



“不主动提供” 为何成了空口号？

中国酒店减塑观察报告



芜湖生态协会 公众环境研究中心 (IPE)

2026年4月



目录

- 一、酒店减塑为什么值得更多关注？**1
 - 1.塑料污染治理中的关键场景：酒店一次性用品.....1
 - 2.报告关注的重点与基本判断.....2
- 二、多方行动与实践：酒店减塑的推进现状**.....3
 - (一) 政府行动：减塑的基本要求与实施路径**.....3
 - 1.国家层面对酒店行业减塑的政策要求.....3
 - 2.地方政策的主要推进路径4
 - (二) 酒店实践：减塑的落实情况**.....7
 - 1.整体执行率：核心要求普遍未落实.....7
 - 2.监管能见度：政策难以在酒店场景中被感知.....8
 - 3.星级酒店和连锁酒店：条件更好，执行反而更差.....9
 - 4.现有替代方案：技术路径可行，但规模有限.....9
 - (三) 行业与平台行动：承诺与执行的现实图景**.....10
 - 1.酒店集团的减塑举措：从承诺到实践的多路径探索.....10
 - 2.OTA平台行动：从信息提示到市场激励12
 - (四) 公众与消费者：态度、行动与响应**.....13
 - 1.政策认知：理念认同高，制度理解有限.....13
 - 2.使用习惯：自带行为增长，但便利性仍主导选择.....13
 - 3.对替代方案的接受度：支持转型，卫生与便利是核心关切.....14

三、困局何来：酒店减塑治理链条的三重断点.....16

(一) 断点一：政策要求与监管执行未能形成有效约束.....16

- 1.政策信号不清晰：要求没有变成可操作的规则.....16
- 2.方向明确，但缺少真正落地执行的制度抓手.....17
- 3.激励机制缺失：合规无法转化为竞争优势.....19

(二) 断点二：行业主体缺乏足够的内生动力与协同行动.....20

- 1.酒店运营的风险规避：差评压力优先于环保责任.....20
- 2.集团管理的承诺断层：ESG 战略难以转化为运营规则.....21
- 3.平台规则的激励错配：流量机制难以支持减塑转型.....21

(三) 断点三：替代方案落地面临系统性张力与实践冲突.....23

- 1.成本与供应链瓶颈：减塑投入与经营现实之间的矛盾.....24
- 2.运营管理复杂度提升：从取消用品到重构服务体系.....25
- 3.消费者沟通与信任挑战：卫生认知与环保理念之间的张力.....26

四、行动方向与联合倡议：推动酒店减塑走向实质性改变.....28

(一) 推动改变的基本判断：酒店减塑需要从“原则倡导”走向“系统转型”.....28

(二) 从各主体出发的行动路径建议.....29

- 1.政府：强化政策引领，筑牢监管根基.....29
- 2.酒店：主动担当，践行绿色承诺.....29
- 3.平台与行业组织：塑造市场激励，赋能绿色选择.....30
- 4.公众：践行绿色消费，助力监督共治.....30
- 5.供应链：推动产品创新，支撑系统转型.....30



一、酒店减塑为什么值得更多关注？

1. 塑料污染治理中的关键场景：酒店一次性用品

近年来，塑料污染已成为全球环境治理的重要议题之一。据统计，全球塑料年产量已超过4.3亿吨，每年产生约4亿吨塑料废弃物，而全球塑料回收率长期停滞在9%左右^①。国际社会公认的废弃物管理优先次序中明确将源头减量置于首位，被视为治理塑料污染的根本之道与最优策略^②。

中国已将塑料污染治理纳入国家生态文明建设总体部署。国家发展改革委、生态环境部于2020年发布的《关于进一步加强塑料污染治理的意见》（以下简称“新限塑令”）明确提出“到2022年底，星级宾馆、酒店不再主动提供一次性塑料制品；到2025年底，实施范围扩大至所有宾馆、酒店、民宿”；2021年的《“十四五”塑料污染治理行动方案》进一步要求在住宿等重点领域大幅减少一次性塑料制品使用。2023年商务部、国家发展改革委发布的《商务领域经营者使用、报告一次性塑料制品管理办法》首次将住宿业纳入一次性塑料制品使用与报告管理范围。这些政策为酒店减塑划定了清晰的时间线与监管框架。

作为服务型消费的典型代表，酒店在一次性塑料制品的使用与管理中具有高度集中性与示范效应，是检验这一政策落地的关键场景。中国酒店业体量庞大：截至2024年底，全国酒店住宿设施总数已达约57.1万，客房总数约1764.32万间^③。若每间客房每日提供一套“六小件”^④，即便仅按30%的入住率估算，全国每日也将消耗数百万套一次性洗漱用品。高客房周转率与高频服务需求，使一次性洗漱用品成为塑料消耗的重要来源。这些物品往往使用时间极短、废弃量巨大、回收利用率极低，在缺乏系统管理的情况下，对资源效率与环境治理构成持续挑战。

① Plastics Europe. (2025). Plastics Industry Overview 2025. Plastics Europe. .

② OECD. (2025). Regional Plastics Outlook for Southeast and East Asia. OECD Publishing.

③ 中国饭店协会,携程集团,上海盈蝶企业管理咨询有限公司等. 2025中国酒店业发展报告[R].

④ “六小件”是指酒店为顾客免费提供的一次性洗漱用品，通常包括牙刷、牙膏、香皂、浴液、拖鞋、梳子等6种即用即弃的客房日用品

2.报告关注的重点与基本判断

酒店行业对“不主动提供一次性用品”政策的执行率极低，合规情况远未达到政策预期。公众环境研究中心（IPE）覆盖256个城市、1867家酒店的观察数据^①显示，全国范围内落实“不主动提供”的酒店占比仅为8.4%；本应发挥示范作用的星级酒店，在牙刷和梳子“不主动提供”方面的执行比例低于非星级酒店。

这一现状并非政府或酒店等单一主体的“执行不力”，而是陷入一种典型的政策困局——目标清晰，但执行链条存在多重断点。具体而言：政策界定与执法标准存在模糊空间；监管力度与稳定性不足；酒店因客诉压力与商业竞争而缺乏转型动力；消费者环保认知尚未有效转化为稳定行为；替代方案在成本、供应链适配与卫生信任层面仍面临多重挑战。这些因素相互叠加，使行业整体转型明显滞后。

本报告基于多源实证数据与深度访谈，系统梳理了酒店减塑的政策执行现状、行业实践与公众响应，并试图识别影响政策落地的关键机制与核心断点。打破现有困局，需要多方协同，更需明确优先次序与责任边界。

本报告是“中国住宿行业废弃物减量观察系列报告”之一，旨在从住宿行业全景出发，系统分析政策执行现状、治理链条断点与多方行动路径。系列中的另一份报告《迈向无废酒店？——酒店业一次性用品减量调查报告》聚焦星级酒店，尤其是高端星级酒店在落实一次性客房用品减量政策方面的执行问题。两份报告基于共同的数据基础，但视角和侧重不同：本报告着眼行业全局的系统性转型；另一份报告则在于揭示星级酒店的特殊困境与责任。建议对照阅读，以获得更完整的认识。

^① 公众环境研究中心（IPE）于2023年发起“蔚蓝地图APP或小程序”减塑观察活动。



二、多方行动与实践：酒店减塑的推进现状

（一）政府行动：减塑的基本要求与实施路径

1.国家层面对酒店行业减塑的政策要求

目前，国家层面尚未出台专门针对酒店行业的单行法规，相关要求主要分散嵌入在塑料污染治理、固体废物管理及行业管理政策中，逐步形成以“不主动提供”为核心行为规范、以源头减量为导向、以替代推广为支撑的政策框架（如表1所示）。

政策文件	相关内容要点	对酒店行业的直接要求
《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》（2020）	禁止、限制不可降解塑料制品；鼓励减量、回收和替代；设定行政处罚	旅游、住宿等行业应当按照国家有关规定推行不主动提供一次性用品。
《关于进一步加强塑料污染治理的意见》（2020）	明确重点场所减塑目标与时间节点	到2022年底，全国范围星级宾馆、酒店等场所不再主动提供一次性塑料制品，可通过设置自助购买机、提供续充型洗洁剂等方式提供相关服务；到2025年底，实施范围扩大至所有宾馆、酒店、民宿。
《商务领域经营者使用、报告一次性塑料制品管理办法》（2023）	依法禁止、限制使用不可降解塑料袋等一次性塑料制品；鼓励减量、回收和替代；规定应报送一次性用品使用和回收情况的行业	旅游、住宿等行业应当按照国家有关规定推行不主动提供一次性用品。鼓励住宿经营者通过激励措施引导消费者减少一次性塑料制品使用。
《禁止、限制生产、销售和使用的塑料制品目录（征求意见稿）》2023	细化禁限品类与管理标准	明确一次性塑料制品的管控范围，为地方制定目录提供参考
《“十四五”塑料污染治理行动方案》	强调落实经营者主体责任	商务部门督促指导商品零售、电子商务、餐饮、住宿等经营者落实主体责任。
《“十四五”时期“无废城市”建设工作方案》	推动重点单位开展“无废细胞”建设	将酒店、饭店纳入“无废城市”建设指标体系

表1 国家层面与酒店减塑直接相关的政策要求

总体来看，国家层面的政策导向主要体现在三个方面：

- 一是明确“不主动提供一次性塑料制品”作为酒店经营活动中的基本行为要求；
- 二是通过阶段性目标安排，引导政策实施范围由星级酒店逐步扩展至整个住宿行业；
- 三是将酒店减塑纳入塑料污染治理与“无废城市”建设等更广泛的环境治理体系之中，使其成为源头减量的重要实践场景。

2.地方政策的主要推进路径

(1) 以地方性法规明确行为规范与法律责任

部分地区通过地方立法，将酒店减塑要求转化为具有法律效力的行为规范。据统计，截至2025年底，全国已有27个省（自治区、直辖市）通过地方性法规、政府规章将酒店行业一次性塑料制品管控纳入法治轨道，其中15个省市在《生活垃圾管理条例》中明确住宿行业的禁塑义务与监管规则。

例如北京、天津、上海、深圳等地在生活垃圾管理条例中明确规定旅馆业经营者不得主动提供客房一次性日用品，并设置了罚则（如表2所示）。此类做法的特点在于，将原本的政策倡导转化为明确的法律义务，为执法部门提供了可操作依据，同时在制度层面压缩了“不主动提供”的解释空间。

城市	条例名称	对象	执法部门	处罚力度（元）
北京	《北京市生活垃圾管理条例》（2020年）	一次性洗漱用品	城市管理综合执法部门	5000-10000 10000-50000（再次违反）
天津	《天津市生活垃圾管理条例》（2020年）	客房一次性日用品	文化和旅游部门	500-5000
上海	《上海市生活垃圾管理条例》（2019年）	客房一次性日用品	文化和旅游部门	500-5000
浙江	《浙江省生活垃圾管理条例》（2021年）	一次性用品	文化旅游主管部门	1000-10000
深圳	《深圳市生活垃圾管理条例》（2020年）	客房一次性日用品	市场监管部门	1000-5000
珠海	《珠海经济特区生活垃圾分类管理条例》（2021年）	客房一次性日用品	旅游部门及其他相关部门	1000-5000

