

每天送达消费者手中的餐盒数千万个，写字楼外卖垃圾占比达60%-70%——

我们吃出了多少外卖垃圾？

李婕 卫琳聪 苗露

随着手机下单叮咚一声响，几公里之外的餐厅后厨开始忙碌起来。快速盛装、密封、打包，跟随外卖“骑士”穿越城市街道，几十分钟后，美食即可抵达消费者手中。相关机构数据显示，中国外卖用户已超过3亿人。围绕外卖展开的这条产业让许

多人受益，包括前所未有的便利、规模庞大的就业、更加丰厚的利润，但与此同时，也催生了超出想象的外卖垃圾——餐盒、餐具、纸巾、塑料膜、外包袋……这些究竟有多少？我们跟不同城市的消费者一起算了算账。

看数量：

全国外卖用户增长到3.58亿，每份外卖中有多一个一次性餐盒、餐具

生活在北京的“90后”高阳是外卖的忠实用户，几乎每天都会点单。这天上午不到10时，高阳又打开手机APP，花24元点了一份肉夹馍和一碗馄饨。因为上午10时以前还属这家店的早餐时段，价格更便宜，高阳特地提早下单。对于如何更省钱，这位老主顾已经了然于心。

大概半小时之后，外卖顺利送到了，食物连同各式包装在眼前展开：外包装是商家自行设计的纸质袋，打开袋子，一碗馄饨用纸碗装着，上面有塑料封口盖子；肉夹馍则是内面有塑料质地薄膜的纸质包装；还有一份用塑料密封的餐具，里面装有木质的筷子、原木材质的纸巾、塑料白勺子、牙签和无糖薄荷糖。

全部吃完后，高阳特地留意了一下，虽然食物就是简单的肉夹馍和馄饨，但垃圾的数量却不少：木质的筷子、牙签；纸质的所有外包装、餐盒、纸巾；塑料的盖子、勺子，有些甚至没有使用的，比如牙签和多余的纸巾，但都统统进了垃圾桶。

点的外卖多了，高阳见过各式各样的包装，差别主要在餐盒。“一般根据食物的类型，不同商家会采用不同的包装方式。”高阳说，比如煲仔饭会用锡纸盒，外面再加一层卡纸包裹住；饺子怕粘连，包装盒里就会有许多塑料小格，还分上下层；粥品之类的流食温度高，会用防水的纸质材料；而奶茶之类饮品除了饮料盒子之外还会送奶茶托，塑料、纸料材质不一……

餐盒、餐具、外包装袋，伴随每一次外卖下单，都会产生这样一包垃圾，考虑巨大的外卖用户基数，规模更是不可小觑。

根据艾媒咨询的报告，截至2018年，全国的外卖用户已增长到3.58亿，整个外卖市场已突破2400亿元。此前，几大外卖平台数据显示外卖平均客单价已超出40元，若以此粗略估计，2018年全国每天送出外卖超千万份，则每日送达消费者手中的餐盒等包装数量也是千万级别。

北京盒马环保科技创始人郑亦兴介绍，根据他所在公司的实地统计，每份外卖中至少有3个一次性塑料餐盒。他们公司曾经跟北京一座写字楼下的拾荒者合作，把每天从物业收过来的垃圾进行分拣，结果发现，写字楼产生的生活垃圾中，外卖垃圾的重量比例至少占40%，有的甚至达到50%，体积占比能达到60%-70%。



图①：河北省石家庄市的外卖小哥正在送餐。
胡小龙摄（人民视觉）

图②：一份不到30元的外卖餐食，产生的垃圾包括4个餐盒、2套餐具、1个外包袋，其中，附赠的醋、糖等在丢弃时均未开封使用。
本报记者 李婕摄

图③：消费者点了约合常规2人分量的餐食，并在外卖订单中备注“无需餐具”，但是送来的外卖里仍附带了2套餐具。
本报记者 李婕摄

看材质：

砂锅、瓷盘等材质的包装越来越多出现，但消费者对多次利用存疑虑

随着外卖行业的发展，商家开始在餐盒包装上做改良。

在上海工作的白领罗茂林最近点了一次捞饭，单价不到30元，送到后发现竟然是砂锅包装。在外卖平台上查询这家主打捞

饭的店，页面上详细介绍了选用砂锅包装的原因。商家称，一方面，土烧的容器可以无害降解，更环保；另一方面，避免高温熬制的滚汤倒入塑料包装可能导致的食物不安全。同时，商家还特别标明“商品不额外收取包装费”。

