

茶叶2两、包装2斤……

# 过度包装为何屡禁不止?

几十克重的茶叶被装进各式漂亮的瓶子,外加泡沫、隔板、纸盒,包装比茶叶重好几倍甚至十几倍……清明节前,市场迎来一波新茶上市高峰,过度包装问题再次凸显。记者对此展开调查。



CFP供图

## 新闻评论

### 遏制过度包装 需要标本兼治

又是一年春茶至,然而一些茶企以及商家的过度包装,却让不少消费者“望茶兴叹”。中国消费者协会28日发布《商品过度包装问题研究和消费者感知调查报告》显示,消费者对茶叶过度包装问题关注程度最高。

怎么样的包装才算过度?包装材料多了就过度了吗?从此次中消协调查来看,消费者对于商品过度包装的认知存在诸多盲点,只有34.0%的消费者了解过度包装的正确定义,仅有7.8%的消费者熟悉商品过度包装的判别标准。像一款250克的茶叶,包装竟达2斤重,虽然三层包装符合国家标准,但猫腻就出在包装间的空隙率上,其包装盒体积巨大,而里面的茶筒却明显过小。

遏制过度包装并不是一个新鲜的话题,相关政策的实施也取得了一定的效果,像有关部门去年对月饼包装进行明确规定之后,月饼价格整体低于往年,市场上单价500元以上盒装月饼相比往年大幅减少,每盒月饼的平均售价为150多元。然而,过度包装依然屡禁不止,仅仅治理表面情况还不够,关键要找深层次的原因。

对于生产商和经营者来说,面对生产、销售趋向同质化的商品,市场竞争日益激烈,特别是像茶叶、月饼、粽子等,与其花费大量时间精力提升质量、研发新口味,还不如在包装上下功夫来得“性价比高”。同时,一部分消费者对于包装也确实有需求,像月饼、粽子等传统时令商品,在购买的时候,能够有一种仪式感,像去年网上很火的一款月饼礼盒,其包装本身就是一个“祭月台”,消费者能用手电模拟月光“洒”上去。

遏制过度包装需要标本兼治,有关部门除了要进一步细化判定过度包装,让消费者从肉眼或者感官上就能判别,方便监管之外,也要鼓励企业对于包装进行创新,推行更加环保、便捷的包装方式,增加产品包装的设计感、体验感,而不是复杂程度。比如在茶叶的包装上,可以在外包装上留有透明窗口,让消费者更好地了解茶叶品质,更放心地购买。从长远角度来说,提供包装者的责任不仅在生产过程之中,而且要延伸到废弃后的回收和处置上。

遏制过度包装,使得安全实用、绿色节约的包装理念成为生产和经营者的自觉行为,进一步促进市场规范,这样才能让消费者更加满意。

据《新民晚报》

## “茶叶2两、包装2斤”现象多见

记者近日在杭州一家茶叶销售门店看到,一款120克的龙井茶分装在两个密封的铝塑口袋里,塞进两个印有樱花纹的陶瓷罐里,外边套上大纸盒。纸盒卡在铺有黄绸缎的泡沫塑料里,上面盖个大盒子,外层贴上锃亮的金属包装,再整套放进硬纸质的大口袋。经过测量,全部包装的重量就达到1.5千克。

在杭州武林路上一家茶叶店,一款售价980元的龙井茶叶礼盒重量超过1千克,实际茶叶净重仅150克。店员介绍说,这款畅销的茶礼包装精致,送礼很体面,不少顾客一次买两盒。

杭州市西湖区翁家山村党总支书记孙斌经营西湖龙井多年,他介绍,目前市面上茶叶包装主要分为三种:第一种是高端礼品属性,以瓷瓶和手工包等包装为主;第二种是一般礼品属性,有打上“某某茶叶”的统一包装和铁质礼盒;第三种是小包装的茶样属性,往往设计感强、时尚度高。

业内人士表示,不少高档礼品茶外部用烤漆木盒、竹盒,内部使用瓷瓶、陶罐和手工制作的锡罐等包装,仅包装盒成本就达到上百元。部分包装豪华的茶叶礼盒,包装体积达到实需体积

的3至5倍,成本甚至超过茶叶本身。

“包装越好,茶叶溢价越高。”一名茶叶代理商透露,茶叶的礼品属性强,包装的材质、色系、造型等对售价有重要影响。比如某款武夷岩茶,仅50克重的茶叶用两三斤重的红木礼盒包装,礼盒成本就达到200元,茶叶售价高达6000元。

