

形成新时尚 养成好习惯

——上海久久为功抓好垃圾分类“关键小事”

“垃圾分类和资源化利用是个系统工程，需要各方协同发力、精准施策、久久为功，需要广大城乡居民积极参与、主动作为。”近日，习近平总书记回信勉励上海市虹口区嘉兴路街道垃圾分类志愿者。在肯定垃圾分类取得的成效之余，也对这项工作提出殷切期望。

上海是全国最早全面开展垃圾分类的城市之一。2019年1月，《上海市生活垃圾管理条例》经上海市人大表决通过，于当年7月1日起正式施行。近4年来，从“扔进一个筐”到“细分四个桶”，从“规定工作”到“自觉动作”，从“新时尚”到“好习惯”，垃圾分类成为上海以“绣花功夫”推进基层治理的缩影，也为超大城市践行习近平生态文明思想提供了生动注脚。

从“一个筐”到“四个桶” 细分类带来新成效

“得知经过这几年的宣传推动，垃圾分类在你们那里取得新的成效，居民文明程度提高了，社区环境更美了，我很欣慰。”在回信中，习近平总书记写道。

6月1日上午8点，在上海市虹口区嘉兴路街道的瑞虹新城一期小区，不少上班的居民一手拎着公文包，一手拎着2个垃圾袋——一包干垃圾、一包湿垃圾，来到小区固定的垃圾箱房，熟练地将干垃圾丢入黑色桶，将湿垃圾倒入棕色桶，装湿垃圾的袋子则扔到一旁的干垃圾桶里。

“出门前在家就把垃圾分类好了。”小区居民田小倩说。嘉兴路街道瑞虹第一居民区党总支书记华磊说：“一开始，大家不清楚什么是干垃圾、湿垃圾。但坚持几年下来，小区推进垃圾分类不断取得新成效，老百姓的参与度越来越高。”

对居民来说，实行生活垃圾分类最直观的变化，是小区环境卫生的改善。年近七旬的社区垃圾分类志愿者吴青葆告诉记者，原来小区每层楼道都有垃圾桶，“方便是方便，但天热的时候味道特别大，还有很多蚊虫”。实行“撤桶并点、定时投放”，一开始大家不适应，但几年下来养成习惯后，居民都能自觉自愿分类倒垃圾，楼道里也清爽多了。

近4年来，紧盯“关键小事”不放松，垃圾分类给上海社区面貌和生态环境带来了实实在在的改变：

——上海生活垃圾分类实效保持稳定，湿垃圾分出量基本稳定在干垃圾总量的35%左右，可回收物回收量日均达到7284吨。

——居民区分类达标率从《上海市生活垃圾管理条例》施行前的15%提高到目前的95%以上，单位分类达标率超过95%。大多数居民已养成自觉分类习惯。

——生活垃圾末端资源化处理能力稳步提升。目前，上海已建成焚烧厂15座，湿垃圾集中处理设施10座，全市生活垃圾焚烧和湿垃圾资源化利用总能力超过3.6万吨/日，生活垃圾回收利用率达到42%，实现原生生活垃圾“零填埋”。

