

新闻集装箱

湖北 今明两年将培育万名“村播”

本报讯(崔瑜 詹少敏)为加快乡村数字人才培养,推动数字技术与乡村产业、文化、治理深度融合,日前湖北省农业农村厅、省委宣传部联合印发《湖北省万名“村播”培育计划实施方案》。2026年—2027年,在全省范围内培育10000名政治素质高、掌握直播电商核心技术、熟悉本土产业与文化、具备持续内容创作与运营能力、服务乡村发展的“乡村主播”骨干人才。

万名“村播”培育计划聚焦乡村产业、文化、治理等领域。赋能产业发展,以“村播”为触点,推动农户初级农产品、特色加工品、手工艺品、乡村文旅资源等通过“村播”渠道高效出村进城,促进农村三产融合发展,实现“直播引流、电商增效、产业兴旺、农民增收”。繁荣乡村文化,鼓励“村播”挖掘并创意呈现荆楚乡村的中华优秀传统文化、革命文化、特色民俗文化,提升乡村文化品牌影响力;积极传播乡村振兴鲜活故事、身边凡人善举和新时代乡村文明风尚,推进移风易俗。提升治理效能,探索“村播+治理”新路径,支持“村播”平台用于政策宣传、村务公开、普法教育、便民服务、矛盾调解和经验分享等,搭建干群线上互动桥梁,提升乡村治理数字化水平,促进城乡融合发展,以“村播”为纽带,推动城乡资源共享,城市优质文化资源直达基层,农村非遗进入城市。通过系统培育,形成“人才引领产业、产业集聚人才、文化赋能发展、治理保障和谐”的良性循环。

四川成都 严查“大字吸睛、小字免责”等广告乱象

本报讯(刘佳)成都市市场监督管理局日前全面启动为期半年的广告提示性用语乱象专项整治行动,重点聚焦“大字吸睛、小字免责”“萝卜坑式引证”,以及随意宣称“第一”“首创”等可能误导消费者的广告,坚决维护消费者合法权益和公平竞争的市场秩序。

本次整治主要聚焦三类突出问题。一是治理“误导性大小字”广告。在手机、电脑、汽车等技术复杂产品及旅游、餐饮等服务行业的广告中,采用大号字体突出性能或优惠,而以难以辨认的小字标注“图片仅供参考”“仅为企业愿景”或设置苛刻前提条件,足以误导消费者购买选择的,将依法查处。二是加强引证类广告监管。规范引证广告的内容出处标示,对未表明引证内容出处、虚假引证、自证不实或消费者难以识别的,将依法查处。三是规范提示性用语和绝对化用语乱象。重点监测排查“三品一械”、招商投资理财广告,纠正不标注提示性用语或弱化标注提示性用语等问题;对随意使用“第一”“国家级”“最佳”等绝对化用语,或销量、市场占有率统计口径与国家或行业标准不符,误导消费者的,将依法查处。

成都市市场监督管理局还将在整治行动中使用“AI识别+大数据模型”的广告智慧监测技术,对互联网广告、户外广告进行采集分析,快速识别“大小字”的视觉反差,精准抓取“第一”“包过”等关键词,并实现在线固证、电子存证,破解传统监管中取证难、时效差的问题。

淮海战役纪念馆 升级红色教育课程体系

本报讯(李立晨 王岩)近日,淮海战役纪念馆发布“薪火·铸魂”红色教育课程体系,面向党员干部、青少年、社会公众推出七大特色课程及“红色文化直通车”创新载体,推动红色教育向分众化、精准化、高质量迈进。

淮海战役纪念馆位于江苏省徐州市,是全国首批爱国主义教育示范基地、国家一级博物馆,承载着传承红色基因、弘扬淮海战役革命精神的时代使命。近年来,该馆深耕红色资源,构建“10+10+10+10+N”课程矩阵,推动红色教育从场馆走向社会、走入人心。

此次发布的课程体系坚持“分众设计、精准施教”,面向党员干部推出“功勋·民心”政绩观沉浸式课程、“纪律与担当”案例式教学课程、“人民的胜利”情景党课;面向青少年打造“小车推出来的胜利”体验课、“青春的选择”思政课;面向社会公众推出“决战之力”桌面推演课、“寻根之旅”研学路线。其中,“功勋·民心”为全国纪念馆系统首个政绩观主题沉浸式党性教育课程。

