

# 消费日报

2020年6月18日  
星期四  
总第7744期  
第4803期  
今日4版

## 5月份服务业生产指数增速由负转正

本报讯 6月15日,国家统计局发布数据:5月份,全国服务业生产指数同比增长1.0%,4月份为下降4.5%。1—5月份,服务业生产指数同比下降7.7%,降幅比1—4月份收窄2.2个百分点。  
主要行业中,5月份,信息传输、软件和信息技术服务业,房地产业,金融业生产指数同比增长均较上月加快。

A版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一刊号:CN11—0057 ■ 邮发代号:81—9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

纸制化妆品包装兴起 食品餐饮行业推行纸浆餐具

## “以纸代塑”呼声渐高

□ 本报实习记者 暴梦川

日前,欧莱雅集团与美妆产品包装供应商 Albea 合作开发的纸制化妆品管状包装,将首次在欧莱雅集团旗下品牌的新款200毫升保湿防晒乳液上投入使用,并率先于法国上市,随后推向全球市场。欧莱雅集团的发言人表示,这是双方“在创纪录的时间内踏出的第一步”。并且这不是纸制化妆品管状包装的唯一一次应用,未来还将应用到旗下更多品牌的产品上。

除此之外,食品行业早已将“以纸代塑”落在实处,越来越多的外卖餐饮商家开始选择纸制包装,而企业则通过技术创新,推出了更加安全健康的纸制产品。

### 禁塑在全球成为热潮

随着人们对塑料制品所产生的危害和对环境影响的认知不断提升,今年年初,国家发改委、生态环境部发布《禁止、限制生产、销售和使用的塑料制品目录(征求意见稿)》,这意味着至2022年底,我国一次性塑料制品的消费量将明显减少。

采取措施的不止我国,禁塑在全球范围内成为热潮,欧盟、英国、加拿大、澳洲等地均出台了全面禁止一次性塑料的时间表。而一些知名的品牌商也跟着行动起来,向供应商提出了禁止塑料的计划。

在此情况下,“以纸代塑”在各行业内的呼声越来越高,相关企业为了满足

消费者的健康需求,纷纷开始推出纸制产品代替塑料制品。

### 纸制化妆品包装兴起 工艺材料仍受局限

除了欧莱雅推出的纸制化妆品管状包装,在国内市场,一些新锐化妆品品牌也开始采用“以纸代塑”的包装策略。记者在电商平台发现,一款人格彩妆品牌在其十多种产品中选用的是纸制包材。该品牌在眼影和腮红产品上选用的是纯纸盘的设计,并采用了可降解油纸包裹唇釉,希望通过纸制包材与其他环保材料进行创意混搭来诠释品牌风格。

但是,从目前的市场情况来看,直接选用纸制作为护肤或彩妆产品包装的品牌还是少数。美妆产品包装供应商 Albea 表示,其推出的“纸制管状包装”在材料和制作工艺上均有创新,但目前原材料和机器产能上还有局限。其负责人坦言,由于工艺瓶颈,对于许多美妆品类来说,纸制材料很难通过现有的注塑和吹塑成型工艺实现,在彩妆领域短时间内不会成为主流。另外,包括纸制在内的生物降解材料目前价格依然居高不下。而对品牌和消费者来说,纸制材料在彰显产品高档形象方面也会存有一定局限性。

### 食品、餐饮行业“以纸代塑”成趋势

虽然化妆品行业“以纸代塑”的脚步受到局限,但是对于食品行业来说,“以纸代塑”似乎已经成为食品包装、外卖餐



饮包装领域的发展趋势。

随着国内外卖行业的发展,纸制包装成为众多商家的外卖包装选择,记者在某外卖平台调查发现,几乎一半以上的外卖商家都提供纸制包装盒与纸制包装袋,还有少数商家是将塑料袋作为主要包装袋。外卖员小李告诉记者,他现在送的外卖,有很大一部分都是纸制包装了。“尤其是一些连锁店,都是纸质包装了,塑料袋包装慢慢在减少。”

而在某连锁咖啡店里,记者看到,工作人员向顾客提供的都是一种环保纸制吸管。早在去年4月,该品牌就开始尝试在上海、深圳两地连锁店里停止提供塑料吸管,改为使用直饮杯盖与纸制吸管。国内的多家材料供应商,纷纷推出纸制吸管,以吸引更多企业的选择。

除了纸制吸管,纸浆餐具也成为近年来食品行业的新宠儿。国内的一家环保新材料科技有限公司使用天然甘蔗浆等再生资源为原材料,制作出绿色环保、无毒无害、100%自然降解的纸浆餐具。该纸制餐具产品使用后31天内可降解,化成有机肥料回归大自然,还原为二氧化碳与水,不会给环境带来污染。

在国家“限塑令”的倡导下,人们会越来越来、越来越广泛地用到纸制产品,从而取代原有的塑料制品。未来“以纸代塑”是否成为更多的行业的新选择,真正实现常态化和市场化,目前尚难下定论。但从纸制产品的应用方面不难发现,如果未来纸制材料能从成本和实用性上做出更优的解决方案,其或将成为一个更引人注目的选择。



## 食品非遗传承要跳出地域圈子

□ 幽月

与全聚德烤鸭、西湖龙井、五芳斋粽子等家喻户晓的美食相比,泸州肥儿粉、黄桥烧饼、常熟叫化鸡、柳林碗团、大谷饼、赤壁鱼糕的名字恐怕只有前往当地才能知晓。同样属于非物质文化遗产,前者是全国皆知,后者可能只是当地人的“心头宝”。