从“规定工作”到“自觉动作” 垃圾分类促进基层治理形成合力

“希望你们继续发挥志愿者在基层治理中的独特作用，用心用情做好宣传引导工作，带动更多居民养成分类投放的好习惯。”在回信中，习近平总书记提出殷切期望。

垃圾分类习惯，贵在坚持、重在养成。特别对于上海这种常住人口超过2400万的超大城市来说，垃圾分类没有群众参与、全民行动是不可能实现的。

群众参与，用“绣花功夫”推动垃圾分类走深走实。在上海市市长宁区虹虹居民区，居民们正在把堆肥箱里发酵出来的“绿色材料”，和土壤拌在一起铺在种植箱中。

虹虹居民区党总支书记吴红萍说，原来“味道大、惹人嫌”的湿垃圾，经过分类发酵竟成了种花种草人士的“抢手货”，秘诀就在于精细处理。

带有油水的厨余垃圾并不适合堆肥，虹虹居民区将湿垃圾进一步细分为餐厨垃圾与餐后垃圾；可回收物种



上海市长宁区虹虹小区居民在整理改造社区花园。居民们把堆肥箱里发酵出来的“绿色材料”和土壤拌在一起铺在种植箱中（2020年4月22日摄）。新华社记者 张建松 摄

类繁杂，混投反而不利于回收，有的小区将一个回收桶扩展为5个桶，玻璃、金属、塑料、纸张、衣服分门别类进行投放……

从最开始的“四分类”到尝试“六分类”“八分类”，从分辨“这是什么垃圾”到思考“垃圾还能怎么分”，上海垃圾分类的这些新变化、新路径，很多是从居民们“你一言我一语”中想出来、试出来的。

群众参与，为很多疑难杂症找到解决办法。上海市绿化和市容管理局相关负责人表示，目前上海还存在垃圾分类源头管理有待加强、资源化利用水平有待提升、源头减量困境有待突破等问题。

上海市静安区临汾路街道阳曲路570弄居民区，面积大、居民多、租客多，大家作息时间很不一样。如果坚持一早一晚的固定投放时间，投放时段外垃圾箱房紧锁，会住在里的人们带来不便。

“我们调查发现，小区住户参与垃圾分类的积极性较高，具备延长垃圾箱房开放时间的客观条件。经多方协商，决定实行24小时开放，同时由居委会和物业公司加强管理。”阳曲路570弄居民区党总支书记郑蕾说，“垃圾分类已成为社区重要的议题之一，每次讨论起来难免‘七嘴八舌’，但争论中大家找到了最适合自己小区的分类方案。”

群众参与，加快在基层形成共治共享的合力。庞大的志愿者队伍让垃圾分类理念更加深入人心：在长宁区荣华居民区，来自西班牙、日本、韩国的志愿者把垃圾分类宣传册翻译成外文分发给外籍居民；在虹口区，上海首家“垃圾分类事务所”成立，旨在发挥社会组织参与社会治理的桥梁纽带作用……

统计显示，上海招募垃圾分类志愿者超过71万人，平均每9名注册志愿者中就有1名参与过垃圾分类志愿服务。

在长宁区虹虹居民区，垃圾分类开始推行时，老年居民总是“搞不清楚”，一批白领站了出来，帮助老年人学会“四分类”。有的白领赶不上投放时间，老住户也会捎带着帮忙扔垃圾。

“白领教白发，白发帮白领。”虹虹居民区党总支书记支颖说，“如今，社区商量个什么事，既能发动起老居民，也能叫得来新住户，垃圾分类促进基层自治形成合力。”

从“源头减量”到“变废为宝” 久久为功绘就生态文明新画卷

在上海城投老港基地的“生物能源再利用中心”，除

了让湿垃圾进行厌氧发酵产生沼气用于发电，还有一小块区域专门用于集约化养殖黑水虻。

“这些小虫子吃湿垃圾，它们胃口大、长得快，资源转化率高；虫子本身是优质蛋白，做饲料很抢手。虫粪也不浪费，可以做成有机肥。”上海城投老港基地规划建设中心主任马聪带着记者边走边看，“通过这种处理方式，我们不仅生态化处置了湿垃圾，还变废为宝，使其产生更高的价值。”

垃圾分类，小事不小，事关生态文明建设大格局。在回信中，习近平总书记要求：“推动垃圾分类成为低碳生活新时尚，为推进生态文明建设、提高全社会文明程度积极贡献力量。”

垃圾分类“新时尚”，离不开科技创新的支撑。近4年来，垃圾分类投放设施不断优化。上海不少街镇推进垃圾箱房智能化改造，为辖区分类投放点加装智能感应摄像头和语音提醒系统。虹口区嘉兴路街道党工委书记刘俊告诉记者，通过远程监督、实时对讲、语音提醒等功能，相关部门可对小区垃圾的投放情况进行实时查看，做到及时发现、整改。

