

# 限制商品过度包装新国标9月实施

## ——市场监管总局解读标准实施有关问题

□新华社记者 赵文君

临近中秋节,月饼过度包装再度成为公众关注话题。《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》(GB 23350—2021)国家标准于2023年9月1日起实施,对限制食品和化妆品过度包装提出明确要求。其中,限制月饼过度包装,在该标准第1号修改单中有明确规定并已于2022年8月15日实施。针对社会各方对标准实施中遇到的有关问题,市场监管总局(国家标准委)有关负责人进行了解读。

### 明确月饼等商品混装相关要求

市场上的月饼、茶叶等与其他商品特别是高价商品混装,一直饱受诟病。第1号修改单明确,“月饼不应与其他产品混装”,其他产品指除用于保护月饼的食品用脱氧剂、冰袋之外的所有产品。因此,月饼包装中不能放红酒、茶叶、刀叉等,但食品用脱氧剂、冰袋属于保护商品的必要产品,可根据需要放

入。

第1号修改单明确,“粽子不应与超过其价格的产品混装”,指粽子与其他产品混装时,粽子总价应高于其他混装产品总价;若混装产品是粽子生产企业自产则根据生产成本确定其价格,若混装产品是外购则根据采购合同确定其价格。

新国标明确,包装内的食品与非食品类产品,或者化妆品与非化妆品类产品不能组成综合商品。例如,粽子、绿豆糕等组合成的商品属于综合商品,但茶叶和茶具组合成的商品不属于综合商品。

### 层数太多、空隙太大、成本太高都属于过度包装

市场监管总局对月饼过度包装问题开展国家监督抽查发现,主要问题是包装空隙率不合格。新国标严格限定了包装层数要求,食品中的粮食及其加工品不应超过三层包装,其他食品和化妆品不应超过四层包装。

据介绍,新国标简化了商品过度包

装的判定方法,消费者通过“一看、二问、三算”,就能简单判断商品是否属于过度包装。“一看”,就是要看商品的外包装是否为豪华包装,包装材料是否属于昂贵的材质;“二问”,就是在不拆开包装的情况下,问清包装层数,判断粮食及其加工品的包装是否超过了三层,其他类食品及化妆品包装是否超过了四层;“三算”,就是要测量或估算外包装的体积,并与允许的最大外包装体积进行对比,看是否超标。以上三个方面,只要一个不符合要求,就可以初步判定为不符合标准要求。

新国标在包装层数计算方面,明确网兜、抽屉式包装等算作一层,固定食品的半托、袋泡茶的内膜袋等不算一层。在包装空隙率计算方面,进一步明确包装的提手、扣件、绑绳等计入包装体积;茶叶一般不属于充气包装产品,必要空间系数(k值)不能放大2倍。

包装成本过大也属于过度包装。根据第1号修改单,销售价格在100元以上的月饼,包装成本占销售价格的比例不得超过15%。包装材料不得使用

贵金属、红木等贵重材料。

### 切实推动新国标落地实施

据介绍,新国标已于2021年发布,为企业和市场设置了两年过渡期。在此期间,市场监管总局免费公开标准全文,系统开展标准宣贯培训,加大监督执法力度,督促食品化妆品生产企业尽快启动对标达标诊断和产品包装合规设计。我国标准化法明确规定,不符合强制性标准的产品、服务,不得生产、销售、进口或提供。自今年9月起,在经过两年的过渡期后,市场上不允许再生产和销售不符合新标准的食品和化妆品。

此外,新国标规范了31类食品、16类化妆品的包装要求,新国标适用于在我国境内生产、销售和进口的所有食品(含散装食品)和化妆品的销售包装,对于出口至国外的食品和化妆品、运输包装,以及出厂时价格为零且标识“赠品或非卖品”字样的产品都不适用。

(新华社北京9月1日电)



新华社 发 宋博 制图

## 服贸会开幕 感受“绿色低碳”



9月2日,观众在服贸会上拍摄竹制单车。

9月2日,观众在服贸会上体验竹制鼠标键盘。

9月2日至6日,2023年中国国际服务贸易交易会在北京举行。本届服贸会聚焦“绿色低碳”主题,其中环境服务专题汇集众多中外企业,集中展示全球环境服务领域的最新成果和技术应用。 新华社记者 李鑫 摄

## 全国新增16家国家电子商务示范基地

据新华社北京9月2日电(记者 韩佳诺 吉宁)9月2日,在2023中国电子商务大会上,商务部宣布新增湖北省华维电商物流园、重庆公路物流基地等16家国家电子商务示范基地。

商务部部长助理陈春江说,2022年,中国数字经济规模首次突破50万亿元,占GDP比重达到41.5%,为加快推进中国式现代化提供了强劲动力。电子商务是数字经济中发展规模最大、覆盖范围最广的组成部分。近年来,中国电子商务创新发展,规模和

