



# 可持续包装：中国及亚洲包装企业的增长机遇



许多包装企业都将中国和亚洲市场视作重要增长引擎。但随着消费者可持续发展意识的显著增强，企业需要了解消费者的态度，才能及时抓住增长机会。

作者：David Feber、Anna Granskog、Oskar Lingqvist、Daniel Nordigården

亚洲仍是包装行业的头号增长引擎，而中国已成为全球最大的包装市场[1]。随着中国及其他亚洲新兴市场包装使用量的激增，环境中废弃包装所导致的生态负担也同步加剧[2]，这往往是因为缺乏相应规模的废弃物收运和回收系统，无法满足海量废弃包装的处理需求[3]。这会如何影响消费者对于可持续包装材料的态度？为深入研究该问题，我们在中国、印度及印度尼西亚等 10 个亚洲国家进行了消费者调研。本次调研结果参考了我们此前对全球消费者情绪的调研[4]，以及早先对美国相关情况的深入研究[5]。

调查结果揭示了各国的主要趋势和各自特点，其中有三点值得关注：第一，中国、印度和印尼的消费者对可持续发展的重视程度高于其他受访国家，其绿色包装购买意愿也最高。第二，上述三国消费者最关心的问题集中于水和空气污染，而非其他受访国消费者更关注的废弃物问题。与我们的全球性调研结论相同，三国消费者也认为食品是最应采用可持续包装的品类；各国在食品的细分品类上看法有所差异，如中国消费者主要关注新鲜果蔬、鲜肉和乳制品。三个国家的三代受访消费者都很关注包装对环境的影响。整体而言，X 世代在多个可持续发展问题上的环保意识最高，

其次是 Z 世代/千禧一代和婴儿潮一代[6]；但细节方面也存在一些差异。第三，受访消费者在“最不可持续的包装材料”上观点一致，但在“最可持续的材料”上却看法不一，这也与全球性调查的结论一致。比如，中国消费者认为可堆肥或可回收的塑料最可持续。消费者希望在未来看到更多的可回收或可堆肥塑料薄膜包装，以及更多的纤维基包装。

中国和其他亚洲新兴经济体仍是许多包装企业瞄准的关键增长市场。随着社会可持续发展意识的显著增强，企业在任何增长战略中都需认真思考“绿色叙事”及相关战略选项。为此，我们建议企业在未来战略规划中考虑上述三大因素。

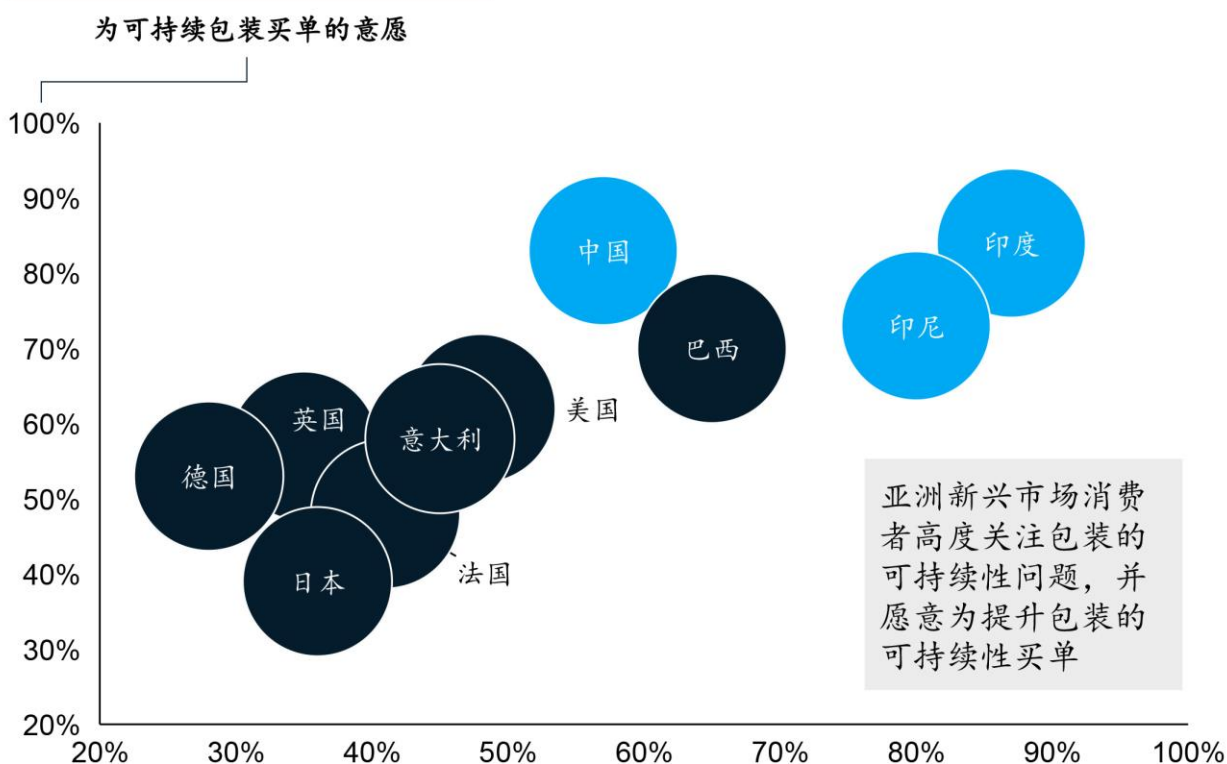
过去 10 年，全球包装业稳步增长，亚洲新兴市场的经济繁荣成为一股关键增长动力。期间，主要变化包括零售渠道的强劲增长，以及使用更多包装以满足消费者对便利性的需求。由于缺乏完善的大规模包装收运和回收系统，无法应对不断增多的废料，包装使用量的猛增加剧了环境负担[1]。

