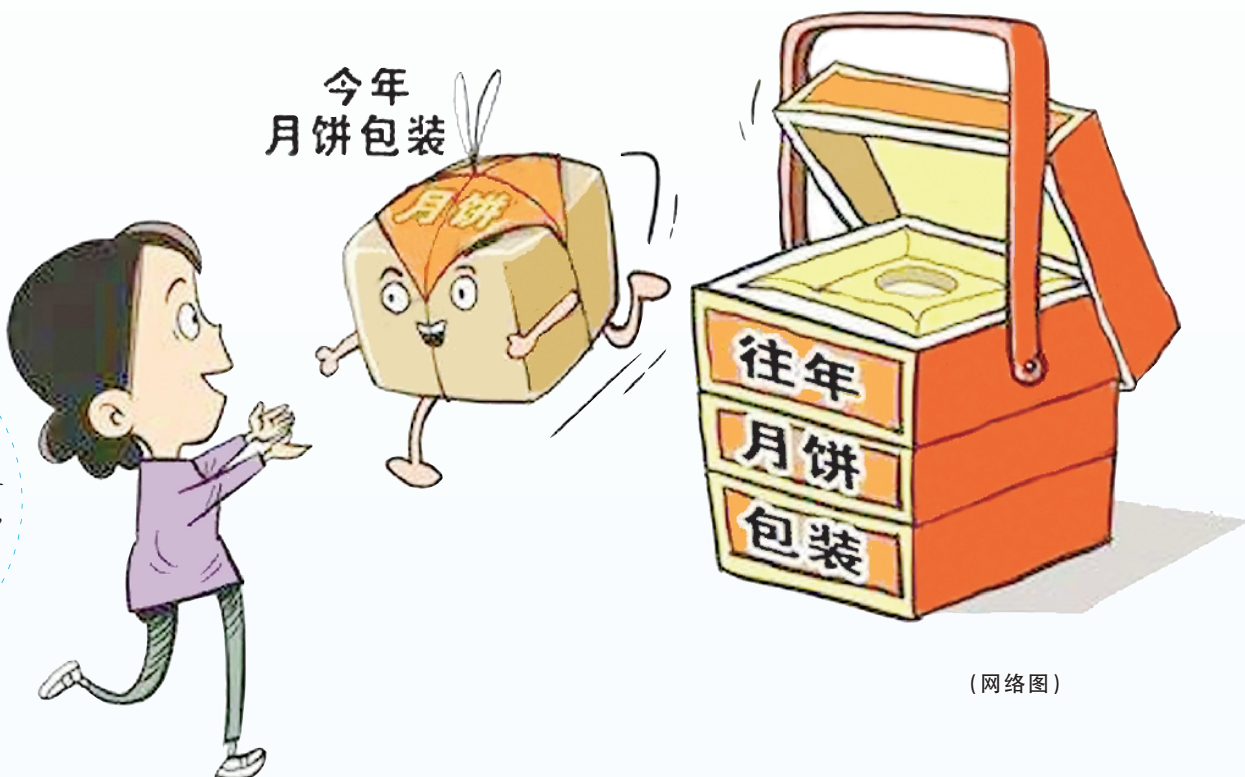


食品、化妆品包装“喧宾夺主”？

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。



(网络图)

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 and 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。



(网络图)

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，同时需要消纳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，流通环节消纳周期也相对较长。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；加快消纳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。

(据新华网)