

“吸管禁塑令”实施两个月来，餐饮业者纷纷用纸吸管或PLA吸管更换不可降解塑料吸管

# 禁令后的替代品，消费者吐槽怎么办？

本报记者 刘小燕

“吸管禁塑令”实施两个月来，餐饮行业从业者纷纷将使用已久的不可降解塑料吸管，更换成纸吸管或PLA（聚乳酸）可降解吸管。

消费者对环保吸管的接受程度如何？有没有更好的替代方案？《工人日报》记者对此进行了调查。

## 环保吸管被消费者吐槽

广东东莞市恒昇包装科技有限公司负责人石磊介绍说，目前市面上采用的环保替代吸管主要是纸吸管和PLA吸管。“纸吸管主要利用木材原浆和抗水剂制成，PLA吸管则是由玉米秸秆等可降解材质制成，这两种材料的制作工艺还有待更新。”

尽管做了固化防水处理，仍有不少消费者质疑纸吸管“易泡软”。2月23日，在北京东城区工作的小王下班后前往一家刚开业不久的品牌奶茶店打卡，“纸吸管喝热饮根本支撑不了几分钟，碰上喜欢咬吸管的，跟啃卫生纸芯一个味儿。”这家店所使用的纸吸管让她感到颇为扫兴。

对于新型吸管的类似吐槽，频频出现在

社交平台上。在杭州从事互联网工作的张露原本常点奶茶外卖。自从纸吸管上线后，她点奶茶外卖的频率明显减少。她表示：“泡久后的纸吸管有一股纸味，饮用这头被润湿后很容易沾上口红，而且奶茶里的珍珠吸不上来，在公共场合太尴尬了。”

PLA吸管虽然没有纸味，但习惯了塑料吸管的消费者仍然有些不适应。有消费者表示，PLA吸管“才吸了一两口就瘪了，还无法复原”“遇热就扁”。

## 生产设备和技艺有待更新

去年，国家发展改革委、生态环境部联合发文，提出到2020年底，餐饮行业禁止使用不可降解一次性塑料吸管。

数据显示，2019年，全国塑料制品累计产量达到8184万吨，其中塑料吸管近3万吨，约合460亿根，人均使用量超过30根。

石磊介绍说，塑料吸管基本是一次性使用，但降解时间长达数百年，回收利用难度大，塑料颗粒还有可能通过自然循环进入人体。

禁令之后，匆匆上架的替代品，并未得到市场积极回应。石磊表示，我国环保吸管行

业发展已有10多年，产品主要出口欧洲。但之前使用的都是半自动化设备，纸张抗水性能比较差。“2017年开始，欧洲的纸吸管订单量剧增，才慢慢推动我国纸吸管生产设备和技术的更新。”

石磊说，塑料吸管生产成本平均为每支0.03元，纸吸管为每支0.08~0.09元，PLA吸管则是每支0.17~0.2元。禁令之后，商家基本上会首先采用纸吸管。

全国的纸吸管产销量不断增长。据石磊介绍，2020年全国塑料吸管行业产量约为500亿支。纸吸管产量约为300亿支，按12mm吸管0.1元的定价，产值为30亿元。

“去年8月开始，公司接到的纸吸管订单暴增。”然而，上架后的纸吸管被消费者诟病，使其订单量在年初又快速下降。

记者注意到，已有多家品牌奶茶连锁表示将用PLA吸管替代纸吸管。然而，石磊认为：“目前国内缺乏环保吸管生产行业的统一标准，内部鱼龙混杂，PLA吸管高售价所带来的利润空间，可能使得部分不良厂家打着环保产品的旗号，生产不合格的产品，对环境造成更严重的破坏。”

有消费者则担心“羊毛出在羊身上”，奶

茶会随着吸管成本的增加而涨价。

## 以环保型消费推动商家绿色供给

华南理工大学制浆造纸工程国家重点实验室教授杨仁党认为，面对消费者的吐槽，首先思考的不应该是返回塑料吸管时代，而是应该探索更符合消费者期望的产品。

根据市场反馈，石磊去年联合华南理工大学、广东优彩新材料技术研究有限公司抓紧研发，提高纸吸管原纸的防水防油和杀菌抗菌效果，向无胶纸吸管方向升级。

诸多市场实践也证明，取缔不可降解的塑料吸管并非只有环保替代吸管这一条路。去年6月30日，麦当劳中国宣布，即日起，北京、上海、广州、深圳近千家餐厅将率先停用塑料吸管，并在杯盖的设计上增加了一个饮用嘴，只要打开上面的小盖就可以直接饮用。

杨仁党表示，减少一次性产品和塑料制品的使用是必然趋势，在此过程中需要生产者不断创新，并形成规范统一的行业标准。对消费者而言，需要逐渐习惯环保吸管的体验，或者减少一次性产品的使用频率，以环保型消费推动商家绿色供给。



