

视窗·让消费绿起来③

绿色流通，功夫下在细节上

王珂 欧阳易佳

一件衣服、一台电脑、一部手机……任何商品从车间流水线到消费者手中，都要经过流通环节。在扩大绿色消费方面，绿色流通大有可为。无论是商场的绿色改造，还是快递的绿色包装，流通“绿色化”吸引了越来越多的关注，也给人们带来全新的消费体验。

绿色商场——

“融合了绿色元素的购物体验，真不错！”

7月28日，北京市某公司员工王梅带孩子到凯德太阳宫购物中心，参观了购物中心的“屋顶花园”。先看到一面挂满绿植、采用无土栽培技术的“管道墙”，再往里是6个立体式智慧农场。900平方米的花园被划分为万花广场、植物长廊、水培科普区、稀有植物区等14个区域，在炎炎夏日增添了几分凉爽。“不仅能纳凉、赏花，还能让孩子亲近自然观察植物，这种边购物边感受绿色的体验真不错！”王梅说。

以购物中心为代表的实体店是人们逛街购物、休闲娱乐的主要去处，也是绿色节能产品销售的重要渠道。购物中心、商场、超市的门店管理够不够节能、绿色产品够不够丰富、产品回收服务够不够完善，直接影响人们在线下的绿色消费体验。

为推进绿色流通工作，商务部在全国范围内开展绿色商场创建活动。所谓绿色商场，是集门店节能改造、节能产品销售、绿色回收于一体，向消费者传递绿色消费理念、销售绿色产品，同时通过绿色采购引导绿色生产，构建绿色供应链，助力绿色发展理念融入生产生活。目前，商务部已创建85家绿色商场，覆盖全国各省份，凯德太阳宫购物中心就是其中一家。

除了给消费者带来绿色视觉体验，凯德太阳宫购物中心还做了不少幕后“绿色”工作。据介绍，该购物中心利用楼顶空间700平方米面积，安装装机容量为60.5千瓦光伏项目，平均年发电量可达6万千瓦时；同时购物中心地下四层还建有装机容量6.2兆瓦储能电站，利用低谷时段充电，高峰时段给购物中心放电的原理，运行的3个月内，节约的电费成本已近5万元。

在王梅看来，绿色改造方面，很多商场还有不小的努力空间。“我经常带孩子到商场玩，看到不够环保的现象非常普遍。比如，很多商场在夏天空调开得很足，可是入口处的大门却常常无人管理，直接大敞四开；一些商场洗手间的水龙头关不上，浪费了大量水资源；还有商场的扶梯从早开到晚，没有顾客时也在运行，完全没有必要。”王梅说。

“商场‘绿’起来，我觉得功夫要用在细节上。”王梅说，比如，在绿色运营方面，多引用一些节能减排的新技术，让消费者感受到绿色科技的魅力。在减少一次性用品和塑料袋使用方面，通过适当的方式，鼓励顾客自带环保购物袋。



物袋。“商场如果可以利用周末宣传绿色低碳的生活方式，传递绿色消费和绿色生活理念，我会非常乐意带孩子参加。”王梅说。

绿色包装——

“能够回收的快递盒，解决了一个大烦恼！”

“网购的快递盒也能回收，真是没想到。”江苏南京某金融企业职工郝乐莹是网购达人，小到抽纸、洗发水，大到空调、洗衣机，都是在网上购买。“网购虽然方便，但每隔一段时间，家里的快递纸箱、泡沫箱就堆成小山，挺头疼。”

郝乐莹说，网购普遍存在过度包装的问题。买一个U盘，送来的包装盒竟然有鞋盒子那么大。买小件商品还好，买大件家电时，包装就更复杂。除了家电厂家自带的包装，有的商家还会再加装一层泡沫、一层纸箱。

“扔了可惜，放着又占地方。”郝乐莹说，有的废旧纸箱可以在给别人寄东西时重复利用，但毕竟是少数。剩下的大部分纸箱、泡沫，开始不舍得扔，但最终积累多了，也不得不扔到楼下垃圾箱。

最近，郝乐莹在苏宁易购买东西时发现，一些快递员把商品送到后，会直接把快递盒回收。“快递盒里的商品包装很简单，快递盒本身

也没有封箱胶带，看起来几乎没有产生包装垃圾，真的很赞。”

