



# “绿色”风潮刮向食品行业

本报记者 刘宁

盼盼食品获得国家权威认证机构深圳华测国际认证公司颁发的碳中和认证证书,打造行业绿色制造的标杆;亲亲食品在刚发布的中期业绩报告中透露,集团持续开展节能降耗活动,并将迈进绿色生产……在晋江,我们可以发现,食品生产加工企业在制造端的环保意识更强。

而在晋江外围,食品行业的各种低碳创新实践层出不穷,绿色工厂、无标签包装、零碳产品、低碳型消费模式等尝试让人耳目一新,几乎涵盖从供给端到需求端,甚至消费端各个环节。

可以看到,绿色环保已经成为近年来食品行业的一大发力方向。既有“是环保还是噱头”的探讨让环保产品的概念不断出现在消费者视线中,也有伊利、可口可乐、康师傅等行业巨头前赴后继的投入、尝试,为企业及行业的可持续发展之路积极探索。

## 食品包装“撕标签”

烈日当头,从冰箱中拿出一瓶雪碧,“咕噜咕噜”几口下去,柠檬和气泡的清爽,绿色包装自带的清凉感……这是很多人记忆中关于夏天的幸福画面之一。不过,这种记忆可能少了一抹绿色的加持。

日前,可口可乐公司宣布,从今年8月1日起,雪碧的包装将把标志性的绿色转变为透明色。这意味着,绿色雪碧瓶长达60多年的历史即将结束。

消息一出,“雪碧将放弃绿瓶”的微博话题一度冲上了热搜第一,引发消费者关注。其中,有汽水爱好者觉得透明瓶子的雪碧失去了清凉的感觉,但也有不少消费者持赞同意见,为品牌的这一环保举动点赞。

“从瓶子中去除颜色可以提高回收材料的质量。”帮助可口可乐改善回收利用问题的集团R3CYCLE首席执行官Julian Ochoa在一份声明中说,“回收后,透明的PET雪碧瓶可以重新制成瓶子,有助于推动塑料的循环经济。”

实际上,可口可乐公司的包装环保之路早在2018年就启动,其发布了“世界没有浪费”计划,最终目标是到2030年对销售的每一瓶产品包装进行回收。该计划包括去年推出一个新的13.2盎司瓶子,该瓶子由100%再生塑料材料制成。

雪碧放弃了其标志性的绿色瓶,康师傅则选择在年初宣布推出无标签PET瓶装饮料,以“裸瓶”方式对外销售,这也成为我国首个“撕”去标签的饮料企业。

当时,有业内人士分析这一举措或影响销售。然而,有意思的是,根据康师傅提供的数据显示,与消费者“坦诚相见”的康师傅冰红茶自上市以来,3个月内无标签产品出货量累计达16万箱,交易总额达到318万元。

随着康师傅首尝“撕标签”,今年,越来越多食品品牌包装紧随其后,纷纷以不同方式“撕标签”助力环保。百事公司宣布推出国内首款“无标签”百事可乐;伊利金典宣布推出无印刷无油墨新包装;东鹏特饮经典瓶装撕掉了实物标签;达能脉动“智慧碳”概念瓶首次亮相;可口可乐公司也将推出全新无标签的单瓶碱性离子水……

不难发现,包装是食品行业最常选择作为绿色生产的入局之举。在低碳环保之路上,食品行业在逐步“撕去”标签,改变形态,采用纸质或其他包装材料代替塑料,还有品牌正尝试变废为宝、原材料回收再利用、使用植物基等方式,实现包装环保。



绿色雪碧瓶即将成为“过去式”。 本报记者 董严军 摄

## 覆盖各环节的“绿色”风潮

如果说,包装只是入局绿色制造的“牛刀小试”,那么,绿色工厂、无标签包装、零碳产品、低碳型消费模式等尝试就覆盖了全产业链,囊括了从供给端到需求端,甚至消费端各个环节。

在晋江,绿色制造无疑是企业发力的重点,今年,盼盼、亲亲等食品企业更是有了新的进展。

近日,盼盼食品获得国家权威认证机构深圳华测国际认证公司颁发的碳中和认证证书。

盼盼食品集团董事长蔡金按表

示,绿色低碳是行业高质量发展的必由之路,盼盼将为社会提供更加绿色低碳环保的高质量产品。在国家“双碳”目标的指引下,盼盼食品始终坚持生态优先、绿色发展理念,深刻践行“双碳”战略,历经探索、创新、发展,走出一条生态效益、社会效益、经济效益协调统一的绿色健康可持续发展之路,建立省级绿色工厂、国家级绿色工厂,打造休闲食品行业绿色制造标杆。