除了前端投放，后端处置同样有科技创新的助力。“从最早的挖个坑埋掉，到现在分类处置，绿色和创新成为垃圾处置的关键词。”上海城投老港基地管理有限公司副总经理吴曰丰说，“我们对湿垃圾展开能源化、饲料化、肥料化探索，资源利用率进一步提升。”

垃圾分类“新时尚”，也离不开制度创新的引导。在上海街头，一些看似寻常的休闲长椅可能“大有来头”。上海市宝山区高境一村小区最近新添置了两把“再生”长椅，它们由居民投递在智能回收机里的废旧衣物、塑料瓶等可回收物加工制成，在小区添置“再生”长椅的活动现场，还有塑料废物制成的环保袋、咖啡渣制成的T恤，展现出垃圾“再生”的更多可能。

“投入回收物就能获得个人账户积分，我把一些积分捐赠给小区公共账户，用于添置公共设施。”附近小区居民季阿姨说，“我们积极参与废弃物循环利用，非常有成就感。”

有小积分的大能量，更有一张网的精细统筹。汇聚全市200余个街镇、5000余辆清运车、25个集中处置设施……在上海生活垃圾全程分类信息平台，全市生活垃圾分类、收运和处置实现了“一网统管”，“科技+管理”让城市更干净、更整洁。

做好垃圾分类，关系到广大群众的生活环境，关系到节约使用资源，是社会文明水平的重要体现。上海市绿化和市容管理局局长邓建平表示，接下来上海将加强垃圾分类硬件建设和提高管理水平，进一步提升源头分类实效，不断展现城市生态文明新形象。

新华社记者（新华社上海6月7日电）

“不用找医生，这款益生菌就能搞定”“女生怎么选对私密益生菌？吃1年得出的经验”“终于可以痛快呼吸了！重磅推荐这款舒鼻益生菌”……近年来，随着人们对自身健康的日益重视，宣称各类功效的益生菌产品逐渐成为消费新时尚，出现在各种生活场景中。但记者调查发现，在益生菌产品市场上，不断出现夸大宣传、以次充好、菌株信息标注模糊等鱼龙混杂的现象，误导了消费者。

益生菌市场消费火热

当前，各网络平台上关于益生菌产品的宣传和销售都很火热。在某短视频平台，输入“益生菌”后首先弹出的关键词是“益生菌畅销榜第一名”；在某社交平台，有关“益生菌”的分享帖已超120万篇；在某电商平台2022年“618”购物节时，仅10分钟，其益生菌品类成交额就同比增长518%……可见人们对益生菌产品的关注和需要。

据了解，益生菌产品功效及消费者期待的功效益五花八门，除了肠胃消化健康、提升免疫力，还包括体重管理、美容护肤、改善睡眠、保护情绪等。益生菌的应用场景也逐渐扩大，从乳制品、补剂进一步拓展到零食、护肤品、口腔护理产品等，引起消费者追捧。

基于此，很多企业积极抢夺益生菌这一市场风口，催生了一批新消费品牌企业。天眼查App数据显示，目前我国有3000多家益生菌相关企业，其中45%的企业成立于5年内。部分益生菌品牌通过创造新概念来吸引消费者，诸如“xx烦恼就选它”“一片顶10杯酸奶”“更适合中国人的益生菌”等。同时他们还给益生菌产品配以时尚感的包装，以促使消费者在社交平台晒图和“种草”，吸引了一大波流量。

益生菌市场“套路”多 消费者难辨别

记者走访发现，在益生菌消费市场热潮下，益生菌产品夸大宣传、以次充好、菌株信息标注模糊等鱼龙混杂的现象时有发生，“套路”重重。

“花式”夸大宣传，实则缺乏医学依据。各大社交平台上充斥着有关益生菌的分享帖，这些帖子大多使用渲染情感型的“经验分享”来获取消费者信任，但实际效果无从得知。在推广产品的评论区，很多用户留下“每天一粒，实实在在感受到了好的变化”“我已下单”等偏正面的评论，而这些用户自己的主页几乎没有什么内容。上海一位从事广告宣发的工作人员说，这些用户大概率是品牌买的“水军”，用来误导消费者。

