每天向“绿”一小步

湖南日报全媒体评论员 朱永华

8月初,家住长沙天心区的李先生“以旧换新”购入一台售价10万元出头的国产新能源车。李先生收入不低,完全有能力买得起更加高档的小车。之所以选择一款普通国产新能源车作为“改善型”家庭用车,他的想法是:除了实惠,也是呼应“绿色”潮流的一小步。

生活当中,其实不少人已走出这样的绿色“小碎步”——携带自备购物袋、分类投放垃圾、使用节约型水具、骑自行车上下班……这些行为共同的特点是:绿色环保理念清晰可感,能力范围内切实可行,只要观念变一变,“踮踮脚”就够得着。可以说,绿色发展的理念已经深入人心,渐次浸透到了生活的方方面面。

绿色转型,生产生活各为一翼。过去相当长一段时间,“傻大黑粗”型企业一定程度上成为了地方的经济支柱,但是于环境不太“友好”。近年来,省内企业向着增加“含绿量”、谋求环境友好的方向大步迈进,面貌焕然一新。比如曾经的能耗大户中钨高新材料股份有限公司每年都有“大动作”推进能源结构优化——2021年12月,公司实现“零用煤”;2022年起,旗下株洲硬质合金集团有限公司等企业建成余热利用、光伏发电项目;2023年,多家下属企业进一步取缔了燃气锅炉和生物质锅炉。就连接受先进理念相对滞后的农村地区,绿色产业也有了长足进步。娄底市娄星区很有代表性:几年前,传统农业作业方式在该区还占有“统治地位”,农户对化肥农药“情有独钟”;现在,种植紫云英制造有机肥、发展循环经济、引进先进设备实现精准灌溉等“绿色农业”在多个专业合作社得到推广。在长株潭等相对先进地区的农村,以高科技投入为特征的精准农业模式有效减少了农业生产的碳排放,提高了资源利用效率。

积跬步而至千里。生产生活中的绿色嬗变,源自我省不断完善的生态制度建设。建立生态环境保护督察制度、生态文明建设目标评价考核制度,开展领导干部自然资源资产离任审计,实行生态环境损害责任终身追究制;全面建立河湖长制,众多河湖实现从“没人管”到“有人管”、从“管不住”到“管得好”转变;把碳达峰、碳中和纳入生态文明建设整体布局,大力推动能源革命,加快发展风电、光伏等新能源……在习近平总书记的多次关怀指导下,我省生态文明体制改革全面纵深推进,形成了源头严防、过程严管、损害赔偿、后果严惩的生态文明制度框架,全方位、全地域、全过程加强了生态环境保护。一份天更蓝、山更绿、水更清的生态答卷,正铺展在广袤的三湘大地上。

这个暑假,你家娃做旅游攻略了吗

湖南日报全媒体评论员 唐雨琪

当前正值暑期旅游高峰之际,社交媒体平台上涌现出一批由家长分享的旅游攻略热潮。尤为引人注目的是,这些内容丰富、实用性强的攻略竟大多出自孩子之手。从精心策划的交通住宿方案到细致入微的旅游路线规划,每一份攻略都闪耀着孩子们独立思考的光芒,展现出他们卓越的规划能力与独特创造力,为这个夏天增添了一抹别样的亮色。

跟着孩子去旅行,是家长“肯放手”和孩子“愿意做”的双向奔赴。许多家长总是认为孩子缺乏独立决策的能力,不相信“一个孩子能安排几天几夜的吃喝住行”。但实际上,作为“数字原住民”的他们,熟练玩转各种线上订票、抢票软件,善于从各大社交媒体平台上搜集目的地信息,能够利用各种在线资源来规划旅行。只有习惯充当“安排者”角色的父母们“放得开”,孩子们才能感觉到被信任,才愿意化身“私人定制导游”,用“手绘地图”“24小时规划”和“细致到穿搭、拍照都有的攻略”来展示他们的能力。

