

# 包裝精美、贈品多成普遍現象 外賣過度包裝如何解

【廣州日報】包裝精美、贈品多成普遍現象 無餐具選項常“形同虛設” 解決外賣垃圾問題需多方探索

近幾年，快速發展的外賣行業給人們生活帶來便利的同時，由此而產生的外賣垃圾也隨之快速增長。近期，一份由清華大學環境學院相關研究團隊的研究報告引發關注，該團隊根據 3500 萬份外賣訂單分析，2020 年全國外賣垃圾中塑料垃圾重量約 160 萬噸，而無害化處理 160 萬噸塑料垃圾，大約需花費 24.5 億元。

這一數據無疑反映出當前外賣垃圾所造成的社會成本之高。為減少外賣包裝所帶來的環境污染，業內一直以來都有相關的“減塑”行動在進行，如由平臺方發起的“無需餐具”選項作為外賣餐具源頭減量的第一步，以及呼吁使用無紡布或紙質包裝替代塑料包裝等。在當前外賣行業中，外賣包裝究竟還存在哪些問題？如何進一步推動外賣垃圾問題的解決？近日，廣州日報全媒體記者採訪了一些消費者、商家、平臺以及業內相關人士。

調查

外賣“過度包裝”成常態

近期，記者先後點過 20 多份外賣，每一次下單前都會勾選“不需要餐具”選項，但除了兩家餐廳以外，其餘大部分商家仍附贈了餐具；在這 20 多份外賣中，打包費最高為 6 元，最少為 0.5 元，其他普遍在 1 ~ 3 元間。而商家的“過度包裝”情況日趨普遍，如“大碗裝小菜”“大袋裝小配料”等，導致包裝容積率較高；包裝材料方面則逐漸環保化，採用紙質包裝袋的商家有 10 家，採用無紡布保溫袋包裝的有 4 家，其餘仍採用普通塑料包裝袋，但由於不少紙盒中依然存在塑料膜成分，且消費者循環利用無紡布保溫袋的幾率較低，這些外賣產生的垃圾依然會造成環境壓力。

送桌布、送煲仔、送烤盤、咖啡分裝……

消費者吃外賣如“拆盲盒”

三個流沙包、三顆蝦餃、一份鳳爪，總計 87.5 元的外賣送到記者手中時，卻發現這是一份體量略微“超標”的外賣：打開精美的無紡布保溫袋外包裝後，裏面躺着的除了三個用塑料膜覆蓋的紙質大餐盒，還有一個紙質信封，信封內包含一張面積約一平方米大小的塑料桌布、塑料手套等。

一份蓋飯，一份布丁，某餐飲店送來的外賣更是營造出了“拆盲盒”的儀式感——隨蓋飯附贈的是一口砂鍋煲，隨布丁附贈的為一個陶瓷小茶杯，且茶杯躺在一個體積為其 4 倍大的紙盒之中。除此之外，包裝袋內還包括一次性筷子、塑料勺、塑料叉以及裝有前菜小食的塑料盒等。其中尤其誇張的為一份長約 20 厘米、造型為一條鯉魚的包裝袋，拆開來裏面竟祇是一份手掌心大小的醬油瓶和芥末袋。

然而這還不是最誇張的。市民顧女士在天河區 CBD 上班，由於每天中午的休息和午餐時間祇有一個小時，為了提高就餐效率，顧女士往往會和同部門的同事一點點外賣。但有一回點外賣經歷讓顧女士哭笑不得：她選擇了一家煲仔飯餐廳，一共點了二十多份煲仔飯，價格在 25 元 ~ 40 元不等，卻不料每一份都是用電飯煲內膽獨立包裝的，“我們吃完之後，辦公室裏就突然多了二十多個內膽煲，場面頗為尷尬。後續我們打電話詢問商家，商家表示不回收，於是大家祇好將煲一起丟掉，給清潔工人造成的回收壓力非常大。”除此之外，為招徠更多消費者，更有部分商家直接“點烤內外賣贈送烤盤”“點牛肉火鍋贈送小鍋”。

