

中国零售电商平台 气候行动与环境表现 (2023)



作者

余煜宁、唐大旻

编辑

唐大旻、李小溪、王乐

感谢以下人员对本报告的帮助

毛达、张晓磊、郑雪（按姓氏首字母顺序排列）

著作权及免责声明

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，欢迎与我们联系：greenpeace.cn@greenpeace.org。由于信息获取渠道的局限性，绿色和平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 2020 年 9 月 1 日至 2023 年 8 月 31 日，该时间范围以外，本报告所提及的企业在各平台上公开的环境信息如有更改或增删，不包括在此研究结果中。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：2023 年 11 月 9 日

目录

摘要.....	01	披露和鉴证质量.....	23
企业排名总览.....	02		
主要发现.....	03		
未来趋势.....	04		
第一章 调研背景.....	05	第四章 国内外零售电商企业气候与环境行动案例	26
必要性.....	05	气候变化.....	26
方法论.....	07	化学品.....	27
研究局限性.....	08	生物多样性.....	27
		废弃物管理.....	28
第二章 电商平台在不同议题上的角色.....	09	第五章 建议.....	29
气候变化.....	09		
化学品.....	09	第六章 跨境电商的环境问题.....	30
生物多样性.....	10	中国跨境电商企业出海现状.....	30
废弃物管理.....	10	跨境电商平台运营模式介绍.....	31
		潜在问题及建议.....	31
第三章 现状分析.....	11	附录.....	33
战略政策和目标.....	11		
行动与绩效.....	18		

图表目录

图 1 零售电商平台面对的四大环境议题和三个影响力层级示意图.....	01
图 2 企业各议题得分总览.....	03
图 3 2011-2022 年全国电子商务交易额.....	06
图 4 2011-2022 年全国网上零售额.....	06
图 5 地球限度理论.....	07
图 6 20 家全球主流电商气候承诺情况.....	13
表 1 本报告评估的企业上市情况.....	24
表 2 沃尔玛关于塑料废弃物的目标设定.....	28

摘要

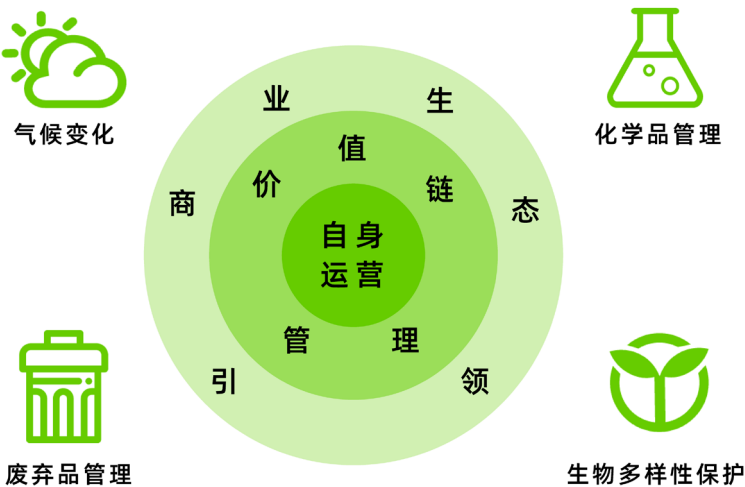
自上世纪末起，中国电子商务行业经历了 20 多年的不断发展与变革，“互联网+”的时代造就了一批主流零售电商平台企业，同时也重塑了消费者的需求和消费行为。作为平台管理者，零售电商平台企业在价值链乃至更广泛的商业生态¹中起着不可忽视的作用。

目前，包括气候变化在内的多重环境问题对人类生存和发展持续构成威胁。作为用户数量动辄数以亿计的大型互联网平台系统的搭建者和管理者，中国的领先零售电商平台企业应该及时认知并积极应对气候变化与环境方面的负外部性，例如与其经营相关联的电力消费带来的碳排放、运输环节的碳排放、订单履约所产生的包装与废弃物污染、平台在售的问题产品在生产过程中使

用、排放和残留的有毒有害物质、平台上进行的非法野生动植物及其制品交易等。

简而言之，在气候变化、化学品、生物多样性保护、废弃物管理等多个环境议题上，以及在自身运营、价值链管理以及商业生态引领三个层面上，中国主流零售电商平台应该且有能力向更环境友好的运营方式积极转型。用户数量巨大的领先平台企业的绿色转型，将对活跃于平台上的无数企业和个人的生产、消费行为产生巨大的影响。此外，考虑到越来越多的中国领先零售电商平台在积极拓展跨境电商业务，零售电商平台扎实有效的绿色转型，不仅能有力地助推中国高质量实现“双碳”目标和生态文明愿景，对全世界应对多重环境危机也有重要意义。

零售电商平台面对的四大环境议题和三个影响力层级示意图 | 图 1



¹ 商业生态: 涵盖平台企业生态伙伴(即借助平台提供和消费商品和服务的角色,如零售电商平台生态中的第三方卖家、物流服务商、消费者等)。

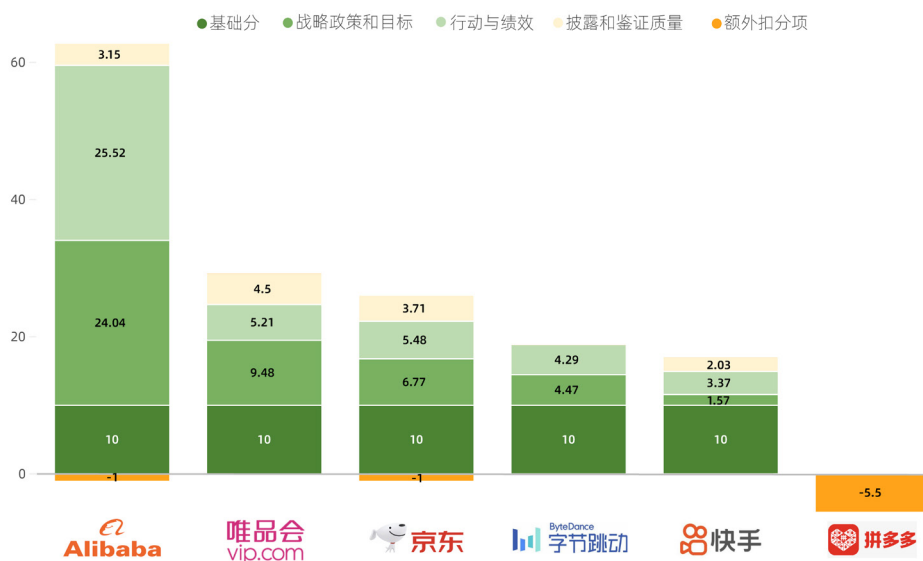
继 2022 年 1 月首次发布《中国零售电商气候行动与环境表现（2021）》，绿色和平再次聚焦这一行业，对中国主流零售电商企业从 2020 年 9 月至 2023 年 8 月在气候变化与其他环境议题方面的表现进行了梳理和评价。基于电商行业格局变化等因素，相较上一版本报告，新版报告对评估目标有所调整，用字节跳动和快手代替了苏宁易购、网易和小米。本报告评估的六家企业为：阿里巴巴、京东、拼多多、字节跳动、快手、唯品会（下称“企业”）。在评价方法上，新版报告综合专家与业内从业人员的多方意见，更加清晰地突出了企业对多重环境议题的覆盖程度和“自

身 - 价值链 - 商业生态”三重影响层级的触达深度，从企业环境表现的三大要素（战略政策和目标、行动与绩效、披露和鉴证质量）和四个关键环境议题（气候变化、化学品、生物多样性、废弃物管理）入手，依据企业主动披露的公开信息，多角度分析以上企业的气候行动与环境表现（以中国大陆地区业务为主）。

企业排名总览

企业名称		阿里巴巴	唯品会	京东	字节跳动	快手	拼多多
评分板块							
基础分 ² （10）		10	10	10	10	10	0
战略政策和目标 （40.5）	气候变化 （28.35）	20.83	5.77	4.08	3.79	0.89	0
	化学品 （4.05）	0	0	0	0	0	0
	生物多样性 （4.05）	1.69	0.68	0.68	0.68	0.68	0
	废弃物管理 （4.05）	1.52	3.03	2.01	0	0	0
行动与绩效 （45）	气候变化 （31.5）	20.82	2.95	2.95	3.45	2.36	0
	化学品 （4.5）	0.19	1.13	0	0	0	0
	生物多样性 （4.5）	3.38	0	2.53	0.84	1.01	0
	废弃物管理 （4.5）	1.13	1.13	0	0	0	0
披露和鉴证质量（4.5）		3.15	4.5	3.71	0	2.03	0
总分		63	29	26	19	17	0
额外扣分项 ³		-1	0	-1	0	0	-5.5
最终得分		62	29	25	19	17	-6

2 基础分：有任何气候行动（例如：碳减排承诺或者披露碳排放）的企业得到 10 基础分。
3 额外扣分项包括：董事会层面没有建立 ESG 管理架构、ESG 工作组下没有专门的气候变化和 / 或环境议题工作组、环境相关的负面新闻等。



主要发现

企业的气候行动和环境表现呈现出阿里巴巴领跑，两极分化严重，中部竞争激烈的态势。本报告评估的六家企业中，仅阿里巴巴得分超过 60（满分 100），相比于 2021 版报告，唯品会超越京东排名第二，与后者同列第二梯队，字节跳动和快手分列第四和第五位，同属第三梯队，拼多多由于尚未披露任何气候与环境的实质信息，加上有额外扣分项，最终得到负分，排名最末。报告显示，中国主流零售电商平台企业在气候变化等多重环境议题上的应对步伐需要加快，在落实程度上还有巨大提升空间。

对比 2021 版报告，阿里巴巴仍然位居排行榜首位，远超第二梯队 30 多分。阿里巴巴得分领先的关键原因是，该企业创新性提出了“范围 3+”的概念，是本次被评估企业中唯一一家在商业生态气候行动上积极探索的企业，也是诸多同类型企业中唯一提出覆盖商业生态的减碳目标的企业。

在严格的评分标准下，唯品会位列排行榜第二名，以 4 分的优势赶超京东。唯品会在今年的 ESG 报告中首次提出集团碳中和目标——不晚于 2030 年实现自身运营的碳中和，同时不晚于 2030 年实现范围 3 碳排放强度下降 50% 的目标。但在气候行动的落实上，唯品会仅提到计划 2023 年总部大厦实现 100% 绿色电力使用，尚未对零售电商业务或集团整体的可再生能源使用比率和新能源运输车的使用比率设定目标。此外，在数据披露和鉴证的质量维度上，唯品会是被评企业中唯一一家拿到满分的企业。

京东依然没有发布集团层面的气候承诺和目标，截至目前，京东的气候行动和承诺仍局限在集团旗下的京东物流。例如，至 2025 年推动京东物流 50% 的供应商加入“科学碳目标”倡议；承诺将京东物流每年采购的可再生能源电力从 2019 年的 0% 增加到 2030 年的 100% 等。同时京东的自身运营碳排放量⁴不降反增，这也使得京东在今年的排行榜中无法与阿里巴巴齐头并进，退至

4 自身运营排放量指范围 1、2 排放量之和。

第二梯队。由此可见，要想成为引领行业低碳转型的标杆企业，京东急需建立集团层面的气候目标。

作为今年新增的评估对象，字节跳动和快手的表现不相上下，最终得分分别为 19 分和 17 分。作为抖音电商的母公司，2023 年 3 月 14 日，字节跳动公布碳中和目标，承诺在 2030 年实现自身运营层面的碳中和，同时提出在 2030 年前实现全球运营 100% 可再生能源电力使用⁵。快手目前尚未提出碳减排目标，在可再生能源方面，快手承诺到 2030 年实现自建数据中心 100% 清洁能源使用。值得关注的是，在化学品和废弃物管理方面，两家企业因缺乏对议题的关注和行动，均未得分。作为零售电商行业的后起之秀，字节跳动和快手需要更全面地关注和应对多重环境议题，而快手还需要尽快建立高标准的碳减排目标，作为企业可持续发展的路标。

数据显示，2023 年第二季度，拼多多营收达到 522.8 亿元，同比增长 66%；其 2023 年第二季度净利润为 131 亿元，同比增长 47%；在用户方面，截至 2023 年第一季度，拼多多年活跃买家数量已接近 9 亿，是中国用户规模第二大的电商平台⁶。然而，作为零售电商行业内举足轻重的企业，拼多多在此次评估中得分为负，排名垫底，与其他企业差距明显。一方面，拼多多尚未披露任何与气候变化和环境相关的信息，也未做出任何实质举措。另一方面，在过去三年间，拼多多平台数次被媒体和环保组织揭露存在环境问题相关的管理漏洞。

未来趋势

继阿里巴巴和京东旗下京东物流推出碳减排

目标后，字节跳动和唯品会也相继提出碳减排目标。企业无法避免直面气候变化这一重大环境危机，加入气候行动是零售电商平台企业实现可持续发展的必经之路。

随着资本市场越来越重视气候变化带来的财务风险，国内外对于企业非财务信息披露的要求逐渐提高，企业甚至可能将面临被强制要求披露环境信息。这意味着，尚未严肃对待气候变化和环境保护议题的企业在未来将面临更大压力。零售电商企业及时应对气候变化和环境问题，在一定程度上能够得到资本市场的认可，从而获得更好的融资机会。与此相对的是，做好信息披露仅仅是零售电商平台环境管理的基本功之一。正如本报告发现的，主流零售电商平台企业的环境信息披露得分表现优于其战略、政策和目标以及实际的行动和绩效得分表现。在完善环境信息披露的同时，企业的环境管理水平的提升归根结底还是有赖于设定目标和坚定行动。

