

过度包装何时休

“茶叶3两、包装2斤”……

几十克重的茶叶被装进各式漂亮的瓶子,外加泡沫、隔板、纸盒,包装比茶叶重好几倍甚至十几倍……清明节前,市场迎来一波新茶上市高峰,过度包装问题再次凸显。记者对此展开调查。

“茶叶3两、包装2斤”现象多见

记者近日在杭州一家茶叶销售门店看到,一款120克的龙井茶分装在两个密封的铝塑口袋中,塞进两个印有樱花纹的陶瓷罐里,外边套上大纸盒。纸盒卡在铺有黄绸缎的泡沫塑料里,上面盖个大盒子,外层贴上锃亮的金属包装,再整套放进硬纸质的大家口袋。经过测量,全部包装的重量就达到1.5千克。

在杭州武林路一家茶叶店,一款售价980元的龙井茶叶礼盒重量超过1千克,实际茶叶净重仅150克。店员介绍说,这款畅销的茶礼包装精致,送礼很体面,不少顾客一次买两盒。

杭州市西湖区翁家山村党总支书记孙斌经营西湖龙井多年,他介绍,目前市上茶叶包装主要分为三种:第一种是高端礼品属性,以瓷瓶和手工包等包装为主;第二种是一般礼品属性,有打上“某某茶叶”的统一包装和铁质礼盒;第三种是小包装的茶样属性,往往设计感强、时尚度高。

业内人士表示,不少高档礼品茶外部用烤漆木盒、竹盒,内部使用瓷瓶、陶罐和手工制作的锡罐等包装,仅包装盒成本就达到上百元。部分包装豪华的茶叶礼盒,包装体积达到实需体积的



一款售价980元的龙井茶,茶叶净重仅150克,礼盒外包装超过一公斤。

3倍至5倍,成本甚至超过茶叶本身。

“包装越好,茶叶溢价越高。”一名茶叶代理商透露,茶叶的礼品属性强,包装的材质、色系、造型等对售价有重要影响。比如某款武夷岩茶,仅50克重的茶叶用两三斤重的红木礼盒包装,礼盒成本就达到200元,茶叶售价高达6000元。

从去年10月开始,浙江泰涑包装科技有限公司陆续接到茶叶包装订单,目前茶叶礼盒已订出50万套,可用于包装25万斤茶叶。企业总经理李来看透露,茶叶对包装的要求越来越高,小批量、个性化订单占比越来越大。

过度包装带来多重社会影响

茶叶过度包装有一定普遍性、长期性。近期,中消协组织专

业调查人员,针对主流电商平台食用农产品、茶叶、玩具、婴童产品4个商品品类进行了过度包装问题搜索,通过目测包装空隙率过高的主观判断方式,对2830个茶叶、900个食用农产品、920个玩具、1510个婴童用品共6160个商品进行了判别,其中茶叶过度包装问题比例为11.2%。

不少受访者认为,茶叶适度包装设计利于销售,但过度包装会带来多重负面社会影响。

首先是造成资源浪费和环境污染。研究表明,我国包装废弃物约占城市生活垃圾的30%至40%,这些包装废弃物大部分是过度包装产生的。杭州龙冠实业有限公司总经理姜爱芹说,许多茶叶礼盒无法二次利用,除了作为存茶罐、零食收纳等用途外,基本只能丢弃成为生活垃圾,后续处理成本很高。其次是重“颜值”超过重品

质,华而不实扭曲茶市发展。记者采访了解到,增加一点包装成本,价格往往就能大幅上涨,因此部分茶企更多地在外包装而非茶叶品质上下功夫。中国农业科学院茶叶研究所副研究员陈富桥透露,一些包装精美的茶叶产品,采摘、加工环节都存在不少问题。

尤其值得注意的是,不少包装精美的茶叶礼盒,被人当作送礼佳品。浙江省湖州市德清县莫干山镇石颐茶场总经理康青霞说,为迎合送礼需求,一些茶商特意把包装做得极为精致,里三层外三层显得很珍贵。

杭州市西湖区纪委监委相关负责人介绍,豪华茶叶礼盒背后,往往隐藏着违规收送茶礼、回收茶礼套现、违规公款采购等“四风”问题。记者在闲鱼等二手交易平台上看到,不少卖家出售茶叶礼品,价格从几百元到上千元不等。

严格执行标准强化有效监管

国家市场监督管理总局最新修订的《限制商品过度包装要求食品和化妆品》将于2023年9月起实施,该强制性国家标准涵盖31类食品、16类化妆品,包括茶叶、酒类等。

新标准对包装层数、包装成本等作了明确规定:粮食及其加工品不应超过三层,其他商品不应超过四层;生产组织应采取控制措施,控制除直接与内装物接触的包装之外所有包装的成本不超过产品销售价格的20%。

浙江省社会学学会会长杨建华认为,“人情”“面子”间接推高茶叶身价,与绿色低碳发展理念和朴实真诚民风背道而驰,其中潜藏的“节日腐败”“人情腐败”风险更值得警惕。有关部门应督促茶企在过渡期内尽快整改达标,以新标准为抓手,从源头减少资源消耗和包装废弃物产生,并加强社会层面的警示教育。

