

弃之可惜 留之占地 无人回收 污染难消 网购生鲜给的冰袋真累赘

望着泡沫箱子里的两个冰袋,小方摇摇头,“这可怎么处理,冰箱里已经好几个了”。为了保持低温,越来越多的电商会在生鲜包装箱内放几个冰袋。这些冰袋大小外形不一、填充物也不尽相同,但是如何处理,是一个广泛存在的难题。

记者调查得知,在现在的垃圾回收体系里,冰袋属于较难回收的种类。虽然常见的冰袋填充物大多不会对环境造成压力,但是其塑料外包装还是存在污染环境的可能。

使用量大 冰袋月销数以百万计

经常网购的小方,见过各式各样的冰袋。有用塑料袋装的冰块,有矿泉水瓶冻成的冰坨子,有干冰冰袋,还有一种胶质填充物的冰袋。

“比如冰淇淋、酸奶之类的产品,会用干冰或者胶质冰袋。其他如大闸蟹什么的,用矿泉水瓶子比较多。”小方说。

生鲜产品较为集中的京深海鲜市场,正值大闸蟹集中上市的季节,除了应对上门采购的客户,这里的商贩也要忙着打包来自互联网的订单。商贩老婆在自己店铺门前,用一把冰锥在破冰,“大闸蟹同城快递的单子比较多,用冰块就可以了”。这种冰块一般一吨的售价是200块钱左右,最近气温走低,冰块价格也在走低,一份螃蟹快递,放两三块巴掌大的冰就足够了。

另一家商铺门前,商贩大周正在冲洗着矿泉水瓶,这些矿泉水瓶被处理干净后,又装满了水,再拉去冷库冷冻。大周说:“一般送到外地的货,会用冷冻的矿泉水瓶保鲜。”

在网络平台上销售的保鲜冰袋,容量主要为100ml、200ml、400ml、600ml等,冰袋价格低至单价0.2元左右。以购买100个200ml的加厚冰袋为例,在某电商平台上,三个不同卖家均表示可以包邮,给出的报价分别为“包邮0.22元1个”“100个21.26元”以及“100个22元”。此外,一些商家还表示冰袋产品“规格齐全”“量大从优”,甚至“支持定制”。

销量巨大的冰袋商家在网上比比皆是,甚至有商家直接在宣传页面用醒目字号写着:“月销100万件。”一个商家很有信心地说:“很多顾客都是一次拿几个冰袋,质量你放心,有问题可以退。”

成分复杂 冰袋填充物标准不一

很多消费者收到生鲜快递里放着的冰袋,其外包装一般是塑料膜,而填充物是一种胶质物,这种冰袋在网上销量巨大。按照产品介绍,这种冰袋的填充物通常是——“采用高聚化合物相变蓄冷原料配制而成,干净无毒,安全环保”。有的无需注水,直接使用。有的则需要注水,“注水后不需封口,袋内粉剂迅速吸水成为胶质状,富有一定弹性,其保容量高,具有蓄冷的效果,融化后不会造成大量水的污染”。

还有的将填充物形容为一种“蓄冷冷凝胶颗粒”。四川一家新材料科技有限公司称其“选用高新技术生物材料配置而成,达到食品级标准,卫生环保”。

有店铺称这种冰袋——“采用环保PE级材料”“加厚不易破”“反复解冻冷冻,可循环使用”。

不同店铺所售卖冰袋的外包装设计和内容趋于“雷同”。而对于冰袋袋内使用的“高聚化合物”“粉末”“凝胶颗粒”等究竟是什么成分,多个店铺冰袋产品的外包装上并未清楚列明。甚至,连基本的生产地址、厂家信息、保质期等关键信息,冰袋表面也往往欠缺。

记者联系到上海一家冰袋生产企业的郭经理,她介绍:“我们厂生产的冰袋填充物是一种无毒无害的凝胶,是绝对安全的产品。这种凝胶其实也会被用来给土壤保水。家里的花盆,放一点这种凝胶,可以更好地给土壤保持湿润。而且,时间长了,还可以在土壤里降解掉。”

“冰袋学名叫作相变蓄冷剂。配方大同小异,并不复杂,技术门槛不高。”科信食品与营养信息交流中心主任钟凯解释说,冰袋的

原理和冰块一样,冰水混合物的温度是零摄氏度,通过添加一些成分,改变这个温度,以满足不同食品保存的需要。“(填充物)常见的成分主要有几种。比如聚丙烯酸、聚乙烯醇、氯化钠、氯化钙、羧甲基纤维素等等。”钟凯说,诸如聚乙烯醇、聚丙烯酸、羧甲基纤维素都是可以生物降解的材料。

