

悦动

北京累计推广纯电动车逾35万辆

将继续优化交通结构,建立绿色货运体系

本报讯 北京市生态环境局近日发布消息称,截至2020年8月底,北京市已累计推广纯电动车超过35万辆,其中公共领域7.06万辆,约占全国的10%。

在优化交通出行结构方面,北京市生态环境局机动车处副处长连爱萍介绍,除继续坚持电动化为导向,优化机动车和非道路移动机械结构,北京市还以大宗生产生活物资“公转铁”为契机,加快城市货运铁路网建设和改造,建立绿色货运体系。

数据显示,2020年上半年,北京市货物到发铁路运输比例达8.8%,较2019年同期增长1.4%。截至2020年8月底,北京市机动车保有量已达653万辆(含重型柴油车24万辆),非道路动力机

械4万-6万台。
“移动源污染在PM_{2.5}本地污染贡献中占比45%。移动源污染中,北京市柴油车和汽油车占比均较高,分别达32%和29%。”连爱萍说,未来北京市将深化京津冀区域监管协作,研究建立超标排放信息共享平台,研究出台淘汰鼓励政策和更严格的交通管理措施,禁止高排放车辆进入北京市重点道路。

连爱萍透露,下一步北京市还将深化交通行业、能源领域的节能减排,推进汽油、柴油消费减量,推动首都国际机场和北京大兴国际机场落实民航业节能减排政策标准,研究扩大碳排放交易范围,探索建立重点行业车辆碳排放交易机制。
夏莉

首个互联网碳汇扶贫项目落户柳州

本报讯 记者近日从广西壮族自治区生态环境厅获悉,广西首个互联网碳汇扶贫项目——碳汇精准生态扶贫项目落户柳州。

据了解,柳州市把树木进行编号登记,将树木碳汇等信息和贫困户信息录入柳州碳汇精准生态扶贫数据平台,发动社会各界进行购买,只需付出3元钱,就可以从贫困户手中购买一棵直径5厘米的树一年产生的碳汇量,并为其增加3元收益。

参与碳汇精准生态扶贫项目不仅可以抵消个人的“碳足迹”,还可以收到柳州碳汇精准生态扶贫碳汇电子证书。

在三江侗族自治县八江镇岩脚村的碳汇扶贫示范点,以当地杉树林为例,每户贫困户每年最多提供1000棵树参与碳汇项目,每棵树的碳汇价值3元人民币,这一项目最多可为贫困户每年带来3000元的收益,同时为环境做出减少10吨二氧化碳排放的贡献。

截至9月7日下午6点,已有一棵直径5厘米的树一年产生的碳汇量,并为其增加3元收益。参与碳汇精准生态扶贫项目不仅可以抵消个人的“碳足迹”,还可以收到柳州碳汇精准生态扶贫碳汇电子证书。

昌苗苗



全国人大加快立法遏制粮食浪费

据新华社电 全国人大常委会9月9日在京召开珍惜粮食、反对浪费专题调研组部署会。全国人大常委会副委员长吉炳轩、武维华出席。

在听取有关部门的汇报后,吉炳轩指出,要深入学习贯彻、贯彻落实习近平总书记关于厉行节约、反对浪费的系列重要指示,全国人大常委会要主动作为,依

法履行宪法法律赋予的职责,加强立法和开展专题调研,多环节全链条系统解决生产、储存、运输、加工、消费环节的粮食浪费问题,加快建立法治化长效机制。要尽快制定出台专门法律,为全社会确立餐饮消费、日常食物消费的基本行为准则,以法治方式进行综合治理,坚决制止餐饮浪费和各相关环节中的粮食、食物浪费行为。

“光盘行动”渐成武汉旅游新风尚

本报综合报道 一场号召市民游客珍惜粮食、对餐饮浪费行为说“不”的行动正在武汉旅游界展开,倡导游客文明旅游,按需就餐,自觉杜绝浪费。旅行团队、景区餐厅想方设法有效杜绝餐饮浪费。

