

# “限制商品过度包装”新国标背景下,一些爆款包装礼盒月成交量超万单 月饼包装盒为何单独售卖?

《北京青年报》张鑫

临近中秋,就在各大零售商还在为月饼销量冲刺的时候,记者近日发现,今年网售月饼包装盒也成了一门“生意”,不少爆款包装礼盒月成交量已达万单以上。在《限制商品过度包装要求食品和化妆品》(GB 23350-2021)新国标的背景下,不少月饼礼盒生产厂家将生意瞄准了个人和中小企业用户,单独推出各种“吸睛球”的包装设计来争取DIY和定制市场。



创意月饼包装盒

## 月饼包装单着卖

“我们这款月饼包装盒做成了小翻盖加抽屉的款式,吃完了月饼这个盒子还可以作收纳盒用。”记者发现,今年在月饼市场除了月饼礼盒和散装月饼外,原本只供应给月饼生产厂家的包装盒也被商家拿出来“拆卖”。

《限制商品过度包装要求食品和化妆品》(GB 23350-2021)新国标8月15日起正式实施,对月饼的包装、混搭等方面进一步规范。按照新国标要求,月饼包装层数不超过3层;月饼不应与其他产品混装;包装材料不得使用贵金属和红木材料……新国标的公布,也给了月饼包装生产者们更多发挥创意来博销量的机会。

记者注意到,与此前月饼礼盒强调包装盒的繁复、材料的昂贵不同,如今网上售卖的五花八门的月饼包装盒中,最受欢迎的是典雅的国风派包装、可以再次利用的包装以及各种趣味包装。

在某电商平台的一家店铺中,其销售的“盲盒月饼包装盒”颇受欢迎,月销量超过2万单。该包装礼盒与不少小朋友玩过的扭扭乐类似,不仅需要扭开上面的遮盖层才能拿到里面的月饼,被扭开的位置还有各种祝福语。

另一款可装6块小月饼的礼盒包装,把月饼取出去后可“变身”成小提灯。该包装盒在这个月卖了1万多单。同店的国风极简款、书法题字礼盒也售卖了1万多单。

此外,还有一些包装盒融入纸雕元素,打开后能变成一幅3D图画。有的打开是错落有致的内盒,合上后能组成一个严丝合缝的魔方式包装盒。还有的外观本身是PU材质,搭配一条丝巾缠在提手上,就能成为外形如女士手提包的包装盒。

这类新奇款式的月饼包装盒销量颇为可观,大部分款式售价在10元上下。可以变身小提灯的礼盒,3个一组售价14元,店家还额外送LED灯串。款式复杂一点的纸雕3D礼盒,售价58元。部分网店表示,如果购买量在50件或者百件以上,还能按照拿货的比例再打折。

## 是谁在购买月饼包装盒

牛小姐是一家幼儿园的采购。幼儿园要开展月饼制作的亲子活动,她为此采购的东西就包括月饼包装盒。

“前几年的活动都是家长和孩子做完月饼直接拿走。今年我们特意在网上采购了一批可以变成灯笼的月饼礼盒,让这个活动看上去更有仪式感,也更有节日氛围。”

在网上买了马口铁提篮月饼礼盒的赵女士表示,今年她打算自己DIY月饼,装点好送给亲朋好友。“自己做的月饼不会撞款,也更有诚意。端午节的粽子都能自己做,月饼为什么非要买呢?”而选择礼盒,赵女士也是为了做到独一无二。

“以前也做过这种针对个人用户和中小规模用户的产品,不过重头戏还是在大客户上。今年大客户预订情况不好,我们就拿出一部分精力来做个人和定制用户。”从事月饼外包装生产的宋先生表示,对于包装企业来说,豪华礼盒自然是成本高、利润也高,但因为新国标的出台,加上市场大环境,原本一些有合作的月饼生产企业产量下降,包装盒订单也就跟着一起降下来了。

“原来礼盒都是往商务方向做,送礼的礼盒要面子上好看,够高大上。而自用的大部分要精细,还要简单,最好还能二次利用。”宋先生说,这就需要包装或者生产厂家花费更多心思,不过这部分心思花得值,不仅卖给个人客户的商品能保有较大的利润空间,在这个过程中还出现了新的“买家”。“一些专门做DIY和烘焙原料的网店也向我们要货,不光是月饼包装,还有很多其他品类包装,这就增加了新的客户。”

