

社会关注

LABUBU 消费热降温：警惕盗版，拒绝盲目跟风

» 06 版 «



暑运开启！集宁车站多举措护航旅客清凉出行



旅客排队出站

本报记者 鲍娜 摄

» 06 版 «

二手房交易需准备哪些材料？

» 07 版 «



大家谈

过度包装治理的“破”与“立”

■李铁林

拆包装像“闯关游戏”，纸箱里面是泡沫盒，泡沫盒里有礼盒，礼盒里面是铁盒，铁盒里面还有拉菲草和塑料袋……商品包装追求“高端”“奢华”，看似精美，实则无用，令消费者备受困扰。

前不久，中国消费者协会等7家协会联合发出倡议，反对商品过度包装，推动绿色文明消费，确保商品包装合规合理。有数据显示，我国包装废弃物约占城市生活垃圾的30%—40%。仅纸质包装，每生产1吨就需消耗约20棵龄20至40年的树木和500吨水资源。商品过度包装，拆封即被丢弃，助长铺张之气、奢靡之风，也造成资源浪费、环境污染。遏制过

度包装，看似事情不大，实则意义不小。

近年来，我国加大对商品过度包装的治理力度，从出台一系列强制性国家标准，到加强线上线下常态化监管执法，再到端午节、中秋节、春节等重要节日前后开展专项整治，治理成效显著。去年，500元以上的月饼礼盒已基本退出市场，电商快件不再二次包装比例超过95%，智能装箱技术让包装耗材减量达到20%。也要看到，现实中商品过度包装还没有绝迹，治理还要常抓不懈。

奢华的包装暗含“面子”，往往与违规收送礼、高档礼品套现等问题相关联，扭曲了消费的意义。像包装精美的高档茶叶，就流传着

“喝的人不买，买的人不喝”的说法。小商品里亦有大政治。当下，深入贯彻中央八项规定精神学习教育正在开展，抓早抓小、防微杜渐，纠治过度包装现象背后的享乐奢靡问题，有利于遏制不正之风，进一步巩固风清气正的政治生态和干事创业的良好环境。

反对商品过度包装，并不意味着要降低品质、摒弃设计，也不代表包装产业的“蛋糕”就缩小了。包装产业是连接制造与消费的纽带，是国民经济的重要“配套产业”，做好绿色发展的文章，同样可以拓展高质量发展的新空间。例如，在浙江安吉，“以竹代塑”制成的可降解包装走进千家万户，不仅守护了绿水青山，也

支撑起当地蓬勃发展的竹产业。目前，全球包装市场规模超万亿美元，塑料和纸占比约一半。跳出粗放经营、低价竞争的窠臼，立足循环经济探索研发有竞争力的替代材料，辅以浸润丰富文化内涵的设计巧思，包装产业向绿向新发展天地十分宽广。

不只是包装产业，放眼整个消费品行业，进一步培育绿色消费风尚，既要破除旧消费理念，也要增加新消费供给。简约不等于简陋、简单。多数时候，获得感才是人们消费决策的金标准。商品要赢得青睐，就不仅要关注含绿量，更要在品质和创意上下足功夫。从轻便的竹制自行车，到健康的负碳家居，再到绿色溢

价不断降低的有机食品，纵观近年来受到市场欢迎的绿色产品，都胜在找准了绿色理念和使用体验的平衡点。在供给侧更多着力，才能以不断涌现的消费新亮点推动绿色消费理念深入人心。

《中共中央国务院关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》提出，“大力倡导简约适度、绿色低碳、文明健康的生活理念和消费方式”。推动经济社会发展绿色化、低碳化，需要从国家战略的大处着眼，也需要从反对商品过度包装这样的细节着手。让新风劲吹，小改变累积起来，必能撬动生产方式、生活方式的大进步。