

快递包装缘何“瘦身”难?

瓦楞纸箱上缠绕着难撕开的胶带,包装盒里有大量气泡袋、发泡塑料……不少人收快递会遇到这种“套娃”式包装。

快递包装缘何难以“瘦身”?如何推动行业实现绿色转型?“新华视点”记者进行了调查。

“套娃”包装、刺鼻气味、垃圾激增

四川成都市的徐先生在网购了一台迷你CD机。商品尺寸不大,包裹尺寸却是商品的两倍,里面放满气泡袋。“我理解商家想要保护商品的心情,但这些填充物不仅占空间,丢的时候也很麻烦。”徐先生说。

记者调查发现,一些商家会在包装中叠加薄膜、网套等材料;部分商家在快递中大量放置气袋、防潮垫等“功能性”包装品。

此前,国家统计局陕西调查总队曾在全省20个市县抽选462名消费者进行调研,其中超过64%的消费者认为快递包装胶带缠绕过多,超过33%的消费者认为快递填充物过多,超过32%的消费者认为快递包装过大。

为降低成本,一些商家选择低价劣质的胶带、塑料和纸箱进行包装。部分快递集中存放的区域,即使戴着口罩也能闻到刺鼻气味。

2023年2月1日起施行的室内空气质量标准规定,室内甲醛浓度一小时均值应不超过0.08mg/m³。记者用甲醛浓度检测仪随机在吉林长春市的5家快递驿站进行测试,停留仅几分钟,检测仪上显示的甲

醛浓度值就迅速超过这一标准,个别数值甚至是该标准的7倍之多。

过度包装也造成废弃物的激增。在北京的一家垃圾分拣中心,记者看到成片放置的分类垃圾。中心负责人表示,这些垃圾主要从多个社区回收而来,每天送到中心的可回收物约为60吨。以黄板纸为主要材料的快递包装纸占比越来越多,目前已超六成。

中国工程院院士王琪表示,随着我国快递年业务量不断上涨,每年产生大量纸类、塑料废弃物,仅2023年我国快递包装废弃物总量已近2000万吨。

缘何“瘦身”“向绿”难?

快递包装缘何难以“瘦身”?一家快递企业的负责人告诉记者,企业负责寄递的95%以上的商品包装由平台电商负责,很多电商或为提升品牌溢价和开箱体验,或为避免运输过程中商品出现破损,普遍在包装上下功夫,进而导致过度包装。

从事食品加工的电商卖家张涛告诉记者,商品如果不“好好”包装,运输过程中可能会出现破损、挤压,消费者收到后往往会投诉或直接打差评。“解决这些投诉和差评要花更多钱,不如在寄出去前过度包装。”他说。

有些消费者在购买商品时也会对包装提出要求。“给朋友买口红、香水之类礼物时,一些买家会要求将礼物放进大的礼盒或购物袋中,一方面营造浪漫气氛,另一方面也



能让对方感受到用心程度。”从事化妆品销售的电商卖家李敏坦言。

新修改的《快递暂行条例》自今年6月1日起施行,条例提出,鼓励经营快递业务的企业和寄件人使用可降解、可重复利用的环保包装材料。

“相较传统的瓦楞纸箱或胶带包装,环保材料包装箱的成本往往是2倍甚至更高。大量使用可能会削弱商家的价格竞争力。”一名快递站点的负责人坦言。

除此之外,电商平台对商家的考核以销量、好评率、快递时效为核心,未将快递包装的环保性纳入权重,大部分商家对使用环保材料快递包装并无太多动力。

在绿色回收方面,修改后的《快递暂行条例》提出,鼓励在快递

经营场所和企业事业单位、住宅小区等其他适当场所设置包装物回收设施设备。

记者在长春市走访的20家快递营业网点、快递驿站大多设有绿色回收箱,其设计初衷是让更多快递箱循环使用。

但记者发现,其中多数回收箱要么在角落闲置,要么堆进了杂物或垃圾,能真正发挥用途的屈指可数。除此之外,不少消费者并不在网点驿站现场拆箱,一些本可循环使用的快递箱最终被扔进垃圾桶。

“回收上来的纸箱会被妥善保管并免费提供给寄件顾客循环使用,但对这方面的宣传不多,很多人还不太了解。”快递员赵子俊说。

实现快递绿色化、减量化需全链条管理

快递过度包装治理涉及生产、使用、回收、处置等多个环节,全链条共同发力是实现标本兼治的关键。

不少快递公司正通过一系列措施,对快递包装“改头换面”。

菜鸟通过算法设计和精细化运营适配纸箱尺寸,行业整体满箱率提升18%,箱型数量减少11%。“比如,我们为一些企业定制礼盒,通过智能箱型设计算法推荐最佳箱型,将包装与物流箱合二为一,减少了塑料材料的使用。”菜鸟全球供应链绿色科技产品负责人袁流说。

