

“颜值”吸睛的一次性纸杯 为什么不能直接对嘴喝

网红纸杯有猫腻

今年2月,“新华视点”记者在多处农村酒席发现,席面上普遍使用通体印刷红色油墨的一次性纸杯。宴席主曾先生反映,他在网上以48.8元的价格购买了500个“时尚新款加厚铝箔纸杯”,挑中的就是杯身喜庆印有“囍”字等图案。

记者在他的商品购买页看到,商家宣称“金奢内膜、喜庆高端”“待客喝水”,为“食品级一次性纸杯”。但纸杯外包装上又提示“需要配合吸管使用”。宣传与实物标注“两张皮”的情况引起记者注意。

随后,记者在电商平台随机购买了8款热销的“网红高颜值”纸杯,外包装上无一例外都标明了产品为“包装容器类纸杯”,执行由市场监管总局、国家标准化管理委员会发布的《纸杯》(GB/T 27590-2022),并附有“请配合吸管、勺使用”的提示。

为什么不直接喝?问题出在印刷上。

《纸杯》(GB/T 27590-2022)明确规定,“直接饮用类纸杯”杯口距杯身15毫米(不含15毫米)内不应印刷。安徽省消费者权益保护委员会发布的安全提示明确,这是为了避免消费者嘴唇接触油墨,影响健康。而对“包装容器类纸杯”并无此项限制。

记者购买的这些以“颜值”当卖点的一次性纸杯,杯身无一例外都通体印刷油墨。其中有2款低价热销品,甚至找不到具体生产厂家、生产日期和产品质量合格证,属于典型的“三无产品”。

一款“三无”纸杯散发刺鼻的塑料气味,商家却称“正常现象”。明明注意事项写着“需用吸管”,商家却表示无需在意,“直接喝没问题”。

长期关注食品安全的科信食品与健康信息交流中心副主任阮光锋告诉记者,很多网红店、直播间卖“9.9元50只”的纸杯,其真正目的是通过引流营销其他产品。“引流产品通常卖一批就停,为控成本,重外观轻质量。”他说。

市场监管总局2026年1月发布的2025年食品接触用纸容器等18种产品

质量国家监督抽查情况通报显示,不合格项目的问题集中在荧光性物质、抗压强度等关键安全指标。

阮光锋介绍,抗压性差可能导致纸杯用于防渗透的淋膜破损,进而迁移释放对人体有害的甲醛、塑化剂等物质。

此外,今年2月,上海市消费者权益保护委员会从电商平台及大型商超购买了40款一次性杯子进行评测,检出一款纸杯中,被世界卫生组织国际癌症研究机构列为2B类致癌物的物质3-氯-1,2-丙二醇残留量,超出国标限量值3倍。

一个“包装容器类纸杯”的标注,让商家规避了风险,但消费者却陷入维权困境。

浙江景宁畲族自治县的一份行政复议决定书显示,消费者举报购买到的纸杯杯口存在印刷不符合国标要求,最终因产品标注“包装容器类纸杯”,举报被驳回。湖南长沙、河南周口等地的同类案件中,结果同样如此。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江认为,这种行为本质上是商家在“掩耳盗铃”。“明明生产的就是一个纸杯,它的销售页面上目标群体、使用场景都非常明确,说明商家主观上就知道自己生产的是纸杯,标注‘包装容器类纸杯’就是为了推卸责任。”他说。

在黑猫投诉平台,“纸杯”“违规”相

关投诉有上百条,问题高度集中:买到“三无产品”,或遇热水散发刺鼻味,退货退款困难重重。

实际生活中,不少消费者在买纸杯时很少较真。《中国消费者报》2026年2月发布的消费调查显示,约74%的受访者没有留意过食品接触用纸容器标签标注的具体用途;46%的受访者认为“纸质”即天然安全,不太在意生产日期等详细信息。

陈音江表示:“监管部门在监督检查过程中,可以结合普通消费者的认知和实际的消费场景,及时开展研判,对涉嫌虚假宣传、不符合安全标准的生产行为做出认定,让监管跟上市场变化节奏。”

对于宣传与实际用途不符的商品,陈音江强调平台应提升监管能力:“平台应当及时采取限流、下架等措施,不能放任这类网红产品利用流量收割消费者,带来安全隐患。”

面对商家的“擦边操作”和部分“三无产品”的浑水摸鱼,消费者该怎么办?中国消费者协会、市场监管总局发布的消费提醒表示,选购一次性纸杯要做到“一看、二闻、三动手”:一看,看产品包装标注是否齐全,是否有清晰的生产厂家、生产日期、执行标准、产品类别,警惕无厂名、无标准、无生产信息的“三无”纸杯,优先选择杯口无印刷的素色纸杯,过于洁白的纸容器可能添加了荧光增白剂;二闻,闻纸杯是否有刺鼻的油墨味、塑料味,不要选购有异味的产品;三动手,用手捏一下纸杯,优先选择杯身挺度好、质地厚的产品,避免选购一捏就扁的软塌纸杯。

在使用环节,相关专家建议:应严格区分冷饮杯与热饮杯,冷饮杯勿装超60℃热饮,热饮杯勿装白酒;避免长时间盛装滚烫开水或强酸性饮品;纸杯为一次性设计,切勿重复使用;存储时应置于阴凉干燥处,开封后及时封口,防止受潮霉变。

新华社“新华视点”记者(新华社贵阳3月29日电)

维权往往不易

“从法规角度来说,商家的这种自我声明是合规的。”阮光锋说。

“食品级一次性纸杯”