未来，更好履行社会责任的企业才能够在激烈的出海竞争中脱颖而出。本次所评估的企业中，大部分企业同时也在布局海外市场，例如阿里巴巴旗下跨境电商品牌阿里速卖通（Ali Express）和赞达（Lazada）、拼多多控股旗下的 TEMU 和字节跳动旗下的海外电商品牌 TikTok Shop 等。在极速扩张的同时，环境问题和社会责任也需要企业关注，例如长途跨境运输所产生的碳排放、过量的包装废弃物、出海目的地监管方对商品定价竞争和数据隐私的关注等。

5 信息源自字节跳动官网，读取于：

<https://www.bytedance.com/zh/news>

6 国联证券，[2023.08.28]，拼多多（PDD）核心护城河稳固市场地位，海外业务带来新增长，读取于：

https://pdf.dfcfw.com/pdf/H3_AP202308281595989092_1.pdf

第一章 调研背景

必要性

自 1999 年起，中国电子商务行业的发展先后经历了萌芽阶段、兴起阶段，再到 2008 年后的爆发式增长阶段⁷。根据《中国电子商务报告 2022》⁸和国家统计局数据，2022 年，全国电子商务交易额达到 43.83 万亿元，相较于 2021 年增长 3.5%。作为电子商务行业中重要的子类别，电子零售业保持持续增长，成为推动国民经济发展、扩大内需的重要力量。根据中国互联网络信息中心统计，截至 2023 年 6 月，我国网络购物用户规模达 8.84 亿人，较 2022 年 12 月增长 3880 万人，占网民整体的 82.0%⁹。国家统计局数据显示，2022 年全国网上零售额达 13.79 万亿元¹⁰。

不断增长的电子零售业在促进经济发展的同时，其气候变化与环境方面的负外部性问题也到了无法忽视的地步。这些问题包括：数据中心运营和快递运输过程中的碳排放、电商平台交易履约所产生的包装与废弃物污染、平台在售问题产品在生产过程中使用和排放的有毒有害物质及残留、平台上进行的非法野生动植物及其制品交易等。

在法律法规方面，《“十四五”电子商务发展规划》¹¹指出，电子商务企业要主动适应绿色低碳发展要求，积极履行生态环境保护社会责任，提升绿色创新水平。商务部于 2021 年发布的《关于推动电子商务企业绿色发展工作的通知》¹²，对电商企业绿色发展做出了更为详细的要求：电商企业应节能增效，加强绿色数据中心建设；推进快递包装绿色化，减少、替代一次性塑料制品；此外，电商平台应树立生态环境保护主体责任意识，把生态环境保护和可持续发展作为企业发展的基本准则，在扩大绿色产品销售，引导绿色消费等方面持续发力。

零售电商平台企业及时应对气候变化和环境问题，不仅可以降低企业的合规风险，还能够得到资本市场的认可，从而获得更好的投资机会。金融服务公司 MSCI 发布的 2021 年《全球机构投资者调查》¹³报告显示，在接受调研的全球 200 个机构投资者¹⁴中，73% 表示会在投资过程中增加对 ESG 因素的考量，79% 表示在投资过程中会经常使用气候数据来衡量风险。

7 求是 . [2013.06.12]. 电子商务：中国经济发展的新引擎 . 读取于 .

<http://theory.people.com.cn/n/2013/0612/c40531-21818185.html>

8 中华人民共和国商务部 . [2023.06.09]. 中国电子商务报告（2022） . 读取于 .

<http://images.mofcom.gov.cn/dzsws/202306/20230609104929992.pdf>

9 中国互联网络信息中心 . [2023.08]. 第 52 次中国互联网络发展状况统计报告 . 读取于 .

<https://cnnic.cn/NMediaFile/2023/0908/MAIN1694151810549M3LV0UWOAV.pdf>

10 中华人民共和国中央人民政府 . [2023.01.31]. 2022 年全国网上零售额 13.79 万亿元 电商新业态新模式彰显活力 . 读取于 .

https://www.gov.cn/xinwen/2023-01/31/content_5739339.htm

11 中央网信办、发改委、中华人民共和国商务部 . [2021.10.26]. “十四五” 电子商务发展规划 . 读取于 .

<http://images.mofcom.gov.cn/dzsws/202110/20211026104704129.pdf>

12 中华人民共和国商务部 . [2021.1.11]. 关于推动电子商务企业绿色发展工作的通知 . 读取于 .

<http://www.mofcom.gov.cn/article/h/redht/202101/20210103030010.shtml>

13 《全球机构投资者调查》 读取于 .

<https://www.msci.com/zh/our-clients/asset-owners/investment-insights-report>

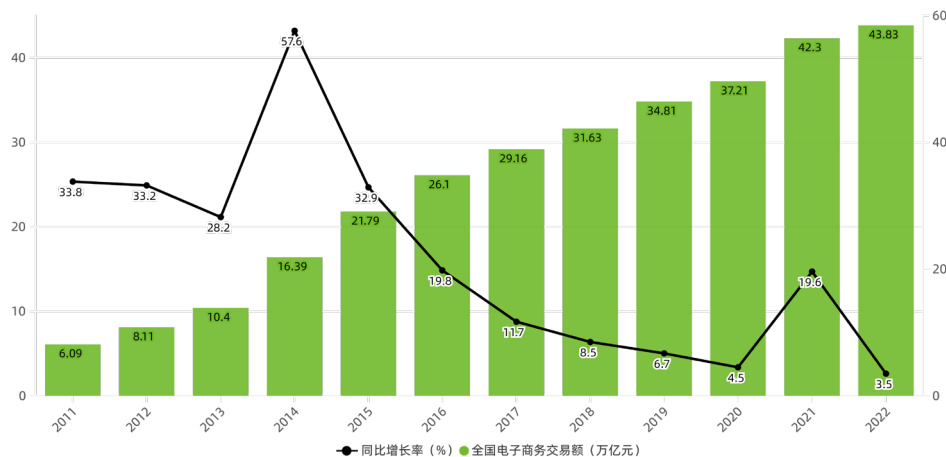
14 报告中的所有量化数据均来自对 200 家不同资产所有者机构中的 200 名高管的调查，这些机构分布于美洲、欧洲、中东和非洲 (EMEA) 以及亚太地区。该调查于 2020 年 9 月通过电话采访方式进行。

此外，零售电商平台企业的平台性质使得它们不仅是简单的市场行为主体。绿色和平 2021 年发布的《平台上的权与责》¹⁵ 报告指出：“平台企业在平台生态系统中享有多种权力，具有较大的社会影响力：在供给端，作为‘看门人’，平台企业拥有制定交易制度和各方行动 / 运作规则，甚至裁判纠纷的权力。此外，由于拥有了数据这一新型生产要素，平台企业在平台生态系统中拥有资源调配权和控制力。以零售电商平台为例，这使其不仅能用用户行为产生的数据提升自身竞争力，还能通过数字技术与供应链管理将影响力与意志扩展到前端生产，这超越了普通的、

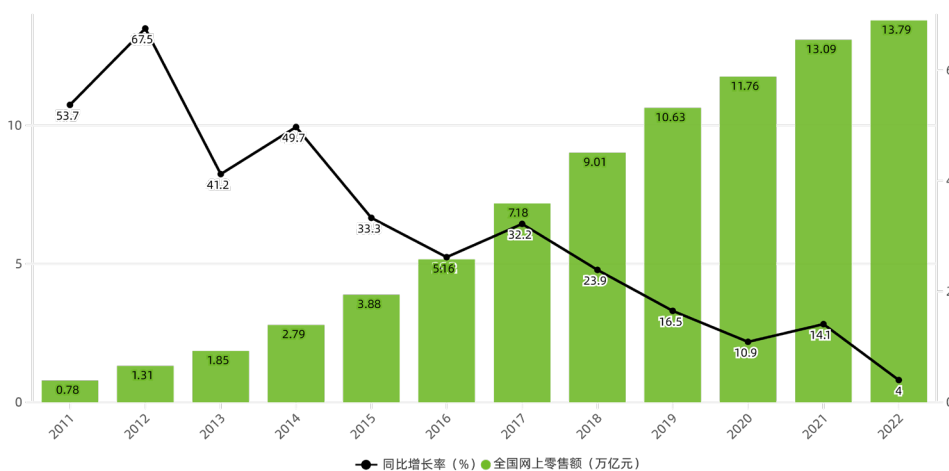
仅仅作作为‘看门人’的权力。在消费端，平台企业深度影响大众的消费习惯和生活方式，从而形塑了社会生活秩序。”

作为具有一定公共属性的平台企业，零售电商平台的可持续发展深刻影响着社会的可持续发展。因此，无论是出于积极承担社会责任、助力中国碳减排的角度，还是出于对企业自身可持续发展的长远规划，中国零售电商平台企业都应该及时全面识别自身的环境影响，从战略层面设定环境表现目标并跟进执行，早日交出符合目标的行动成绩单。

2011-2022 年全国电子商务交易额 | 图 3



2011-2022 年全国网上零售额 | 图 4



图源自中国电子商务报告 2022

<http://images.mofcom.gov.cn/dzsws/202306/20230609104929992.pdf>

15 绿色和平.《平台上的权与责》. 读取于 .

<https://www.greenpeace.org.cn/wp-content/uploads/2021/12/environmental-duties-of-platform-companies-2021.pdf>

方法论

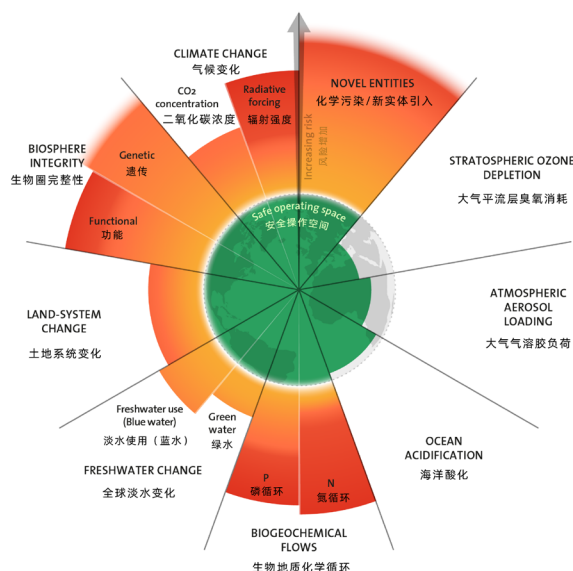
本报告基于企业 2020 年 9 月 1 日至 2023 年 8 月 31 日的公开信息，从三大板块（战略政策和目标、行动与绩效、披露和见证质量）和四个环境议题（气候变化、化学品、生物多样性、废弃物管理）入手，对企业的气候行动与环境表现进行评估和比较。

报告所涉及的四个环境议题的选取主要基于零售电商平台环境影响的特性，并参考了地球限度理论¹⁶（Planetary boundaries，或称行星限度理论）。绿色和平《平台上的权与责》¹⁷报告识别出了零售电商平台造成或放大的多种环境问题，包括数据中心与运输和仓储环节的温室气体排放、包装环节的固体废弃物问题、破坏生物多样性的商品售卖、含有有毒有害物质的商品售卖以及食品安全与食物浪费等。

地球限度理论是 2009 年由以斯德哥尔摩恢复力中心 (Stockholm Resilience Centre) 的约翰洛克史托姆和其他 28 位世界顶尖科学家提出的。地球限度理论强调人类行为对地球系统的冲击限度，若超过该限度，自然环境将丧失正常的自我调节能力，存在骤然巨变的风险。该研究共识别出了九个地球限度的范畴，涵盖大气、海洋、土壤、淡水、生物多样性等环境要素。

2022 年 1 月，14 名科学家在科学杂志《环境科学与技术》(Environmental Science and Technology) 上发表研究称，人类已经跨越了五个地球限度——气候变化（全球暖化）、生物圈完整性丧失（生物多样性丧失及物种灭绝）、土地系统变化、生物地球化学循环（磷和氮循环）变化以及新实体引入（化学污染）¹⁸。2023 年 9

地球限度理论 | 图 5



人类已经跨越六个地球限度，图源自斯德哥尔摩恢复力中心

<https://www.stockholmresilience.org/research/planetary-boundaries.html>

16 斯德哥尔摩恢复力中心关于地球限度理论的发展历史介绍。读取于：
<https://www.stockholmresilience.org/research/planetary-boundaries.html>

17 绿色和平。《平台上的权与责》。读取于：

<https://www.greenpeace.org.cn/wp-content/uploads/2021/12/environmental-duties-of-platform-companies-2021.pdf>

18 2015 年，科学家将“化学污染”限度重命名为“新实体引入”，把会破坏地球系统的不同人造材料范围加以扩大。同时还把限度的名称中“生物多样性丧失”更改为“生物圈完整性变化”，以强调不仅是物种的数量，而是整个生物圈的功能对地球系统的稳定性都十分重要。

月最新的研究指出，人类在淡水变化维度上也已经超越安全限度，淡水变化成为第六个被突破的地球限度¹⁹。

综合考虑零售电商平台企业的环境影响范围和性质后，本报告选取上述六个地球限度中的三个作为评判议题，即气候变化、生物多样性、化学污染（新实体引入），同时基于企业运营所产生庞大数量的快递包装废弃物，加入废弃物这一议题作为本报告的第四个关注议题。

基于企业在零售电商行业的竞争力与影响力，在参考企业的市值、市场占有率、用户规模等指标后，本报告综合选取了中国主流的六家以综合电商为主的零售电商²⁰企业。在上述四个环境议题上，针对企业在自身运营、价值链管理和商业生态引领三个影响力范围内的目标、政策、战略、实际举措、环境绩效披露等行动的表现情况，报告撰写团队抓取了企业公开发布的环境信息，对其中的有效信息进行打分并汇总成总得分。打分原则参见附录一。