相关方面也并未对此坐视不理。减轻包装垃圾的压力骤增，快消品制造商、零售商、政府部门纷纷采取行动[2]。尽管如此，受访消费者依然颇为担忧。我们的调查发现，中国、印度以及印尼的受访消费者的担忧程度全球最高，甚至高于新冠疫情暴发前（见图 1）。

图 1

## 图1 亚洲新兴市场消费者最关注环保问题，也最愿意为绿色包装买单

你愿意为（包装食品的）可持续包装多支付多少费用？回答“一点”或“很多”的比例



与新冠疫情暴发前相比，你目前如何看待包装可持续性的重要性？更加担心的比例

关注包装可持续性

McKinsey  
& Company

在消费者支付意愿上，我们也得到了类似结论：中国、印度和印尼的消费者购买“绿色包装”食品的意愿，远高于全球其他受访国家(见图1)。与此同时，巴西消费者也比其他国家消费者更愿意为绿色包装买单。当然，很难说消费者的担忧和支付意愿能否转化为实际行动，但这至少表明这些

市场的消费者环保意识相对较高，相关方需要有所行动。

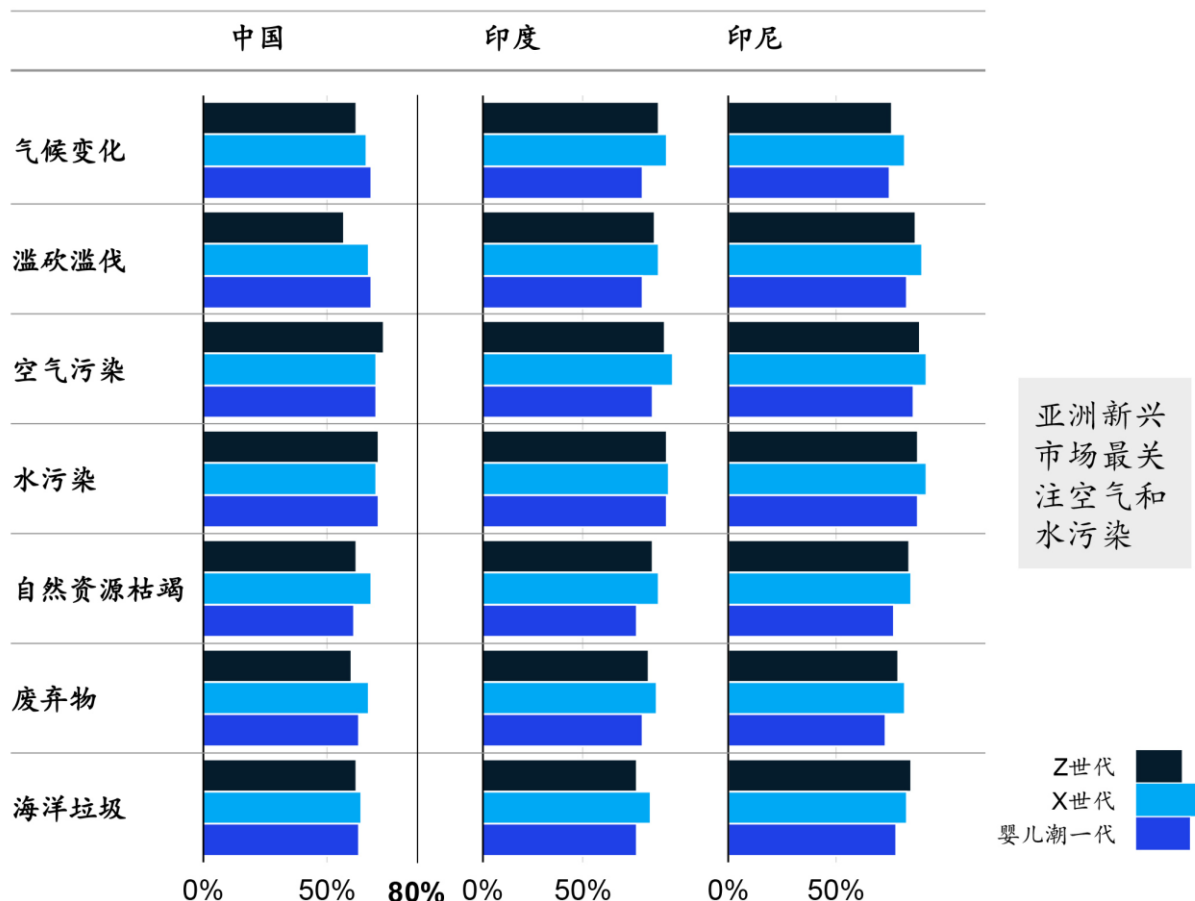
如此，上述结论又引出另外两个问题：亚洲新兴经济体的消费者都存在哪些担忧？哪些群体在助推这些忧虑？针对第一个问题，三个国家消费者的观点高度一致：水和空气污染是其主要担忧。在其他受访国家中，日本和欧洲国家普遍更关注海洋垃圾；美国和英国的消费者则最关注废弃物，而这却是印度和印尼的消费者最不重视的问题之一。对于消费者最关注哪种终端产品的包装可持续性，虽然不同国家的看法在细节上有所差异，但都聚焦于食品。中国消费者主要关注新鲜果蔬、鲜肉和乳制品。印度消费者最关注快餐包装，其次是乳制品和宠物食品。印尼消费者则最关注饮品，其次是乳制品和新鲜果蔬。