表2 部分城市生活垃圾管理条例中酒店减塑执法的相关部门及罚则要求

另一类地区，如重庆、成都等地虽在生活垃圾管理条例中明确提出不得主动提供，并发布一次性用品禁限目录，但未同步设置处罚条款。更普遍的情况是沿用《固废法》中的原则性表述“旅游、住宿等行业应当按照国家有关规定不主动提供一次性用品”，而缺乏进一步细化。



(2) 以专项治理行动推动政策集中落实

除立法路径外，多地通过专项治理行动推进酒店减塑。广东、河南、安徽、甘肃、湖北等地由文旅部门牵头，联合市场监管、生态环境等部门开展旅游住宿业塑料污染治理专项行动，通常包括集中排查、整改通知、阶段性检查与公开通报等措施。

关于印发《咸宁市旅游住宿业塑料污染治理专项行动方案》的通知

索引号：MB1961735/2023-22153

主题分类：政务公开

名称：关于印发《咸宁市旅游住宿业塑料污染治理专项行动方案》的通知

有效性：有效

文号：无

发文单位：咸宁市文化和旅游局

发布日期：2023年07月17日

发文日期：2023年07月17日

图1 咸宁市旅游住宿业塑料污染治理专项行动方案文件截图

(3) 以行业评定与示范创建引导超越合规的行动

除约束性工具外，一些地区通过行业管理与示范创建等“软约束”工具推动酒店减塑。这类做法不直接依赖处罚，而是将减塑要求嵌入星级饭店复核、文明旅游示范单位创建、“无废酒店”“绿色饭店”等评定体系，通过行业评价和品牌激励影响酒店行为。例如，深圳依据《深圳市酒店生活垃圾分类工作指引》开展“3R无废酒店”遴选，将“不主动提供一次性日用品”作为核心要求之一（如图2）。



图2 深圳市“3R无废酒店”创建2025年评定海报

广州将“无废酒店”建设纳入星级酒店年度复核，把“是否减少使用一次性用品”作为重要检查内容，并与旅游行业诚信体系建设挂钩。海口在“无废酒店”创建评定中，将减塑纳入《海口市“无废酒店”评分标准表》，对酒店减少一次性用品使用情况开展检查与评分（如图3所示）。

《海口市“无废酒店”创建工作细则》

——第十三条 通过网络媒体、购票软件、手机短信等多渠道、多形式鼓励顾客自带洗漱用品入住酒店，设置部分客房试点不主动提供一次性洗漱用品，可通过设置自助购买机等方式提供相关替代服务。

——第十四条 倡导使用可循环、可重复使用的环保型日用品，推广使用可循环使用拖鞋，以大瓶容器取代一次性小瓶容器盛放洗浴用品，不主动更换客房布草，并设置环保提示卡。

——第十五条 餐厅、食堂倡导光盘行动，不主动提供一次性餐具，提醒顾客适度点餐，提供打包服务，减少厨余垃圾产生。

《海口市“无废酒店”评分标准表》

——制定禁塑计划并组织实施，全面禁止销售和使用列入禁止名录的一次性不可降解塑料制品【评分说明：制定禁塑计划 1 分；结合检查达到禁塑要求 1 分】。

——部分客房试点不主动提供客房一次性日用品，有相关替代服务举措【评分说明：结合检查有客房试行不主动提供一次性日用品 2 分，有替代服务举措 2 分】

——使用可循环使用拖鞋，以大瓶容器取代一次性小瓶盛放洗浴用品【评分说明：使用可循环使用拖鞋 2 分；大瓶容器盛放洗浴用品 2 分】餐厅不主动提供一次性餐具，倡导光盘行动【评分说明：不主动提供一次性餐具 1 分；每桌有倡导光盘行动标识 1 分】

图3 海口市关于“无废酒店”创建的工作细则与评分标准

总体而言，地方政策执行路径的特点如表3所示：

政策特征	体现方式	典型政策工具	范围及约束强度	治理体系中的位置
工具多样	多类政策工具同时推进	地方性法规 专项行动 示范创建	覆盖对象与约束程度 差异较大	并行使用，缺乏统一主导工具
差异明显	不同地区推进路径不一	强制性规定 倡导性措施	从强制到自愿不等	地方自主裁量空间较大
嵌入性 ^② 强	减塑要求 嵌入既有治理体系	垃圾分类管理 无废城市建设 旅游行业管理	随既有体系覆盖范围 变化	作为相关治理目标的组成部分

表3 地方政策在酒店减塑执行路径上的主要特征



（二）酒店实践：减塑的落实情况

1.整体执行率：核心要求普遍未落实

全国酒店在落实“不主动提供”的核心政策要求上，整体合规率处于极低水平。公众环境研究中心蔚蓝地图2023-2025年的公众酒店减塑打卡行动（以下简称“IPE蔚蓝地图”）收集的2327条有效记录显示：全国256个城市的1867家酒店中，按照“不主动提供”标准落实的酒店仅有156家，占比仅为8.4%（见图4）。

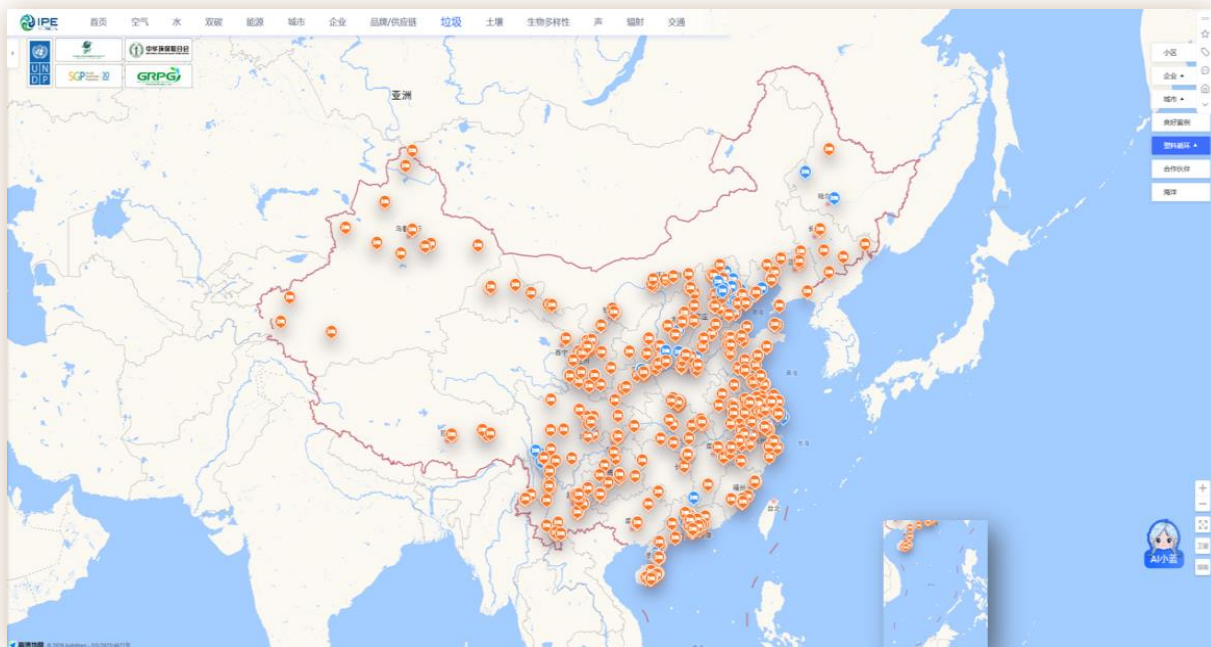


图4 蔚蓝地图-全国1867家酒店中“不主动提供一次性用品”落实情况（蓝色为“不主动提供”，橙色为“主动提供”）

地方调研同样印证了这一结论：巴渝公益2021年面向重庆主城区的调研^①中“完全不主动提供”的比例仅为1.64%；绿色潇湘2025年长沙调研显示^②超80%的酒店仍主动提供；芜湖生态同年对94家非星级酒店的调研^③中，无一家合规。

从具体品类看，大瓶装洗护用品的推进相对较快，2025年使用比例已达77.7%；但一次性牙刷和梳子“不主动提供”的酒店比例分别仅为6.4%和11%，且自2023年以来出现下降趋势（如图5所示）。

^①重庆市渝中区巴渝公益事业发展中心于2021年10月，面向主城区共收集61份酒店观察问卷、经营者访问问卷38份、酒店住客访问问卷40份，并发布《重庆市主城区2021“新限塑令”执行情况的调研报告》。

^② 湖南绿色潇湘环保公益组织于2025年1至6月，在长沙市内连锁酒店开展减塑观察打卡活动，累计收到有效观察数据102条。

^③ 芜湖市生态环境保护志愿者协会于2025年11月，对芜湖市内的100家非星级酒店进行打卡观察，有效观察数据94条。

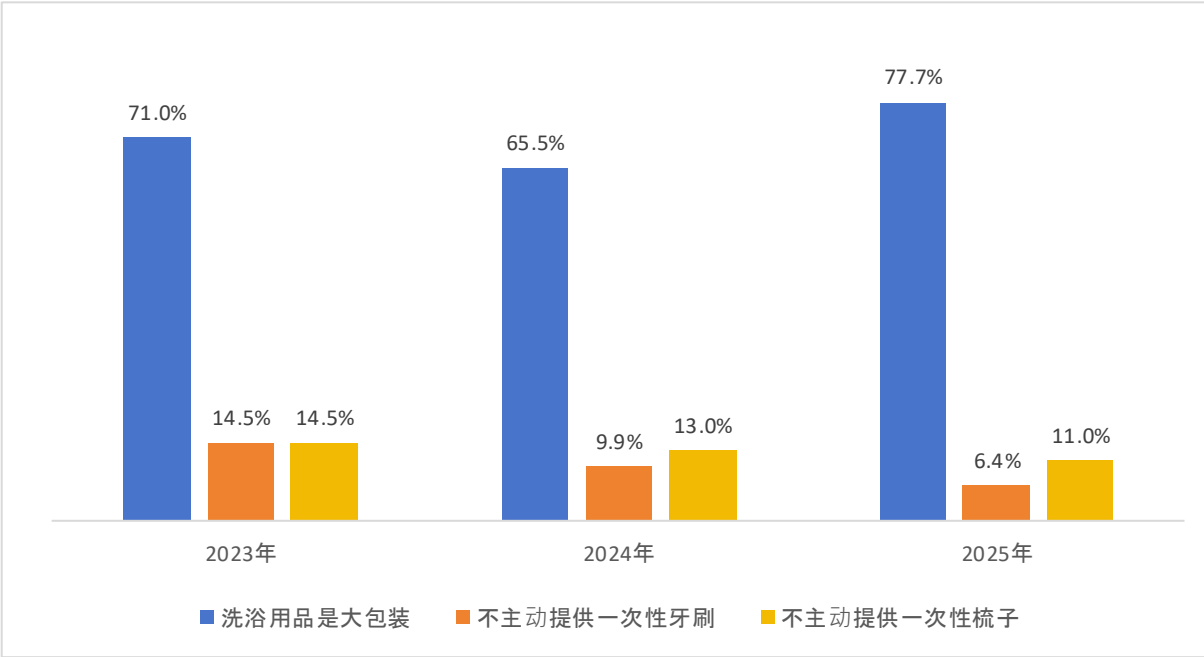


图5 IPE蔚蓝地图 - 酒店“不主动提供一次性用品”分品类落实情况

2.监管能见度：政策难以在酒店场景中被感知

减塑政策在酒店日常运营中的可见度整体偏低。调研显示：重庆主城区61家酒店中无一设置减塑相关提示；南京、长沙、合肥三城117家酒店中仅12家设置宣传海报或提示牌；2025年长沙102家连锁酒店中有41家酒店未开展任何减塑宣传（见图6）。

