家主流零售电商企业碳中和目标设定情况 | 图4



注：· 亚马逊的碳中和目标包括部分范围3

· 阿里云承诺在2030年前实现范围1、2、3碳中和

· Zalando已在2019年实现碳中和

· ASOS承诺在2025年前实现范围1、2碳中和，在2030年前实现部分范围3碳中和

数据来源：见注释61

气候变化与环境行动表现

评估企业是否积极采取可再生能源采购、节能、供应链管理等行动，以提升企业环境表现并取得可量化的减排成果

必要性

企业行动表现是衡量其应对气候变化和保护环境相关目标有效性和完成度的重要指标，而企业制定目标正是为了做出正确有力的行动，使行动的效果最大化。

据碳足迹测算³²，我国电商企业2019年的碳排放总量为5,326万吨，其中，物流是排放量最高的环节，高达1,554万吨，是总量的29%；办公1,392万吨，占26%；数据中心1,214万吨，占23%；包装961万吨，占18%；仓储207万吨，占4%³³。

同时，产品和服务供应商维系了电商企业的正常运转，也受到电商企业的战略、运营的影响，是电商企业风险来源之一。作为产品或服务的购买方，电商

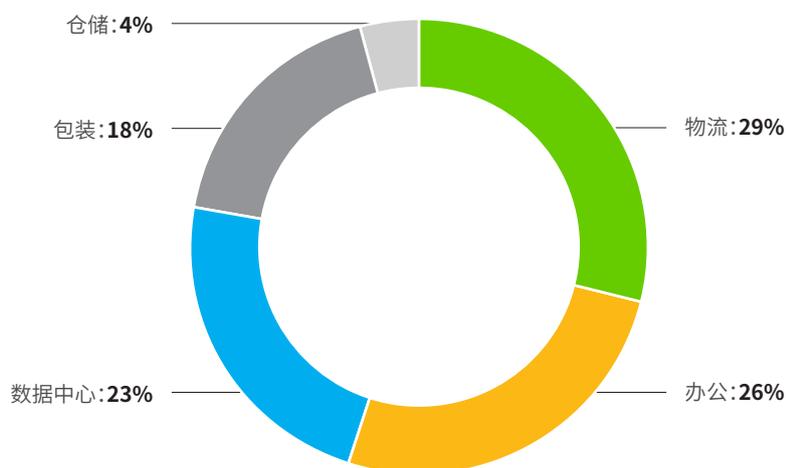
企业的环境影响远超自身运营的范围，还与其供应商的环境影响密切相关。因此想要全面地了解和减少平台企业的环境影响，也应该考虑其产品和服务供应商的环境表现。举例来说，根据电商平台eBay公布的其2020年环境数据，当年的温室气体排放量中有96%来自范围3，而在范围3的8个排放源中“购买的商品和服务”排名第二，占范围3排放量的约24%³⁴。对于另一电商平台亚马逊，在2020年其范围3排放占总排放量的约75%，在范围3的4个排放源中“企业购买及亚马逊自有品牌产品排放”是最大的排放源，占范围3排放量的约37%³⁵。

现状分析

数据中心、办公楼宇、仓储实体建筑运营，产品的运输与包装，供应商的温室气体排放是零售电商企业迈向碳中和需要重点关注的环节。

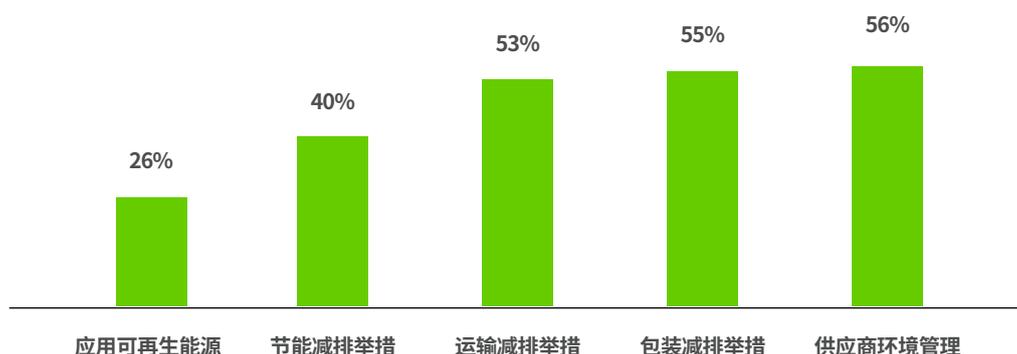
报告评估的七家零售电商企业在供应商环境管理、包装、运输减排方面均不同程度地推出了举措，平均得分率均超过50%，且京东、苏宁易购在包装方面因建立可重复使用的快递包装体系，超过其他仅关注减量或回收的企业，均得到满分。但是，企业

中国电子商务企业2019年度碳排放组成 | 图5



数据来源：《中国电子商务企业温室气体排放总量研究报告》(见注释33)

七家零售电商企业在气候变化与环境行动表现维度的平均得分率情况 | 图 6



应用可再生能源与节能减排措施上相对落后，平均得分率不超过40%。

- 办公楼宇、数据中心与仓储的可再生能源应用：已有阿里巴巴、京东、唯品会与网易四家企业通过屋顶光伏或市场化采购绿电的形式应用可再生能源，但企业尚未形成规模化的可再生能源应用。据不完全统计，2020年仅阿里巴巴与唯品会披露的可再生能源用电量超过3000万千瓦时。
- 节能减排方面，企业尚未形成全方位（办公楼宇、数据中心与仓储）的管理路径。此外，除京东以外的六家企业缺乏对制冷剂的环境管理规定。
- 运输减排方面，除小米未见公开信息外，其

余企业多通过智能算法优化自身运输系统路径规划的方式实现了物流运输层面的减排。但运输路径优化带来的可量化减排成果仅阿里巴巴与网易有所披露。用电动车替代燃油车的举措尚未成为主流减排路径，仅阿里巴巴、京东、唯品会与苏宁易购四家企业披露了燃油车淘汰进展。

- 包装减排：京东与唯品会由于同时采取了重复使用、源头减量和末端回收措施，在此项均得到满分。除拼多多外，企业均在包装减量层面采取了措施。但在自建、租用或与其他相关方合作运营可重复使用的快递包装服务上，企业还存在很大的提升空间，仅京东、唯品会、苏宁易购三家企业有所行动。包装回收举措上，仅京东、阿里巴巴、苏宁易购三家企业依托物流网点建立了规模较大的末端回收机制。

七家零售电商企业在包装减量化、可重复使用包装服务、包装回收三方面的进展 | 表 2

| 企业名 | 包装减量化 | 可重复使用包装服务 | 包装末端回收措施 |
|------|-------|-----------|----------|
| 阿里巴巴 | 有 | 有 | 有 |
| 京东 | 有 | 有 | 有 |
| 拼多多 | 有 | 未见公开信息 | 未见公开信息 |
| 苏宁易购 | 有 | 有 | 有 |
| 网易 | 有 | 未见公开信息 | 未见公开信息 |
| 唯品会 | 有 | 有 | 未见公开信息 |
| 小米 | 有 | 未见公开信息 | 未见公开信息 |

信息来源：见企业得分卡

- 供应商环境管理层面仍存在提升的空间，目前尚无一家企业发挥甲方优势，为供应商减排提供多种支持（如绿色贷款资金支持）。同时，本报告未对企业供应商环境管理制度的可量化进展与力度进行评估，企业的实际管理成果尚未明确反映在本报告中。

建议

零售电商企业应当积极从办公楼宇、数据中心、仓储、物流运输、包装、商品品类供应商等核心排放环节，优先解决主要碳排问题。

- 在办公楼宇、数据中心、仓储设施大规模使用可再生能源供电，并通过节能减排技术减少该环节的碳排放。
- 在包装环节，优先通过建立可重复使用快递包装体系和源头减量的方式，搭配末端包装回收体系，并建立快递包装管理台账制度，实现可量化的包装环节减废和减排。
- 在物流运输环节，尽快实现同城运输100%使用电动车，并配备充电桩设施以支持电动车的使用。同时，优化自身物流运输系统以提升效率，减少不必要的物流损耗。此外，电商企业还应开始和物流企业合作，对长途

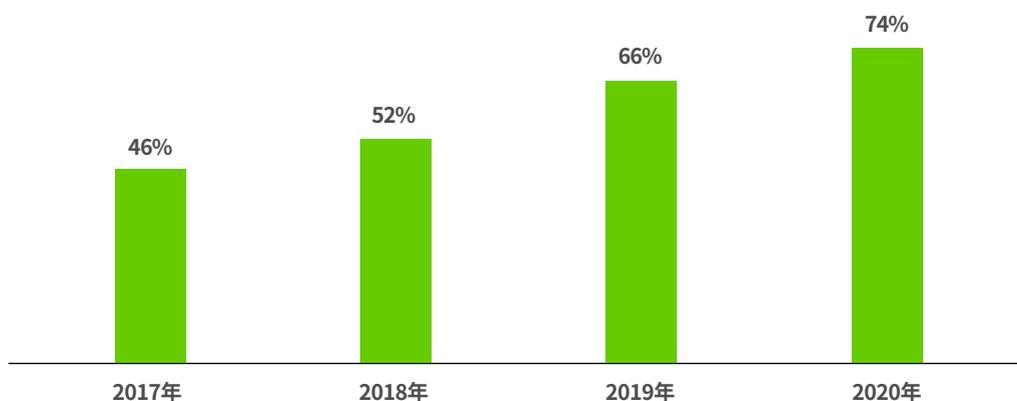
运输的燃油车淘汰和减排提效进行尝试。

- 在供应商管理环节，设立完备的供应商环境管理原则与准入原则，优先选择低碳供应商，并通过提供技术与资金等方式助力供应商减排。

案例

- **为数据中心、办公楼宇与仓储使用可再生能源**
 - 唯品会从2016年起开始投入，在全国各仓储物流中心建设光伏电站。截至2020年底，已有2个物流园区完成了光伏电站的建设并投入使用，全年发电37,565,500千瓦时，减少碳排放37,453吨³⁶。
 - eBay承诺在2025年为其数据中心与办公楼宇运营实现100%可再生能源，并将可再生能源用电量占比从2017年的46%提升至2020年的74%³⁷（图7）。
- **节能减排技术应用**
 - 绿色数据中心：
 - 浸没式液冷：阿里巴巴张北云计算数据中心采用浸没式液冷技术，同时结合市电直供、

eBay 2017-2020年可再生能源用电量占比情况 | 图7



数据来源：eBay 2020 Impact Report (见注释34)