从以往观念中的“父母带孩子”模式变成如今的“孩子带父母”,暑期游或许也能更好实现它的意义。对于许多父母来说,带娃出门旅行不仅是为了放松休息,更是一个让孩子开拓视野、增长知识的好机会。于是,在“父母带孩子”的传统出游模式中,经常可以看到诸如游览博物馆、参访名人故居和历史古迹讲解这样的研学项目。但在孩子看来,这就好像是“换了个地方继续上课”,经常是走马观花一圈下来,转头就忘了。反观当孩子成为旅行中的“决策者”,自己在制作旅游攻略的过程中,往往会因为需要对目的地事先进行全面了解,而在不知不觉中进行了主动学习,等到再去往当地体验时,便会留下更为深刻的印象。

孩子们亲手打造的旅游攻略如同一股清新的风,吹散了传统旅行规划的沉闷,让每一次出行都充满了惊喜与活力。在“孩子带父母旅游”的新风尚下,你家小导游备好攻略了吗?

新闻漫画

加速的“小包裹”里藏着“大经济”

国家邮政局监测数据显示:截至8月13日,今年我国快递业务量已突破1000亿件,比2023年提前71天!这意味着全国人均收到快递71.43个,每一秒钟有5144件、每一天有4.4亿件快递在神州大地上流动。

快递物流是经济活力的“风向标”。支撑快递更快的,既有我国快递企业的不断创新,更是不断向好的中国“大经济”。 图/朱慧卿 文/樊西

我自成光,聆听梦想花开的声音

湖南日报全媒体评论员 杨兴东

这个夏天,关于梦想的传承,击中了许多人内心最深处的柔软。

2004年,王皓在雅典奥运会遗憾失金;2024年,樊振东在巴黎奥运乒乓男单决赛中夺得冠军,实现个人大满贯。跨越20年,师徒圆梦。来自师傅的“举高高”,“把每一个拼搏的瞬间变成照亮自己与他人的光芒”。

孔子曰:“生而知之者,上也;学而知之者,次也。”就体育赛事而言,生而知之是天赋,学而知之是勤奋。没有奥运老手们的传帮带,就不可能有一次又一次的奥运世界纪录的刷新。中国队的奥运追梦历程,始于“参赛第一人”的那一跑,发力于1984年许海峰射落首金的那一枪……一代代运动员从登顶到成为名教练的身份转变,仿佛永不落幕的梦想接力。

奥运赛场之外,社会每个行业都有梦想。为他人点燃梦想者,更值得尊敬。袁隆平的“禾下乘凉梦”,激励他曾工作多年的湖南杂交水稻研究中心团队冲锋在前、不断探索;在云南丽江华坪女子高级中学校长张桂梅帮助引导下,2000余名山区学生“有书读”;最近央视热播创业剧《赤热》,用全新视角讲述了一群顶尖人才响应归国热潮、迎难而上,从无到有一步步摸索、不断完善自研技术,推动中国高水平科技自立自强的奋斗故事……梦想的力量,掷地有声。可以说,华夏大地上的每一份梦想,都是实现中华民族伟大复兴的中国梦的宝贵原动力。

我自成光,聆听梦想花开的声音。正如古罗马哲学家塞涅卡所说:如果一个人不知道他要驶向哪个码头,那么任何风都不会是顺风。梦想犹如灯塔,照亮你我,一路前行。

期待“漫改”四大名著佳作纷呈

湖南日报全媒体评论员 周泽中

近期,中央广播电视总台与爱奇艺携手,策划推出新版四大名著系列动画片。这意味着,《西游记》《红楼梦》《三国演义》《水浒传》都将推出全新演绎的动画版本。从《大主宰年番》到《逆天邪神》《陆地键仙》,作为国内主流视听平台,爱奇艺近年来的成绩有目共睹。此次与中央广播电视总台强强联手,意在打造出超越时空的经典之作。