以废弃石料为原材料的可降解环保石塑箱,是中通快递目前正试点使用的新型包装箱。“这种包装箱

成本较高,我们正在推进仓库智能化建设,应用一系列设备降低物流成本。”中通云仓市场品牌部负责人徐永贵说。

网点驿站是治理形成闭环的关键,推进快递包装“瘦身”“向绿”,需培养投递回收意识。

浙江大学的14个站点均设置了快递包装回收装置“绿动箱”。“以紫金港校区白沙邮递服务站为例,每天有200多个快递包装在这里回收利用。”浙江大学后勤集团党委书记、董事长姚信表示,经过近10年的日常引导及绿色活动,纸箱回收再利用已成为服务站的一种常规化操作。

中国交通运输协会快运物流分会副会长徐勇表示,有关部门要加大监管力度,从源头排查整治生产不合格、环保不达标包装材料的工厂,避免不合要求的包装材料流入市场。

“实现快递绿色化、减量化,需对生产商、电商、快递物流等多个责任主体进行清晰的权责定位。”北京邮电大学邮政发展研究中心主任赵国君表示,可进一步联动相关部门,将电商平台与包装材料生产厂家共同纳入责任主体,进行严格约束。

“很多消费者对简单的包装并不信任,对于绿色包装的关心程度也有待提高。”赵国君说,需提升消费者对快递包装绿色化、减量化的认知,同时推动企业作出改变,针对不同商品的特性和运输环境,进一步设计既能提升防护、也相对轻便的包装方案。

(据新华社)

1公斤的帐篷200克的睡袋 轻量化成为露营新趋势

搬家式露营、精致露营看起来美好,但操办起来非常辛苦,劝退不少露营新人。多方数据显示,轻装上阵的轻量化露营成为2025年新趋势,轻量化装备成为市场新热点。

搬家式露营“劝退”新人

在过去的几年里,搬家式露营和精致露营以其独特的魅力吸引了众多户外爱好者。在青山绿水间,搭建起宽敞的带“客厅”的帐篷,摆上精致的桌椅和厨具,享受着美食与音乐,仿佛将家搬到了大自然中。然而,这种露营方式操办起来十分辛苦,每次出行前,都需要花费大量时间准备装备,满满一后备箱的物品成为标配。到达营地后,又要花费数小时搭建营地,收营时同样繁琐。普通人如果对户外生活没有充足的热情,很容易“退坑”。

多方数据显示,轻装上阵的轻量化露营正成为新的流行趋势。数据平台Statista最新报告数据显示,2025年全球露营装备市场规模预计将达到638亿美元,亚太地区展现巨大潜力,其中中国露营市场增速领跑全球,年增长率高达15.8%。在这之中,轻量化装备的需求正急速攀升。超过68%的新手露营者将“装备重量”列为选购首要考量,追求“说走就走”的轻量化体验。

新装备助力轻量化露营发展

轻量化露营得以实现,离不开



开轻型装备的助力。在帐篷方面,轻量化爱好者并不追求大空间,收纳体积及重量都是重要考核指标。从电商平台销售数据来看,几款国产轻量化帐篷凭借出色的材质与设计,赢得了消费者青睐。例如有产品采用轻薄的细纱线尼龙面料和轻质铝合金支架,既保证了良好的防风性能及防水指数,还将双人帐重量控制在2公斤以内,单人帐重量甚至仅有1公斤左右。

轻型睡眠系统也在不断革新。轻量化的睡袋和防潮垫成为露营者新宠。鹅绒睡袋压缩后体积小巧便于携带,但保暖性能毫不逊色;充气防潮垫重量仅为200克出头,收纳体积也只有一个牛奶盒大小。

在烹饪装备方面,口袋炉、气罐炉头组合,以及折叠式餐具等成为主流。口袋炉只有名片夹大小,展开后由底座和挡风片组成,可搭配固体酒精块使用,缺点是火力较小,仅能用于简单烹饪;气罐加炉头的组合火力更旺,可以收纳进折叠锅,携带方便。折叠

式餐具则像变魔术般,锅碗筷勺可全部叠放在一起,大大减少行李体积。

适配徒步骑行等多种场景

轻量化露营搭配不同场景,催生了徒步露营等户外新玩法。今年已经过去的数个小长假中,部分景区举行的“山野露营+音乐派对”活动吸引了大量年轻游客。背着轻便的背包,沿着山间小径前行,感受着大自然的宁静与美好。每到一处风景优美的地方,就可以停下来搭建营地,享受片刻的宁静。

