

中国农村市场绿色包装发展的问题及对策

何 靖

(徐州师范大学, 徐州 221116)

摘要: 以近年来绿色包装在中国的发展为背景,通过案例分析和比较研究的方法,探讨了我国农村市场中绿色包装发展遇到的绿色消费意识不够、农民绿色消费能力有限、市场缺乏有效的监管等问题。并分析、归纳了在农村市场发展绿色包装的3个对策:加大政府监管力度,完善立法;合理引导农村绿色包装工业的发展,对企业采取扶持政策;普及绿色包装知识,培养农民环保意识。

关键词: 农村市场; 绿色包装; 发展; 对策

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)02-0078-04

The Problem and Solution of Green Packaging in Rural Market in China

HE Jing

(Xuzhou Normal University, Xuzhou 221116, China)

Abstract: Based on the development of green packaging in China, by the way of investigation and comparative analysis, it discussed the problems during the development process of green packaging, such as lack of green consumption, limited ability of green consumption, lack of market regulation etc. Then it analyzed and generalized three solutions: the government should strengthen overseeing and legislation; guide the development of green package industry equitably and take measures to supporting the company; popularize the knowledge of green package; cultivate the peasant's consciousness of environmental protection.

Key words: rural market; green packaging; development; solution

自我国20世纪80年代中期开始生产和使用绿色包装材料和制品起,绿色包装随着环境保护事业的兴起而逐步得到广泛发展。绿色包装产业不断扩大,市场占有率逐渐上升,技术含量越来越高,部分产品还达到了国际先进水平。但是经济、社会发展的不平衡,导致绿色包装在我国广大农村地区未能得到足够重视和宣传,由包装引起的环境问题仍然严重。

1 农村市场绿色包装发展中的问题

1.1 绿色消费意识不够

我国的绿色消费起步较晚,部分人对绿色包装根本不了解。根据调查,公众在消费时首先关注的是产品的质量,其次是服务,而对产品环保方面的关注度仅排名第4。搜狐绿色频道和中华环保联合会

2009年5月的一项调查结果显示,仅有28.4%的人对绿色消费有较为全面的认识,关心产品是否环保的消费者只占11%,人们没有刻意进行绿色消费的主要原因是绿色产品和绿色包装的不了解^[1],见图1。

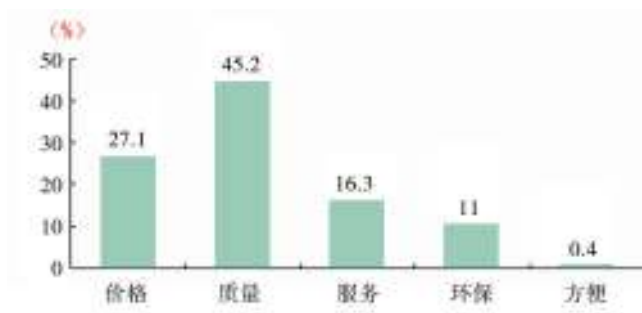


图1 公众最关心的消费问题

Fig.1 Consumption problem that the public most care for

在采访过程中,一位中年农民这样说:“过去,饭

收稿日期: 2010-09-27

作者简介: 何靖(1978-),男,安徽广德人,硕士,徐州师范大学讲师,主要研究方向为平面设计。

都吃不饱,哪有心思想包装。对包装印象产生在人民公社时期,那时麻袋盛行,装粮大多用麻袋,那也算是包装吧。现在农村已很少用麻袋了,都是塑料袋,方便,也想不出将来粮食用啥东西装,发展太快了,只能走着瞧。”由此可见,农村居民主要关注产品包装的方便、实用、安全,对绿色包装缺乏必要的认识,很多人甚至不知道什么是绿色包装。少部分人对绿色包装也是停留在比较粗浅、片面的认识,在对绿色包装概念的理解上存在一定的误区。他们认为使用可降解的材料就是绿色包装,而不问生产过程是否造成污染,也不问包装废弃物的循环使用和再生利用^[9]。

1.2 绿色消费能力有限

近年来,我国广大农村消费市场有了长足地发展,农民购买力逐渐提高,农村消费市场发展较快,超前消费、信贷消费等新型的消费理念在农村正逐步形成,并不断得到发展。但是,消费环境欠佳、社会保障滞后、城乡差距仍然较大等方面原因制约着农村消费市场的发展。据统计,2008年,农村居民人均生活消费支出3 661元,较1978年增加3 545元,年均增长12.2%。而城镇居民2008年人均生活消费支出为11 243元,比1978年增加10 932元,年均增长12.7%^[9]。结合统计数据,目前我国农村居民生活消费水平仍然相对较低。不论是绝对量还是增长速度,我国农村居民生活消费低于城镇居民。

