

# 脱掉锦衣华服 食品本色回归

限制商品过度包装新国标将于9月1日起实施



国家市场监管总局于2021年8月10日发布的国家标准GB 23350-2021《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》经历两年过渡期,将于2023年9月1日正式实施。中秋佳节将至,新国标将给企业和市场带来了哪些影响?消费者又是如何看待食品过度包装的呢?

## 市场观察

### 环保意识上升 拒绝“买椟还珠”

“过度包装的食品太多了,比如这个牛奶,底下空那么一大块,我觉得完全没有必要!”“我喜欢吃黑芝麻丸,但是我觉得它外面这个铁盒是完全没有必要的,包装成本上去了,自然还是消费者买单,我买的是芝麻丸,又不是铁盒子。”正在购物的消费者对记者表示。

据记者观察,在电商销售平台,截至8月22日,淘宝热销总榜中,五芳斋月饼礼盒居于第10名,美食类第2,近2小时,热销2007件,售价为29.9元1盒8块;非传统月饼类,新晋网红品牌靓小白的冰皮流心月饼礼盒位居天猫热销总榜美食类第22名,近2小时热销358件,售价为29.9元3盒12块。值得注意的是,靓小白月饼礼盒还为消费者提供了简盒装和礼盒装,可满足消费者不同食用、送礼需求。

由此可见,即使是在用于送礼的月饼礼盒领域,消费者也不倾向于购买“买椟还珠”式的月饼礼盒,而是更注重性价比和产品本身的口味。

值得注意的是,消费者的环保意识也在不断提升,根据中国消费者协会发布《商品过度包装问题研究和消费者感知调查报告》显示,80.7%的消费者反对过度包装;在商品过度包装问题现状方面,51.4%的消费者感知过度包装问题比较多,34.3%的消费者认为买到过疑似过度包装商品——因此,食品企业需要知道,包装精美度并不等同于包装复杂度,应考虑提升产品包装质感,进行创新型包装设计,并在节日适时推出精装礼盒以满足消费者的需求。

食品分析师朱丹蓬表示:“今年国家对食品行业包装的新政,必将对整个食品行业的健康、良性、有序的发展提供全新的顶层设计和政策的红利,推动月饼等节日食品回归大众消费品属性,回归传统文化本源。”

## 政策解读

### 狠抓过度包装 实施有效监管

“根据《中华人民共和国标准化法》第二十五条,新强制性国家标准实施后,不符合GB 23350-2021要求的产品不得生产、销售或进口。”市场监管总局相关负责人表示。

为实现食品包装规范化,达到资源节约、绿色生产的目标,此国家标准对于包装层数、包装空隙率、包装成本进行了严格规定,其中有至少1项不符合本标准要求,则判该商品的包装为过度包装。

市场监管总局相关负责人介绍,消费者一般可以通过“一看、二问、三算”,简单判断商品是否属于过度包装——“一看”,就是要看商品的外包装是否为豪华包装,包装材料是否属于昂贵材质;“二问”,就是在不拆开包装的情况下,问清包装层数;“三算”,就是要测量或估算外包装体积,并与允许的最大外包装体积进行对比,看是否超标。

过度包装将成本转嫁到消费者身上,误导消费者,侵害了消费者的合法权益。一方面政府相关部门可以加强对于消费者维权方式的宣贯,使宣传方式更接地气,优化投诉渠道,让消费者投诉有门,从而对市场主体起到强有力的监督作用;另一方面,市场主体可以在商品包装上标注空隙率等包装信息,维护消费者知情权,主动接受监督。

对于食品企业来说,国家新政的出台,本质上是希望企业回归产品本质,践行低碳环保理念。未来,茶、酒、乳品、饮品等包装设计走小巧精致路线将成为必然趋势。

据悉,8月18日,工业和信息化部科技司发布通知,GB 23350-2021《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》第2号修改单(征求意见稿),面向社会征求意见,截止日期至2023年9月17日,2号修改案将对包装层数、包装成本、包装空隙率等问题做进一步解释,相关市场主体可以就自身情况进行反馈。

