

# 电商平台企业环境法律责任探究

## ——以餐饮外卖企业为例

刘博涵

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月9日; 录用日期: 2024年10月17日; 发布日期: 2024年12月31日

### 摘要

随着电子商务领域的蓬勃发展, 快递业务量呈现出了爆炸性的增长态势, 与此同时, 电商企业在运营过程中所使用的包装及其废弃物数量也急剧增加, 给生态环境系统带来了前所未有的重负, 尤其是餐饮外卖行业的迅猛发展, 更是加剧了这一问题的严峻性。当前, 我们面临的一个核心挑战在于, 多数电商企业在环境法律责任的认知上存在明显不足, 缺乏对环保投入的必要重视, 这严重制约了其在环境保护方面的作为。因此, 为从根本上缓解电商行业带来的环境污染问题, 我们亟需深化对电商企业在环境保护中法律责任的认识, 并借助法律手段的强制性与约束力, 对其运营活动进行规范与引导。本文旨在阐述我国电子商务背景下, 餐饮外卖服务行业的当前环境污染状况, 对餐饮外卖企业环境法律责任承担缺失的原因进行溯源, 并给出餐饮外卖企业的环境法律责任的完善路径。希望通过深入分析电子商务企业在环境责任方面的内在不足和外在阻碍, 为我国电子商务企业在主动承担环境责任和实施有效的社会监管方面提供有价值的参考依据, 助力我国电商企业绿色可持续发展。

### 关键词

电子商务, 环境法律责任, 餐饮外卖企业

# Exploring the Environmental Legal Liability of E-Commerce Platform Enterprises

## —Taking Catering Takeaway Enterprises as an Example

Bohan Liu

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 9<sup>th</sup>, 2024; accepted: Oct. 17<sup>th</sup>, 2024; published: Dec. 31<sup>st</sup>, 2024

### Abstract

With the booming development of the e-commerce field, the volume of express delivery business

文章引用: 刘博涵. 电商平台企业环境法律责任探究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 145-152.

DOI: 10.12677/ec.2025.141019

has shown explosive growth, and at the same time, the amount of packaging and its waste used by e-commerce enterprises in the course of their operations has also increased dramatically, bringing an unprecedented burden to the ecological environment system, especially the rapid development of the catering takeaway industry, which has exacerbated the severity of this problem. Currently, one of the core challenges we are facing is that most e-commerce enterprises have obvious deficiencies in the cognition of environmental legal responsibilities and lack the necessary attention to environmental protection inputs, which seriously restricts their actions in environmental protection. Therefore, in order to fundamentally alleviate the environmental pollution problems brought about by the e-commerce industry, we urgently need to deepen the understanding of e-commerce enterprises in the environmental protection of the legal responsibility, and by means of legal means of mandatory and binding force, to regulate and guide their operational activities. The purpose of this paper is to elaborate the current environmental pollution situation of the catering takeaway service industry under the background of e-commerce in China, to trace the reasons for the lack of environmental legal responsibility of catering takeaway enterprises, and to give a perfect path for the environmental legal responsibility of catering takeaway enterprises. It is hoped that through in-depth analysis of the intrinsic deficiencies and extrinsic obstacles of e-commerce enterprises in environmental responsibility, it will provide valuable reference basis for China's e-commerce enterprises to take the initiative to assume environmental responsibility and implement effective social supervision, and help China's e-commerce enterprises to develop in a green and sustainable way.