纸杯外包装上提示“需要配合吸管使用”

散发刺鼻的塑料气味

某商家

网红纸杯有猫腻 新华社发

挑选纸杯有讲究

实际生活中,不少消费者在买纸杯时很少较真。《中国消费者报》2026年2月发布的消费调查显示,约74%的受访者没有留意过食品接触用纸容器标签标注的具体用途;46%的受访者认为“纸质”即天然安全,不太在意生产日期等详细信息。

陈音江表示:“监管部门在监督检查过程中,可以结合普通消费者的认知和实际的消费场景,及时开展研判,对涉嫌虚假宣传、不符合安全标准的生产行为做出认定,让监管跟上市场变化节奏。”

对于宣传与实际用途不符的商品,陈音江强调平台应提升监管能力:“平台应当及时采取限流、下架等措施,不能放任这类网红产品利用流量收割消费者,带来安全隐患。”

面对商家的“擦边操作”和部分“三无产品”的浑水摸鱼,消费者该怎么办?中国消费者协会、市场监管总局发布的消费提醒表示,选购一次性纸杯要做到“一看、二闻、三动手”:一看,看产品包装标注是否齐全,是否有清晰的生产厂家、生产日期、执行标准、产品类别,警惕无厂名、无标准、无生产信息的“三无”纸杯,优先选择杯口无印刷的素色纸杯,过于洁白的纸容器可能添加了荧光增白剂;二闻,闻纸杯是否有刺鼻的油墨味、塑料味,不要选购有异味的产品;三动手,用手捏一下纸杯,优先选择杯身挺度好、质地厚的产品,避免选购一捏就扁的软塌纸杯。

在使用环节,相关专家建议:应严格区分冷饮杯与热饮杯,冷饮杯勿装超60℃热饮,热饮杯勿装白酒;避免长时间盛装滚烫开水或强酸性饮品;纸杯为一次性设计,切勿重复使用;存储时应置于阴凉干燥处,开封后及时封口,防止受潮霉变。

新华社“新华视点”记者(新华社贵阳3月29日电)

国际航班持续增加——

“中国免签‘朋友圈’不断扩容,跨境游持续升温。”航旅纵横业务发展部总经理赵楠表示,新航季国际长短途航线同步发力,国际航线网络更加完善。

国航将新开重庆至马尼拉、温州至济南等航线;南航将新开北京至赫尔辛基、广州至比什凯克等航线;东航将新开上海至阿德莱德、苏黎世、塔什干等航线;长龙航空将新开杭州至釜山、万象航线;海航将增加北京至圣彼得堡、爱丁堡、奥斯陆等航线航班频次……

从新航季航班计划来看,“新开航线”“增加航班”成为民航国际运输关键词。

中国民航局数据显示,新航季我国与加拿大、肯尼亚等52个国家间的客运航班量高于去年同期,与各大洲客货航班量全面增长。

出行服务提质升级——

在地面,北京两机场往返北京朝阳站的机场巴士班次翻倍;长沙黄花机场为中转旅客提供免费餐食、免费行李寄存、免费休息区等服务;海口美兰机场设置不同主题的儿童娱乐区,为家庭旅客出行提供便利……

在空中,东航113架宽体机提供空中WiFi服务;南航结合地域饮食文化,持续完善“一地一风味”机上餐饮服务;华夏航空与30余家航空公司合作,推出超1.6万条联运航线,更好衔接干线和支线航点……

一系列服务举措将持续落地,为旅客带来更加便捷舒适的体验。

值得注意的是,民航换季期间,航班起降时刻、航站楼等可能发生变化。机场和航空公司提醒广大旅客,密切关注所乘航班动态,确保出行顺畅。

新华社记者(新华社北京3月29日电)

航线网络持续优化 出行服务提质升级

——聚焦民航换季运行

国际航班持续增加——

“中国免签‘朋友圈’不断扩容,跨境游持续升温。”航旅纵横业务发展部总经理赵楠表示,新航季国际长短途航线同步发力,国际航线网络更加完善。

国航将新开重庆至马尼拉、温州至济南等航线;南航将新开北京至赫尔辛基、广州至比什凯克等航线;东航将新开上海至阿德莱德、苏黎世、塔什干等航线;长龙航空将新开杭州至釜山、万象航线;海航将增加北京至圣彼得堡、爱丁堡、奥斯陆等航线航班频次……

从新航季航班计划来看,“新开航线”“增加航班”成为民航国际运输关键词。

中国民航局数据显示,新航季我国与加拿大、肯尼亚等52个国家间的客运航班量高于去年同期,与各大洲客货航班量全面增长。

出行服务提质升级——

在地面,北京两机场往返北京朝阳站的机场巴士班次翻倍;长沙黄花机场为中转旅客提供免费餐食、免费行李寄存、免费休息区等服务;海口美兰机场设置不同主题的儿童娱乐区,为家庭旅客出行提供便利……

在空中,东航113架宽体机提供空中WiFi服务;南航结合地域饮食文化,持续完善“一地一风味”机上餐饮服务;华夏航空与30余家航空公司合作,推出超1.6万条联运航线,更好衔接干线和支线航点……

一系列服务举措将持续落地,为旅客带来更加便捷舒适的体验。

值得注意的是,民航换季期间,航班起降时刻、航站楼等可能发生变化。机场和航空公司提醒广大旅客,密切关注所乘航班动态,确保出行顺畅。

新华社记者(新华社北京3月29日电)

诚信

一笔一画绘制诚信 诚信,从小做起!