

# “颜值”吸睛的一次性纸杯，因何不能直接对嘴喝

## ■ 新华视点

□新华社“新华视点”记者周芷若 向定杰

婚寿宴、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普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紫色纸杯，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）

# 从中关村论坛年会看智能经济新亮点

□新华社记者 戴锦镛

三月的北京春意盎然，2026中关村论坛年会如期拉开帷幕。做咖啡、分拣快递、弹琴敲鼓……活动现场，各类机器人亮出拿手绝活，生动展现着人工智能加速走进现实的新气象。

“23号顾客请取餐。”循声望去，来自千寻智能（杭州）科技有限公司的人形机器人“墨子”灵巧地将裹满糖衣的山楂穿过竹签。乐聚通研（北京）机器人技术有限公司的送餐机器人“夸父”平稳地将餐盘送到顾客面前，送餐完毕后，“夸父”冲着围观的嘉宾“比心”，引得阵阵夸赞。

与以往单机展示、秀场表演不同，今年的机器人餐吧里，几台异构机器人在统一调度下各展所长：迎宾机器人热情招呼、引导点单，制作机器人挥舞“手臂”、现做糖葫芦与糖火烧，递送机器人穿梭往来、准确送

达——从下单到送餐仅需不到两分钟，全程无需人工干预，分工明晰、动作精准的机器人，让人仿佛置身未来餐厅。

“多订单并发时多机器人如何调配，送餐机器人如何分配，这些环节都是机器人大脑调度能力的集中体现。”乐聚机器人具身操作算法总监王强介绍，餐吧一亮相就受到欢迎。“昨天共营业约5小时，接了130多单。”王强说，在不远的将来，企业会找到更多具身智能适配的应用场景，让科技真正服务于百姓生活。

除了服务行业，乐聚的几类人形机器人已经在工业化场景中得到应用。据介绍，2025年企业总计交付数千台全尺寸“夸父”人形机器人。目前行业热度攀升迅速，技术突破与市场增长迎来爆发期。

灵巧手（北京）科技有限公司工作人员许国庆同样感受到了市场的变化：“灵巧手”的销量近一年增长了近10倍，目前我们在高自由度灵巧手市场的占比超过

80%。”在中关村论坛年会现场，灵巧手带来的机械手灵活精巧，拨弦弹琴，穿针引线，吸引了很多目光。

穿针引线机器人通过视觉和触觉传感器感知到针和线的位置并对准，“双手”将一根直径毫米级别的细线稳稳穿过针孔。“我们灵巧手的价格是国外同类产品价格的十分之一甚至十分之一，未来成本将更低，能够走入更多人的日常生活。”许国庆说。

脑机接口领域，技术的落地转化同样在加速奔跑。去年在中关村论坛上备受关注的脑机接口“北脑一号”今年再度成为焦点。北京脑科学与类脑研究所工作人员袁雅宁介绍，“北脑一号”采用半侵入式无线脑机接口技术路线，2025年初至今已完成了7例人体植入。

“今年‘北脑一号’将正式启动全面注册临床GCP试验，主要针对颈段脊髓损伤患者，预计全年入组50到100例患

者。”袁雅宁说，采用全侵入式技术路线的“北脑二号”脑机系统预计在今年开始临床验证。

前沿技术的快步前行，离不开行业的有力托举。北京中关村资本基金管理有限责任公司相关负责人介绍，公司设立了4亿元规模的北脑专项基金，通过定向基金模式支持“北脑一号”的研发与产业化。“我们不只是投钱，更是搭桥。”依托中关村这片创新沃土，他们正为脑机接口技术打通从实验室到临床、从研发到市场的全流程，助力其加速落地、让这项曾经遥不可及的前沿科技真正惠及患者。

当机器人学会协同“上班”，当机械手能够穿针引线、拨弦成曲，当脑机接口一步步从科幻走进现实——科技创新的每一次脉动，都在悄然改变着我们的生活，更清晰地勾勒出人工智能从“炫技”走向“落地”、从“单点”迈向“协同”的产业新图景。

（新华社北京3月28日电）

# 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》《超燃！狮跃东方，全运开场！》《烽火传“批”》等一批来自主流媒体的网络精品令人印象深刻。

中国政法大学数据法治研究院院长时建中认为，近年来，主流媒体系统性变革催生

新气象，越来越多有内涵、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”。

溯源则流清。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。”微博执行总编辑于琨说，“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，隐藏在人世间的微光值得被看见、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限时，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）

# 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。



## 探访人形机器人如何“学习培训”

▲3月17日，在北京市石景山区具身智能触觉及多模态感知数训创新中心，工作人员在训练机器人。

在3月25日开幕的2026中关村论坛年会上，大量先进智能的机器人引起关注。人形机器人为什么能越来越聪明？记者走进北京市的人形机器人数据训练中心，探访机器人在“机器人学校”如何学习培训。

在人形机器人数据训练中心，机器人在工业智造、智慧家庭、商业服务等场景进行数据采集，为人形机器人相关研发提供数据支持。数据采集员在此操控机器人完成一系列特定任务，生成海量动作数据，让机器人“大脑”更智慧。未来，这些机器人将会进入工厂、商超、家庭等更多应用场景。

新华社记者张晨霖 摄

# 今年首场大范围强对流天气来袭 气象部门启动四级应急响应

新华社北京3月28日电 中央气象台预报，3月29日至31日，江南、华南中北部及贵州等地将有较强降雨过程，并迎来今年首场大范围强对流天气过程。经会商研判，中国气象局28日17时30分启动重大气象灾害（强对流、暴雨）四级应急响应。

中央气象台预计，29日至31日，西南地区东部、江汉南部、江淮南部、江南、华南中北部等地将有较强降雨过程，并将迎来大范围强对流天气。其中，贵州、湖南、江西、浙江、福建、广西、广东等地的部分地区将有短时强降水、冰雹和8至10级雷暴大风天气。

中央气象台首席预报员张涛介绍，本次强对流过程部分地区累计雨量大、短时降雨强，有雷电、暴雨、雷暴大风和冰雹等天气，影响范围广，但分布不均匀，雷雨覆盖范围广且呈连片分布，大风和冰雹天气影响局地性较强。

28日18时，中央气象台发布强对流天气蓝色预警，预计28日20时至29日20时，湖南东北部和南部、江西中西部、广西北部、广西西北部、广东西北部、云南中南部、贵州东南部等地的部分地区将有8级以上雷暴大风或冰雹天气；湖南西部和东部、江西西部、广西北部、广东北部、重庆南部、贵州中南部等地的部分地区将有小时雨量大于20毫米的短时强降水天气。强对流的主要影响时段为29日下午至夜间，相关地区需注意防范。

# 中国民航今起 执行夏秋航季航班计划

新华社北京3月29日电（记者王聿昊）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季航班计划，222家国内外航空公司计划每周安排客货运航班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。

# 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、关爱帮扶烈属、共青团少先队教育实践、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·关爱烈属”“百万鲜

花祭英烈”等专项活动，及时帮助烈属家庭解决实际困难。

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。