现在我国的消费市场上,由于采用了先进的技术,更改生产工艺,考虑到生产过程的无污染或少污染,再加上检测环节产生的费用,企业的生产规模有限等原因,绿色包装产品往往比传统的包装产品成本高,因此在与传统包装产品竞争时,绿色包装的产品相比同类产品价格明显高一些,客观上限制了农村居民的购买力^[4]。再加上政府部门监管的缺失,造成很多“山寨产品”很受农村市场的欢迎。如饮料、酱醋、小食品等,见图2。这些商品很多使用的是塑料包装,



图2 山寨食品
Fig.2 Copycatting food

是加热溶解塑料粒和加发泡剂、增塑剂吹压而成,工艺比较简单,成本较低,许多商品的价位也低得多。其实,这些产品都是些三无产品,产品本身质量都不过关,更谈不上使用绿色包装。

1.3 市场缺乏有效的监管

相对城市而言,目前农村市场特别是边远地区农村市场是政府管理部门监管的薄弱环节。受经济水平、农民收入、消费需求、维权意识影响,加上农村居住分散、偏远、交通不便、信息闭塞,使农村市场成为生产、交易、消费的边际市场,具有点多面广、范围宽、交易灵活多变等诸多特点。由于农村市场范围广,经营户分散,在人手不足和交通工具欠缺的情况下,基层工商机关会把主要力量投放在重点行业的监管上。长此以往,因监管力量薄弱或监管工作不能到位,农村商品市场被大量假冒伪劣产品、“非绿色”包装充斥。

绿色包装从生产到出售都有严格的要求,有一个环节出现问题就不是绿色包装。在监督检查过程中,如果发现绿色包装出现问题,很难确认其究竟是包装出了问题,还是产品本身的问题。再加上目前缺少专门的绿色包装法律法规,消费者对于绿色包装的概念和标准不甚了解,缺乏判断能力,所以监管部门也很少接到有关绿色包装问题的投诉。这一现状也给质量技监等部门开展绿色包装打假增加了难度。

2 农村市场发展绿色包装的对策

2.1 加大监管力度

农村市场监管环节的缺失,再加上农民普遍文化水平不高,绿色包装意识薄弱,对绿色包装的辨别能力差,导致他们有意或无意识的经常使用“非绿色”包装,因此,为彻底扫除非绿色包装商品在农村的生存空间,切实保护好农民的利益,应当完善执法依据和手段,提高治理整顿的效果。例如充实基层工商所的监管力量,提倡乡(镇)政府领导下的部门联合执法制度。完善绿色包装检测手段,增强工商部门检测假冒伪劣商品的力度。同时,监管部门还要加大市场监管力度,对冒用绿色包装认证标识及乱贴绿色标签的行为要予以严厉查处。

要想彻底解决这一问题,不能只靠某一部门的行政命令和临时性的措施,只有走法治的道路。使许多

涉及到包装与环境保护方面的问题有法可依、有章可循。国外与绿色包装相关的立法管理,以德国最具代表性。近年来,德国政府先后出台了《垃圾清除法》、《关于避免废弃物和废弃物处置法》、《循环经济法》等相关法规,对包装的生产、使用、废弃、再利用等全过程进行了立法管理,即从源头减少与末端处置相结合的跟踪管理。我国虽然颁布了《固体废弃物污染环境防治法》等有关法规,但目前为止还没有一部专门的包装管理法规,仅仅陆续发布了一些解决包装白色污染的通知或临时性的管理办法。且由于体制不顺,执行力度不够,相关配套法规很不完善,农村地区更是成了这些法规实施的盲区,长期困扰我国的包装废弃物污染问题一直没有得到彻底的根治。农村包装垃圾触目惊心,见图3,因此,农村绿色包装监管工作的



图3 农村包装垃圾触目惊心

Fig.3 The rubbish of rural packaging is very serious

规范化和包装管理的立法问题,应该立即提到议事日程上来,以促进农村经济与环境共同健康发展。

2.2 合理引导农村绿色包装工业的发展

随着国家对农村、农民扶持力度的进一步加大,各类农副产品加工业在农村悄然兴起,令许多包装机械生产厂家开始瞄准农村这一新兴大市场。企业在包装材料的选择上,除了一方面要加快技术创新,研制新工艺和新产品,另一方面要因地制宜地开发多样化的绿色包装材料,特别是一些天然生物包装材料。如木材、竹编材料、木屑、麻类棉织品、柳条、芦苇以及农作物茎秆、稻草、麦秸等。天然绿色包装材料——槲叶,见图4。例如:在果品主产区,果树枝完全可以成为高档木浆纸的生产原料,木浆纸可以用来制造高档纸箱、纸张、实袋等,整个包装生产到使用不污染环境,而且资源可再生,成本低,市场前景较好^[5]。同时也应发掘传统包装中的绿色包装,如广东的葫芦茶,它直接使用竹叶把褐色的茶末用细绳一节一节捆



