

拒绝过度包装 市场监管部门开展食品化妆品“体检”

水果、粽子层层“穿衣”，买个化妆品得费劲撕开里三层外三层的包装。你遇到过这样的情形吗？

监管部门多次查处过度包装

9月8日，上海市市场监管局公布了最近一期对天猫、淘宝、东方购物、国美、百联5个线上平台的商品包装监督检查情况。本次抽查主要对5个线上平台上销售的化妆品、可及烘焙咖啡产品、茶叶、保健食品等商品开展抽样调查，共抽查了41家企业生产的50批次产品，每种商品各抽查10批次。

经检测，共50批次产品，12批次为过度包装产品，其中过度包装的产品中有7批次为化妆品，包括香奈儿山茶花润泽明星套装、海蓝之谜经典呵护套装、古驰花悦奢享礼盒、兰芝经典透润水乳面膜3件套礼盒、古驰花悦奢享礼盒、博柏利花与她香氛节日礼盒、兰芝经典透润水乳面膜三件套、点萃成金礼盒娇韵诗黄金双萃精华露、雅内第五大道玫瑰香氛3支随行装礼盒等产品，不合格的原因都为包装空隙率过大。

上海市市场监管局方面表示，商品包装最根本的两大功能，首先是保护商品，其次是促进销售；适当的包装可以保护商品、便于运输，提升观感等功能，但是，若过度包装，则浪费资源、污染环境，还可能造成攀比等不良社会风气。

事实上，这已经不是化妆品行业第一次爆出“包装过度”新闻了，此前不管是国内、国外，还是知名、小众品牌，不少都被各地相关的质监局曝光过，有的品

牌甚至还被曝光过不止一次。早在今年8月，南京市市场监管部门执法人员进行食品、化妆品监督检查中，就碰上了众多大牌“过度包装”的商品。

“实际检查中，我们发现包装的空隙率不合格是主要问题。”南京市市场监管局计量处相关负责人介绍，包装空隙率指的是商品销售包装内不必要的空间体积与商品销售包装体积的比率。“有一些包装，你看着很大，感觉分量很足、很划算的样子，但一打开里面真正的商品其实只占一点，大部分的地方是空的。”该负责人介绍，市场监管局去年共组织开展食品和化妆品过度包装检查164批次，其中有18批次空隙率不合格。今年该局计划监督检查70批次，目前已完成抽查65批次，其中有1批次空隙率不合格。“这说明，‘过度包装’的问题已经引起销售业商家的重视，从销售源头来阻断生产链的方法还是有效的。”

“过度包装”为何屡禁不止？

俗话说：“人靠衣服，马靠鞍”。自古以来，“颜值”就在生存发展中占据一定地位，特别是随着当下Z世代颜值经济的兴起，“外观”“包装”等在吸引消费者方面拥有着越来越重要的作用。

就化妆品而言，记者在走访全国化妆品市场时发现，超过50%的CS渠道店老板表示，引进新品的重要标准之一就是“颜值”，他们表示，根据消费习惯来看，化妆品外观对消费者的吸引力仅次于产品品质。

因此，很多商家花心思在创意包装



上，用一些“奢华”“萌”“高冷”“小清新”等“过度”的包装来吸引许多消费者的眼球。“这个包装好奢华啊”“真是美哭了”……从小红书上这些对产品外观的赞美上，足可以看出当下消费者对“颜值”的不可抵抗力。

除此之外，提高产品的溢价能力，也是美妆行业进行“过度包装”的重要原因之一。有专家表示，在消费行为心理需求当中，除了要满足自己的基本生活消费需求之外，还会追求高档次、高质量、高价格的产品，或在外观上具有奇异、超俗、典雅等与众不同特点的产品，来显示其地位上的优越、经济上的富裕、品味上的个性等。所以，当购买化妆品时，非常精美外包装在一定程度上也提高了产品的溢价能力。

但就如上海市市场监管局方面所言，过度包装本质上是浪费资源、污染环境，还可能造成攀比等不良社会风气。

值得注意的是，随着时下消费者环境保护意识的加强，绿色环保包装也正成为一种趋势，无害、无污染、可循环再

用的包装越来越受到品牌商的青睐。

如今，越来越多的品牌在包装的环保上下功夫。比如，三大国际美企个护集团欧莱雅、联合利华、宝洁把包装“减塑”放在了重要的位置，尝试各种创新方案，包括生物基塑料回收技术、环保材料替代方案、循环包装配送等，展现了一个化妆品企业应有的社会责任感，获得了不少消费者的点赞。