质量持续提升,融合创新态势不断深化,相关产业吸纳就业近7000万人,全国网上零售连续10年保持全球最大规模,在发展全局中的地位和作用日益凸显。

陈春江表示,引导电商平台与实体经济深度融合,推动实施“十四五”电子商务发展规划,充分发挥国家电子商务示范基地示范企业的引领作用,努力培育具有国际竞争力的电商产业集群和领军企业,赋能实体经济

## 特种机器人“舞”动更多新领域

(上接1版)

“这款‘捕鸟蛛’机器人耗时三年、一直以仿生技术为支撑持续研究,凝聚公司多项专利技术,是大陆智源在盐城研发的多款新系列机器人中最早量产的一款……”另一边,“捕鸟蛛”特种机器人底盘在进行65度爬坡和50厘米越障。大陆智源机器人(盐城)有限公司厂长刘勇介绍,“捕鸟蛛”特种机器人底盘以其独特的六足仿生设计和优异的机动性能,为商业和特种作业提供更可靠的解决方案。上半部可根据客户需求改造,在城市应急灭火、户外林地探测、矿山打井特种任务等领域都可轻松胜任。

擅长自主研发的大陆智源,坚持把制造机器人的核心技术牢牢掌握在自己手中,通过对不同机器人领域潜心研究,独立研发的跨时代产品——步甲系列机器人底盘,构建全类型机器人生态矩阵。“二期二期整体达产后,预期大型商业机器人年产能超千台,家用机器人达10万台级。同时我们准备在盐南高新区设立研发中心,与知名院校设立联合实验中心。”高源表示,公司将继续以“机器人+”技术赋能各行各业转型升级,发扬精益求精的“工匠精神”,争当特种机器人研发的“领头雁”。

## 射阳：凝心聚力抓项目 全力以赴促发展

(上接1版)

产业项目是高质量发展的根本支撑,射阳树牢“项目为王”鲜明导向,更实举措招引项目、更快速度建设项目、更大力度培育项目。紧盯“4+3”重点产业链,实行领导带头、专班推进、全域统筹,确保今年下半年新签约、新开工、新竣工亿元以上项目67个、40

个、23个,加快培育立讯汽车电子等新经济增长点,确保7条重点产业链全年开票销售突破620亿元。一体开展“争星创优”“百企领航”活动,分层分类推进智能化改造、数字化转型、绿色化升级,创成智能工厂(车间)10家以上,新培育省级“专精特新”企业20家。

## 上海旅游节期间多地联动促进文旅消费

新华社上海9月1日电(记者 陈爱平)在1日举行的2023上海旅游节分会场主题发布会上,上海、江苏苏州、浙江台州、安徽黄山、江西上饶、福建三明等长三角及华东地区多地集中发布精彩纷呈的文旅活动和合作计划,携手促进文旅消费升温。

2023年第34届上海旅游节将于9月16日至10月6日举办,节庆活动全面回归线下。上海将围绕“一江一河”游览”“建筑可阅读”“非遗新体验”“海派城市考古”等推出百余场重点文旅活

动、千余项文旅产品。

与往年相比,上海旅游节在各地的分会场从长三角区域进一步扩展,覆盖苏州、南通、盐城、宁波、衢州、台州、黄山、六安、池州、淮北、上饶、三明等长三角及华东地区城市。今年上海旅游节期间,12个分会场举办地将来到上海展示推广文旅资源,也将分别在当地举办各类活动共计50余项,共计发放文旅消费券超过8400万元,各地共有182家景区景点联动推出惠民折扣活动。

其中,黄山、六安、盐城、苏州、池州、淮北等地将发放各类文旅消费券,覆盖景区、酒店、旅游线路等;台州推出的旅游线路聚焦“唐诗之路”,三明推出的旅游线路聚焦红色旅游、绿色生态游,南通推出的旅游线路聚焦亲子休闲。各地将开通多趟“乐游长三角”旅游专列,上饶三清山等景区面向上海市民推出门票优惠,宁波植物园中秋游园会、衢州南孔市集等也将和上海旅游节联动举办,相互引流提升影响力。

今年以来,沪苏浙皖文旅部门先后签订《长三角文化和旅游一体化高质量发展2023浦江宣言》《长三角文化和旅游高质量一体化发展框架协议》,明确依托长三角地区重大文旅节庆活动品牌,共同推动文旅消费复苏振兴。

“我们将充分发挥文旅节庆活动聚人气、引流量、促消费的平台效应,推动区域文旅惠民措施共享、区域文旅资源互联互通、区域客源互享互送。”上海市文化和旅游局副局长程梅红在发布会上说。

浪费可耻 节约光荣

# 光盘行动 节约粮食



盐阜大众报报业集团 宣