

# 绿色外卖包装推广的短视远视行为选择研究

郭铭鑫

重庆交通大学 400060

DOI: 10.12238/ems.v6i12.10854

[摘要] 为落实“污染防治攻坚战”，国家从政策上一直引导着外卖平台要加强对平台商家使用包装的管理，对商家进行相应的监督和约束，外卖平台应该尽快推出本平台统一标识的绿色外卖包装供商家使用，减少塑料污染，但是在实际使用绿色包装的情况中，平台和商家会出现互相争利的情况，由于外卖平台佣金以及平台配送成本过高等因素，导致一些商家收取不合理的绿色外卖包装费或者不使用绿色外卖包装来保证自己的利益。所以商家和平台都有可能产生短视行为，不进行合作，那么绿色外卖包装推广效果就会降低。因此本文通过对比平台和商家的短视和远视行为，从实际案例中研究外卖平台和商家应该如何进行合作，为推广绿色外卖包装提供建议。

[关键词] 短视与远视；包装供应链；外卖平台；综述

## A study on short-sighted and far-sighted behavior selection in the promotion of green takeaway packaging

Guo Mingxin

Chongqing Jiaotong University 400060

[Abstract] In order to implement the "pollution prevention and control battle", the state has been guiding the takeaway platform from the policy to strengthen the management of the use of packaging by platform merchants, and carry out corresponding supervision and restraint on merchants, and the takeaway platform should launch the green takeaway packaging with the unified identification of the platform as soon as possible for merchants to use to reduce plastic pollution, but in the actual use of green packaging, the platform and the merchant will compete with each other, due to factors such as the commission of the takeaway platform and the high cost of platform distribution. As a result, some businesses charge unreasonable green takeaway packaging fees or do not use green takeaway packaging to ensure their own interests. Therefore, both merchants and platforms may have short-sighted behaviors, and if they do not cooperate, the promotion effect of green takeaway packaging will be reduced. Therefore, by comparing the short-sighted and far-sighted behaviors of platforms and merchants, this paper studies how takeaway platforms and merchants should cooperate from actual cases, and provides suggestions for promoting green takeaway packaging.

[Keywords] short-sightedness and farsightedness; packaging supply chain; food delivery platforms; overview

### 前言

随着外卖用户和订单的逐年增加，外卖产生的塑料垃圾一直在与日俱增，造成很严重的塑料污染。外卖平台美团累计投放 291 万件绿色创新供餐饮商家使用，用环保绿色的材

料替代传统塑料能够有效解决塑料垃圾问题，也是中央促进资源节约和环境友好型社会建设思想的体现。首个绿色外卖国家标准《绿色外卖管理规范（2023）》和《“十四五”塑料污染治理行动方案（2021）》等政策相继发布，《绿色外卖管

理规范》推荐性国家标准明确: 外卖餐品经营企业应减少各种包装材料的用量, 用环保的材料替代, 避免或减少环境污染。国家从政策上引导外卖平台要加强对平台上商家的管理, 对商家进行相应的引导和约束。然而外卖行业出于降低经营成本的考虑, 不愿意使用绿色环保的包装。此外, 平台如果收取过高的外卖绿色包装费用, 会加重商家的公平偏好心理, 这既不利于绿色外卖包装的推广也不利于双方的合作关系。所以为了推广绿色外卖包装, 同时又保障平台和商家的收益, 也需要对商家的公平偏好行为进行研究, 提升平台和商家共同推广外卖绿色包装的效果。

与现有研究成果不同, 本文考虑到外卖平台和平台商家在决策方面兼具短视和远视行为: 外卖平台具有短视行为时, 只注重决策的当前利益, 不考虑包装绿色度的动态变化, 也不会考虑商家的公平偏好心理, 就不会花成本引导商家使用绿色包装, 也不会和商家进行成本分担, 投入较低; 外卖平台具有远见行为时, 考虑当前决策对未来长期利益的影响, 即考虑包装绿色度的动态变化, 就会愿意去引导商家使用绿色包装, 并且帮助商家分摊推广成本, 例如“美团”一直对餐饮外卖绿色包装推荐名录工作进行资助, 对餐饮商家产生积极的引导作用; 平台商家具有短视行为时, 只追求当前自身经济效益最大化, 不考虑当前决策对未来长期利润的影响, 即不考虑包装绿色度的动态变化以及对需求的影响; 平台商家具有远见行为时, 会考虑当前决策对未来长期利益的影响, 愿意使用绿色包装满足消费者的绿色偏好, 考虑包装绿色度的变化, 追求长期利润最大化, 例如“蜜雪冰城”使用PBAT+PLA为主料的全降解袋替代PE塑料袋, 全年减少超3600t的PE使用。