需要注意的是，接下来，不少地区的市场监管局还将继续通过持续开展商品过度包装监督检查，积极引导生产企业不生产、流通企业不采购不销售、全社会抵制过度包装(商)品，倡导绿色环保消费理念，培育健康生活方式。同时，相关部门也提醒生产企业、商家和消费者，过度包装有百弊而无一利，在生活中要养成绿色消费、节约资源的好习惯，向过度包装说“不”。化妆品作为带来美丽的产品，在“包装”上下功夫不可置否，但这一切要建立在保护好地球环境、不浪费资源、物尽其用的情况下。

(综合)

别用「过度包装」显示企业面子

好大一个盒子，装挺小一个商品，是化妆品行业的潜规则，好像不如此显不出产品的高大上似的。前几年月饼也有过度包装的情况，一些月饼外包装极尽奢华，一些月饼跟贵金属装在一起卖，一些月饼的成本重心其实是鲍鱼燕窝鱼翅，搞得月饼价格扶摇直上，卖出天价。更可怕的是很多月饼都这么过度包装，老实实在月饼的反面被孤立，让消费者掉入攀比的消费陷阱，浪费了宝贵的社会资源也助长了奢侈之风。

天价月饼还扰乱正常市场秩序，标价开到天上、打折打到地板的情况时有发生。这么混乱的价格体系又如何让消费者安心消费？而且给商品以次充好留下了空间，给商家牟取暴利留下了空间。

这几年在消费者的反对、监管部门的介入下，情况好了很多。现在去超市看到，过度包装的月饼不是完全没有，但总体比较正常，跟前几年大张旗鼓的“贵族范”相比，已经截然不同。天价月饼成了过街老鼠，人人喊打，也很少有人拿外包装来衡量一盒月饼的好与坏了。如今，简装月饼重新成为市场主流，月饼回归传统美食的定位，让老百姓有了亲切感。

可见，当商家和消费者失去理智、市场失去自我调节功能时，监管的及时介入是必要的。上海抽查化妆品包装只有30%合格的数字告诉我们，有过度包装现象的不仅仅是月饼，在其他行业也存在。此次抽查是一个好的开始，将监管行为常态化，坚持下去，一定能取得良好的社会效果。

“厉行节约，反对浪费”是社会共同的价值观，也是健康文明的生活态度。各行各业都有必要以此来审视自身的经营行为。长三角地区是国内主要的消费市场，也是主要的生产地，自然应该引领风气之先。

对厂家而言，摆脱对包装的依赖，树立负责任的社会形象，把健康的价值观传递给消费者，不仅仅是履行社会责任，也是企业赢得消费者芳心的一种途径。随着“厉行节约，反对浪费”的观念深入人心，公众环保意识上升，绿色环保的产品形象更容易赢得消费者的好感。

其实，让消费者甩掉好面子的包袱没有那么难，难的是如何遏制商家追逐暴利的冲动。这也是月饼市场由乱到治中得出的经验。

(钱晚)

上海地区包装空隙率不得大于50% 过度包装恐面临处罚

过度包装是指包装的耗材过多、分量过重、体积过大、成本过高、装潢过于华丽等，这不仅会造成资源浪费，还会给后期垃圾分类处理带来沉重压力。

近年来，全国各地市场监管局聚焦茶叶、粽子、月饼、保健食品和化妆品，持续开展产(商)品过度包装监督检查，增强企业诚信计量意识，倡导文明消费、绿色生活。根据《食品和化妆品包装计量检验规则》要求，政府相关部门对化妆品商品包装进行检验时，主要包括：包装空隙率、包装层数以及包装成本与销售价格比率3项。其中3项指标中有一项不合格，就属于过度包装。而“包装空隙率”，则是指产品初始包装与最外层包装盒之间的空间所占比例。

此外，按照2013年施行的《上海市商品包装物减量若干规定》，在化妆品商品包装时，这三项指标的规定分别是：包装空隙率不得大于50%，包装层数不得多于3层，除了初始包装外的所有包装成本总和不得超过商品售价的

20%。

同时，由于过度包装带来的环境问题引起了人们的重点关注，相关的法律法规也进一步完善。今年修订并于9月1日起施行的《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》第五章第六十八条规定：“生产经营者应当遵守限制商品过度包装的强制性标准，避免过度包装”“国家鼓励和引导消费者使用绿色包装和减量包装”。这实际上在法律层面对“过度包装”进行了约束。

其中，还规定了处罚的标准，第一百零五条显示：生产经营者未遵守限制商品过度包装的强制性标准的，由县级以上地方人民政府市场监督管理部门或者有关部门责令改正；拒不改正的，处2000元以上2万元以下的罚款；情节严重的，处2万元以上10万元以下的罚款。

