

被民间称为“限塑令”的《国务院办公厅关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》自2008年实施以来已十年。实施初期,它确实起到了一定的作用。然而,随着快递、外卖等行业逐渐火爆,“限塑令”效果开始逐渐弱化。有调查报告显示,无论是线上还是线下零售场所,执行“限塑令”的情况都不容乐观。

目前,国家相关部门正在研究调整“限塑令”。那么,“限塑令”下一步应如何调整?如何回应公众、环保组织、塑料回收企业等各方的不同诉求?

1 现状

实施遭遇新情况

上周末的晚上,在机关单位工作的蔡斌领着妻子去海口红城湖路一家超市购物。“限塑令”后,小两口已经习惯了自备购物袋。

“每次去逛超市都会拿一两个布袋,比塑料袋结实,还不勒手,而且也环保。”蔡斌和妻子希望给孩子做个榜样,尽量减少塑料袋使用,妻子的包里更是常备布袋。

而除了环保意识的提高,不少顾客自备购物袋是觉得买塑料袋不划算了。“限塑令”后,超市的塑料袋需要花钱购买,大多数超市里,小号购物袋需要两三角钱,大号购物袋需要四角钱。“三四毛钱一个塑料袋也不便宜,还不如自己带购物袋。”60多岁的赵桂芳也坚持自备购物袋。

相比较于大型超市塑料袋使用量的下降,“限塑令”对农贸市场却影响甚小。大路街附近的一家农贸市场是62岁的符阿姨每天买菜的地方,小到买几颗大蒜,菜贩都会提供免费塑料袋打包。“每个摊位都给袋子,用不着自己带购物袋,买一次菜回来,最少都得有四五五个塑料袋。”符阿姨说。

“每天一两万个吧,不算多了。”说起每天塑料袋的使用量,该农贸市场内一个蔬菜摊位的老板指了指不远处的一处摊位,“他们那儿用得更多,一个月光袋子的成本就得上千块。”按照他的说法,整个农贸市场六七十个摊位,一天的塑料袋用量至少六七万个。

免费提供塑料袋打包几乎是海口所有农贸市场的“规矩”。摊位较大的,一般至少得备上大号、小号两种塑料袋。而包括菜贩和市民中都认为,提供塑料袋打包是情理之中的事。“买菜不给塑料袋装,下次谁还到他



那家买啊。”这种观点在市民中占据了主流。

“限塑令”监管弱化的场所还有各式的街边小店,包括早餐店、小吃店、便利店等,这些场所每天用的塑料袋数量与农贸市场相比,丝毫不“落下风”。

在海甸岛二东路附近的一家小商铺里,散架零食架上,放着一摞红色塑料袋,任顾客打包。“一天怎么也得上百个袋子吧。”小店老板并没有特意计算过使用量,但一般情况下,店里的头号塑料袋一两天的就会用完一大包。

在既有的困境之外,“限塑令”还面临新的难题。近几年来,随着“互联网+”兴起,快递、外卖行业的塑料使用量飙升,给白色垃圾治理之路带来了新的困扰。

快递过度包装一直为不少环保人士诟病。许多网购商品在包装时,往往重复包装,使用多个塑料袋。而包裹内用以防损的填充物,也越来越多地用到泡

沫、充气袋等塑料制品。相关统计显示,中国去年快递业塑料袋使用量约147亿个。其中大多数含有无法降解的塑料袋,多是用二次料再造生产,回收后没有再生产和再制造的价值。绝大多数包装和其他垃圾一样,只能选择填埋或焚烧。

除了快递塑料,外卖行业中的塑料袋使用量同样惊人。根据某外卖平台发布的外卖大数据显示,截至2017年底,各大外卖平台每日产生的订单总和在2000万单左右。

一份外卖,几个塑料袋包装是每个叫外卖的消费者经常会遇到的情况。一家外卖商家表示,外卖包装中的塑料盒需要客户买单,一般每个一元,这也是利润的一部分。但塑料袋就是店家成本,保守计算,每天的使用量也不少,所以不会去考虑这些塑料制品是否为可降解产品,因为可降解材质或者纸盒成本太高了。

十年限塑令,为何越「限」越多?