同时,“行走的淮海战役纪念馆”红色文化直通车将全面启动“淮海战役革命精神进百校”教育工程,实现送课上门、按需定制。

杭州入选联合国“20个迈向零废物的城市”名单 一座超大城市的“零废”实验

◎刘倩言 陈爱民



“虎哥上门”为居民提供便利回收渠道。图片由受访者提供

清晨6时,浙江省杭州市滨江区春晖小学校门口,三年级学生张小雨把攒了一周的牛奶盒和废纸板装进袋子,赶在“晖宝回收日”兑换成“晖币”;临平区临平街道,68岁的陈利阿姨吃完早饭,打开手机微信,在“虎哥”小程序上点了一下“上门回收”……在无数日常场景的串联下,杭州这座中国数字之城已经悄然完成了一场“废弃物革命”——用互联网思维重构了环保体系。

2026年3月30日,第四个“国际零废物日”,杭州与苏州、三亚一同出现在联合国“20个迈向零废物的城市”倡议首批入选名单上。所谓“迈向零废物”,也就是“无废城市”建设,不是要求不产生垃圾,而是通过系统性变革,最大限度减少填埋与焚烧,推动废物减量、重复使用与循环利用。

2020年底在全国率先实现全域生活垃圾零填埋;从2021年至2024年,杭州人均生活垃圾日产生量从1.06千克降至0.99千克,回收利用率从36.3%提升至40.58%……杭州这座常住人口超1260万、年GDP超2万亿元的超大城市,如何在经济持续增长的同时,实现垃圾治理的“逆势突围”?笔者近日走访部门、企业和学校等地,探寻其中的奥秘。

数说杭州之变

生活垃圾产生量

2021年:474.2万吨→2024年:454.06万吨

人均日产生量:从1.06千克降至0.99千克

解读:在经济与人口双增长背景下实现“逆势下降”

回收利用率

2021年:36.3%→2024年:40.58%

解读:低值可回收物的专项收运是主要贡献因素

“无废细胞”建设

累计建成,超3200个

其中:无废社区314个、无废学校789个、无废商场43个

解读:从“点”到“面”,理念下沉至社会末梢

“虎哥上门”模式

覆盖户数:40万户

累计发放环保金:超2.9亿元

累计回收再生资源:约89万吨

从业人数:2653人(50-60岁社区人员)

解读:“互联网+”回收的杭州样本

“鲸灵巴士”项目

覆盖点位:465个(65家餐饮门店、79家商业综合体、162个居民小区等)

累计收运低值可回收物:3441吨

解读:破解“低值物无人收”的难题

校园回收网络

覆盖学校:230多所

参与师生:20余万人

辐射家庭:40余万户

奶盒回收兑换文创产品:43类

解读:“小手拉大手”的代际传播

(数据来源:杭州市生态环境局)



春晖小学小学生在“晖宝回收日”处理废品。图片由受访者提供

将数字技术嵌入垃圾治理全链条

“手机点一下,有人上门收,环保金能换家里的抽纸,还可以提现,大家都愿意做。”家住余杭区的赵宁说,“现在甚至连我妈都已经能很流利地讲解垃圾分类的知识了。”浙江虎哥废物管理有限公司在余杭区深度扎根,构建了一张覆盖40万户家庭的回收网络。居民通过APP一键呼叫,“虎哥”一小时内上门,废品当场称重、即时变现为“环保金”。截至目前,该项目在余杭区已累计回收再生资源约89万吨,发放环保金超2.9亿元。

特大城市的垃圾治理普遍面临两大痛点:一是数据分散、管理粗放,无法精准掌握垃圾流向;二是低值可回收物回收成本高、收益低,市场不愿介入。杭州将数字技术嵌入垃圾治理全链条,让“看不见的浪费”变得清晰可控。

走进杭州市城市管理局的指挥大厅,一块大屏实时跳动着全市7361个垃圾集置点的数据。这是杭州生活垃圾数智治理平台的核心界面。从小区垃圾桶到清运车辆,再到焚烧厂和厨余处理设施,每一个环节的数据都在这里汇聚。