据全国人大环境与资源保护委员会调查显示，每年包装废弃物总量达1.5亿吨，其中70%以上由过度包装造成。(综合)

植入环保理念且兼具“个性化” 化妆品企业在包装上另辟蹊径

商品包装的出现，是时代本身就需要的一种产物。相关研究表明，商品包装个性化更有利于产品的销售。然而个性化包装并不等于过度包装，越来越多的化妆品在执行环保理念的同时，本身就做到了“个性化”。

据英国创新回收公司泰拉回收数据显示，全球美妆产业每年生产1200亿件包装，造成1800万英亩，约1亿亩的森林损失。为此，英国一些天然护肤品牌也已经开始生产更为环保的包装

材料和产品，并最大化回收，承诺到2021年实现资源零浪费。据介绍，虽然有些包装的生产成本增加了五倍甚至十倍，但产品整体销量却在激增。

此外，多年前著名连锁化妆品零售商The Body Shop就宣布将利用温室气体为自己的化妆、护理用品制造塑料盒、塑料盖等包装，打造“超环保包装”，希望新式塑料包装能替代70%现有的石油塑料包装。

不过，为了环保在化妆品包装上下功夫在现在看其实不算新鲜事了。海外品牌Antonym Cosmetics意识到行业过度包装的问题，开始注重产品包装的简单与可持续性，比如一层又一层华丽却无用的产品包装，他们所有产品的包装都采用竹制，这种外形本身就足够吸引消费者了，真正做到“零塑料”“零木质”且包装可重复使用。(综合)



大牌化妆品是如何过度包装的？

9月11日，记者浏览了被市场监管部门点名批评的大牌旗舰店后发现，“过度包装”确实是真实存在的现象。但对于大牌的过度包装，商品评论区虽然不乏少数消费者对过度包装提出质疑，但大部分消费者都会沉浸在大牌用过度包装制造的“仪式感”里。



图片来自一位购买香奈儿产品的消费者。图片中可以清晰看到商品的盒子至少有两层，而在盒子内，垫满了具有香奈儿特点的白色包装纸，多余的空隙均用纸张填充。需要注意的是，这些纸张确实有防震作用，但是为了环保，已经有越来越多化妆品商家在防震上，会选择放置充气包或使用悬空紧固包装。



海蓝之谜的过度包装与香奈儿是同样的问题。为了增加消费者仪式感而选用超大尺寸的外包装盒。与此同时，图片中能清晰看到为了防震和填充盒子的空间，放置了大量的海绵或珍珠棉。图片来自一位指出海蓝之谜存在过度包装问题的消费者，这些填充物大部分会被消费者直接扔掉，没有二次利用的机会。

除了利用海绵、纸张来填充缝隙，像娇韵诗一样选择用碎纸屑填充的品牌也非常多。这些碎纸屑同样有防震作用，可以保护好化妆品。但是在提倡节约、杜绝浪费的当下，已经有更好且更节约的包装方式供大牌企业选择。使用大量纸张、海绵和碎纸屑充当填充物，无疑都是一种“过时”的包装。(综合)



链接

化妆品使用悬空紧固包装有什么优势？

悬空紧固包装是一种新型的缓冲包装方式，凡是易碎、外形易压的产品，放在这种经过特殊设计的包装内，都会被紧紧地固定住。化妆品紧固包装已广泛应用于化妆品运输行业。

化妆品每年的销量都很高，由于玻璃材质的稳定性较高，不易使化妆品变质，同时玻璃也比其他材质更能体现产品的档次，因此化妆品一般都是用玻璃瓶包装。任何东西使用起来都有两面性，虽

然用玻璃包装化妆品很好地保障了化妆品的稳定性，但是化妆品在运输途中的损坏率也大大提高了。因此，如何降低化妆品的损坏率就成了化妆品行业重要的事情了。

除了市面常见的使用填充物，也有为了环保和更方便，开始有企业选择紧固包装。

化妆品一般会有内包装，内包装的作用保护商品在包装里面不会直接与包装箱接触，且这种包装也可以获得用户好

感，提升企业形象。所以要在运输途中保护化妆品，就要在外面加缓冲材料。在外包装的外面加缓冲材料是为了保证商品在包装里面不会直接与包装箱接触，防止碰撞、挤压损失产品。而化妆品紧固包装可以360°保护产品，弹力膜具有非常强大的坚韧性，并可抵抗高达120KG的冲击力，可以隔绝商品与外包装箱的碰撞，积压，更重要的是化妆品紧固包装体积小，不占存储空间，节约仓储运输成本，也会减少填充物过多而产生浪费。