在20世纪60年代和90年代,《西游记》这一IP分别衍生出《大闹天宫》以及《西游记》动画片。应当说,二者市场评价都很不错,以扎实功底描绘了“大闹天宫”“三打白骨精”等精彩故事。这两部动画片,成为几代人心中的“共同记忆”。但值得注意的是,除《西游记》外,其他三部名著几乎没有印象深刻、令人回味的动画版本。这固然因为神话小说对青少年更具吸引力,但也和其他名著改编难、描绘难有关。

成功的“漫改”,不仅忠实再现原著,还注重通过富有艺术性的视觉语言述说故事、表达情感,激发观众共鸣。比如《红楼梦》的笔触十分细腻,对其“漫改”可尝试从吃饭、喝茶、赏花、听戏等生活细节切入封建家族的兴衰史,提高对青少年的吸引力;至于《水浒传》《三国演义》,则应细致考虑情节刻画,以帮助青少年客观了解曹操、周瑜以及宋江、李逵等带有争议性的历史人物和故事。

再造经典,是为了回归经典。动画项目往往需要长周期运营,按四大名著的章回来看,“漫改”成几十上百集可能是“家常便饭”,离不开稳定性、创新能力俱佳的团队。唯有如此,才可能在经典的基础上打造出深受青少年喜爱的优秀作品,从而吸引更多青少年读原著、品古韵。

瞄准防晒经济“赛道”,防晒产品向跨场景市场扩展——

凉薄防晒衣 满街新风景

湖南日报全媒体记者 谭登

快递小哥等户外劳动者每人一件防晒衣,是夏日刚需。

“这些天连续高温,我逛街、上班防晒衣不离身,拿快递也穿套防晒衣出门,把脸、胳膊保护严实。”长沙唐女士说。过去被视为“女性专属”的防晒衣,如今被越来越多的人用“打工常服”“防晒基品”来描述定位。

艾瑞咨询日前发布《中国防晒衣行业标准白皮书》,2021至2026年,防晒服饰市场规模预计以9.4%的年复合增长率增长。2024年入夏不久,防晒服饰销售达700亿元,预测2026年将达到958亿元,其中防晒衣554亿元。

防晒与时尚挂钩,开始“卷”颜值

8月12日,长沙杜鹃路万达广场,防晒衣进入换季期,一款标价上千元的防晒衣1.9折售卖。正在选购的袁晓芳坦言:“我希望防晒衣既能防晒,又穿起来好看、漂亮。”

在长沙国金中心,一款修身的品牌防晒衣铺新货上架。店员告诉记者,防晒功能要好,透气凉爽,还要穿上有时尚感:“我们这几天补了3批货,防晒衣版型好,卖得也好。”

相比来说,主打舒适性的品牌价位低,而设计感强的品牌价位偏高。原本主打防晒功能的防晒衣,开始和时尚挂上了钩,“卷”起时尚审美,成为影响销量的重要指标。

业内人士介绍,防晒衣已经从单纯的功能性产品,变为夏季穿搭单品。在社交媒体和电商平台上,防晒衣、防晒裤、防晒帽、防晒口罩、防晒套袖、防晒手套、防晒面罩“脸基尼”等穿搭分享很受欢迎:防晒衣+瑜伽裤,突显身材;防晒衣+阔腿裤,舒适自在;防晒衣+伞状半裙,少女范十足;防晒衣+网球裙+运动内衣,活力动感……

“退休后经常外出游玩,夏天捂得严实很闷热,拍照也不好看,更倾向于选择外观比较时尚的防晒衣、防晒长裙。”兼具美观与舒适,是“60后”李女士的需求。

有的防晒衣附带透气面罩和超宽帽檐,兼顾面部防晒,相当于防晒衣+脸基尼+防晒帽“三合一”。衣服收腰显瘦、修身不紧身,甚至可以露出小蛮腰。外出旅游时,里面穿泳衣外面套防晒衣,成为不少潮女的心头好。