进餐前,导游将提醒游客参与“光盘行动”,吃不完的食物,餐厅会倡导游客打包带走。以武汉木兰草原景区为例,景区制作定制菜单、卡通牌提示游客就餐时杜绝浪费。

为更有效地遏制旅游团餐的浪费,旅游景区的餐厅工作人员与各团队提前沟通,根据团队人数,合理规划 and 搭配,引导团队按需点餐,减少团餐浪费。

还有的景区以奖励形式鼓励游客“光盘”。例如,武汉欢乐谷餐厅出台了“细则”:用餐期间游客在主食不够吃的情况下可以免费续加。用餐完可以凭借“光盘”免费兑换果盘或甜品一份,旨在广泛传播节约粮食的习惯和意识。

安徽饭店景区供“半价”“小份”餐

据新华社电 安徽省文化和旅游厅日前印发《关于在全省文化和旅游行业开展制止餐饮浪费行为的通知》,提出星级饭店、A级旅游景区、公共文化场馆等含有提供餐饮服务的经营场所,要进一步优化供餐方式,采取“半份、半价”“小份、适价”等经营方式,减少铺张浪费。

通知要求,相关文化和旅游经营单位要把节约的原则贯彻到食材采购、后厨操

作和餐厅服务的各环节,进一步加强员工培训,主动提示适合消费者人数的用餐量,避免超量点餐。进一步加强宣传引导,在餐厅的显著位置摆放“节约食物、杜绝浪费”“适量点餐、剩餐打包”等提示牌或宣传画。

通知提出,持续深化“光盘行动”,广泛宣传节俭用餐理念,引导群众不做“必剩客”,争当“光盘族”,科学性消费。

张紫霞

精美月饼礼盒 你愿为之埋单吗?

◆本报记者陈妍凌

为紧凑地摆放于盒中,未见大量使用丝绸、锦缎等装饰材料。

拼创意、玩跨界,弘扬传统文化同时关注环保细节

上月底,中国焙烤食品糖制品工业协会发布的《2020年中国月饼行业发展趋势》报告预测,今年月饼包装的风格将继续以弘扬传统中秋文化、简约环保为主。

报告指出,年轻消费群体的喜好已逐渐成为企业着重考虑的因素,彰显个性、结合特色、形状各异的包装及产品,更易受到追捧。今年月饼产品的概念创新,将主要体现在产品创意、包装设计创意以及营销创意等方面,跨界融合,赋予产品新的属性,这类产品更适合年轻消费群体以及线上销售。

目前看来,今年拼创意、玩跨界的月饼产品,的确不少。比如,肯德基与故宫推出联名款礼盒装月饼,礼盒上的花纹图式有浓郁中国风,月宫和兔子仙气十足。必胜客则联合敦煌博物馆,推出30周年中秋限定款月饼,其礼盒纹样运用了飞天等敦煌壁画图案。

记者留意到,在月饼礼盒文创化的趋势下,不少产品也将环保设计纳入考量。

星巴克喊出了“月圆之夜的欢喜,我们与地球共享”的口号。其月饼礼盒“一切都好”,采用质感包装材料,这是星巴克将回收的饮料瓶和星巴克冰杯,经过专业回收再生流程加工而成的。礼盒材质选用FSC森林认证的纸板,无大面积印刷。这款“丝巾”,在设计上融合东方传统和当下时尚元素,日后还可作为手帕、丝巾、餐垫使用。星巴克还提供了一份丝质感包装减排量化表,用数据让你感受这份包装减排的分量。

故宫月饼,则透着传统文化风和环保风。其锦盒系列月饼的包装设计纹样,取自清代《广绣百鸟争鸣图》《粤秀孔雀开屏图》等作品,锦盒侧面采用金属浮雕工艺,立体呈现《蓝瑛澄观图册》的美感。其锦绣花瓶系列产品的部分包装设计图

案,则源自景德镇非遗技艺传承人吴江钟的作品。更重要的是,设计者为佳节之后的锦盒也想好了“出路”。比如,锦盒可以搭配首饰托盘,成为女士的首饰盒、梳妆匣,锦绣花瓶瓶可用作花瓶,为室内增色。