## Keywords

E-Commerce, Environmental Legal Liability, Catering Takeaway Businesses

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 前言

随着传统企业对电商的认识逐渐加深,大中小企业开始大规模进入电商领域。自 2014 年起,由于国家政策对互联网和电子商务的持续支持,电子商务领域进入了一个充满活力的发展时期。特别是在农村地区,电商迅速成长,成为推动农村经济转型升级的重要力量。直播电商、社交电商和外卖平台等多种新兴商业模式不断涌现,为电子商务领域带来了新的生机和活力。同时,在“互联网+”战略的指引下,我国各地区的电子商务产业纷纷布局并发展起来,形成了一批各具特色的区域特色电商品牌。这些新兴的模式不仅为消费者带来了更丰富的网络电商体验,同时也为企业开辟了更多的市场推广途径和增长机会。虽然电商的发展为我国经济增长注入新的活力,但是在这个提倡“绿水青山就是金山银山”的新时代,我们也不得不考虑电商行业所带来的污染环境问题。以电商餐饮外卖行业作为观察,当前,外卖模式已深度渗透至民众的日常生活各个领域,不仅覆盖了饮食领域,还延伸至居住、出行及日常消费等多个维度,其重要性日益凸显,已成为现代生活方式中不可或缺的关键要素,深刻影响着人们的消费习惯与生活方式。随着互联网技术在各行各业中应用范围的逐渐拓宽,网络外卖平台应运而生,并以其便捷、高效等特点成为大众消费选择食品方式之一。这不仅展现了技术进步对消费习惯的重塑,也反映了快节奏生活中民众对于电商行业便捷性服务需求的日益增长。根据统计资料显示<sup>1</sup>,到 2023 年 6 月为止,我国的在线外卖用户数量已经达到了 5.35 亿,这比 2022 年 12 月增加了 1372 万,占到了网民总数的 49.6%。随着网络技术与互联网产业的飞速发展,外卖平台应运而生。中国的餐饮外卖行业经历了快速的扩张,

<sup>1</sup> 艾媒网。中国在线外卖平台消费者行为调查数据。 <https://www.iimedia.cn/c1077/97809.html>

其外卖平台也日益健全，同时餐饮外卖行业也逐渐走向成熟。庞大的消费者基数促进了外卖市场的兴旺发展，但其背后却潜藏着迫切需要解决的垃圾处理问题，这些问题主要体现在包装材料的浪费与污染、物流运输的碳排放、食物残渣的处理、缺乏环保标准和监管等方面。

鉴于日益严峻的由非循环利用包装废弃物所引发的环境危机，我国电子商务领域，特别是聚焦于餐饮外卖服务的部分企业，普遍展现出环境保护意识的匮乏。这些企业在环保实践上的资源分配显著不足，部分更是对相关的环境法规责任采取回避态度，拒绝履行其作为市场参与者应担当的环境保护法律义务，从而加剧了环境问题的复杂性与紧迫性。2017 年间，餐饮外卖界的两大领军企业——“饿了么”与“美团外卖”因同一环保争议焦点，不幸卷入了环境污染责任的法律纠葛之中。此事件引起了社会广泛关注，重庆市绿色志愿者联合会作为环保倡导者，将这两家巨头企业列为被告，向法院提起了诉讼，这是我国的外卖平台首次因为资源的过度消耗被提起公诉。虽然外卖平台作为第三方物流服务商，并不直接负责外卖包装和餐具的生产，也不是包装产品的直接用户或终端用户，但它拥有独特的优势和丰富的资源，能够在整个系统中扮演关键的组织、协调和管理角色，充当连接的核心和纽带，推动各相关方履行其环保责任<sup>[1]</sup>。从目前的学术研究来看，学者们对于餐饮外卖平台是否应当对餐饮包装废弃物污染承担防治义务和责任这一问题已经达成共识，即餐饮外卖平台作为提供服务的媒介，应对其所提供的商品或服务产生的包装废弃物的污染防治承担一定的义务和责任，但是关于餐饮外卖企业的环境法律责任的防治对策和完善路径缺乏深入系统的研究，本文对于提高电商企业环境法律责任意识具有积极意义，有助于推动我国电商企业的绿色转型和可持续发展。