创新功能,跨场景“一衣多穿”

市面上防晒衣品种较多,面料一般是聚酯纤维、锦纶等合成纤维。每款防晒衣强调自己的紫外线防护系数UPF值,UPF值从40+“卷”到100+,让人难辨。

其实,防晒工艺不是秘密,在于屏蔽、吸收紫外线,前者在面料纤维增加涂层,增强屏蔽紫外线的作用;后者在涂层中添加吸收剂,直接吸收一部分紫外线。

除了防紫外线效果,防晒衣还“卷”起了科技功能。

今年出现一个新词“原纱防晒”,防晒服饰放弃过去添加防晒涂层的制造工艺,直接在纱线中添加能反射和吸收多波段光的分子,让纱线自带防晒功能,实现产品耐水洗、长效防晒。

“过去添加防紫外线助剂的防晒衣,洗多了,助剂会减少,防晒效果下降。今年我们推出多款防晒衣,采取原纱防晒技术,达到高倍防晒效果。”知名品牌骆驼服饰面料研发总监罗芳珍说,紫外线阻隔大于98%,UPF值超过50。

不少企业主动创新,采用有高效防晒功能的纳米材料。一些企业还在服装上加入芯片,监测紫外线强度,提供更加智能化的防晒体验。

这些年随着户外生活方式流行,防晒衣使用场景扩展到登山露营、亲子出行、徒步骑行等多元环境。“我平时爬山徒步,上班吹空调,更关注跨场景适用性。”“70后”周先生的想法,代表了时下防晒衣多元需求。许多防晒衣设计冲锋衣版型,适应旅行天气多变、防风、速干特性,又满足室内抵御冷气、上班通勤、秋装常服等功能,一衣多穿。

产业新需求空间大,需规范发展

防晒经济热,将催生防晒产业更多新需求“新玩法”。艾瑞咨询发布的白皮书分析,近些年,诸多瞄准防晒“赛道”的专业新锐品牌、运动品牌、常服品牌纷纷入局,甚至一些原本生产羽绒服的品牌也“跨界”卖起了防晒衣。

长沙一家品牌防晒衣销售商告诉记者,现在防晒衣代工生产,防晒体验虚实难辨,存在标准缺失、数值不透明等问题,容易误导消费者。

通常来说,防晒衣的防晒指数会进行标识。但记者在多家门店看到,防晒衣并无防晒指数、紫外线防护系数等规范标识,导购使用“超强防晒”“极致凉感”等模糊话术来营销。有消费者称,“感觉产品都差不多,很难挑选,而且有很多仿品。”

一些防晒衣产品使用劣质原料和简单的加工工艺,在防晒效果、耐用性和舒适度等方面难以达到消费者预期。一些产品经过几次洗涤后,防晒性能大幅下降,无法满足消费者长时间户外活动的需求。

“防晒衣产品是有国家标准的。”这位品牌防晒衣销售商介绍,国家标准《纺织品防紫外线性能的评定》(GB/T 18830-2009)规定,紫外线防护系数(UPF)大于40,且315至400nm紫外线透过率(UVA)小于5%的纺织品,才能被称为“防紫外线产品”。

业内人士表示,目前防晒产品市场还处于粗放、自发经营阶段。行业应建立更为完善的品质监管体系,确保产品质量符合标准,助力行业朝着标准化、透明化、规范化方向发展。

全面从严治党在路上

宁远县:

专项督查织密社保基金“安全网”

