

禁用不可降解塑料袋还需市场发力

观点提要

应该说,限塑令实际发挥了作用,只是距离人们的期待仍有距离。如今,九部门联合要求明年起禁用不可降解塑料袋,无疑是限塑令的升级版。只不过,基于限塑令的过往实践经验,对禁用不可降解塑料袋,同样不宜期待过高。无论是价格下降,还是性能提升,是真正实现自然条件下可降解,还是实现废弃塑料回收再利用,技术进步、政策扶助与公众支持,缺一不可。

舒圣祥

近日,国家发改委、生态环境部等九部门联合印发《关于扎实推进塑料污染治理工作的通知》,提出自明年1月1日起,在直辖市、省会城市、计划单列市城市建成区的商场、超市、药店、书店等场所,餐饮打包外卖服务以及各类展会活动中,禁止使用不可降解塑料购物袋,但是暂不禁止连卷袋、保鲜袋和垃圾袋。

塑料袋的发明,大幅减少了对纸袋的需求,堪称上世纪最环保的发明。没想到,如今竟成了污染的代名词。站在消费者的立场,又便宜又好用又受欢迎的东西,一定是好东西;市场的选择是理性的,塑料袋无处不在,恰恰说明塑料袋贡献良多。但是,也正因为塑料袋太方便太好用了,使得白色污染现实地摆在了人类面前,成为我们不得不去直面的问题。

2008年限塑令推出,塑料袋从免费变收费,如今已有12年。2018年5月31日发布的《限塑令十周年——商家执行情况调研报告》指出,达到收费等要求的仅占9.1%,遵守限塑令所有规定的仅占3.7%,线下

零售场所执行限塑令情况不容乐观。而且,尽管大型超市对限塑令执行严格,却也是提供不受限塑令约束的平口袋、保鲜膜等其他塑料膜类包装最普遍的场所。

“限塑令实施12年,塑料袋用量不减反增”,类似提法考虑了绝对值变量,没考虑相对值变量,评价本身不够科学。应该说,限塑令实际发挥了作用,只是距离人们的期待仍有距离。如今,九部门联合要求明年起禁用不可降解塑料袋,无疑是限塑令的升级版。只不过,基于限塑令的过往实践经验,对禁用不可降解塑料袋,同样不宜期待过高。

一方面,和限塑令并非全限一样,禁止不可降解塑料袋也不是全禁。基于卫生及食品安全目的,用于盛装散装生鲜食品、熟食、面食等商品的塑料预包装袋、连卷袋、保鲜袋等,不在禁止之列。另一方面,禁止不可降解塑料袋,在具体执行过程中,势必存在监管难题,假冒可降解塑料袋问题,恐怕难以禁绝。

实际推广可降解塑料袋,之所以较为困难,首先是因为价格太贵,这是很现实的

问题。性能较为平庸,是另一个问题。抗摔比不上PC,耐热比不上PA,防腐比不上PE,可降解塑料袋的性能提升空间还很大。最关键的问题则是,可降解能否真正实现可降解?

虽然企业都宣称可降解,市面上大部分可生物降解塑料产品,却仅是工业堆肥条件下的可降解,而非自然条件下。英国普利茅斯大学研究人员经过3年实验发现,目前还没有任何一种袋子能完全被大自然分解。在实际处理上,可降解塑料袋也是和普通塑料袋一样进入填埋场或焚烧厂。名义上可降解,实际上没区别,这是推广可降解塑料袋逃不过的质疑。

无论是价格下降,还是性能提升,是真正实现自然条件下可降解,还是实现废弃塑料回收再利用,技术进步、政策扶助与公众支持,缺一不可。其中,禁用不可降解塑料袋,只是政策端的发力;市场端的发力,离不开企业和公众的配合。期待看到更便宜更好用的可降解塑料袋,让选用可降解塑料袋,真正成为市场自发的理性选择。

大众报业集团十大名牌专栏 诗评画议

百万浏览多退货, 人气火热屡翻车。 直播岂是法外地? 带货成坑谁买它!

绘画 赵顺清 配诗 郝玲



动辄上百万的浏览量数据,低到离谱的转化率,高达70%的退货率,“发大水”的观看人次……据中国联通近日发布的《直播终端参考报告》,到2020年底,中国直播行业用户规模有望超过6亿人。但是,这个已有几亿人“涌进”的大型带货现场却屡屡翻车,坑消费者、坑商家、坑资本市场等乱象不断涌现。带货为何成了“带坑”?据7月20日《新华每日电讯》

邮箱:czmg668@126.com 来稿请注明联系方式,稿件一经采用,稿酬从优。

共同战“疫” [口罩篇]

口罩选择与使用指引(一)