“过去,我们只知道每天收了多少吨垃圾,但不知道这些垃圾从哪里来、到哪里去。”杭州市城市管理局相关负责人说。现在,每一桶垃圾都有“身份证”。全市1780辆清运车上安装的GPS和车载计量设备,精准记录每辆车的出发时间、作业轨迹。这套系统不仅是“监控器”,更是“调度中心”。通过数据分析,管理人员能掌握每个街道、社区的垃圾产生规律,动态优化清运路线。

数据打通了监管的“最后一公里”,也为市场力量介入创造了条件。每天清晨,7辆印有“鲸灵循环”标志的专用车辆便从场站驶出,穿梭于5条经过算法优化的固定清运路线之间。司机师傅肖青介绍:“我的车灵活,负责把各个点位的餐盒收集起来,运到中转站,再由大车统一拉走。这套‘小车接驳、大车转运’的法子,跑空车的时候少了,装得满,跑得顺。”科学调度下的物流网络,让这些曾经被视作负担的低值废弃物,踏上了规范化的再生之旅。

西湖区的“鲸灵循环回收巴士”入选了巴塞尔公约亚太区域中心2025年“无废城市”建设英文典型案例推荐名单,它

专攻餐饮店、写字楼的污损纸杯餐盒。截至今年3月,巴士的465处点位日均收运量约2.5吨,累计收运量已达3441.02吨。“相当于回收了约1.72亿个牛奶盒。”西湖环境集团项目负责人王小方介绍。

“这些项目以技术降低参与门槛,以市场激活末梢动力。”“无废城市”领域专家、省生态环境科学设计研究院高级工程师赵浙卿认为,数字化技术推动传统环卫从“人海战术”向可量化、可评估的精准治理转型,这正是杭州的拿手好戏——把擅长的数字基因,用在城市管理最需要的地方。

垃圾处理 从烧掉埋掉到“吃掉”

在富阳区渚渚镇董湾村的半山腰,杭州滨富生物科技有限公司的智能养殖基地内,笔者看到8个恒温恒湿的密封车间内,数千只黑水虻幼虫在餐厨残渣中穿梭蠕动。这种幼虫以餐厨垃圾、畜禽粪便、果蔬残渣为食,通过生物降解将高油高盐的有机垃圾转化为富含蛋白质的虫体和优质有机肥。

杭州滨富生物科技有限公司负责人杨柱理,被人称为“昆虫司令”。2018年他发现黑水虻的养殖前景,便踏上了旁人眼中“又脏又臭”的创业路。“从幼虫到成虫,它短短7天内可吃胖4000倍,吃掉比自己重20万倍的厨余垃圾。”他指着车间智能监控屏说,现在,养殖基地每天投入2.5公斤幼虫,一天能吃掉近30吨餐厨垃圾,产出约5吨鲜虫。自新厂房投用至今,销售额已突破500万元。

走进钱塘江畔的临江循环经济产业园,一墙之隔的易腐垃圾处置项目已投运一年半。日处理300吨的规模,已累计处理易腐垃圾约6.1万吨。在满足钱塘区自身需求的同时,还承担了滨江、上城等主城区的协同处置任务。

2024年7月,《杭州市生态文明建设之都建设条例》经省人大表决通过,成为全国首部以“生态文明之都”建设为主题的地方性法规,从制度建设层面,为“无废”城市建设夯实了基础。“杭州正在做的,是将废物治理这条直线的终点拐个弯,变成一个圆。”赵浙卿说,自2015年《杭州市生活垃圾管理条例》出台,杭州逐步建立起“增量控制、超量加价”的阶梯收费机制和跨区域生态补偿机制。

政府购买服务、企业专业化运营、数字化平台全程监管——三方协同,让市场的力量与政府的手共同发力。目前,杭州已建成23家再生资源回收龙头骨干企业、11家“互联网+再生资源回收”企业,在培育市场竞争性的同时,也提升了再生资源回收价格,让居民有了更多获得感。

让“无废”成为一种生活方式

在滨江区春晖小学,每个月轮到班上的“晖宝回收日”,是孩子们最期待的时刻。废纸板、牛奶盒被带到这里,称重、扫码、兑换成“晖币”,攒够了就去“晖宝商城”换文具。如今,校服和礼服也被纳入了回收体系——孩子们把穿小的校服洗净带回,流转给有需要的低年级学生。