报告所涉及的数据均来自公开信息，包括企业发布的官方信息（如官方网站、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（如 CDP、SBTi）等。

研究局限性

本报告存在局限性。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 2020 年 9 月 1 日到 2023 年 8 月 31 日内的全部的公开环境数据。此外，按照目前主流的企业环境信息披露规则，包括温室气体排放量在内的环境信息普遍

以集团全部业务范围为边界，而本报告所评估的部分企业的业务类型超出了零售电商。因此，在对不同企业的评价中，报告抓取的环境数据对其电商业务环境表现的代表性存在差异。此外，随着科学研究的不断深入，本报告所基于的科学研究结论可能会有进一步发展和更新，评价标准也可能随之变动。最后，报告未能涵盖和电商企业相关的全部环境问题，也不涉及关于可持续经营的环境维度之外的议题。我们将持续关注和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。

19 Richardson, et al. [2023.09.13]. Earth beyond six of nine planetary boundaries. Science Advances, 9(37). 读取于 . <https://doi.org/10.1126/sciadv.adh2458>

20 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。

第二章 电商平台在不同议题上的角色

气候变化

毫无疑问，气候变化是目前人类所面临的环境问题中最迫切的一个，我们正处在历史上决定性的时刻。气候变化在全球范围内的影响是空前巨大的，这些影响与人类的生存息息相关。天气模式的改变导致粮食生产面临威胁，冰川融化和海平面上升造成灾难性事件的风险急剧增加，极端天气的频发影响着地球上每一个生命。如果不采取紧急行动，人类未来的生存环境将更为恶劣。化石燃料的燃烧是迄今为止造成全球气候变化的最主要原因，占全球温室气体排放的 75% 以上，占有二氧化碳排放的近 90%²¹。零售电商平台企业本身虽然不属于高污染高排放行业的范畴，但其在物流、仓储、数字平台建设运行等环节中仍会产生数量可观的碳排放。零售电商平台上的交易流程都依托互联网完成，在交易前后及交易过程中会产生大量的电子数据，而数据中心对这些数据的处理和储存所耗电量巨大，这将产生大量的碳排放。此外，交通运输过程也会产生大量的碳排放。而物流环节的交付过程还会产生大量的快递面单、快递包装物，这些都是零售电商平台企业碳排放的重要来源。因此在气候变化议题上，零售电商平台企业可以从多方面入手。在数据中心、仓储等环节的直接能源消耗和外购电力上，应降低对化石燃料的依赖和使用，规模化应用可再生能源，尽早达到 100% 可再生能源使用。在交通运输方面，企业可以通过利用电动车替代

燃油车对自营运输业务进行减排，并通过选择环境表现更好的合作快递公司、向消费者提供更环境友好的运输选项等方式引导平台生态向低碳运输方式转型。此外，零售电商平台还应该发挥平台型企业独有的特质，带动价值链上下游以及商业生态进行减碳，例如设立供应商环境管理原则与平台准入原则，优先选择低碳供应商，对需要帮扶的供应商提供技术与资金以助力它们实现可再生能源转型，以及通过制定有针对性的平台规则等方式带动或赋能包括商家和消费者在内的平台参与者共同减碳等。

化学品

一份 2022 年 1 月发表于《环境科学与技术》期刊的研究指出，由于包括塑料在内的化学污染物的年产量和释放量的增长速度超过了全球评估和监测的能力，新实体引入的地球限度已经被突破；研究提到，自 1950 年以来，人造化学品的生产增长了 50 倍，预计到 2050 年这一数字还将增至目前水平的 3 倍；目前全球每年有数百万吨对人体健康和环境有害的化学物质被排放到环境中，且污染持久性极高²²。零售电商平台企业虽然原则上不直接生产自己平台上售卖的商品（随着零售业态的发展，一些电商平台也在进入制造业，推出自有品牌商品），但可以通过行使制定

21 数据来源于联合国，读取于：

<https://www.un.org/zh/climatechange/science/causes-effects-climate-change>

22 Outside the Safe Operating Space of the Planetary Boundary for Novel Entities. 读取于：

<https://pubs.acs.org/doi/epdf/10.1021/acs.est.1c04158>

规则的权力，针对参与交易的商家制定重点管控物质清单等平台规则，为消费者和自然环境提供安全保障。

生物多样性

继气候变化这一议题得到广泛关注后，由于人类对自然资源的过度开发导致生态系统破坏和物种丧失，生物多样性保护也逐步得到国际社会的关注。自1993年12月29日《生物多样性公约》生效以来，生物多样性对人类生存和发展的重要性越来越受到认知和认可。生物多样性保护仅仅依赖全球各国政府的力量是不够的，需要团结国际机构、非政府组织、企业以及社会公众的力量才能够有效解决目前所面临的迫切问题。对于零售电商平台企业来说，积极参与到生物多样性保护中来不仅能够体现企业的社会责任感，更是实现可持续发展的必由之路，如何基于自身属性参与到生物多样性保护中是每一个企业都需要面临和解决的问题²³。与直接涉及生境破坏的采矿业、畜牧业等行业不同，零售电商平台企业自身业务运营对生物多样性影响相对间接和有限，但这并不意味着企业在生物多样性保护方面可以置身事外。首先，针对上游供应商，企业应将供应商的生物多样性表现纳入考量范围，引导价值链上的企业共同参与生物多样性保护。其次，作为链接商家和消费者的纽带，零售电商平台理应做到有效的监管，确保违法售卖野生动植物的信息不在平台上出现。此外，企业的平台属性对消费者有着极大的影响力，消费者在平台搜索野生动植物或危害生物多样性的工具及药品时，企业应该利用自身的科技手段和平台影响力进行知识普及，引导消费者建立生物多样性保护的意识。

废弃物管理

随着互联网的高速发展，网络购物成为消费者日常生活中必不可少的一部分。中国互联网络信息中心发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》²⁴显示，截至2023年6月，我国网民规模达10.79亿人，较2022年12月增长1109万人，互联网普及率达76.4%；其中，我国网络购物用户规模达8.84亿人，较2022年12月增加3880万人，占网民整体的82.0%；2023年上半年，全国网上零售额达到7.16万亿元，同比增长13.1%，作为数字经济的重要业态，网购消费在助力消费增长中持续发挥积极作用。作为零售电商发展过程中获益最大的行业之一，快递业的增长也十分迅猛。国家邮政局监测数据显示²⁵，截至6月24日，我国今年快递业务量已达600亿件，比2019年达到600亿件提前了172天，比2022年提前了34天。快递数量的迅猛增长带来了大量的包装废弃物。在日均超过3.4亿的快递包裹中，有占比超过80%的包裹来自电商包裹，四通八达的快递服务更是支撑起超2000万家网络零售店铺²⁶。零售电商平台企业需要承担起责任，在快递包装废弃物的管理方面采取有效举措来降低对环境的污染。通过减量、循环、重复使用、替代等方式，零售电商平台可以发挥平台影响力，带动平台生态向包装绿色化迈进，例如联合快递公司和品牌搭建循环包装系统，在平台上为消费者提供循环包装和简化包装等绿色包装选项，设立自身的包装减量目标且定期向公众披露进展情况等。

23 中华人民共和国商务部.[2017.04.10].企业参与生物多样性的问题、现状与路径. 读取于 .

<http://chinawto.mofcom.gov.cn/article/br/cm/201706/20170602590835.shtml>

24 中国互联网络信息中心.[2023.08.28]第52次《中国互联网络发展状况统计报告》. 读取于 .

<https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2023/0908/MAIN1694151810549M3LV0UWOAV.pdf>

25 中华人民共和国国家邮政局.[2023.06.25]今年快递业务量已达600亿件. 读取于 .

<https://www.spb.gov.cn/gjyzj/c100015/c100016/202306/cc34200247b841469bfde175e85d7e57.shtml>

26 数据来源于人民日报海外版[2023.08.09]快递最高日处理能力超7亿件，72小时准时率超80%. 读取于 .

http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2023-08/09/content_26010218.htm

第三章 现状分析

战略政策和目标

企业的战略规划和目标设定有利于使组织结构设计和资源整合更具有目的性和原则性，促进企业改进决策方法，提高风险控制能力和市场应变能力，进而提升企业的持久竞争力。在应对气

候变化和环境问题上也是如此，只有积极设定合理的目标才能够进一步推动企业自身迈向可持续发展。

气候变化

评分标准 企业名称	集团范围 1、2 和 3 的 碳减排 / 碳中和目标	集团以及供应链的 可再生能源消纳目 标	自营订单运输碳强度下降 目标 / 零排放自营订单比 例目标 / 零排放自有物流 车比例目标	设立平台生态内减碳目标和减碳路 径
阿里巴巴	1. 不晚于 2030 年实现自身运营碳中和； 2. 不晚于 2030 年，协同上下游价值链实现碳强度比 2020 年降低 50%； 3. 云计算率先实现范围 3 碳中和。	1.2030 年起云计算的电力供给 100% 采用清洁能源； 2.2030 年前，实现全球范围内生产及运营所需电力 100% 碳中和。	1.2030 年前将所有短途燃油车辆替换成电动车； 2. 技术成熟情况下，将引入电动或氢能重型运输车代替长途燃油车。	1. 到 2035 年，带动生态累计减碳 15 亿吨； 2. 围绕八大方向规划出完成长期目标所需的减碳路径； 3. 发布《范围 3+ 减排：超越价值链的企业气候行动方法学》，制定减碳路线，与第三方专业机构共同开发不同场景的减碳计量方法学。
京东	1. 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%。	1. 至 2025 年，推动京东物流 50% 的供应商加入“科学碳目标”倡议； 2. 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%。	至 2030 年，实现 100% 新能源物流运输车替换更新。	未见有效信息。 ²⁷

27 本报告中“未见有效信息”指报告撰写者未能检索到符合本报告得分标准的相关公开信息。

评分标准 企业名称	集团范围 1、2 和 3 的 碳减排 / 碳中和目标	集团以及供应链的 可再生能源消纳目标	订单运输强度下降目标 / 零排放订单比例目标	设立平台生态内减碳目标和减碳路 径
唯品会	1. 不晚于 2030 年实现自身运营的碳中和； 2. 不晚于 2030 年实现范围 3 碳排放强度下降 50% 的目标。	计划 2023 年总部大厦实现 100% 使用绿色电力。	未见有效信息。	未见有效信息。
字节跳动	在 2030 年前通过主动减排，减少至少 90% 的运营排放，其余 10% 将通过碳抵消的方式完成。	在 2030 年前实现全球运营 100% 使用可再生能源电力。	未见有效信息。	未见有效信息。
快手	未见有效信息。	2030 年实现自建数据中心 100% 清洁能源使用。	未见有效信息。	未见有效信息。
拼多多	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。

部分企业尚未设立集团层面碳减排目标，亟须加快进程

被评估的六家企业中，有四家企业设立了碳减排目标，但其中京东仍未设立集团层面的目标，仅子公司京东物流做出了相关承诺。值得注意的是，唯品会和字节跳动（抖音电商的母公司）今年首次公布了碳中和目标。尚未设立碳中和目标的快手和拼多多需要加快进程，跟上业内步伐。京东集团需要尽快设立集团层面的气候目标。

企业在商业生态层面上的碳减排目标尚未明确目前仅有阿里巴巴一家企业设立了平台生态上的减排目标和路径，即创新性地提出“范围 3+”的概念，承诺到 2035 年带动生态累计减碳 15 亿吨，并发布《范围 3+ 减排：超越价值链的企业气候行动方法学》等，但其他几家企业均未披露相关信息。而零售电商行业拥有引导和干预商户和消费者行为的权力，除了自身运营和价值链，零售电商平台带动生态减碳

具有重大意义。

可再生能源目标方面需要更清晰的界定与披露

在可再生能源使用方面，除拼多多外，其余企业均做出了相关规划。阿里巴巴和快手都提到了清洁能源使用，但关于清洁能源包含的能源种类尚未给出明确定义。

运输过程中产生的碳排放尚未得到重视

运输过程中产生的巨大碳排放是平台减碳不可忽视的部分。然而除了阿里巴巴和京东物流以外，其他企业均未提及相关目标。与阿里巴巴旗下有菜鸟智慧物流和京东旗下有京东物流不同的是，其他企业的物流运输更依赖于与第三方物流公司的合作，建议各企业首先设定自营订单的零排放比率，再发挥平台的作用，推动与第三方物流公司的合作，共同制定物流减碳目标。

20 家全球主流电商的气候和可再生能源承诺情况

纵观全球，制定气候行动目标已经逐渐成为零售电商行业领先企业的标准操作。本报告参考全球行业分类标准（GICS）对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 2023 年 8 月 1 日，已经

有 14 家企业设立碳减排目标，其中 7 家企业在集团或子公司层面设立了运营或价值链碳中和目标（见下图）；有 10 家企业承诺设立或者已经设立可再生能源使用目标，其中有 6 家企业承诺在 2030 年前实现 100% 可再生能源目标²⁸。

20 家全球主流电商气候承诺情况 | 图 6



28 注：阿里巴巴的承诺是阿里云计算 100% 使用清洁能源，唯品会的承诺是总部大厦实现 100% 绿色电力使用。
29 承诺到 2025 年将能源消耗在 2018 年的基础上降低 10%。