新风自然冷却等高效节能技术，张北云计算数据中心年均PUE达到1.18，对比同区域数据中心平均水平节能提升15%以上³⁸。

- 水冷循环系统：京东云华东数据中心所使用的水冷循环系统可以帮助数据中心节约大量的电能，同时也可以实现数据中心PUE的降低³⁹。
- 绿色仓储：
 - 苏宁易购建仓有一套完整的考核，要求选址合理、规划科学、设计适度超前、土地利用率高，在节能、节水、节材方面措施明显，重视环境保护⁴⁰，多个仓库获得三星级“中国绿色仓库”认定⁴¹。
- **物流运输减排**
 - 电动车替代与充电桩服务：2017年到2020年，京东物流在全国投放了近1.2万辆新能源车。此外，京东在全国建设及引入充电终端数量1,600多个，更有效地支持新能源物流车辆的充电服务⁴²。
- **包装减废**
 - 位于芬兰的RePack包装服务公司为电商公司提供了一套可借鉴的循环包装系统。RePack的包装是由回收的聚丙烯制作而成，三种大小的包装均可以折叠成信封的大小。消费者在向与RePack合作的商家购物时，可以付少量的押金选择RePack的包装，在使用后将包装投递到当地的任何信箱中退还包装。RePack确定包装无损之后将向消费者退回押金，且再次循环使用包装。RePack的循环包装平均可以使用至少20次，能减少96%的包装浪费⁴³。
- **供应商管理**
 - 京东设有供应商环境与社会风险识别管

理体系，对于物流耗材品类的供应商管理实施负面清单制度，在环境信用评级、环境违法记录、环境信息披露程度、排放及能耗指标、清洁生产审核等方面设立门槛；针对绿色采购的品类，在招标、询比价、竞价过程中，供应商须严格按照京东物流相关技术标准要求进行参标，中标供应商须按照技术标准要求进行落地执行，提供符合京东要求的绿色产品或者服务⁴⁴。

- 网易设有供应商筛选与产品筛选原则，在供应商筛选层面，包括优先选择通过ISO 14001 环境管理体系认证、ISO 50001 能源管理体系的供应商，要求供应商签署《网易严选环境保护和职业健康安全相关方告知书》等原则；在产品筛选层面，优先选择环境友好型产品、配有降噪设计的商品、配有降低能耗设计的商品以及可生物降解的环保产品⁴⁵。

气候变化与环境信息披露

评估公司是否向公众或利益相关方披露能源与资源使用及公司环境治理信息，披露渠道包括企业官方渠道（如年报、企业社会责任报告）、第三方信息披露平台、通过媒体披露等。

必要性

完善的环境信息披露也是零售电商企业要实现真正的绿色运营，对自身和商业生态伙伴造成的环境影响进行系统性的追踪与管理的必要前提。企业通过基于事实的数据信息来监督和评估环境治理全链条的工作，从而实现绩效可监测和评估。

随着国际社会对应对气候变化与企业气候行动

的共识进一步加深，政府与证券交易所对企业环境信息披露的全面性和质量的要求进一步提高。在政策端，2021年12月，生态环境部印发《企业环境信息依法披露管理办法》全面加强环境信息依法披露，明确将企业二氧化碳排放数据纳入披露指标中⁴⁶。

在资本端，香港联交所在2019年新版《环境、社会及管治报告指引》中，要求上市公司披露气候变化风险相关内容、披露碳排放信息和设立相关减排目标等，不披露则需要提供解释⁴⁷。2021年11月，联交所进一步出台供上市发行人参考的《气候信息披露指引》，作为指导性文件，进一步规范企业在环境维度的信息披露原则，预计将于2025年作为强制实施文件⁴⁸。企业的环境信息披露也是投资机构的关注重点。在我们与企业的走访过程中发现，企业普遍表示，近一年来，投资人对企业的ESG（环境、社会和公司治理）表现，尤其是环境维度的表现问询频率显著提高。截至2020年，已经有108家投资机构加入了CDP的信息披露项目，推动1025家企业披露环境信息⁴⁹。

报告调研的七家企业均是市值排名前列的上市互联网公司，除苏宁易购以外，其余企业均在美国/港

股上市，企业对于政策和资本市场的压力感知走在前列的同时，行动同样刻不容缓。

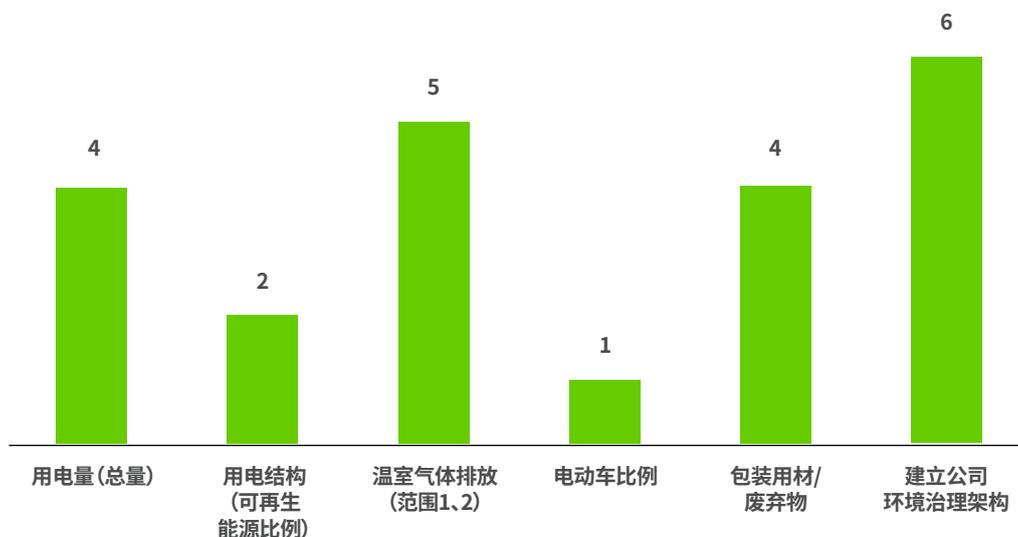
现状分析

在《报告》数据统计范围内（2018年1月1日-2021年12月31日），四家企业同时披露了用电总量、温室气体排放总量、包装用材/废弃物总量。阿里巴巴则在2021年12月17日通过其《2021阿里巴巴碳中和行动报告》披露了温室气体排放信息。除拼多多未见公开信息，其余六家企业已将环境议题纳入董事会层面和公司管理体系（图8）。阿里巴巴进一步成立环境可持续管理部门，负责管理其环境可持续发展，包括碳中和及环境议题的目标制定、策略设计、项目落地。

然而，在用电结构层面，仅京东集团与唯品会披露了自身可再生能源用电总量（年度），在电动车比例层面，仅唯品会披露进展。供应链层面，仅阿里巴巴、京东与网易披露了部分范围3碳排放信息。

同时，仅阿里巴巴、京东两家企业披露了经过审计的环境相关数据，行业整体数据披露的可靠性仍需提升。

七家零售电商企业气候变化与环境信息披露情况 | 图 8



注：数字代表披露企业数量

七家零售电商企业关键环境信息披露现状 | 表 3

■ 有 ■ 未见公开信息

| 企业名 | 用电量 | 用电结构 | 温室气体排放 | 电动车比例 | 包装用材与废弃物 |
|------|-----|------|-------------|-------|----------|
| 阿里巴巴 | | | 范围1、2、部分范围3 | | |
| 京东 | | | 范围1、2、部分范围3 | | |
| 拼多多 | | | | | |
| 苏宁易购 | | | | | |
| 网易 | | | 范围1、2、部分范围3 | | 仅废弃物 |
| 唯品会 | | | 范围1、2 | | |
| 小米 | | | 范围1、2 | | |

信息来源: 见企业得分卡

建议

根据报告分析结果, 建议中国零售电商企业:

- 进一步提升环境信息披露完整性, 包括披露企业的用电结构, 按照类别细分的供应链二氧化碳排放信息、电动车比例、包装用材总量和一次性塑料包装总量。
- 提升环境数据的可靠性, 如披露数据的计算原则, 对企业披露的环境数据进行审计。

案例

- 唯品会从2015年起披露范围1、范围2的温室气体排放总量。除此之外, 唯品会也陆续披露了详细的能源消耗 (包括可再生能源用电量, 按位置的能源消耗情况)、用水情况、包装、废弃物处理、电动物流车比例等数据⁵⁰ (图9)。
- 在环境绩效数据披露方面, 乐天集团公布了范围1、范围2 (基于市场和基于位置)、和范围3的温室气体排放总量, 并披露了范围3的15个类别中相关环节的温室气体排放量⁵¹ (图10)。

唯品会2020年部分环境信息披露 | 图 9

传递环保理念

| 二氧化碳排放 | 2020年 |
|-----------------------|-------|
| 直接排放量 (范围1) (吨二氧化碳当量) | 1330 |
| 间接排放量 (范围2) (吨二氧化碳当量) | 68962 |
| 碳排放总量 (吨二氧化碳当量) | 70292 |

| 能源生产 | 2020年 |
|--------------|----------|
| 太阳能发电量 (千瓦时) | 37565500 |

| 废弃物处理 | 2020年 |
|-------------|-------|
| 有害废弃物处理 (件) | 18990 |
| 无害废弃物处理 (吨) | 4866 |
| 处理餐厨垃圾 (吨) | 687 |
| 回收纸皮 (吨) | 12911 |

| 能源消耗 - 电力 | 2020年 |
|------------|----------|
| 广州总部 (千瓦时) | 18766490 |
| 物流园区 (千瓦时) | 63654656 |
| 总计 (千瓦时) | 82421146 |

| 能源消耗 - 天然气 | 2020年 |
|------------|--------|
| 广州总部 (立方米) | 179154 |
| 物流园区 (立方米) | 329234 |
| 总计 (立方米) | 508388 |

| 能源消耗 - 柴油 | 2020年 |
|-----------|-------|
| 广州总部 (升) | 0 |
| 物流园区 (升) | 13009 |
| 总计 (升) | 13009 |

| 用水情况 | 2020年 |
|--------------|-------|
| 广州总部 (百万立方米) | 0.21 |
| 物流园区 (百万立方米) | 0.68 |
| 总计 (百万立方米) | 0.89 |

来源: 《2020 唯品会企业社会责任报告》(见注释50)

