

节水兴业 利泽民生

——当前我国节水事业发展综述

(上接一版)漫步农田,各地灌区现代化建设和改造持续推进,节水灌溉技术广泛推行;探访车间,物联网、人工智能、区块链等技术推动用水管理向“智能感知、精准优化”转型;置身都市,智慧水建设释放节水潜力,让百姓用水更加节约……

直面资源环境约束趋紧,以科技创新为驱动,能催生出质提增效的巨大空间。“十四五”以来,在我国经济总量连跨大台阶、粮食生产连年丰收的情况下,全国用水总量实现零增长。水利部数据显示,“十四五”末,我国万元国内生产总值用水量、万元工业增加值用水量较“十三五”末分别下降20%和25%以上。

新征程,新目标。“十五五”规划纲要提出,强化农业节水增效、工业节水减排、城镇节水降损,单位GDP用水量下降10%,农田灌溉水有效利用系数提高到0.6。

水利部全国节约用水办公室节水产业处处长周哲宇表示,将持续促进水资源监管和节水评价体系关键技术和设备研发,让科技融入节水各个领域,为实现“十五五”规划纲要目标作出贡献。

节水产业蓬勃发展

作为天津市武清区大碱厂镇高标

准农田示范项目的建设方,深耕节水装备制造的大禹节水集团股份有限公司因地制宜升级排灌设施,目前已新增节水灌溉面积1646亩,实现年节水7.24万立方米。

以大禹节水为代表,天津节水经营主体不断壮大。目前,天津已初步构建起节水产业研发设计、生产制造、节水服务全产业链格局,2025年节水经济效益达1386万元。

从一域观全国,节水产业发展成果丰硕。

当前,以京津冀、长三角、粤港澳大湾区三大节水产业高地和成渝、山东、陕西等多个设备制造、科研创新集聚区为代表的“三地多区”节水产业集群发展格局已经形成。众多企业聚焦节水研发设计、装备制造、工程建设、管理服务全产业链快速发展,形成了系统完备的节水产业体系。

目前,我国节水相关产业市场规模估算超7600亿元,在应用端已遴选发布382项先进成熟适用节水技术设备。

节水产业发展,离不开系统规划、政策支持。

今年2月,水利部发布包含189项相

关政策的节水产业优惠政策指引,涵盖财政支持、专项政策、税收优惠、绿色金融等服务、水价政策、政府采购、评选表彰等7种类别,覆盖农业、工业、城镇生活、非常规水等重点节水领域,助力节水产业相关经营主体用足用好现行优惠政策。

根据相关规划,到2027年,我国节水产业将达到万亿元规模。

“将联合有关部门统筹推进节水产业发展制度政策体系,以更大力度为产学研用各经营主体做好服务。”水利部副部长陈敏说。

体制机制持续优化

今年年初,一组数据令人振奋:2025年,国家水权交易平台交易单数突破1.4万单,交易量超16亿立方米,均创历史新高。

数字中,有各地的实践:四川甘孜与内蒙古阿拉善达成第二单黄河流域跨省区水权交易,安徽创新探索开展矿井水交易,海南、山西、湖北等地积极开展再生水交易……水权交易在促进水资源优化配置方面的作用日益显现。

以水权交易为缩影,政府、市场“两手发力”,是近年来节水事业发展的鲜

明特征。

近年来,“节水贷”“取水贷”“水权贷”等融资服务逐步推广,政府基于节水重点领域有效融资需求针对性给予信贷支持;水资源费改税全面推行,发挥税收杠杆作用促进水资源节约集约利用。有效市场和有为政府的结合,让水资源节约集约利用水平稳步提升。

创新机制,节水护水更高效;凝聚共识,节水事业“走得远”。

近日,2026年“节水中国行·安徽合肥”主题宣传活动举办。在节水宣传教育系列活动启动环节,全国各地嘉宾扫码参与,共同助力屏幕上的“水柱”节节攀高。

如同攀高的水柱,通过加强水情教育和节水宣传、发动全社会力量建设节水载体等举措,节水护水的理念正在大江南北扎根生长,节水型生活方式正在成为居民的共同选择。

滴水成渠,涓流汇海。以科技为动力、以产业为载体、凝聚各方合力,日益发展的节水事业将为新征程上更美的治水画卷着色添彩,为实现人与自然和谐共生的中国式现代化贡献更多力量。