打击治理电信网络新型违法犯罪取得阶段性显著成效

## “断卡”！抓获17.6万名违法犯罪嫌疑人

本报讯（记者卢越）记者近日从公安部举行的新闻发布会上获悉，自2020年10月10日国务院打击治理电信网络新型违法犯罪工作部际联席会议决定在全国范围内开展“断卡”行动以来，截至1月底，全国共打掉“两卡”违法犯罪团伙9013个，抓获“两卡”违法犯罪嫌疑人17.6万名，“断卡”行动取得阶段性显著成效。

据介绍，此次“断卡”行动治理力度空前加大。最高人民法院、最高人民检察院、公安部、工信部、人民银行等5部门联合发布《关于依法严厉打击整治非法买卖电话卡银行卡违法犯罪活动的通告》，最高人民法院、最高人民检察院、公安部出台《关于深入推进“断卡”行动有关问题的会议纪要》，为基层执法办案提供法律支撑。工信部下发通知，重点防范治理电话卡流转环节中收贩卡等违法违规行为。人民银行专门研究整改意见，决定对问题严重的营业网点处以停止新开账户6个月的处罚。

惩戒形成了强大震慑。河北、辽宁、上海、江苏、广东、四川等地纷纷出台涉“两卡”信用惩戒规定，严厉惩戒违法犯罪人员。截至目前，全国共惩戒“两卡”失信人员10.8万余名。对涉“银行卡”违法犯罪人员实施5年内不能开立新账户、不能使用网上支付和手机支付等非柜面业务的惩戒措施。

交通运输部通报1月份网约车运行数据

## 全国218家网约车平台取得经营许可

本报讯（记者杜鑫）1月份网约车驾驶员证增加21.3%。截至1月底，全国共有218家网约车平台公司取得网约车平台经营许可，共发放网约车驾驶员证308.6万个、车辆运输证116.1万个。与去年10月底的数据相比，网约车平台经营许可证、网约车驾驶员证、车辆运输证分别增长5.3%、21.3%、9.6%。在订单量超过100万单的网约车平台中，双合规完成订单率最低的是花小猪出行，为16.1%。这是记者2月26日从交通运输部举行的例行新闻发布会上获悉的。

“双合规就是获得许可的车和人。”交通运输部新闻发言人孙文剑介绍说，双合规完成的订单率直观反映了网约车平台依法合规的经营情况。这一指标越高，说明网约车平台的经营越规范，乘客乘坐该平台调度的网约车越放心，安全越有保障。

根据2021年1月监测情况，在订单量超过100万单的网约车平台中，双合规完成订单率从高到低分别是：享道出行、曹操出行、首汽约车、T3出行、如祺出行、滴滴出行、美团打车、万顺叫车、花小猪出行。

孙文剑表示，提高双合规完成订单率，一是要指导各地交通运输部门加强网约车政策评估和优化调整，持续优化便民服务，为符合条件的车辆和驾驶员办理许可。二是持续发布网约车运营信息，接受社会监督；每个月例行新闻发布会将向社会通报各网约车合规率的情况。三是督促有问题的网约车平台公司加快整改落实，依法合规开展经营。四是进一步加强监管，指导地方交通运输部门严厉打击非法营运。

## 青海2022年底全面建立农村公路“路长制”

本报讯（记者邢生祥）青海省交通运输厅联合多部门近日印发《青海省农村公路“路长制”实施方案》（以下简称《方案》），明确今年基本建立“路长制”组织管理体系，到2022年底全面建立农村公路“路长制”。

青海将全面落实县级人民政府的主体责任，定期组织评价农村公路路况评定和绩效考核，努力提升养护质量和资金使用效益。到2025年，农村公路优良中等路率达80%以上，农村公路工程质量耐久性、抗灾能力得到显著增强。

根据《方案》，青海提档升级县乡公路，力保“建成一条、达标一条”，加大农村公路“油返砂”和“畅返不畅”整治力度，逐年提升农村公路安全生命防护设施。推动“四好农村路”示范创建提质扩面，实现乡乡都有美丽农村路。到2025年，全省农村公路等级公路比例平均达到85%以上。

据悉，青海通过开展“美丽农村路”建设，持续推进“路分家”“路宅分家”，打造“畅、安、舒、美”的通行环境。基本健全农村公路法规体系，形成“有人养路、有钱养路、有人管路”的工作机制，建立县、乡、村三级路产路权保护队伍，爱路护路乡规民约、村规民约制定率达到100%。

此外，青海按照“多站合一、资源共享”的模式，推进农村公路综合服务站建设，因地制宜推广城市公交延伸、农村客运公交通运营、农村客运班线、区域经营、预约响应等客运组织模式及客运班线代运邮等物流组织模式，实现农村客货运“开得通、留得住、有收益”。