图4 天然绿色包装材料——槲叶

Fig.4 Mongolian oak leaf is a green and natural packaging materials

扎起来,形成一个个连着的小圆球,颇似北方生长的压腰葫芦,既美观又能起到很好的保鲜作用^[6],见图5。



图5 葫芦茶包装

Fig.5 Gourd tea packaging

一些中小绿色包装生产厂家对绿色包装的热情很高,但他们在生产经营中也感到步履维艰。一位绿色包装生产企业的负责人告诉记者,“且不说一种产品要想获得绿色包装的身份,需经过申请、现场检查、产品抽样、环境监测、产品检测等严格程序,仅那一整套严格的标准就不是哪块地都能达到要求的。”企业发展绿色包装,必然要投入大量资金,以提高其技术水平,或是淘汰现有产品,改换产品种类,这无疑会使产品成本提高。令生产厂家最头疼的是,假冒绿色包装冲击市场严重。由于这些假冒产品的存在,真正的绿色包装卖得十分艰难,因此,国家主管部门应运用行政干预和宏观调控手段,采取扶持政策,例如在投资、信贷、税收和价格等方面给予优惠和支持,在投资结构上向绿色包装倾斜,大力发展绿色包装产业^[7]。只有这样,绿色包装的生产和销售才能走向良性发展轨道。纸浆模塑制品见图6。

2.3 培养农民环保意识

农民是农村市场绿色包装产品的使用者,必需树



图6 纸浆模塑制品

Fig.6 Pulp molding production

立同环境保护相平衡的价值观和消费观,自觉自愿选择购买绿色包装产品。这种价值观和消费观的形成,很大程度上依赖政府的正面引导,其中很重要的一项任务就是开展农村环境及绿色包装相关知识的宣传教育。环境教育在我国虽已开展多年,但是长期以来,环保宣传教育普及覆盖面不广,农民的环境意识淡薄。政府、媒体、民间组织应主动承担起对农民进行绿色教育的责任,针对不同对象,采取灵活多样、浅显易懂、喜闻乐见的形式,充分利用广播、电影、电视、图书、报刊、网络及各种新兴媒体,广泛宣传 and 普及环境保护和绿色包装知识,以提高他们的环保知识水平,避免和抵制盲目消费、铺张浪费、有害消费等不良消费行为。大学生送绿色包装知识至农家,见图7。



图7 大学生送绿色包装知识至农家

Fig.7 The University students send the green-package knowledge to peasant

在农村绿色包装的监管和宣传工作中,发挥农民的参与意识也是重要的方式。农民不能停留在污染环境的主体上,而要转变思想观念,转变生产方式、生活方式,成为农村经济合理发展和环境有效治理的主体。组织具有一定文化水平的农民学习相关环保法规条例,学习绿色包装的相关知识,让其参加绿色包装督导工作,通过身边的事例让农民亲身体会到环境

保护和绿色包装的益处,这也使绿色包装的推广工作更能贴近农民生活实际,从而更具说服力。另外,国家适时出台一些绿色惠民补贴,鼓励农民购买绿色包装产品。当绿色消费成为社会消费的主流方向,也就自然而然地营造了良好的绿色包装生产氛围。

3 结语

农村是中国渐趋饱和的城镇耐用消费品市场之外的一片有待开辟的“蓝海”^[8],其广阔的市场是推动绿色包装发展的原动力。开拓农村绿色包装市场,扩大农民消费,是实现包装工业可持续发展的必然选择,是推动循环经济发展的要求,因此,关注我国农村市场中农民的绿色消费意识、绿色消费能力、市场监管等问题,对于研究如何合理开发利用农村绿色包装市场具有重要的意义。并由此总结出有效的对策和解决的方法,即政府应加大监管力度、合理引导农村绿色包装工业的发展,并培养农民的环保意识。

参考文献:

- [1] 绿色调查:仅11%消费者关心产品是否环保[EB/OL]. (2007-05-28).<http://green.sohu.com/20090508/n263844187.shtml>.
- [2] 刘文良.困惑与超越——走出绿色包装的误区[J].装饰, 2010(3):39-43.
- [3] 社会科学文献出版社. 2008-2009年中国农村经济形势分析与预测[M].北京:社会科学文献出版社, 2009.
- [4] 梁燕君.试论我国绿色包装的现状及可持续发展方向[J].中国包装, 2007(3):35-37.
- [5] 葛武伟.注重果品主产区的果品包装[J].中国农业信息, 2004(9):40-41.
- [6] 刘莹.现代商品包装的色彩隐喻探析[J].包装工程, 2009, 30(5):141-143.
- [7] 田凤权.浅析我国绿色包装的发展问题[J].商业经济, 2008(6):49-50.
- [8] 祝帅.2010:中国设计值得期待的十个议题[J].美术观察, 2010(1):28-29.