即便是在飲品業內，為提高品牌認知度和消費者體驗，不少商家也會在包裝上下功夫。以某茶類飲品店為例，記者在購買該店飲品外賣時，同樣勾選了“不需要餐具”，然而在茶飲的隨贈品中，不僅有可降解塑料吸管，同時該飲品還有雙重包裝——一層塑料壓膜蓋，外加一層可拆卸的塑料蓋，此外附贈的還包括塑料開封器、塑料玩具等，都屬於“包裝標配”。

類似的情況，在消費者群體中可謂數不勝數。“這年頭吃個外賣，光是拆包裝就費勁。”消費者小李也對如今外賣行業裏的“過度包裝”格外不解：“過去點一份外賣，大多數都是普普通通的一杯奶茶或者一份盒飯，但是如今，點一杯咖啡可能送到家裏來的就包括分裝咖啡液、袋裝礦泉水、袋裝鮮奶、冰塊、咖啡杯，甚至還包括杯墊、隔熱套等，喝完一杯咖啡，光這些外賣包裝就可以裝滿一個垃圾桶。”

環保盒袋“不環保”？“零餐具”選項如虛設？

外賣包裝精美，固然可提高品牌的認知度和用戶的消費體驗，但長此以往，卻也讓不少消費者大呼“浪費”。“尤其是之前因為疫情防控居家的時候，家裏一日三餐都依賴外賣，由此產生的外賣垃圾最多時可達二十幾袋。”小李說。

環衛工張叔負責某居民小區的垃圾拖運，張叔透露，每天他所負責的 4 個樓棟，總共約 140 多戶人家，每天僅午餐和晚餐時間就要分別運送三趟垃圾車，“裏面大部分都是外賣垃圾，有時候我們會單獨把外賣餐盒清理出來，其中也有一些質量不錯可以重複使用；除此之外還有像紙袋、無紡布保溫袋之類的垃圾，

其中一些專用保溫袋是可以重複使用的，但基本上大家都會隨着外賣餐盒一起扔出來。”

無紡布保溫袋、紙袋等是近幾年為“減塑”而由平臺方發起的改變。“但實際上由於油漬等原因，目前的保溫袋、食品紙袋幾乎都無法回收，當它們隨生活垃圾被運往垃圾中轉站，最終對環保消納造成的壓力可能還甚於塑料袋。”來自普慧環保的李憲坤介紹，在食品包裝方面，目前市面上的包裝材料主要包括四種：聚丙烯塑料(PP)、聚苯乙烯塑料(PS)、紙、鋁箔等。其中，如今備受推廣的無紡布包裝所產生的碳排放實則是普通 PP 塑料袋的 11 倍，這意味着無紡布需重複使用 11 次才能夠真正達到減碳的效果。同樣的還有一些由玉米澱粉制成的可降解包裝餐盒，由於可降解材料特殊，如若要達到減碳效果，必須通過特殊的回收途徑和處理設備。

“現在一方面很多地方還沒有這樣的回收處理能力，另一方面許多紙質餐盒內還都有一層 PP 膠，難以分類，最終的歸宿也還是同樣被當作生活垃圾填埋或焚燒。從宏觀角度考慮，這些外賣垃圾沒有分好類也是對社會資源的極大浪費，因為可降解餐盒的生產材料是糧食或者秸杆類，這些完全可以用于養殖等其他領域。”李憲坤表示，外賣想要實現“減塑”目標，其核心不僅是在總量上減少塑料的使用，更重要的還包括末端的分類和回收，“如果不能有效利用，這些無紡布、可降解餐盒、鋁箔等所造成的成本和污染也會更大。”

