

饮料瓶“变轻”了吗？ 企业减塑成效如何？

市消保委呼吁，选择轻量化瓶身饮料

□ 见习记者 王葳然

据统计，中国家庭每年每户消费塑料总量高达约82公斤，其中商品伴随包装（如饮料、食品等购买时产生的包装）占比34%。为应对塑料污染问题，“十四五”期间，国家制定了关于饮料瓶包装塑料减量的相关政策，指出到2025年实现减量10%。为了解饮料瓶在碳排放方面的相关问题，市消保委联合上海轻工研究所有限公司“双碳”实验室开展了国内首次饮料瓶材质碳排调查评估。此次调查涉及109个品牌、320件产品（含17件进口产品），基本覆盖了上海市售饮料品牌。调查发现，不同品牌、不同品类的饮料产品在饮料瓶碳排放方面数据差异较大，铝罐类排放量平均值明显高于PET类。

饮料价格越高，瓶子越厚

通过PET类饮料瓶样品数据评估发现，大容量产品的平均每百毫升/每百克材质碳排量总体低于小容量产品，因此，购买大容量包装的饮料产品更为绿色低碳。

此外，蔬果汁、咖啡饮料、乳制品和含乳饮料等高值品类的饮料瓶在PET材质克重上比同

等容量的低值饮料类（如碳酸饮料、矿泉水等）材质克重高30%-68%不等。

在各品类中，饮用水类产品塑料瓶的每百毫升/每百克材质碳排量最低，乳制品和含乳饮料类最高。

通过与各品牌方进行沟通，评估小组了解到，产品定价对于

饮料瓶材料用量影响显著，其原因主要在于消费者对高值产品的瓶身质感要求较高，品牌方为保障消费者体验感会增加饮料瓶材料用量。此外，轻量化瓶增加了产品运输、搬运和储存过程中变形的风险，品牌方为保障高值产品的完好性，也会增加饮料瓶材料用量。

饮料瓶降塑行业趋势明显 各大品牌进行探索

通过与奥乐齐、百事可乐、达能、光明乳业、康师傅、卡士乳业、蒙牛、名仁、农夫山泉、三得利、伊利、养乐多、元气森林、伊藤园等品牌方（按品牌拼音首字母进行排序）的深入沟通，评估小组发现，饮料行业在减塑降碳方面已有较为明显的行动趋势。

其中，饮料瓶瓶身轻量化是对饮料瓶减塑降碳最直接有效的方式，也是各大品牌使用最广泛的一种手段。记者从调查报告中获悉，各大品牌进行了许多轻量化方面的探索和实践。

例如，百事可乐推出首款“无瓶标”百事可乐，通过减少瓶身标签实现降塑；达能通过持

续优化包装设计并提升工艺水平，其生产的脉动饮料瓶塑料用量持续下降；去年全年，脉动生产较2020年水平减少塑料使用约800吨；光明乳业生产的1.5L鲜奶桶、1.5kg酸奶桶分别从2005年刚上市时的68g和70g降至如今的58g和60g，至今累计减塑超千吨……

呼吁头部企业公示碳排放数据

饮料瓶材质的减塑降碳需要政府、品牌方和消费者的携手推进。根据此次调查，市消保委指出：随着消费者环保意识的日益增强，对于产品在低碳和减少塑料使用方面的信息需求也越来越高。因此，呼吁饮料行业的领军企业能够率先公示其饮料瓶材质的碳排放数据，引领其他企业跟随，共同推动整个行业的绿色低碳转型。