陈富桥认为,茶性尚俭,简静一直是我国茶文化的审美意蕴之一,同时现在人们环保意识愈来愈强,国家对环保的力度也愈来愈大。虽然品牌塑造离不开包装,但如果茶企一味追求繁复精美的包装,不仅有悖茶文化内涵和市场发展趋势,还可能损害企业形象。

陈富桥建议,政府产业部门应引导茶企紧跟时代,把握市场,更多在茶叶质量、口味上下功夫,在茶叶包装中引入更多可循环利用的环保材料,推广简化包装,回归和挖掘茶文化内涵,以此获得消费者持久认可,推动茶产业持续健康发展。

此外,业内人士建议,应大力整治奢靡送礼等不正之风,防范“人情腐败”。连续多年,西湖区纪委监委在春茶上市季组织开展专项监督,通过部门联动、明察暗访等形式全面排查公款购买、违规收送“天价茶”相关情况,严防茶叶背后的隐形变异“四风”问题。近5年来,共查处公款购买茶叶、违规收受茶礼的党员干部5人。下一步,将持续开展专项监督,以“茶品”树“人品”,以“清茶”带“清风”。
据新华社

课程内容很“水”,缺乏有效监管,近半数人踩过坑 “零基础速成班”乱象频出

近来,配音、插画等“零基础速成班”迅速蹿红。这些培训班声称“小白”也能速成,但实际上套路满满,课程质量参差不齐,遭到不少学员投诉。你接触过“零基础速成班”吗?

日前,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对2010名受访者进行的一项调查显示,48.4%的受访者表示周围有人在“零基础速成班”上踩过坑。对于“零基础速成班”乱象,67.1%的受访者认为是培训市场混乱,缺乏有效监管。94.9%的受访者认为有必要引导人们树立正确的学习态度和择业观念。

近半数人在“零基础速成班”上踩过坑

上海某高校MBA专业学生韩津去年报了一个零基础插画班,为期一个月的时间,上八九节直播课,费用是三四百元。“我关注那个插画师挺久了,感觉他画得不错,就报班跟着学习,感觉还蛮好的。”

调查中,52.4%的受访者经常能看到“零基础速成班”信息,41.9%的受访者偶尔能看到,5.6%的受访者没有看到过。

北京某高校大学生刘欣会用手机应用听一些课,她发现很多课程会打出“零基础速成”或“七天学会”之类的旗号。

韩津说,插画课程有两种赚钱途径,一种是通过专业网站发布作品,甲方或有需求的人看到会找你接单;另一种是在小红书、B站、抖音等平台打造个人影响力,通过影响力接单或开班赚钱。“我报的班走的是影响力路线,老师会鼓励学员把作品发到社交平台上,大家一起点赞,互相评论,通过这样的方式我涨了几十个粉丝。”

调查中,16.3%的受访者表示自己或周围人接触过“零基础速成班”,39.6%的受访者了解过相关信息。

“某个平台有一段时间频繁地推‘全媒体运营班’广告,我也收到过几次,花1元就可以报名。我有一个朋友报名后被拉到一个群里,会频繁推送信息忽悠继续报班,还承诺学完后可以兼职挣钱,如果不报班,就会一直发信息,我朋友不堪其扰退群了。”韩津说。

调查中,48.4%的受访者表示周围有人踩过“零基础速成班”的坑,23.8%的受访者表示没有,27.8%的受访者不清楚。

刘欣表示踩过“零基础速成



班”的坑,“上完一些速成课后感觉那些最基本的东西完全可以自己搞懂,不需要花钱花精力去上课,课程内容很‘水’”。

“现在很多人听到什么火就一窝蜂去学什么”

韩津觉得“零基础速成班”缺乏政府、社会、平台等多方面的监管,课程质量参差不齐,课

程是否靠谱,承诺能否兑现,完全靠自己判断,一旦判断失误就得自行承担时间和金钱损失。“先交钱再接单的形式,也存在一些难以发觉的猫腻。”

对于“零基础速成班”乱象,67.1%的受访者认为是培训市场混乱,缺乏有效监管,66.8%的受访者认为是广告宣传隐蔽性强,且渠道众多,58.9%的受访者指出受众的信息甄别能力弱,54.7%的受访者认为广告宣传噱头大,容易上当。

刘欣认为“零基础速成班”乱象和互联网缺乏有效监督

有很大关系,“我接触的零基础课程基本是网络课程,没有线下课程规范。另外他们的广告做得非常吸引人,说7天就能达到什么效果,收获多少技能,但报班后发现根本不是那么回事”。

要整治“零基础速成班”乱象,94.9%的受访者认为有必要引导人们树立正确的学习观和择业观,其中67.6%的受访者认为很有必要。

北京云嘉律师事务所律师、中国政法大学知识产权研究中心特约研究员赵占领说,如年轻人学习新技能的需求较大,在报班时需要注意几个方面:第一要看师资宣传是否属实,第二不能轻信培训效果,要有理性认识,第三凡是承诺提供就业机会的,绝大多数是不靠谱的,如果报名要将这种承诺写进合同,可以签电子合同,如果不能签合同要把宣传页面保留好。

韩津建议媒体多报道一些负面案例,警醒消费者,同时多宣传正规的机构,从而帮助人们理性选择。

受访者中,00后占25.6%,90后占44.5%,80后占24.3%,70后占4.5%,其他占1.0%。
据《中国青年报》