

便利之外，外卖包装如何走向绿色

■《光明日报》记者 陈童

轻点手机，一份餐食、一杯饮品便能在数十分钟内送达。外卖，早已融入现代人的日常生活。

第57次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2025年12月，我国网上外卖用户规模已达6.30亿人，占网民整体的56.0%。用户规模持续攀升的同时，外卖包装废弃物也在快速增加，成为城市生活垃圾的主要增量。一次性便利与可持续发展之间的矛盾，正日益突出。

日前，北京市市场监督管理局发布《餐饮外卖商户绿色包装使用指南》，明确了安全性、减量化、易回收或可降解、重复使用四大原则。该指南将于2026年9月1日正式实施，是全国首份专门针对外卖商户的绿色包装指南。

外卖包装如何实现绿色转型？带着这个问题，记者采访了消费者、商户、平台及行业专家，探寻可行路径。



在湖南长沙五一广场商圈，几名外卖骑手从游客旁经过。新华社发



北京首钢园区，参观者在服贸会展台体验智能回收机。新华社发



在安徽省霍山县磨子潭镇宋家河村一处茶园，邮政投递员在打包茶叶。新华社发

菜品存在高油高盐、汤汁多等特点，使用后的外卖餐盒易附着大量油污，消费者大多不会清洁后再进行分类投放，这些因素导致外卖包装的回收利用价值很低。目前绝大多数外卖包装最终随厨余垃圾一同进入焚烧或填埋环节，尚未形成有效的回收体系。”

“与普通生活垃圾相比，外卖包装生命周期很短，但其生产、运输、使用、废弃处置全生命周期均会产生资源消耗，也会对生态环境产生影响。”广东工业大学生态环境与海洋学院教授周雅指出。

商家对包装调整普遍持谨慎态度。一位商户告诉记者，选择包装首要考虑成本与消费者投诉风险，为了避免配送途中发生渗漏、破损等情况，往往会通过增加包装层数来保证配送安全。

在更换环保包装材料方面，商家同样存在诸多顾虑。一家外卖平台相关负责人介绍，商家采用绿色包装面临一些阻碍：一是成本压力，普通塑料的替代材料研发和生产成本

普遍更高，替换包装意味着经营成本的上升；二是用户体验，透明的餐盒在盛放多油菜品后，视觉上可能不够美观，“用户第一印象不好，就很难复购了”。

立足源头，减轻包装环境负担

面对种种困难，推广绿色包装为何依旧势在必行？

“现在垃圾焚烧技术这么先进，甚至出现‘垃圾不够烧’的情况，还有必要花力气推行绿色包装吗？”近期关于垃圾焚烧技术提升的报道，让不少消费者产生了这样的疑问。

中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授吴晓蒙认为这种观念存在很大误区：“垃圾焚烧只是末端兜底的处置手段，并不意味着能够抵消全部经济成本和环境影响。”

吴晓蒙表示，算清这笔账，必须从经

济生产全生命周期来看。从经济账来看，目前外卖包装仍以PP塑料等石油基材料为主，源头消耗的是不可再生资源。而将这些塑料垃圾焚烧发电，收益远低于生产它们所消耗的原料与能源成本，“相当于耗费高昂代价，最后只换回微不足道的电能”。从环境账来看，无论焚烧技术多么先进，塑料的核心成分都是碳和氢元素，焚烧主要产物仍然是二氧化碳和水。而减少垃圾产生量，就是直接减少焚烧量，全生命周期的温室气体排放会随之下降。

“垃圾焚烧并非让垃圾彻底消失，焚烧处置后会产生炉渣、飞灰等副产物，这类废弃物仍需要占用土地进行填埋处置。”周雅进一步指出，外卖包装多为轻质塑料且分布零散，若未得到规范处置，容易造成塑料泄漏。随手丢弃的饮品杯、餐盒、塑料袋等，经雨水冲刷、日晒风化后容易渗入水体与土壤，最终通过食物链进入人体，对生态系统与人体健康构成潜在风险。

联合国环境规划署在《国家废弃物管理战略指南》中提出废弃物管理优先次序原则：预防产生、源头减量、循环再生、回收利用、末端处置。周雅表示，外卖包装治理同样应当遵循这一原则，应更加注重前端减量，而非后端处置。

便利和绿色，如何兼得

在享受外卖便利的同时，如何尽可能地减少包装对环境的影响，实现便利与可持续的兼得？探索绿色包装，正是在尝试回答这个问题。

“外卖行业绿色转型的第一步，一定是治理过度包装。商家过度包装，很多时候是为了规避差评、提升体验，不得已而为之。针对恶意差评的问题，平台可以建立相应的约束机制，为商家减压。”周雅指出。

外卖过度包装以及快递大盒装小物、包装空腔率高等现象都表明，包装在源头减量方面仍有改进空间。

《餐饮外卖商户绿色包装使用指南》把包装划分为简易包装和密封包装两类，核心导向是分类施策，让每一类餐品匹配‘恰好够用’的包装，而不是用一套标准套用所有品类。”吴晓蒙解读，“比如不需要额外塑封的餐品就不必封口，没必要用大号外包装的就不用大规格包装；比如饼、包子等不怕挤压的餐品，用纸袋盛装即可，不必额外使用餐盒；汉堡、三明治、肉

夹馍这类餐品，很多商家习惯多层包装，其中的冗余层级应当尽量减少。”