## 2. 餐饮外卖企业环境污染防治的现状

### 2.1. 餐饮外卖企业污染之概况

随着互联网的普及和迅速发展，外卖行业在过去的几年里风靡全球。人们用餐较为方便和快捷，但与此同时外卖包装所引发的污染环境也渐渐暴露出来。据 2024 年中国外卖行业市场数据统计分析<sup>2</sup>，外卖行业中塑料包装的使用和一次性餐具的使用数量巨大，对环保的冲击压力也尤为突出。外卖在人们的日常生活中已经变得不可或缺。到 2024 年 6 月为止，国内在线外卖注册用户已达 5.4 亿。餐饮外卖行业中大量使用塑料袋、塑料盒等塑料制品，导致塑料垃圾堆积如山，对环境造成严重污染。仅 2024 年一年，“美团外卖”平台就使用了超过 5 亿个塑料袋，3.4 亿套一次性餐具。外卖包装材料的广泛应用虽提升了服务的便捷性，但其废弃处理不当的问题日益凸显。塑料基质的餐盒与一次性木质或竹制筷子的广泛使用，一旦完成其短暂的使用周期，便极易成为城市与乡村环境中的遗弃物。这些材料由于分子结构的稳定性，在自然环境中难以被微生物有效分解，进而累积形成长期存在的污染源，对土壤质量、水体清洁乃至生物多样性构成潜在威胁。对于环保机构而言，回收、处理及最终处置这些包装废弃物不仅需要大量的人力资源、技术投入，还伴随着高昂的经济成本，进一步加剧了环境保护工作的复杂性与艰巨性。因此，为了缓解外卖包装废弃物对环境的压力并降低环保部门的处理成本，有必要加强对电商平台企业环境法律责任的规制，助力于推动餐饮外卖行业向更加绿色、可持续的方向发展。

### 2.2. 餐饮外卖企业污染防治之必要性

第一，当前，前端消费群体，诸如学生群体及职场人士，普遍缺乏将废弃物进行有效分类的日常习惯。特别是在餐饮外卖消费领域，以大学生及白领阶层为核心的用户群体，尚未形成将外卖包装(包括餐盒与餐具)与生活垃圾明确区分的行为模式。这一现状导致外卖废弃物常被不加区分地混入生活垃圾之中，进而对后续的垃圾处理与资源回收工作构成了挑战。

<sup>2</sup> 中国情报网。2024 年中国外卖行业市场规模、企业数量及区域分布情况分析。<https://www.163.com/dy/article/J7RVRTMS051481OF>

第二,在中端的中转环节,外卖餐盒的收储变得困难,而且回收系统也不完善。由于餐盒的废弃量较大,导致其成为了城市生活垃圾场的主要污染物之一。特别是在疫情期间,公共环境的卫生状况受到了更多的关注。因此,在对餐盒内的塑料废物进行分类之后,有必要迅速地将其粉碎并进行彻底清洁。目前,市场上主要采用人工方式来实现这一过程,但是这种方式效率低下。但是,找到合适的清洁场所通常是困难的,与此相关的运营费用也相对较高。同时,传统的餐盒清洗方式效率低,耗时长。除了这些,为了去除附着的物质,还需要添加大量的清洁剂,这不仅消耗水资源和能源,而且排放的污水还可能对土壤和地下水造成污染。

第三,在城市生活垃圾处理的终端环节,焚烧与填埋作为两大主流手段,虽在一定程度上缓解了垃圾积压问题,但同时也显著加重了处理体系的负荷。这两种方法不仅要求高额的运营成本与维护投入,更可能对环境生态及公众健康构成隐蔽而深远的威胁。焚烧过程中释放的有害气体与颗粒物,若未经严格处理直接排放,将加剧大气污染,影响空气质量与居民呼吸系统健康。而填埋作业则可能引发土壤污染与地下水污染,长期以来,对自然环境的破坏难以估量,同时也可能通过食物链传递,间接影响人类健康。

### 2.3. 餐饮外卖企业污染防治之法律、政策依据

在当代社会背景下,对于所有企业来说,在其生产和经营活动中承担环境法律责任是一项基础性的要求。中国共产党的十九大报告,《宪法》《环境保护法》《民法典》等均体现了国家对绿色消费观念的推崇,这将有助于推动我国餐饮外卖包装垃圾回收和处理体系的建立。

