

今年的月饼盒“瘦身”了吗

虽然离中秋节还有一个多月,但各大商超的中秋月饼已经陆续上新。8月18日,工信部网站发布《公开征求对强制性国家标准第2号修改单(征求意见稿)的意见》,其中提到:粮食及其加工品、茶叶、月饼及粽子的包装层数不应超过三层。实际上,这个月饼“瘦身令”去年就已经发布。今年的月饼“瘦身”了吗?

月饼“瘦身”效果明显

8月22日,笔者走访市场时发现,大部分月饼的包装是纸盒、塑料盒、铁皮盒,以一层包装为主,价格从几十元到几百元不等,没有看到千元以上的月饼礼盒,也没有用贵金属或红木材料制作的月饼礼盒。

在位于南京市建邺区庐山路的一家大型超市,笔者了解到,大批量的月饼礼盒现在还没有到店,在售的一款苏州“稻香村”老月饼礼盒是红色正方形纸盒包装,外加一个十字黄色绳结,复古简约,口味包括传统五仁、枣泥和豆沙,规格是400克,价格为32.89元。

除了月饼礼盒,超市陈列的更多是筒装月饼。“像这种五个月饼的小包装,你可以买了自己家人吃。”一名店员介绍。笔者看到,“稻香村”推出了一种苏式卷装月饼,包装是透明塑料袋,每袋5只,售价16.89元,口味分苏式椒盐、五仁、肉松等。类似包装的品牌还有南京“裕缘斋”的苏式卷装月饼5只装,售价13.89元;南京“小苏州”的苏式卷装月饼,售价13.69元。

另外,广式月饼中推出了桶装包装,采用一层塑料包装,里面的月饼一览无余。例如,淮安“鑫久盛”广式椰蓉桶装月饼,5只售价13.9元,还有莲蓉味、豆沙味可选择。

月饼包装可二次利用

去除繁琐包装后,月饼价格更加亲民。笔者搜索山姆APP发现,南京山姆会员店销量第一的MM榴莲冰皮月饼10只600克,售价198元,两层包装,打开铁盒,每只月饼分装在小塑料袋里。

与此同时,商家也在二次利用上下了功夫。笔者在电商平台浏览月饼发现,今年中秋月饼的很多外包装都能够二次使用,经



资料图片

过简单折叠后,可以变成杂物收纳盒、文具盒。上述山姆会员的月饼铁盒就被网友改成了饰品收纳盒。

在环保简约的前提下,月饼包装还出现了不少时尚可爱的设计。盒马有一款“唐宫”月饼礼盒,外包装是一个设计时尚的托特包,内部是纸盒,装着黑松露流心、流心蛋黄馅儿的月饼各3只,售价201元,托特包可用于日常出街。另有一款“迪士尼”快乐奇旅月饼礼盒被许多网友点赞,“太可爱了,适合送给小朋友。”笔者注意到,纸盒设计了提手,可以作为手提小旅行箱。

如何判断是否“过度包装”

近年来,月饼过度包装一直被消费者诟病。8月18日,工信部网站发布《公开征求对强制性国家标准第2号修改单(征求意见稿)的意见》。在《修改单(征求意见稿)主要内容等一览表》中提到:粮食及其加工品、茶叶、月饼及粽子的包装层数不应超过三层。此外,生产组织应采取措施,控制除直接与内装物接触的包装之外所有包装的成本在产品销售

价格中所占比例应符合以下要求:销售价格200元以上的茶叶生产组织应将比例控制在15%以内;销售价格在100元以上的月饼和粽子生产组织应将比例控制在15%以内;其他生产组织应将比例控制在20%以内。同时,月饼、粽子和茶叶的包装不应使用贵金属和红木材料。茶叶商品总质量应不大于内装物茶叶质量的6倍。

国家市场监督管理总局标准技术司副司长魏宏此前在新闻发布会上介绍,消费者可以通过“一看、二问、三算”来简单判断。

“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。以上三方面,只要一个不过关,就可以初步判定为不符合标准要求。

目前,该“征求意见稿”正在工信部网站公示,如有不同意见可以联系工信部反馈,截止时间为9月17日。(徐兢)

废旧家电回收处理体系将更完善

日前,国家发展改革委等部门组织开展第二批家电生产企业回收目标责任制行动,鼓励更多家电生产企业在拓展回收渠道、创新回收方式、优化存储设施、畅通运输网络、加强流向管理、提升处理能力和资源回收利用等方面积极探索,助力完善废旧家电回收处理体系。

专家认为,海尔、格力、TCL、长虹、美的、海信六家责任制生产企业通过自主回收、委托回收等举措切实提升废旧家电回收处理能力,并围绕构建回收网络体系、建设信息化平台、提升拆解能力等方面开展了大量有益探索,形成了一批可复制、可推广的经验做法。