### 文献综述

为解决推广绿色包装过程中面临的问题, 学者们主要从绿色包装材料及设计、绿色包装的优势作用等角度进行了研究。在绿色包装材料及设计方面, 王健探索减量化理念在包装设计中的应用路径, 认为减量化包装是绿色包装设计的现实要求和发展趋势, 为全社会环保意识的树立和强化给予了指引<sup>[1]</sup>; 袁晓宝、刘雅婷等为更好地推动绿色包装材料的研发及利用, 总结可降解材料在应用方面存在的一些问题和不同降解机理材料之间存在的差异, 介绍绿色包装材料的市场地位和回收系统的改进措施<sup>[2]</sup>; 在绿色包装的优势作用方面, 杜晓芸阐述了循环经济和低碳经济发展下的绿色包装理念的重要性, 并分析了绿色包装的优势和未来发展趋势<sup>[3]</sup>; 龚银树认为快递包装绿色发展是国家实现碳达峰与碳中和目标的重要环节, 是大势所趋, 需要制定相应措施推动快递包装绿色发展<sup>[4]</sup>。而且在实际推广绿色包装过程中, 决策者会关注自身收益以及收益分配情况, 即所谓的公平偏好特性, 而不

愿意使用绿色包装。例如, 敬露艺等重点探究了零售商单方面公平偏好对供应链利润的影响, 发现无论制造商是否关注公平偏好行为, 公平偏好因素的上升始终会导致供应链总利润下降<sup>[5]</sup>; 梁喜和胡诗艺在一个生产绿色产品的制造商和一个具有公平偏好的零售商组成的供应链系统中, 发现零食商的公平偏好敏感系数的增加有利于碳减排<sup>[6]</sup>; 吴成锋, 林帅成等人针对双渠道绿色供应链中零售商存在公平关切行为, 引入公平关切系数和利润尺度系数分别讨论双渠道绿色供应链集中与分散情况下的最优定价策略<sup>[7]</sup>。通过梳理以上研究可以发现, 现有文献从绿色包装材料、设计和应用前景等方面进行了一定的研究, 并给出了零售商的公平偏好系数的取值范围, 但是缺少关于外卖行业的绿色包装以及推广绿色包装过程中所产生的公平偏好行为的相关研究。外卖平台和商家共同推广绿色外卖包装是一个长期过程, 受商家的公平偏好、平台的奖惩制度和成本分摊比例等因素共同影响, 导致绿色外卖包装的推广效果衰减现象。

### 案例研究

在整个外卖平台——平台商家供应链过程中, 与批发商——零售商供应链相似, 平台从制造商进货贴有自家标识的绿色包装, 批发销售给商家进行使用。但是由于绿色包装成本问题以及公平偏好心理, 在没有对商家使用绿色包装进行监管时, 许多商家不愿意使用, 因此很难推广外卖绿色包装, 需要对平台商家进行监管以及奖惩措施, 改善绿色包装难以推广的情形, 使平台和商家都能获得收益。针对外卖平台和平台商家不同的行为选择, 共组成SS、FS、SF和FF行为模式: FF行为模式下, 外卖平台和商家均具有远视行为; FS行为模式下, 平台具有远视行为, 商家具有短视行为; SF行为模式下, 平台具有短视行为, 商家具有远视行为; SS行为模式下, 外卖平台和商家均具有短视行为。

在FF行为模式下, 远见外卖平台考虑到了当前的决策对未来长期利润的影响, 考虑到了包装绿色度的动态变化, 愿意投入成本与平台商家共同去推广绿色包装, 并为商家的推广成本进行一定比例的分担; 远见的平台商家同样兼顾当前决策对当前以及未来长期利润的影响, 考虑到包装绿色度的动态变化, 也愿意投入成本与平台共同推广绿色包装, 平台分担了商家的推广成本也有利于减轻商家的公平偏好心理。在SF行为模式下, 短视外卖平台只注重当前决策对当前利润的影响, 不考虑包装绿色度的动态变化, 对平台商家使用绿色包装可能监管不到位, 且不愿意为商家分摊推广成本; 远见餐饮企业同样兼顾当前决策对当前以及未来长期利润的影响, 考虑到包装绿色度的动态变化, 也愿意投入成本与平台共同推广绿色包装。

所以面对不断扩大的外卖市场规模,让消费者选择绿色包装,对减少塑料污染具有重要意义,是对减塑行动的积极响应。随着《“十四五”塑料污染治理行动方案》等环保政策不断推行,绿色理念走进生活,不少商家逐步践行绿色行动,开始用可降解或可重复使用的外卖包装。在外卖平台“饿了么”上,“是否需要餐具”成为消费者在点餐结算前必须点击的选项,引导消费者使用绿色包装。根据中国消费者协会的最新调查,67.5%的消费者认为包装应该是绿色环保的,所以大多数消费者是具有绿色偏好的,平台商家使用绿色包装数量越多,越容易受到消费者的青睐,而绿色包装的质量要好于一般的包装,食用更加安心。美团的“青山公益专项基金”计划资助餐饮外卖绿色包装的推广应用,并建立餐饮外卖绿色包装信息平台,设计开展线上的餐饮外卖绿色包装的传播活动以及外卖商家的线下绿色包装推广活动,帮助商家推广;而且美团“青山计划”和餐饮外卖绿色包装应用工作组发起的“2024年度餐饮外卖绿色包装推荐名录”,将一批具有环保性、创新性、实际应用性能好的绿色包装提供给广大外卖餐饮商家,当平台商家选择远视行为时,去使用平台推荐的绿色包装,商家会受平台引导和商家之间的相互影响,更多地一起推广使用绿色包装。所以当平台和商家都具有远视行为时,就有利于进行共同合作,降低推广成本,并且有助于绿色外卖包装的推广及应用,也让更多的外卖平台消费者有机会使用外卖绿色包装。