点餐时，这家店在外卖平台上显示的包装费的确只有2元。但作为消费者，罗茂林却有不同的看法：“羊毛出在羊身上，砂锅的价钱也得折进餐费里。”据业内人士介绍，商家入驻平台确认包装价格时，需要拍摄餐食的图片，然后选择是否需要单独的餐盒，若需要，平

台系统会显示不同的价格选项，目前一个包装价格大多在1-2元。若商家选用的包装价值超出平台显示的价格，在用户端也不会有所显示，但“商家总不会做亏本生意”。

在采访中，不少消费者表示收到过砂锅、瓷盘、玻璃瓶等材质包装的外卖，因为看起来价值更高、属于反复利用类容器，有的还跟商家确认是否需要回收，有的则认为弃之可惜，但长期使用也不放心。

在北京一家律所工作的申启慧发现，包装的“豪华”程度和外卖价格直接相关。如果是海参、鲍鱼等价格相对较高的食品，一

般会用砂锅或玻璃质地的容器，餐具也是铁质的，看起来质感更好。但因为这些餐具容易破裂，所以外面会加防震包装或用质地较硬的卡纸严实包裹，这样一来，又增加了额外的包装材料。不少消费者表示，这些餐具使用一次未免浪费，但即便当时留下来二次使用，时间稍长也往往就扔掉了，“毕竟不是自己买的，不放心”。

的确有外卖员再次造访回收餐具的情况，但属于少数。广州白领钱霖曾点过某品牌火锅店的外卖，迎来的是包送全套服务的外卖小哥。只见外卖员背着一个大箱子上门，里面不仅有盛放火锅食材的餐盒和餐具，还有锅、电磁炉、排插和塑料桌布。“一进门外卖小哥就帮着把塑料桌布铺好，吃完火锅后，只需要把锅、电磁炉、餐盒等所有东西装进箱子放到门口，外卖小哥会按照提前预约好的时间来回收。”对于这样的一次外卖服务，所有商品均标注“不额外收取包装费”，但提供给顾客的锅具、炉具会收取50元的使用、回收和清洗费用。

看处置：

餐盒、餐具、外包装需减量，平台、商家均可更有作为，垃圾分类带来利好

如何能在外卖垃圾减量上有所助力？针对筷子、勺子等餐具，不少平台推出了自动勾选是否需要餐具的选项，但实际使用中，普遍存在问题。

“餐具可以自己准备，反复利用，这是很容易实现的事情。”在上海实习的张天说，但是经常会出现外卖平台上勾选不要餐具、最后仍送来餐具的情况，根据餐具的总量，有时候还会送来好几套餐具，没用过的，最后也都扔掉了。

在北京、上海、广州、深圳等不同地方，消费者普遍反映存在这一问题。据业内人士介绍，在很多商家门店，外卖包装都是提前搭配准备好的，尤其在午餐时段，可能2小时内要出三四百份外卖，为了赶单，商家往往不会一一区分哪些需要餐具，哪些不要餐具。“虽然一份两份看起来不花时间，但积少成多，当订单集中到达时，商家根本顾不上这些。”这也导致在不少地方，是否勾选餐具选项形同虚设。

而在餐盒方面，不少消费者表示，因为食物要经过几公里的运输，餐盒等容器和外包装必不可少，但是商家可以尽量避免过度包装。“比如有时候为了防止洒漏，商家会在餐盒外面缠很多层保鲜膜，怎么都解不开，既浪费材料造成环境污染，也带来很大的不方便。”高阳说。此外，还有一些类似腰封、过度厚实的一次性塑料餐盒、餐具包装等，观赏功能也大于使用价值。

在郑亦兴看来，目前产生的大量外卖垃圾问题，尤其是餐盒，尚没有很好的替代和解决方案，但是产业链上各方还有努力的空间。一方面，平台可以进行更严格的环保控制，包括为用户提供商家在环保方面表现的反馈途径，如是否按需不送餐具等，还可以将对商家的环保考评作为一项排名指标，引导商家和消费者选择更环保的用餐方式；另一方面，商家要更严格地自我约束，包括为顾客提供更安全的食物包装等。

对于大量的外卖垃圾如何进一步回收利用，市场上已经陆续出现一些专门的机构和企业。过去，在回收过程中，外卖餐盒中的餐余、水分、油脂等容易污染其它可回收物，从而使其失去再生利用的价值，或带来过高的处理成本。不过，自从上海在全国首先实行垃圾分类，外卖垃圾的回收与再利用也被认为燃起了“新的希望”。