此外,西贝莜面村的月饼礼盒,选用纯植物纤维可降解环保材料,喜茶的月饼礼盒配送了不锈钢的餐具,可以循环多次使用……

礼盒变身文创品,是否涉嫌过度包装引争议

为了限制月饼过度包装,我们一直在行动。2010年起实施的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》,对限制月饼过度包装作出了规定,包括初始包装之外的所有包装成本总和不得超过商品销售价格的20%等。不过,由于缺乏严格的执行和监督措施,包装“限制令”的实施效果并不理想。

那么,在消费者看来,有了文创品特质的月饼礼盒,属于过度包装吗?仅有6块月饼的故宫月饼锦盒,售价298元,是不是有“买盒赠饼”之嫌?

去年就收到朋友相赠故宫月饼礼盒的刘女士认为,“不算过度(包装)吧,可能被设计感掩盖了。”不过,刘女士表示,如果自买自用,她会选择经济实惠的月饼。在某电商平台的故宫月饼销售页面,有网友甚至留言,“盒子简直美出天际”“为了盒子买了月饼”“盒子颜值高还能循环使用,很贴心”。

对此,一位民俗专家表示,“我们过中秋是为了传承传统文化。”简装、散装月饼固然好,“如果月饼礼盒设计得既能承载中秋文化内涵,又能在日后生活中有实用价值,那也不错啊。”

不过,并非所有人都能接受这样的设计。北京市民王女士对记者表示,这会误导公众,造成“传统文化产品很贵很奢侈、传统文化令人高攀不起”的观感,反倒不利于非遗等传统文化走进生活。有网友坦言,还是更喜欢过去街头现烤现卖的月饼,用纸张简单一裹就行,便宜又好吃,“不搞那些花里胡哨的。”



纸盒、木盒、金属盒——应有尽有,丝绸、锦缎、泡沫板——轮番上阵。

这是以往令人又爱又恨的月饼礼盒。精致的包装,送人有面子,可是中秋节过后,不注重实用设计的礼盒就成了负担,留之无用,弃之可惜。

中秋将至,在全社会大力提倡环保、厉行节约的当下,月饼包装是否更简约了?今年的包装又有哪些新变化?

中低档礼盒仍是主打产品,包装在“瘦身”

在北京东城区一家大型连锁超市,月饼被摆在显著位置,营造出中秋佳节的气氛。来往选购的消费者不少,不过,多数人选择散装月饼或200元以下的礼盒装月饼,300元以上的礼盒受到的关注并不多。

这家超市营业员告诉记者,中高档月饼礼盒,以团购销售居多,不过,“现在团购的买家选礼盒,不仅看精美不精美,还会在意‘包装也别太过头’”。

北京月饼文化节市场信息发布会日前披露,今年北京中秋月饼市场上,中、低档月饼市场占比在85%左右,仍是市场的主打产品,价格集中在不足100元-200元之间。另外在包装方面,今年也出现明显转变,以纸质折叠盒、铁盒为主,包装体积及容量明显减小,避免了浪费。

电商平台上也,也有相似的消费倾向。针对月饼价格,某电商平台数据显示,39%的用户喜欢的价位是33元-72元,32%用户则在72元到106元之间。记者注意到,这个平台销量排名前十位的礼盒装月饼,主要以纸盒和铁盒包装为主,月饼较

in 话题

要美丽,不要“塑”造

◆本报记者鲁昕



塑料微珠,直径小于5毫米的塑料颗粒,由PE(聚乙烯)、PP(聚丙烯)、PMMA(聚甲基丙烯酸甲酯)等化学物质合成,常用于日化产品的去角质剂中,在给人们带来美丽的同时,也给生态环境造成了不小的负担。

由于塑料微珠颗粒很小,可以躲过城市污水处理系统中过滤回收系统的拦截,从而进入江湖海洋等地表水体,且不易降解,进而在环境中不断积聚。

为此,2020年初,发展改革委和生态环境部联合印发《国家发展改革委员会生态环境部关于进一步加强塑料污染治理的意见》(以下简称《意见》)明确指出,“2020年底禁止生产含塑料微珠的日化产品”“到2022年底,禁止销售含塑料微珠的日化产品”。

如今,距离《意见》出台已半年有余,日化行业落实推进情况如何?是否找到合适的替代产品?