# 屡屡传出IPO消息，生鲜电商“熬出头”了？

会。2020年，不少行业受疫情影响陷入困境，但作为每日必需的生鲜商品突然迎来了线上市场的爆发，需求量的激增使得原本处于崩溃边缘的生鲜电商迎来了“第二春”。

在中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林看来，当下正是生鲜电商IPO的较佳时点。目前，“宅经济”正处于爆发阶段，生鲜电商们能够取得较高的IPO估值。同时，生鲜电商仍处于“烧钱”的阶段，需要通过上市融资获得更多的“弹药”，帮助企业进一步发展。而且，多家生鲜电商企业前期进行了大量的融资，这些企业的投资人需要IPO来变现。

2020年，整个生鲜电商行业各项数据都很亮眼，再加上“宅经济”的助攻，更容易获得融资上市且获得高估值。此外，截至目前，生鲜电商领域还没有一家上市公司。如果能抢

占生鲜电商第一股，将有助于打响自己在疫情期间稳固的品牌，获得集聚效应。

值得一提的是，此前在二三线城市布局的社区团购也开始挺进一线城市。1月12日，拼多多旗下的多多买菜正式进驻上海，拉开社区团购进军一线城市的序幕。1月18日，滴滴旗下的社区团购业务橙心优选正式进驻北京，成为首个“进京赶考”的社区团购平台。此后，美团优选亦在北京正式上线，首批团长自提点覆盖朝阳区、通州区。

这些社区团购巨头们来势凶猛，无疑会挤占生鲜电商的生存空间，这也将进一步推动原有的行业格局加速洗牌。在专家看来，生鲜电商企业需要资金来强化自己的供应能力，提高平台商品的丰富度和差异化。

但基于行业这些年的发展情况，资本对

于我国生鲜电商行业的投资趋于理性。企查查发布的《2020中国生鲜电商行业大数据报告》显示，从近10年的生鲜电商融资频数趋势来看，2015年达到最高峰250起，其后数年一直处于下降趋势，2020年生鲜电商得到很好的发展机会，但融资频数仅与2019年持平，共33起。因此，生鲜电商企业将融资渠道从一级市场转到二级市场也在预料之中。

但不少分析人士指出，由于标准化程度低且损耗率居高不下、资产模式重、冷链物流成本高等问题仍然存在，生鲜电商的运营还面临诸多难点。

外部有“群狼环伺”，内部有诸多短板待补齐，生鲜电商屡屡传出IPO消息也就不难理解了。但即使生鲜电商成功IPO，未来想要突破盈利这道关也绝非易事，接下来还有很多“硬仗”要打。

## G 经济观察

本报记者 杨召奎

近日，叮咚买菜、每日优鲜、美菜网、多点Dmall等生鲜电商企业纷纷传出IPO（首次公开募股）的消息，给外界的感觉是，不断“烧钱”的生鲜电商，似乎要“熬出头”了。

2012年，本来生活网、顺丰优选等大量生鲜电商企业涌现，这一年也被称为国内生鲜电商元年。8年多来，该行业可谓跌宕起伏，有巨头纷纷入场的狂热，有大额融资的欣喜，但也有“仅1%盈利”的尴尬现实和不断有企业倒下的黯然神伤。

现如今，经过多次洗牌之后，那些得以留存的生鲜电商企业迎来了新的机

会。2020年，不少行业受疫情影响陷入困境，但作为每日必需的生鲜商品突然迎来了线上市场的爆发，需求量的激增使得原本处于崩溃边缘的生鲜电商迎来了“第二春”。

在中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林看来，当下正是生鲜电商IPO的较佳时点。目前，“宅经济”正处于爆发阶段，生鲜电商们能够取得较高的IPO估值。同时，生鲜电商仍处于“烧钱”的阶段，需要通过上市融资获得更多的“弹药”，帮助企业进一步发展。而且，多家生鲜电商企业前期进行了大量的融资，这些企业的投资人需要IPO来变现。

2020年，整个生鲜电商行业各项数据都很亮眼，再加上“宅经济”的助攻，更容易获得融资上市且获得高估值。此外，截至目前，生鲜电商领域还没有一家上市公司。如果能抢

占生鲜电商第一股，将有助于打响自己在疫情期间稳固的品牌，获得集聚效应。

值得一提的是，此前在二三线城市布局的社区团购也开始挺进一线城市。1月12日，拼多多旗下的多多买菜正式进驻上海，拉开社区团购进军一线城市的序幕。1月18日，滴滴旗下的社区团购业务橙心优选正式进驻北京，成为首个“进京赶考”的社区团购平台。此后，美团优选亦在北京正式上线，首批团长自提点覆盖朝阳区、通州区。

这些社区团购巨头们来势凶猛，无疑会挤占生鲜电商的生存空间，这也将进一步推动原有的行业格局加速洗牌。在专家看来，生鲜电商企业需要资金来强化自己的供应能力，提高平台商品的丰富度和差异化。

但基于行业这些年的发展情况，资本对