2023 年截至 8 月 1 日总营收排名	企业名称	100% 碳中和承诺	100% 可再生能源承诺
5	西农有限公司	1.Bunnings 到 2030 年实现范围 1 和 2 净零排放; 2. Kmart Group 到 2030 年实现范围 1 和 2 净零排放; 3.Officeworks 到 2050 年实现范围 1 和 2 净零排放; 2030 年将范围 1 和 2 的排放与 2020 年基线相比减少 30%。	1. Kmart Group 到 2025 年实现 100% 的可再生能源发电; 2.Officeworks 到 2025 年实现 100% 的可再生能源。
6	Coupang 股份有限公司	无碳中和目标,承诺将通过基于科学的目标倡议,制定全公司符合气候科学的近期减排目标。	未见有效信息 ³⁰ 。
7	拼多多	未见有效信息。	未见有效信息。
8	Kohl's 公司	到 2025 年, 将范围 1 和范围 2 的温室气体排放较 2014 年基线减少 50%。	未见有效信息 ³¹ 。
9	诺德斯特龙公司	正在设定符合 SBTi 范围 1、2 和 3 的排放目标。	未见有效信息。
10	唯品会控股有限公司	1. 不晚于 2030 年实现自身运营的碳中和; 2. 不晚于 2030 年实现范围 3 碳排放强度下降 50% 的目标。	计划 2023 年总部大厦实现 100% 绿色电力。
11	乐天市场有限公司	2023 年实现乐天集团业务运营 (包括合并子公司) 的碳中和。	于 2019 年 12 月加入国际 RE100 倡议,并于 2021 年实现乐天集团业务运营中使用的电力 100% 采购可再生能源。
12	泛太平洋国际控股株式会社	1. 到 2030 年, 门店的碳排放与 2013 财年相比减少 50%; 2. 到 2050 年实现门店净零排放。	未见有效信息。
13	Falabella 股份公司	未见有效信息。	未见有效信息。
14	加拿大轮胎有限公司	未见有效信息。	未见有效信息。
15	Qurate 零售股份有限公司	到 2022 年, 将范围 1 和范围 2 的温室气体排放较 2018 年基线减少 14%。	未见有效信息。
16	乐天百货公司	2040 年实现碳中和。	未见有效信息。

30 无可再生能源使用目标, 仅承诺到 2025 年, 将能源消耗比 2018 年的基线减少 10%。

31 到 2025 年, Kohl's 设施的能源消耗较 2008 年基线减少 30%。

2023 年截至 8 月 1 日总营收排名	企业名称	100% 碳中和承诺	100% 可再生能源承诺
17	Steinhoff 国际控股公众有限公司	未见有效信息。	未见有效信息。
18	MercadoLibre 股份有限公司	未见有效信息。	未见有效信息。
19	eBay 公司	到 2030 年，实现范围 1、2 的 90% 碳减排和范围 3 中下游运输类别的 20% 减排（相较于 2019 年）。	2025 年实现 100% 可再生能源。
20	El Puerto de Liverpool SAB de CV	未见有效信息。	未见有效信息 ³² 。

化学品

评分标准 企业名称	战略层面涵盖化学品管理	设定自营商品和供应链中的化学品减量目标	对平台上商户的化学品管理表现设置准入、奖惩、淘汰等管理制度；设定平台带动商家进行化学品管理的策略
阿里巴巴	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
京东	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
唯品会	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
字节跳动	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
快手	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
拼多多	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。

就化学品议题而言，被评价的企业均未制定相关政策和目标。一些国际知名零售企业（如亚马逊、宜家、Target 等）在几年前已经采取了各种措施，例如制定和更新有毒有害物质限制清单用于规范自有品牌商品的生产过程，制定自有品牌商品有毒有害物质减量目标，在接触食物的包

装材料中禁用有毒有害物质等，旨在减少平台售卖的商品及其包装生产过程使用的有毒有害化学品。国内零售电商平台企业应当开始关注产品中有毒有害物质的问题，发挥平台制定和执行规则的权力，为消费者把好关，为环境承担责任。

³² 承诺逐步使用可再生能源，无具体信息。

生物多样性

评分标准 企业名称	设立生物多样性保护方面的战略、政策和目标，并涵盖自身运营、供应商、第三方商户和消费者
阿里巴巴	评估建造和运营园区过程对生态系统的影响；评估平台上可能出现的非法野生动植物交易对生态系统的影响；构建“绿网计划”为消费者普及相关知识。
京东	提出重视生物多样性保护及森林保护，将生物多样性考量纳入项目的全生命周期。
唯品会	发布生物多样性保护承诺，将生物多样性保护纳入集团层面 ESG 发展战略，由 ESG 委员会定期监督及评估生物多样性保护工作的进展情况。
字节跳动	采取行动应对气候变化及其影响，最小化环境影响以及推动生物多样性保护，推动社会绿色发展。
快手	认同维护生物多样性及促进生态修复的重要性。聚焦不同话题，为保护野生动植物的专项公益项目加强宣导与帮助。
拼多多	未见有效信息。

在电商平台生物多样性的政策方面，除拼多多尚未做出任何披露外，其余企业均提出了生物

多样性方面的政策，但详细程度和重视程度有待提高。

废弃物管理

评分标准 企业名称	设立废弃物减量目标或循环经济战略	设立自营商品业务包装减量目标	制定鼓励平台参与者包装重复利用、减量、回收、直发的平台规则
阿里巴巴	未见有效信息。	未见有效信息。	1. 鼓励消费者在取件时将纸箱留在菜鸟驿站，寄件时使用旧箱寄件，引导消费者参与循环经济；推广原箱、旧包装发货； 2. 开发不同行业的简约包装方案； 3. 鼓励消费者回收纸箱，使用循环箱代替一次性纸箱。
京东	未见有效信息。	未见有效信息。	1. 京东物流携手多个行业合作伙伴发布原发包装发展目标：至 2030 年实现 80% 以上电商渠道售卖的产品支持原装直发； 2. 计划推动 80% 以上的上游品牌企业开展环保包装研发；

评分标准 企业名称	设立废弃物减量或循环经济战略	设立自营商品业务包装减量目标	制定鼓励平台参与者包装重复利用、减量、回收、直发的平台规则
唯品会	未见有效信息。	未见有效信息。	1. 在回收、重复利用两个领域设有推动政策； 2. 在供应商送货和向其退货环节重复利用包材； 3. 处理客退时将可回收利用的填充物和外包装进行重复利用。
字节跳动	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
快手	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
拼多多	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。

大量的包装废弃物是零售电商平台企业最主要的环境影响之一。但由以上信息可看出，零售电商企业对包装废弃物管理方面的战略或政策仍有提高的空间。被评价的六家企业在包装废弃物政策和战略上均未设置包装减量比例目标、重复使用目标（或循环包装占比目标）、一次性包装物回收率目标³³等较难提升的关键指标。此外，六家企业均未设立自营商品业务包装减量目标，也未明确提出废弃物减量或循环经济目标，相关政策大多锚定在不针对自身运营和价值链的商业生态范畴。针对运营所产生的包装废弃物，零售

电商平台企业应首先从自身做起，设立含有时间和比例的自营商品包装减量、重复使用目标以及一次性包装回收比例目标等，并将循环经济纳入企业发展战略重点。此外，平台应该带动商业生态共同减少包装废弃物的产生，出台有清晰目标的政策推动平台内经营者、消费者进行包装重复利用、减量、回收、直发等行动。

33 个别企业提出的“可再生”包装材料的比例和实际的包装回收比例是两个不同的指标。

行动与绩效

制定目标正是为了做出正确有力的行动，使行动效果最大化。在制定环境政策与目标后，切实有效的行动才能反映出企业对目标的完成度和应对环境问题的决心。

气候变化

评分标准 企业名称	相比上一年度，运营碳排放量 ³⁴ 下降；价值链碳强度 ³⁵ 下降	可再生能源的消纳情况	自营订单碳强度 / 零排放自营订单的比例 / 零排放运输车辆的比例	商业生态方面的减排措施、行动以及进展披露
阿里巴巴	1. 运营碳排放量同比降低 69.1 万吨，减少 12.9%； 2. 价值链碳强度为 8.7 吨 / 每百万人民币，同比降低 5.7%。	2023 财年可再生能源消耗量为 1,101,705 兆瓦时。	菜鸟直送使用的城配电动车数量占比达 33%。	发布《阿里巴巴低碳友好商品体系》，已采信 29 个低碳相关认证与标签。同时，按照商品不同品类开发减碳计量标准，形成《高效节能产品减碳量评估技术通则》《减碳量评估技术要求 包装产品》等团体标准； 2. 赋能和带动平台生态（范围 3+）减碳 2,290.7 万吨。
京东	未见有效信息 ³⁶ 。	1. 低碳数据中心使用清洁能源，包括利用能源回收及大规模分布式光伏发电系统； 2. 2022 年可再生能源消耗量为 31,247.92 兆瓦时。	未见有效信息。	未见有效信息。
唯品会	未见有效信息 ³⁷ 。	1. 2022 年总部大厦共采购 2,200 万千瓦时绿电，实现 2023 年总部大厦 100% 使用绿色电力的目标；2. 2022 年自有光伏发电量为 61,538 兆瓦时。	未见有效信息。	未见有效信息。

34 运营碳排放量为范围 1、2 碳排放量之和。

35 价值链碳强度为范围 3 每百万营收的碳排放量。

36 京东集团 2022 年环境、社会数据统计口径较往年发生较大变化。一是集团并表企业发生较大变化，增加了德邦、达达等主体；二是京东集团扩大了既有主体的数据统计范围。相比上一年度，范围 1、2 碳排放量上升不计分，范围 3 碳排放量因统计口径发生变化而大幅下降。考虑到统计口径的变化较大，降幅不计分。

37 2021 年，唯品会范围 1 温室气体排放量为 24,274 吨二氧化碳当量，范围 2 温室气体排放量为 43,076 吨二氧化碳当量，范围 3 温室气体排放强度为 3.39 吨二氧化碳当量 / 每百万人民币营收；

2022 年，唯品会范围 1 温室气体排放量为 12,154 吨，范围 2 温室气体排放量为 84,711 吨；范围 3 温室气体排放强度为 7.98 吨二氧化碳当量 / 每百万人民币营收。

评分标准 企业名称	相比上一年度，运营碳排放量 ³² 下降；价值链碳强度 ³³ 下降	可再生能源的消纳情况	零排放自营订单的比例 / 零排放运输车辆的比例	商业生态方面的减排措施、行动以及进展披露
字节跳动	未见有效信息。	1. 通过绿电交易、绿证购买、可再生能源和储能建设等方式逐步提高数据中心的绿色能源占比； 2. 数据中心使用风能、太阳能电力超 1 亿度。	未见有效信息。	未见有效信息。
快手	运营碳排放量（即范围 1、2 之和）共减少 16.14%；范围 3 碳排放未披露。	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
拼多多	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。

大部分企业减碳进程慢，碳排放量仍未达峰

六家企业中，仅阿里巴巴的运营碳排放量和价值链碳强度同时下降，其中运营碳排放量同比降低 69.1 万吨，减少 12.9%，价值链碳强度为 8.7 吨 / 每百万人民币，同比降低 5.7%。快手运营碳排放量共减少 16.14%，然而范围 3 的数据尚未披露，因此无法得知价值链碳强度是否下降。其余企业均未有公开信息显示运营碳排放量和价值链碳强度的下降。

大部分企业还未开始商业生态上的减排行动

阿里巴巴在 2023ESG 报告中披露，其通过多项举措已经赋能和带动平台生态（范围 3+）减碳 2,290.7 万吨。除阿里巴巴外，其他企业均未披露任何商业生态减排绩效。

大部分企业尚未披露运输过程中零排放运输车辆的比例

仅阿里巴巴披露菜鸟直送使用的城配电动车数量占比达 33%，其余企业均未披露平台的零碳订单占比或零排放运输车辆占比。

可再生能源的使用情况

除拼多多和快手外，其余四家企业都披露了用能数据，其中阿里巴巴 2023 财年可再生能源消耗量达到 1,101,705 兆瓦时，处于行业领先地位。

化学品

评分标准	积极披露化学品管理情况和进展，披露平台自营商品的化学品抽测结果，披露在供应链内淘汰有害的化学品的种类和数量	针对商户，在化学品管理方面定期监测并设置奖惩措施，对禁售范围的商品设置上架限制，对高风险商家进行定期抽查化学物质达标证明信息	平台对消费者提供化学品风险提示，以及为涉化学品的受害消费者在举报追责、寻求赔偿等方面提供帮助
企业名称			
阿里巴巴	未见有效信息。	根据算法模型和行业治理经验，选取有较高风险的商品进行买样抽检，抽检不合格商品与商家评价挂钩。	未见有效信息。
京东	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
唯品会	未见有效信息。	商品上线后与第三方权威机构进行合作，通过盲买的方式，开展内在质量抽查,参照国家标准对产品的物理、化学等性能进行实验室测试。	未见有效信息。
字节跳动	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
快手	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
拼多多	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。

尽管已经采取产品抽检等措施，中国主流零售电商平台企业尚未对平台上在售商品的有毒有害物质污染问题运用系统性的治理手段，也未面向公众进行化学品检测情况的披露。参与评估的六家企业中，除阿里巴巴和唯品会表示会对商家提供的产品进行不定期抽样检测外，其余企业均未披露化学品控制方面的行动与措施。参考部分国际零售电商企业的做法，我们呼吁企业：

1. 在自身运营和价值链管理层面：积极披露化学品管理情况和进展，披露平台自营商品的化

学品抽测结果，披露在供应链内淘汰有害的化学品种或有毒塑料的种类和数量。

2. 在商业生态引领方面：针对商户，在化学品管理方面定期监测并设置奖惩措施，对禁售范围的商品设置上架限制，对高风险商家进行定期抽查化学物质达标证明信息；针对消费者，提供化学品风险提示，以及为涉化学品的受害消费者在举报追责、寻求赔偿等方面提供帮助。

生物多样性

评分标准	对供应商的生物多样性表现进行考察，淘汰违规供应商，披露相关情况	针对平台上可能在售的活体、非活体野生动植物、野生动植物制品、狩猎工具等进行定期自查自纠；对有争议的野生动植物相关产品制定完善的标准；对破坏生物多样性的商家具有处理措施；对消费者举报具有反馈机制，同时披露处理结果	在消费者搜索狩猎工具、毒害野生动植物的药具、外来入侵物种以及禁售野生动物名称、代号、暗语等威胁生物多样性的商品时，对消费者进行引导教育
企业名称			