新华社北京3月29日电

退役军人事务部等四部门联合部署开展“追寻·2026·清明祭英烈”活动

新华社北京3月29日电(记者 张勇健)近日,退役军人事务部、中央网信办、共青团中央、全国少工委联合印发《关于开展“追寻·2026·清明祭英烈”活动的通知》,通过线上线下相结合方式,组织纪念祭扫英烈、关爱帮扶烈士、共青团少先队教育实践等活动,传承红色基因、赓续红色血脉,引导全社会崇尚英雄、缅怀先烈、争做先锋。

《通知》指出,今年是中国共产党成立105周年、红军长征胜利90周年,以“追寻·2026·清明祭英烈”为主题开展宣传教育活动具有重要意义。活动聚焦纪念缅怀先烈、共青团少先队教育实践、关爱帮扶烈士等,指导各地各部门充分利用烈士纪念馆、长征主题纪念馆、革命遗址旧址等红色资源开展群众性纪念缅怀活动,组织少先队员就近就近开展“红领巾向英烈致敬”实践,充分利用现代传播技术手段为烈士寻亲,组织“致敬英烈·关爱烈士”“百万鲜花祭英烈”等专项活动,及时帮助烈士家属解决实际困难。

《通知》明确,“追寻·2026·清明祭英烈”网上祭扫平台将于今年清明节前夕在中华英烈网、退役军人事务部官网、中国青年网、中国少年先锋队官网同步上线,同时其他媒体平台策划制作发布新媒体产品,引导广大网民特别是青少年追寻英烈故事,感悟精神伟力,接力奋斗征程。

《通知》要求,各地各部门要牢牢把握正确政治方向、舆论导向、价值取向,加强统筹协调,强化组织领导,压实工作责任,形成工作合力,确保各项工作高效运转。要增强宣传实效,坚持线上与线下结合,鼓励支持以英烈事迹为题材的文艺创作,生动诠释英烈精神时代价值。要务实节俭,力戒形式主义,杜绝铺张浪费,强化安全管理,确保纪念活动安全有序。



春染茶山 采摘忙

3月29日,在广西贺州市平桂区鹅塘镇盘谷村,茶农在采摘明前茶。清明临近,各地茶园陆续进入采摘期,茶农忙着采摘明前茶,供应市场。

新华社发(黄旭胡摄)

航线网络持续优化 出行服务提质升级

——聚焦民航换季运行

新华社记者 王聿昊 田建川 王辰阳

3月29日,中国民航开始执行2026年夏秋航季航班计划。持续至10月24日的新航季,222家国内外航空公司计划每周安排客货运航班12.1万班。针对夏秋航季出行新特点,民航运输将呈现哪些新变化?

航线网络持续优化——

新航季,国航计划执飞超460条航线,通航49个国家和地区;南航计划在近900条航线执飞近70万个航班;东航计划投入超820架客机,日均执飞超3200个航班……

夏秋航季是旅客出行旺季,航空公司纷纷增加航班、优化时刻,更好满足旅客出行需求。

南航运力网络部航班计划室经理步然介绍,新航季南航新增北京大兴至伊宁、库尔勒、泉州等航线,加密广州往返义乌、宁波,乌鲁木齐往返西安、南京等航线航班,进一步完善广州、北京、乌鲁木齐三大枢纽航线网络。

“针对旅游、商务等出行需求,长龙航空新增杭州至珠海、宁波至丽江、嘉兴至沈阳等航线,杭州至广州航线将增至每天5个往返航班。”长龙航空副总裁王玉国说。

随着国产客机扩大投用,C919、C909客机将投入更多航线运营。

新航季,国航C919客机将新增哈尔滨、厦门航线;东航C919客机新增西安至厦门航线,C919机队执飞航线达19条;南航C909客机将执飞超60条航线……更多旅客将享受国产客机带来的美好出行体验。

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。”航旅纵横行业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Wi-Fi服务;南航结合地域饮食文化,持续完善“一地一味”机上餐食服务;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,更好衔接干线支线航线……

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。

新华社北京3月29日电

全国累计器官捐献 志愿登记人数超过733万

新华社济南3月29日电(记者 李志浩)记者从29日在山东济南举办的“生命·曙光——2026全国人体器官捐献缅怀纪念暨宣传普及活动”上获悉,截至目前,全国累计器官捐献志愿登记人数超过733万,实现公民逝世后器官捐献6.5万余例、捐献器官20万余个,捐献角膜12万余片,捐献遗体6.9万余例,挽救20万余名器官衰竭患者生命,为10余万人带来光明。

