

金台视线

小商品大包装，不实惠不环保

倡导绿色消费 制止包装浪费

本报记者 沈童睿

“打开包装，有种吃亏上当的感觉。”前不久，湖南省岳阳市读者张女士在超市买了一袋软糖，拆袋后发现，别看外包装挺大，里面的软糖却并没有多少。“就那么几颗糖，分别用小袋子装起，再塞进大包装。从外面看当然是鼓鼓一大包，可其体积都是被气体和包装材料撑起来的。”张女士说。

当前，不少食品开始使用独立小包装。初衷是大包装打开后，食品仍可以被方便地储存和携带。不过，这项设计在部分商家手中变了味。小商品大包装，简单商品复杂包装，引起不少消费者质疑：花钱到底是买商品还是买包装？

北京市读者宋女士也有相似经历。她在超市购买了一袋蓝莓果酱夹心饼干。“这个饼干我吃过，之前一打开就是长长的一排饼干。现在拆开包装袋，里面是塑料盒子，盒子里是小包装，每个小包装里只有两块

饼干。”宋女士说。

线下购物已是如此，网购更是容易“上当”。人民网“领导留言板”网友杨先生最近给女朋友网购了几袋冻干榴莲，也受到过度包装的误导。“商品确实标了重量，但买时没多想，女朋友发来照片，一小捧果肉被分装在9个方盒子里。”杨先生说，“那包装鼓鼓的，有烧水壶那么大，谁能想到果肉只有那么一点？”

适度的商品包装可以保障商品在贮存、运输中的安全，还可以促进商品销售。但是片面强调促销功能，就可能过度包装。中国包装联合会副会长韩雪山认为，一些商家有意借助精美包装提升商品附加值，远远超出了包装的基本功能。湖南省广告协会副会长罗洪程表示，从营销角度而言，包装具有商品价值表述的功能，能够吸引商品的目标群体。大包装或精包装可以突出商品价值，但商品本身也应表里一致，不然就可

能让消费者产生“上当”的感觉。

对此，有读者在来信中表示，“过度包装，不仅不实惠，而且不环保，造成资源浪费。许多食品包装都是塑料制品，过度包装会加重垃圾处理工作压力。”

为限制商品过度包装，相关部门陆续制定出台了多项国家标准，如《限制商品过度包装通则》明确，应合理简化包装结构及功能，不宜采用繁琐的形式或复杂的结构，尽量避免包装层数过多、空隙率过大。市场监管总局也公布了一批商品过度包装执法典型案例，涉及食品、保健品以及化妆品领域，曝光了多款包装空隙率不合格、过度包装的商品。这些措施取得了明显的成效，但过度包装的问题依然存在，还需久久为功、持续整治。

中秋佳节将至，月饼市场逐步畅旺，过度包装问题再度引起热议。8月15日，市场监管总局批准发布的《限制商品过度包

装要求 食品和化妆品》国家标准第1号修改单正式实施。修改单提出：粮食及其加工品、月饼及粽子包装层数不应超过三层；生产组织应采取措施，控制除直接与内装物接触的包装之外所有包装的成本不超过产品销售价格的20%；月饼和粽子的包装不应使用贵金属和红木材料等。

作为强制性国家标准，这是企业必须执行的“刚性指南”。有专家表示，借着新的国家标准，有关部门要加强监督和查处，尽快为过度包装商品“瘦身”。

罗洪程说，“商家要对市场有正确的认识，礼品需要包装，但大家更希望日常消费品一分钱一分货。对于过度包装的商品，消费者最终会选择‘用脚投票’。”

中国消费者协会建议消费者，尽量购买和选用资源节约型产品；走亲访友时，自觉选择简单适度包装的产品。

（张健参与采写）

“虚胖”填充物不应卖出水果价

水果易破损、难保鲜，为了减少储藏、运输过程中的损耗，厂商会在包装箱中适当填充冰袋、泡沫、垫纸等材料。不过，有的商家添加的填充物过多过重，使水果的实际重量远低于所称毛重，让水果包装“虚胖”。买了一箱十来公斤的芒果，里面的垫纸就占了两三公斤。增加运输成本不说，让消费者以水果价格为包装材料付费，显然不合情理。

水果包装“虚胖”，有的确实是生产者担心水果运输时破损而影响口碑，又缺乏更有效的包装材料和新技术，为了稳妥，对水果“里三层外三层”包装予以过度保护。有的却是商家刻意多用包装物、填充物，以增加毛重谋取更多利润。

因此，解决水果包装“虚胖”，需要从改进包装技术、完善市场监管两方面着手。一是要通过改进包装技术、明确相关标准，减少水果包装量。比如有些地方探索果蔬的包装保鲜和减损技术措施，制定分级包装保鲜技术规范，并为基层应用单位提供产品包装、保鲜技术指导。在不降低保鲜、防破损等基本功能的情况下，实现包装减量，这样的做法值得推广。二是建议加强水果产地、经销地相关部门的协同监管，督促水果生产者和经销商销售水果时，明确标示包装、填充物重量和水果净重，诚信经营，不能误导消费者。