阿里巴巴	未见有效信息。	未见有效信息。	“绿网计划”截至 2023 年 3 月 31 日，已累计将 852 万次用户的野生动植物交易相关搜索结果页面自动一键转化为科普教育和宣导页面。
------	---------	---------	---

京东	未见有效信息。	1.《京东开放平台禁发商品及信息管理规定》对平台商家可能涉及国家重点保护动物或明令禁止交易的野生动植物相关商品，以及可能用于捕捉野生动植物的捕猎工具进行下架处理； 2.成立了专项小组，梳理常见违规捕猎捕鱼工具，并结合人工巡检和技术策略管控非法野生动物制品和捕猎工具的销售流转； 3.加入防范和打击网络非法野生交易工作组，同其他企业分享防范网络野生动植物和禁用猎具非法交易方面采取的措施。	未见有效信息。
----	---------	---	---------

唯品会	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
-----	---------	---------	---------

字节跳动	未见有效信息。	1.探索借助图像识别和大数据技术，智能识别短视频中是否出现野生动物及制品。在进行二次判别后，将对违规内容进行下架处理； 2.在正常的科普视频下方添加动保警示标签，提示用户不得非法购买、非法饲养受保护的野生动物。	未见有效信息。
------	---------	--	---------

快手	未见有效信息。	自野生动植物审核机制接入以来，平台共处置野生动植物违规视频 87,696 条，违规账号介绍 3,529 则，用户名 2,517 个，封禁违规账户 49 个。	未见有效信息。
----	---------	--	---------

拼多多	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。
-----	---------	---------	---------

🕒 供应商的生物多样性表现尚未得到企业重视

相比其规模庞大的供应链和商业生态，零售电商平台企业自身运营涉及的生物多样性破坏问题相对较小，因而本报告重点评估了企业在供应商管理和商业生态规范方面是否对生物多样性保护做出实质行动。在供应商管理方面，被评估的六家企业所披露的公开信息中均未提及将供应商的生物多样性表现纳入对供应商考核的考量范围，同时也未提及将淘汰对生物多样性造成破坏的供应商。

🕒 平台上依然存在商家售卖野生保护动植物制品和破坏生物多样性的工具、药品等

根据信息显示，当平台商家涉及国家重点保护动物或被明令禁止交易的野生动植物相关商品，以及可能用于捕捉野生动植物的捕猎工具时，京东、字节跳动、快手均有进行下架处理的政策。与此同时，报告撰写团队于 2023 年 8 月 31 日在六家企业的电商平台上对一系列对野生动植物有害的商品进行了搜索，发现在部分平台上仍能搜索到非法野生动植物制品，以及被宣传用于“杀大树”的环嗪酮、捕捉鸟类使用的媒音卡、捕捉蚯蚓使用的地龙机等违规捕猎捕鱼工具。

废弃物管理

评分标准 企业名称	披露自营业务订单包装的减量成果	与商业生态伙伴联合，向消费者提供绿色包装选项，研发和应用循环包装等被证明有效的绿色包装解决方案
阿里巴巴	未见有效信息。	1.2022 年中秋与 9 家品牌推出简约包装礼盒； 2.“618”期间发起“简单包装就好”倡议，联合 40+ 商家进行“包装革命”； 3.Lazada 在 2023 年 2 月发布《可持续包装手册》，为平台商家提供优化包装实践技巧。
京东	未见有效信息。	未见有效信息。
唯品会	1. 过去三年在 ESG 报告中持续披露了塑料包装总用量、纸箱、胶带、塑料袋等具体品项使用量等。相比在上一次评级中的表现，唯品会实现了包装总量下降； 2.2021 年 ESG 报告披露了循环箱使用情况。	未见有效信息。

企业名称	评分标准	披露自营业务订单包装的减量成果	与商业生态伙伴联合，向消费者提供绿色包装选项，研发和应用循环包装等被证明有效的绿色包装解决方案
字节跳动		未见有效信息。	未见有效信息。
快手		未见有效信息。	未见有效信息。
拼多多		未见有效信息。	未见有效信息。

🕒 包装减量成果披露信息浮于表面，缺少有意义的数

六家企业中，拼多多、快手和字节跳动均未披露任何相关信息。阿里巴巴和京东都有披露回收纸箱的数量，但未披露全部所用包装总量，无法得知回收纸箱在纸箱消耗总量的占比。六家企业中仅唯品会详细披露了各类包装的使用总量和包装减量数据。此外，尽管可循环包装体系相关内容出现在多家企业的 ESG 报告中，但对其应用规模的披露较少。

🕒 可供消费者选择的绿色包装选项较少

在各企业平台上，目前均未给消费者提供精简包装的选项。在满足货物安全运输的前提下，平台应该提供绿色包装选项供消费者选择。同时，仅阿里巴巴联合商家研发简约包装礼盒，其余平台尚未公布任何促进商家共同进行包装减量的行动。

披露和鉴证质量

自上世纪 60 年代以来，以社会责任、伦理

和环境行为投资策略核心的价值观导向型投资观念不断发展，投资人和消费者也越来越认同企业除了财务信息以外还需要披露非财务信息，以便更好地了解企业。2004 年，联合国环境规划署系统整合了市场上常见的对环境议题、社会议题和公司治理的关注，正式提出了 ESG 原则，并于 2015 年推出可持续发展目标（SDG）。报告所评估的六家企业中，除字节跳动未上市外，其余企业均在中国香港或美国的交易所上市。在纳斯达克和纽交所上市的企业不仅要满足相应交易所对其的信息披露要求，同时也必须遵守证券市场监管者关于信息披露的要求。美国证券交易委员会（SEC）在《与气候相关的信息披露的检查公告》（Statement on the Review of Climate-Related Disclosure）中公布了相应的披露标准，供企业在进行气候相关信息披露时参考³⁶。香港绿色和可持续金融跨机构督导小组表示，计划在 2025 年或之前要求相关行业必须按照气候相关财务信息披露工作组（TCFD）的建议披露气候相关资料。考虑到发行人的准备情况及相关疑虑，联交所拟就若干披露（例如气候相关风险与机遇的财务影响、范围 3 排放以及若干跨行业指标）实施过渡性规定，适用于生效日期（2024 年 1 月 1 日）后

36 SEC: Sample Letter to Companies Regarding Climate Change Disclosures. 读取于 . <https://www.sec.gov/corpfin/sample-letter-climate-change-disclosures>

前两个汇报年度³⁷。因此，如何提高非财务性信息的披露质量，在披露时符合重要性、一致性、平衡性、可量化性等原则也是企业需要关注的重点。

本报告评估的企业上市情况 | 表 1

企业名称	上市交易所
阿里巴巴	NYSE
京东	NASDAQ
唯品会	NYSE
字节跳动	未上市
快手	HKEX
拼多多	NASDAQ

评分标准 企业名称	ESG/CSR/ 可持续经营报告涵盖议题的全面性	报告是否经专业机构审计	企业是否基于“双重实质性”进行可持续发展信息的披露
阿里巴巴	涉及气候变化、废弃物、生物多样性三个环境议题，未涉及化学品。	盘查由中环联合（北京）认证中心完成，盘查结果经必维国际检验集团审计。	未见有效信息。
京东	涉及废弃物管理、气候变化、生物多样性，未涉及化学品。	SGS 进行独立验证，《京东集团 2022 年环境、社会及治理报告》中包含的信息和数据是准确的、可靠的。	参照气候相关财务披露工作组框架，同时分析其商业模式如何影响可持续发展，以及外部可持续发展因素如何影响经营活动。

37 香港交易所 ESG 指引发展史，读取于：
<https://ohesg.com/criteria/hkex-esg.html>

评分标准	ESG/CSR/ 可持续经营报告涵盖议题的全面性	报告是否经专业机构审计	企业是否基于“双重实质性”进行可持续发展信息的披露
企业名称			

唯品会	报告全面涉及气候变化、废弃物管理、生物多样性以及化学品四个议题。	广州赛宝认证中心出具合理保证等级验证结果。	参考气候相关财务信息披露工作组的建议，从治理、策略、风险管理、指标和目标四大领域披露气候相关的工作成果及未来计划。
字节跳动	实质性议题分析包含了气候变化与环境保护，但未涉及生物多样性保护和化学品议题。	未见有效信息 ⁴⁰ 。	未见有效信息。
快手	气候变化被视为中度重要议题；排放废弃物管理、带动行业环保实践被视为重要议题；报告中提及生物多样性管理；未涉及化学品管理这一议题。	未见有效信息 ⁴¹ 。	基于气候相关财务信息披露工作组的框架和建议，主动识别、分析了影响企业的气候变化相关的实体风险及转型风险，以应对气候变化对企业运营带来的影响。
拼多多	未见有效信息。	未见有效信息。	未见有效信息。

❶ 化学品管理是企业所忽略的环境议题

在企业 ESG/CSR/ 可持续经营报告所覆盖环境议题的全面度来看，仅唯品会涵盖了全部四个议题，其余四家企业均忽视了化学品管理这一环境议题。此外，拼多多的相关报告几乎不涉及任何环境议题。

巴、京东、唯品会三家企业的 ESG 报告均通过第三方专业机构进行审计并出具保证报告，字节跳动的 CSR 报告和快手的 ESG 报告未经第三方独立机构进行审计。

❷ 专业外部机构的审计应是 ESG 报告必不可少的一部分

ESG 报告作为企业传达非财务信息的权威性报告，应当与财务性报告保持一致，经过外部审计的独立验证，确保报告中披露的信息是具有准确性、完整性和相关性的。阿里巴巴

40 无外部审计师或其他独立机构对字节跳动 2022CSR 报告进行验证。

41 快手 2022ESG 报告被包含在年报中，年报审计报告中关于审计的内容仅包括财务信息的审计。

第四章 国内外零售行业气候与环境行动案例

气候变化

宜家：气候行动的透明度和可追溯性

瑞典著名家具零售商宜家 (Inter IKEA)⁴² 承诺到 2030 年成为气候友好的企业，虽然其设定的气候目标不够有雄心，但在行动与绩效方面，宜家以切实有效的行动和透明的数据披露为全球零售商做出表率。宜家自 2018 财年起发布可持续发展报告，并于 2021 财年首次发布气候报告。在 2022 财年的气候报告中⁴³，宜家披露其气候足迹约为 2580 万吨二氧化碳当量，比上一年下降 5%，比 2016 财年的基线下降 12%。虽然本报告目标企业的价值链结构和商业模式与宜家有所差异，但宜家的气候行动和绩效披露有以下几个特点值得零售电商平台企业学以致用：

清晰、详细的目标设定

宜家在可再生能源、温室气体排放、公路运输、门店可再生能源利用等方面都设定有详细、清晰的目标。这些目标包括：在 2030 年实现宜家零售和其他业务 100% 可再生能源使用；承诺到 2040 年实现重型公路运输的零排放；在 2025 财年为宜家门店实现 100% 可再生电力使用；到 2030 年，范围 1、2 的碳排放与巴黎协定设置的 1.5 摄氏度目标保持一致等。

报告的可读性和可追溯性

在气候报告和可持续发展报告方面，自 2016

财年起，宜家每年都会披露与碳排放和可再生能源使用相关的具体数据，同时将当下财年数据与 2016 财年基准线和 2030 财年目标进行对比，且每年都有明确的进展。同时，每财年的气候报告和可持续发展报告在结构和数据披露方面上都保持高度一致，对于投资者和关心宜家在气候变化方面进展的公众来说，报告具有可读性和可追溯性。



图源自 IKEA Climate Report FY22，该图表表明了宜家气候报告对气候目标实现进程的披露和与基准线的对比。

42 2016 年，IKEA Group（宜家集团）以 52 亿欧元的价格将其主要子公司出售给宜家内务系统公司 Inter IKEA，Inter IKEA 接管了 IKEA 全部产品开发和供应链管理的职能，下文所出现的宜家均指 Inter IKEA。

43 IKEA Climate Report FY22. 读取于：

https://www.ikea.com/global/en/images/ikea_climate_report_fy22_3d612b1854.pdf

透明的数据披露

在气候报告中，宜家梳理了价值链的多个环节，详细罗列了碳排放情况，并针对每个环节展示了相应的减排措施和成效。这有助于企业及时厘清价值链中不同部分的碳排放。



图源自 IKEA Climate Report FY22，该图展示了 2022 年宜家价值链上每个环节与基准年相比的碳排放，呈现出宜家对碳排放管理的细化程度。

化学品

亚马逊公司：设立限用物质清单

亚马逊公司（Amazon.com, Inc.）是一家总部位于美国西雅图的跨国电子商务企业，目前是全球最大的互联网线上零售商之一。早在 2018 年，亚马逊公司推出了限用物质清单（Restricted Substances List），其中包含 11 种邻苯二甲酸酯类物质、8 种对羟基苯甲酸酯类物质和 21 种壬基酚和壬基酚聚氧乙烯醚类物质。该清单适用于大多数亚马逊自有品牌，清单内的物质被亚马逊认为具有致癌性、诱变性、生物蓄积性或其他可对人体健康造成危害的致病性。值得注意的是，亚马逊的限制性物质清单是超越合规范畴的。以双酚 A(BPA) 为例，亚马逊的限制比美国关于该物质的法规更为严格。亚马逊禁止含有双酚 A（BPA）的产品在美国站点上销售，亚马逊欧洲分站点

则禁止在食品接触材料和婴儿产品中使用双酚 A（BPA）。此外，亚马逊倡议通过减少对化学药品的使用以提高产品的安全性，还鼓励制造商按照美国国家环境保护局（EPA）规定的“安全化学品成分列表”（Safer Choice Safer Chemicals Ingredients List），用更安全和无毒的化学品替代潜在的有害物质。

