外卖的“环境成本”到底该如何算？**（2016.4.20）**

如今，在线外卖市场越来越火爆，在庞大的订单量背后，是不容忽视的资源浪费和环境污染问题。调查发现，目前外卖垃圾基本处于无人回收的状态。在享受网络外卖等O2O行业带来生活便利的同时，人们会付出多大的环境成本，又该如何实现生活便利和减少污染的双赢，这亟待引起社会的重视和思考。

　　外卖垃圾，其实严格来说并非一个新问题，比如“白色垃圾”的概念就已经被提出多年。必须承认，随着网络外卖的快速发展和规模的扩大，享用外卖的社会习惯的增多，外卖销售可能增加环境压力，确实需要引起正视。不过，所谓的外卖的环境成本，这笔账到底该如何计算，却需要客观看待。

　　首先必须承认，任何一种生产消费行为都难免产生“环境成本”，关键是这种“成本”是否能够被有效的控制，能否实现生活便利与环境保护的良性平衡。若仅仅以“环保”之名，就彻底否认某一消费行为乃至这一行业的存在必要性，无疑是矫枉过正。至少就外卖垃圾的问题来看，尽管它确实可能存在一定的环境危害，但具体是多少，是否能够可控，基于严谨的科学调查所得出的结论或许才更为客观；其次，这种环境风险，是否能够以其他的方式加以化解？若通过从源头上寻找当前外卖餐盒的替代物，使用更为环保的材料，增加垃圾的分类，其实是可以做到的。

　　在某种程度上，不是外卖增加了环境成本，而是外卖行业的勃兴再次检验了当前社会的环保意识和防范体系。比如，垃圾分类倡导了这么多年，为何依然未能展现出明显的改观？再比如，一次性饭盒材料的环保化改良也进行了多年，为何现今仍有不可降解的饭盒在出售？这些恐怕比单纯的指责外卖行业存在“不容忽视的资源浪费和环境污染”来得更为实在、客观。

　　靠减少人类的消费去减少“环境成本”，终究是一种过于理想的想法，也与社会向前发展的需要相违背。作为一种消费行为，人们倾向于购买外卖的行为本身并不存在任何的“原罪”；而生产外卖的商家只要符合规范经营，也并不存在任何不当。这是由经济理性与法律所决定的。所以相较于看到外卖行业的壮大所可能带来的环境压力，当前更要看到的是，社会对于“白色垃圾”的源头防范是否有了本质的改善，垃圾的分类和回收是否做到了最好？这些外在问题若不能解决，只是呼吁人们少使用快餐，就只能是一种一厢情愿的“道德正确”，而非解决问题的办法。

　　快餐化、速食化，已成为一种看得见的社会现象，这样的餐饮革命势必需要相应的更好的外部条件来保障。对于其中所可能产生的环境压力的化解就是重要一环。但正确的态度不是以环保之名去约束现实需要，而是考虑现实的需要如何被更“低成本”的保障。这一问题，实际上在之前的超市“限塑令”中就已经出现过。“限塑令”实施效果的不尽如人意，在某种程度上已经代表了当前在这类问题处理上的尴尬，希望外卖“环境成本”的问题能够不再重复之，而是切实找到一条更为有效的、源头化的解决之路。

**来源：光明网—时评频道 作者：朱昌俊**

**网址：<http://guancha.gmw.cn/2016-04/20/content_19778597.htm>**