对于未来,盼盼食品方面表示,将

持续推进绿色低碳发展,打造更加绿色低碳的智慧工厂,向全球消费者提供更加绿色低碳的优质食品,推动行业绿色低碳高质量发展,助力提升我国休闲食品的竞争力。

在亲亲食品刚发布的中期业绩报告中,企业也将绿色生产作为接下来的重点项目之一。根据中报,接下来,亲亲食品将完成建造及改造生产基地,并升级设备以完善生产设施,改进生产工艺及产品质量,提高环保效益,迈进绿色生产,并合理利用产能,提高生产效率,以满足集团长期发展。

亲亲食品方面相信,高度自动化的生产过程加上技术更先进的设备,将有助于集团减少对劳动力的依赖,提高生

产效率及加快产品上市时间。同时,集团将持续开展节能降耗活动,持续降低产品的不良率。

和盼盼、亲亲一样,中国好丽友、元气森林、伊利等行业头部企业也已经投身探索低碳、绿色可持续发展模式。

除了生产端,在终端产品方面,已有部分厂商推出“碳中和咖啡”“零碳酸奶”。此外,在构建低碳型消费新模式上,光明乳业试点牛奶纸盒回收、咖啡连锁品牌提倡自带杯立减活动等尝试,得到了消费者的肯定和支持。

可以预见,绿色环保将逐渐成为食品行业共识,低碳消费将大行其道。

当然,在诸多声音中,不难有这是一场“噱头”的质疑,但是,我们更应看到这背后消费者对环保产品接受度的提升,有越来越多年轻、有学识的消费者愿意为环保买单。

也有业内人士对此担忧,包装对食品来说尤为关键,品牌辨识度经常靠食品包装来实现,一个好的包装可以在众多货品中迅速吸引消费者关注的眼球。此外,食品包装还涉及法律规定问题,企业在尝试“撕标签”的同时,也要注意相关法律法规。多数消费者一般都是单瓶购买饮料,无标签产品的整箱销售方式或影响销售,这对企业来说确实是不小的挑战。

对此,好彩头饮料相关负责人告诉诉记者,集团在绿色环保包装类产品方面亦有储备,也在持续关注这一行业动向。她相信,绿色包装是未来发展的一个趋势,然而,目前类似无标签产品要卖得动,产品本身必须要有一定的辨识度,已经有较大的消费者沉淀基础,且这对企业本身也是个冒险。当下,大多数是行业巨头在尝试探索。

不可否认,食品行业的可持续之路并不能一蹴而就。无论是环保或者噱头,都是食品行业在低碳环保行动上的尝试,每次尝试在某种程度上都进行了消费者教育。

## 巨头引领下的可持续之路

看到如此多食品行业巨头都在可持续发展之路上“小步快跑”,我们不难发现,绿色环保已经逐渐成为食品行业及企业谋划发展时不可忽视的问题之一。

其实,随着环保意识的觉醒,越来越多的消费者开始关注气候变化,消费观念也在随之发生改变。他们一方面通过自身行为的改变为环境带来积极影响,同时也迫切希望品牌方采取更为积极的行动。

以康师傅拿主打产品冰红茶作为企业首款无标签PET瓶装饮料的尝试为例。根据相关监测数据,该产品上市近3个月内,各平台无标签相关文章发布量超过70篇,曝光量超过1200万次。同时,无标签产品在社交媒体与电商平台上引发热议,“其实简简单单的包装就很好啊”“主要是好喝,又环保”……在天猫销售页面的多条评论里也出现了“支持环保”的字眼。

## 中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

361°

盼盼食品集团  
PANPAN FOODS GROUP

信泰集团  
SinceTech  
信泰·网布科技领航者

JINLONG 晋工  
取胜源于可靠  
WIN WITH RELIABILITY

LILANZ 利郎

KELME 卡尔美国国际

舒华  
让运动更高单



关注科学健身

凤竹纺织  
FYNEX TEXTILES

大黄蜂  
BIGWASP



小样? | 搭 | 膳

MACHINERY  
HAINA 海纳机械

## 中国品牌之都 优秀供应商

发布平台: 15880722026

源泰皮业  
SourcSAFE 服务热线: 0595-85685062

茂泰鞋底  
MAOTAI SOLES

星达鞋材  
TPU热熔胶、高低温膜  
服务热线: 0595-85127511

JIANYOU 健友皮革

佳龙机械  
JILONG

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台  
15880722026