纸箱、胶带、泡沫纸……一些商家为了减少对产品带来不必要的损伤，习惯“内三层外三层”地包装商品。这些看似“贴心”的举措，不仅大大影响了绿色流通效果，而且给环境带来不小的威胁。

据业内统计，去年“双11”期间，全国约发出15亿件快递盒，如果以平均每件包装盒20厘米的长度计算，这些包装盒连起来长度将超过30万公里，足以绕地球7圈半。有数据显示，去年我国超过400亿件快递产生了约800万吨包装废弃物，占全国生活垃圾总量的2%。

怎样让快递包装绿起来？据了解，商务部已委托有关单位着手起草《流通领域绿色包装通用规范》，通过规范包装流程，加快推进绿色包装，引导市场推广包装标准化及其循环共用，推动以包装标准化带动减量化、绿色化。

物流企业、电商平台也在积极尝试。去年4月，苏宁易购的物流配送启动“漂流箱计划”，对快递盒进行回收、循环使用，推出可循环利用的“共享快递盒”。截至去年底，苏宁在全国投放超过10万个共享快递盒。苏宁物流还研发出绿色物流新产品“零胶纸箱”，摒弃各种封箱胶带，商品取出后，快递盒交由快递员折叠带回快递点，再循环入仓，尽量减少对自然环境的污染。去年，天猫开始建设绿色包装联盟，联合各方尝试规模化使用环保快递箱。

“如果绿色包装的普及率更高一些，就能有效减少人们对快递包装污染环境的担忧。”郝乐莹说。

绿色物流——

“使用清洁能源的配送车，还能再多些！”

“快递配送车用上新能源，住在配送站点附近也没那么闹心了。”上海市杨浦区居民李新伟住在二楼，楼下就是某快递公司的区域配送站点。以前，每到配送点的业务高峰时段，李新伟家都不愿意开窗，因为几辆配送车的尾气味道实在呛人。

最近，李新伟发现了新变化：配送车不仅噪音小了，每次路过的时候，即便停着几辆配送车，汽车排放的尾气味道也没那么大了。一打听才知道，快递公司用上了新能源配送车，噪音比汽油车小，还解决了尾气排放的问题。“这样配送才更节能环保嘛。”李新伟说。

物流配送是流通的重要环节，绿色物流不仅是消费者的共同期待，也是物流业未来发展的趋势和方向。所谓绿色物流，就是在物流过程中尽可能地减少对环境污染造成的危害，同时让各项资源得到最充分利用。

在很多业内人士看来，采用清洁能源的配送车是绿色运输的重要方式，但最终的绿色物流并非换几辆电动车那样简单，而是要以降低对环境的污染、减少资源消耗为目标，利用先进物流技术规划和实施运输、储存、包装、装卸、流通加工等物流全产业链的各个环节。

在运输环节中，降能耗是关键词。苏宁制定了物流车百公里油耗使用标准并严格执行；在允许电动车行驶区域使用电动车配送，减少燃油消耗；采取定人定车、安装GPS等现代化监控设备，规范优化运营流程，提升燃油利用率。据测算，近年来，通过使用各项新技术，苏宁物流车辆合计油耗在物流业务增长的情况下实现了碳排放量同比降低。

推动绿色物流需要产业链各环节有效合作。菜鸟网络已联合30多家物流合作伙伴发起大规模的联合环保行动，通过绿色包裹、绿色回收、绿色智能、绿色配送等措施推动绿色物流。近日，菜鸟网络又联合阿里巴巴集团的核心业务板块，共同启动了绿色物流2020计划。

菜鸟网络总裁万霖这样描绘2020绿色物流升级图景：“到2020年天猫直送全部把快递袋升级为环保袋；淘宝和闲鱼的上门取件服务使用的环保快递袋覆盖全国200个城市；零售通要实现百万小店纸箱零新增；城市配送新能源车100城开跑；盒马要达到物流全程‘零’耗材；饿了么要推广绿色环保外卖联盟……”

“希望绿色物流跟我们越走越近，生活里也就有了更多的绿色元素。”李新伟说。

上图：某电商平台物流工作人员正在使用“共享快递盒”分装商品。

人民视觉

生活漫步

“热情好客”是企业应当秉持的理念和姿态，但“好客”也得有道，顾客想出门，却拦着不让走，这就是强人所难了。一些移动应用平台不惜设置各种障碍，给用户注销账号添麻烦，归根到底还是商业利益在作怪