浙江台州市 江德斌

“花式”包装撑不起外卖好口碑

这些年来，外卖行业的快速发展给人们带来许多便利，但也产生了大量包装废弃物。尤其是一些商家在包装上花费了太多心思，加剧了包装废弃物的处理压力。

一些餐饮店过度使用独立包装，明明一只袋子就能装下的餐品，却打包为两份。不少餐饮店“无需餐具”的选项形同虚设。笔者有自用餐具，每次下单外卖时，总会勾选“无需餐具”，可常常还会收到附赠的一次性餐具。还有不少餐饮店甚至在外卖包装袋中随附赠品。在某甜品店下单几份布丁，拆开包装一看，每份布丁都用精美的陶瓷小杯装盛。还有一些店铺在外卖中附赠了塑料小玩具。

建议相关部门、外卖平台和商家共同努力，矫正外卖过度包装的风气。外卖商家应认识到，在提升品牌认知度这方面，包装或赠品所能起到的作用是有限的。且不说赠品未必人人喜爱，消费者点外卖，看更多的是餐品本身的口味。从提高餐食品质上下功夫才是正道。而且“羊毛出在羊身上”，过度包装反而会让理性的消费者反感。此外，建议包装生产企业优化设计，生产易回收利用的包装物。相关部门应探索制定相应的标准规范，明确适度包装、过度包装之间的界限，为监管提供更清晰的遵循。

安徽淮北市 陈扬清

治理奢华月饼要多措并举

近些年，每到中秋节前，月饼过度包装的问题都会引起关注。不管如何提醒，仍有个别企业为了吸引眼球，费尽心思打造奢华包装。有些品牌用红木等贵重材料制作月饼盒，有些厂家在月饼盒里混装高档酒水、茶叶等高价商品，借以抬高月饼价格。这样的过度包装，助长了攀比之风，还会造成资源浪费和环境污染。

近日，市场监管总局批准发布的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准第1号修改单正式实施，对粽子、月饼的包装层数、禁用包材等作出了明确要求。最近，走了几家商场、超市，笔者见到的大部分月饼采用的是纸质、铁盒包装，许多往年常见到的奢华礼盒，今年已

经不见踪影。可见，明确的新标准正在发挥效力。

不过，过度包装的问题不是一日之间形成的，其解决也绝非一日之功。要形成持久的整治力度和成效，需要举一反三，进一步细化和完善相关规则，以刚性约束防范过度包装出现新变种。同时，也要在柔性引导上多下功夫。既要帮助企业端正经营理念，少在奢华包装的“面子”上花心思，多在产品品质上求突破，也要引导广大消费者培育健康的消费观念，自觉选择适度包装的产品。让崇尚简约、绿色的消费观念形成风气，华而不实的过度包装就会渐渐失去滋生的土壤。

河南漯河市 郑桂灵

版式设计：汪哲平



身边事·追踪报道

福建永安市——

盲道已避开配电箱

7月11日，人民日报读者来信版刊登《配电箱占压盲道》，反映福建省永安市燕江中路3座配电箱占压盲道的情况。

近日，笔者再次行经该路段，发现这几处地点的盲道已经调整路径，绕开配电箱，方便视障人士出行（见下图）。

福建永安市 杨家璋



身边事

楼顶违规搭建彩钢板房

四川省成都市龙泉驿区建材路警苑小区许多居民楼顶违规搭建了彩钢板房（见下图）。彩钢板房如果材料不过关，安装不正确，一旦遇到极端天气，屋顶有可能被吹落，对周边居民、车辆造成威胁。请相关部门予以重视。

人民网“领导留言板”网友 王先生



建议

统筹规划城市民生基建

随着城市建设步伐的加快，道路改造、通信线路、路灯照明、园林绿化等民生基建项目不断增多。但在推进中，项目缺乏整体统筹和系统规划等问题也比较突出，比如一些民生项目缺乏统筹规划、全盘布局，往往由于多头管理、各自为政，导致道路“挖了修，修了挖”等现象频发，造成资源浪费的同时，也给群众生活带来不便。

应坚持前瞻思考、统筹兼顾，建立健全各部门之间的沟通协调机制，打通信息壁垒，实现资源共享，形成工作合力。进一步强化对城市基础设施布局的规划引领，着眼长远，对各类项目的开工、分配、拨款、管理进行合理统筹，避免低水平重复建设。与此同时，提升传统基础设施的数字化、精细化水平，把民生工程办到老百姓心坎上。