万元左右,其中利润相当可观。“这还是很多年前的招标数,现在只会更高。”李明表示,大型连锁超市塑料销售金额约占其销售额的千分之三。

中国连锁协会前不久发布2017年中国连锁百强名单,这其中不乏大型超市连锁公司,其中华润万家1036.45亿元,康成投资(大润发)954亿,沃尔玛802.78亿,永辉超市654亿,家乐福498亿,物美474.5亿。可想而知,在一些大型连锁超市,塑料袋年销售额可能过亿。

2 思考

“限塑”似成一纸空文

早摊点。十几年来,随着“互联网+”兴起,快递、外卖行业的塑料使用量飙升,给白色垃圾治理之路带来了新的困扰。

外卖快递:快速崛起成消费“大户”

“其实不光是塑料袋,一次性塑料制品都存在环境污染问题。”李明举例说,“比如垃圾袋、超市里免费可取的连卷袋,买个家电维修都要套上一层又一层层的塑料袋;包装水果的塑料袋;随着快递、外卖行业的兴起,塑料袋、塑料餐具也是无处不在,使用量有增无减。”

据北京一家提供外卖服务的餐厅服务人员介绍,每天店里外卖订单上百份,需要塑料袋500个是“正常水平”。“一份外卖至少需要1个餐盒1个塑料袋,如果点的多就是成倍增加。”

有数据显示,从2008年限塑令开始实行到2016年,全国主要商品零售场所所使用的塑料购物袋,共节约约700亿个,平均计算下来每年大概节约87.5亿个。但据《2017中国快递领域绿色包装发展现状与趋势报告》则显示,2016年,全国快递业塑料购物袋总使用量约147亿个,而

国内三大外卖平台一年至少消耗73亿个塑料包装,加起来远超每年节约下塑料购物袋。

去年,快递外卖塑料浪费和污染问题就引发社会广泛关注。当时对于外卖行业巨大的塑料消耗有个形象的说法:按照每个餐盒平均6厘米高计算,每天所用餐盒擦起来足以从地球到国际空间站转3个半来回。

连锁超市:一年售塑五六千万

“要说国家限塑令出台的初衷是好的,但是从实际效果看,环保问题不但没有解决,相反最大的受益者反而变成了超市”,李明的工厂也给一些大型超市直接供货,他说,“限塑令前后,我给超市供货方式等都没有变化,唯一变化的是,对于超市来说,原本是赠品的塑料袋变成了商品。”

“正常超市的塑料购物袋两毛钱的平均重量为6-7克,3毛钱的约12克左右,北京一家大型连锁超市几年曾向厂家招标,一年塑料购物袋需求量是2000吨”,李明透露,照此推算,这家连锁超市仅塑料购物袋销售收入一年就能达到五六千

3 建议

调整势在必行

十年前出台的“限塑令”主要内容包含两个方面:一是在全国范围内禁止生产、销售、使用厚度小于0.025毫米的塑料购物袋。二是所有超市、商场、集贸市场等商品零售场所一律不得免费提供塑料购物袋。

实施前期,“限塑令”效果十分明显。据2013年国家发改委公布的《“限塑令”实施以来的主要成效》显示,从2008年到2013年,超市、商场的塑料购物袋使用量普遍减少2/3以上,全国主要商品零售场所塑料购物袋使用量累计减少了670亿个,累计减少塑料消耗100万吨。

不久前,社会组织零废弃联盟发布《限塑令十周年——商家执行情况调研报告》(以下简称《报告》)。*《报告》*显示,北京、深圳等9地1101家受调查线下商品零售场所中,提供不合规塑料袋店铺比例为78%,其中只有89家同时做到标识完整、厚度达标和收费这3项要求。除大型超市和全国连锁便利店外,其他类型门店有九成左右并未执行限塑令关于收费的要求。

“限塑令是时候该升级了!”武汉市环境卫生科学研究院院长喻晓博士呼吁,限塑至少需要四方面的合力,“源头把控,杜绝超薄塑料袋的生产;可替代产品出现,比如多方推进,降低可降解塑料袋的成本,进而大量入市;后端垃圾分类跟进,减小老百姓使用塑料袋的动力;人们的环保意识逐步提升。”他介绍,今年起,武汉市全面推行生活垃圾分类,在87个街道、220个社区、811个居民小区等区域开展试点工作,“但‘限塑’也是一个循序渐进的过程,需要根据新情况来不断调整。”

如果将塑料问题比喻为一条河,那么河清海晏的实现,需要整个链条的共同努力。

中国物资再生协会再生塑料分会副会长、秘书长王永刚认为,从链条前端的回收环节看,首先要倡导消费者进行分类。其次,对工厂、居民提供的废弃塑料,要进行流向监管,保证其由正规企业回收处理。“一个城市还应该建立与其经济发展水平相适应的功能配比,不仅要配备足够的废品回收站、垃圾回收公司,还要提升其管理能力和技术水平。”

从后端的利用再生环节看,减轻

企业负担是重点。王永刚建议,提高废塑料综合利用企业增值税即征即退比例,切实降低企业税负。同时,探索恢复废旧回收企业税收优惠政策,如免征增值税、启用废旧物资收购发票等。