日本乐天集团2020年部分环境信息披露 | 图 10

| 项目 | 覆盖范围 | 单位 | 2018财年 | 2019财年 | 2020财年 | | | |
|------|------------|------|--------|---------|---------|-----------|---------|---------|
| 环境数据 | | | | | | | | |
| 碳排放 | 范围一 | 乐天集团 | 吨碳当量 | 1,152 | 2,591 | 2,705 | | |
| | 范围二 (基于位置) | 乐天集团 | 吨碳当量 | 23,052 | 65,235 | 93,192 | | |
| | 范围二 (基于市场) | 乐天集团 | 吨碳当量 | 22,329 | 50,564 | 66,494 | | |
| | 范围三 | 乐天集团 | 吨碳当量 | 380,073 | 643,845 | 1,045,127 | | |
| | 范围三分类 | 购买的产 | 乐天集团 | 第一类 | 吨碳当量 | 334,105 | 516,001 | 176,669 |
| | | 资本产品 | | 第二类 | 吨碳当量 | 2,483 | 30,978 | 572,413 |
| | | 与燃料和 | | 第三类 | 吨碳当量 | 781 | 3,103 | 18,295 |
| | | 上游的运 | | 第四类 | 吨碳当量 | 25,960 | 79,895 | 138,039 |
| | | 营运中产 | | 第五类 | 吨碳当量 | 719 | 845 | 772 |
| | | 商务旅行 | | 第六类 | 吨碳当量 | 4,340 | 9,759 | 5,507 |
| | | 员工通勤 | | 第七类 | 吨碳当量 | 2,066 | 2,249 | 5,968 |
| | | 上游租赁 | | 第八类 | 吨碳当量 | 6,184 | 429 | 37,464 |
| | | 下游的运 | | 第九类 | 吨碳当量 | 不适用 | 不适用 | 0 |
| | | 售出产品 | | 第十类 | 吨碳当量 | 不适用 | 不适用 | 0 |
| | | 售出产品 | | 第十一类 | 吨碳当量 | 2,989 | 12 | 4,860 |
| 售出产品 | | 第十二类 | | 吨碳当量 | 446 | 574 | 736 | |
| 下游租赁 | | 第十三类 | | 吨碳当量 | 不适用 | 不适用 | 0 | |
| 特许经营 | | 第十四类 | | 吨碳当量 | 不适用 | 不适用 | 528 | |
| 投资 | 第十五类 | 吨碳当量 | 不适用 | 不适用 | 83,875 | | | |

来源: Rakuten Group ESG Databook 2020 (见注释51)

平台用户可持续管理

评估企业是否在供给端与消费端两侧积极推动平台商业生态可持续发展

必要性

电商平台充分体现了平台经济的连接性。通过撮合供给端和需求端的用户进行交互, 电商平台为这两端的用户和其自身创造了价值, 形成了以电商平台为核心的零售电商平台生态系统。这个系统中, 商户、商品生产者、电商代运营公司、物流快递公司等都是供给端用户, 而个人消费者和企业消费者是需求端用户。

在电商平台逐渐发展壮大过程中, 其角色也逐渐超越了传统的“看门人”, 在供给端和消费端极具影响力。在供给端, 电商平台能通过数字化能力和物流能力将其影响力一路延申, 直达生产环节, 产生了C2M这种电商平台可以直接掌握一件商品的设计、生产、售卖乃至支付全流程的新模式; 在需求端, 电商平台深度影响当代人的消费方式, 中国自2013年起已经连续8年成为全球最大网络零售市场, 网络购物用户规模达8.12亿, 占网民整体的80.3%⁵²。

电商平台已经对供给端和需求端的用户产生了巨大影响, 并且在影响这两端的过程中获利, 这相应

地抬高了电商平台对这两端用户应负责任的责任强度, 电商平台有责任对这两端用户的环境行为和环境表现履行管理责任。

目前在零售电商平台生态系统中, 由于上述履责举措的缺位或失效, 在供给端已经出现了售卖破坏生物多样性的商品、售卖含有有毒有害物质的商品等环境问题, 而在消费端消费者遇到了可持续产品选择有限、没有合适的购买渠道、销售人员没有给予有效的支持和帮助、售后维修和回收机制不完善等实际困难。这些问题都需要电商平台积极行动, 主动回应。

现状分析

总体来说, 中国电商企业在管理和引导平台生态系统方面有所进展, 企业在商户可持续发展指引、可持续商品促销与延长商品生命周期三个维度的平均得分率均超过40%。其中:

- 阿里巴巴的淘宝平台设有自动弹出窗口, 用于向搜索禁售物种制品的用户宣传有关野生生物非法贸易的影响。2019年, 淘宝总计屏蔽或删除了超过135万条贩卖非法野生动植物制品的违禁信息⁵³。
- 京东通过对低碳、减排等相关的商品进行细分并建立专属标签, 方便用户搜索低碳环保

类商品，并结合世界环境日、世界气象日等环境主题日开展低碳类商品宣传⁵⁴。

- 苏宁易购自2019年2月成立专项“以旧换新”项目部，整合各品牌工厂为消费者提供购新换新补贴⁵⁵。

然而，企业在平台绿色配送倡导上尚未发挥出足够的影响力，目前仅阿里巴巴提出消费者可在其App搜索“快递包装回收”进入“双十一”绿色专区“绿色商城”，挑选采用了绿色包装的商品⁵⁶。尚未看到企业通过平台在购买页面设置绿色物流选项，倡导慢物流、减少航空件等可持续行为。

值得一提的是，尚无一家企业在平台商户环境资质审核维度得分，零售电商平台对入驻商家环境资质的审核亟需提升。

建议

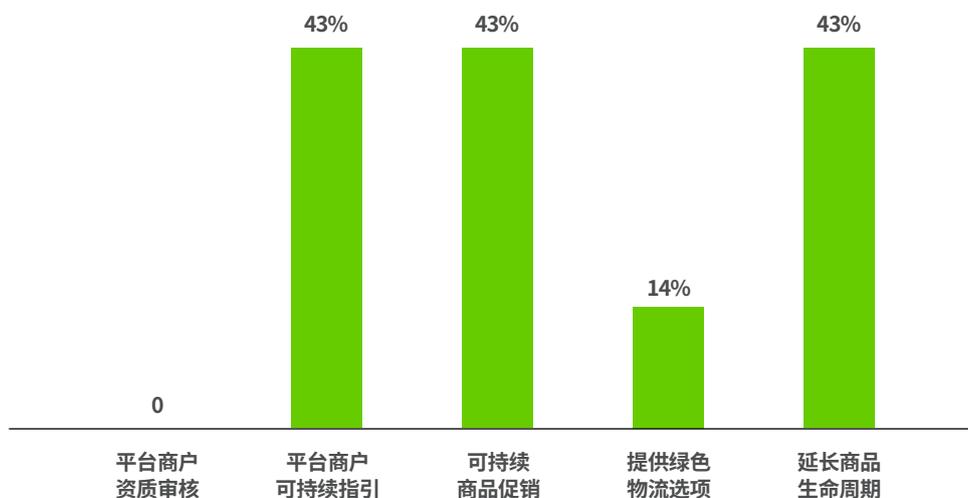
1. 建立商户环境表现准入制度。在制定完善的供应商环境管理制度基础之上，对申请进入平台的商户比照供应商环境管理规则进行审核和筛选。

2. 丰富消费者的绿色选择。在产品、物流、包装等多个方面向消费者提供绿色选项，如建立可持续商品专区/标签、提供慢物流和循环包装选项。

案例

- 2021年“双11”购物节期间，天猫向购买低能耗家电及绿色认证商品的定向用户发放1亿元绿色购物券。商城“绿色包装”类目还重点展示200多个采用了绿色包装（包括无胶带拉链箱、可降解包装和使用原箱发货）的商品。如经过菜鸟仓发货，菜鸟将给予其物流详情“绿色包裹”打标⁵⁷。
- 从2016年起，Etsy就推出帮助平台上的卖家在屋顶上安装光伏的项目。Etsy和SunPower公司建立合作伙伴关系，并为卖家提供专家建议和大额折扣——使用SunPower购买太阳能的Etsy卖家有资格获得1000美元的邮寄退款折扣⁵⁸。

七家零售电商企业在平台用户可持续管理维度的平均得分率情况 | 图 11



第三章

建议

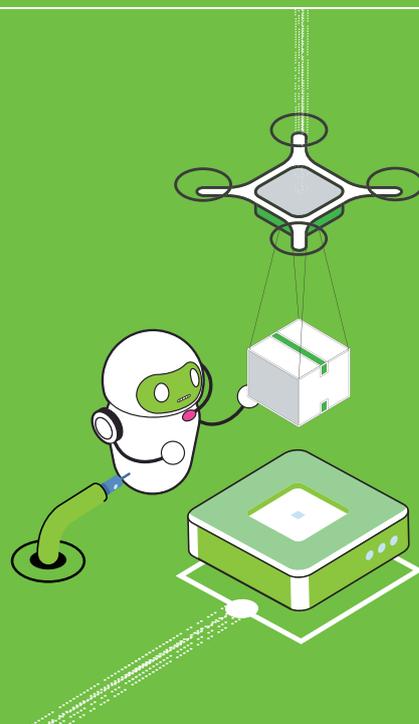


报告建议中国零售电商企业：

1. 尽快设立全面的环境与可持续发展目标，即
 - a. 全价值链（范围1、2、3）的碳中和目标，并明确减排路径与时间线。
 - b. 针对企业范围1与范围2的碳排放，以2030年前实现100%可再生能源运营与电动车替代为核心。
 - c. 针对企业范围3的碳排放，建立可量化的包装减排目标（减量、可重复使用、包装回收）与供应商减排管理目标。
2. 企业的碳中和行动从能源与资源管理的角度出发，加强可再生能源在数据中心、办公楼宇与仓储领域的规模化利用；提升物流运输、包装、与供应商采购等电商企业关键碳排放环节的减排效率。
3. 发挥自身行业影响力与平台优势，建立商户环境表现审核和准入制度，并向消费者提供更丰富的绿色选项。
4. 加强环境信息披露，定期与公众、投资人、政策制定者等利益相关方沟通企业环境管理进展。

附录一

企业得分卡



阿里巴巴

气候变化 与环境相 关目标 设立

企业表现:

1. 阿里巴巴承诺在2030年前, 实现全球范围内生产及运营所需电力达到100%碳中和。2030年起云计算电力供给100%采用清洁能源。
2. 阿里巴巴计划在2030年前将所有短途燃油车辆替换成电动车。
3. 阿里巴巴承诺不晚于2030年实现自身运营碳中和(范围1和2)。
4. 阿里巴巴承诺不晚于2030年, 阿里巴巴协同上下游价值链实现碳排放强度比2020年降低50%;其中云计算率先实现范围3的碳中和。

信息来源:

1-4. 阿里巴巴集团. [2021]. 《2021阿里巴巴碳中和行动报告》. 取读于<https://sustainability.alibabagroup.com/tc>

气候变化 与环境行 动表现

企业表现：

- 截至2021年五月，通过张北的风力发电交易项目购买的风能总发电量达4.5亿度。同时，阿里云位于内蒙古的数据中心风能和光伏于总能源结构的占比达到45%。
- 菜鸟正在全国超500万㎡的自建物流园区屋顶加快部署光伏电站。
- 数据中心采用多项节能技术，包括浸没式液冷、高压直流、智能AI算法等并取得可量化的减排成果。
- 阿里巴巴张北云计算庙滩数据中心获得2020年度国家绿色数据中心称号。
- 阿里巴巴乌兰察布开发区园区数据中心A楼获得ODCC 碳中和数据中心创新者(运营类)。
- TGGC优秀数据中心展示中，阿里巴巴/张北云联数据中心、阿里巴巴/万国数据南通一号数据中心获得运行AAAAA评级；阿里巴巴/华通千岛湖数据中心、阿里巴巴浙江云计算仁和液冷数据中心获得设计AAAAA 评级。
- 截至2021年底，超过67万平方米的自建办公区域获得了LEED认证(国际绿色建筑标准)。
- 在物流运输层面，通过智能算法减少运输公里数。
- 投放无人电动车送货，截至2021年11月，已在部分高校和社区菜鸟驿站投放350台，提供末端配送服务。
- 使用无胶带环保包裹。
- 通过智能打包算法减少 15% 的包材使用。
- 菜鸟绿色回收箱覆盖全国31个省市区315个城市，每年可循环再利用快递纸箱上亿个。
- 在供应商管理中，阿里巴巴制定了绿色采购标准，对供应商提出绿色资质要求，并发布了绿色供应商标签管理体系。同时，持续提升租赁的数据中心和基础设施的能效和电力清洁化。战略性采购物流运输服务和包装，优先选择能够提供电动运输服务和绿色包装的供应商。