“孩子们把家里的可回收物带到学校,不是为了完成任务,而是为了攒‘晖币’。”副校长丁璐滨说。三年来,学校累计回收牛奶盒2074公斤、塑料瓶996公斤、硬纸板超过1.5万公斤。更重要的是,孩子们把分类习惯带回了家——“小手拉大手”,带动家庭参与。学校将“无废”教育融入校本课程,还与杭州低碳科技馆共建春晖分馆,设立了“无废之旅”研学路线……春晖小学累计减碳超过1.6万公斤,相当于保护1600多棵树。

“这种从孩子入手、以校园为支点的做法,解决了环保教育最难的一环——从认知到行动的转化。”丁璐滨说,“当孩子成为家庭里的‘监督员’,‘无废’理念才算真正落到了地。”

在湖滨步行街,商家们组成“湖滨合伙人”联盟,相互监督垃圾分类。“以前商户之间各管各的,垃圾怎么分、怎么扔,没人管。现在有了联盟,大家互相监督,谁家分类做得不好,旁边的人会提醒。”湖滨街道工作人员叶佳琳说。

这些被称作“无废细胞”的单元,在杭州已超过3200个——包括314个“无废社区”、789所“无废学校”、43个“无废商场”等。它们把宏大的城市建设目标,拆解成了可感知、可参与的具体场景。

“无废城市建设,最终要落到每个人的行为改变上。”赵浙卿说,“当垃圾分类成为习惯,‘光盘’成为自觉,闲置物品交换成为风尚,当无数个微型‘细胞’被激活,整个城市的‘无废’肌体才能真正充满活力。”

北京:胡同里的文物资源“活”起来

◎李祺瑶

清明假期,北京市护国寺街的梅兰芳纪念馆迎来参观热。刚开幕的“何以致远——梅兰芳与东西方文明交流互鉴专题展”上,来自五湖四海的观众透过一件件文物、一幅幅图片、一段段影像,了解梅兰芳推动“中华文化走出去”的故事。

胡同里的文物资源“活”起来,文化惠民活动不断。

“梅兰芳是中国戏曲表演艺术的集大成者,是中国戏曲艺术海外传播的先行者。20世纪上半叶,他访美、访苏演出,所到之处均引起轰动,让世界对中国戏曲艺术刮目相看。”假期,梅兰芳纪念馆馆长李立中主动担任志愿讲

解员,带领观众深度参观。《梅兰芳歌曲谱》的展柜总是围满观众。这也是李立中重点讲解的展品。当年,为了让外国听众能借助乐谱理解中国戏曲,巡演前,梅兰芳和团队决定将戏曲唱腔转译为国际通用的五线谱,“这部曲谱共分两册,一册为传统京剧工尺谱,另一册为西方五线谱,这也是中国历史上首部用西方五线谱记谱的京剧曲谱集。”

来自江苏的观众张女士带着两个孩子来看展,她说:“没想到胡同里的一座四合院,故事这么精彩,我和孩子都学到了很多知识,更深入了解了中国戏曲艺术。孩子尤其喜欢展厅

里的数字互动和视听体验。”一度高门槛的京剧艺术,通过策展团队的巧思,让孩子们都能“听”得懂。“2026年是纪念馆建馆40周年,我们用了半年时间筹备这场特展。”李立中说,梅兰芳出国演出时的日记、胡适写给梅兰芳的书信等珍贵文物均为首次展出,梅兰芳访美访苏的相关影像资料是首次完整呈现。策展团队希望结合静态文物与动态场景,用多媒体形式生动展现艺术大师的跨海传奇。

逛展之余,还有很多观众走进文创展示厅,选购“繁花似锦”春季纪念票、梅兰芳京剧图谱冰箱贴等新品文创,把“梅派艺术”带

回家。对于纪念馆来说,不断为公众提供更优质的文化产品和服务,就是最实在的政绩。配合“何以致远”特展,该馆充分挖掘馆藏资源,升级互动体验,打造梅兰芳IP及文化创意产品。

“我们会更加注重以文传声、以文化人,讲好中国故事。”李立中说,纪念馆将紧盯影响力偏小、受众较少的发展难点,牢牢把握“立党为公、为民造福、科学决策、真抓实干”总要求,推动形成一批观众可感可及的公共文化服务和特色梅派艺术精品,用服务观众的实绩实效惠民生、暖民心。