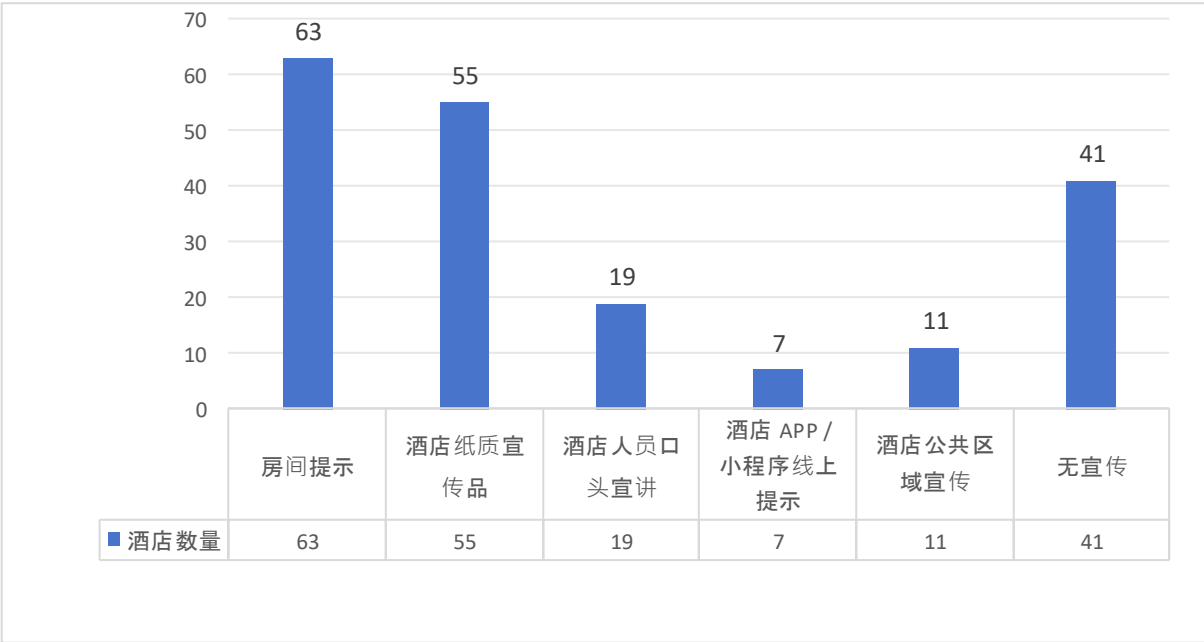


图6 绿色潇湘-湖南长沙酒店减塑观察“酒店减塑环保宣传情况”



3.星级酒店和连锁酒店：条件更好，执行反而更差

2023年受“星级酒店率先实施”政策影响，星级酒店在不主动提供一次性牙刷、梳子方面曾短暂领先于非星级酒店与民宿，但此后持续下滑。至2024-2025年，其执行率反而低于非星级酒店（见图7）。更值得关注的是，IPE对15个知名酒店集团旗下的45家星级酒店的专项调研发现：所有被调研酒店均主动提供“六小件”，无一例外。

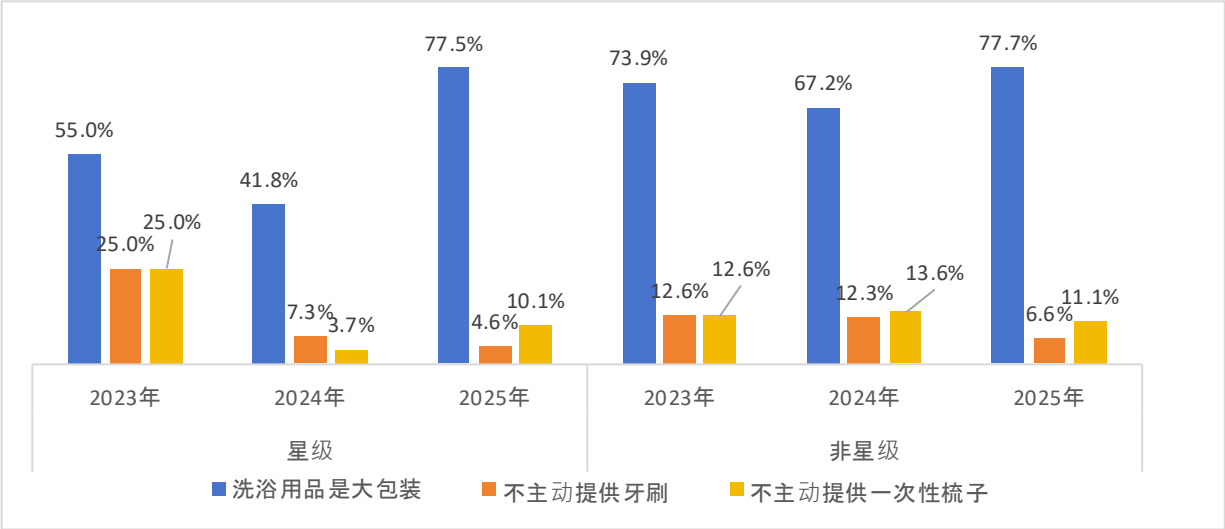


图7 IPE蔚蓝地图-星级与非星级酒店“不主动提供一次性用品”逐年落实情况

4.现有替代方案：技术路径可行，但规模有限

从技术与管理角度看，酒店行业并不缺乏减塑路径。结合国内政策与国际框架^①，现有替代方案包括如下类型（见表4）。但前文数据显示，目前除大瓶装替代措施已取得一定进展外，牙刷、梳子、拖鞋等高频一次性用品的替代推进明显滞后。

替代方案类型	核心逻辑	具体形式	优先次序及依据
服务流程替代 (不主动提供)	改变主动提供行为	不主动摆放 前台按需领取 机器人配送	高优先级 (符合源头减量原则)
产品模式替代 (重复使用)	一次性→可重复使用	可水洗拖鞋 循环使用布草 可补充包装	中优先级 (长期减量效果显著)
产品容器替代 (大包装)	小包装→可续充大包装	大瓶装洗护用品 (壁挂式/立式)	中优先级 (成本驱动下市场响应快)
产品材质替代 (其他一次性用品)	改变产品材质	PLA牙刷 秸秆梳子	需审慎 (有“漂绿”风险)

表4 酒店一次性塑料制品替代方案的类型、核心逻辑形式与优先次序

^①全球旅游塑料倡议（GTPI）由联合国旅游组织与联合国环境署于2020年联合发起。其“消除—创新—循环”路径含义为：消除不必要的一次性塑料制品；创新商业模式，推动从一次性向重复使用转型；循环确保剩余塑料实现可重复使用、可回收或可堆肥。

（三）行业与平台行动：承诺与执行的现实图景

1.酒店集团的减塑举措：从承诺到实践的多路径探索

首先是**材料替代与源头设计**。部分集团选择在维持一次性用品提供模式的前提下，通过材料替代降低环境影响（如图8所示）。如华住集团推动循环再生塑料材料应用；锦江酒店将秸秆材质“六小件”纳入品牌标准^①；洲际酒店集团计划在大中华区推广由再生塑料或竹制客房用品。

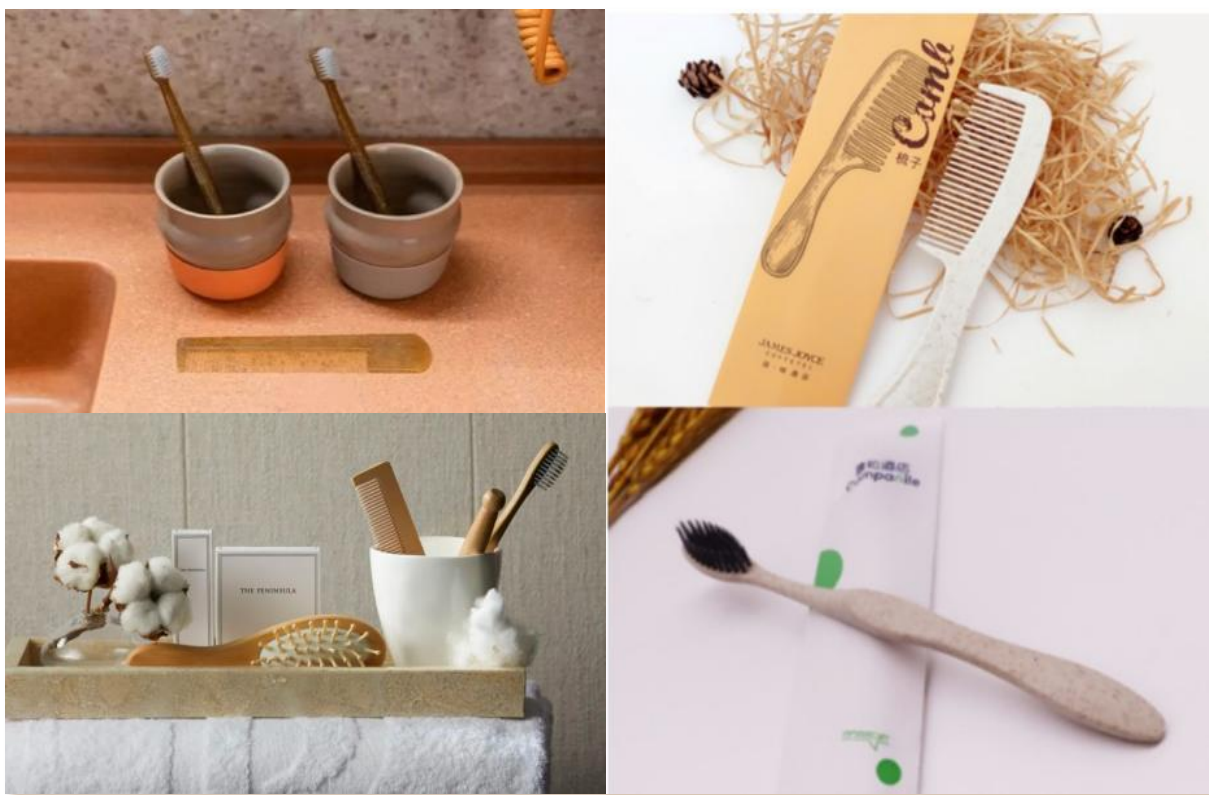


图8 橘子酒店、半岛酒店推出秸秆、竹质等替代一次性塑料客房用品

^① 锦江酒店：锦江酒店2024年度环境、社会与公司治理（ESG）报告》



其次是**服务流程调整与宾客激励**。部分集团尝试改变用品的提供方式，并引入消费者激励机制。首旅如家酒店集团在大中华区将部分用品改为“按需提供”，并与支付宝“蚂蚁森林”合作，为减少使用一次性用品的住客提供“绿色能量”，2024年覆盖445家酒店（如图9所示）



