

■新华社记者 赵文君

食品、化妆品包装“喧宾夺主”？强制性国家标准出台将带来新变化

中秋节将至,一些豪华月饼礼盒、茶叶礼盒的外包装“喧宾夺主”,消费者扔了不忍,留着无用。市场监管总局2日发布新修订的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准,将于2023年9月起实施。新标准将给市场带来哪些新变化?市场监管总局标准技术司有关负责人进行了解读。

严格限定包装层数要求

目前,市场上部分食品和化妆品企业为追求高额利润,设计和使用时层数过多、空隙率过大、成本过高的包装。过度包装已经远远超出了包装本身的基本功能,将包装成本附加到消费者身上,既造成资源浪费和环境

污染,又损害了消费者的合法权益。

市场监管总局标准技术司副司长陈洪俊说,研究表明,我国包装废弃物约占城市生活垃圾的30%至40%,在这些包装废弃物中,大部分是过度包装产生的。

陈洪俊介绍,新标准涵盖31类食品、16类化妆品,包括茶叶、酒类、糕点、保健食品等。新标准严格限定了包装层数要求,食品中的粮食及其加工品不应超过三层包装,其他食品和化妆品不应超过四层包装;

修改了包装空隙率限量要求及计算方法,增加了外包装体积检测、判定规则和不同商品的必要空间系数。对于将初始包装体积做大、增加其他商品等情形,今后将无法逃避监管。

为企业和市场设置两年过渡期

新标准将于2023年9月1日正式实施,为企业和市场设置了两年过渡期。

陈洪俊介绍,考虑到新标准发布后,食品和化妆品生产企业需要根据新标准要求,对产品包装进行合规性设计,同时需要消耗库存包装以及待售商品,尤其是化妆品类商

品保质期相对较长,流通环节消耗周期也相对较长。为避免对生产经营活动造成影响以及产生新的浪费,在广泛征求有关产业部门、行业协会和企业意见的基础上,设置了两年过渡期。

目前,食品和化妆品企业需要开展标准

的宣传贯彻培训,让设计、研发和生产人员更深入了解标准技术内容;根据标准要求,对产品包装进行合规性设计,并尽快生产投入使用;加快消耗库存包装和已进入市场的商品,确保过渡期后生产及销售的产品符合标准。

陈洪俊表示,根据标准化法规定,不符合强制性标准的产品、服务,不得生产、销售、进口或提供。在过渡期后,市场上不允许再生产和销售不符合新标准的食品和化妆品。因此,呼吁企业在过渡期内尽快整改达标。

“一看、二问、三算”判断是否为过度包装

在购买食品及化妆品类商品时,消费者如何快速判断是否存在过度包装?

市场监管总局标准技术司副司长魏宏介绍,消费者可以通过“一看、二问、三算”,简单判断月饼等商品是否属于过度包装。一是看商品的外包装是否为豪华包装,包装材料是否属于昂贵的材质。二是新标准严格限定了包装层数要求,在不能拆开包装的情况下,要问包装有几层,层数是否符合要求。三是测量或估算外包装的体积,并与允

许的最大外包装体积进行对比,看是否超标。

北京工商大学食品与健康学院教授马爱进说,以茶叶包装为例,与茶叶直接接触的金属或者塑料包装即为第一层,依次向外数,有几层包装就是包装层数。同时,产品固有属性的材料层以及紧贴销售包装且厚度低于0.03毫米的薄膜不计算在内。比如粽叶、竹筒、天然或胶原蛋白肠衣、空心胶囊等属于产品固有属性的材料层。

新标准明确,食品或化妆品内装物的体积是用净含量乘以必要空间系数来表示,必要空间系数的取值依据产品而定。以酒类商品为例,酒的必要空间系数是13,一瓶500毫升的白酒允许的包装空隙率不超过30%,可以计算出这瓶白酒外包装的最大允许体积为9285.7立方厘米。假设这瓶酒外包装的长宽高分别为20厘米、15厘米、30厘米,则实际外包装体积为9000立方厘米,小于最大允许值,符合标准要求。

此外,新标准继续执行现有标准对包装成本的要求,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%。

下一步,市场监管部门将推动新标准的落地实施。食品和化妆品企业要按照有关法律法规和新标准的要求,严格落实企业主体责任。同时,倡导消费者自觉践行绿色消费理念,不选购、不使用过度包装的商品。



近日,宁夏石嘴山市多家企业向国务院第八次大督查第十六督查组反映,在当地购买安全生产责任保险,只能通过江泰保险经纪公司宁夏分公司,否则到应急管理部门窗口办理不了安全生产许可证。无奈之下,“企业只能花钱买省心”。

安责险是近年来推行的一种商业保险,为企业提供安全事故损失赔偿和事故预防服务。一种市场化的商业保险,为何在石嘴山不能自由购买?

新华社发 王琪 作