根据《宪法》的第九条规定<sup>3</sup>,国家承担着确保自然资源得到科学、合理开发利用的职责,同时肩负起保护珍稀动植物资源的重任。国家拥有不可剥夺的权力,以法律为武器,严正禁止任何组织或个人采取任何形式非法侵占或损害自然资源。此外,我国《民法典》第九条亦明确阐述<sup>4</sup>,民事主体在参与民事活动时,应遵循资源节约与生态环境保护的原则。这一条款深刻体现了民事活动应以促进资源高效利用与环境保护为导向,确保经济活动与社会发展的可持续性。依据《环境保护法》第四十条之规定<sup>5</sup>,企业在能源配置策略上,应秉持优先原则,倾向于采纳清洁能源,并着力引入高效资源利用率与低污染物排放量的技术设施。此外,还需融合废弃物资源化利用技术与污染物无害化处理手段,形成一套综合性的环境管理措施,旨在从源头上削减污染物的产生量,实现生产与环境的和谐共生。对于餐饮外卖企业的环境保护问题,国家给予了极高的关注。为此,国务院以及相关的管理部门和部分地方政府发布了一系列的规范性文件,对电子商务平台的绿色发展给出了具体的建议和要求。其中,特别强调了电子商务企业需要采纳多维度的绿色环保商业策略,并在产品制造、包装使用等各个环节中深入实施环保理念。2016年12月29日,由商务部、中央网络安全和信息化委员会办公室(中央网信办)以及国家发展和改革委员会等多个部门联合颁布的《电子商务领域“十三五”发展规划》纲要<sup>6</sup>,开创性地引入了“绿色电商”这一全新概念,并着重指出需制定并执行一系列综合性措施,旨在加速绿色电子商务的深入拓展与成长。此外,该规划还积极倡导电商平台提供更为环保与可持续的服务,共同促进电商行业的绿色转型与生态化发展。2018年1月23日,国务院办公厅颁布了一份标题为《关于推进电子商务与快递物流协同发展的

<sup>3</sup>《宪法》第九条:“矿藏、水流、森林、山岭、草原、荒地、滩涂等自然资源,都属于国家所有,即全民所有;由法律规定属于集体所有的森林和山岭、草原、荒地、滩涂除外。国家保障自然资源的合理利用,保护珍贵的动物和植物。禁止任何组织或者个人用任何手段侵占或者破坏自然资源”。

<sup>4</sup>《民法典》第九条:“民事主体从事民事活动,应当有利于节约资源、保护生态环境”。

<sup>5</sup>《环境保护法》第四十条:“企业应当优先使用清洁能源,采用资源利用率高、污染物排放量少的工艺、设备以及废弃物综合利用技术和污染物无害化处理技术,减少污染物的产生”。

<sup>6</sup>商务部、中央网信办以及国家发改委等。《电子商务“十三五”发展规划》。[https://www.gov.cn/xinwen/2016-12/30/content\\_5154715](https://www.gov.cn/xinwen/2016-12/30/content_5154715)

意见》的文件<sup>7</sup>，该文件着重强调了电子商务企业需加强对绿色理念的认知与重视，积极倡导并广泛实施绿色包装策略，并致力于实现绿色配送的目标。自 2019 年元旦起，《电子商务法》正式生效，标志着我国电子商务领域迎来了首部专项立法。该法律不仅填补了我国在电商监管方面的法律空白，更是对电子商务活动进行了全面而系统的规范，为行业的健康发展提供了坚实的法律保障，彰显了国家对电商领域的高度重视与前瞻布局。它为电子商务行业的稳健成长提供了坚固的法律支撑，并对电商公司在环境保护上的责任义务进行了基本的规定[2]。因此，深入探讨餐饮外卖企业在环境污染防治方面的法律问题，无疑是一个非常合适的时机。