污染风险 外包装后处理成难题

钟凯介绍,冰袋的外包装主要是PET、复合尼龙膜等材料,“这些是不会自然降解的。”在他看来,如何对使用后的冰袋外包装妥善处理更为重要。“冰袋丢弃之后,混入家庭垃圾,如果没有分拣而直接焚烧的话,由于其本身热值低,会影响燃烧效果,增加能耗,还会造成一定程度的污染(焚烧温度低于1200摄氏度会产生二[恶]英)。”

上海冰袋企业的郭经理透露:“我们企业也对怎么处理冰袋外包装很头疼,因为我们生产过程中会产生外包装废料。以前,这种塑料袋、塑料膜是有人回收的,但是都是小作坊。现在随着环保要求更高,已经没人来收了,我们只能把外包装废料当作垃圾扔掉。”

钟凯认为,最理想的办法是对冰袋回收重新利用,但实际上仍然有一定难度,因为涉及回收的人力物力成本往往高昂。“在垃圾分类的前提下,不妨剪开冰袋,将内容物投入分类垃圾桶,并妥善处理外包装。”

而对于冰袋行业未来的健康长远发展,钟凯认为应该在行业内建立起原料清单。“现在网络购物发达,冰袋的用量也急剧增加,最好是能有统一的原料清单,生产时使用环境负担小或能够快速自然降解的蓄冷剂。”

回收倡议 生鲜配送时循环使用

“在回收业内人士眼里,冰袋就是两样东西,塑料和填充物。”北京再生资源 and 旧货协会副会长刘权介绍,目前回收冰袋很难实现,在现实操作中,也极少有消费者把冰袋送到回收站点,“可回收垃圾是非常庞杂的体系,光是大家熟知的,就有纸、塑料瓶、铝罐、铁罐、家电等,每一种又都可以细分。”

而冰袋的外包装在前端回收,无论是采集还是运输,都需要付出大量的人力、物力、财力,最关键的是后端没有配套的处理手段,刘权说:“专门做塑料袋回收利用的项目几乎没有,现在常见的处理塑料袋的方式就是烧掉。”

消费者把冰袋填充物处理掉,拿着空的塑料外包装去垃圾回收站点也意义不大,所以应该怎么做?

刘权认为,首先要考虑的是循环使用。“不仅仅是让消费者重复利用,生鲜企业也可以重复利用。”他建议,生鲜企业在配送完之后回收冰袋,或者下次配送时,收回上次的冰袋。

记者询问了一些快递员,了解到有些生鲜企业配送时,已经用注水的冰包取代了凝胶冰袋,而且会在配送完成时,就收回冰包,不会送到消费者手里。

此外,刘权还建议,是否可以从源头上减少对冰袋的需求。

记者拨打“12369”北京市环保投诉举报热线咨询保鲜冰袋的属性和处理方式,工作人员在经过查询后告知,在系统内未查询到冰袋的性质和分类,建议通过垃圾分类微信小程序了解。

记者在“北京市垃圾分类宝典”小程序上,分别通过拍照识别和文字输入“冰袋”,显示冰袋属于其他垃圾。小程序还提示,如日常生活中遇到成分复杂、不易分离归集的物品,建议作为其他垃圾处理。

据《北京晚报》

直播间变抓捕现场 上海警方侦破 首例“网红直播带货”售假案



网络直播行业亟待规范。

15日,记者从上海市公安局获悉,上海警方侦破上海市首例利用“网红主播直播带货”形式对外销售假冒注册商标商品案。

8月28日下午,位于浙江杭州的某服装公司直播间内,知名网红主播廖某正在频繁试穿各类女装产品,数以万计的粉丝正在通过网络围观这场热闹的带货直播。然而,让粉丝们意外的是,前一秒直播间内廖某还在试穿产品,下一秒镜头里却走进了一群便衣警察,伴随着廖某错愕的表情,直播戛然而止。

网红主播成为售假推手

今年6月,虹口公安分局经侦支队民警在辖区开展大调研活动中,收到辖区某服装企业提供的一条线索,有网红主播在某电商平台直播间内销售假冒该企业品牌的服饰。经过初步调查,这名网红主播正是廖某。2017年10月,廖某与一家经纪公司签约成为一名带货主播,并开始在某电商平台上开设直播间,主营女装和饰品。由于有从事平面模特的职业经历,廖某凭借其独到的直播风格和穿搭技巧,短短三年积聚了百万粉丝,成为一名“头部主播”。据统计,廖某直播间场均观看人数在20万以上,场均销售额突破7位数。