告别“塑料微珠”企业在行动

欧莱雅和宝洁是我国民众使用数量最大的日化消费品生产商之一。欧莱雅旗下的巴黎欧莱雅、巴黎卡诗及宝洁旗下的海飞丝、飘柔、舒肤佳、汰渍、吉列等产品,占据着国人的洗漱台。针对《意见》的有关规定,欧莱雅(中国)有限公司表示:“在中国相关法规公布之前,欧莱雅集团已经着手寻找替代塑料微珠的方案。截至2017年1月,集团已经替换了所有作为去角质剂的塑料微珠。”

宝洁同样也已经不再在产品中添加塑料微珠,“我们已于2017年将塑料微珠从美妆及个人清洁品类、口腔护理品类产品成分中全面移除。”宝洁(中国)有限公司相关负责人接受记者采访时表示。

记者在某电商平台搜索磨砂膏产品,在排名靠前的几个国产品牌磨砂膏成分表中,也未找到聚乙烯。

寻找替代产品势在必行

用什么来代替“塑料微珠”?不少企业和科研机构也开始了尝试。

欧莱雅(中国)表示,在选择塑料微珠的替代方案时,他们进行了消费者测试。最终在去角质的产品中,选用了杏仁粉或矿物质(如珍珠岩或二氧化硅)来代替塑料微珠。从市场表现来看,配方调整后的产品销量依然呈增长状态。

许多国家的科研人员也在开展相关研究。2017年英国巴斯大学的科研人员就研发了一种可生物降解的微珠,这种微珠来自可再生资源,由从植物提取的纤维素制成。当这些微珠随着处理后的污水排入海洋,会分解成无害的糖。

近年来,为加强海洋塑料污染治理,许多国家开始禁止在日化产品中使用塑料微珠。英国、丹麦、法国、比利时以及美国、加拿大、新西兰、澳大利亚等国家,均已制定相关法令。在亚洲,韩国也从2018年7月开始,禁止销售含有塑料微珠的化妆品。

除了对塑料微珠说不,日化企业也在寻找更多减塑路径。比如,2019年,宝洁公司与40多家塑料生产公司、在产品中使用塑料的公司以及塑料回收管理公司共同组建了非盈利性的消除塑料废弃物联盟。宝洁公司CEO亲自担任这个新联盟的首席,计划在未来5年内投入15亿美元,协助消除环境中的塑料废物。欧莱雅(中国)则表示,到2030年,产品包装的塑料将100%源自回收或是生物基材料。

图片新闻

“绿水青山就是金山银山一十五年探索与实践大型图片展”开幕



由浙江省委宣传部、省生态环境厅、省自然资源厅、省农业农村厅和浙江日报报业集团共同主办的《绿水青山就是金山银山——十五年探索与实践大型图片展》目前正在浙江展览馆展出。

本次图片展是“绿水青山就是金山银山”理念提出15周年系列活动的重要组成部分,旨在引导浙江全省干部群众更加深刻地认识生态文明建设的重大意义,更加深刻地理解“绿水青山就是金山银山”理念的深刻内涵,更加深刻地体会绿色发展道路的正确性,进一步激励5800万浙江儿女继续沿着“绿水青山就是金

山银山”之路阔步前行,努力建设展示人与自然和谐共生、生态文明高度发达的重要窗口。

据介绍,展览分为“绿色崛起”“绿色蝶变”“绿色窗口”“绿色新篇”四个部分,综合运用图片、视频、档案文献、文字、模型、实物、多媒体等方式,展出照片、文摘、图表630余幅(件)、模型、沙盘、实物100余件,并设计了高山瀑布、山间竹海等大量的互动区域和互动项目,让参观者能借助互联网+、VR、现场直播、虚拟场景等展陈手段,以多种方式体验立体式展陈空间,增强展览的观赏性、趣味性和体验感。
朱智翔 晏利扬