信息来源：

- 阿里巴巴集团. [2021.06.18]. 阿里巴巴首次公布天猫618绿色创新成果. 取读于<https://www.alibabagroup.com/cn/news/article?news=p210618>
- 电商报. [2021.08.26]. 菜鸟通过4种方式推动快递行业减排. 取读于<https://www.dsb.cn/157795.html>
- 阿里巴巴集团. [2021]. 2020-2021 阿里巴巴集团社会责任报告. 取读于<http://www.alijinhui.org/Uploads/file/20210804/6109ad3032390.pdf>;
- IDC 圈. [2020.09.20]. 【IDC 圈一周最HOT】IDCC2020、阿里全浸没式液冷数据中心、宝钢大数据中心、全国用云增119%、第33批CDN牌照. 取读于https://www.sohu.com/a/419623602_210640
- 工业和信息化部节能与综合利用司. [2020.12.02]. 2020国家绿色数据中心名单. 取读于https://wap.miit.gov.cn/jgsj/jns/gzdt/art/2020/art_6552c55bb9f84555b7139b42331f67ba.html
- 开放数据中心委员会. [2021.08.18]. 京东云华东数据中心T1模组——DC-Tech数据中心低碳等级评估优秀案例. 取读于 <http://www.odcc.org.cn/news/p-1427824212769660930.html>
- 绿色网格. [2021]. 数据中心绿色等级评估结果. 取读于<http://www.tggchina.cn/process.html>
- 阿里巴巴集团. [2021]. 《2021阿里巴巴碳中和行动报告》. 取读于<https://sustainability.alibabagroup.com/tc>
- 阿里巴巴集团. [2021]. 《2020-2021 阿里巴巴集团社会责任报告》. 取读于<http://www.alijinhui.org/Uploads/file/20210804/6109ad3032390.pdf>
- 阿里巴巴集团. [2021]. 《2021阿里巴巴碳中和行动报告》. 取读于<https://sustainability.alibabagroup.com/tc>
- 阿里巴巴集团. [2019.11.04]. 来了，来了，迎面走来的是绿色双11. 取读于<https://mp.weixin.qq.com/s/nqsE79-040kE-RR24g9V-g>
- 科技热线. [2021.11.16]. 菜鸟绿色物流双十一期间产生18亿次绿色行为 减碳5.3万吨. 取读于 <http://m.shbear.com/gd/2021/1116/9455.html>
- 国家邮政局. [2021.06.02]. 菜鸟发布2020企业社会责任报告. 取读于 http://www.spb.gov.cn/xw/xydt/202106/t20210602_3919612.html
- 阿里巴巴集团. [2021]. 《2021阿里巴巴碳中和行动报告》. 取读于<https://sustainability.alibabagroup.com/tc>

| | |
|-------------------------------------|---|
| <p>气候变化 与环境信 息披露</p> | <p>企业表现:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 披露的环境信息包含:温室气体排放量(范围1-3)。 2. 推动碳中和作为当前阿里巴巴环境、社会责任和公司治理(ESG)的一个首要任务;同时设立从集团董事会到业务单元的三层治理架构。此外,建立了专门的碳管理团队,负责阿里巴巴所有减碳相关的事务。 3. 温室气体核算方法:排放因子来源于联合国政府间气候变化专门委员会(IPCC)2006年发布的《2006年IPCC国家温室气体清单指南》及2019年发布的《IPCC 2006年国家温室气体清单指南2019修订版》、《2019年中国能源统计年鉴》以及其他权威参考文献。 4. 碳盘查结果经必维国际检验集团审计。 <p>信息来源:</p> <p>1-4. 阿里巴巴集团. [2021]. 《2021阿里巴巴碳中和行动报告》. 取读于https://sustainability.alibabagroup.com/tc</p> |
| <p>平台用户 可持续 管理</p> | <p>企业表现:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 菜鸟网络与包括科颜氏、箭牌、亿滋国际、高露洁-棕榄等国际品牌共同成立绿色品牌联盟,承诺使用绿色包装。 2. 淘宝平台对搜索禁售物种制品的用户进行关于野生物非法贸易的教育。 3. 2021年天猫双11期间,菜鸟通过在“物流详情”中对绿色包裹打标等形式,鼓励更大范围商家采用环保零件袋、无胶带拉链箱等绿色包装。 4. 天猫2021年双十一设立绿色会场来展示节能减排产品,并定向发放补贴。 5. 自2021年11月1日起,消费者可在app搜索关键字进入绿色包装专区,挑选采用了绿色包装(包括无胶带拉链箱、可降解包装和使用原箱发货)的商品。 6. (银泰)用户可以选择用手提袋直接送货。 7. 自2017年至今,闲鱼回收旧衣5万多吨、旧书2370万本、手机366万台、大家电145万台。 <p>信息来源:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alibaba Group. (2018). Alibaba ESG report 2018. https://esg.alibabagroup.com/ui/pdfs/Alibaba-ESG-Report-2018.pdf 2. TRAFFIC, WWF, ifaw. [2020]. 打击网络野生动植物非法贸易全球联盟进度报告. 取读于 https://static1.squarespace.com/static/5b53e9789772ae59ffa267ee/t/5e5c5f91af79a531e0eeecfc/1583112087175/Offline+and+In+the+Wild+-+Coalition+2020+Progress+Report+-+CHINESE.pdf 3. 阿里巴巴集团. [2021]. 《2021阿里巴巴碳中和行动报告》. 取读于https://sustainability.alibabagroup.com/tc 4. 阿里巴巴集团. [2021.10.20]. 阿里巴巴集团启动2021天猫双11全球狂欢季. 取读于https://www.alibabagroup.com/cn/news/article?news=p211020a 5. 腾讯网. [2021.11.05]. 双十一包装“瘦身变绿”,给快递包装瘦身,离不开技术创造和智能物流. 取读于https://new.qq.com/omn/20211105/20211105A07SCU00.html 6. 阿里巴巴集团. [2021]. 《2021阿里巴巴碳中和行动报告》. 取读于https://sustainability.alibabagroup.com/tc 7. 阿里巴巴集团. [2021]. 《2020-2021阿里巴巴集团社会责任报告》. 取读于http://www.alijinhui.org/Uploads/file/20210804/6109ad3032390.pdf |

京东

| | |
|-----------------------------|---|
| <p>气候变化与环境相关目标设立</p> | <p>企业表现:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 京东物流承诺将每年采购的可再生能源电力从2019年的0%增加到2030年的100%。 2. 2017年10月31日, 京东物流宣布, 未来5年内将体系内几十万辆车替换为新能源车。 3. 京东物流承诺到 2030 年将绝对范围1、2 和 3 的温室气体排放量从2019 年的基准年减少50%。 4. 2017年京东“清流计划”提出, 从品牌商到电商企业的供货端, 单位商品包装重量减轻25%。 5. 京东物流承诺, 到 2025 年, 其 50% 的供应商将制定基于科学的碳减排目标。 <p>信息来源:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SBTi. (n.d.). <i>Companies taking action</i>. Retrieved December 13, 2021, from https://science-basedtargets.org/companies-taking-action 2. 新浪财经. [2017.11.03]. 京东物流计划五年将几十万辆车全换成新能源车. 取读于http://finance.sina.com.cn/stock/usstock/c/2017-11-03/doc-ifynmzrs6836081.shtml 3. 京东集团. [2021]. 《2018-2020年可持续发展报告》. 取读于https://ir.jd.com/static-files/08472b09-972b-424c-a13b-54eeb6b7a6f7; SBTi. (n.d.). <i>Companies taking action</i>. Retrieved December 13, 2021, from https://science-basedtargets.org/companies-taking-action 4. 新华网. [2017.06.05]. 京东3年内将少用纸箱100亿个 物流包装全部可回收或可再生. 取读于http://www.xinhuanet.com/tech/2017-06/05/c_1121089099.htm 5. SBTi. (n.d.). <i>Companies taking action</i>. Retrieved December 13, 2021, from https://science-basedtargets.org/companies-taking-action |
| <p>气候变化与环境行动表现</p> | <p>企业表现:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 2019年可再生来源生产的用电量 1479.99兆瓦时。 2. 京东云采用能源回收以及分布式光伏发电系统, 清洁能源采用率达10%。 3. 在多个物流园区完成光伏发电系统的安装。 4. 数据中心应用多种节能技术 包括数据中心应用变频、间接蒸发冷却等节能技术, 并通过精细化运维管理取得可量化的减排成果。 5. 京东云华东数据中心获得2020国家绿色数据中心称号。 6. 针对数据中心, 对于具有破坏臭氧层或具有温室气体效应的制冷剂, 要求由专业单位处理, 不直接排放制冷剂。 7. 京东物流在50多个城市应用新能源汽车, 安装充电终端。 8. 在30 多个城市常态化使用可重复使用的快递包装体系。 9. 对纸箱和塑料瓶进行末端回收, 取得可量化的成果。 10. 商品包装减量化, 取得可量化的成果。 11. 在供应商管理方面, 京东筛选供应商及进行供应商现场考察时, 将是否具备环评资质、环境体系认证、职业健康体系认证作为重点关注项。设有供应商环境审核标准与制度, 包含物流耗材品类, 生产加工企业、绿色采购品类等。 |

