

# 大包装小“内涵” 商品还没盒子重:两层铁盒里仅有8小块糕点

“一件大礼盒,居然就放了3小罐黑芝麻糊。把它们并排摆放好,体积不足礼盒的四分之一。”近日,河南灵宝的姚先生买了一套无蔗糖黑芝麻糊礼盒,想着食用对身体有好处,就拿给了父母,没想到却被埋怨。

姚先生说,礼盒外表看上去十分豪华,包装很有节日气氛,拿在手上也沉甸甸的。可是打开一看却傻了眼:映入眼帘的是严丝合缝的厚重泡沫,拆掉泡沫,才露出里边3罐小小的黑芝麻糊。

“我本以为这么大的礼盒,黑芝麻糊量也应该不少,没想到却只有3小罐,每罐才150克。”姚先生说,父母看了之后忍不住埋怨他,叫他以后别买这种华而不实的礼盒,“花钱多不说,分量还少”。

“商家用这么大的泡沫来增大礼盒的体积,这难道不是一种过度包装吗?浪费了这么多包装材料只为好看,实在是可气。”姚先生对此感到不满。

姚先生的遭遇并非个例。《法治日报》记者近日调查发现,临近新春佳节,不少商家推出了精美礼盒,但一些礼盒明显存在过度包装之嫌,不仅华而不实,而且让一些消费者质疑自己是在“为包装买单”。

受访专家表示,每逢节假日,过于精美的礼盒大量涌现,层层包装。这种过度包装现象并不可取,一方面增加生产、运输成本,容易造成浪费;另一方面也增加了消费者的购买成本。改善现状,需相关部门、商家、消费者多方共同努力。

## 超市上架各种礼盒 华而不实引发吐槽

几天前,浙江的李女士收到朋友上门做客带来的精美果篮。李女士满怀期待拆开包装后,收获的却是失望:“外面包装得这么精美,严严实实的,谁能想到里面是一堆泡沫纸?”

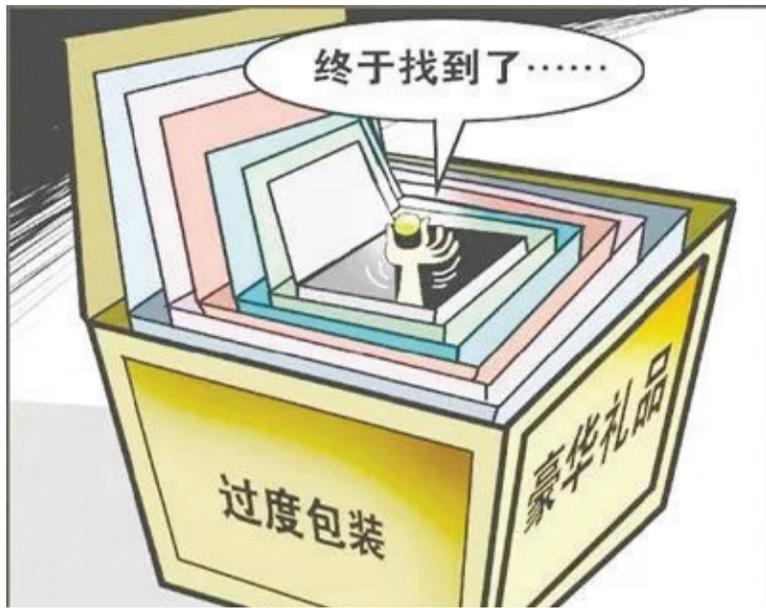
“果篮看上去挺大的,有芒果、山竹、百香果、车厘子等各式各样的水果。”李女士回忆说,送走客人之后,她拆开了果篮,发现果篮只有表面一层是水果,篮子里都是包裹纸,还浸了水,硬生生把一个大篮子撑得很“圆满”。对于这种包装,她非常气愤,在看到果篮上有店铺地址后,她直接上门去水果店询问究竟。