不能给用户注销网络账号「使绊子」

邱超奕

想注销某直播APP账号，需同时提交身份证、手持身份证照片、账号ID、手机号归属地等数项材料；想注销某社交APP账号，需点开六七层隐藏页面，在专门“攻略”的指导下才能找到注销键；想注销某共享单车APP账号，却发现余额没法退，卸载前还得打电话向客服“请示”……在移动应用成为生活必需的情况下，APP账号注册容易注销难，是不争的事实。近日，《中国青年报》社会调查中心联合相关网站对2000多人发起一项问卷调查，结果超过七成受访者表示遭遇过APP账号注销难；超过六成受访者担心注销难会导致信息被盗等问题。

APP账号注册自愿、注销自由，从技术上讲，这并不难。那么，为什么一些APP不惜设置各种障碍，千方百计给用户注销账号“使绊子”、添麻烦？归根到底，还是商业利益在作怪。一方面，用户量是目前投资者衡量APP经营状况的重要指标，为撑起规模，APP对想要离开的用户自然“百般挽留”；另一方面，对平台而言，用户流量是大数据分析的基础，没了用户，一切商业模式、经营策略都无从谈起。提高注销门槛，让用户知难而退，保证了用户数量的稳定，还能继续维持对用户数据信息的占有。如此一来，APP平台就更“舍不得”人走了。

在商业关系中，热情好客是企业应当秉持的理念和姿态，但“好客”也得有道。用户想注销APP账号走人，一些移动应用平台却拦着不让走，这就是强人所难了。我国《消费者权益保护法》规定，消费者有权自主决定接受或者不接受任何一项服务，在购买、使用商品和接受服务时，享有个人信息依法得到保护的权利。一些移动应用平台开发商无视消费者的选择权、知情权、同意权，给消费者注销账号设置障碍，是对消费者合法权益的侵犯。

在互联网时代，网络企业发展离不开一个相对宽松自由的发展环境，但绝不意味着以牺牲消费者的合法权益为代价。目前，按照有关规定，对拒绝注销账户的互联网信息服务提供者，由电信管理机构责令限期改正，予以警告，可以并处1万元以上3万元以下的罚款。但这个惩罚力度，在庞大的流量诱惑前，难以对企业形成足够的警示。法规有必要进一步明确，APP不仅要提供明确的注销通道，还得尽到配合的义务，而非设置各种壁垒。对于违反法律法规的平台，在完善投诉机制的同时，不妨提高惩罚力度。比如将违规企业纳入信用监督体系、停业整顿、公开通报等，用综合手段提高企业违法违规成本，让漠视用户隐私者付出应有的代价。

移动应用平台想要留住用户，还须在服务和体验上多花心思，而不是在退出门槛上大做文章。我国《信息安全技术个人信息安全规范》已由全国信息安全标准化技术委员会发布实施。该规范明确要求，移动应用平台等“个人信息控制者应向个人信息主体提供能够注销账户的方法”，并强调该方法应“简便易操作”，且注销账户后，应删除其个人信息或做匿名化处理。希望相关企业尊重用户权利，履行好行业规范，为用户提供包括账号注销在内的周到服务，这是对用户权利的基本尊重。内容丰富了、体验舒心了，这样的平台才能留住客。

全国绿色饭店评定机构——发布绿色饭店评定标准新规

本报电 全国绿色饭店评定机构近日发布中国绿色饭店国家标准评分细则最新修订内容。《绿色饭店》(GB/T 21084—2007)国家标准自实施以来，全国绿色饭店评定机构已依据标准评定绿色企业1500余家，被评定企业平均节电15%、节水10%，平均收入和毛利率分别增长12.08%和3.51%。为进一步加强标准的指导性和实操性，全国绿色饭店工作委员会对标准的部分指标进行细化。(张双双)

国旅携手河北康保——打造文化生态旅游新体验

本报电 由河北康保县主办、中国国旅社等承办的“中国康保2018国家牧场‘恋人花’文化生态旅游嘉年华”近日开幕。10万亩荞麦花、10万亩胡麻花、2万亩油菜花、140万亩草场竞相开放，景色宜人。活动持续到8月中旬，其间将举办越野及房车自驾游、旅游大巴观光游、七夕音乐会、恋人七夕露营等，为游客带来一个景区、多个玩法的文化生态旅游体验。(欧阳易佳)