### 3. 餐饮外卖企业环境法律责任承担缺失的原因分析

#### 3.1. 相关企业环境法律责任配套的法律、法规缺失

2019 年初，我国的最新电商法开始在全国范围内实施，这为我国快速发展的电商行业提供了独特的法律指导，但同时也让那些法律意识不够深入、思维尚浅的企业经营者们感到困惑和不知所措。由于餐饮外卖企业作为一个新兴行业，在这个互联网时代飞速发展，至今为止，我国尚未制定与其完全匹配的专门法律来确保餐饮外卖行业的稳健发展。现有的法律条文仅对电商企业在“绿色发展”方面的环境法律责任进行了明确规定，但对于电商企业在没有或没有完全履行这一责任时应当承担的环境法律责任，并没有给出明确的条文。由此可见，因此，在我国的法律体系中，关于电子商务企业对环境造成的污染所承担的法律法律责任存在着不足之处。电商企业因其自身的经营活动所带来的环境污染问题主要表现为环境污染和生态破坏两种形式，而这些问题又都与企业是否具有环境责任息息相关。当涉及到相关的法律问题，特别是与电商企业的环境法律责任有关时，往往难以确保有充分的法律依据，这在餐饮外卖企业的污染防治上也同样如此。

#### 3.2. 执法裁量权边界不清致使责任判定困难

《民法典》中针对餐饮外卖行业的食品包装规范，强调了资源节约与环境保护的双重准则<sup>8</sup>，这不仅是可持续发展战略的深刻体现，也是绿色经济原则在微观层面的具体实践。该规定明确要求外卖包装须遵循节约资源、维护生态平衡的原则，旨在促进外卖行业的绿色转型，实现经济效益与环境效益的双赢。另外，新《固体废物污染环境防治法》的第六十八条也明确规定<sup>9</sup>，企业经营者必须遵循限制商品过度包装的强制性准则。可见，在立法层面对过度包装行为已经有了法律规制。鉴于电子商务商品的种类繁多和法律的滞后，强制性的标准可能并不完整。为了避免这些问题出现，国家制定了相关的法规制度来规范商品质量与价格等方面的内容。但是，从我国关于食品包装标准的法律和规定来看，大部分的描述都显得过于笼统。在具体实践中，一些电商餐饮企业为了追求更高的经济利益而滥用强制性标准。当这种情况出现时，执法部门的裁量权界限变得模糊，这可能会使得外卖商品过度包装的责任变得难以明确，难以引起电商餐饮企业对于环境法律责任的重视[3]。

#### 3.3. 环境公益诉讼未能发挥实效

在我国法制框架内，基于诉讼性质的差异性，环境公益诉讼被明确划分为环境民事公益诉讼与环境行政公益诉讼两大类。当聚焦于规制电子商务企业过度包装污染环境行为的议题时，不难发现，当前

<sup>7</sup> 国务院。关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见。[https://www.gov.cn/xinwen/2018-01/23/content\\_5259747](https://www.gov.cn/xinwen/2018-01/23/content_5259747)

<sup>8</sup> 《民法典》第九条：“民事主体从事民事活动，应当有利于节约资源、保护生态环境”。

<sup>9</sup> 新《固体废物污染环境防治法》第六十八条：“生产经营者应当遵守限制商品过度包装的强制性标准，避免过度包装。电子商务、快递、外卖等行业应当优先采用可重复使用、易回收利用的包装物，优化物品包装，减少包装物的使用，并积极回收利用包装物”。

无论是民事路径还是行政路径下的环境公益诉讼，其效用均未达到理想状态，尚存显著提升空间。深入分析环境公益诉讼的本质特征，针对电商领域普遍存在的过度包装现象，我们可采取双轨并行策略。首先，在环境民事公益诉讼框架下，直接针对大型平台型电商企业实施责任追究，通过引入更具威慑力的惩罚性赔偿机制，不仅能够有效遏制此类企业的过度包装行为，还能强化环境公益诉讼的预防与修复双重功能。另一方面，环境行政公益诉讼则为另一重要抓手，它聚焦于对负有监管职责的行政执法机构进行问责。这一路径不仅旨在弥补当前执法体系在应对电商过度包装问题上的不足与缺陷，通过优化执法效能，还间接实现了对电商企业过度包装行为的有效约束与监督，从而构建起一个更为全面、有效的监管网络。综上所述，通过精准定位环境公益诉讼的不同维度，并结合电商行业特性，我们能够设计出更加精准有力的法律措施，以应对并解决电商企业过度包装这一严峻的环境问题。然而，鉴于我国当前环境公益诉讼领域内，针对电商企业过度包装行为所展开的实践探索显著匮乏，这一现状极大地制约了环境公益诉讼在遏制电商行业因过度包装而导致的环境污染问题上所应发挥的效能。