上海嘉定区 吴豪

“探店”类视频需加强监管

当前，有不少主播发布餐饮店“探店”类视频，向观众介绍菜品和用餐环境。这类视频采用消费者视角，临场感强，受到许多人青睐，但也滋生出一些乱象：有的主播夸大其词，过分美化商家产品，成为一种变相的虚假好评；有些主播以好评为条件，要求商家免单。

建议视频平台严格履行主体责任，对进行虚假宣传、炒作的“探店”主播，采取限流、警告等措施予以处罚。如果是主播收取推介费后发布的视频，应在显著位置标明“广告”或“推广”。相关部门应加强监管，细化监管措施，畅通投诉举报渠道，及时发现和依法查处违法违规的“探店”行为。商家和“探店”主播也要认识到，真实可信才是此类视频得到认可、广泛传播的基础，并加强自律。

山东临沂市 范创

征集

读者来信版和人民网“领导留言板”联合开展“说说烦事难事 提提意见建议”话题征集，欢迎提供问题线索或提出意见建议。
邮箱：rnrbdzlx@126.com
传真：(010)65368495



百姓关注

停车点不好找，找到后无法还车

共享单车停车有点难

本报记者 沈靖然

近年来，随着共享单车的普及，市民出行“最后一公里”有了解决方案，这种绿色低碳便捷的出行方式得到了广大市民的喜爱。街头五颜六色的共享单车越来越多，为了维护城市交通秩序，提升市容市貌，一些地方推出“定点还车”模式：规划好停车点，借助定位及相关技术手段形成“电子围栏”，共享单车须停入规划的停车点位才能结束订单；若在停车点外解锁还车，则会额外收取调度费。

“定点还车”模式解决了大量共享单车无序停放的问题，引导消费者规范停放车辆，也让找车、用车更加方便。不过，有不少读者反映，在“定点还车”模式下，共享单车“停车难”的问题较为突出：找不到停车点、找到后无法还车、停车点已满只能骑到远处继续找……这些也成为共享单车出行的新

痛点。

“手机软件里停车点显示挺清晰，但实际使用中却很难找到。”有一次张女士和朋友约在商场吃饭，商场周边好几个停车点都显示无法停车，一来二去花了快半个小时。“共享单车APP里的地图太难用了，对着地图琢磨了半天，还不如自己一个个试过去。”张女士说。

针对用户找不到停车点的情况，一家共享单车企业表示，目前正在通过优化线上APP的路线指引功能、在线下热点点位设置专人引导等方式，帮助用户更快找到停车点。不过，记者向一些使用共享单车频次较高的消费者咨询后得到反馈，线上APP的路线指引功能有时卡顿较为明显，在使用习惯上他们还是更倾向于用专业地图软件导航，到达目的地后再寻找停车点。

“有时候明明已经到了停车点，白线里停着一排同样品牌的共享单车，可自己的车却显示不在停车点，怎么都停不了。”云南昆明市读者李女士表示，有时候找了三四四个停车点都无法停车，共享单车的便利被停车难抵消了。“后来，我在网上看到别人介绍，遇到这种情况就在APP上反馈车辆故障无法解锁，这样也能把车停下来。不过，车子没停在规定区域内，心里总有点不踏实，怕被继续扣费，也怕被拉入黑名单。”李女士说。

据业内人士介绍，这种现象称为“定位漂移”，由于定位存在一定偏差，或者部分区域信号较弱、被干扰，系统对车辆的定位出现偏移。明明在停车点上，定位却显示还差几米，导致无法还车。

“有时候早晚高峰骑车上下班，到目的地时发现停车点早已车满为患。如果不想

交调度费，只能骑着车找远一些的停车点，时间久了可能还会多扣单使用费。”上海市读者张先生表示，“最远一次我停到了快2公里开外的停车点，再自己走回来。有些人还会把车在停车区内堆叠起来，然后落锁。”

另一家共享单车企业表示，出现这种情况的主要原因是调度不及时和停车区域限制，早晚高峰可能会有短时间单车大量堆积的情况，一般会在早晚高峰用车量较大的点位区域增加人力运力，在高峰结束后做好清淤调度工作。此外，停车点的设置除了方便单车用户，还需考虑道路资源，对一些人行道或非机动车道狭窄、道路空间不适宜停放的区域和路段，需要综合考量道路交通效率和所有交通方式参与者的体验，企业须在政府主管部门监督指导下设置停车点。

“共享单车治理需要政企共同参与，提升共享单车服务市民的水平。”业内人士建议，相关部门应根据城市空间承载能力、停放设施资源、公众出行需求等制定投放计划，引导企业合理有序投放车辆；具备条件的大中城市可制定适合本地特点的自行车停放区设置技术指导标准，规范共享单车停车点设置。此外，平台企业应充分利用新技术，进一步落实主体责任，加强运营维护。