李女士觉得包裹纸浸了水纯粹是商家为了让这份“精美果篮”拎起来更重一些,可店老板却说是为了水果保鲜,拒不承认包装有问题。李女士还注意到,尽管果篮中都是一些价格较高的水果,但数量很少,如果单买,价格甚至不及果篮的一半。

记者在手机上打开某超市的线上软件,发现类似过度包装的礼盒不在少数。

例如,一款售价为188元总重量为2.5千克的“龙行大运水果礼盒”,橙色的礼盒里面放着越南火龙果、秋月梨、阳光玫瑰青提等6种水果,记者注意到这些水果的包装不仅仅有最外面的橙色箱子,每一种水果都另外有一层到两层包装。这一款礼盒的介绍写着“高端水果齐聚,送礼体面又乐呵”。

记者在采访中发现,商品的过度包装问题一直为消费者诟病。



临近春节,天津市和平区的小熠已经开始筹备年货走亲戚。小熠说,他这几天下班后就开始去超市各种采购,而购买的礼品主要是各种礼盒,为此他苦不堪言:“我们家亲戚比较多,过年走亲戚时总要带点礼物,碍于面子,都是买这种礼盒装的礼物,要不都不好意思拿出手,而这种礼盒装的商品不仅价格高,而且很占地方。”

小熠向记者抱怨道:“我们家不仅会送出很多礼盒,亲戚们来串门也会带礼盒,每次过年房间就会堆得满满的,而拆开后又不见有多少‘内涵’,产生的包材垃圾倒是不少。”

“最近这段时间,许多大型连锁超市上架了不少包装非常精美的大型礼盒。礼盒包装完全是为了迎合一些消费者的喜好所设计,用一些看上去大气的包装让消费者感觉物有所值,送朋友走亲戚也有面子,但说实话这种礼盒没有任何的重复使用价值,就只是花钱买包装、买面子,一个大礼盒拆开,里边的实际产品含量往往用一个小塑料袋就可以装下。”在北京工作的杨女士吐槽说,“拿这么大的盒子回家,一是不方便,二是使用一次包装就报废了,产生了很多垃圾,很不环保。”

## 包装精美价格上涨 为送礼体面而购买

在某购物平台,记者搜索“年货礼盒”,购物页面出现的各式各样的商品,大多包装精美,有些甚至是实木的盒子。

记者浏览一家售卖火腿的店铺时发现,该店铺销售着各种各样的“火腿礼盒”,价格在158元到488元之间,在其产品介绍页面,记者浏览到这样一段文字:“精美浮雕搭配翻盖皮扣设计,送礼大气倍有面。”

根据该商品详情介绍,相同的商品可以选择3种不同的礼盒,分别为高端浮雕礼盒、经典红色礼盒、经典金色礼盒,搭配不同礼盒价格不同,相差几十元。

记者询问客服,该商品购买页面显示的重量是净重还是总重,客服回答标注的重量是净重。

商品评价中,大多买家留言都提到包装“格外精美”,但对火腿都表示量少。“168元就买了3根火腿,还没

有盒子重。”一位消费者说。

家住北京市通州区的张女士前不久在朋友的介绍下,给男友的家人网购了某品牌的糕点礼盒。

张女士说:“毕竟是过年,礼盒送人的话比较拿得出手,但是说实话这种礼盒还挺浪费的。”张女士向记者展示了她购买的礼盒:两层铁盒子,里面只有8块蛋黄酥一样大小的点心,和大大的铁盒形成鲜明对比。“而且这个铁盒也没有办法重复利用,开合都需要很大的劲,最后也只能扔了。”

记者根据张女士的描述,在购物平台上搜索到了其购买的同款点心礼盒,点击商品详情信息后,记者看到该款点心礼盒的售价为125.8元,礼盒尺寸规格为220长×180宽×135高(mm),8块糕点的净含量为420克,礼盒上也没有写明礼盒的实际重量,在记者询问店铺客服人员礼盒总重量时,对方给的回复是“不清楚礼盒的重量”。