湖南日报全媒体记者 杨佳俊 通讯员 单明海 许诗语

“感谢县纪委监委的同志,让我如数领取到了养老金。”8月5日,宁远县禾亭镇新龙岗村被截留的养老保险金被全部追回,村民黄大爷终于领取到前两个月的养老金。

今年6月,宁远县纪委监委在禾亭镇开展养老社保领域腐败和作风问题专项监督检查时,有群众反映该镇部分满60周岁的村民未按期领取到养老金。宁远县纪委监委高度重视,成立调查组对相关情况进行核实。经调查发现,原来是时任镇民政所所长陈某某利用职务便利,将收缴的养老保险金截留用于日常开支。宁远县纪委监委随即对陈某某进行立案处理,及时追回违纪款并为村民补缴了养老保险。

养老保险是人民群众安享晚年的有力保障和重要支撑,关乎群众切身利益。今年以来,宁远县纪委监委在全县范围内开展养老保险专项监督,坚决纠治养老社保领域腐败和不正之风,守护好群众的每一分“养老钱”。

压实主管部门监管责任。在专项监督中,宁远县纪委监委督促相关部门对城乡居民养老保险领域相关信息进行数据比对,发现问题线索105条。针对问题线索,宁远县纪委监委坚持“快”字当先、违纪必查,采取“一线索一分析一调查”,定期召开问题线索研判会,制定阶段性监督方案,有的放矢推进问题线索查办。截至目前,已立案查处4人,为1021户群众补缴养老保险金。

扎紧基金管理制度笼子。宁远县纪委监委通过制发纪律检查建议书、监察建议书等方式提出整改建议,督促社保基金管理领域有关单位针对性开展以案促改、以案促治,推动扎紧制度笼子,进一步规范社保基金管理和运作。特别是针对相关单位对死亡人员数据掌握不及时不精准等问题,及时督促推动人社、社保、民政等部门建立数据共享机制,由民政部门每月定期向人社、社保部门提供死亡人员名单,经排查比对后暂停养老保险待遇,进一步完善了社保基金管理机制,织密社保基金安全防护网。

感受一粒“种子”的力量

8月14日,长沙隆平水稻博物馆,孩子们在参观“袁隆平与杂交水稻”陈列,感受一粒“种子”的力量。 湖南日报全媒体记者 田超 摄

衡山县永和乡:

力破小水果“丰产不丰收”困境

湖南日报8月14日讯(全媒体记者 周怡然 通讯员 夏建军)今天,随着第四届“初恋味道 果约永和”水果采摘季活动的启动,素有“小水果之乡”美誉的衡山县永和乡迎来了一年一度的采摘盛会。

依托地势平坦、土壤肥沃、阳光充足的地理优势,永和乡水果种植面积达1万亩,年产值近亿元,其中,百亩以上的水果基地就有20多个。菁香桃、冬枣、沃柑、葡萄、砂糖橘等10余种水果,让永和乡一年四季都有鲜果采摘,成为带动当地增收致富的优势产业。

在永和乡新场市社区菁香桃基地,一颗颗色泽清亮、个头饱满的桃子挂满枝头,果香四溢。今天是开园的第一天,不少商家过来下订单。

“我们的菁香桃口感硬、脆、甜,经久耐贮,不放进冰箱也可以保存一个星期,最远销售到了新疆。”基地负责人符安民说,菁香桃属于晚熟硬桃新品种,错峰上市填补了秋季缺乏鲜桃的空白,深受市场欢迎。今年整个基地预计产量在5万公斤左右,目前已经预售了5000多公斤。

永和乡党委书记胡奇才告诉记者,为了破解水果大量集中上市造成的“丰产不丰收”困境,近年来,永和乡积极转变产业发展思路,拓宽线上销售渠道,让小水果对接上海、北京等地的大市场,打造竞争优势。

鲜果对存储条件、发货速度要求高。今年,永和乡与物流公司达成深度合作,优化配送效率,降低运输成本,让新鲜优质的水果快速走向消费市场,远销全国各地。

胡奇才预计,今年线上水果销售将占到总量的五成。为了保证品质和口感,永和乡还引导各种植基地优化包装以保障产品质量。