在FS行为模式下,远见外卖平台考虑到了当前的决策对未来长期利润的影响,考虑到了包装绿色度的动态变化,愿意投入成本与平台商家共同去推广绿色包装,并为商家的推广成本进行一定比例的分担;短视商家追求当前经济效益最大化,只注重当前决策对当前利润的影响,由于绿色包装成本较高,所以更多商家不愿意使用绿色包装,并且认为外卖平台作为中间商,通过出售绿色外卖包装给商家会赚取较多的利润,会产生公平偏好心理。在SS行为模式下,短视外卖平台只注重当前决策对当前利润的影响,不考虑包装绿色度的动态变化,对商家使用绿色包装监管不到位,不愿意分摊绿色包装推广成本;短视餐饮企业追求当前经济效益最大化,只注重当前决策对当前利润的影响,由于绿色包装成本较高,所以更多商家不愿意使用绿色包装,也不考虑包装绿色度的动态变化对销量、名誉等的影响,如果平台作为中间商赚取差价过多,商家会产生公平偏好心理。

由于平台商家存在着公平偏好心理,所以如果缺乏平台的监管和奖惩措施,且因为绿色包装成本高于普通包装的成本,平台商家会由于趋利避害,大部分商家都不会使用成本更高的绿色包装,长此以往,绿色外卖包装就难以得到推广。

所以外卖平台不仅需要为商家推荐、引入性价比高的绿色包装,也需要负责监管平台商家的不使用绿色包装的违规行为,当商家没有按照平台要求使用外卖绿色包装时,会遭受惩罚,比如失去上线平台的机会或者多扣除一定比例的佣金;当商家按照平台要求使用合格的绿色外卖包装并且超过外卖行业设定的包装绿色度标准时,会得到奖励,比如获得更多平台用户的流量或者特别标注绿色包装商家等;“饿了么”就有进行类似的奖惩监管措施,此前,“饿了么”参与了世界自然基金主题环保活动,将签署“无需餐具承诺书”的商户邀入“蓝色星球”环保商户专区,这些商家会获得流量扶持,并且平台会定期复核商家使用绿色包装的情况,如果发现商家调换绿色包装的情况,就会立刻移出环保商户专区。

### 结语

综上,为了减少外卖产生的塑料垃圾,保护环境,外卖平台和商家都应该选择远视行为,不仅可以尽可能降低在推广绿色外卖包装过程中的成本,也可以获得消费者的青睐,提升自身的名誉。在平台和商家的积极推广宣传下,将绿色包装的价格控制在合理的区间内,使消费者也愿意去选择使用绿色外卖包装。如果平台和商家选择短视行为就要耗费更多的人力物力财力去监管平台和商家使用绿色外卖包装的情况以及推广宣传费用,这样不利于外卖行业的可持续发展。短视商家在推广绿色包装的同时,远见平台可以设置合理的分担比例来提高供应链成员的利润,提高商家的推广积极性。平台和商家都应提高推广努力程度,提高包装绿色度,让消费者用得安心,使得外卖平台在市场竞争中更能获得市场青睐,也是响应国家治理塑料污染政策的重要一步。

### 参考文献

- [1]王健.减量化理念在包装设计中的应用研究[J].包装工程,2023,44(12):411-413+448
- [2]袁晓宝,刘雅婷,陈妮等.绿色包装材料研究进展[J].包装工程,2022,43(07):87-94
- [3]杜晓芸.基于循环经济和低碳经济发展下的绿色包装研究[J].绿色包装,2024(1):84-88.
- [4]龚银树.“双碳”目标下快递包装绿色发展态势与推动策略[J].绿色包装,2024(002):000.
- [5]敬露艺.政府补贴下考虑零售商公平关切的双渠道绿色供应链决策研究[D].江苏大学,2022.
- [6]梁喜,胡诗艺.考虑政府补贴和零售商公平关切的绿色供应链定价决策研究[J].价格理论与实践,2022(2):5.
- [7]吴成锋,林帅成,徐春风.零售商公平关切下双渠道绿色供应链的定价及协调机制研究[J].经济与管理评论,2022,38(5):12.