| | |
|-------------------------------------|---|
| <p>气候变化 与环境行 动表现</p> | <p>信息来源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Carbon Disclosure Project. (2020). <i>JD.com Inc - Climate Change 2020</i>. 2. 半月谈网. [2021.07.16]. 算力耗能比提升60%，京东云推进绿色算力基础设施建设取读于http://m.banyuetan.org/qyzx/detail/20210716/1000200033137541626399421144629576_1.html 3. 京东集团. [2021]. 《2020年京东集团环境、社会及管治报告》. 取读于 https://ir.jd.com/static-files/b83d0a39-6e0a-4984-825a-db55b86f104b 4. 京东集团. [2021]. 《2020年京东集团环境、社会及管治报告》. 取读于 https://ir.jd.com/static-files/b83d0a39-6e0a-4984-825a-db55b86f104b 5. 工业和信息化部节能与综合利用司. [2020.12.02]. 2020国家绿色数据中心名单. 取读于https://wap.miit.gov.cn/jgsj/jns/gzdt/art/2020/art_6552c55b9f84555b7139b42331f67ba.html 6. 京东集团. [2021]. 《2018-2020年可持续发展报告》. 取读于https://ir.jd.com/static-files/08472b09-972b-424c-a13b-54eeb6b7a6f7 7. 京东集团. [2021.]. 2020年京东集团环境、社会及管治报告. 取读于 https://ir.jd.com/static-files/b83d0a39-6e0a-4984-825a-db55b86f104b p.20 8. 京东集团. [2021]. 《2020年京东集团环境、社会及管治报告》. 取读于 https://ir.jd.com/static-files/b83d0a39-6e0a-4984-825a-db55b86f104b 9. 京东集团. [2021]. 《2020年京东集团环境、社会及管治报告》. 取读于 https://ir.jd.com/static-files/b83d0a39-6e0a-4984-825a-db55b86f104b 10. 京东物流. [2021.10.18]. 京东物流投入10亿元加码绿色低碳，未来5年实现碳效率提升35%. 取读于http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5MTg0ODAzNg==&mid=2651052589&idx=3&sn=96f211dccfbc17af9f2d872ab174aa65&chksm=8b815626b-cf6df30edcea51a693f015b3b1c218f83b545e20e790c884d4f79d2eddce0e-868b5&scene=27#wechat_redirect 11. 京东集团. [2021]. 《2020年京东集团环境、社会及管治报告》. 取读于 https://ir.jd.com/static-files/b83d0a39-6e0a-4984-825a-db55b86f104b |
| <p>气候变化 与环境信 息披露</p> | <p>企业表现：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 披露的环境信息包含：温室气体排放（范围1、2、3）、废弃物、综合能耗、用电量、制成品所用包装总量。 2. 战略执行委员会（SEC）负责京东集团可持续发展核心领域的战略决策、监督等工作。SEC委员会向董事会汇报ESG相关工作。 3. 环境信息核算方法：燃料和能源相关活动（不包含在范围1或2中），通过能源消耗量和WTT排放因子计算；上游运输和分销，通过上游运输和分销所支付的费用，利用WRI scope 3 screening tool计算；智慧货运中心：全球物流排放理事会（GLEC）货运排放方法学框架；温室气体核算体系：企业核算和报告标准（修订版）；温室气体协议：范围二指南。 4. SGS通标标准技术服务股份有限公司上海分公司对2020年ESG报告进行了独立验证。 <p>信息来源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 京东集团. [2021]. 《2020年京东集团环境、社会及管治报告》. 取读于https://ir.jd.com/static-files/b83d0a39-6e0a-4984-825a-db55b86f104b； Carbon Disclosure Project. (2020). <i>JD.com Inc - Climate Change 2020</i>. 2. 京东集团. [2021]. 《2020年京东集团环境、社会及管治报告》. 取读于 https://ir.jd.com/static-files/b83d0a39-6e0a-4984-825a-db55b86f104b 3. Carbon Disclosure Project. (2020). <i>JD.com Inc - Climate Change 2020</i>. 4. 京东集团. [2021]. 《2020年京东集团环境、社会及管治报告》. 取读于 https://ir.jd.com/static-files/b83d0a39-6e0a-4984-825a-db55b86f104b |

| | |
|-------------------|--|
| 平台用户 可持续 管理 | <p>企业表现:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 京东物流发起成立了绿色包装联盟和中国电商物流包装标准联盟,制定了行业首个包装标准。联盟成员包括多个消费品巨头。 2. 京东保护并禁止在平台上销售珍稀濒危野生动植物。如发现商家销售此类商品,将采取扣分、踢出平台等措施进行处罚。 3. 京东商城平台上的绿色商品的种类已经超过1.5亿种。 4. 通过对低碳、减排等相关的商品进行细分并建立专属标签,方便用户搜索购低碳环保类商品;开展低碳类商品宣传。 5. 京东在100余个城市开展旧物回收。 6. 京东推出二手交易市场App拍拍鲸置。 |
| | <p>信息来源:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wang, Y. (2021, April 19). JD ESG: Green packaging saves 10 billion disposable boxes. <i>JD.COM</i>. https://jdcorporateblog.com/jd-esg-green-packaging-saves-10-billion-disposable-boxes/ 2. Kidron, E. (2021, July 3). JD's efforts to combat wildlife trade in China highlighted by WIRED. <i>JD.COM</i>. https://jdcorporateblog.com/jds-efforts-to-combat-wildlife-trade-in-china-highlighted-by-wired/ 3. 京东集团. [2021].《2020年京东集团环境、社会及管治报告》. 取读于https://ir.jd.com/static-files/b83d0a39-6e0a-4984-825a-db55b86f104b 4. Carbon Disclosure Project. (2020). <i>JD.com Inc - Climate Change 2020</i>. 5. 京东物流. [2020.05.17].《北京市快递电商绿色包装》标准出炉,央视报道“青流计划”绿色包装的先行经验. 取读于http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5MTg0ODAzNg==&mid=2651039028&idx=1&sn=601be1d156fe7a7c579f59156fc5ba74&chksm=8b81293fbcf6a029953bb814eb52cf1b646fa8d8476f4a9119ca12f5c4df38ff031f5306c451&scene=27#wechat_redirect 6. IT之家. [2021.09.02]. 京东上线二手交易 App“鲸置”, 拍拍更名为“拍拍严选”. 取读于https://www.ithome.com/0/572/935.htm |

拼多多

| | |
|---------------------------|--|
| 气候变化 与环境相 关目标 设立 | <p>企业表现:</p> <p>未见公开信息</p> |
| | <p>信息来源:</p> <p>未见公开信息</p> |
| 气候变化 与环境行 动表现 | <p>企业表现:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 拼多多正在投资机器学习技术以优化配送路线规划。更精准的配送路线规划也将减少某些新鲜农产品对冷链物流的需求。 2. 通过减少配送层数,帮助生产商节省运输和储存成本并减少对环境的影响。 |
| | <p>信息来源:</p> <p>1-2. Pinduoduo Inc. (2021). <i>Pinduoduo ESG report 2020</i>. https://investor.pinduoduo.com/sustainability</p> |

| | |
|---------------------|--|
| 气候变化 与环境信息 披露 | 企业表现： 未见公开信息 |
| | 信息来源： 未见公开信息 |
| 平台用户 可持续 管理 | 企业表现： 1. 拼多多本月启动了一年一度的智慧农业大赛。其目的是吸引更多年轻人才将他们的技能应用到农业中，并开发可以帮助农民提高生产力和收入的技术，以及对环境影响较小的情况下种植更有营养的食物。 |
| | 信息来源： 1. Pinduoduo launches new 10-billion-yuan initiative with profits to support agricultural modernization and rural vitalization. (2021, August 24). <i>Pinduoduo Inc.</i> https://investor.pinduoduo.com/news-releases/news-release-details/pinduoduo-launches-new-10-billion-yuan-initiative-profits |

苏宁易购

| | |
|---------------------------|---|
| 气候变化 与环境相 关目标 设立 | 企业表现： 1. 到2025年，苏宁易购物流在新采购的同城配送车辆中50%将是新能源电动车，到2030年，这一比例将增加到70%。 |
| | 信息来源： 1. 电商报. [2021.08.25]. 苏宁物流“青城计划”成绩单：累计投放共享快递盒破40万只. 取读于 https://ir.netease.com/zh-hans/esgqiyeshehuizerenhttps://www.dsb.cn/157768.html?s=mt |
| 气候变化 与环境行 动表现 | 企业表现： 1. 通过多种手段提升数据中心与办公楼宇节能水平并取得可量化成果。 2. 苏宁针对仓库建设进行合理选址、科学规划，有效节约资源、降低能源消耗，在29个城市建立行业标准化“绿仓”。 3. 苏宁雨花数据中心进入首批“国家绿色数据中心”名单。 4. 苏宁多个物流中心获得“绿色仓库标识”认证。 5. 提升物流线路规划水平。2018年投入使用2861辆新能源车，同步开展充电桩规划。 6. 采用电子面单、胶带减宽、减量填充物等减量化包装手段；投放共享快递盒。 7. 提高原箱发货比例。 8. 末端回收装置覆盖90%苏宁物流分拨中心、末端快递站。 9. 在供应商管理中，苏宁物流建立内部包装耗材绿色采购制度，与加盟网点绿色采购考核体系。 |

| | |
|-------------------------------------|--|
| <p>气候变化 与环境行 动表现</p> | <p>信息来源:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 苏宁易购. [2021].《2020社会责任报告》. 取读于https://www.suning.cn/static///snsite/contentresource/2021-06-02/ea621de5-78ab-42d7-9540-c7020ac34b5e.pdf 2. 苏宁易购. [2021].《2020社会责任报告》. 取读于https://www.suning.cn/static///snsite/contentresource/2021-06-02/ea621de5-78ab-42d7-9540-c7020ac34b5e.pdf 3. 苏宁易购. [2020].《2019社会责任报告》. 取读于https://www.suning.cn/static///snsite/contentresource/2020-04-20/640fe980-b6c1-449a-b15e-fc1069dcecca.pdf 4. 中国仓储与配送协会. [2019-06-18]. 关于授予湖南苏宁物流有限公司苏宁芙蓉物流中心 等13个库区“中国绿色仓库”称号的公告. 取读于http://www.cawd.org.cn/index.php/article/detail/id/1876.html 5. 苏宁易购. [2019].《2018社会责任报告》. 取读于https://www.suning.cn/static///snsite/contentresource/2019-04-01/ea37d36e-a304-4148-bc38-badbf9de89a.pdf 6. 苏宁易购. [2021].《2020社会责任报告》. 取读于https://www.suning.cn/static///snsite/contentresource/2021-06-02/ea621de5-78ab-42d7-9540-c7020ac34b5e.pdf 7. 电商报. [2021.08.25]. 苏宁物流“青城计划”成绩单:累计投放共享快递盒破40万只. 取读于 https://www.dsb.cn/157768.html?s=mt 8. 亿欧. [2021.10.21]. 双十一苏宁物流“青城计划”升级,全国推动绿色快递“9999”行动. 取读于https://k.sina.cn/article_2540408364_976b8e2c02001v7dn.html?from=tech&kdurlshow=1&cre=wappage&mod=r&loc=4&r=0&rfunc=89&tj=wap_news_relate 9. 苏宁易购. [2020].《2019社会责任报告》. 取读于https://www.suning.cn/static///snsite/contentresource/2020-04-20/640fe980-b6c1-449a-b15e-fc1069dcecca.pdf |
| <p>气候变化 与环境信 息披露</p> | <p>企业表现:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 公司管理层定期讨论并部署集团社会责任战略及规划,并对社会责任项目实施统一预算管理。其中,社会责任实质性议题包含:绿色运营、倡导可持续消费。 <p>信息来源:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 苏宁易购. [2021].《2020社会责任报告》. 取读于https://www.suning.cn/static///snsite/contentresource/2021-06-02/ea621de5-78ab-42d7-9540-c7020ac34b5e.pdf |
| <p>平台用户 可持续 管理</p> | <p>企业表现:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 2018年,苏宁将“可循环利用的共享快递盒“和”零胶纸箱“设计推广至1000个品牌,并于同年联合工信部启动了绿色(生态)设计产品全球推广计划。 2. 门店发放节能补贴。 3. 成立“以旧换新”项目部,为消费者提供购新换新补贴;打通旧机回收与新机购买流程,便利居民“以旧换新”。 <p>信息来源:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 全景. [2018.12.14]. 做负责任的企业公民:苏宁荣获2018领航中国杰出社会责任奖. 取读于 http://wxly.p5w.net/news/2235799.html 2. 苏宁易购. [2020.06.29]. 高能效产品占比90%以上,苏宁易购推广节能绿色消费效果显著. 取读于 http://www.suning.cn/cms/latestNews/24688.htm 3. 苏宁易购. [2020].《2019社会责任报告》. 取读于https://www.suning.cn/static///snsite/contentresource/2020-04-20/640fe980-b6c1-449a-b15e-fc1069dcecca.pdf |