当深入研究第二个问题，探究是哪个群体在助推这些担忧时，我们发现所有受访年龄群体都很关注这些问题。整体来看，X 世代的关注程度最高，其次是 Z 世代/千禧一代和婴儿潮一代（见图 2）。具体到空气和水污染这两个主要领域，印尼的 X 世代对此尤其关注，而中国和印度的情况差异较大。

## 图2 整体来看，亚洲新兴市场的X世代对包装的环境影响最为关注，但程度也存在差异

你有多么关注产品包装及其对下列环境问题的影响？

选择“极其关注”和“非常关注”的比例，%



McKinsey  
& Company

资料来源：麦肯锡包装调查（2020）

我们也已在最近关于包装可持续性全球观点的文章中强调，调查显示，世界各地消费者眼中最可持续的包装材料并不一致；但在最不可持续的材料方面却有着更大的共识[1]。在本文关注的国家中，中国和印尼的消费者认为可堆肥或者可回收的塑料更可持续（巴西消费者也持有类似观点），而

印度消费者则认为纸质和玻璃包装更可持续。我们还让消费者展望未来，描述他们希望更多看到的可持续包装。尽管对于这个问题的回答细节上差异较大，但整体来看，消费者普遍希望使用更多的可回收或可堆肥塑料薄膜以及更多的纸质包装（见图 3）。可回收硬质塑料排名很低，玻璃和金属同样如此。

**图3 亚洲新兴市场消费者希望使用可回收或可堆肥的塑料包装以及更多纸质包装**

在下列品类中，你希望看到哪种类型的可持续包装？	家居清洁用品	快餐店/餐厅用品	包装食品	乳制品	新鲜肉类和鱼类	冷冻食品	宠物食品	新鲜水果和蔬菜	饮品
可完全回收的塑料薄膜	50%	41%	45%	53%	44%	50%	47%	49%	53%
柔性纸	41%	45%	47%	41%	52%	52%	51%	52%	-
用可再生原料制造且能堆肥的塑料薄膜	53%	45%	39%	52%	45%	47%	45%	43%	59%
纸箱	42%	43%	47%	41%	48%	51%	52%	51%	-
塑料、纸和铝箔混合包装	37%	44%	44%	40%	47%	44%	45%	45%	47%
能完全回收的塑料瓶和塑料容器	31%	41%	40%	-	45%	-	49%	51%	-
用回收的塑料原料制作的塑料瓶和塑料容器	30%	42%	43%	35%	42%	36%	44%	50%	46%

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_28428](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_28428)