一个人,一个背包,一份宁静——Solo露营创造了与自己独处的时光。远离喧嚣,放松身心,人们能够更专注地感受自然。社媒平台上,“轻量化Solo露营”“一个人轻量化露营”成为热门搜索词条。爱好者中有人追求装备的极致轻量化,严格控制每一件物品的体积与重量,为的是轻装上阵但并不减少玩法和乐趣。

自行车露营则为骑行增添了一份别样的乐趣。自行车载着轻便的装备,骑行者自由穿梭在城市与乡村之间。沿途可以随时停下来欣赏风景,探索未知的角落。在一些骑行社群中,自行车露营活动越发频繁,轻量化的车头包、车尾包、横梁桌板等装备均受到关注。

(北京青年报 陈 斯)

“快旅慢游”成为长白山文旅新风尚

长白山天池近日上演壮美一幕:偌大的水面上,冰层在大风影响下相互挤压、碎裂,发出悦耳声音,最终渐渐融化。

这个每年夏季被称作天池“开冰”的自然景象,一直吸引着许多游客和自然爱好者赶来欣赏。与以往不同的是,今年的“开冰”呈现出“文武双全”的景象,是长白山观测天池“开冰”以来的首次记录。

“大家说的‘文开’是随着气温的逐渐升高,冰面自然地、循序渐进地消融;‘武开’是冰层在大风与天池湖水合力作用下,短时间内破碎成无数小块。”长白山气象台副台长张伶俐介绍,此次天池“开冰”先表现为“文开”,后受风力影响,冰层几乎全部消融,完成“武开”。

山上,是大块的冰层和宽阔的水面交相辉映,形成壮美奇观;山下,丰富的文旅场景和业态,为游客带来日益多元的游玩体验。

山脚下的吉林省安图县二道白河镇里,恩都里休闲度假商旅社区刚开街不久。“山礼”文创店里,吉林艺术学院学生设计的明信片、国画、木雕、彩绘石头画等创意礼物,展现着年轻人对生活的热爱;“山·画廊”艺术展馆里,中国和俄罗斯油画家笔下的巍巍长白山,气势磅礴;老铁艺术展览馆下,以铁为墨、以锤代笔,一条条以铁皮拼接制作而成的鱼,展现着老艺术家的精湛技艺;集纳全国各地美食的创意餐厅和商铺,其中20%为吉林省首店……

今年秋天,沈白高铁即将开通,北京至长白山的通行时间将缩短至4小时左右,游客将有更多时间在长白山体验“慢生活”,让“快旅慢游”照进现实。

走在恩都里的街道,悦耳动听的

音乐环绕在耳边,身着特色民族服装的表演者不时献上演出。“最近刚接待了一批来自北京的研学团队。”老铁艺术展览馆负责人隋进才对记者说,“我想通过研学体验和文创设计,让更多年轻人了解到,原来铁制工艺也可以这么时尚。”

夜幕降临,华灯初上,距恩都里不远处的云顶市集里游人如织。这个2023年开业、“冬夏两办”的市集,如今已经迎来了第五季。“市集已成为游客的热门打卡地,更是我们打造‘长白山不止天池’全域旅游格局的重要业态支撑。”项目策划团队成员张秋森说。

步入500米长的市集,60余家美食摊位与长白山特色文创摊位分布在两侧。在这里,既能看到非物质文化遗产代表性传承人现场展示传统技艺,也能感受到大学生创业者带来的青春活力。市集还会不定期邀请专业演出团队驻场,带来精彩的现场表演与公益活动,让游客在品尝美食的同时,深度感受浓郁的地域文化。

“暑假即将到来,我们正在准备特色活动,迎接客流高峰。”张秋森说,今夏长白山还重启了免费巡游巴士服务,连接集散中心、雪绒花、云顶市集及恩都里等热门景点,全面提升游客体验。

热情的东北人民和壮美的白山松水,正吸引着越来越多的外地人扎根于此,成为长白山文旅事业的新生力量。2023年冬天,来自贵州的许露与朋友同游长白山,当她们漫步至云顶市集时,皑皑雪景与市集的热闹氛围深深打动了她。心动之下,许露决定留下创业,成为了市集里的一位摊主。“未来,我想在山脚下开一家酒吧,让更多人爱上长白山的四季。”她说。

(新华社 孙鹏程 王帆)