从去年10月开始,浙江泰漆包装科技有限公司陆续接到茶叶包装订单,目前,茶叶礼盒已订出50万套,可用于包装25万斤茶叶。企业总经理李来看透露,茶叶对包装的要求越来越高,小批量、个性化订单占比越来越大。

## 过度包装带来多重社会影响

茶叶过度包装有一定普遍性、长期性。近期,中消协组织专业调查人员,针对主流电商平台食用农产品、茶叶、玩具、婴童产品4个商品品类进行了过度包装问题搜索,通过目测包装空隙率过高的主观判断方式,对2830个茶叶、900个食用农产品、920个玩具、1510个婴童用品共6160个商品进行了判别,其中茶叶过度包装问题比例为11.2%。

不少受访者认为,茶叶适度包装设计利于销售,但过度包装会带来多重负面社会影响。

首先是造成资源浪费和环境污

染。研究表明,我国包装废弃物约占城市生活垃圾的30%至40%,这些包装废弃物大部分是过度包装产生的。杭州龙冠实业有限公司总经理姜爱芹说,许多茶叶礼盒无法二次利用,除了作为存茶罐、零食收纳等用途外,基本只能丢弃成为生活垃圾,后续处理成本很高。

其次是重“颜值”超过重品质,华而不实扭曲茶市发展。记者采访了解到,增加一点包装成本,价格往往就能大幅上涨,因此部分茶企更多地在外包装而非茶叶品质上下功夫。中国农业科学院茶叶研究所副研究员陈富桥透露,一些包装精美的茶叶定价不低,

但实际上品质却不高,采摘、加工环节都存在不少问题。

尤其值得注意的是,不少包装精美的茶叶礼盒,被人当作送礼佳品。浙江省湖州市德清县莫干山镇石颐茶场总经理康青霞说,为迎合送礼需求,一些茶商特意把包装做得极为精致,里三层外三层显得很珍贵。

杭州市西湖区纪委监委相关负责人介绍,豪华茶叶礼盒背后,往往隐藏着违规收送茶礼、回收茶礼套现、违规公款采购等“四风”问题。记者在闲鱼等二手交易平台上看到,不少卖家出售茶叶礼品,价格从几百元到上千元不等。

## 严格执行标准强化有效监管

国家市场监督管理总局最新修订的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》将于2023年9月起实施,该强制性国家标准涵盖31类食品、16类化妆品,包括茶叶、酒类等。

新标准对包装层数、包装成本等作了明确规定:粮食及其加工品不应超过三层,其他商品不应超过四层;生产组织应采取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%。

浙江省社会学学会会长杨建华认为,“人情”“面子”间接推高茶叶身价,与绿色低碳发展理念和朴实真诚民风背道而驰,其中潜藏的“节日腐败”“人

情腐败”风险更值得警惕。有关部门应督促茶企在过渡期内尽快整改达标,以新标准为抓手,从源头减少资源消耗和包装废弃物产生,并加强社会层面的警示教育。

陈富桥认为,茶性尚俭,简静一直是我国茶文化的审美意蕴之一,同时,现在人们环保意识愈来愈强,国家对环保的力度也愈来愈大。虽然品牌塑造离不开包装,但如果茶企一味追求繁复精美的包装,不仅有悖茶文化内涵和市场发展趋势,还可能有害企业形象。

陈富桥建议,政府产业部门应引导茶企紧跟时代,把握市场,更多在茶叶

质量、口味上下功夫,在茶叶包装中引入更多可循环利用的环保材料,推广简化包装,回归和挖掘茶文化内涵,以此获得消费者持久认可,推动茶产业持续健康发展。

此外,业内人士建议,应大力整治奢靡送礼等不正之风,防范“人情腐败”。连续多年,西湖区纪委监委在春茶上市季组织开展专项监督,通过部门联动、明察暗访等形式全面排查公款购买、违规收送“天价茶”相关情况,严防茶叶背后的隐形变异“四风”问题。近5年来,共查处公款购买茶叶、违规收受茶礼的党员干部5人。下一步,将持续开展专项监督,以“茶品”树“人品”,以“清茶”带“清风”。

新华社记者许舜达