作为一名签约主播,公司为廖某配备了一支直播团队,包括廖某在内一共有6人,其中有专门负责与商家对接的,专门负责直播场控的,专门负责平台数据的,还有专门负责处理售后的。成为“头部主播”后,廖某自然倍受商家青睐,几乎每天都要直播10个小时以上,收入可达3到4万元。

然而随着廖某直播间的日益火热,一些“特殊”的商品也逐渐出现在了她的直播中。这些商品有着某些奢侈品的专有设计和图案标识,但在直播过程中,廖某不会提及这些商品的品名,而是用一些具有极强指向性的奢侈品品牌或款式的代号进行介绍。展示时,商品商标会贴上胶带,商品链接的图片上还会作相应的处理。而这些商品出售的价格是正品店内的几十甚至几分之一,显然是挂着奢侈品标签的假冒商品。

售假不仅为廖某带来巨额提成收益,相较于带正品货,售假厂商还会额外提供一笔“出场费”,双重利益的诱惑下,廖某的直播间开始成为假冒奢侈品的销售渠道。而对于粉丝反映的商品问题,廖某则会交给售假商家作退换货处理,有时也直接忽略。

为逃避监管和追查,直播结束后,廖某的直播团队会删除所有涉及假冒产品的购买链接、回看视频等。然而,在为期2个月的侦查过程中,虹口警方已经将其所有涉嫌售假的直播活动录制了下来。在诸多视频证据面前,廖某及其团队的知假售假行为暴露无遗。目前,廖某及其团队共6人已被虹口检察机关依法批准逮捕。

不法商家借网红直播带假货销量

廖某作为一名主播,是售假环节中的传

播者,而实际货源仍由不法商家提供。警方侦查发现,与廖某合作的上百个商家中,涉嫌销售假冒奢侈品的有近30家。

其中,一家珠宝饰品公司曾不止一次与廖某有过合作。据调查,该公司本来在电商平台就开设有网店销售自主产品,并且尝试过店员自己直播带货的经营模式。然而由于同类型的网店数不胜数,激烈的竞争环境下,并没有什么特色的该店始终业绩平平。随后,公司负责人何某便开始通过直播间内穿插销售一些假冒奢侈品饰品,从而带动流量和销量。几次尝试下来,何某尝到了甜头,于是为了换取更大的流量,何某开始物色网红主播为其带货。

2020年6月,何某找到已晋升为“头部主播”的廖某寻求合作,除了约定的收益分配,还额外支付一笔高额出场费。双方对直播产品达成一致后,由廖某帮其公司的珍珠饰品和假冒奢侈品饰品一并带货。在廖某的推送下,仅一场时长2小时的直播就为何某带来了近30万的销售额,其中假冒奢侈品饰品占比10%。

不同于上述公司,另一家与廖某合作售假的不法商家则是试图借用廖某“头部主播”的招牌为其销售假冒品牌商品。这些假冒服装的包装袋、吊牌、商标、标签一应俱全,廖某直播时用的也是正品的品牌介绍。而一旦有顾客询问其是否为正品时,该商家则会在原有的品牌名上加上一个后缀名,自称是自主品牌进行销售。这种掩耳盗铃的售假方式在廖某的直播推送下,销售量同样节节攀升。

目前,虹口警方已查实5家商家涉嫌售假,共计35名犯罪嫌疑人已被虹口检察机关依法批准逮捕。而对于其他曾与廖某合作过并存在售假嫌疑的商家,警方也将进一步深挖追查到底。

今年已封禁违规主播号8800余个

上海市公安局新闻发言人办公室庄莉强警官介绍,近年来,网络直播行业蓬勃发展,直播带货、直播才艺等深受社会公众喜爱。然而,网络并非法外之地,网络直播必须遵守相关法律法规,不得传播、散布违法有害信息或网络谣言,不得进行诈骗、售假等违法犯罪活动。

今年以来,上海警方围绕主播实名、直播内容和直播行为等,持续强化管理规范了网络直播行业。在直播平台企业落实主体责任方面,指导要求本市20余家网络直播平台和具有网络直播服务的电商平台及时通信企业,全面落实平台主播实名注册制度,加强对网络主播言行的规范管理,进一步加强平台直播内容的审核。在网络主播管理方面,制定了网络直播平台主播管理标准,完善分级分类管理,建立主播信用评分机制,规范网络主播言行。目前,已累计注销未实名认证主播4200余人,封禁违规主播账号8800余个。

据人民网