同樣略顯“尷尬”的還有“無需餐具”選項，記者留意到，儘管從 2021 年開始各大外賣平臺便開始鼓勵消費者在購買外賣時不使用餐具，但在記者點外賣以及其他消費者的反饋中得知，部分商家依然會忽視該選項，將餐具一同配送。記者對此曾致電多個商家，得到的回應大多是“到餐點人手忙不過來，索性統一配了餐具”“打包時沒有留意”等。其中一位商家告訴記者，一份餐盒大約會占據他們幾毛錢的成本，“從我們的角度來說，即便多配送了餐具，消費者也較少會因此而投訴；相反，我們會擔心因為沒配送餐具而收到差評。”

環保成本“轉嫁”：消費者為外賣包裝“埋單”

外賣訂單數量增長，加上外賣“過度包裝”“豪華包裝”等情況，使得外賣包裝垃圾問題不容小覷。

根據清華大學環境學院教授溫宗國團隊的研究估算，2020 年外賣行業塑料使用量為 160 萬噸；來自深圳大學的段華波團隊則通過估算的垃圾量進行生命周期評估，估算得出 2019 年共產生約 90 萬噸外賣垃圾（其中塑料垃圾 57.8 萬噸、紙類垃圾 27.9 萬噸、木質筷子 8 萬噸、金屬類約 1 萬噸等），其所產生的碳排放超過兩百萬噸，這些碳排放的價格無疑也“分攤”到了消費者頭上。

以外賣包裝費 2 元 / 份計算，根據易觀數據，2020 年我國共產生 171 億筆外賣訂單，這意味着消費者為包裝付出的成本達到 342 億元。即便從環保角度看，商家採用的并非塑料產品，但這些環保成本最終仍由消費者承擔。

以記者點的某餐飲店一份售價 70 元的外賣為例，其外賣用砂鍋包裝，同時還附贈小菜等，其中打包費顯示為 3 元。而據某家餐廳主廚透露，這樣一份外賣的實際成本並沒有那麼高，但像送砂鍋這種包裝可以讓消費者有一種“賺到”的感覺：“按照網上批發的價格來算，一個砂鍋 5 元、魚類配料 17.9 元、米飯 0.8 元、小菜 1.5 元，若不計算人工和店租等成本的話，外賣的成本實則祇要 25.2 元。”再以某款售價 32 元的布丁為例，“布丁大多是布丁粉調制，一般成本 2 元，如若是好的制作方式，成本大約 5 元；即便附贈陶瓷杯，包裝成本也就 2 元。但是很少有消費者會去算外賣的成本。”

不過也有一些願意去“計較”的消費者。市民 Apple 就發現了部分商家的“包裝費套路”。她告訴記者，去年開始她在某家餐廳選購外賣時，就發現商家店鋪首頁寫着“僅需要收藏商家店鋪並支付 0.1 元就可贈飲一杯涼茶飲品”，然而在點完餐食之後，Apple 卻發現包裝費為 4 元，其中涼茶的包裝費 2 元。但等她收到外賣時才發現，所謂的涼茶飲品其實就是在超市購買的盒裝涼茶，並不需要額外包裝。自此之後，Apple 便開始格外留意“包裝費”的構成，她發現在點外賣時，類似的商家“套路”不少，如“免費增加土豆片”“免費增加香菜”等，實則一旦分裝也需消費者支付相應的包裝費用；而在她點燒烤時，每一份烤串使用一份獨立包裝，從而累加收取包裝費。

“之所以這種情況普遍，是因為包裝費不會被平臺抽備，商家通過這樣的方式來轉嫁壓力，說到底還是羊毛出在羊身上。”Apple 告訴記者。

探索

解決外賣垃圾問題需多方合力

此前，同樣曾面臨“過度包裝”爭議的還有粽子、月餅、

化妝品等商品。經過一系列的政策出臺，如今這些商品已逐步實現“瘦身”。“目前，我國對於外賣包裝還沒有制定相應標準，大部分的外賣包裝都是商家自行設計，且包裝費也由商家定價，原則上目前的外賣包裝還是以食品安全為首，同時將環保要求作為重要考量因素。”某外賣平臺方表示。