网易

| | |
|--|---|
| <p>气候变化 与环境相 关目标 设立</p> | <p>企业表现： 未见公开信息</p> <p>信息来源： 未见公开信息</p> |
| <p>气候变化 与环境行 动表现</p> | <p>企业表现：</p> <ol style="list-style-type: none"> 2020年, 办公园区光伏发电量达到 432兆瓦时。 2019年, 在杭州的办公区安装了输出量超过3.82兆瓦时的太阳能发电系统。 采取多种措施优化数据中心单位算力的能源消耗。 在网易园区、网易严选全国仓库以及网易味央猪场实现了园区能耗与设备的远控、自控和智控。 智能算法提升路线规划水平和拼车率;鼓励各物流服务商采用更高排放标准的车辆, 或优先选择新能源车等方式。 智能算法提升包装效率, 减少浪费;仓库WMS 系统实现“合单”功能, 同一地址可实现合并发货。 轻量化包装;推动原箱发货;推动材料减量化;推崇简洁设计, 减少油墨使用。 优先选择通过 ISO 14001 环境管理体系认证、ISO 50001 能源管理体系的供应商。 要求供应商签署《网易严选环境保护和职业健康安全相关方告知书》。 参考国际法规标准, 如 REACH 法规危害风险物质的要求, 要求供应商在设计开发、原辅料选择、生产过程、包装过程中践行保障产品安全、保护环境的行为准则。 积极推进有害物质管控项目, 参考国际领先的欧盟、美国、德国等全球法规, 从物流包装、商品材质、生产链路等方面, 联合供应商进行有害化学物质的管控, 并要求所有供应商签署《有害物质符合性声明》。 制定了与环保相关的供应商遴选标准与资质要求, 着重审查供应商环保标准。与供应商共同讨论评估结果, 针对考核不足进行复盘和整改, 提高供应链综合质量。 特意选择对碳减排有坚定承诺的第三方云服务器服务商合作。 <p>信息来源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 网易集团. [2021]. 《网易2020年环境、社会及管治报告》. 取读于https://ir.netease.com/zh-hans/esgqiye-shehuizeren 网易集团. [2020]. 《网易2019年环境、社会及管治报告》. 取读于https://ir.netease.com/static-files/ed4e-ab8d-b449-44f1-a744-682d37f5a1cb 12. 网易集团. [2021]. 《网易2020年环境、社会及管治报告》. 取读于https://ir.netease.com/zh-hans/esgqiyeshehuizeren 13. NetEase. (2021). <i>2020 annual report</i>. https://ir.netease.com/static-files/4232a799-441a-42e5-856c-2224a9b4a130 |

| | |
|---------------------|---|
| 气候变化 与环境信息 披露 | <p>企业表现:</p> <p>1. 披露的环境信息包括: 温室气体排放(范围1-3)、用电量、综合能耗、废弃物。</p> <p>2. 董事会负责监督和审批ESG相关事宜, ESG委员会负责统筹ESG相关事宜, 为董事会提供可持续发展建议, 并制定 ESG 工作目标及行动路径。成立ESG工作小组, 定期向董事会进行汇报。ESG工作小组在 ESG 委员会的指导下, 联动公司各业务线及职能部门, 合力推动 ESG 工作的落实。</p> <p>3. 温室气体排放披露准则: 统计数据为杭州、北京办公园区和主要租用数据中心的温室气体排放量。 外购电力的温室气体排放量计算参照国际能源署(IEA)2017 数据库, 其他来源的温室气体排放量计算均参照中华人民共和国国家发展和改革委员会发布的《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南(试行)》。 范畴三包括员工差旅及主要租用数据中心产生的温室气体。</p> |
| | <p>信息来源:</p> <p>1. 网易集团. [2021]. 《网易2020年环境、社会及管治报告》. 取读于https://ir.netease.com/zh-hans/esgqiyeshehuizeren</p> <p>2. 网易集团. [2021]. 《网易2020年环境、社会及管治报告》. 取读于https://ir.netease.com/zh-hans/esgqiyeshehuizeren</p> <p>3. 网易集团. [2021]. 《网易2020年环境、社会及管治报告》. 取读于https://ir.netease.com/zh-hans/esgqiyeshehuizeren</p> |
| 平台用户 可持续 管理 | <p>企业表现:</p> <p>未见公开信息</p> |
| | <p>信息来源:</p> <p>未见公开信息</p> |

唯品会

| | |
|---------------------------|-----------------------------------|
| 气候变化 与环境相 关目标 设立 | <p>企业表现:</p> <p>未见公开信息</p> |
| | <p>信息来源:</p> <p>未见公开信息</p> |

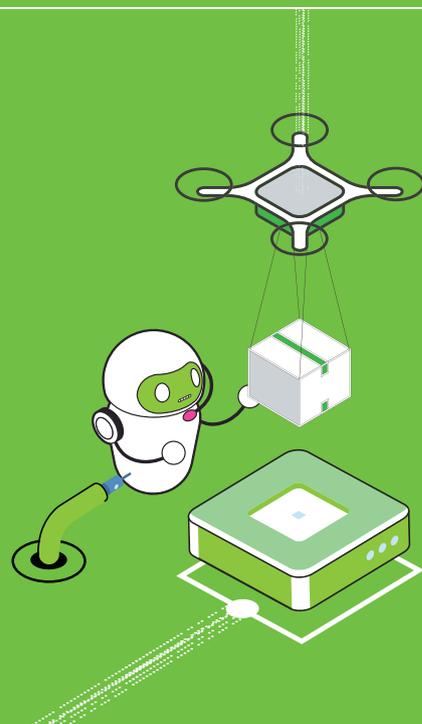
| | |
|-------------------------------------|---|
| <p>气候变化 与环境行 动表现</p> | <p>企业表现：</p> <ol style="list-style-type: none"> 2020年太阳能发电量37,565,500千瓦时。 利用屋顶光伏为物流园供电。 在仓储系统使用节能环保的措施和设备。 在办公楼使用低能耗的办公设备。 采用智能调度系统减少运输里程和尾气排放；拥有新能源电动物流车 656 辆，占公司物流运输车辆的 25%。 减少纸箱重量和塑料包装袋。采用可重复使用的循环箱。 推动原箱发货。 在品牌合作伙伴和供应商选择和评估等机制中加入 ESG 审核因素，将供应商能否提供通过 ISO14000、SA8000 等认证的证明材料作为评价项。 |
| | <p>信息来源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 唯品会. [2021].《2020年企业社会责任报告》. 取读于https://h5rsc.vip.com/myPublicWelfare/notify/vipshop_csr_report_2020.pdf 唯品会. [2020].《2019年企业社会责任报告》. 取读于 https://h5rsc.vipstatic.com/pea_apps/pdf/vipshop_csr_report_20200803.pdf 4. 唯品会. [2019].《2018年企业社会责任报告》. 取读于 https://h5rsc.vipstatic.com/pea_apps/pdf/vipshop_csr_report_20191015.pdf 唯品会. [2020].《2019年企业社会责任报告》. 取读于https://h5rsc.vipstatic.com/pea_apps/pdf/vipshop_csr_report_20200803.pdf 6-8. 唯品会. [2021].《2020年企业社会责任报告》. 取读于https://h5rsc.vip.com/myPublicWelfare/notify/vipshop_csr_report_2020.pdf |
| <p>气候变化 与环境信 息披露</p> | <p>企业表现：</p> <ol style="list-style-type: none"> 披露的环境信息包含： 碳排放（范围1、2）、太阳能发电量、能源消耗量、有害、无害废弃物处理量、塑料包装材料总重量、回收塑料包装占比、电动物流车数量和占比。 唯品会设立环境、健康与安全（EHS）管理委员会，EHS 管理委员会以公司 CEO 为主任，领导并持续推动公司在环境、健康和安全管理方面的工作。 |
| | <p>信息来源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 唯品会. [2021].《2020年企业社会责任报告》. 取读于https://h5rsc.vip.com/myPublicWelfare/notify/vipshop_csr_report_2020.pdf；唯品会. [2020].《2019年企业社会责任报告》. 取读于https://h5rsc.vipstatic.com/pea_apps/pdf/vipshop_csr_report_20200803.pdf 唯品会. [2021].《2020年企业社会责任报告》. 取读于https://h5rsc.vip.com/myPublicWelfare/notify/vipshop_csr_report_2020.pdf P66 |
| <p>平台用户 可持续 管理</p> | <p>企业表现：</p> <p>未见公开信息</p> |
| | <p>信息来源：</p> <p>未见公开信息</p> |

小米

| | |
|----------------------|--|
| 气候变化与环境相关目标设立 | 企业表现: 未见公开信息 |
| | 信息来源: 未见公开信息 |
| 气候变化与环境行动表现 | 企业表现: <ol style="list-style-type: none"> 1. 自有数据中心采用节能降耗措施,选择高能效服务器,建立能耗监控系统,使用水冷空调制冷等。 2. 小米科技园依据绿色建筑标准进行设计、建设及运营管理。 3. 2020年,小米科技园内所有建设及装修工程通过《北京市绿色建筑评价标准》二星级水平认证。 4. 2020年,95%自有品牌产品使用减量化包装方案。 5. 对手机包装进行了盒型设计优化。 6. 在供应商管理中,所有的供应商都必须遵守《供应商行为守则》。该准则涵盖了ESG的所有方面。还要求供应商签署《供应商企业社会责任协议》。 |
| | 信息来源: <ol style="list-style-type: none"> 1. Xiaomi. (2020). <i>2019 annual report</i>. https://cnbj1.fds.api.xiaomi.com/company/announcement/en-us/2019_AR_E.pdf 2. Xiaomi. (2021). <i>2020 annual report</i>. https://i01.appmifile.com/webfile/globalweb/company/ir/announcement_us/annual_report_2020_e.pdf 3. 小米集团. [2021]. 《2020年小米集团环境、社会及管治报告》. 取读于 https://cdn.cnbj1.fds.api.mi-img.com/staticsfile/csr/pdf/3.pdf 4-5. Xiaomi. (2021). <i>2020 annual report</i>. https://i01.appmifile.com/webfile/globalweb/company/ir/announcement_us/annual_report_2020_e.pdf 6. Xiaomi. (2021). <i>2020 sustainability report</i>. https://i01.appmifile.com/webfile/globalimg/0320/TO-B/pdf-file/Xiaomi_Sustainability_2020.pdf |
| 气候变化与环境信息披露 | 企业表现: <ol style="list-style-type: none"> 1. 披露的环境信息包含:综合能耗、温室气体排放总量(范围1、2)、有害和无害废弃物总量、产品包装材料总量和强度。 2. 2020年,在治理层、管理层与执行层搭建体系化ESG管治架构,董事会在企业管治委员会的协助下全面监督与负责集团环境、社会与管治相关事宜。 |
| | 信息来源: <ol style="list-style-type: none"> 1-2. 小米集团. [2021]. 《2020年小米集团环境、社会及管治报告》. 取读于 https://cdn.cnbj1.fds.api.mi-img.com/staticsfile/csr/pdf/3.pdf |
| 平台用户可持续管理 | 企业表现: <ol style="list-style-type: none"> 1. 根据小米的以旧换新计划,小米在中国销售的所有智能手机都可以退回给小米进行回收或其他处理。 |
| | 信息来源: <ol style="list-style-type: none"> 1. Xiaomi. (2021). <i>2020 sustainability report</i>. https://i01.appmifile.com/webfile/globalimg/0320/TO-B/pdf-file/Xiaomi_Sustainability_2020.pdf |

