

# 和一次性塑料吸管说再见

## 大品牌在行动 小店铺难实施

对于限塑减塑,消费者并不陌生,通过塑料袋收费以减少其使用在各地商场、市场已执行多年。除了塑料袋,减塑措施的另一焦点是禁用一次性塑料吸管。今年1月,国家发改委、生态环境部发布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》,规定到2020年底,全国范围餐饮行业禁止使用不可降解的一次性塑料吸管。距离禁令实施不到半年时间,有关食品饮料企业“赶考”进度如何?没有一次性塑料吸管,消费者还能愉快地喝饮料吗?

新快报记者走访发现,一些大企业在逐步减少塑料吸管使用,但在绝大部分小店中仍然使用塑料吸管。对于禁用一次性塑料吸管,大部分消费者表示理解,但认为纸吸管并非很好的替代品。

■新快报记者 陈思陶



■廖木兴/图

### 塑料吸管虽小,环境威胁却很大

我国2008年开始实施“限塑令”,从减少使用塑料袋开始,到去年上海市酒店不主动提供一次性牙刷、梳子等塑料制品,再到今年底实现餐饮行业禁用不可降解的一次性塑料吸管,限塑减塑的理念被越来越多商家和消费者所接受。

记者了解到,塑料吸管格外受关注,一方面是用量大,有数据显示,

2019年全国塑料制品累计产量8184万吨,其中塑料吸管近30000吨,约合460亿根,人均使用量超过30根;另一方面是回收利用难度大,降解时间可能长达500年。

前联合国环境规划署驻华代表处项目官员、中国合成树脂协会塑料循环利用分会秘书长蒋南青博士表示:“减塑是可持续发展迫切需要解

决的问题之一。塑料吸管体积小难以回收利用,如果处理不当,会对生态环境造成威胁。”此前已有国家陆续商讨禁用塑料吸管。清华大学环境学院教授刘建国指出,从塑料吸管开始实施禁限是比较容易入手的,向消费者、居民传递一个非常清晰的信号——大家要减少对于塑料制品的依赖。

### 部分品牌率先停用一次性塑料吸管

在环保减塑风潮下,记者了解到此前已有多家食品饮料企业关注一次性塑料吸管的问题,并作出减塑承诺。如星巴克在2018年就宣布,当年在全球范围全面停止使用塑料吸管;此前星巴克在中国地区的塑料吸管年均使用量达到200吨左右。据星巴克中国数据,在去年年底,中国的4000多家

门店已经全部实现了塑料吸管的禁用。新式茶饮代表品牌喜茶也表示,北京地区外卖已全部默认配送纸吸管,未来也会在其它城市推行。数据显示,截至今年6月,在全国范围内喜茶已经减少使用塑料吸管超过1100万根。

麦当劳中国也宣布6月30日起,

北京、上海、广州、深圳近千家餐厅率先停用塑料吸管,同时在杯盖设计上进行了微调,相关减塑举措将于2020年内覆盖中国内地。记者从麦当劳处了解到,目前中国内地有超过3500家麦当劳餐厅,全面限用一次性塑料吸管后,届时预计每年约减少400吨塑料用量。

### 消费者称理解,认为纸吸管有待改进

记者走访广州市天河区一带的麦当劳,发现门店已不再为可乐等饮料提供吸管,但在珍珠奶茶、麦旋酷等含有固形物的冷饮,以及麦咖啡冷饮产品中,仍然配备吸管。在中午用餐时段约20分钟内有5位消费者主动向店员索要吸管,店员解释门店已停用后,消费者表示理解。但也有受访消费者表示,“突然没有了塑料吸管有点不习惯,正在适应换成用杯盖吸取,如果能提供纸质吸管作为过渡会更好。”

采访中,记者发现纸质吸管在部

分消费者心中也并非塑料吸管的完美替代品。在太古汇某咖啡软饮门店内,使用纸质吸管的受访消费者表示,这家店几乎所有咖啡、果汁都用纸吸管,理念比较环保。但纸吸管在使用体验上还要改善,如果和朋友一起堂食聊天、搭配小食食用,喝得慢时纸吸管入口部分会软烂;而且纸吸管比塑料吸管更细,喝热咖啡速度变慢,吸管软化也更快。