图9 首旅如家与支付宝、蚂蚁森林合作推出“绿色低碳住”广告截图

最后是**彻底移除**。少数酒店尝试采取更为激进的减量路径，即直接取消部分塑料制品的提供。例如锦江酒店与首旅酒店取消拖鞋塑料薄膜包装；君亭酒店推行“轻减之道”，逐步淘汰瓶装水^①。



图10 部分酒店集团取消一次性塑料拖鞋薄膜包装及用玻璃瓶装饮用水

^① 参见《君亭酒店：2024年度环境、社会及公司治理(ESG)报告》

2.OTA平台行动：从信息提示到市场激励

OTA平台的行动主要集中于三个方向：一是在消费者引导方面，同程、携程、飞猪、美团等平台在35个城市上线“不主动提供一次性塑料用品”提醒功能，并通过App开屏、社交媒体发布减塑倡议（如图11所示）。



图11 飞猪旅行APP“自带洗漱包 减塑我行动”的公众倡导活动界面

二是在环保标签与流量机制探索方面，部分平台尝试将环保表现与平台曝光度挂钩，例如，携程集团推出绿色酒店功能，重点展示获得全球可持续旅游理事会（GSTC）^①认证的绿色酒店，降低消费者识别绿色住宿的成本（如图12所示）。

三是在商户监管方面，去哪儿、同程、携程、飞猪等平台提出加强商户信息审核，并鼓励酒店在线展示自身减塑行动^②。



图12 携程集团“低碳酒店行动计划”活动界面

^① GSTC 认证体系，包含酒店可持续发展框架，涵盖治理机制、社会责任、文化影响及环境保护等维度。这套完善体系确保认证酒店在环境、社会和文化层面践行责任的运营实践

^② 参见锦江酒店《2024年度环境、社会与公司治理（ESG）报告》



（四）公众与消费者：态度、行动与响应

本节基于对211份问卷、多城市实地观察及30位消费者深度访谈，从政策认知、使用习惯、替代方案接受度三个维度对公众响应进行呈现。

1.政策认知：理念认同高，制度理解有限

2024年南京、长沙、合肥三城调研^①显示，61.6%的受访者听说过新限塑令，99.5%认同环保理念。但公众对政策具体内容的理解明显不足。来自芜湖的访谈^②显示，即便长期自带洗漱用品的环保从业者，对制度要求的认知也主要来源于个人实践。总体来看，公众对酒店减塑的认知仍停留在理念层面，尚未转化为对“不主动提供”规则的明确理解。

2.使用习惯：自带行为增长，但便利性仍主导选择

消费者自带洗漱用品已形成一定基础。根据《酒店客房易耗品可持续转型研究报告》，68.7%的受访者有自带习惯。重庆调研中，自带牙刷和牙膏的比例分别达到27.5%和25.0%，若将“偶尔自带”等情况计入，比例超过半数（如图13所示）。

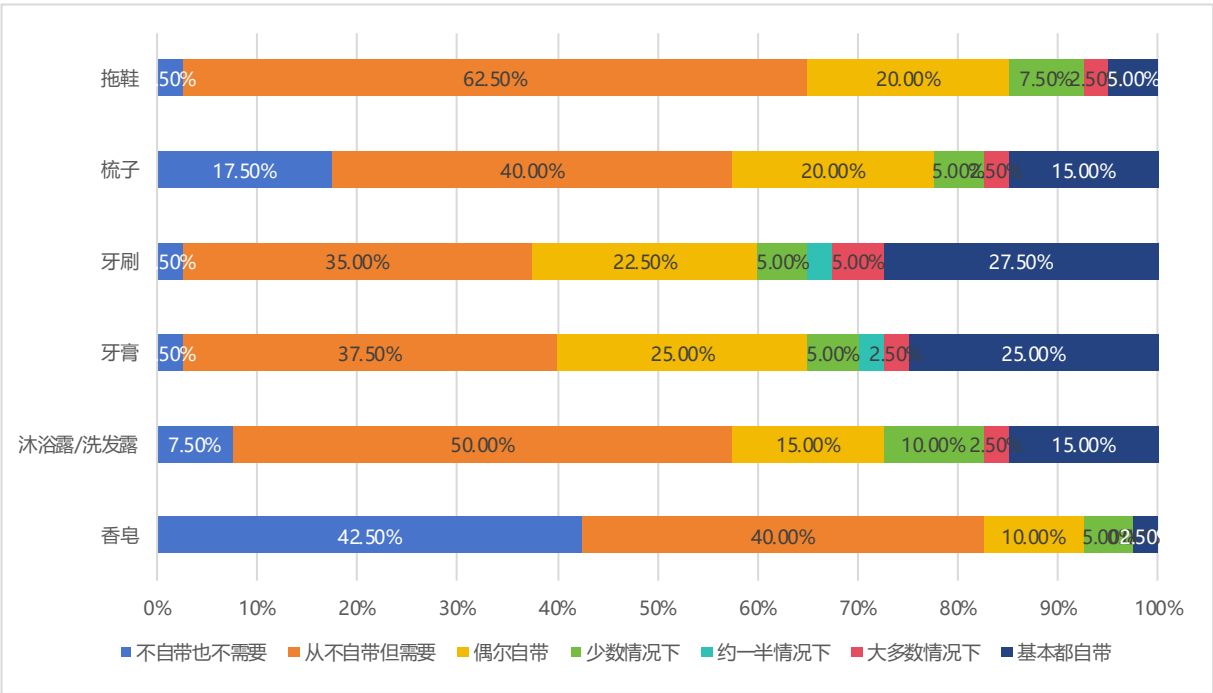


图13 巴渝公益-重庆（主城区）酒店减塑观察“酒店住客自带酒店用品情况”

① MSC咨询、绿色潇湘、南京绿石、芜湖生态等机构于2024年联合发布的《酒店客房易耗品可持续转型研究报告》

② 芜湖生态于2025年12月开展的酒店消费者线上访谈，共搜集来自全国各地共30位受访者对酒店减塑的态度、看法和行为倾向

然而，在酒店主动提供的情境下，一次性用品使用率依然较高。在酒店主动且免费提供的情况下，一次性拖鞋、牙刷、梳子的使用比例分别高达80.0%、65.0%和60.0%（如图14）。即使改为按需领取，一次性拖鞋的使用比例仍达77.5%，一次性牙刷为55.0%。这意味着，消费者并非缺乏环保意识，而是在真实出行情境中，便利性仍具有决定性影响。即使改为按需领取，一次性拖鞋的使用比例仍达77.5%，一次性牙刷为55.0%。这意味着，消费者并非缺乏环保意识，而是在真实出行情境中，便利性仍具有决定性影响。

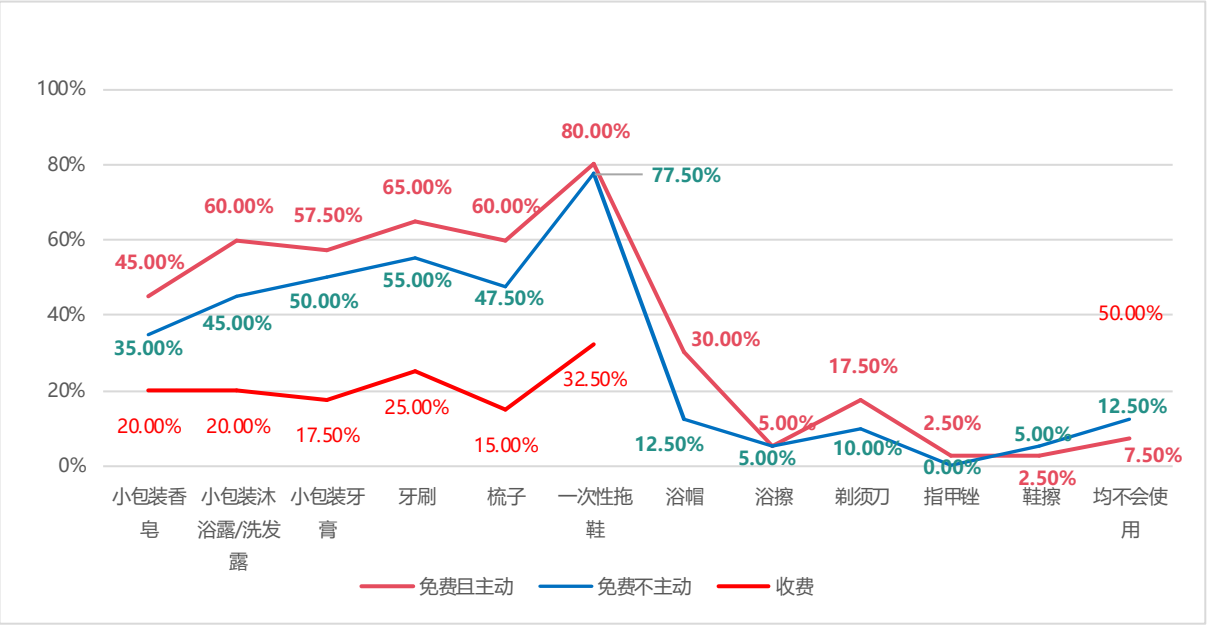


图14 巴渝公益-重庆（主城区）酒店减塑观察 “不同情形酒店住客对六小件的需求”

访谈也反映出明显的出行场景差异：“因为出差通常比较着急，拿着身份证就走了，还要带电脑，带太多洗漱用品很不方便。基本都会使用酒店的一次性用品，梳子、沐浴露、洗发露都会用。（山东姜女士-电访20251201）”^①这表明，在商务出行、短途旅行等场景中仍具有相对刚性的需求。

3.对替代方案的接受度：支持转型，卫生与便利是核心关切

消费者对酒店减塑的替代方案整体持开放态度，但呈现明显的“有条件接受”。

在提供方式上，多数消费者接受“不主动提供、按需领取”。“这个我完全OK，对我不会有任何的影响，去拿就好了（合肥戴女士-线上访谈20251203）”