拼多多联合JVC电视推出定制化产品

电视企业抢搭互联网快车

本报记者 邱海峰

机器吸屏、主板安装、通电检测、装箱入库……日前，在深圳市龙岗区的兆驰集团总部研发生产基地内，工人们正加紧JVC电视的生产。公司相关负责人介绍，这些智能大屏电视是拼多多“新品牌计划”联合JVC电视推出的首批定制化产品，8月18日开始在拼多多平台上销售。

今年以来，在中国电视市场零售总体有所下滑的背景下，不少企业将目光投向互联网平台。有关机构预测，2019年，线上电视销量将达2335万台，占行业比重攀升至50.8%。

“电视是一个成熟的产业，但互联网作为底层服务商依旧大有可为。”拼多多副总裁井然表示，截至今年7月，拼多多电视产品累计销量突破160万台，同比涨幅超过180%，创维、海信、康佳、TCL、小米、长虹等各大品牌销量均实现大幅增长。

7月，电视年产能超1000万台的兆驰股份与拼多多达成全面战略合作。兆驰向拼多多开放了包括设计研发、产品结构等在内的所有生产信息，拼多多则在需求端收集、转化数据，并且反馈给兆驰。双方依托兆驰获得授权的JVC电视品牌，践行按需定制、按需定产的模式。

拼多多介绍，双方首批定制化产品共包括32英寸、39英寸、55英寸以及65英寸在内的4款智能电视，电视配备了4K超清屏体、8G内存、背光模组与屏幕一体化设计等硬件，拥有国内98%院线大片，与迪士尼、尼克动画等合作引入动漫以及幼教内容，与学而思网校展开合作，覆盖幼/小/初/高各阶段精选教程。

兆驰股份董事长顾伟表示：“兆驰拥有国家级研发中心和高效的供应链体系，互联网让我们有

机会从后台走向前台。与拼多多达成战略合作后，我们迅速推动工业互联网进程，产品研发和渠道覆盖能力进一步增强，有能力持续推出定制化产品。”

拼多多方面表示，“新品牌计划”将联合兆驰与JVC，持续实践小批量、多品类的个性化定制，通过优化资源配置和供应链体系，进一步降低企业生产和销售成本，并以数据迭代的方式，推动电视产品智能研发。

“为满足平台4.43亿消费者日益旺盛的需求，拼多多正加大力度布局包括冰箱、移动空调、智能家居等在内的行业，将持续推出相关定制化产品。”井然说。

清华大学国家形象传播研究中心智库专家张洪兴认为，互联网平台作为大数据和渠道的源头，一方面大幅降低了供需之间的沟通成本，另一方面让生产商可以迅速了解市场需求。互联网+智能制造，为打造普惠型品牌开创了广阔空间，有助于提升企业的产品研发能力和智能化制造水平，将形成互惠互利、合作共赢的局面。



溪上漂流享清凉

湖北省神农架的九畹溪，是长江流域著名的峡谷漂流景区。景区长约6.8公里，上下游水位落差90多米，运营22年来，共接待游客350万人次。图为近日游客在九畹溪漂流景区享受清凉。

郑家裕摄（人民图片）

无障碍厕所、无障碍电梯、升降平台、轮椅租赁点等尽在“掌握”中

全国首个无障碍导航系统在津上线

本报天津电（记者扎西）全国第十届残运会暨第七届特奥会近日开幕。天津市积极提升无障碍设施，创造无障碍环境，“融畅”天津市“无障碍导向标识系统”开始试运行。这是全国首个将全市区域室内外无障碍设施

信息进行系统采集、方便残疾人找到所需要的无障碍设施的导航系统。

据介绍，“融畅”系统可以装在手机里，使用者输入目的地，周边的无障碍厕所、无障碍电梯、无障碍通道、无障碍门、升降平台、无障碍客房

甚至轮椅租赁点，都能尽在“掌握”中。

目前，天津市测绘院已经基本完成市内六区、环城四区和滨海新区建成区及其他重点地区重点部位无障碍数据普查和入库工作，到今年年底前，将完成全市建成区内所有无障碍数

据的普查和入库工作。

目前，该系统采集了15种公共场所的12类近10万个无障碍设施数据信息，包括无障碍卫生间、轮椅坡道、缘石坡道等室外设施 and 大型商场、超市、三甲医院、地铁等室内的无障碍设施。基于互联网导航电子地图，该系统实现了当前位置到目标无障碍设施的导航与标识，以文字、图片、语音等多种指引方式，帮助需求人群快速找到室内外的无障碍设施。