

“颜值”吸睛的一次性纸杯 因何不能直接对嘴喝

■新华社记者 周芷若 向定杰

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,超出国际限量值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?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)

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—湖州中子科学实验室展出,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、脑机接口医疗装备,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。

从展台走向临床,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)

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。

北京启动L2至L4级智能网联 新能源汽车商业保险开发应用

新华社北京3月29日电(记者陈旭)记者在29日召开的2026中关村论坛年会“重大成果专场发布会”上获悉,为回应公众对智能驾驶汽车出行保障的期待,北京在全国率先启动智能网联新能源汽车商业保险的开发应用工作,将在现有新能源汽车基础上优化升级,实现L2至L4全级别智能网联新能源汽车的统一适配。

近年来,智能网联汽车产业发展迅速,智能驾驶等前沿技术广泛应用,改变了交通事故风险因素、场景及损失形态等,现有商业机动车辆保险已经不能准确适配智能网联汽车特有的使用场景和软硬件设备损失等情况。

为适应产业发展新需求和消费市场新期盼,北京金融监管局在金融监管总局的指导和北京市委、市

政府的支持下,发挥北京(京津冀)国际科技创新中心优势,以先行先试的方式,在全国率先开发应用专属产品,支持智能驾驶等技术创新。

北京金融监管局相关负责人介绍,当前,中国保险行业协会正组织开展专业力量集中开发专属保险产品,将在现有新能源汽车基础上优化升级,明晰概念定义、规范条款表述、扩充保障内容,统一适配L2至L4级别新能源汽车。

对于L2级别辅助驾驶车辆,稳妥开展先行先试,专属产品初期主要适用于新能源新车,将由北京保险行业协会分批次公布专属产品适用的汽车企业和特定车型。对于L3、L4级别自动驾驶车辆,在北京地区依法依规开展测试或取得正式上路资质的车辆,可适用专属产品。

中国民航执行 夏秋航空季航班计划

据新华社北京3月29日电(记者王隽)记者29日从中国民航局获悉,3月29日至10月24日,中国民航执行夏秋航空季航班计划,222家国内外航空公司计划每周安排客货运输航班12.1万班,与去年同期基本持平。

国内航线方面,61家航空公司计划每周安排国内客运航班97428班、货运航班2538班。其中,34家航空公司计划新开434条国内航线,新开航线主要为新疆、西北、东

北、西南地区与华东、中南地区之间的干支衔接航线。

国际航线方面,191家国内外航空公司计划每周安排国际航班21047班,比去年同期增长1.8%,通航国家达86个,新增通航塞浦路斯。民航局运输司相关负责人表示,总的来看,新航季国内航线网络结构持续优化,干支衔接更加紧密;国际航班实现“网络拓展、密度提升、市场拓宽”三重突破。



近日,陕西省汉中市百万亩油菜花进入盛花期。以金色油菜花海为媒,汉中市打造油菜花海旅游廊道,推出15条精品赏花线路,融入美食露营、非遗展演、艺术研学等多样化的体验项目,推动“花经济”从单一观光向多元融合转型升级,为当地农文旅深度融合发展注入新动能。图为3月27日,游客在汉中市汉台区老君镇黄塘村黄塘水乡景区游览。

新华社记者 邹竞一 摄

聚势赋能 共创繁荣网络内容生态

——2026中国网络媒体论坛综述

■新华社记者 王前慧 王思北

3月28日至29日,以“发挥主流媒体引领力 激发多元主体创造力——共创繁荣网络内容生态”为主题的2026中国网络媒体论坛在河南郑州举行。论坛期间举办了开幕式、正能量创作者大会、数智赋能正能量生产传播大会以及4场主题论坛,各界与会代表聚焦热点话题交流思想、分享经验、汇聚合力。

本届论坛上发布了2025中国正能量网络精品征集展播活动结果,50件十佳网络精品及500件网络精品脱颖而出。其中,《我们在纪念什么》《超越! 狮跃东方,全运开场!》《烽火侨“批”》等一批来自主流媒体的网络精品令人印象深刻。

有温度、有影响的优质内容作品持续刷屏,成为网络舆论的“压舱石”。

源清则流清。与会人士表示,主流媒体要在网络优质内容供给中发挥示范引领作用,用鲜活笔触记录奋进足迹,用多样视角展现生动实践,努力打造更多被网民认同的优秀作品,让正面声音、主流价值、时代新风充盈网络空间。

网络媒体是汇聚大流量的重要平台,也是传播正能量的重要阵地。网络名人、平台机构等多元传播主体如何担负社会责任、繁荣网络内容生态,成为与会人士关注的焦点。

“要在热点中找到方向,在话题中贡献价值,在时代洪流中,带动更多网友向上向善、同频共振。”微博执行总编辑于琪说,“正能量不是高远的口号,热点并非转瞬即逝,要做到心中有大我、笔下有生活、手中有工具,让正能量故事更鲜活、更好看、更有说服力。”

“镜头带网友们去发现每个人身上的宝藏。”摄影博主“良田”分享道,隐藏在人世间的微小值得被看见、被记录、被讲述,创作者要能聚光、能放大光,去照亮更多的人。

除了平台和网络名人外,政企新媒体也在积极探索破圈入心的新路径。“讲好正风肃纪反腐故事,不仅需要宏大严肃的叙事,更需要鲜活时尚的表达。”山西省纪委监委宣传部部长许凌云认为,这是一场新时代廉洁文化产品的“供给侧改革”。

当今时代,日新月异的信息技术深刻影响着舆论环境、媒体格局和传播方式。

论坛期间发布的《数智赋能正能量生产传播态势报告》指出,数智技术实现从单点突破到全链条贯通的能力蝶变,网络内容生产的结构性重塑驶入“快车道”。平台通过轻量化工具提升

用户内容产出能力,“人机协同”的内容生产传播新范式正在形成。

网络媒体因技术而生,因创新而兴。如何顺应和把握新一轮科技革命潮流,是网络媒体必须回答的重大时代课题。

与会人士认为,网络媒体要善用新兴技术,推动智能向善,强化个性化、场景化、互动化传播,让内容魅力与表达活力双向奔赴。思想价值与数智技术“双轮驱动”,以高质量内容赢得受众。

“当创作者手握技术的‘神笔’,在想象的空间驰骋无垠时,要做主流价值的‘宣传队’‘播种机’,以美好创意服务人民、造福社会。”中国网络空间研究院负责人说,“只有让数智技术和优质内容实现双向奔赴,科技赋能文化、文化滋养科技,我们才能在数字浪潮中筑牢精神根基,贡献世界文明。”

(新华社郑州3月29日电)