① 芜湖生态于2025年12月开展的酒店消费者线上访谈，共搜集来自全国各地共30位受访者对酒店减塑的态度、看法和行为倾向



在替代产品上，接受度存在明显差异：大瓶替换小瓶认可度较高，不少消费者认为“使用更方便”“体验感更好”。可重复使用拖鞋则因卫生担忧接受度较低，如有网友表示担心重复使用的拖鞋会染上脚气。

“我可不想穿重复使用的拖鞋，万一上一个顾客有脚气，那我岂不是莫名其妙就被传上了。”——网友‘燕子衔新泥’微博评论。

在激励机制上，消费者对经济激励反应积极。调研显示（如图15）：45.0%的受访者支持牙刷、梳子等用品实施“不使用者予以退费”，32.5%支持“收费提供”。部分受访者建议增加“是否需要一次性用品”选项或积分奖励机制。

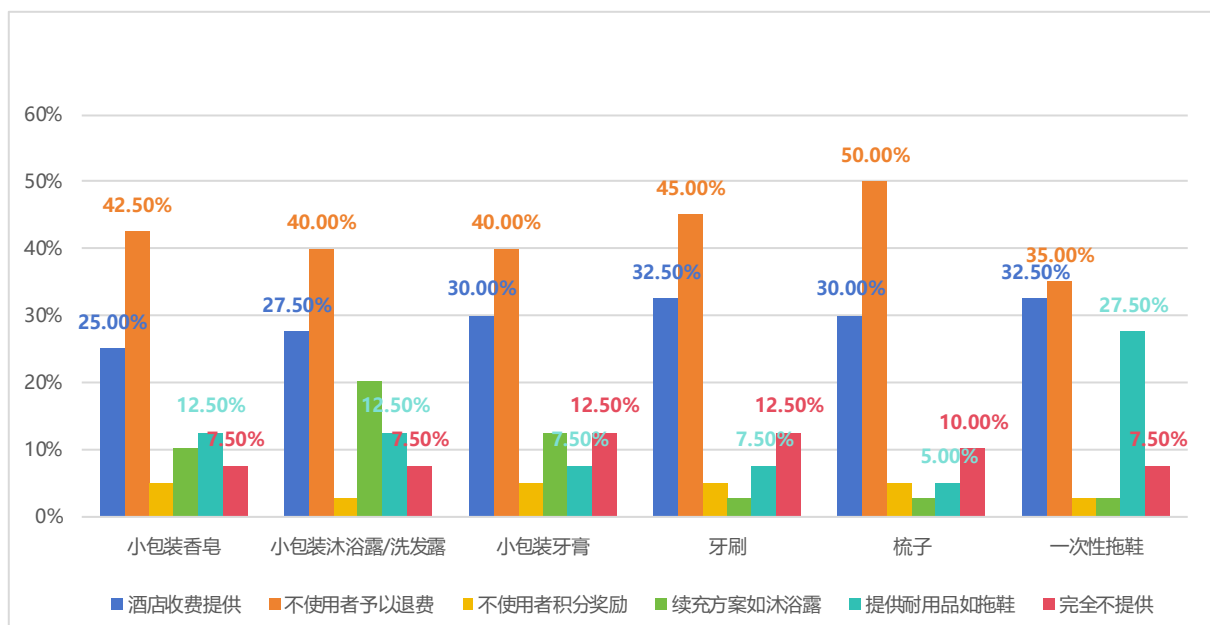


图15 巴渝公益 - 重庆（主城区）酒店减塑观察“酒店住客对提供或替代六小件的选择”

三、困局何来：酒店减塑治理链条的三重断点

（一）断点一：政策要求与监管执行未能形成有效约束

当前酒店减塑推进面临的首要问题，并非行业不愿配合环保，而是政策要求未能转化为必须执行的经营规定。“不主动提供”更多停留在倡导层面，尚未形成清晰、稳定的外部约束。

1.政策信号不清晰：要求没有变成可操作的规则

从国家到地方，各级政策都提出“不主动提供一次性用品”，但在具体执行层面，大量关键问题缺乏明确界定。例如：

- 一次性用品具体指哪些？拖鞋、小瓶装洗护用品算不算？
- 放前台自取算不算“不主动提供”？换成可降解材料是否算合规？
- 不执行会不会被处罚？

不同地区理解口径差异很大（见表5），跨区经营的连锁酒店往往需要自己判断政策边界，导致经营者不敢轻易调整。

地区	政策表述	具体范围界定
国家	不再主动提供一次性塑料用品	塑料梳子、牙刷、肥皂盒、针线盒、浴帽、洗涤护理品容器、洗衣袋等。
北京	不得主动提供洗漱用品	一次性筷子、叉子、勺子、洗漱用品
重庆	不得主动提供，鼓励使用绿色环保产品	牙刷、梳子、浴擦、剃须刀、指甲锉、鞋擦等9类
厦门	不主动提供且不在客房内摆放	牙刷、梳子、剃须刀、鞋擦、浴擦、指甲锉。
河南泌阳	不主动提供，客人要求时送到房间	设置续充型洗洁用品（不小于300ml）

表5 酒店减塑相关政策文本中的表述及具体范围界定（不完全展示）



调研访谈也反映出这种普遍困惑：

“我们知道有新限塑令，但没收到过具体的执行细则。可降解的塑料牙刷算不算合规？有没有明确的执行截止日期？万一弄错了被罚，就亏大了……”（芜湖某自营酒店老板）

“集团有环保倡议，但本地的市场监管局、文旅局没给过任何书面通知和具体的执行要求。现在都按老规矩来，怕贸然取消一次性用品引发大量投诉。”（芜湖某连锁酒店门店店长）

政策信号的不清晰，直接导致了酒店实践的“选择性执行”，即只做那些成本低、易操作、不触及核心服务模式的措施。正如本报告第二部分的数据显示：大瓶装洗护用品因能够降低成本，推进程度比一次性牙刷和梳子“不主动提供”高出50%以上。

2.方向明确，但缺少真正落地执行的制度抓手

更现实的问题是，目前针对酒店主动提供一次性用品的行为，缺少直接可用的监管依据。现行法律政策（如新限塑令、固废法）主要从总体方向提出要求，对“主动提供”行为没有明确的处罚条款。许多地方在实际管理时，只能借助垃圾分类或城市管理相关规定进行间接约束。

与此同时，监管体系也未能形成闭环。如表6所示，酒店减塑涉及生态环境、文旅、商务、市场监管等多个部门，职责边界模糊。调研中，不同部门普遍将执法责任指向其他单位：商务部门称以配合指导为主，文旅部门表示在星级评定中倡导，市场监管部门则缺乏专门执法安排。多头管理导致责任分散、行动缓慢。

地区	政策文件名称	牵头/发文单位	部分行动主体
江门	《关于不主动提供客房一次性日用品的通知》	市无废办、市发改局、市商务局、市文广旅体局	市各级相关执法部门
深圳	《酒店（民宿）生活垃圾分类工作指引》	市城市管理和综合执法局、市生态环境局、市文化广电旅游体育局	各区政府、酒店业商会
上海	《酒店住宿场所生活垃圾分类指引》	市绿化和市容管理局	酒店行业主管部门
大连	星级酒店专项联合督导行动	市生态环境局、市文旅局	检查组（含联合部门）
海口	《“无废酒店”创建工作细则》及评分标准	市旅游和文化广电体育局、市生态环境局	市生态环境局、区旅游文体局、协会等督导检查小组
重庆	《重庆市“无废城市细胞”建设评估指南》 《关于开展重庆市“无废城市细胞”创建活动的通知》	市生态环境局、市发改委、市文化旅游委、市城管局等10部门	市政府、行业协会

地区	政策文件名称	牵头/发文单位	部分行动主体
福建	《关于进一步推进生活垃圾分类工作的实施方案》《关于开展旅游住宿业塑料污染治理的通知》	省住建厅、文旅厅等12部门；	各地市文旅系统、旅游协会
河南	《关于进一步加强全省星级饭店塑料污染治理工作的通知》《关于旅游住宿业做好塑料污染治理工作的通知》	卫健委；文旅局	地级市政府联合督查组、旅游行政管理部門
湖北	《湖北省旅游住宿业塑料污染治理专项行动方案》《咸宁市旅游住宿业塑料污染治理专项行动方案》	省文旅厅；市文化和旅游局	市文旅局、检查组

表6 部分省市酒店减塑政策牵头/发布单位及行动主体

这一制度上的空白导致的结果是：酒店虽知道政策方向，但很少会因为提供一次性用品被处罚。芜湖调研中，14家受访酒店均表示从未收到正式书面执行文件。这种模糊进一步演变为监管的停滞。某区级商务局相关负责人坦言：“没有收到过上级的专项执法部署，也缺乏明确的履职清单与法律依据，无法主动开展检查执法工作。”

执法数据进一步揭示了监管约束的不足。IPE整理的225个有效执法案例显示（如图16、17）：平均罚款仅为1952元；超过72%的案例，罚款集中在1000-5000元区间；执法案例仅覆盖全国少数城市，95%以上地级行政区尚无相关记录。

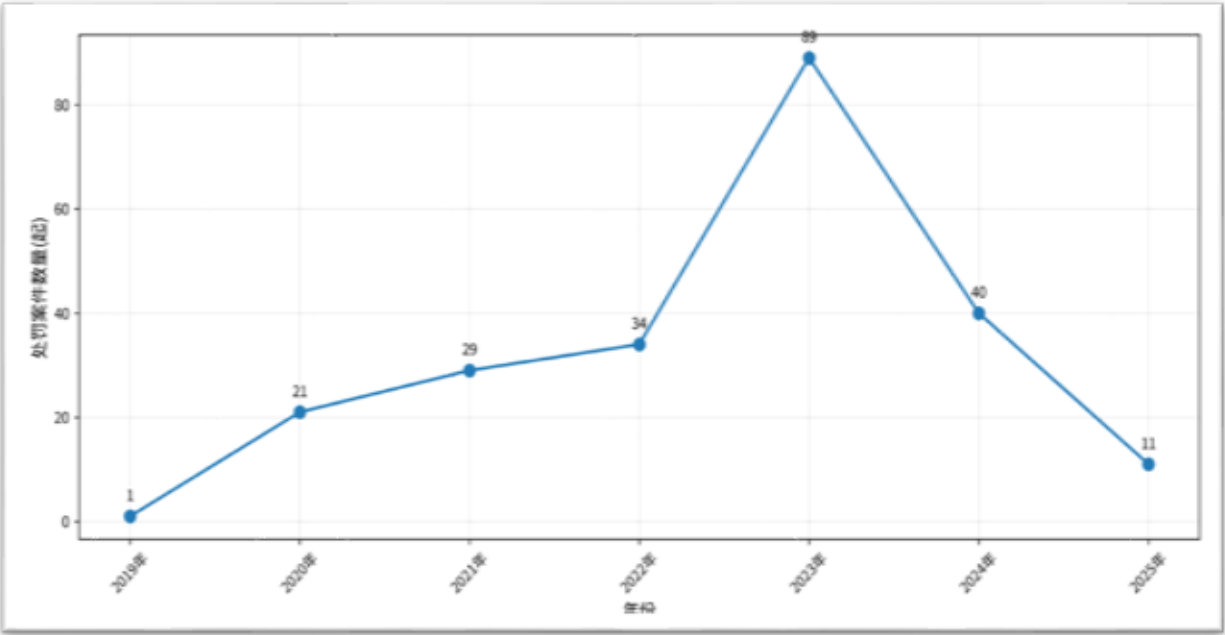


图16 全国酒店一次性用品违规提供处罚案件数量及变化趋势



相较于酒店经营收入规模，此类处罚难以构成实质性约束。同时，年度执法数量波动剧烈，2023年峰值（89例）是2019年谷底（1例）的89倍，呈现典型的“运动式执法”特征。市场由此形成一个明确预期：违规被查概率低、违规成本可控。在这样的环境下，维持现状成为多数酒店最稳妥的选择。

