



世界各国限制过度包装的相关规定

刘文君

商品的过度包装不仅容易欺骗消费者，增加消费者的经济负担，而且会造成环境污染和资源的极大浪费。近年来，商品的豪华包装、欺骗性包装等过度包装之风呈现愈演愈烈之势，正成为各国喊打的对象。

根据美国包装法的有关规定，只要有以下情况，均属于欺骗性包装：包装内有过多的空位；包装与内容物的高度、体积差异太大；无故夸大包装，非技术上所需要者。

为防止欺骗性包装，日本制定了《包装新指引》，其规定有：尽量缩小包装容器的体积，容器内的空位不应超过容器全积的20%；包装成本不应超过产品售价的15%；包装应正确显示产品的价值，以免对消费者产生误导。

为配合该指引的实施，日本百货业协会还成立了专责委员会。另外，日本东京都规定的《商品礼盒包装适当化细要》中也有规定：包装容器中的间隙原则上不可超过整个容器的20%；商品与商品之间的间隙必须在10mm以下；商品与包装箱内壁之间间隙必须保持在5mm以下；包装费用必须在整个产品价格的15%以下。

为了落实药品包装比率和层数的限制，韩国政府用三大措施来规范厂商：一是检查包装；二是奖励标示；三是对违反包装标准进行罚款处理，最高会被罚款300万韩元。首先对被怀疑有过度包装之嫌的商品，政府可以要求制造商或进口商到专门检查部门接受检查。制造商或进口商接到通知后，必须在20天内自费前往检查部门接受检查，并将检查记录在物品包装的表面，标示出包装空间的比率、包装材质、包装层数等。

德国规定以膨大的包装夸大真实的内装物容量的行为属于欺骗行为，将予以处理。如把吹塑容器的把手和嘴连成一体，使人产生容体积较大，容量较多的错觉；把纸盒包装里折叠的单瓦楞纸板衬垫安排得极其松弛，将纸盒体积扩大，使人产生错觉等，均属欺骗性包装。

此外，由于有些液体产品遇热会发酵和膨胀，这需要在容器内必须留出一定的空间，以防止液体膨胀造成包装爆破而伤人的事故。各国对预留容量均有规定，如英国政府规定金属桶盛装液体预留容量为5%等。

中国包装杂志社 版权所有

地址：北京市东城区东黄城根北街甲20号 邮编：100010

电话：(010)64036046 64057024 传真：(010)64036046

E-mail: zazhi@cpf.org.cn