很多益生菌产品所宣传的功效并没有明确的科学依据，在疗程设置上也有待商榷。一款针对女性健康的益生菌产品宣称，“有妇科炎症的女性每天早晚饭后各1袋，吃1个月后进入巩固期，每天1袋连续巩固3个月。”一些医生表示，如此类似处方的使用说明并没有科学的医学依据。

——以次充好，网络益生菌代工产品有暴利。在电商平台上，很多厂家可以提供各个价位的益生菌产品代工。记者在某电商采购批发平台上搜索到很多低价益生菌代工产品，多以“固体饮料/冻干粉”为主，均位于“益生菌产品”榜单前列。这些产品的批发价大多在10元/盒，一盒20袋左右，批发量越大价格越低。若有自己的品牌，可选择贴牌定制。

某益生菌代工工厂客服告诉记者，其实平台上益生菌的成本价格都差不多，“拿货回去后，售价可以卖到拿货价的5倍甚至更高，太便宜的话没人买”。

——菌株信息标注模糊，只为给消费者“装样子”。2022年5月，中国营养保健食品协会发布《益生菌食品活菌率分级规范》，对益生菌食品中的益生菌活菌率进行了分级；2022年6月，中国食品科学技术学会牵头制定《食品用益生菌通则》，要求食品用益生菌和含益生菌食品均应标示菌种的中文名称和菌株号、应标示在保质期内的益生菌活菌数等。

但记者在线上平台和线下药店中看到，有很多在售的益生菌产品均未按要求明确标注。很多益生菌产品仅罗列菌种而没有菌株号，还有的产品仅标注出厂时添加的活菌数，或模糊地标注“添加量”“含量”，产品货架期内的活菌数量普遍成“谜”。

加强监管 加大科普

针对益生菌市场存在的问题，各地市场部门不断加大监管力度。2022年6月，浙江省余杭区市场监管局对某化妆品公司在直播中夸大宣传普通食品益生菌有保健和疾病治疗功能的广告违法行为作出罚没50.25万元的行政处罚。上海、四川成都、广东高州等地也都曾因益生菌产品存在问题对涉事企业作出罚款等行政处罚决定。

业内人士指出，由于目前市场火热，很多益生菌菌株在没有临床数据支撑下，就趁着风口投入市场，导致行业内产品质量参差不齐，功效也难以印证。北京嘉维律师事务所律师赵占领说，当前已有的《益生菌食品活菌率分级规范》和《食品用益生菌通则》属于团体标准，并不具有强制性，需尽快制定国家标准，规范益生菌市场，提高产品准入门槛。

山西省市场监督管理局相关负责人表示，要进一步加强对益生菌的监管，明晰主体责任。尤其线上平台，相关部门应加强网络销售益生菌产品监管执法跨地域跨部门协作，提高监管实效。同时，社交电商平台也应对相关分享帖仔细核查，做好“推广”“合作”等标识。

虽然食用益生菌制品产销两旺，但不少生产商和消费者只是“盲从”，缺乏对益生菌的正确认识。山西医科大学教授程明建议，要通过举办保健食品科普宣传活动等举措做好有效的日常科普宣传，提高消费者认知力和辨别力。“消费者要考虑菌株的特异性性和个人的差异性，注意身体本身菌群的平衡，过量服用可能有反作用。”程明说。

新华社记者（据新华社太原6月7日电）

连续4个月保持正增长 彰显我国外贸“韧实力”

“严峻复杂的外部环境下，用好用足各项政策措施的同时，公司将继续在技术、品质、设计、销售等方面加快创新步伐，努力提高企业市场竞争力，争取在全球竞争中占据更多市场份额。”公司总经理马海涛说。