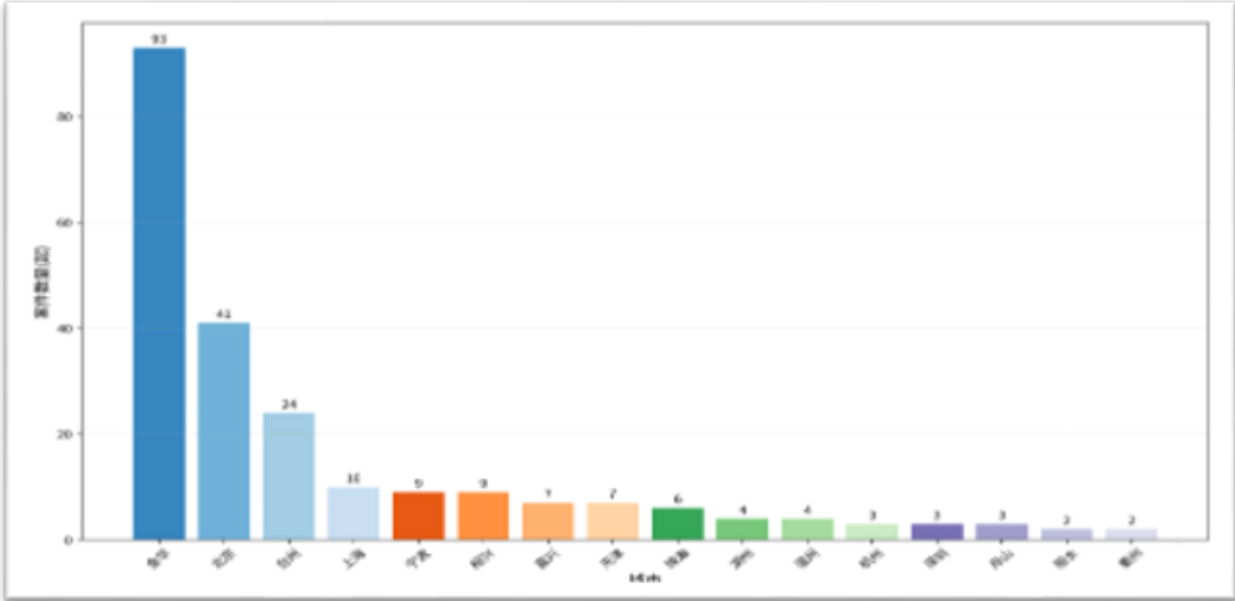


图17 全国各城市酒店一次性用品违规提供处罚案件分布情况

3.激励机制缺失：合规无法转化为竞争优势

除约束不足外，当前政策体系亦未建立有效的正向激励机制。对于率先落实“不主动提供”的酒店而言，减塑往往意味着额外投入与潜在客诉风险。但由于行业执行标准不统一，消费者难以区分合规减塑与服务缩水，先行者反而可能面临订单流失压力，形成“谁先改变，谁承担成本”的逆向激励。

激励措施	常见表述	存在问题
推广可循环、大瓶洗护用品	鼓励使用大瓶装洗浴用品 推广可循环使用拖鞋	缺乏产品标准、采购指引 替换成本高，缺乏补贴
设置自助购买机、续充装置	可通过自助购买机 续充型洗洁剂等方式提供	无具体设置标准、运营规范
纳入“绿色饭店”“无废酒店”评定	将限塑要求纳入星级评定 、绿色饭店创建	评分比重低、复核周期长
消费者引导与宣传	在前厅/客房设置温馨提示 开展绿色消费宣传	缺乏统一的宣传物料

表7 酒店减塑激励政策的表述、问题及落实难点

与此同时，现行政策文本中大量使用“鼓励”“倡导”等表述（见表7），但配套的财政支持、评级加分、平台流量倾斜或品牌认证机制仍较为有限，环保合规无法转化为可感知的市场收益。

简言之，当前制度环境既未形成明确惩戒，也未提供足够奖励：合规者难以获得收益，违规者无需承担足够代价。行业由此缺乏统一的转型节奏，政策目标与市场行为之间出现脱节，构成酒店减塑治理链条的第一重断点。

（二）断点二：行业主体缺乏足够的内生动力与协同行动

监管约束不足时，酒店减塑还取决于行业的内生动力。但调研显示，从单体酒店到集团、平台，均缺乏将减塑融入核心经营逻辑的激励，各方各自为战，难以形成合力。

1.酒店运营的风险规避：差评压力优先于环保责任

酒店日常经营决策高度受即时市场反馈的影响，其中最具约束力的并非监管处罚，而是顾客投诉与线上评分体系。差评意味着直接的订单损失与平台排名下降，其影响即时可量化；而环保责任更具长期性与公共性，政策执行风险又相对有限。两者权重差异，使酒店倾向优先满足消费者的即时需求。多位受访经营者的叙述呈现出一致的逻辑：

“牙刷绝对是刚需中的刚需，年轻游客出门图省事，基本都不带，要是没提供，投诉电话能打爆。三天收到10多起投诉，说我们服务缩水，没办法又恢复了。（芜湖某星级酒店门店店长）”

“一次性牙刷没办法取消，需求太大，差不多90%的住客都会要。之前试着取消，结果投诉量翻倍，还影响了线上评分。（芜湖某连锁酒店店长）”

消费者调研数据也印证了这一点。调查显示，认同“减少资源浪费”的受访者比例（54.7%）与认为“自带用品不便”的比例（54.2%）高度接近^①。这意味着，环保态度并未能稳定转化为支持减塑的消费行为。在免费提供情境下，未提供用品更容易触发投诉，而非获得环保认同。

这种结构下，酒店面临的是一种典型的“双重风险不对称”——主动减塑意味着投诉与差评风险上升，但继续提供几乎不存在市场惩罚。因此，维持现有供应方式并非完全是环保意识缺失，同时也是符合经营理性的风险规避行为。

^① 青年调查：酒店不提供一次性日用品 超七成受访者支持.2019年7月22日



2.集团管理的承诺断层：ESG战略难以转化为运营规则

从集团层面看，多数大型酒店集团已将减塑纳入ESG或可持续发展战略，但战略承诺与一线执行之间存在明显落差。公开披露显示，酒店集团ESG报告中的减塑内容多以案例展示形式出现，例如介绍某品牌或旗舰店试点“不主动提供六小件”，却较少披露集团整体覆盖比例、执行进度或量化减量成果。这类披露更接近品牌展示，而非经营管理指标。



图18 IPE调研涉及酒店集团与锦江酒店2024年ESG报告封面

前述对45家四、五星级酒店的实地调研也印证了这一现象。部分在ESG报告中提出“停止使用一次性塑料”目标的国际酒店集团，其受访门店仍主动提供全套一次性用品。一线门店的反馈揭示了其中机制：

“总部有环保指引和线上培训，但没有时间表和考核，地方也没有明确要求。经理说等地方明确了再统一调整，现在大家都是按老规矩来。（芜湖某星级酒店门店经理）”

集团内部的环保倡议往往停留在价值观宣导层面，缺乏配套的明确执行细则、成本分担机制、绩效考核标准、风险兜底安排。在加盟与特许经营比例较高的行业结构中，总部若未将减塑纳入硬性管理要求，门店便倾向维持既有服务模式，以避免经营风险。

3.平台规则的激励错配：流量机制难以支持减塑转型

在线预订平台（OTA）已成为影响酒店经营决策的关键基础设施，其评分、排序与流量分配机制，深刻地塑造着行业行为。当前平台规则以转化率与用户体验为核心优化目标，在客观上强化了价格与配置竞争，而非环境绩效竞争。