链接 加速绿色化，快递企业有妙招

国家邮政局下属中国邮政快递报社等发布的《中国快递领域绿色包装发展现状及趋势报告(2018)》显示，截至去年底，全年节约传统纸质快递运单210亿张、节约封装胶带64亿米、节约中转编织袋4亿个。

在减量化、可循环方面，快递企业各显神通，取得不少突破。2017年，快递业电子运单普及率提升至80%，节约传统纸质面单210亿张。电子运单相比传统4联5联纸质运单，节约了大量纸质面单，且电子运单的材料成本仅为传统快递运单的1/3左右。

在此基础上，不少企业进一步推进电子

运单减量化。各大企业纷纷推出可重复使用的包装，主要集中在环保中转袋、包装箱、塑料袋、封套等方面。

绿色化是快递业高质量发展的必然要求，国家邮政局将持续鼓励快递企业与上下游企业一起开展供应链绿色流程再造，鼓励快递企业加快推广绿色包装，探索建立包装生产者、使用者和消费者等多方协同回收利用体系，同时推动绿色运输和配送，鼓励企业优化车辆调度，逐步提高新能源汽车使用比例，争取到2020年，使全行业能耗在现有基础上降低50%。(茂边整理)

消费连线·揭穿食品谣言②

味精加热后真的有毒吗？

张双双

味精加热到270摄氏度时才会分解破坏，在一般食品的烹调温度条件下，味精的性能是稳定的，不用担心变质有毒。国际权威机构围绕味精的安全性做了大量评估研究，目前都没有发现味精能产生某些危害

近日，微信朋友圈热传的文章《这五样菜千万不能放味精，除非你想毒死谁！》称“温度只要超过100摄氏度，味精就会发生变性，不但会失去鲜味，还会形成有毒的焦谷氨酸钠，危害人体健康。”

因受到网络上“味精有害健康”传言的影响，一些消费者对使用味精有顾虑，主要集中在两点：一是认为味精在高温烹调时会生成有毒物质，对健康有害；还有一种说法是认为食用味精会引起以头晕、恶心、胸闷、四肢麻木为特征的“中国餐馆综合征”。

味精这种调味品本身是否安全呢？据专家介绍，国际上的权威机构围绕味精的安全性做了大量评估研究，目前都没有发现味精能产生某些危害。只有个别动物实验发现：在“大剂量”摄入下，对于某种非常敏感的老鼠可能会产生神经毒性。不过要达到这种效果，所需要的剂量远远高于人类食物中可能食用的量，正常饮食根本达不到那个量。联合国粮农组织和世界卫生组织食品添

加剂专家联合会确定味精是一种可靠的食品添加剂，除一周岁内婴儿外，其他年龄组儿童都可食用。美国食品和药品管理局(FDA)在动物试验的基础上得出了“现在的使用量、使用方法下，长期食用味精对人体无害”的结论。

我国也完成了味精的长期毒理实验，实验得出与国际上一致的结论，即食用味精是安全的。

安全以正确使用为前提。钟凯建议，不要长时间、习惯性过量食用味精。因为味精中含有大量的钠，高钠饮食容易带来肥胖，还可能增加糖尿病、高血压和冠心病等患病风险。过量的谷氨酸钠也会影响婴儿的生长发育，所以一岁以下婴儿不要食用味精，母亲用母乳喂养孩子时，也应少吃或不吃味精。

在做饭时，味精使用应掌握好用量，如投放量过多，会使某产生苦涩的怪味。要想味精达到最好的效果，应该在起锅后放入，待温度降至90摄氏度左右放入，使菜肴完全吸收。

如何识别好的味精呢？专家建议，消费者在购买味精时，除了认准包装上的QS认证，还可以从包装上的“纯度”指标看味精的等级，一般来说，纯度越高则质量越好。好的味精晶莹剔透，颗粒均匀；而差的味精颗粒参差，互相粘连，颜色发暗，放进嘴里尝试，如果是苦涩的，就可能是混进了硫酸铵的假味精。另外，市面上售卖的粉体味精中含有食盐，易吸湿结块，贮存时要密封防潮，放在干燥通风处。