生物多样性

阿里巴巴“绿网行动”

在零售电商平台上，搜索对于消费者获取信息至关重要，但也可能被用来传播非法有害信息。阿里巴巴采取了行动来保护其平台不被滥用。近年来，阿里巴巴将“封锁”转变为“教育”，以确保平台用户能够得到相关知识的科普。2020 年 11 月，阿里巴巴推出了“绿网计划”。该计划涵盖了五个主要领域，包括维护生命和健康、野生动物保护、未成年人保护、个人和公共安全以及个人信息安全。截至 2023 年 3 月 31 日，“绿网计划”已覆盖多个应用，包括淘宝、闲鱼和优酷。

非法捕杀和交易野生动物是生物多样性面临的重大威胁之一，对于电子商务平台来说，企业本身的业务运营对生物多样性保护的影响相对有限，因此承担生物多样性保护的责任更多地体现在行使平台权力上。阿里巴巴在建造和运营园区过程中考虑了对生态系统的影响，也关注平台上可能出现的非法野生动植物交易对生态系统的影响，利用人工智能算法等技术识别平台上的非法交易信息，配合执法部门打击非法交易，同时利用“绿网计划”提高用户野生动植物保护意识的行动，倡导公众参与保护，支持野生动植物保护。根据 2023 年阿里巴巴 ESG 报告⁴⁴，至 2023 年 3 月 31 日，“绿网计划”已累计将 852 万次用户的野生动植物交易相关搜索结果页面自动一键

44 2023 阿里巴巴环境、社会和治理报告，读取于：
<https://ali-home.alibaba.com/esg>

转化为科普教育和宣导页面；此外，2022 年 12 月，阿里巴巴的“数字平台生物多样性保护”项目被联合国生物多样性公约第 15 次缔约方大会（UNCBD COP15）认定为全球 23 个“积极推动生物多样性实践和行动”的案例之一。

废弃物管理

Loop：循环式消费平台

创新废品环保回收公司 TerraCycle 的创始人 Tom Szaky 在工作中意识到，即使人们意识到了环保的重要性，也依然会因为方便、便宜的特性而使用一次性物品，如何能够使消费者更加方便地采用可重复使用的包装成为首要问题。循环式消费平台 Loop 因此诞生，并在 2019 年达沃斯世界经济论坛上进入大众视野。⁴⁵根据官网信息，Loop 与沃尔玛、可口可乐、家乐福等全球知名消费品公司合作，创造循环再利用的商业生态系统，提供结实耐用、可多次使用的产品包装，使品牌

可以替代一次性包装的商品⁴⁶。以物流和包装回收环节为例，在美国，Loop 通过向消费者收取少量押金的方式，促使消费者保留包装，消费者在使用完商品后仅需将空包装放在原有环保袋中等待快递员上门即可⁴⁷。在这一案例中，Loop 针对废弃物回收这一环节的便利性考量值得零售电商平台企业学习。

沃尔玛：塑料减量目标

作为全球顶级零售商之一，沃尔玛 (Walmart) 分别对北美市场和全球市场的自有品牌塑料包装设定了具体的目标（如下表）。尽管目标的雄心还有待提高，但其目标制定的细化程度值得中国零售电商平台企业借鉴。

沃尔玛关于塑料废弃物的目标设定 | 表 2

到 2025 年，北美 20% 的自有品牌塑料包装由消费后回收材料制成。

到 2025 年，全球 17% 的自有品牌塑料包装由消费后回收材料制成。

到 2025 年，全球自有品牌包装 100% 可回收、可重复使用或可工业堆肥。

到 2025 年，将全球自有品牌包装中的原生塑料减少 15%（与 2020 年基线相比）。

45 Fashion Network [2019.03.19] 循环式消费平台 Loop 创始人谈：如何从根源上解决一次性包装对环境的影响。读取于 <https://cn.fashionnetwork.com/news/xun-huan-shi-xiao-fei-ping-tai--loop--chuang-shi-ren-tan---ru-he-cong-gen-yuan-shang-jie-jue-yi-ci-xing-bao-zhuang-dui-huan-jing-de-ying-xiang,1079956.html>

46 Loop 官网。读取于 <https://exploreloop.com/purpose/>

47 搜狐。[2019.03.18]. 如何从根上消除一次性包装的环境危害？循环式消费平台 Loop 创始人细述他的解决之道。读取于 https://www.sohu.com/a/302181216_487885

第五章 建议

报告建议中国零售电商平台企业：

1. 尽快设立全面的环境目标：
- ☉

在气候变化议题上，尽快设立集团层面全价值链（范围 1、2、3）的碳中和目标，并明确减排路径与时间线。已经设立减碳目标的头部企业需要进一步细化目标，在多维度上采取减碳措施，例如设定明确的可再生能源比例、零排放订单比例、零排放运输车辆比例、供应商减碳目标等。其他尚未设立集团层面气候目标的企业应该尽快设立。
- ☉

在气候变化之外，关注与零售电商行业相关的多重环境议题，包括化学品、生物多样性保护和废弃物管理等。虽然在不同议题上，电商平台的影响力有所不同，但正如第四章案例部分所展示的，零售电商平台有能力采取多种方式应对不同的环境问题。
2. 发挥自身行业影响力与平台优势，设立覆盖商业生态的气候和环境目标、政策和战略，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。
3. 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。

第六章 跨境电商的环境问题

中国跨境电商企业出海现状

我国跨境电商保持较快增长，2022 年跨境电商进出口额达 2.11 万亿元，同比增长 9.8%，达到历史新高；同时，2023 年 1 至 9 月，跨境电商进出口额达 1.7 万亿元，同比增长 14.4%，占同期货物贸易进出口比重的 5.5%⁴⁸。

作为最早涉足跨境电商的中国互联网企业之一，阿里巴巴在 1999 年建立了 1688.com（后来的阿里巴巴国际站），此后，又开发了与淘宝相似的跨境电商平台速卖通⁴⁹。根据速卖通官网信息，在 2010 年建立速卖通平台后，阿里巴巴不断拓展海外市场，除了全球英文版本外，平台还有 17 种其他语言的版本，包括法语、西班牙语、葡萄牙语等⁵⁰。作为中国跨境电商行业的龙头独角兽企业，SHEIN 从独立站做起，根据其官网信息⁵¹，目前该平台已布局 150 多个国家和地区，服务 20 种语言，全球设立超过十个办事处，被认为是全球最受欢迎的时尚品牌之一⁵²。

《中国电子商务报告 2022》⁵³指出，得益于新平台和新流量的出现，直播电商和我国跨境电商行业迅猛发展，同时国内外用户的消费习惯发生变化，消费者更加偏向通过社交媒体进行购物和消费。这为跨境直播电商的发展提供了有利条件。根据《电商报》消息⁵⁴，TikTok Shop 跨境电商官方账号发布 2022 年度数据显示，从 2022 年 1 月 2 日到 2022 年 12 月 13 日，平台累计开展超过 286 万场直播，累计直播总时长超过 1.6 亿小时，消费者与商家累计互动超过 80 亿次；其中，66% 的用户认为 TikTok 帮助其做出购买决策，67% 的用户认为 TikTok 促使其产生了新的购买决策。

除直播电商外，各大国内零售电商企业也开始积极布局海外市场。根据拼多多控股旗下跨境电商品牌 Temu 官网⁵⁵显示，自 2022 年 9 月上线至 2023 年 9 月 12 日，在短短一年时间，其服务的国家和地区达到 40 个。

48 中华人民共和国中央人民政府 .[2023.10.24]. 我国跨境电商贸易伙伴已覆盖全球 . 读取于 . https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202310/content_6911399.htm

49 36 氪 .[2023.7.19]. 阿里不再创造潮流，速卖通开抄 Temu 作业 . 读取于 . <https://36kr.com/p/2350509260129924>

50 速卖通官网 . 读取于 .

<https://ali-home.alibaba.com/about-alibaba-businesses-1489016526173372416>

51 SHEIN 官网 . 读取于 .

<https://talent.shein.com/Home.html>

52 Money.co.uk[2022.11.30] The most popular fashion brands around the world. 读取于 .

<https://www.money.co.uk/credit-cards/most-popular-fashion-brands-2022>

53 中华人民共和国商务部 .[2023.06.09]. 中国电子商务报告（2022）. 读取于 .

<http://images.mofcom.gov.cn/dzsws/202306/20230609104929992.pdf>

54 电商报 .[2022.12.30] TikTok Shop 跨境电商 2022 年累计直播超过 286 万场 . 读取于 .

<https://www.dsb.cn/206363.html>

55 Temu 官网 . 读取于 .

https://www.temu.com/bgp_region_setting.html?refer_page_name=home&refer_page_id=10005_1694593124714_c89duvlnu6&refer_page_sn=10005&x_sessn_id=q5c9gebmyx

跨境电商平台运营模式介绍

随着各大企业开始布局海外市场，在不断扩展市场占有率的同时，中国跨境电商企业为了高效运营，逐步探索出了全新的运营模式。被称为“出海四小龙”的四大跨境电商品牌——TEMU、速卖通、SHEIN 以及 TikTok Shop——陆续都推出了“全托管模式”。

在全托管模式下，商家与供货商负责开发、提报商品，而平台负责帮助商家进行营销推广、销售、履约、售后等环节，平台与商家则按照供货价结算⁵⁶。此外，全托管模式与传统在线市场运营模式有诸多不同。在库存管理方面，传统模式下卖家自己管理库存，包括采购、仓储、发货等环节。而全托管模式则由平台统一管理库存，卖家只需要将商品上传到平台即可。在价格控制方面，在自营模式中，卖家可以自由定价。而在全托管模式中，定价权在平台。此外，在全托管模式下，平台甚至会对卖家的产品质量进行监管和管理，将控制权延伸至生产环节，几乎模糊了商户和供应商之间的界限。

全托管模式给电商平台更胜以往的权力，但与跨境电商平台超强的平台权力，也为平台赋予了对商户环境表现的重大责任。但正如下文展示的，跨境电商平台在履行环境责任方面面临独特而复杂的挑战。

潜在问题及建议

跨境电商行业的发展在世界各地的消费者和制造商、零售商之间架起了新的桥梁，但跨境电商交易可能导致的环境问题尚未得到足够重视，

例如过量的包装废弃物、长途运输导致的碳排放、低价促销导致过度消费带来的资源浪费等问题。相关跨境电商企业应当提前制定详细的政策和措施，在高速发展出海业务的同时将环境问题纳入考量范围。

首先，跨境电商运营所依赖的跨境长途运输、特别是航空运输导致的碳排放尚未得到广泛关注。为了满足消费者对快速配送的需求，跨境电商常常选择空运方式进行国际货物运输，然而伴随高效物流的是飞机排放的温室气体。空运的碳排放强度远高于海运、铁路等其他运输方式，极大加剧着全球变暖和空气污染。研究显示，空运航班每公里运输排放为 500 克二氧化碳 / 公吨货物，而船舶每公里运输同样的货物仅排放 10-40 克二氧化碳⁵⁷。跨境电商企业和物流运输企业必须不断寻求可持续的运输方案，例如提高运输效率以避免货物空间浪费，选择更节能、低碳的运输工具，探索使用可再生能源等来支持运输活动，减少对化石燃料的依赖等。

其次，过量的包装废弃物是一个值得关注的问题。由于跨境电商需将商品远程运送至消费者手中，往往需要采用额外的包装材料以保护商品的完好。然而，过度使用包装材料不仅增加了资源浪费，还导致大量废弃物的产生。其次，相比境内电商交易的货物包装，跨境电商货物包装受到的监管力度可能更小，而受到地理距离的影响，电商平台想要对包装的循环利用进行干预难度也很大。因此，如何减少包装的使用量、如何建立跨境电商废弃物循环利用体系，是跨境电商企业需要考虑的问题。

56 36 氟出海 .[2023.05.22]. 全托管模式席卷跨境电商，缘由为何？. 读取于 .