随着创新回收模式快速发展,废弃电器电子产品回收行业中,互联网+回收的品种不断扩大。互联网+回收模式从主要以手机为主,扩展到大家电产品,与传统的回收模式不同,互联网+回收主打绿色品牌,回收的产品优先再使用,不能再使用的交给有资质的处理企业进行拆解处理。(刘志强)

竹产业发展潜力巨大 亟待补短板

我国竹产业横跨一二三产业,品类众多。据中国竹产业协会统计,2021年,我国竹人造板产量1543.38万立方米,竹地板(含竹木复合地板)产量为3378.76万立方米,竹笋及其产品产量为789.83万吨,竹浆产量为603.77万吨,竹纤维制品产量为39325.32万件。我国竹加工业产品广泛应用于建筑、装饰、家居等10多个领域。

据中国竹产业协会统计,我国现有竹林面积641.16万公顷,竹子利用率仅为20%左右,开发程度最高的毛竹利用率不足30%。我国得到开发利用的竹种仅有20来种,占全部竹种类的2.5%,大量特色优良竹种尚未开发利用。

目前,竹材采收基本靠人工,缺乏工业化采收机械和技术,企业综合实力弱,抗风险能力差。此外,中小企业在竹材加工利用环节的环保问题尚未得到根本解决,竹制品霉变、开裂等现象时有发生。竹子综合利用率低、重复项目多,新产品开发能力较弱,拥有自主知识产权的产品少,竹产品质量参差不齐、档次低、初级产品多,市场竞争力弱,具有明显优势的拳头产品和名牌产品少。

中国竹产业协会办公室主任吉聪辉认为,我国应尽快建立完备的现代竹产业生态体系、产业体系、文化体系,推进竹产业现代化,建设世界竹产业强国。(黄俊毅)

奋进创新 备受赞誉

——记建筑行业领军人物周子飞

第七届(2023)中国智能建筑节在石家庄国际会展中心盛大举办。本届中国智能建筑节由石家庄市人民政府批准,中国建筑业协会绿色建造与智能建筑分会和石家庄市住房和城乡建设局指导,正定县人民政府与上海河姆渡实业发展有限公司共同主办。为褒奖具有热情与奉献精神优秀行业人士,中国智能建筑节组委会特举办“青年杰出人才奖”评选活动。同森集团深耕行业二十载,并在房地产开发、商业运营、金融投资等多方面取得傲人成绩,是业内领军企业。同森集团总经理周子飞荣获“2023中国智能建筑行业青年杰出人才奖”。作为总经理,周子飞指导开发了众多具代表性的楼盘,例如经典楼盘冀纳湾金棕榈、年度楼盘同森锦熙、年度生态宜居楼盘同

森·翠叠森林等楼盘。

作为公司建筑工程项目的掌舵人,要兼顾施工管理、资源管理、团队管理、合同管理、安全管理、进度控制、成本控制、沟通协调等重要工作,具备优秀的组织和协调能力,对建筑工程相关的法规和标准十分了解,具备扎实的建筑工程技术知识,能有效地管理和指导项目的实施。正是在周子飞的领导下,同森集团荣获中国地产品牌企业最具价值100强、中国商业地产最佳城市运营商等荣誉。

对于建筑工程这一领域,周子飞已潜心研究二十余年,是行业内专家。多年来为公司提供专业的建筑工程方案,不断创新,引领行业发展。此次荣获“2023中国智能建筑行业青年杰出人才奖”,更是印证了其在行业内的影

响力和实力。

除了在公司业务方面,周子飞还致力于学术研究,发表了多篇建筑工程行业的专业论文,对产业发展态势和技术应用方向进行了深入的研究。周子飞先后在《中国房地产业》《住宅与房地产》《居业》等行业学术期刊上发表论文,将研究成果与同行交流分享。

为进一步推动智能建筑行业的发展,周子飞带领团队积极参与行业交流,与全国各地的建筑行业精英分享经验和技巧,共同探讨行业的未来发展方向。同时,他还积极开发计算机软件著作权,通过技术创新引领产业升级,让建筑智能化的发展不再受到技术层面的制约。

周子飞还获得了“第十二届金砖价值榜2023中国房地产金融50人”荣誉称号。第十二届金砖论坛是由财经联合绿

地外滩中心、上海市城市更新研究会共同主办,旨在挖掘出中国房地产金融领域的发光企业和闪光案例,致敬深耕在房地产金融行业里,投身于推进城市发展、产业革新及新时代进程中的思想者和领军者。

周子飞在行业中努力拼搏,为实现更大自身价值、为行业带来更快更强的发展奋进创新。他是行业新榜样,激励着更多青年逐梦前行。周子飞将继续发挥自身的专业能力和影响力,推动行业的技术创新与发展。作为同森集团的领军人物,周子飞将不断提升公司在行业领域的核心竞争力,引领行业发展。同时,他将继续关注行业动态,积极参与行业交流与合作,携手行业同仁共同推动建筑行业的繁荣与发展,为行业的规范发展贡献力量。(林淑华)