中国红十字会相关负责人介绍,全国目前已建成人体器官捐献者缅怀纪念场所380余处。每年清明节前后,各地红十字会举办形式多样的缅怀纪念活动,感恩致敬捐献者的大爱善举,呼吁更多人参与到器官捐献这项大爱奉献的事业中来。

人体器官捐献关系人民群众生命健康,关系生命伦理和社会公平,是国家医学发展和社会文明进步的重要标志。自2010年启动公民逝世后人体器官捐献工作以来,我国稳步推进宣传动员、意愿登记、捐献见证、缅怀纪念、人道关怀等工作,逐步探索出一条符合国情、科学公正、具有中国特色的器官捐献发展道路。

硬核科技加速转化为 守护人民健康利器

新华社记者 李松 徐鹏航

2026医学装备大会暨医学装备展览会3月26日至29日在重庆举行。走进大会展览现场,一台CT设备前围满了参观者。一次模拟扫描完成后,内嵌的AI智能体立即开始工作,能够精准捕捉73种胸部常见病种、43种脑部常见病种病灶,同步生成诊断报告。

“大模型整合了多专科疾病诊疗数据与病理特征,实现多种疾病用一个模型进行精准诊断。”联影医疗中国业务联席总裁李晶珏说,这既能协助医生提高工作效率,也有助于帮助基层医生提高诊断精准度。目前,相关智能体已在全国近30家医院落地。

这是当前我国医学装备创新发展的一个缩影。中国医学装备协会数据显示,2025年我国医学装备市场规模达到1.44万亿元,同比增长7%左右;医学装备专利申请量累计突破135万件;企业研发投入、创新产品数量逐年升高。

国家卫生健康委有关负责人表示,近年来,我国医学装备行业快速发展,市场规模持续扩容,产业体系日趋完备。人工智能、大数据、精准诊疗等前沿技术与医学装备深度融合,核心技术自主可控能力增强。

更多新技术,正在逐步从实验室走向临床,为解决医疗难题提供新思路。在西安交通大学一湖洲中子科学实验室展台,用于治疗肿瘤的硼中子俘获治疗技术引来不少关注。“硼中子俘获治疗作为一项新的放疗技术,其‘爆破’范围不到10微米,比1个癌细胞的直径还小。”实验室主任王盛介绍,目前这一技术已经进入临床试验阶段。

产业的发展离不开政策支持。国家药监局发布公告,进一步优化创新审查工作,支持国家层面高质量发展行动计划等产业政策中涉及的高端医疗器械加快上市;“十五五”规划纲要提出,健全医保支持创新药和医疗器械高质量发展机制。

“中国创造”正在得到世界的认可。

展览现场,重庆海扶科技股份有限公司相关负责人徐庶介绍,该公司自主研发的“海扶刀”聚焦超声无创肿瘤治疗系统,已累计出口到英国、墨西哥等36个国家和地区。

“我国医学装备国际竞争力从成本优势向技术品牌优势转变,市场布局更趋多元。”中国医学装备协会理事长侯岩说。数据显示,2025年医学装备出口额达457.96亿美元,较2019年增长62.4%。

工业和信息化部副部长辛国斌表示,下一步将会同相关部门推进科技创新和产业创新深度融合,优化政策供给,推动医工协同,攻关一批标志性产品,研制一批人工智能、脑机接口医疗设备,发展一批养老、康复、助残和中医诊疗装备,加快高端医疗装备创新成果迭代升级、推广应用。

从展会走向临床,从国内走向世界,一批又一批“硬核科技”正从实验室加速转化为守护人民健康的利器。相信更多医学装备,将以更智能、更精准、更普惠的方式,走进千家万户,为健康中国建设注入强劲动力。

新华社重庆3月29日电

新华视点

“颜值”吸睛的一次性纸杯,因何不能直接对嘴喝

新华社“新华视点”记者 周芷若 向定杰

婚嫁寿宴、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水的纸杯,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“时尚新款加厚金箔纸杯”,挑中的就是杯身印有“囍”字等喜庆图案。

记者在他们的商品购买页看到,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)规定,并附有“请配合吸管、勺使用”的提示。

为什么不直接对嘴喝?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,商家却称是“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款一次性纸杯进行评测,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”、遇热水散发刺鼻味,退货退款困难重重。

挑选纸杯有讲究

实际生活中,不少消费者在购买纸杯时很少较真。《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。

该较真的不只是消费者。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?

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、质地厚实的产品,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。

新华社贵阳3月29日电