如图19所示，在多数平台的页面中：

- “洗漱用品齐全” 仍被默认为服务标准；
- 极少设置“按需提供”或“不主动提供”的明确展示选项；
- 用户在比价时自然将一次性用品视为性价比组成部分。

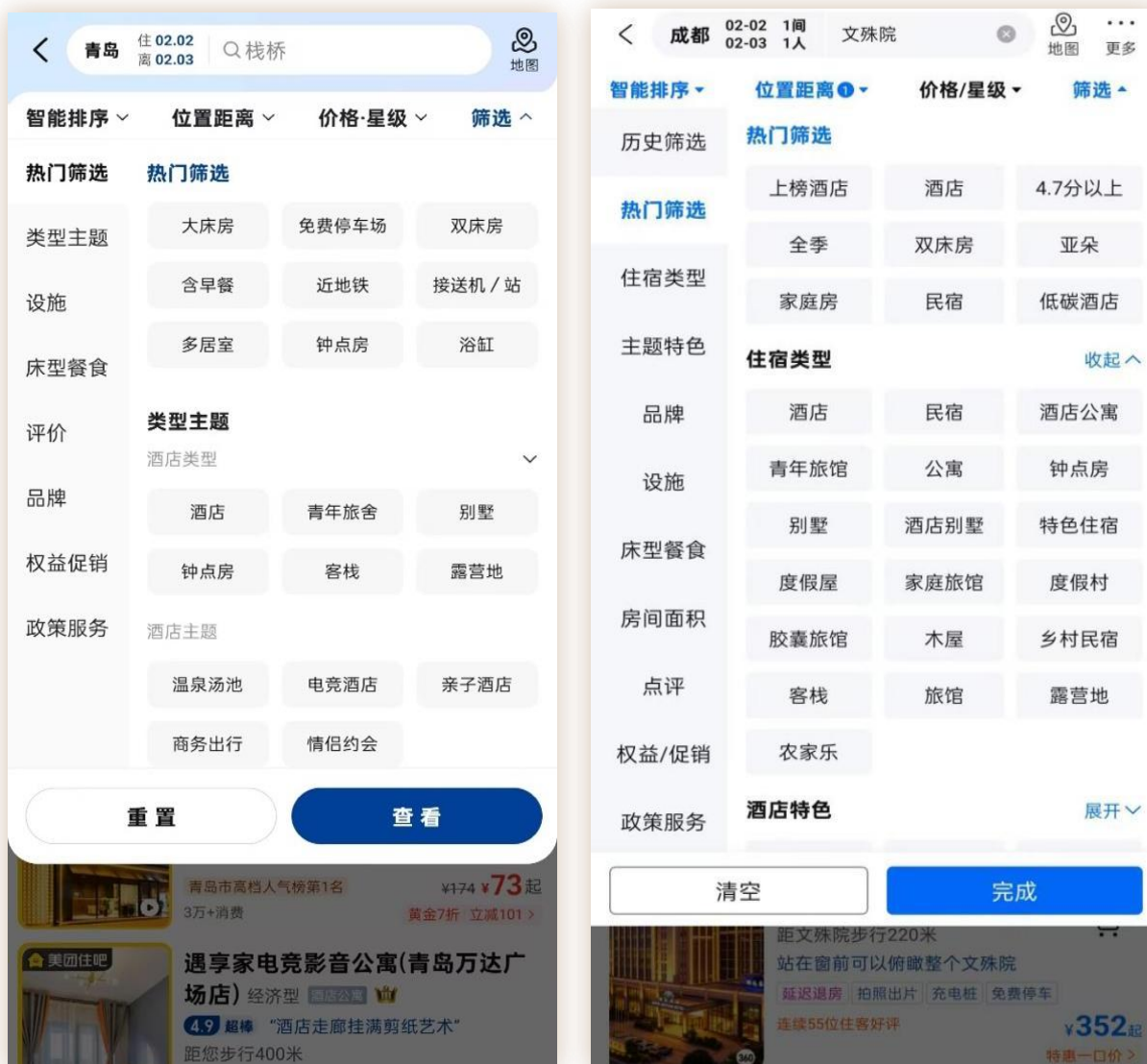


图19 OTA平台酒店筛选标签展示

与此同时，“低价优惠”“免费取消”等标签在排序中显著优先于“绿色酒店”“低碳住宿”等环保标签。由于环保标签点击率与转化率有限，其曝光权重持续处于次要位置。这意味着，即便酒店主动减塑，也难以获得可见的市场回报；若减塑导致服务评价下降，反而可能在平台算法中处于不利位置。

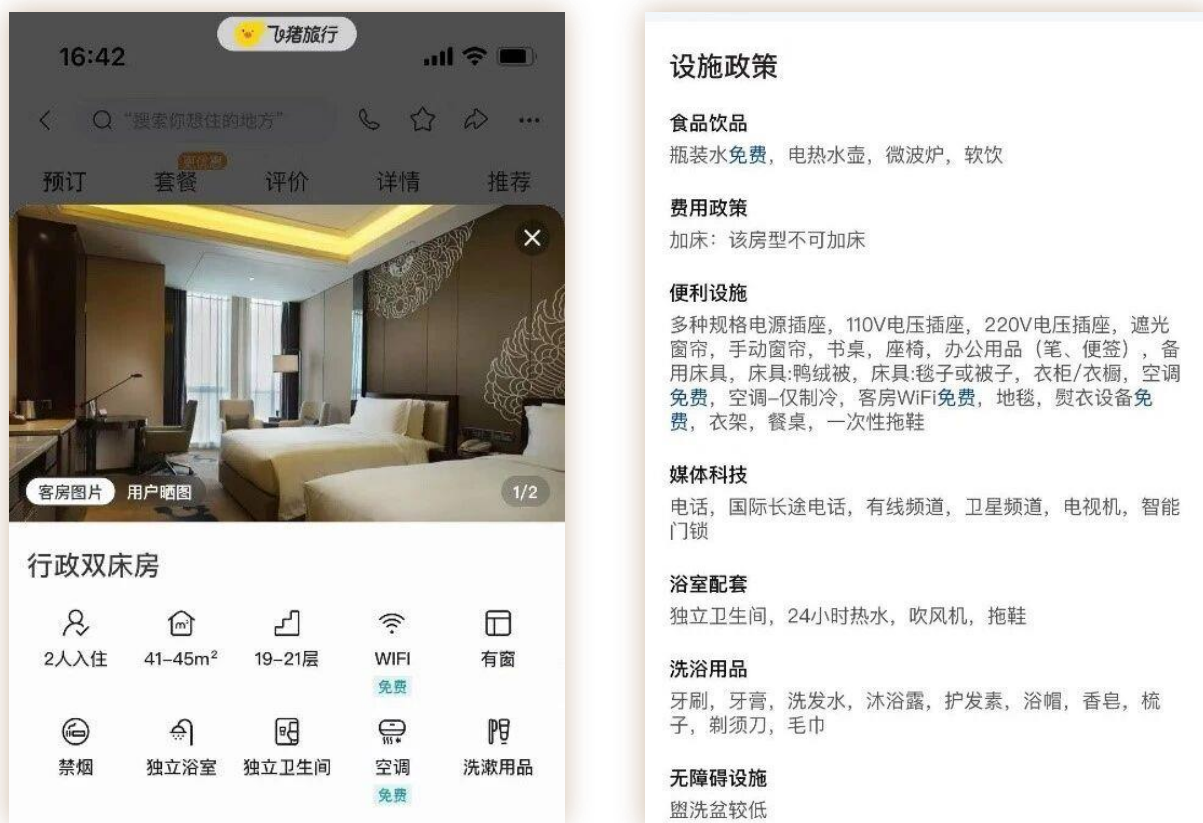


图20 OTA平台酒店设施页面展示

多家受访酒店提到，减少一次性用品最直接的影响来自线上评价与复购率下降风险。芜湖某青旅经营者坦言：“之前试着取消一次性牙刷，结果投诉量翻倍，还影响了线上评分，只能又恢复。”

平台虽在理念层面倡导绿色消费，但其核心流量机制尚未为减塑行为提供稳定护航。环保行动成本由酒店一方承担，市场收益难以显现，平台规则反而强化了传统服务模式。这种激励的错配，进一步削弱了行业转型的动力。

综合来看，在监管压力有限的背景下，行业内部尚未形成推动减塑转型的协同动力：单体酒店受制于差评风险；集团战略难以下沉为运营制度；平台规则未能重构市场激励。当个体理性与系统目标方向不一致时，行业整体便陷入“无人率先改变”的集体行动困境，这构成酒店减塑治理链条的第二重断点。

（三）断点三：替代方案落地面临系统性张力与实践冲突

即便部分酒店有意减塑，实践中仍面临成本、运营与消费者认知共同形成的复杂张力。问题不仅在于酒店是否愿意改变，更在于想改变能否真正维持下去。

1.成本与供应链瓶颈：减塑投入与经营现实之间的矛盾

一次性用品长期成为行业标配，并非偶然选择，而是低成本与管理便利共同作用的结果。在现有替代路径中，不同方案的可行性呈现明显分化。

大包装替代已形成相对稳定路径。大瓶装洗护用品因具备显著成本优势和成熟供应链，成为行业最易推进的减塑措施。IPE数据显示，目前使用大瓶装洗护用品的酒店比例已达77.7%，且呈持续上升趋势。这表明，当环保措施能够同时降低成本并简化管理时，行业转型可以自发发生。



图21 途悦酒店大包装洗护用品

材料替代面临成本压力与环境效益的双重争议。以可降解或替代材料取代传统一次性用品，并非环境友好与可持续的解决方案。一方面，材料替代面临明显的经济压力。

“可降解牙刷采购成本比普通一次性牙刷高30%，长期下来成本压力不小（芜湖某连锁酒店门店经理）。”在客房规模较大的酒店中，这种成本差异会被持续放大。

但更重要的是，材料替代本身的环境收益存在争议。若一次性用品的使用量并未减少，仅将材料更换为“可降解”或“环保材质”，往往只是改变了废弃物类型，难以真正降低资源消耗与环境压力。



以PLA为例，其环境友好性的发挥高度依赖完善的回收与处理设施^①。可降解塑料需要在工业堆肥条件下才能较快地发生完全降解，但国内堆肥设施主要用于处理餐厨垃圾，无法消纳大量的塑料垃圾。即使进入工业堆肥设施，也存在与现有堆肥设施运行时间不匹配，影响堆肥质量。目前尚未发现有酒店集团建立PLA材质一次性用品的回收体系。缺乏这一体系将导致大多数可降解塑料与传统塑料混在一起被焚烧或填埋^②。

竹制品也存在同样问题。虽然竹子可以自然降解，但大规模的竹制品需求可能带来土地利用压力转移。在生产加工环节，采伐、运输和加工同样需要消耗能源和水资源。研究指出“以竹代塑”更适合发展高附加值、高质量的产品，而非一次性用品^③。

至于再生塑料牙刷和梳子，其环保属性的认定更多应与反复使用的非一次性牙刷比较，而非与一次性塑料制品比对。将本可以高价值利用的再生塑料降级用于一次性用品，加剧了塑料价值的耗散，本质上是“将垃圾做得更贵”，而非减少垃圾。

重复使用方案（如可水洗拖鞋）面临更为突出的障碍：一次性薄款拖鞋采购价约为0.8-3元，而耐用、可重复清洗的棉质拖鞋价格往往高出2-3倍，还需承担清洗、消毒与物流成本。对于有300间客房的酒店，仅使用一次性拖鞋一项每年即可节省数十万元开支^④。中小型酒店的处境尤为突出，由于采购规模有限，往往依赖经销商渠道，难以通过规模化采购降低价格。多位经营者的访谈印证了这一困境：

“替代方案没怎么考虑过，一是不知道哪种合规，二是成本太高。可重复清洗的拖鞋，买一双就要十几块，15间房配齐得三百多，后续清洗消毒还得花钱，根本承担不起。”
(芜湖J某自营宾馆老板)

“可重复清洗的拖鞋我去问过……找外面机构洗，一次30双要七八十块，一个月下来又是一笔开支（芜湖某个体经营酒店老板）。”

由此看来，当前多数环保替代方案仍属于成本上升型创新，而非效率提升型的创新。在利润率下行的住宿行业中，这种路径难以依靠市场自发扩散。

① 赵瑞宁,张媛,朱磊.多类型可降解塑料包装袋的全生命周期环境友好性评价[J].包装工程,2025,46(S1):1-8.

② 张丽平,谢同,高永平.生物可降解塑料行业发展现状、存在问题与建议[J].中国塑料,2025,39(04):75-83.

③ 张国鹏,何莹,韩卓希,等.“以竹代塑”:中国的贡献与推进策略——基于全球发展倡议视角[J].世界林业研究,2025,38(06):67-73.