张女士告诉记者:“食物重量确实是420克,但铁盒的重量最起码在1.5千克以上,现在想想都不知道自己的钱有多少是在为这个铁盒买单。”

之后,记者走访了天津市红桥区的一家中型超市,该店商品齐全,一到年底,商店门口都会堆满各式各样的年货。

记者选择了一款蜂蜜礼盒,店员介绍该商品为俄罗斯进口蜂蜜,外盒为棕红色,印有烫金工艺,基础款的新年礼盒大小为24长×35宽×7高(cm)。记者再三询问后,店员拿出一盒拆封的样品,内盒里有3小瓶蜂蜜,显示重量为250克,玻璃瓶身也印有精美的花纹,可这3小瓶蜂蜜只占据了整盒包装不足一半的位置,另一半只放了一个花朵样式的勺子。盒子的重量比商品本身还要重。

超市里,据记者观察,不少顾客在选择礼品时,更倾向于包装精美的商品。“这种精装款虽然价格会比普通的贵,但过年送礼还是送这款显得体面些。”一名正在买年货礼盒的顾客说道。

“显得体面”,是这些精美礼盒有市场的原因之一。

在辽宁经营一家小型超市的李

凯(化名)告诉记者,对这种过度包装的年货礼盒他也无可奈何,超市每年都会进这些年货礼盒,甚至因为礼盒占地面积大,每年临近春节都要为存放这些礼盒搭建一间临时仓库。“其实我有时会给顾客推荐小体量包装少但很‘实在’的年货礼盒,但有的顾客觉得拿不出手,有不少人买礼盒就是冲着包装‘有面子’。”

## 过度包装增加成本 多方努力反对浪费

过度包装不可取。近日,中国消费者协会提醒广大消费者要注重商品实用性,摒弃华而不实的“面子工程”,共同反对过度包装的商品。春节将近,各地相关部门也针对过度包装问题展开行动。例如,青海省海南州市场监管局以宣传引导为切入点,以规范行为为着力点,以监管执法为关键点,不断加大节日市场监管力度,严查节日商品过度包装违法行为。

“不管从消费者权益角度还是从环境保护的角度上看,过度包装都是不可取的。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍说,清洁生产促进法明确规定,企业对产品的包装应当合理,包装的材质、结构和成本应当与内装产品的质量、规格和成本相适应,减少包装性废物的产生,不得进行过度包装。

朱巍认为,包装是为了商品美观和保障商品运输安全的一种设计,但如今的礼盒包装体积大、重量大在一定程度上增加了运输成本,而且也增加了包装材料和包装成本,造成了极大的浪费,还增加了消费者的购买成本。

北京市盈科(西安)律师事务所高级合伙人王毅律师告诉记者,若商家将过度使用的包装材料算在总重量内向消费者售卖,商品缺斤短两,那么应当认定为欺诈行为,需对消费者予以赔偿。不过,若商家在购买时明确说明了包装材料质量和净含量,消费者明知且接受的,只能认定为过度包装。

如何改善逢年过节时商品礼盒过度包装这一现象?

王毅说,改善市场上过度包装这一现象需要政府和商家共同努力。相关部门、经营者应当遵守固体废物污染环境防治法、循环经济促进法、清洁生产促进法等法律中有关“反对浪费”“避免过度包装”的规定。例如,固体废物污染环境防治法规定,国务院标准化行政主管部门应当根据国家经济和技术条件、固体废物污染环境防治状况以及产品的技术要求,组织制定有关标准,防止过度包装造成环境污染。

“生产、消费互为因果,行政部门需要加强监管,让企业在生产过程中严格执行相关法律法规,避免过度包装。消费者需要培养绿色低碳、节能环保的理念。”朱巍说,我国是一个人情社会,大家在送礼时会考虑到送的礼是否能彰显诚意和面子,精美包装成为老百姓送礼时的一个重要考量,消费者应逐渐转变消费观念,拒绝“面子工程”。

来源:《法治日报》记者 韩丹东 实习生 王晶