## 4. 电商企业环境法律责任的完善路径

### 4.1. 立法上对电商企业环境法律责任进行制度保障

首先，在 2020 年 1 月 16 日，国家发展和改革委员会与生态环境部联合颁布了《关于进一步加强塑料污染治理的意见》的文件<sup>10</sup>，其中着重指出需动态调整并适时公布禁止或限制使用的塑料制品清单，编制塑料制品绿色设计指南，以提升产品环保性能。同时，健全再生塑料的品质监管标准体系，明确其应用范畴，并加快完善可降解材料及产品的标准化标识系统，确保市场透明度。此外，还将实施分阶段、有序化的措施，以禁止或限制特定塑料制品的生产、流通与消费环节，并探索将塑料污染防治内容纳入现行及未来制定的法律法规框架之中，以强化政策约束与制度保障。该《意见》对于企业环境法律责任的立法制度上指明了方向，督促相关部门设立明确的目录和行为标准，使得餐饮外卖包装的生产商、餐饮外卖平台企业，以及政府执法部门的相关行为都具有了法律依据。在餐饮外卖平台的包装废弃物污染防治工作中，持续稳定的政策支持和高效的管理策略是至关重要的。该《意见》明确表示，为新兴领域如电子商务、快递物流及外卖服务等企业，构建全面且系统的绿色运营管理体系与综合评估标准；要求电商企业强化入驻商家管理，制定一次性塑料制品减量替代方案并公开执行。

其次，在《固废法》《循环经济法》以及《电子商务法》中，都应明确规定电子商务企业对于企业污染回收和再利用的法律义务。地方政府应该制定相关的法规政策鼓励电商企业开展多次循环再制造活动，并给予一定的税收优惠，以此来促进循环经济发展[4]。通过对电子商务企业使用的包装物品进行分类，对于那些可以多次循环使用的包装物品，如外部包装盒和填充物，电子商务公司被要求与快递公司合作，设立回收点和回收设备，以确保其能够被及时回收，从而达到多次循环使用的目的。对于这一流程，地方政府可以实施必要的奖励措施来给予支持。

最后，据新《固体废物污染环境防治法》第六十九条的规定<sup>11</sup>，电子商务企业需要为其包装废料的回收和再利用设定一个比例标准，且必须定期将其包装产品使用情况，废弃物回收再利用等情况报有关主管部门[5]。相关主管部门还应通过不定期的随机抽查来进行监管。对于那些回收比例未达到标准、使用不可循环包装产品但未按法律规定支付押金的电子商务公司，将给予警告和罚款等处罚，从而构建一个

<sup>10</sup> 国家发展改革委，生态环境部。《关于进一步加强塑料污染治理的意见》。  
[https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-01/20/content\\_5470895.htm](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-01/20/content_5470895.htm)

<sup>11</sup> 新《固体废物污染环境防治法》第六十九条：“商品零售场所开办单位、电子商务平台企业和快递企业、外卖企业应当按照国家有关规定向商务、邮政等主管部门报告塑料袋等一次性塑料制品的使用、回收情况。国家鼓励和引导减少使用、积极回收塑料袋等一次性塑料制品，推广应用可循环、易回收、可降解的替代产品”。