④ 酒管财经.拖鞋反复使用这事,酒店方委屈不委屈? 2025年9月24日

2.运营管理复杂度提升：从取消用品到重构服务体系

酒店减塑实践常被理解为简单的“减少摆放”，但实际运行中，它意味着对既有服务流程的重构。从“默认提供”转向“按需提供”，涉及前台与客房服务流程调整、人员响应机制变化、服务评价风险重新分配等多维度的管理调整。

“之前试着放前台，让大家按需领……到晚上洗漱才发现没有，要么打电话投诉，要么直接跑下来要……半夜还有人找拖鞋，折腾得我们不得安宁，后来就又恢复了房间标配。”
(芜湖某连锁酒店老板)

“之前试着取消过一次拖鞋……三天收到10多起投诉，说我们服务缩水，没办法又恢复了房间标配。” (芜湖某星级酒店门店经理)

这些经验说明，在缺乏成熟操作指南、数字化支持工具与统一行业标准的情况下，流程替代往往会直接转化为运营负担。

重复使用路径则在上述问题之外，进一步增加了清洗消毒流程的管理复杂度。酒店需要自建清洗消毒设施或外包给第三方服务机构，两种方式均意味着新增管理成本与责任风险。减塑不只是环保行动，更涉及行业的服务体系更新。当缺乏制度化支持时，单个酒店则难以独立承担这一转型成本。

3.消费者沟通与信任挑战：卫生认知与环保理念之间的张力

消费者态度并非简单的支持或反对环保，而是在环保目标与个人风险感知之间不断权衡。在当前消费文化中，一次性用品仍被广泛等同于更卫生、更安全、更可信。

大瓶装洗护用品的推广经验表明，只要卫生管理方式足够透明（锁闭泵头、定期更换、可视化管理），消费者信任可以逐步建立。然而，重复使用路径则面临更高的信任门槛：



2025年江苏常州某酒店循环使用拖鞋事件在网络传播后，也进一步强化了公众对循环用品卫生风险的担忧。社交媒体集中反映了三类焦虑：对清洗流程缺乏了解、对酒店管理透明度缺乏信任、对潜在健康风险高度敏感。

“环保与消费者权益从不对立。酒店若想实现真正的可持续发展，关键在于以透明换取信任。一根残留的毛发，暴露的不仅是管理漏洞，更是服务质量的缩水”（网友“Hello科技鱼”微博评论）

“作为经常住酒店的我，多次遭遇类似问题……发现拖鞋内衬有黑色污渍……后经追问才承认是清洗后重复使用。这种隐性操作不仅违背消费者知情权，更埋下卫生隐患”（网友“Gelestia Cap”微博评论）

这一认知压力直接影响酒店经营决策。芜湖多家酒店在试点大瓶装洗护用品后，因住客质疑卫生状况而恢复原配置：

“大瓶装洗护用品我考虑过，也买了几瓶试点，但有住客反馈说不如小瓶装卫生，后来就又换回来了。”（芜湖某个体经营酒店老板）；

“我们试点过两间房，有住客反馈不如小瓶装卫生，还有人会故意浪费。”（芜湖某连锁酒店门店经理）

访谈显示，消费者并非拒绝环保，而是缺乏可信的信息与稳定的制度保障。如前所述，公众在酒店减塑议题上呈现出高认知、高意愿、差异化行为的特征。环保意识已广泛形成，自带习惯正在增长，但便利性和卫生信任仍决定实际选择。

这意味着，推动酒店减塑的关键不在于改变公众态度，而在于：提供清晰的信息与选择权、设计兼顾便利与环保的服务流程、通过激励机制将环保意愿转化为稳定行为。

四、行动方向与联合倡议：推动酒店减塑走向实质性改变

（一）推动改变的基本判断：酒店减塑需要从“原则倡导”走向“系统转型”

围绕酒店行业的一次性塑料污染治理，我国已在政策层面提出明确要求，但本报告的综合调研显示，政策执行效果十分有限，大量酒店仍然延续传统的一次性用品配置模式，“不主动提供”在实际操作中被简化为形式上的调整。综合前文分析，当前酒店减塑效果有限的核心原因在于：

- 政策要求及其执行标准仍存在一定模糊空间，不同地区与酒店对“不主动提供”的理解存在差异；
- 尚未形成与政策要求配套的监管与激励机制，政策执行的动力与约束力不足；
- 行业标杆集体失范——星级酒店在政策执行上表现甚至劣于非星级酒店；
- 酒店行业在成本、投诉压力及市场竞争等因素影响下缺乏内生动力；
- 消费者对替代方案的卫生信任和使用习惯尚未形成；
- 一次性用品替代方案与供应链体系仍处于探索阶段。

因此，推动酒店减塑不能仅被视为简单的产品替换或服务调整，而是一项涉及政策制度安排、行业运营模式、消费行为与供应链结构的系统性转型过程。



（二）从各主体出发的行动路径建议

1. 政府：强化政策引领，筑牢监管根基

明确“不主动提供”的执行标准与适用范围。建议由国家发展改革委、文化和旅游部等部门牵头，制定统一的《住宿业一次性用品管理细则》，明确客房内不得预先摆放一次性塑料用品，住客可通过前台询问索取、自助设备获取或按需购买等方式获得必要用品。同时建立统一的住宿业一次性用品负面清单。

明确罚则、建立更有效的监管与信息披露机制。明确监管责任主体，构建文旅、市场监管、生态环境等部门联动机制；规范特许经营与委托管理模式的监管，明确酒店运营方和业主方同为合规责任主体；构建“日常检查+随机抽查+专项督查”的监管模式；对于知名度高且长期违规的酒店，探索公益诉讼机制，形成有效震慑。

建立政策激励机制增强行业转型动力。将减塑成效显著的酒店纳入政府采购“绿色名单”，在绿色金融、税收优惠或示范项目等方面给予支持。鼓励地方政府结合“无废城市”“绿色旅游”等政策框架，对酒店减塑实践进行案例评选与经验推广。

2. 酒店：主动担当，践行绿色承诺

将废弃物减量纳入核心战略。建议酒店集团建立“承诺—目标—执行—考核—问责”的闭环管理模式，将减塑要求纳入品牌服务标准、门店考核体系和员工培训内容，打破总部喊口号但门店不执行的僵局。

主动向社会公开承诺减量目标。明确承诺范围、执行时间及配套措施，定期通过企业官网、行业平台等渠道披露一次性用品采购、使用及减量成效数据，接受社会监督。

优化客房服务流程。在预订平台、入住提示以及客房信息中明确告知酒店的减塑政策，提供按需领取或购买选项，减少消费者误解和投诉。

探索多样化的替代方案，并通过透明的卫生管理增强消费者信任。推广大瓶装洗护用品、可重复使用拖鞋或循环包装等产品的同时，建立严格的清洗消毒流程，并通过信息公开回应消费者顾虑。

3.平台与行业组织：塑造市场激励，赋能绿色选择

优化信息展示与筛选机制。在酒店预订界面增加“不主动提供一次性用品”标识，并提供筛选标签。在搜索排名算法中，给予落实减塑政策的酒店更高的流量权重。

完善正向激励。在订单填写页面设置“无需一次性用品”选项，可考虑设为默认勾选，与支付平台或碳普惠平台合作，建立绿色入住激励机制。

建立差评申诉与屏蔽机制。针对因严格执行“不主动提供”政策而产生的差评，为酒店在平台建立起申诉渠道，确保因落实减塑政策而获得的差评不计入酒店的总评分权重。

行业协会发挥桥梁纽带作用。通过榜单、案例评选和专题推广等方式展示酒店减塑实践经验，推动行业形成统一、规范的行动共识。

4.公众：践行绿色消费，助力监督共治

加强政策传播与理念引导。通过媒体传播、公益倡导和行业宣传，提高公众对塑料污染问题的认知，增强对相关政策的理解与支持。

以消费选择推动行业改变。鼓励消费者形成自带洗漱用品的习惯，主动选择不主动提供一次性用品的酒店，用消费偏好为绿色酒店创造市场红利。

参与监督和反馈。鼓励消费者通过酒店反馈渠道、在线平台评价等方式，对酒店一次性用品提供情况进行监督，积极反馈问题与建议。

5.供应链：推动产品创新，支撑系统转型

鼓励开发可循环使用、可补充包装产品以及低环境影响材料。例如日本FRONTIER公司研发的可水洗拖鞋、首旅如家与自然堂集团联合研发的大容量可回收洗护系列等创新案例，为酒店替代方案提供了新的选择^①。

建立相应的产品质量与卫生标准。使酒店在选择替代方案时具有明确依据。推动酒店与品牌的合作，提升洗护用品质感的同时，通过大瓶装和再生材料落实减塑目标。

建立可量化的碳管理体系和国际可验证的认证标准。例如洲际酒店集团旗下曼谷金普顿酒店与台湾欧莱德品牌的合作，基于可量化的碳足迹数据，设定两年内的减碳目标，将全馆客房导入美国USDA Biobased认证、绿电工厂制造、采用100%PCR再生塑料瓶器的永续洗沐用品。通过制度设计，使减塑方案在符合高端旅宿的品质要求的同时，也具备在集团体系内复制推广的条件^②。

^① 财经网·首旅如家与自然堂跨界合作，推出酒店专属联名洗护系列.2026年3月13日

^② Orig ht. 新闻消息.全球饭店领导品牌IHG集团旗下顶级饭店携手台湾欧莱德O'rig ht导入永续洗沐，两年目标减碳效益相当3.1万棵大树.2026年1月22日.



芜湖市生态环境保护志愿者协会

芜湖市生态环境保护志愿者协会（简称“芜湖生态”）是一家重点聚焦固废全链条治理，致力于推动多行业低碳转型，不断削减固废领域的环境、气候与健康风险的环保组织。协会成立于2009年，2021年获评5A级社会组织，我们坚信，垃圾的根本出路在于利用全链条视角进行系统性变革，减量化、资源化和无害化作为固废污染防治的基本原则与系统闭环，始终贯穿我们工作之中。基于此，协会发起了生活垃圾公益服务平台-零废无界。

公众环境研究中心

公众环境研究中心（Institute of Public and Environmental Affairs, IPE）是一家在北京注册的公益环境研究机构。自2006年6月成立以来，IPE致力于收集、整理和分析政府和企业公开的环境信息，搭建环境信息数据库和“蔚蓝地图”网站、“蔚蓝地图”APP两个应用平台，整合环境数据服务于绿色采购、绿色金融和政府环境决策，通过企业、政府、公益组织、研究机构等多方合力，撬动大批企业实现环保转型，促进环境信息公开和环境治理机制的完善。

编写组成员：

执笔：王李源、耿子烜、马军、沈苏南

设计与可视化：石欢、张楠

联合调研：

北京市朝阳区公众环境研究中心

芜湖市生态环境保护志愿者协会

北京市朝阳区自然之友环境研究所

天津市西青区绿邻居社区服务中心

苏州工业园区绿色江南公众环境关注中心

合肥市善水环境保护发展中心

济南市绿行齐鲁环保公益服务中心

襄阳市环境保护协会（绿色汉江）

长沙市绿色潇湘环保科普中心

重庆市渝中区巴渝公益事业发展中心

鸣谢

联合国开发计划署塑料创新计划

太平洋环境资源中心（美国）驻重庆代表处

北京泽乡惠众生态环境科学研究院

天津市西青区零萌公益发展中心

深圳市零废弃环保公益事业发展中心

联系方式：

芜湖生态：wec_wuhu@163.com

公众环境研究中心：ipe@ipe.org.cn



关注芜湖生态微信



关注零废无界微信



下载蔚蓝地图APP



关注蔚蓝地图微信