目前,“限塑令”调整已经列入了有关部门议程。今年初,国家发改委表示,正在按照“限制一批、替代一批、规范一批”原则,分领域、分品类研究制定防治塑料垃圾污染的政策文件。

专家表示,在“限塑令”的调整中,不能简单地扩大“限塑令”适用范围,也不应依赖价格调整等单一手段,而是要提升治理能力,该限则限,能禁则禁,以期最终实现“限塑令”的初衷。

今年7月,《中华人民共和国固体废物污染环境防治法(修订草案)(征求意见稿)》向公众征求意见,废弃塑料污染治理有望实现有法可依。

十年来的实践表明,“限塑”是一场硬仗,不进则退,只能硬碰硬,全力打赢。

有专家建议,政府设立专项补贴基金,将消费者购买塑料袋费用中的绝大部分纳入该补贴基金,用于补贴废弃塑料袋的回收与再生利用加工企业,鼓励废弃塑料的环保回收利用。同时国家应出台相关政策,促进快递企业扩大使用各类绿色环保包装材料,并限制物流、快递、网购以及外卖等行业中的过度包装。

零废弃联盟相关负责人谢新源建议,从政府管理角度来说,应该对塑料袋/袋类用品进行清单管理。对进入回收系统、填埋场和焚烧厂的混合垃圾,以及散落到正规垃圾处理体系之外的塑料垃圾进行调研,制定禁用和限用清单;还应力加大对黑作坊打击力度,防止低价劣质无纺布袋等代替塑料袋的材料横行市场。鼓励流程创新,对能真正减少一次性塑料膜袋类使用的可重复使用项目予以政策倾斜和相关补贴。

“对每个公民来说,把塑料和其他垃圾分开是每个人都能做到的,塑料回收企业可采取‘不分类,不收运’、计量收费、混合垃圾与分类垃圾差别化收费等措施,以保证废弃塑料实现源头减量。”谢新源说。

“欧洲经验”值得借鉴

在欧洲,对于“限塑”,有两种不同的手段。一种是征税收费,一种是彻底禁止使用。

新华社报道,最早对塑料袋征税的是丹麦。1993年,丹麦就开始对塑料袋生产商征税,同时还允许零售商对塑料袋收费,这一规定直接导致了当时丹麦的塑料袋使用量下降了60%。

法国、爱尔兰、保加利亚、比利时等均采取这种方式。在德国、葡萄牙、匈牙利、荷兰等国,零售商则是向顾客收取塑料袋的费用。而在意大利,2011年,意大利政府宣布,除了可生物降解或可分解的塑料袋,其他塑料制品均不得使用。这比征税收费显得更为严厉。尽管这个措施引起意大利塑料业的强烈不满,数千人因此失业,但意大利政府依然不为所动。因此,在意大利超市购物,要是没带好袋子,估计会比较狼狈。

在上述国家中,爱尔兰的成功“限塑”,是个很典型的例子。2002年,该国对每个塑料袋收取0.15欧元的税,仅仅5个月,塑料袋的使用量就下降了超过90%,垃圾也大大减少。但是,几年后爱尔兰的塑料袋使用量又开始上升,于是,2007年,该国将购买塑料袋缴纳的税提高到了0.22欧元。2011

年又进行调整,以控制每人每年使用不超过21个塑料袋为目标。对此,“plastic bag laws.org”网站创建者珍妮·罗默评价道:“爱尔兰的方式是公认的最成功的征税‘限塑’。原因在于征收相对较轻,同时又能基于人均塑料袋的使用作出调整。”

德国对于塑料瓶,还采取一种回收押金制度。在德国民众购买水或者饮料时,会提前收取0.25欧元的瓶子押金。同时,各大超市都有专门的机器回收这些塑料瓶,当瓶子被丢进机器后,那笔押金就退还给购物者了。

不仅是手段上,在“限塑”这件事情上,欧洲的民意基础也很雄厚。2014年欧委会的一份调查显示,92%的受访者认为,必须对一次性塑料袋的使用加以限制。

在比利时,一家超市收银员透露,由于超市出售的这种袋子能保证多次循环利用,购物者的购买者并不多,“但这不是有助于环保吗?”在他们看来,塑料袋可以卖,但卖出去,塑料袋必须经久耐用,这可不是为了赢利,“只是缓解顾客燃眉之急”。

本版内容综合自环球网、南国都市报、北京晚报、武汉晨报、欧洲时报网等媒体报道。

长江航道重庆科研实验基地建设工程勘察设计方案招标公告

1. 招标条件
本招标项目长江航道重庆科研实验基地建设工程已由交通运输部规划【2018】440号文批准建设,招标人为长江重庆航道工程局,建设资金来自交通运输部专项资金,项目出资比例为100%。项目已具备招标条件,现对该项目的勘察设计方案进行公开招标,特邀请有兴趣的潜在投标人参与投标。