电子商务企业对其包装废料回收责任机制。

## 4.2. 执法上强化电商企业环境污染的执法监管

当前,我国在电商企业污染防治的问题上存在执法主体不统一的情况,这种多个执法主体的存在不可避免地导致了监管权力的分散和监管力度的不足,从而使得电商企业污染环境的现象越来越普遍。对电子商务企业的执法监管被划分为两大部分:检查监督和处罚强制,每个部分都由各自的执法机构来进行监督。在惩罚强制阶段,其主要是针对电商企业违反相关法律法规而造成的经济损失以及违法违规行为给予相应的制裁。在商品的检查和监督过程中,电商企业主要关注的是其在网络交易所上销售的商品包装。在执法检查监督过程中,其主要针对电商企业在销售商品时使用的包装以及其包装上所标识的商标等内容进行抽查检验[6]。现阶段执法机构主要职能就是随机检查电商企业所售商品包装是否符合包装标准要求。其次,考虑到电子商务经济行为受市场监管机构直接制约,各级政府市场监管机构亦可被赋予“监督权”。“监督权”这一概念,本质上是指市场监管部门在执行监察与核查职能时,所享有的确保电子商务企业严格遵循国家既定标准,这包括但不限于监督电商企业对其商品实施绿色环保包装,以及直接受理来自公众、社会各界及媒体渠道的监督举报与反馈[7]。此外,该权力还延伸至与生态环境管理等部门的协同合作,旨在共同对电商企业可能涉及的违法行为进行环境法律责任的追究与处置,从而构建一个全面、高效的监督体系,确保电商企业的绿色与可持续发展。

鉴于电子商务企业销售的商品种类之丰富,随着科技的不断进步和技术的持续发展,预期会有更多的商品种类可以通过在线平台进行交易。由于法律在某种程度上存在滞后性,无法全面涵盖所有企业污染环境的行为,因此,给予执法部门一定的自主决策权是至关重要的,这也是立法的前瞻性的体现。当电商公司销售的商品是否存在过度包装而没有明确的法律标准时,各级政府管理部门应具有检查和监督的权利,以确保能够适应不断变化的网络交易商品种类。在这种组织结构下,对执法团队的专业能力也提出了更为严格的标准,执法部门有责任组织相关的执法人员进行系统的培训和学习,如有需要,他们可以向商品包装标准领域的权威专家或学者寻求指导,确保执法人员在执行执法职责时能够确保其决策的公正性、合理性和合法性[8]。除此之外,建议赋予相关监管部门基于大型数据库,向电子商务企业提供对其有益的资讯并对任何超出法律界限的违法行为进行及时制止的权力,将电商企业的污染防治效果达到最佳。

## 4.3. 明确电商企业的社会定位

尽管电子商务企业是一个追求最大利润的经济实体,但仍需记住企业在社会中的角色和意义。电商企业的产生在为人类带来了极大经济效益的同时,同时也为自然环境带来了一定的污染与损害。鉴于众多电商企业家的价值观和行为模式都体现着利益至上。这导致其对于环保方面的意识淡薄,无法承担起相应的社会责任。在我国电商企业发展初期,由于政府政策扶持力度不够以及监管体系不完善等原因,很多电商企业都没有意识到自身承担社会责任的必要性,也没有认识到自己应该为环境保护做些什么。这时,对于电商企业家的社会责任感的培养就显得尤为重要。通过对优秀电商企业家进行企业污染防治方面的培训和学习,能够使他们在企业管理时主动地调整企业运作模式,建立一套属于该企业的环保合规方式,做出更有利于企业绿色可持续发展的决策[9]。各商会也可与先进的环保电商企业家建立合作关系,向那些缺乏环保意识的电商企业家传授宝贵的经验和教训,使他们意识到环境保护以及污染防治是电商企业不可推卸的法律责任,并以先进的理念引领落后的企业,鼓励电子商务企业主动承担与环境保护相关的法律责任,提高其社会责任感,进而带动整个行业的绿色健康发展。