记者发现，有时精美繁复的外卖包装，仅仅是出于提升消费者体验或品牌形象的考量。

对此，吴晓蒙谈道：“减量主要减的是重量，不一定会降低包装的质感，可以通过其他方式来平衡这种需求。”具体来说，包装上，可以通过视觉设计和优化工艺传递高级感，如优化餐盒做工平整度、闭合紧实度等细节，升级分区收纳、稳固卡扣等功能，让消费者直观感受到“好看”和“好用”；材质上，一些餐品可以选用以竹浆、甘蔗渣为原料制成的产品包装，传递天然健康的理念，给顾客以环境友好的品质感。落实包装减量举措后，商家可在包装上进行标注，吸引更多消费者关注和投身环保。

减量之外，在适宜场景下选用更加环境友好的材料，同样是减少包装环境影响的重要手段。在这个环节，技术创新是关键——从新材料的实验室突破，到性能优化适配场景，再到量产实现降本，每一步都离不开技术的支撑。

生物基材料，就是一种不错的选择。缪铭介绍，由于其原料可再生、节约能源等特性，如今生物基材料在耐热性、机械力学强度等实用性能上已基本接近传统石油基材料，部分品类还具有可微波加热、防油防漏及保温能力。伴随产能持续提升，其生产成本也在稳步下降，目前已在外卖餐盒中得到应用。

消费者的环保观念同样重要，个人可以选择“无需餐具”“自带杯”等方式践行绿色理念，并通过自己的行为影响身边群体甚至全社会，推动行业绿色转型。“比如在社交平台上，博主的一句‘这个包装好用心’，便能很快引发其他消费者的讨论，品牌方也能快速感知这种变化。如果消费者关注那些在绿色包装上做出努力的品牌，并愿意通过购买来支持，商家就有动力在环保包装上持续投入。头部企业的示范效应会带动更多中小企业跟进。”吴晓蒙认为。

“外卖包装治理是非常典型的多主体责任分配问题，各个主体之间责任不清晰，包装从生产、使用到废弃处置涉及的责任主管部门也各有不同。需要每个主体各担其责，只有形成政府主导、企业运营、社会组织和公众共同参与的共治合力，才能推动外卖行业真正实现绿色转型。”周雅说。

评论

外卖包装，犯不着这么『装』

■关东

包子用袋装、汤面密封盒、蛋糕纸餐盒、烧烤裹铝箔……外卖包装如何既环保又实用？北京给出了一份超详细实操方案。近日，北京市市场监管局发布全国首个《餐饮外卖商户绿色包装使用指南》地方标准，计划于9月1日起正式实施。

这些年，外卖成了生活常态，各种包装、餐具也纷纷卷了起来。有的主打层数多，打开一个袋，里面还有盒套盒、纸包纸、绳缠绳；有的专攻精致感，大碗装小菜、大盒装小料，便餐配砂锅……凡此种种，浪费不说，一些包装材料还对人体健康和生态环境有害。对消费者来说，饭前拆包、饭后打扫也很麻烦，且“羊毛出在羊身上”，过度包装的成本最后谁买单？答案不言而喻。

包装的初衷，是隔绝污染、防止洒漏、保障餐品完整送达。有关绿色包装的指引、倡议一直都有，但很多商家依然偏爱“套娃包装”，背后是一些经营顾虑。一方面，配送路上万一破损，漏出汤汤水水，很可能会被打差评，影响店铺生意。另一方面，很多经营者把琢磨包装当成了博取好感、打造品牌辨识度的手段，总觉得包装越厚，就代表诚意越足、调性越高。而此次北京发布的这份《指南》，恰恰就瞄准了这些现实痛点。其涵盖了市面常见的外卖食品种类，无论是容易变形粘黏的，还是高温高油的，都根据餐品特点给出了稳妥包装办法。

包装虽小，却是关系消费习惯、城市治理与生态建设的大命题。《指南》还提出了多项减量要求：比如，包装印刷宜遵循简约原则，减少印刷面积；外卖商户不宜主动提供一次性餐具；无纺布外包装袋，应根据季节和温度选用……这些细节传递的都是绿色理念。好的口碑靠华而不实的包装堆不出来，商家踏踏实实做好每一份菜、每一顿饭，才能收获长远信任。

绿色理念藏于一餐一饭，生态文明落于一言一行。期待监管与执行形成合力，平台优化与商家创新双向奔赴，共同打破包装内卷，让每一次拆封瞬间再清爽些。

（来源：北京日报客户端）

网友评论

◎随风过境：

过度包装不仅会对环境产生污染，还会增加消费成本。

◎锅巴：

支持简化包装，但是别让消费者来承担破损风险和涨价成本。

◎轻风：

绿色环保不能只靠某一方，而是需要商家、平台、快递等扛起责任。

◎煎饼果子：

包装前端可以从原料、方式等方面着手，同时后端也要注重回收和利用。

◎好运：

为了减少污染，包装材料可以选择可降解的，同时也要加快研发、降低成本。

（本报综合整理）

责编/张会 版式/李昂 校对/李雅

公益广告

珍爱生命，远离危险水域！

危险水域主要包括自然开放水域（如：江河湖海潭等）和缺乏安全防护的人工水域，从未成年人角度看，没有成人陪同的水域都存在危险。



贵州日报报刊社 贵州日报当代融媒体集团