在笔者看来,虽说食品非遗传承的是技艺,但市场的占有率和消费者的认可度仍是非遗食品能持续发展的重点。“酒香不怕巷子深”也需要与时俱进,打破地域圈子,看看外面的世界。

看世界要走出去。笔者了解

到,目前国家级非物质文化遗产代表性项目名录中,与食品相关的有116个,如果考虑到各省、市、县的非遗食品,数目将更为庞大。事实上,并不是所有非遗食品都有得天独厚的旅游资源,能搭车景点打出名声。不论是国家级还是县级的非物质文化遗产,都有那么几个不为众人所知的项目。而对于那些本就没有销售优势的地方特色美食,想要发展壮大,首先就要走出当地圈子。走出去的方法有很多,而当下最方便的就是搭上电商快车。今年的文化和自然遗产日,多家网络平台联合开启了“非遗购物节”,已然给所有非遗美食们提供了走出去的方式。

走出去要多“取经”。“非遗购

物节”无疑给众多商家提供了便利,但如何用好这一便利其实并不简单。记者了解到,今年不少地方的非遗美食都是第一次在网上进行售卖,然而网上直播、线上销售渠道打通都不是瞬息即成的,开播时间、商品文案、展台设计、销售人员选择等因素都需考虑。所以地方非遗想要出圈,仅仅是将线下的商品搬到线上就可以了吗?答案显然是否定的。在没有大品牌雄厚的财力、物力时,就要求生产者亲自操刀,多了解一些市场的情况,多看一些行业的案例。

“取经”后要会自省。节日只有一天,在不是节日的日子里,那些非遗美食又该如何获得更多消费者的认可?笔者认为,非遗传承

的是技艺,但能够赢得消费者青睐的永远是“匹配度”。也就是说,想消费者所想、知消费者所知。配方或许会一成不变,但时间却从未停止前进。消费者对于食物的需求早已从吃得饱转向了吃得好、吃得健康。产品是否可以延长产品线,在原品的基础上创新?面对新生代消费群体,企业的产品定位是否有新的方向?这些都是值得思考的问题。

非遗传承的是技艺,也是老一辈人印象中的味道。时代的变化之下,已经有不少非遗美食在探索工业化、尝试跨界。改变“酒香不怕巷子深”的传播理念,跳出地域的限制,开辟新的宣传路径,未尝不是地方非遗食品传承发展之道。

## 图片新闻



### 天津:打造社区消费扶贫服务网点

近日,天津市南开区探索消费扶贫新模式,拓宽帮扶渠道,携手辖区爱心企业大鹏超市在嘉陵道街西里社区内建立首家消费扶贫服务点“益大嘉”,引进来自对口帮扶地区——甘肃省环县的小米、黄花菜、胡麻油、荞麦醋等特色农产品,以“造血式”、可持续的消费扶

贫方式,双向帮扶,实现共赢。特别是在疫情期间,“益大嘉”还满足了社区居民不出小区购买粮油副食品的需求。

图为社区居民在南开区首家消费扶贫服务点“益大嘉”里选购特色农产品。

(胡凌云 王英浩)

## 氢燃料电池车:大功率“中国心”研发成功

6月14日,记者从中科院获悉,全国产化大功率金属电堆开发取得突破性进展,单堆功率达到137千瓦。

这款电堆是在氢燃料电池第一代电堆产品MH170基础上进行优化的成果,由370节单池构成,其中双极板及膜电极等电堆部件均为国产。

新能源汽车主要分为锂电池车和氢燃料电池车两大类。前者已得到一定程度的普及,但在实践中,续航里程短、充电时间长、电池载重量小、环境适应性差等难题仍未被很好解决。然而,氢燃料电池车的产业化进展远远落后于锂电池车,其中一个原因是受

电池限制,具体来说是受电堆限制。

“电堆是电化学反应发生的场所,是燃料电池动力系统的核心部件,其本质相当于‘发动机’,也可以说是车的‘心脏’。”氢燃料电池创始人付宇对记者说。

过去20年间,付宇先后在中国科学院大连化学物理研究所、新源动力燃料电池及氢源技术国家工程研究中心等机构从事研发。2018年底,他拉着志同道合的伙伴成立了科技企业氢源动力。

他介绍说,尽管氢燃料电池行业发展迅速,但受产业各环节技术瓶颈

限制,当前市场上的电堆性能多集中在30—60千瓦。他们研发出大功率“中国心”,得益于“成体系的电堆正向设计”与“成熟的高品质工艺保障”。

付宇还表示,目前MH170系列已经可以实现单电堆最高输出137千瓦,适合重型卡车、码头拖车、牵引机车、城市清洁环保车辆等大功率的应用场景。未来随着大众对于氢能的认知接受度提高以及加氢站等基础设施不断完善,燃料电池有望进一步“上天、下海、入户”,拓展至航空器、船舶舰艇、家庭热电联供、应急电源等领域。

值得一提的是,近期四部委发布

《关于开展燃料电池汽车示范推广应用的通知》(意见征求稿),明确提倡提升燃料电池国产自主化率、提高系统总功率。

(张素)

### 本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67604554 67604747



搜狐新闻客户端

消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤二:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”  
步骤二:打开应用点击上方“订阅” 步骤四:点击右上角“+关注”即可