## 多地倡议抵制过度包装

记者了解到,多地消保委和消协发布倡议:抵制过度包装,践行绿色消费。多地市场监管部门也采取相应行动。

浙江省消保委8月24日表示,包装是商品“无声的推销员”。高颜值包装的商品,往往更能激发消费者的购买欲。但一些经营者在包装的开发创新上,不是从功能入手,而是一味地过度包装,营造华丽、高端、贵重之气,以此抬高商品“身价”。如市场上的一些月饼礼盒,包装美轮美奂、极其考究,甚至用贵金属、红木等贵重材料,造成消费者“买椟还珠”的困惑。

山西省消费者协会向全社会发出遏制月饼过度包装的倡议,切实增强厉行节约、反对浪费的思想自觉、政治自觉和行动自觉,营造节约资源、保护环境的良好社会风气。

(上接1版)

“中心受理矛盾纠纷后,根据矛盾纠纷的具体情况和类型、性质,会流转相应的工作室、调委会等第一时间进行调处。”中心负责人吴谦说,“中心可谓无所不调,而且调解成功率达99.6%。”8月17日,已过中午12点,织里矛调中心的几个调解室里依然在“酣战”。当天上午,中心受理了十多起纠纷,除了常见的劳资纠纷、货款纠纷,还有知识产权维权纠纷,其中6起上午就化解了。

## 三级矛调体系高效运行

跟织里一样,以群众化解矛盾纠纷“最多跑一地”为目标,把矛盾纠纷解决在萌芽状态,化解在基层,安吉县全力推进县乡(镇)村三级矛调体系建设,打造一站式接收、一揽子调处、全链条解决的矛盾纠纷化解运行模式。

落实“首问负责制”,防止矛盾处理踢皮球、推诿扯皮。检察窗口是常驻安吉县社会矛盾纠纷调处化解中心的职能部门之一,对窗口受理的每一起投诉、每一个申请,都会给一个“说法”。入驻以来,检察窗口举办公开听证15场,化解了一批棘手案、疑难案、申诉案、信访案,并联合其他部门对因案致贫、因案返贫的困难群众开展司法救助,解燃眉之急,稳社会民心。

变“群众乱跑”为“干部代跑”,落实干部下访。每周一至周三,3名县领导都会雷打不动地到矛调中心接访;每月底,县领导还要到联系乡镇下访。2022年上半年,县领导累计接访下访57批次72人次,化解矛盾纠纷57件。

近年来,安吉县还不断推进社会矛盾纠纷调处化解工作规范化建设,从工作规程到工作机制,一项项一条条,编



成《工作手册》予以明确。矛盾纠纷调处化解越来越规范,这也是干了32年调解工作的调解员王正平的最大感受。

66岁的王正平依然坚守在矛调中心一线,慕名而来的当事人、调解纠纷受挫前来求助的乡镇调解工作者……王正平工作室每天人来人往。

“一定要做到事事有着落,件件有回应。”尽管流转到王正平这里的都是疑难复杂的“烫手山芋”,但他凭着“只要功夫深,铁杵磨成针”的耐心和韧劲,目前尚无败绩。王正平说,做调解工作越久,成就感越大,责任感和使命感也越强。

如今,安吉余村已基本实现“小事不出组,大事不出村,矛盾纠纷不上交”,而安吉县已达成“小事不出村,大事

不出镇,难事不出县,矛盾不上交”的目标。

“60%化解在村级,30%化解在乡镇,10%化解在县级。”安吉县矛调中心专职副主任王忠说,这“一三六”目标的实现就是安吉县乡(镇)村三级矛调体系运行的成效。

当“枫桥经验”遇上数字化春风,矛盾纠纷的调处化解也从线下走到了线上,从现实走进了云端。在织里,打开手机,进入“掌上矛调”,群众足不出户就可反映情况,申请矛盾纠纷调处。而“平安大姐”也走进抖音直播间,开启云端调处,在广大网民见证下化解纠纷,同时也为围观的网民普及了法。同样,安吉在深化“解纷码”运用的同时,结合当地个性化需求,探索智能化的解纷考核。