随着助企纾困政策落地落实，营商环境持续优化，经营灵活度高、市场适应性强的民营企业已经成为我国外贸主力军。前5个月，我国有进出口实绩的民营企业43.9万家，同比增加8.8%，合计进出口8.86万亿元，增长13.1%。“当前，民营企业占我国外贸进出口比重提升至52.8%，为外贸稳定增长发挥了积极作用。”吕大良说。

外贸企业“出海”乘风破浪，素有“新三样”之称的电动载人汽车、锂电池、太阳能电池出口同样表现亮眼。受“新三样”产品出口快速增长拉动，前5个月，我国出口机电产品同比增长9.5%，占出口总值的57.9%，拉动我国出口整体增长2个百分点。

以多种类电池研发、制造、销售为主要业务，浙江天能集团正在国际储能市场走出一片精彩。前5个月，公司海外市场锂电池销售额达5亿元左右，同比增长17%。“针对海外市场储能电池类产品需求的增长，我们正在加大锂电池储能产品的研发力度，还在多个国家和地区加快布局办事处，为巩固和进一步拓宽海外市场渠道奠定基础。”天能集团海外市场负责人吉华东说。

6月2日，《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)对菲律宾正式生效，至此，协定对15个签署国全面生效。当天，

广西南宁派吉纸业一批112吨、货值98万元的口杯淋膜纸发往菲律宾，南宁海关下属邕州海关为这批产品签发了广西首份RCEP项下输菲律宾原产地证书，货物在菲律宾通关时，关税将由原来的15%降为零关税。

关税减让、原产地规则和贸易便利化等更多开放红利的释放为区域经贸往来注入动力。前5个月，我国对RCEP其他成员国进出口占我国外贸比重超过30%。其中，东盟继续为我国第一大贸易伙伴，进出口同比增长9.9%。同期，我国对“一带一路”沿线国家进出口增长13.2%，其中对哈萨克斯坦等中亚五国增长44%。

业内人士分析指出，透过这份“成绩单”还要看到，出口增速低于预期、外贸月度增速放缓、对美国和日本等传统贸易伙伴进出口继续下降等挑战已成为我国外贸面临的新情况。

“当前，全球经济复苏动力不足，美、欧等发达经济体增速下滑尤为明显，受此影响，外需整体偏弱给我外贸表现带来一定影响。”对外经济贸易大学国际经济研究院执行院长庄芮说，加之去年底春夏疫情高峰过后，我国出口增速基数大幅提高，这也压低了今年5月出口同比增长水平。

庄芮认为，虽然面临一些困难，但我国经济和进出口基本面依然坚实。从长远看，我国外贸发展不仅具有较强的实力和弹性，也具有较大的活力和潜力。政府与企业各方要根据国际贸易形势、贸易伙伴需求变化及时调整，继续挖掘外需潜力，着力推动外贸提质增效。

新华社记者（新华社北京6月7日电）



新华社发

外贸是国民经济的重要组成部分。海关总署7日发布的数据显示，今年前5个月，我国外贸进出口总值16.77万亿元，同比增长4.7%。其中，5月单月进出口增长0.5%。月度进出口从今年2月开始实现同比正增长，彰显我国外贸较强韧性。

海关总署统计分析司司长吕大良表示，今年以来，我国经济发展呈现回升向好态势，这为外贸稳定增长提供了有力支撑。此外，陆续出台的外贸稳规模优结构系列政策措施，也有助于外贸经营主体积极应对外需走弱带来的挑战，推动我国外贸连续4个月保持正增长。

浸泡、洗涤、漂洗、分拣……走进河北宇腾羊绒制品有限公司，记者看到各生产车间里机器轰鸣，流水线有序运转。通过加速智能化转型升级，这家以加工、生产、销售无毛绒及其系列产品为主的羊绒精细加工企业质量效率不断提高，订单数量不断提升。今年前5个月，公司出口无毛绒近12万公斤，销售金额约980万美元，同比增长49.9%，市场覆盖意大利、韩国等发达国家。