<https://letschuhai.com/quantuoguanmoshixijuankuajingdianshangyuanyouweihe>

57 Carbon Ecological Footprint Calculators[2023.07.10]. Air Freight vs Sea Freight Carbon Footprint (The Real Numbers in 2023). 读取于 .<https://8billiontrees.com/carbon-offsets-credits/carbon-ecological-footprint-calculators/air-freight-vs-sea-freight-carbon-footprint/>

目前，在飞速发展的同时，中国的跨境电商企业也开始感受到来自海外市场的阻力。以 TikTok 为例，据媒体报道，9 月底，由于担心掠夺性定价会威胁当地企业，印尼禁止社媒平台进行直接销售交易，印尼 TikTok Shop 于 10 月初关停⁵⁸。多个东南亚国家也对 TikTok 进行调查，其中越南在完成了对 TikTok 五个月的调查后表示 TikTok 违反了多项有关越南内容分发和网络信息存储的规定。由于消费者对 TikTok Shop 上商品定价竞争和数据隐私问题的担忧，马来西亚政府开始审议一项与印度尼西亚政府类似的政策，

考虑禁止社交媒体平台 TikTok 上的电子商务交易⁵⁹。仅关注如何与同类型企业厮杀、拼低价并不能帮助中国跨境电商企业成为最后的赢家，不断扩大市场占有率的同时注重符合当地法律法规、更好地承担社会责任才是企业长久发展的基石。从打造环境友好的电商运营体系入手，或许是中国跨境电商企业超越争议、开拓新的业务空间的机会。

58 证券时报网 .[2023.10.13]. 政策浪潮下的沉浮：印尼关停 TikTok 电商 多平台限制跨境业务 . 读取于 . <https://www.stcn.com/article/detail/998745.html>

59 澎湃 .[2023.10.11]. 东南亚发展受挫？印尼之后，马来西亚考虑出台 TikTok 电商禁令 . 读取于 . https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_24892957

2023 电商平台评分体系		
气候变化	战略政策和目标	集团范围 1、2 和 3 的碳减排 / 碳中和目标
		集团自身以及价值链的可再生能源消纳目标
		自营订单运输碳强度下降目标 / 零排放自营订单比例目标 / 零排放自有物流车比例目标
		设立平台生态内减碳目标和减碳路径
	行动与绩效	相比上一年度，范围 1、2 和 3 的碳排放量 / 碳强度变化
		可再生能源的消纳情况
		自营订单运输碳强度 / 零排放自营订单的比例 / 零排放运输车辆的比例
		商业生态方面的减排措施、行动以及进展披露
有毒有害物质管理	战略政策和目标	战略层面涵盖化学品管理
		设定自营商品和供应链中的化学品减量目标
		对平台上商户的化学品管理表现设置准入、奖惩、淘汰等管理制度；设定平台带动商家进行化学品管理的策略
	行动与绩效	积极披露化学品管理情况和进展，披露平台自营商品的化学品抽测结果，披露在供应链内淘汰有害的化学品的种类和数量
		针对商户，在化学品管理方面定期监测并设置奖惩措施，对禁售范围的商品设置上架限制，对高风险商家进行定期抽查化学物质达标证明信息
		平台对消费者提供化学品风险提示，以及为涉化学品的受害消费者在举报追责、寻求赔偿等方面提供帮助

生物多样性保护	战略政策和目标	设立生物多样性保护方面的战略、政策和目标，并涵盖自身运营、供应商、第三方商户和消费者
	行动与绩效	对供应商的生物多样性表现进行考察，淘汰违规供应商，披露相关情况
		针对平台上可能存在售卖的活体、非活体野生动植物、野生动植物制品、狩猎工具等进行定期自查自纠；对有争议的野生动植物相关产品制定完善的标准；对破坏生物多样性的商家具有处理措施；对消费者举报具有反馈机制，同时披露处理结果
		在消费者搜索狩猎工具、毒害野生动植物的药具、外来入侵物种以及禁售野生动物名称、代号、暗语等威胁生物多样性的商品时，对消费者进行引导教育
废弃物管理	战略政策和目标	设立废弃物减量目标或循环经济战略
		设立自营商品业务包装减量目标
		制定鼓励平台内经营者包装重复利用、减量、回收、直发的平台规则
	行动与绩效	披露自营业务订单包装的减量成果
披露和鉴证质量		向消费者提供绿色包装选项；与快递企业联合，研发和应用循环包装等被证明有效的绿色包装解决方案
		报告涵盖议题的全面性
		报告是否经专业机构审计
额外扣分项		企业是否基于“双重实质性”（财务实质性和影响实质性）进行可持续发展信息的披露
		环境方面的负面新闻
		董事会层面未建立气候变化、环境保护议题上的治理架构；ESG 工作组没有下设专门的气候变化和环境议题的工作架构

附录二 企业得分卡

阿里巴巴

评分准则		企业表现	信息来源
基础分 ⁶⁰ （10）		企业披露《2023 环境、社会 and 治理报告》《2021 阿里巴巴碳中和行动报告》。	
战略政策和目标（40.5）	气候变化（28.35）	1. 不晚于 2030 年实现自身运营碳中和，实现价值链碳强度减半；不晚于 2030 年，协同上下游价值链实现碳强度比 2020 年降低 50%；云计算率先实现范围 3 碳中和。 2.2030 年起云计算的电力供给 100% 采用清洁能源。 3. 到 2035 年带动生态累计减碳 15 亿吨；围绕八大方向规划出完成长期目标所需的减碳路径；发布《范围 3+ 减排：超越价值链的企业气候行动方法学》，围绕八个减碳路线，与第三方专业机构共同开发 102 个场景的减碳计量方法学。 4.2030 年前，实现全球范围内生产及运营所需电力 100% 碳中和。 5.2030 年前将所有短途燃油车辆替换成电动车；技术成熟情况下将引入电动或氢能重型运输车代替长途燃油车。	1-3. 阿里巴巴 .[2023].《2023 环境、社会 and 治理报告》. 读取于 https://data.alibabagroup.com/ecms-files/1509739361/3697acf7-dced-4a99-a8ea-ee86701baea8/2023%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%92%8C%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A-%E7%BB%88%E7%89%88.pdf 4-5. 阿里巴巴 .[2021].《2021 阿里巴巴碳中和行动报告》. 读取于 https://sustainability.alibabagroup.com/tc
	化学品（4.05）	未见有效信息。	
	生物多样性（4.05）	评估建造和运营园区过程对生态系统的影响；评估平台上可能出现的非法野生动植物交易对生态系统的影响；构建“绿网计划”为消费者普及相关知识。	阿里巴巴 .[2023].《2023 环境、社会 and 治理报告》. 读取于 https://data.alibabagroup.com/ecms-files/1509739361/3697acf7-dced-4a99-a8ea-ee86701baea8/2023%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%92%8C%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A-%E7%BB%88%E7%89%88.pdf

60 基础分：有任何气候行动（例如有碳减排承诺或者披露碳排放）的企业可以得到 10 分的基础分

评分准则		企业表现	信息来源
战略政策和目标 (40.5)	废弃物管理 (4.05)	鼓励消费者在取件时将纸箱留在菜鸟驿站，寄件时使用旧箱寄件，引导消费者参与循环经济；推广原箱、旧包装发货；开发不同行业的简约包装方案；鼓励消费者回收纸箱；使用循环箱代替一次性纸箱。	阿里巴巴.[2023].《2023 环境、社会和治理报告》. 读取于 .https://data.alibabagroup.com/ecms-files/1509739361/3697acf7-dced-4a99-a8ea-ee86701baea8/2023%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%B C%9A%E5%92%8C%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A-%E7%BB%88%E7%89%88.pdf
行动与绩效	气候变化 (31.5)	1. 运营碳排放量同比降低 69.1 万吨，减少 12.9%；价值链碳强度为 8.7 吨 / 每百万人民币，同比降低 5.7%。 2. 2023 财年可再生能源消耗量为 1,101,705 兆瓦时。 3. 菜鸟直送使用的城配电动车数量占比达 33%。 4. 发布《阿里巴巴低碳友好商品体系》，已采信 29 个低碳相关认证与标签。同时，按照商品不同品类开发减碳计量标准，已形成《高效节能产品减碳量评估技术通则》《减碳量评估技术要求 包装产品》等团体标准。赋能和带动平台生态（范围 3+）减碳 2,290.7 万吨。	1-4. 阿里巴巴.[2023].《2023 环境、社会和治理报告》. 读取于 .https://data.alibabagroup.com/ecms-files/1509739361/3697acf7-dced-4a99-a8ea-ee86701baea8/2023%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%B C%9A%E5%92%8C%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A-%E7%BB%88%E7%89%88.pdf
	化学品 (4.5)	根据算法模型和行业治理经验选取有较高风险的商品进行买样抽检，抽检不合格商品与商家评价挂钩。	阿里巴巴.[2023].《2023 环境、社会和治理报告》. 读取于 .https://data.alibabagroup.com/ecms-files/1509739361/3697acf7-dced-4a99-a8ea-ee86701baea8/2023%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%B C%9A%E5%92%8C%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A-%E7%BB%88%E7%89%88.pdf

评分准则		企业表现	信息来源
行动与绩效	生物多样性 (4.5)	截至 2023 年 3 月 31 日“绿网计划”已累计将 852 万次用户的野生动植物交易相关搜索结果页面自动一键转化为科普教育和宣导页面。	阿里巴巴.[2023].《2023 环境、社会和治理报告》. 读取于 . https://data.alibabagroup.com/ecms-files/1509739361/3697acf7-dced-4a99-a8ea-ee86701baea8/2023%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%92%8C%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A%E7%BB%88%E7%89%88.pdf
	废弃物管理 (4.5)	1.2022 年中秋，与 9 家品牌推出简约包装礼盒。 2.“618”期间发起“简单包装就好”倡议，联合 40+ 商家进行“包装革命”。 3.Lazada 在 2023 年 2 月发布《可持续包装手册》，为平台商家提供优化包装实践技巧。	1. 电商报.[2022.09.09]. 淘宝天猫联合 9 大食品品牌推出环保月饼盒. 读取于 . https://www.dsb.cn/196791.html 2. 电商报.[2022.06.15]. 天猫联合 40 个品牌成立“绿色创变者社区”. 读取于 . https://www.dsb.cn/189189.html 3. 阿里巴巴.[2023].《2023 环境、社会和治理报告》. 读取于 . https://data.alibabagroup.com/ecms-files/1509739361/3697acf7-dced-4a99-a8ea-ee86701baea8/2023%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%92%8C%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A%E7%BB%88%E7%89%88.pdf

评分准则	企业表现	信息来源
披露和鉴证质量（4.5）	1. 所披露议题涉及气候变化、废弃物、生物多样性三个环境议题，未涉及化学品。 2. 盘查由中环联合（北京）认证中心完成，盘查结果经必维国际检验集团审计。	1-2 阿里巴巴 .[2023].《2023 环境、社会和治理报告》. 读取于 .https://data.alibabagroup.com/ecms-files/1509739361/3697acf7-dced-4a99-a8ea-ee86701baea8/2023%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%92%8C%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A%E7%BB%88%E7%89%88.pdf
额外扣分项 ⁶¹	1. 消费者在淘宝一家名为“美容院品牌直销店”购买了一套蜜芝泉沁透焕肤 3 件套，经湖南省职业病防治院初检，结果显示，三款产品汞含量都超标，其中晚霜超标最严重。国家药监局发布了关于停止经营蜜芝泉沁透焕肤日霜等化妆品的通告。 2. 澎湃新闻调查发现，一些在淘宝、拼多多、京东上销售的所谓酒精消毒液用有毒的甲醇冒充乙醇，误服 30 毫升的量即可导致死亡。	1. 澎湃 .[2022.03.02]. 用了这种化妆品，16 岁女孩中毒，国家药监局：立即停售！. 读取于 . https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_16933800 2. 澎湃 .[2022.06.08]. 调查 “消毒液”造假：有毒甲醇冒充酒精，多个电商平台有售 . 读取于 . https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_17059685

61 额外扣分项包括：董事会层面没有建立 ESG 管理架构、ESG 工作组下没有专门的气候变化和 environment 议题工作小组、平台上发生环境丑闻等

评分准则		企业表现	信息来源
基础分（10）		企业自 2015 年起发布第一份 CSR/ESG 报告，并于 2023 年做出气候承诺。	
战略政策和目标（40.5）	气候变化（28.35）	不晚于 2030 年实现自身运营的碳中和；不晚于 2030 年实现范围 3 碳排放强度下降 50% 的目标。计划 2023 年总部大厦实现 100% 绿色电力。	唯品会 .[2023.8.28].VIPSHOP ESG Report 2022. 读取于 . https://ir.vip.com/static-files/2e8df465-9a43-4156-8942-38fb79179e3c
	化学品（4.05）	未见有效信息。	
	生物多样性（4.05）	1.ESG 报告中明确提及生物多样性保护。 2.2023 年唯品会在官网发布生物多样性保护承诺，将生物多样性保护纳入集团层面 ESG 发展战略，由 ESG 委员会定期监督及评估生物多样性保护工作的进展情况。	1. 唯品会 .[2023.8.28].VIPSHOP ESG Report 2022. 读取于 . https://ir.vip.com/static-files/2e8df465-9a43-4156-8942-38fb79179e3c 2. 唯品会 .[2023.08.31]. 唯品会生物多样性保护承诺 . 读取于 . https://h5rsc.vipstatic.com/pc_res/pc_res/esg_res/attach_0831.pdf
	废弃物管理（4.05）	企业在回收、重复利用两个领域有推动政策；在供应商送货和向其退货环节重复利用包材；处理客退时将可回收利用的填充物和外包装进行重复利用。	唯品会 .[2023.8.28].VIPSHOP ESG Report 2022. 读取于 . https://ir.vip.com/static-files/2e8df465-9a43-4156-8942-38fb79179e3c
行动与绩效（45）	气候变化（31.5）	2022 年已完成唯品会总部大厦 2023 年度绿色电力采购的计划，共采购 2,200 万千瓦时绿电，实现 2023 年总部大厦 100% 绿色电力的目标。2022 年自有光伏发电量达 61,538 兆瓦时。	唯品会 .[2023.8.28].VIPSHOP ESG Report 2022. 读取于 . https://ir.vip.com/static-files/2e8df465-9a43-4156-8942-38fb79179e3c

评分准则		企业表现	信息来源
行动与绩效 (45)	化学品 (4.5)	商品上线后与第三方权威机构进行合作，通过盲买的方式，开展内部质量抽查，参照国家标准对产品的物理、化学等性能进行实验室测试。	唯品会 .[2023.8.28].VIPSHOP ESG Report 2022. 读取于 . https://ir.vip.com/static-files/2e8df465-9a43-4156-8942-38fb79179e3c
	生物多样性 (4.5)	未见有效信息。	
	废弃物管理 (4.05)	1. 过去三年在 ESG 报告中持续披露了塑料包装总用量、纸箱、胶带、塑料袋等具体品项使用量，相较于在上一次评级中的表现，唯品会实现了包装总量下降。 2. 2021 年 ESG 报告披露了循环箱使用情况。	1-2 唯品会 .[2022.7.28].VIPSHOP ESG Report 2021. 读取于 . https://ir.vip.com/static-files/b54d214d-f628-469f-b736-efd102957431 唯品会 .[2023.8.28].VIPSHOP ESG Report 2022. 读取于 . https://ir.vip.com/static-files/2e8df465-9a43-4156-8942-38fb79179e3c
披露和鉴证质量 (4.5)		1. 报告全面中涉及四个议题。 2. 广州赛宝认证中心出具合理保证等级。 3. 报告参考气候相关财务信息披露工作组的建议，从治理、策略、风险管理、指标和目标四大领域披露气候相关的工作成果及未来计划。	1-4. 唯品会 .[2023.8.28].VIPSHOP ESG Report 2022. 读取于 . https://ir.vip.com/static-files/2e8df465-9a43-4156-8942-38fb79179e3c