2. 项目概况与招标范围
2.1 建设地点:本项目位于重庆市茶园新区梨花大道以东,天文大道以西,秉文路以北。
2.2 建设规模:本项目规划总用地面积为67585.37(101.38亩),其中规划可用地面积53348.00m²,总建筑面积为17584m²,总投资约1.8亿元。
2.3 建安费:约10000万元。
2.4 勘察设计方案:勘察及初步设计20日历天,初步设计通过审查后,施工图15日历天,共计35日历天。

2.5 招标范围:
2.5.1 投标单位完成长江航道重庆科研实验基地建设工程概念性方案设计,由中标单位完成勘察、初步设计、施工图设计及相关服务。
2.5.2 含河口模型实验大厅、实验配套、观测、辅助用房、门房等工程的所有设计内容;包括但不限于初步设计、施工图设计;平基、建筑(含外立面幕墙)、所有二次深化设计(门窗、幕墙、气体灭火等)、综合管网、结构、钢结构、精装修、智能化、绿色建筑、安装、电气、给排水、消防、暖通、市政道路及相关设施、基坑支护、和本工程有关的接市政道路的路及水电气讯相关配套项目等的施工图设计、设计概算编制、施工(期间)、竣工验收及质量保修阶段的设计服务,并且满足招标人各项功能及使用性要求,设计应达到国内领先水平。

2.5.3 建设项目的工程勘察包括勘察方案设计、勘察施工、配合招标人进行勘察成果的审查,若项目涉及超前钻、持力层检验等均包括在本次招标范围内。同时后期施工阶段的勘察服务也包括在本次招标范围内。

3. 投标人资格要求
3.1 本次招标实行资格后审,投标人应满足下列资格条件要求:
a:行政主管部门颁发的工程设计综合甲级资质或同时具备工程设计建筑行业(建筑工程)设计甲级资质和水运行业设计甲级资质;并在人员、设备、资金、业绩等方面具有相应的能力;
b:行政主管部门颁发的工程勘察专业类(岩土工程)甲级及以上资质或工程勘察综合甲级资质,并在人员、设备、技术等方面具有承担本工程勘察的

能力。
3.2 本次招标接受联合体投标。联合体投标的,应满足下列要求:(1)联合体各方应签订联合体协议书,明确联合体牵头人和各方权利义务;(2)若为联合体投标,只允许一家设计单位与一家勘察单位进行联合,联合体成员中设计单位应是投标项目的牵头人,勘察单位为成员单位,联合体家数不大于两家;(3)联合体各方不得再以自己名义单独或参加其他联合体在同一标段中投标;(4)联合体各方资质、业绩、人员的认定以双方签订的联合体协议书中明确的分工为准。

4. 招标文件的获取
4.1 本工程招标不需报名,开标时直接投标。凡有意参加投标者,请于2018年9月7日起,在重庆市工程建设

招标投标交易信息网(<http://www.cpcb.com.cn>)下载招标文件、图纸、答疑、补遗、限价等开标前的有关资料,不管下载与否都视为投标人全部知晓有关招标投标过程和事宜。
4.2 本招标公告开始发布至投标截止时间止,各投标人应随时关注重庆市工程建设招标投标交易信息网(www.cpcb.com.cn)上关于本招标项目相关修改或补充内容。
4.3 招标文件每套售价1000元(含招标文件及所有资料)。递交投标文件时支付招标文件费用,否则招标人和招标代理机构拒绝接收其投标文件。

5. 投标文件的递交
5.1 投标文件递交的截止时间(投标截止时间,下同)为2018年9月27日10时00分,投标文件递交的地点为:重庆市公共资源交易中心工程建设招标投标交易分中心(地址:重庆市渝中区长江一路58号)。

5.2 逾期送达的或者未送达指定地点的投标文件,招标人不予受理。

6. 发布公告的媒介
本招标公告同时在交通运输部长江水路管理局政务网(www.cjly.gov.cn)、《重庆市工程建设招标投标交易信息网》(www.cpcb.com.cn/)、中国招标投标公共服务平台(www.ccbpubservice.com)和中国水运网发布。

7. 联系方式
招标人:长江重庆航道工程局
地址:重庆市渝中区区长滨路111号
联系人:张老师
联系电话:13350378692

招标代理机构:红城国际工程项目管理有限公司
地址:重庆市江北区金源路13号29-2
联系人:万老师
联系电话:13330550883