#### 4.4. 发挥环境公益诉讼的制度功能

环境公益诉讼制度作为一项新兴法律制度，其建立与完善将有利于推动我国环境保护事业的发展和生态文明建设目标的实现。在环境污染防治中，环境公益诉讼的预防功能是值得利用的。通过典型的环境公益诉讼案例，这不仅能让相关企业认识到其行为对生态环境的潜在危害，还能鼓励社会大众共同加入到监管团队中，借助社会和媒体的监督力量，为我国的生态环境保护提供策略建议，并确保所有涉及的电商企业都明白其生产和经营活动可能对自然环境带来的伤害，从而增强企业的环境保护和危机意识。在环境行政公益诉讼中，环境损害责任应被视为从消费者权益保护的角度来承担的一种独特的侵权责任方式，也就是说，环境损害责任的归责原则应当建立在过错推定的基础之上。对负责监管电商企业污染环境的执法机构而言，如出现有关机构组织不履行监管职责的行为，该执法部门有权提起环境行政公益诉讼。由于环境行政公益诉讼具有不同于普通民事诉讼时效的特殊性，所以环境行政公益诉讼也有必要适用惩罚性赔偿制度来实现其目的[10]。举例来说，在探讨执法部门行使裁量权的过程中，若发生误判，致使原本未达标于“绿色环保包装”规范的电子商务商品广泛流通于市场，进而引发环境生态的负面效应，则有必要启动环境行政公益诉讼机制。此机制旨在敦促执法机关严格遵循法律框架，切实执行其监管职能，同时，通过法律途径间接对涉及此事的电子商务企业进行责任追究，以确保环境保护的法律法规得到有效执行，维护生态平衡与可持续发展。

#### 5. 结语

我国电子商务企业在环境责任担当上存在显著不足，普遍缺失主动履行环保义务的内在驱动力，其外部环境亦亟需优化以促进行动。为扭转该局面，关键在于重塑电商企业决策者的环保观念，强化环保投资，将绿色发展战略贯穿于企业运营全程，从而激发我国电商行业内在的环境责任感与行动力。随着电子商务平台的迅猛崛起，餐饮外卖行业作为新兴力量尤为引人注目。外卖餐饮平台有责任和义务解决企业污染防治的难题，相关的政府工作部门可与餐饮外卖平台企业进行合作，将政府的环境管理与平台内部的行业环境管理相结合，从而让外卖餐饮企业更好地承担起相应的环境保护的法律义务和法律责任。通过对我国目前关于电商企业环境污染防治现状进行梳理分析，有助于进一步完善我国的可持续发展法律体系，加强电商企业的环保意识和法律责任，对电商企业污染环境行为能够及时有效的防治和惩罚，进而促进我国电商企业的绿色可持续发展。这有利于全面落实习近平生态文明思想，也是推进固废污染防治，全面加强生态环境保护的法律保障和必然要求。

#### 参考文献

- [1] 陈世华, 王皆佳. 电商快递包装绿色转型发展策略探讨[J]. 江苏航运职业技术学院学报, 2023, 22(2): 95-98.
- [2] 陈子璇. 电商企业过度包装环境法律责任研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆大学, 2021.
- [3] 王明远, 陆星瑶. 餐饮外卖平台的环境保护义务与责任研究——以餐饮包装废弃物之污染防治为重心[J]. 中国政法大学学报, 2024(3): 5-17.
- [4] 何昊, 黎建新, 刘洪深. 企业环境责任活动与消费者评价——行业环境污名的影响[J]. 经济经纬, 2017, 34(6): 93-98.
- [5] 赵引. 电商企业的环境法律责任研究[J]. 电子商务, 2019(11): 16-17.
- [6] 方堃, 姜闻远, 陈祎琳, 钱伦锋. 我国电子商务快递包装垃圾治理的立法应对[J]. 贵州大学学报(社会科学版), 2020, 38(1): 95-103.
- [7] 刘畅, 李佳忆, 黄美娜. 电商经济时代“绿色包装”发展的举措和意义[J]. 产业与科技论坛, 2020, 19(16): 12-13.
- [8] 戚小乐. 新《环境保护法》对我国企业环境责任的发展[J]. 黑龙江省政法管理干部学院学报, 2015(4): 122-130.
- [9] 郭辉, 王婉. 我国电商企业环境责任的缺失及履责障碍[J]. 观察与评论, 2019(1): 25-26.
- [10] 崔彩娜. 企业环境法律责任问题研究[J]. 哈尔滨师范大学社会科学学报, 2014, 4(3): 53-55.