附录二

方法论



关于入选企业

报告以企业在零售电商行业竞争力与影响力为原则,参考了企业的市值、市场占有率、用户规模等指标,综合选取了中国主流的七家以综合电商为主的零售电商⁵⁹企业。完全无对外环境信息披露或市场占比过低的企业未纳入本报告评估范围。

关于数据收集与评估体系

报告所研究的数据均来自公开渠道,包括企业官方信息(如官方新闻网站,年度报告,可持续发展报告,社会责任报告,环境、社会与管治报告等),新闻报道,以及企业气候与环境信息披露第三方平台等。

报告评估体系包含了零售电商企业的气候变化与环境相关目标、气候变化与环境行动表现、气候变化与环境信息披露、以及平台用户可持续管理四个方向,对零售电商企业的气候行动与环境表现进行了扫描与评估。

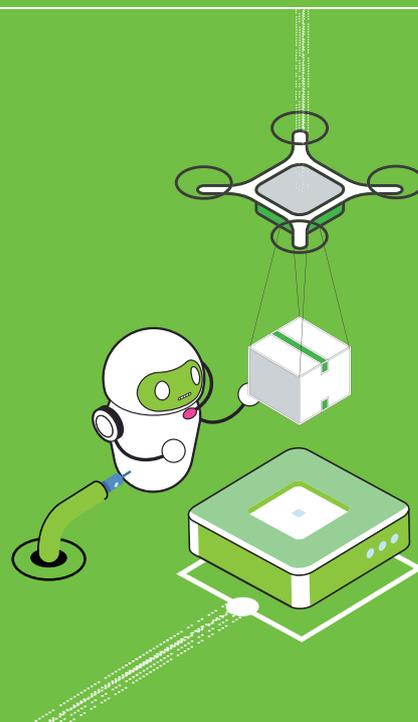
报告指标分为年度指标与长期指标,年度指标数据涵盖了企业从2018年1月1日-2021年12月31日数据,企业气候变化与环境相关目标为长期指标,不考虑数据披露时间的影响。

报告主要关注企业在零售、物流层面的表现,因上榜企业暂时未单独披露其零售与物流业务的环境关键数据,因此在环境关键信息披露指标上,报告采用了集团整体业务数据。此外,因为企业并未披露办公楼宇、数据中心、供应商与其零售、物流业务的相关程度,报告同样在相关部分采用了集团整体业务数据。

| 比重 | 评估维度 | 评估指标 |
|-----|---------------|--|
| 30% | 气候变化与环境相关目标设立 | 评估企业是否为应对气候变化与环境可持续发展转型设立清晰的目标与路径规划 |
| | | 设立2030年前实现企业自身运营范围内100%可再生能源应用目标。 |
| | | 设立2030年实现企业运营控制权下100%电动车目标。 |
| | | 设立2030年实现企业自身运营范围内的碳中和目标并明确绝对减排比例。 |
| | | 设立企业供应链 ⁶⁰ 碳中和目标并明确绝对减排比例。 |
| | | 针对包装环节，设立包装可持续使用、一次性包装物回收率与包装减量可量化目标。 |
| 35% | 气候变化与环境行动表现 | 评估企业是否积极采取可再生能源采购、节能、供应链管理等行动，以提升企业环境表现并取得可量化的减排成果 |
| | | 数据中心、仓储设施与办公楼宇：1) 采购可再生能源；2) 应用节能减排技术；3) 制定集团层面关于数据中心、冷库、冷藏车、制冰机等制冷产品的能效管理办法，严格控制全流程制冷剂的泄漏和排放。 |
| | | 运输环节：采取具有实际节能减碳效果的措施（如电动车替代、建设充电桩、优化物流配送系统等），或选择应用了节能减碳技术的运输服务商。 |
| | | 包装环节：采取具有实际减排效果的措施（如包装可持续使用、一次性包装回收、包装减量等），或选择应用了减碳技术的包装服务商。 |
| | | 针对企业关键供应商，设立具备具体实施原则的环境管理制度，并通过资金、技术等手段助力供应商提升环境表现。 |
| 20% | 气候变化与环境信息披露 | 评估公司是否向公众或利益相关方披露能源与资源使用及公司环境治理信息，披露渠道包括企业官方渠道（如年报、企业社会责任报告）、第三方信息披露平台、通过媒体披露等 |
| | | 关键环境信息的披露：1) 集团用电量；2) 集团用电结构；3) 集团温室气体排放（包括范围3）；4) 包装用材与废弃物；5) 电动车比例。 |
| | | 建立公司环境治理架构：将环境与可持续发展议题纳入公司治理范畴，并成立相应管理委员会，定期与CEO/董事会沟通汇报，接受监督；鼓励公司内部成立气候与碳管理小组，积极应对气候变化。 |
| | | 环境信息披露质量：1) 企业采用合理的环境绩效指标计算方法；2) 企业对披露的关键环境信息进行审计。 |
| 15% | 平台用户可持续发展管理 | 评估企业是否在供给端与消费端两侧积极推动平台生态系统可持续发展 |
| | | 供给端可持续管理：1) 商户的环境资质审核；2) 用户的可持续指引。 |
| | | 消费端可持续引导：1) 推广可持续商品；2) 推广绿色配送服务；3) 延长商品生命周期。 |

附录三

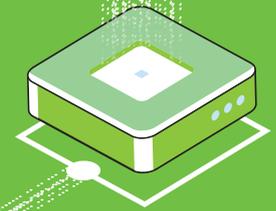
全球二十家 主流电商企业能源与 碳目标相关信息⁶¹



| 企业名 | 100%可再生能源目标 | 100%可再生能源目标实现年份 | 2020年可再生能源进展 | 碳中和目标 | 碳中和目标实现年份(范围1、2) | 绝对减碳目标 |
|--------------|---------------------|-----------------|--------------|-------|------------------|---|
| 亚马逊 (Amazon) | YES | 2025年 | 65% | YES | 2040年(包含部分范围3) | NA |
| 京东 | YES (京东物流部分) | 2030年 | NA | NA | NA | 京东物流：到2030年，与2019年基准年相比，范围1、2、3温室气体的绝对排放总量减少50% |
| 阿里巴巴 | YES (云计算部分100%清洁能源) | 2030年 | NA | YES | 2030年(包含部分范围3) | NA |
| 美团 | NA | NA | NA | NA | NA | NA |
| 唯品会 | NA | NA | NA | NA | NA | NA |
| Qurate | NA | NA | NA | NA | NA | 到2022年，与2018年基准年相比，范围1、2的温室气体的绝对排放总量减少14% |
| Wayfair | NA | NA | NA | NA | NA | NA |

| 企业名 | 100%可再生能源目标 | 100%可再生能源目标实现年份 | 2020年可再生能源进展 | 碳中和目标 | 碳中和目标实现年份(范围1、2) | 绝对减碳目标 |
|------------------|-------------------|-----------------|--------------|-------|--------------------------------------|--|
| 乐天市场(Rakuten) | YES | 2025年 | 64.8% | YES | 2050年 | 到2025年,与2019年基准年相比,范围1、2的温室气体的绝对排放总量减少90%。到2050年,与2020年基准年相比,范围1、2的温室气体的绝对排放总量减少100% |
| Coupang | NA | NA | NA | NA | NA | NA |
| eBay | YES | 2025年 | 74% | YES | 2021年 | 与2016年基准年相比,到2025年范围1、2的温室气体的绝对排放总量减少50%,到2030年范围1、2的温室气体的绝对排放总量减少75% |
| Zalando | YES | 2025年 | 100% | YES | 2019年 | 到2025年,与2017年基准年相比,范围1、2的温室气体绝对排放总量减少80% |
| 拼多多 | NA | NA | NA | NA | NA | NA |
| Chewy | NA | NA | NA | NA | NA | NA |
| Naspers | NA | NA | NA | YES | 2022年 | NA |
| ASOS | YES (配送中心建筑部分) | 2023年 | 76% | YES | 2025年 (范围1、2) 2030年 (部分范围3) | 到2030年,与2018年基准年相比,范围1、2的温室气体的绝对排放总量减少87% |
| Prosus | YES (办公场所部分) | 2022年 | 28.39% | YES | 2022年 | NA |
| Lojas Americanas | YES (仓储部分) | 2030年 | 25% | YES | 2025年 | NA |
| Mercado Libre | NA | NA | NA | NA | NA | NA |
| ASKUL | YES | 2030年 | 33% | YES | 2030年 | 到2030年,与2015年基准年相比,范围1、2的温室气体的绝对排放总量减少100% |
| DoorDash | NA | NA | NA | NA | NA | NA |