## 企业作为

### 创新食品包装 践行绿色理念

生活在物质条件相对丰富的时代,低碳环保进一步凝结为社会共识,新时代消费者的精神文明需求日益凸显出来,对于食品包装的环保性、功能性、趣味性的要求越来越高。

值得关注的是,目前消费者对过度包装治理效果整体评价不太理想,某上市食品企业研发总监对记者表示:“企业应当积极响应国家政策,践行绿色包装要求,我们采取的措施首先包括缩小包装体积,这节约了一定的成本,我们将把新包装节约下来的成本用于采用新的环保包装材质,以及提升包装的印刷精美度;其次,在不缩小包装体积的产品中,我们将提升产品本身规格,把实惠给到消费者;同时,对于新的包装,企业还应配合宣传,做到与消费者双向沟通,同频共振。”

食品企业应当从过度包装和无序竞争中抽离出来,将更多的资源投入到提升产品价值和品牌价值之中——顺应消费者需求和偏好,结合产品特点主动进行包装升级,倡导绿色包装,这不仅是符合时代潮流的善变之举,也是展现企业社会责任感、树立品牌形象、提升用户黏性的治本之策。

食品包装设计应当删繁就简,让食品回归其本色,让消费者买得放心;另外,也可以增加包装的互动性和趣味性,如创新图案和文案或者借用AR科技、溯源技术优化用户体验。

食品分析师朱丹蓬表示:“从产业端结合消费端来看此次的新政,既降低了企业的生产成本、包装成本及物流成本,也让消费端享受到高性价比的优质产品,是利国、利企、利民的重大举措,对弘扬节约、反对铺张浪费,特别是提升全社会环保意识、倡导重复使用等方面极具现实意义。”

(据《北京晚报》舒擎)

## 兴业银行当选为中上协 ESG 专委会委员单位

近日,中国上市公司协会ESG专业委员会(以下简称“中上协ESG专委会”)举办第二期ESG主题沙龙,会上,兴业银行当选为中上协ESG专委会委员单位。

作为国内ESG理念实践先行者,兴业银行于2008年首家采纳赤道原则,2019年首批签署联合国《负责任银行原则》,确立了可持续发展的公司治理理念,探索形成了“寓义于利”的企业社会责任实践模式,走出了一条兼顾国际标准和中国特色的ESG实践之路,并获得国际权威机构认可。根据全球最大指数公司明晟(MSCI)公布的2022年度ESG评级结果,兴业银行为国内银行业唯一一家连续四年获评国内银行业最高评级A级的银行机构。

信息披露是ESG的重要基础和应有之义。兴业银行持续提高ESG信息披露水平,将ESG指标体系转化为具体落地措施,并通过绩效评价管理,将ESG评级转化为提升自身经营管理能力的参照标准和实施工具,不断提升ESG管理体系的科学性。同时,该行围绕ESG管理,持续加强与机构投资者的交流,共同推进联合国可持续发展目标(SDGs)、巴黎协定等全球目标的实现。

(徐媛红)

**兴业银行**  
INDUSTRIAL BANK CO., LTD.  
呼和浩特分行

**兴业银行**  
您身边的理财银行

兴业银行全年不间断  
滚动推出理财产品

每周二固定发行5-7款  
天天万利宝

专属理财经理一对一服务  
尊贵贵宾礼遇全方位升级

财富电话: 0471-6989978

## 年利率降至3%以下 储蓄国债发售仍抢手

在投资者风险偏好下降、市场投资收益下滑的当下,储蓄国债受到市场欢迎。新一轮储蓄国债已于8月19日发行完毕,本次国债发行仍然十分抢手。低门槛、低风险的投资特点,深受稳健型投资者的热捧。

虽然国债收益较之前有所下降,但因为其具有购买门槛低且可以转让等优点,对追求安全稳健的投资者仍然具有不小的吸引力。不少人表示,希望把钱放在比较稳妥、安全性相对更高的产品里,利率能高一点当然好,保持稳定最要紧。

业内人士表示,储蓄国债的投资门槛较低,按年或一次性付息,利息收入免征个人所得税。且相

比理财产品,国债没有风险,因此一直是稳健型投资者的“香饽饽”。以本次发售的第七期和第八期储蓄国债为例,第七期期限为3年,年利率为2.85%;第八期期限为5年,年利率为2.97%。买10万元的国债,3年期到期累计利息是8550元、5年期的利息是14850元。本次发行的两期电子式储蓄国债到期后本息自动到账,对于投资者来说比较省心。

某股份银行理财经理表示,对于投资者来说,市场上保本保息的产品不多,国债仍然是热门投资理财产品之一。利率下行常态化,投资者更愿意将钱放在一些年限长的产品中提前锁定收益。

(据《华商报》李滨)