“給外賣設立標準是一件不容易的事情。它更多地需要從全生命周期的角度出發，做好頂層設計和規範外賣包裝的標準或垃圾處理制度。”李憲坤告訴記者。在採訪中，記者與採訪對象也討論了解決外賣垃圾問題的可能性。

可降解材料、減量、回收、自帶餐具……

多方探索“減塑”方案

儘管可降解材料存在難以回收的情況，但就目前來看，可降解材料依然是不少業內人士心中的優質“減塑”方案。目前市面上的可降解材料有多種，如環保鋁箔類、可降解麥秸杆類、紙類，或玉米澱粉合成類。

暨南大學環境學院院長曾永平指出，用生物基為原料來生產塑料，目前的生物基對傳統塑料的可替代潛力超過了 90%。儘管從目前來講，生物基塑料的成本依然很高，但是先通過合成澱粉，再通過澱粉來合成生物基塑料，其成本可以大大下降。“我們估量出，與 2020 年相比，2060 年全球塑料工業累積二氧化碳排放量將從 25gt 增長到 112gt，且這些塑料垃圾將會構建成一個儲量達到 85gt 的二氧化碳碳庫。因此僅僅提高塑料回收率無法從根本上改變塑料垃圾增長的趨勢。”

曾永平也提出，目前針對塑料的回收仍存在不少問題和局限，“以目前的技術來說，我們能夠大規模回收的主要是高密度聚乙烯、聚丙烯等材料，僅覆蓋約 50% 的塑料產能；其次，在回收再利用過程中，二次塑料生產還會損失 30% 的原材料；此外，塑料還容易發生老化，回收次數有限，回收意願較低等。”他表示，這也使得外賣包裝領域的可降解材料運用成為一個難題，需要多方來共同探索合理路徑。而研究者們認為，解決該問題或許大致可參考目前歐美、日本等地區的生產者責任延伸制度，即“生產者的責任不僅需要在生產過程之中，且要延伸到產品的整個生命周期之中，特別是廢棄後的回收和處置”。這需要包括包裝生產廠家、餐廳、消費者、平臺企業、物流系統、環衛系統、回收企業、政府等環節共同發力。

據記者了解，目前各種探索也正在進行。如從去年起，針對無紡布袋用量增長的情況，中國產業用紡織品協會便開始與外賣平臺合作探索無紡布袋回收再生，並試點與商家門店合作進行回收；在循環再生環節，對回收的塑料餐盒進行破碎、清洗、再造，實現外賣餐盒的“重塑新生”。

除了材料替換，關注回收環節的李憲坤還認為，想要減少外賣包裝對環境的污染，最關鍵應該是減量和回收，具體操作起來包括三點：第一是改變社區商業生態，把 70% 生活必需品由社區下的商鋪來負責，帶動 800 米半徑範圍內的超市、夫妻店等對外賣等商品進行無包裝、低碳、節儉配送；第二，用先進的源頭分類收集技術，把產生的快遞及外賣塑料、紙板及其它包裝垃圾有效回收並資源化利用；第三，通過高價回收塑料、紙板，補貼資源化回收公司等方式來進一步鼓勵回收行為。

類似的探索也正在開展。據記者了解，此前在廣州大學城就曾試點推進塑料餐盒規模化回收，通過外賣平臺與高校、餐飲商家及回收、循環再生企業等主體合作，探索塑料餐盒分類回收與循環再生模式；還有企業開始試點裝有芯片的可跟蹤“循環餐盒”，根據理想情況，每個循環餐盒能使用一年半至兩年，至少可循環 150 次。此類模式未來或可鋪開至工業園區、寫字樓等多種場所。

除此之外，還有一些商家也在發起環保活動。如一些飲品店推出“若消費者自帶杯可直接減免 4 元”；部分餐飲企業也在醞釀“讓消費者自帶餐盒”服務。

文、圖 / 廣州日報全媒體記者 程依倫 (除署名外)

【責任編輯：沈美】