注释



1. 中央财经大学中国互联网经济研究院.[2019.06]. 后浪更磅礴: 中国电子商务发展二十年.
2. 注: 包括数据中心、冷库、冷藏车、制冰机等制冷产品
3. 主要涵盖淘宝、天猫、咸鱼等交易类平台, 和企业旗下的物流公司菜鸟网络
4. 主要涵盖京东商城和京东物流
5. 前瞻经济学人.[2021.09.13]. 洞察2021: 中国零售电商行业竞争格局及市场份额. 取读于<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1710749844131929895&wfr=spider&for=pc>
6. 注: ESG领域、零售电商领域、数据中心领域的专家、从业人员
7. 注: 唯品会可再生能源用电比例=2020年太阳能发电量/2020年能源消耗*100%, 报告尚未明确说明2020年能源消耗是否统计太阳能发电部分。唯品会. [2021]. 《2020年企业社会责任报告》. 取读于https://h5rsc.vip.com/myPublicWelfare/notify/vipshop_csr_report_2020.pdf
8. 基准年: 2019年
9. SBTi. (n.d.). *Companies taking action*. Retrieved December 13, 2021, from <https://sciencebasedtargets.org/companies-taking-action>
10. 注: 唯品会可再生能源用电比例=2020年太阳能发电量/2020年能源消耗*100%, 报告尚未明确说明2020年能源消耗是否统计太阳能发电部分。唯品会. [2021]. 《2020年企业社会责任报告》. 取读于https://h5rsc.vip.com/myPublicWelfare/notify/vipshop_csr_report_2020.pdf
11. 注: 1兆瓦时等于1000千瓦时
12. 中央财经大学中国互联网经济研究院.[2019.06]. 后浪更磅礴: 中国电子商务发展二十年.
13. 虎嗅. [2021.12.7]. 我国40家本土巨头, 为何不敌一个亚马逊. 取读于 <https://mp.weixin.qq.com/s/h8uOrTaRTHBaKWmg7oLz3A> 注: 排名综合考虑了市值, 营收, 亏损等因素
14. 中华人民共和国商务部. [2021.06.09]. 2020年中国电子商务交易额达37.21万亿元 同比增长4.5%. 取读于<http://tradeinservices.mofcom.gov.cn/article/tongji/guonei/qitatj/202106/117090.html>

15. 人民日报海外版. [2021.1.21]. 中国连续八年成为全球第一大网络零售市场 http://www.xinhuanet.com/food/2021-01/20/c_1127003117.htm
16. 中国互联网络信息中心. [2021.8]. 第48次中国互联网络发展状况统计报告. 取读于
17. UNCTAD. (2021). ESTIMATES OF GLOBAL E-COMMERCE 2019 AND PRELIMINARY ASSESSMENT OF COVID-19 IMPACT ON ONLINE RETAIL 2020 https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d18_en.pdf
18. 艾瑞咨询. [2020]. 电商新生态助力经济复苏——疫情下零售消费洞察报告. 取读于 https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzUzMzYxODU0Mg==&mid=2247497605&idx=2&sn=1d2ed95a65f473bae0f40c4d5fc86e9e&chksm=faa3fd84cdd47492bd9562e610174ade68ace8a856a33f6fdeb5266f51e8e89bc86c11bad2cc&scene=4#wechat_redirect
19. 绿色和平. [2021.12.09]. 《平台上的权与责：平台企业环境治理责任履责现状分析与前景展望》.
20. 注：包括数据中心、冷库、冷藏车、制冰机等制冷产品
21. 注：ESG领域、零售电商领域、数据中心领域的专家、从业人员
22. 得分率：企业在该维度得分/该维度总分*100%
23. 中央人民政府. [2021.09.11]. 国家发展改革委关于印发《完善能源消费强度和总量双控制度方案》的通知. 取读于 http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-09/17/content_5637960.htm
24. 中央人民政府. [2020.08.12]. 八部门联合推进快递绿色包装标准化. 取读于 http://www.gov.cn/xinwen/2020-08/12/content_5534274.htm
25. 中央人民政府. [2021.11.02]. 交通运输部关于印发《综合运输服务“十四五”发展规划》的通知 http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-11/18/content_5651656.htm
26. *Financiers with \$29 trillion ask 1600 companies for science-based targets ahead of COP26*. (2021, September 29). Carbon Disclosure Project. <https://www.cdp.net/en/articles/investor/financiers-with-29-trillion-ask-1600-companies-for-science-based-targets-ahead-of-cop26>
27. 注：阿里巴巴为阿里云计算100%使用清洁能源，京东仅包含京东物流，ASOS仅包含配送中心建筑，Prosus仅包含办公场所，Lojas Americanas仅包含仓储部分。
28. 注：阿里巴巴为阿里云计算100%使用清洁能源，京东仅包含京东物流，ASOS仅包含配送中心建筑，Prosus仅包含办公场所，Lojas Americanas仅包含仓储部分
29. Carbon Disclosure Project. (2021). Askul Corporation - climate change 2021.
30. Musk, J. (2017). Askul announces total switch to EVs and renewable energy by 2030. *International Fleet World*. <https://internationalfleetworld.com/askul-announces-total-switch-to-evs-and-renewable-energy-by-2030/>
31. SBTi. (n.d.). Companies taking action. Retrieved December 13, 2021, from <https://sciencebasedtargets.org/companies-taking-action>
32. 核算边界为电子商务企业2019年度在包装、物流、数据中心、办公和仓储5个领域对应的温室气体排放。
33. 能源基金会. [2021.04.30]. 中国电子商务温室气体排放总量研究报告. 取读于 <https://www.efchina.org/Reports-zh/report-comms-20210430-zh>
34. eBay. (2021). *eBay impact 2020 report*. <https://static.ebayinc.com/assets/Uploads/Documents/eBay-Impact-2020-Report.pdf>
35. Amazon. (2021). *Amazon sustainability 2020 report*. <https://sustainability.aboutamazon.com/about/report-builder>
36. 唯品会. [2021]. 《2020年企业社会责任报告》. 取读于 https://h5rsc.vip.com/myPublicWelfare/notify/vipshop_csr_report_2020.pdf
37. eBay. (2020). *eBay Impact 2020 Report*.
38. 阿里巴巴. [2020]. 《2019/2020 阿里巴巴集团社会责任报告》. 取读于 <http://www.alijinhui.org/Uploads/file/20200716/5f10328ba887b.pdf>
39. DT时代. [2019.09.20]. 拥抱云时代 走进京东云华东数据中心. 取读于 <https://mp.weixin.qq.com/s/RN3MeNpWFA70T6dEMeeGKw>
40. 苏宁易购. [2021]. 《2020社会责任报告》. 取读于 <https://www.suning.cn/static///snsite/contentresource/2021-06-02/ea621de5-78ab-42d7-9540-c7020ac34b5e.pdf>

41. 中国仓储与配送协会. [2019.06.18]. 关于授予湖南苏宁物流有限公司苏宁芙蓉物流中心 等13个库区“中国绿色仓库”称号的公告. 取读于<http://www.cawd.org.cn/index.php/article/detail/id/1876.html>
42. 京东集团. [2021]. 《2020年京东集团环境、社会及管治报告》. 取读于 <https://ir.jd.com/static-files/b83d0a39-6e0a-4984-825a-db55b86f104b>
43. Zero Waste Europe. (2019). *The story of RePack: a simple solution to the growing problem of e-commerce waste*. https://zerowasteurope.eu/wp-content/uploads/2019/05/zero_waste_europe_cs4_cp_repack_en.pdf
44. 京东集团. [2021]. 《2020年京东集团环境、社会及管治报告》. 取读于 <https://ir.jd.com/static-files/b83d0a39-6e0a-4984-825a-db55b86f104b>
45. 网易集团. [2021]. 《网易2020年环境、社会及管治报告》. 取读于<https://ir.netease.com/zh-hans/esgqiyeshehuizeren>
46. 生态环境部. [2021.12.21]. 生态环境部印发《企业环境信息依法披露管理办法》. 取读于<https://mp.weixin.qq.com/s/F-eieiErM9JKg8skunHrLA>
47. 安永. [2019.12.29]. 安永解读香港联交所新版ESG指引十大要点. 取读于新浪财经 <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1653258676801294098&wfr=spider&for=pc>
48. 香港交易所. [2021.11.05]. 联交所刊发企业管治以及环境、社会及管治（气候信息披露）指引. 取读于 https://www.hkex.com.hk/News/Regulatory-Announcements/2021/211105news?sc_lang=zh-HK
49. Carbon Disclosure Project. (2021). *CDP non-disclosure campaign: 2020 results*. <https://cdn.cdp.net/cdp-production/cms/reports/documents/000/005/502/original/CDP-2020-Non-Disclosure-Campaign-Report.pdf?1610646806>
50. 唯品会. [2021]. 《2020年企业社会责任报告》. 取读于https://h5rsc.vip.com/myPublicWelfare/notify/vipshop_csr_report_2020.pdf
51. Rakuten. (2021). *Rakuten Group ESG databook 2020*.
52. 中国互联网信息中心. [2021.8]. 第48次中国互联网络发展状况统计报告. 取读于<https://n2.sinaimg.cn/finance/a2d36afe/20210827/FuJian1.pdf>
53. TRAFFIC, WWF, ifaw. [2020]. 打击网络野生动植物非法贸易全球联盟进度报告. 取读于 <https://static1.squarespace.com/static/5b53e9789772ae59ffa267ee/t/5e5c5f91af79a531e0eeecfc/1583112087175/Offline+and+In+the+Wild+-+Coalition+2020+Progress+Report+-+CHINESE.pdf>
54. Carbon Disclosure Project. (2020). *JD.com Inc - Climate Change 2020*.
55. 苏宁易购. [2020]. 《2019社会责任报告》. 取读于<https://www.suning.cn/static//snsite/contentresource/2020-04-20/640fe980-b6c1-449a-b15e-fc1069dcecca.pdf>
56. 腾讯网. [2021.11.05]. 双十一包装“瘦身变绿”，给快递包装瘦身，离不开技术创造和智能物流. 取读于<https://new.qq.com/omn/20211105/20211105A07SCU00.html>
57. 中国新闻网. [2021.11.2]. 低碳双11，正在超越双11. 取读于 https://www.sohu.com/a/498804597_123753
58. Etsy solar. (n.d.). *Etsy*. Retrieved December 13, 2021, from <https://www.etsy.com/solar>
59. 注：零售电商企业定义：参考GICS行业分类标准，主要通过互联网、邮购和电视家庭购物零售商提供零售服务的公司，还包括为消费品和服务提供在线市场的公司。
60. 参考零售电商企业的范围3关键排放类别，零售电商企业范围3碳中和范畴需包含购买的商品与服务、上下游的运输与配送、资本产品。
61. 本报告参考全球行业分类标准（GICS）对于在线零售市场的定义与分类，选取了截至2021年11月23日全球该类别行业收入排名前20的企业。数据来自于2021年12月10日前企业的公开报告，Bloomberg，以及科学碳目标（SBTi）和Carbon Disclosure Project的网站和报告。

GREENPEACE 绿色和平

绿色和平是一个全球性环保组织，致力于以实际行动推动积极的改变，保护地球环境。

地址：北京东城区东四十条94号亮点文创园A座201室

邮编：100007

电话：86 (10) 65546931

传真：86 (10) 64087851

www.greenpeace.org.cn



中华环保联合会
All-China Environment Federation

中华环保联合会是经中华人民共和国国务院批准、民政部注册，接受生态环境部业务指导，由热心环保事业的人士、企业、事业单位自愿结成的、非营利性的、全国性社会组织。其工作主要围绕实施可持续发展战略，围绕实现国家环境与发展的目标，围绕维护公众和社会环境权益，充分体现中华环保联合会“大中华、大环境、大联合”的组织优势，发挥政府与社会之间的桥梁和纽带作用，促进中国环境事业发展，推动全人类环境事业的进步。

地址：北京市朝阳区和平里14区青年沟东路华表大厦六层

邮编：100013

电话：86 (10) 51230007

传真：86 (10) 51230006

www.acef.com.cn