评分准则		企业表现	信息来源
基础分（10）		连续三年发布环境、社会及治理报告。参考 TCFD 框架分析了气候变化对企业造成的风险和机遇	
战略政策和目标（40.5）	气候变化（28.35）	1. 至 2025 年，推动京东物流 50% 的供应商加入“科学碳目标”倡议。 2.. 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%。 3. 至 2030 年，实现 100% 新能源物流运输车替换更新。 4. 京东物流承诺到 2030 年将范围 1、2 和 3 的温室气体排放量从 2019 基准年减少 50%。	1-3. 京东 .[2023].《京东集团 2022 环境、社会及治理报告》. 读取于 . https://ir.jd.com/system/files-encrypted/nasdaq_kms/assets/2023/06/20/18-43-21/%E4%BA%AC%E4%B8%9C%E9%9B%86%E5%9B%A22022%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%8F%8A%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf 4. 京东 .[2022].《京东集团 2021 环境、社会及治理报告》. 读取于 . https://ir.jd.com/system/files-encrypted/nasdaq_kms/assets/2022/05/30/14-31-40/2021%E5%B9%B4%E4%BA%AC%E4%B8%9C%E9%9B%86%E5%9B%A2%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%8F%8A%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf
	化学品（4.05）	未见有效信息。	
	生物多样性（4.05）	提出重视生物多样性保护及森林保护，将生物多样性考量纳入项目的全生命周期。	京东 .[2023].《京东集团 2022 环境、社会及治理报告》. 读取于 . https://ir.jd.com/system/files-encrypted/nasdaq_kms/assets/2023/06/20/18-43-21/%E4%BA%AC%E4%B8%9C%E9%9B%86%E5%9B%A22022%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%8F%8A%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf

评分准则		企业表现	信息来源
战略政策和目标 (40.5)	废弃物管理 (4.05)	1. 京东物流联合多个行业合作伙伴发布原包装发展目标：至 2030 年实现 80% 以上电商渠道售卖的产品支持原装直发。 2. 计划推动 80% 以上的上游品牌企业开展环保包装研发。	1-3. 京东 .[2023].《京东集团 2022 环境、社会及治理报告》. 读取于 . https://ir.jd.com/system/files-encrypted/nasdaq_kms/assets/2023/06/20/18-43-21/%E4%BA%AC%E4%B8%9C%E9%9B%86%E5%9B%A22022%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%8F%8A%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf
	气候变化 (31.5)	1. 低碳数据中心使用清洁能源, 包括利用能源回收及大规模分布式光伏发电系统。 2. 2022 年可再生能源消耗量为 31247.92 兆瓦时。	1-2. 京东 .[2023].《京东集团 2022 环境、社会及治理报告》. 读取于 . https://ir.jd.com/system/files-encrypted/nasdaq_kms/assets/2023/06/20/18-43-21/%E4%BA%AC%E4%B8%9C%E9%9B%86%E5%9B%A22022%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%8F%8A%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf
行动与绩效 (45)	化学品 (4.5)	未见有效信息。	
	生物多样性 (4.5)	企业制定《京东开放平台禁发商品及信息管理规范》，对平台商家可能涉及国家重点保护动物或明令禁止交易的野生动植物相关商品，以及可能用于捕捉野生动植物的捕猎工具进行下架处理；成立了专项小组，梳理常见违规捕猎捕鱼工具，并结合人工巡检和技术策略管控非法野生动物制品和捕猎工具的 sales 流转；加入防范和打击网络非法野生交易工作组，同其他企业分享防范网络野生动植物和禁用猎具非法交易方面采取的措施。	京东 .[2023].《京东集团 2022 环境、社会及治理报告》. 读取于 . https://ir.jd.com/system/files-encrypted/nasdaq_kms/assets/2023/06/20/18-43-21/%E4%BA%AC%E4%B8%9C%E9%9B%86%E5%9B%A22022%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%8F%8A%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf
	废弃物管理 (4.5)	未见有效信息。	

评分准则	企业表现	信息来源
披露和鉴证质量（4.5）	1. 报告中环境议题涉及废弃物管理、应对气候变化、绿色包装和循环使用以及生物多样性。 2. SGS 进行独立验证，《京东集团 2022 年环境、社会及治理报告》中包含的信息和数据是准确的、可靠的。 3. 报告参照气候相关财务披露工作组框架，同时分析其商业模式如何影响可持续发展，以及外部可持续发展因素如何影响经营活动。	1-3. 京东.[2023].《京东集团 2022 环境、社会及治理报告》. 读取于 . https://ir.jd.com/system/files-encrypted/nasdaq_kms/assets/2023/06/20/18-43-21/%E4%BA%AC%E4%B8%9C%E9%9B%86%E5%9B%A22022%E7%8E%AF%E5%A2%83%E3%80%81%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%8F%8A%E6%B2%BB%E7%90%86%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf
额外扣分项	澎湃新闻调查发现，一些在淘宝、拼多多、京东上销售的所谓酒精消毒液用有毒的甲醇冒充乙醇，误服 30 毫升的量即可能导致死亡。	澎湃.[2022.06.08]. 调查 “消毒液”造假：有毒甲醇冒充酒精，多个电商平台有售 . 读取于 . https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_17059685

字节跳动

评分准则		企业表现	信息来源
基础分（10）		企业在官网做出气候承诺，并且发布企业社会责任报告。	
战略政策和目标（40.5）	气候变化（28.35）	1. 字节跳动计划在 2030 年前通过主动减排，减少至少 90% 的运营排放，其余 10% 将通过碳抵消的方式完成。 2. 提出在 2030 年前实现全球运营 100% 使用可再生能源电力。	字节跳动 .[2023.03.14]. 字节跳动公布碳中和目标，承诺 2030 年实现运营碳中和 . 读取于 .https://www.bytedance.com/zh/news/64101c2de43e696f1cea4467
	化学品（4.05）	未见有效信息。	
	生物多样性（4.05）	抖音集团采取行动应对气候变化及其影响，最小化环境影响以及推动生物多样性保护，推动社会绿色发展。	字节跳动 .[2023].《抖音集团企业社会责任报告》读取于 .https://lf3-static.bytednsdoc.com/obj/eden-cn/ptvae h7vbozps/2022_%E6%8A%96%E9%9F%B3%E9%9B%86%E5%9B%A2%E4%BC%81%E4%B8%9A%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E8%B4%A3%E4%BB%BB%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf
	废弃物管理（4.05）	未见有效信息。	
行动与绩效（45）	气候变化（31.5）	通过绿电交易、绿证购买、可再生能源和储能建设等方式逐步提高数据中心的绿色能源占比，数据中心使用风能、太阳能电力超 1 亿度。	字节跳动 .[2023].《抖音集团企业社会责任报告》读取于 .https://lf3-static.bytednsdoc.com/obj/eden-cn/ptvae h7vbozps/2022_%E6%8A%96%E9%9F%B3%E9%9B%86%E5%9B%A2%E4%BC%81%E4%B8%9A%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E8%B4%A3%E4%BB%BB%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf
	化学品（4.5）	未见有效信息。	

评分准则		企业表现	信息来源
行动与绩效 (45)	生物多样性 (4.5)	探索借助图像识别和大数据技术，智能识别短视频中是否出现野生动物及制品。在进行二次判别后，将对违规内容进行下架处理；在正常的科普视频下方，则会添加动保警示标签，提示用户不得非法购买、非法饲养受保护的野生动物。	字节跳动 .[2023].《抖音集团企业社会责任报告》读取于 . https://lf3-static.bytednsdoc.com/obj/eden-cn/ptvae_h7vbozps/2022_%E6%8A%96%E9%9F%B3%E9%9B%86%E5%9B%A2%E4%BC%81%E4%B8%9A%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E8%B4%A3%E4%BB%BB%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf
	废弃物管理 (4.5)	未见有效信息。	
披露和鉴证质量 (4.5)		气候变化与环境保护在实质性议题分析中，未涉及生物多样性保护和化学品议题。	字节跳动 .[2023].《抖音集团企业社会责任报告》读取于 . https://lf3-static.bytednsdoc.com/obj/eden-cn/ptvae_h7vbozps/2022_%E6%8A%96%E9%9F%B3%E9%9B%86%E5%9B%A2%E4%BC%81%E4%B8%9A%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E8%B4%A3%E4%BB%BB%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf

评分准则		企业表现	信息来源
基础分（10）		企业 ESG 报告被包含在年报中，有披露相关环境信息。	
战略政策和目标（40.5）	气候变化（28.35）	2030 年实现自建数据中心 100% 清洁能源使用。	1. 快手 .[2023]《快手年度报告 2022》. 读取于 .https://ir.kuaishou.com/static-files/fcf0037b-ac32-45d6-b0a9-68e5639650ef
	化学品（4.05）	未见有效信息。	
	生物多样性（4.05）	快手认为维护生物多样性及促进生态修复是保障人类赖以生存的地球的重要一步。快手聚焦不同话题，为专项公益项目加强宣导与帮助，还野生动植物们一个美好家园。	1. 快手 .[2023]《快手年度报告 2022》. 读取于 .https://ir.kuaishou.com/static-files/fcf0037b-ac32-45d6-b0a9-68e5639650ef
	废弃物管理（4.05）	未见有效信息。	
行动与绩效（45）	气候变化（31.5）	运营碳排放量（即范围 1、2 之和）同比共减少 16.14%。	快手 .[2023]《快手年度报告 2022》. 读取于 .https://ir.kuaishou.com/static-files/fcf0037b-ac32-45d6-b0a9-68e5639650ef 快手 .[2022]《快手年度报告 2021》. 读取于 .https://ir.kuaishou.com/static-files/09218ea2-e3ee-4115-b3b7-50131c7ae945
	化学品（4.5）	未见有效信息。	
	生物多样性（4.5）	自野生动植物审核机制接入以来，平台共处置野生动植物违规视频 87,696 条，违规账号介绍 3,529 则，用户名 2,517 个，封禁违规账户 49 个。	快手 .[2023]《快手年度报告 2022》. 读取于 .https://ir.kuaishou.com/static-files/fcf0037b-ac32-45d6-b0a9-68e5639650ef
	废弃物管理（4.5）	未见有效信息。	

评分准则	企业表现	信息来源
披露和鉴证质量（4.5）	1. 应对气候变化被视为中度重要议题，排放废弃物管理、带动行业环保实践被视为重要议题，同时报告中提及生物多样性管理。 2. 基于气候相关财务信息披露工作组的框架和建议，主动识别、分析了影响企业的气候变化相关的实体风险及转型风险，以应对气候变化对企业运营带来的影响。	1-2. 快手 .[2023]《快手年度报告2022》. 读取于 . https://ir.kuaishou.com/static-files/fcf0037b-ac32-45d6-b0a9-68e5639650ef

评分准则		企业表现	信息来源
基础分（10）		未见有效信息。	
战略政策和目标（40.5）	气候变化（28.35）	未见有效信息。	
	化学品（4.05）	未见有效信息。	
	生物多样性（4.05）	未见有效信息。	
	废弃物管理（4.05）	未见有效信息。	
行动与绩效（45）	气候变化（31.5）	未见有效信息。	
	化学品（4.5）	未见有效信息。	
	生物多样性（4.5）	未见有效信息。	
	废弃物管理（4.5）	未见有效信息。	
披露和鉴证质量（4.5）		未见有效信息。	
额外扣分项		1. 未有公开信息显示董事会层面建立环境、社会与公司治理架构。 2. 未有公开信息显示 ESG 工作组下设有专门的气候变化和环 境议题工作架构。 3. 2022 年 3 月 15 日上午，二十 多家关注环境保护和绿色发展的 机构联合向拼多多电商平台发 出公开信，指出拼多多平台一 直存在大量国家已禁止生产和 销售的一次性发泡塑料餐具的 销售链接，经多次沟通未见到明 显治理效果。 4. 澎湃新闻调查发现，一些在 淘宝、拼多多、京东上销售的所 谓酒精消毒液用有毒的甲醇冒 充乙醇，误服 30 毫升的量即可 可能导致死亡。	3. 无毒先锋 .[2022.03.15]3.15，二十多 家环保机构联名呼吁拼多多：守住违 禁塑料制品管控底线，回应消费者绿 色诉求 . 读取于 . http://toxicsfree.org. cn/html/2391761815.html 4. 澎湃 .[2022.06.08]. 调查 “消毒 液”造假：有毒甲醇冒充酒精，多 个电商平台有售 . 读取于 . https:// www.thepaper.cn/newsDetail_ forward_17059685

关于绿色和平

绿色和平是一家国际环保机构，致力于以实际行动推进积极改变，保护地球环境和推进可持续发展。绿色和平成立于 1971 年，在全球 55 个国家和地区设立了 26 家分支机构。2002 年，绿色和平在北京设立办公室，二十多年来始终坚持基于丰富国际经验下的本土化实践，将可持续发展和环境保护领域的专业知识和先进理念，都投入到推动中国本土环境改善的工作中。从参与国际气候谈判到推动可再生能源发展，从保护青山绿水到建立更可持续的渔业管理体系，从减少工业污染到推广生态农业，从参与蓝天保卫战到推动绿色消费生活理念，绿色和平都深度参与并且积极提供解决方案。



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

GREENPEACE 绿色和平