对于减少一次性塑料吸管的政策,受访的10位消费者中仅有1位表

示知晓,不会主动索要塑料吸管;有7位表示没有关注,平常使用塑料吸管较多,“拿到饮料后的习惯性动作”“店员会帮忙插好吸管”“和饮品加冰、加料的形态有关,纸吸管吸不动,要用塑料吸管或者搭配小勺子才可以”等因素促使他们使用吸管;还有1位消费者表示,最近做了牙齿冷光美白,用吸管对保持牙齿健康更好,她表示,“还要适应没有塑料吸管,但在疫情期间不接触瓶盖更有安全感,只能以后自带软管杯、自带不锈钢或玻璃吸管。”

### 可回收材料减塑也减碳,不减便利性

除了知名连锁餐饮品牌外,街头巷尾的食品饮料店铺使用塑料吸管仍是常态。“纸吸管比塑料吸管更有高级感,但也更贵。”时尚天河内某90后奶茶店店主告诉记者,店里通常成箱购买吸管,塑料吸管成本平均一支约0.03元,纸吸管约0.1元,而“新开发直接吸取的杯子成本更高”,该店主还

认为纸吸管不一定更环保,因为造纸也有污染。

不仅有成本考量,由于一次性塑料制品的便利性,食品饮料业对其需求量较大,没有理想替代品的情况下,消费者和商家将“禁塑”付诸行动仍然需要时间。记者查询9月1日起将实施的《固体废物污染环境防治法》,规

定禁用、限制使用的是“不可降解塑料袋等一次性塑料制品”,并没有限制食品饮料在包装、配套餐具上使用可回收塑料制品。如在禁止食品饮料行业滥用一次性塑料产品的同时,普及可回收、再生的塑料制品作为替代,其便利性或能让消费者更快适应减塑环保,同时也能减少碳足迹。

#### 行业

### 依云矿泉水被瑞士科学家检出农药残留

**新快报讯** 据瑞士网站日前报道,法国依云矿泉水被瑞士联邦水科学与技术研究所工作人员检出禁用杀菌剂为百菌清。该成分主要用于蔬菜、粮食、园艺、果树及一些观赏植物上作为杀菌剂,被归为2B类致癌物,自2020年初起被瑞士政府禁用。

据2019年天猫618数据显示,进口水成交同比增长180%,法国依云占据进口矿泉水首位。该款矿泉水中被检出0.000006毫克的百菌清残留物,低于中国《GB 生活饮用水卫生标准》中百菌清残留物的限量值0.01毫克/升,但检出农药残留与其以“最纯净的水”而闻名的高端天然矿泉水定位并不相符。

(陈思陶)

### 碧生源、网易严选等代餐粉营养标签虚报

**新快报讯** 7月15日,深圳市消费者委员会发布2020年轻食代餐粉比较试验报告,报告显示,中粮天科、Smeal、网易严选、碧生源四款样品部分营养指标的实际检测值与其标签标示值不符,未达到GB 28050-2011《预包装食品营养标签通则》的要求。

报告称,中粮天科脂肪标签标示值为0.8,脂肪实测值为1.4。Smeal脂肪标签标示值为2.3,脂肪实测值为4.26。网易严选脂肪标签标示值为0,脂肪实测值为1.62;钠标签标示值为131,钠实测值为433。碧生源钠标签标示值为108,钠实测值为302。

(陈思陶)

### 燕麦奶获明星投资2亿美元

**新快报讯** 植物基产品因大健康趋势、技术创新受到资本市场重视。近日,瑞典植物食品和饮料品牌Oatly获得黑石集团牵头的明星投资团2亿美元的投资,融资将用于扩大在欧洲、亚洲和美国的生产和分销能力。

目前在中国市场,Oatly借助独立精品咖啡馆切入植物基领域,与星巴克、喜茶、麦当劳等门店合作推出燕麦基饮品。除了燕麦奶饮品,记者了解到Oatly基于液体燕麦也推出燕麦酸奶、燕麦冰淇淋等不含乳糖的产品。

(陈思陶)