

新闻调查

『颜值』吸睛的一次性纸杯

因何不能直接对嘴喝

婚宴寿宴、逢年过节，印着吉祥话、内壁闪着金箔光泽的“高颜值”纸杯，成了不少消费者的待客“标配”。在电商平台，这类“网红杯”主打“喜庆又体面”，销量动辄数十万上百万件。

但是，这些漂亮的一次性纸杯，包装上往往印有一行极易被忽略的小字提示：“需配吸管、勺使用”。买来就是为了直接喝的纸杯，为何从产品定位到使用提示，商家都在强调不能直接对嘴喝？

网

网红纸杯有猫腻

今年2月，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“时尚新款加厚金箔纸杯”，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，外包装袋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。

为什么不让直接喝？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商、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。

维

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。

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。

挑

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。

该较真的不止是消费者。

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？

据新华社

嫦娥六号样品刷新认知
首次揭示月背演化
与巨型撞击奥秘

我国科研人员制作的月球背面影像图。
图据新华社客户端

近日，国家自然科学基金委员会发布了2025年度“中国科学十大进展”。“嫦娥六号样品首次揭示月背演化历史和巨型撞击效应”入选，我国月球科学研究再获世界级原创突破。

首次精准标定月球巨型撞击盆地的形成时间

月球，是地球唯一的天然卫星，更是人类探索深空的“前哨站”。长期以来，月球正面与背面的巨大差异始终是行星科学领域的重要谜题——正面地势平缓、玄武岩遍布，背面崎岖高耸、古老高地物质密集。而位于月背的南极-艾特肯盆地，直径超2500公里，是月球上最古老、最深、最大的撞击构造，被科学界视为“解锁月球早期演化的天然实验室”，也是内太阳系数十亿年撞击历史的“活档案”。

受轨道与通信限制，人类此前的月球采样探测均集中在正面，对月背深部物质的认知几乎一片空白。

2019年，嫦娥四号实现人类探测器首次月球背面软着陆，揭开了月球背面的神秘面纱。

2024年，嫦娥六号任务攻克月背着陆、采样、上升、返回一系列世界级难题，成功从南极-艾特肯盆地带回首份月背样品，让人类第一次拿到了打开月背“时空胶囊”的钥匙。

历经数月精细分析，中国科学家依托这份独一无二的珍贵样本，取得了多项颠覆传统认知的原创突破。研究团队首次精准标定了月球巨型撞击盆地的形成时间，为研究内太阳系早期高强度撞击事件提供了权威“时间标尺”，让人类对太阳系行星演化的认知更加清晰。

首次揭开月球背面月幔的“神秘面纱”

更令人振奋的是，这一研究首次揭开了月球背面月幔的“神秘面纱”。科研团队测得月背月幔的水含量与化学组成，发现其比正面月幔更“干”，铍-钹同位素组成呈现显著亏损特征，铀-钍同位素比值偏离了正面月幔演化曲线。这一重大发现确凿证明：远古时期的巨型撞击事件，深刻改造了

月背下方的月幔结构与物质成分，将月球正反两面的差异性，从表层地壳首次延伸至深部月幔，改写了科学界对月球不对称演化的传统认知。

此外，研究团队还首次获取了月背古磁场信息，明确月球磁场在28亿年前出现强度反弹，颠覆了“月球磁场持续单调衰减”的经典理论，揭示月球古磁场可能存在波动式演化规律，为研究类地行星磁场起源与消亡机制提供了全新样本。

嫦娥七号探测器今年将首次奔赴月球南极

从“跟跑”到“领跑”，中国月球探测用扎实成果书写大国担当。嫦娥六号系列成果，不仅重塑了人类对月球早期演化、内太阳系撞击历史的认知，更推动月球科学研究迈入内外动力系统耦合研究的全新阶段，为后续嫦娥七号、八号任务实施和月球南极科研站建设，乃至国际月球科研站合作奠定了坚实科学基础。

星空浩瀚无比，探索永无止境。从嫦娥一号绕月探测，到嫦娥五号月面采样，再到嫦娥六号解锁月背奥秘，中国深空探测一步一个脚印，稳步迈向宇宙深处。

中国航天科技集团五院研究员孙泽洲介绍，我国探月工程四期正稳步推进，2026年将研制发射嫦娥七号探测器，首次奔赴月球南极，寻找水冰存在的证据。嫦娥七号任务将勘察月球南极月表环境、月壤水冰和挥发组分等，开展月球形貌、成分和构造的高精度探测与研究。

“十五五”规划纲要将“深空探索”列为109项重大工程项目之一，提出“论证实施行星探测工程二期、近地小行星防御工程、太阳系边际探测工程”“论证建设国际月球科研站，实施月球探测工程”。

孙泽洲说，在行星探测方面，未来，我国还将发射天问三号和天问四号，天问三号将进行火星采样返回，对火星环境进行探测；天问四号将对木星和木星的卫星进行研究，对木星的空间和内部结构进行探测。

据新华社