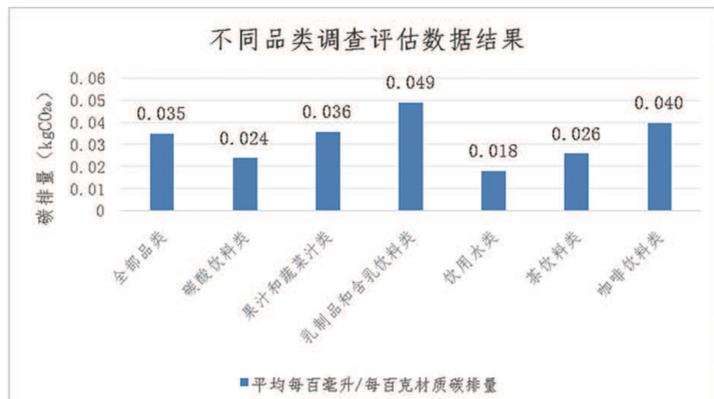
同时，在保证食品安全的前提下，希望推动国家加快批准rPET材质在食品级包装上的运用。rPET材质由废弃的塑料瓶再生加工制成，相对PET材料而言，其生产过程对原始石油资源的消耗较少，且可多次回收利用。我国目前还未批准rPET食

品接触级材料的使用，但相关标准已在制定中，市消保委建议尽快批准rPET的使用，进一步促进降塑减碳。

此外，市消保委积极引导消费者选择轻量化瓶身饮料。建议

相关政府部门、消费者组织、行业组织和头部品牌携手开展面向消费者的环保宣传与环保活动，培养消费者关注瓶身材质厚度与碳排放等信息的消费习惯，倡导轻量化瓶身饮料消费新时尚。

不同品类调查评估数据结果



“劳斯莱斯”婚车 竟然是国产品牌 涉事公司被罚73万

□ 见习记者 王葳然

车辆外形复古，派头十足；车头“欢庆女神”金光闪闪；轮毂“双R”商标清晰可见……网上以此车作婚车卖点的营销推文可谓层出不穷。作为各大藏馆典藏车型，近乎绝迹的古董“银云”为何会在上海频频现身？

执法人员联系商标权利人，结合画面中的车辆外观及国内保有量数据，分析得出“银云”车中有假。通过多家网络平台检索“劳斯莱斯银云”营销内容，并同步展开协查，普陀区市场监管部门执法人员很快锁定了16家婚车租赁公司并进行突击检查，于现场查获“劳斯莱斯银云”婚车租赁合同、费用结算单、宣传视频等大量证据材料。

部分婚庆公司回应，这些车都是从毛某处借来的。执法人员联系网络平台追溯源头公司，毛某曾是公司法定代表人。根据公司实际经营地和平台上新人提车打卡定位坐标，最终将涉案车辆可疑藏匿点缩小至3个区域11家停车场。经商标权利人现场辨认，确认车辆非“劳斯莱斯”品牌汽车。通过车管所调取车辆底档材料，证实涉案车实为国内品牌汽车。

普陀区市场监管局对本市婚车租赁行业中15家涉案单位作出行政处罚，罚没款合计达73万余元。

始祖鸟冲锋衣造假 涉案3亿元！

市价6000元卖500元

一件市场价6000元的始祖鸟冲锋衣，只需500元就能到手，消费者收到后发现产品在做工、材质上都与正品有明显差异。浙江台州三门县警方调查发现，消费者收到的假冒始祖鸟冲锋衣制作成本仅200元，且销售网络遍布全国。日前，当地警方通报了该案件的侦办情况。该案共抓获42名嫌疑人，打掉造假窝点14处，已查明案值达3亿元。

2023年10月17日，浙江三门县公安局发现，三门县有人销售假冒始祖鸟冲锋衣。2023年10月至2024年5月期间，三门县公安局对以占某、林某、潘某等人为首的制造、销售假冒始祖鸟冲锋衣的犯罪团伙进行侦查，先后多次组织警力赴山东、河北、江西、福建、广东、四川等地开展集中统一收网行动，抓获犯罪嫌疑人42名；捣毁生产、仓储、销售窝点12处，刺绣假商标窝点1处、吊牌生产窝点1处，现场查扣LT、SV等款式假冒始祖鸟品牌服饰1050件，吊牌、拉链头、光板服饰等配件2000余套，查获下级销售网络涉及等多个社交和短视频平台账号。

经亚玛芬体育用品贸易（上海）有限公司鉴定，涉案的始祖鸟服装，其包装、标识、工艺、吊牌、材料等均不符合公司产品要求，属于侵犯亚玛芬运动加拿大公司“始祖鸟”等系列商标的产品。

（综合上游新闻）