

“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488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“99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年食品接触用纸质容器等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



新华社发 朱慧卿 作

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质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，过于洁白的纸杯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。

2026中国网络媒体论坛 在河南郑州开幕

新华社郑州3月29日电(记者 王思北 王前慧)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开幕。各界与会人士围绕网络内容建设的新形势、新任务、新路径展开交流探讨。

开幕式上发布了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。现场还启动了中央网信办2026年网上重大主题宣传和重大议题设置项目暨“开局之年看中国”网络主题宣传活动。

今年论坛进一步创新举办方式，做精内容、做实成果。论坛期间举办了正能量创作者大会、数智赋能正能量生产传播大会等活动，以及“变革之路：网络媒体创新实践”“融媒新声：政企新媒体出圈入心新路径”“讲好故事：从共情传播到文化认同”“善用善治：AI内容规范发展”等主题论坛。

此外，论坛上还启动了“2026正能量行动计划”和“2026正能量创作者支持计划”，通过流量倾斜、收益激励、成长赋能等方式，让创作者有支持、让正能量有共鸣；并发起《清朗网络空间 汇聚向上向善》倡议，发布《数智赋能正能量生产传播态势报告》等。

本届论坛会期2天，由中央网信办、人民日报社、河南省委网信委主办。

我国将加快推动前沿技术与 航运产业深度融合

新华社北京3月30日电(记者 叶昊鸣)记者30日从交通运输部获悉，为加快推动人工智能等前沿技术与航运产业深度融合，培育壮大航运新质生产力，交通运输部、工业和信息化部、国务院国资委、市场监管总局近日联合印发《智能航运2030行动计划》，明确“十五五”期间我国智能航运发展的总体要求、重点任务和保障措施。

据交通运输部有关负责人介绍，行动计划以科技创新和产业创新为路径，以场景应用为牵引，明确了两个阶段发展目标。到2027年，我国将实现人工智能与航运要素深度融合，核心技术取得突破，建立三个以上智能航运综合试点区域、开辟五条以上试点航线，打造十个以上可推广的智能航运典型场景，运营百艘以上智能船舶；到2030年，我国将全面掌握核心技术，形成技术、产业、治理协同发展新模式，智能航运发展达到国际先进水平。

围绕上述目标，这名负责人说，行动计划从技术装备攻关、应用试点赋能、基础设施提升、监管治理提升四大维度，系统部署了11项重点任务，着力构建覆盖创新链、产业链、价值链的智能航运发展体系，推动我国智能航运迈向系统集成与规模化应用新阶段。

这名负责人表示，行动计划的印发，不仅为破解制约我国智能航运发展的瓶颈问题提供了系统性解决方案，也为2035年基本建成交通强国、助力中国航运在全球智能化浪潮中实现由“并跑”向“领跑”跨越，注入强劲动能、奠定坚实支撑。

蓝皮书显示秦岭地区 生态质量有所改善

新华社北京3月30日电(记者 高敬)生态环境部发布的《秦岭地区生态保护蓝皮书(2025年)》显示，秦岭地区生态格局逐步优化，生态质量有所改善，生态功能总体稳中有升。

生态环境部新闻发言人裴晓菲30日在新闻发布会上介绍，为加强秦岭地区生态保护与修复监督，生态环境部近日组织完成了秦岭地区生态状况变化调查评估，形成了《秦岭地区生态保护蓝皮书(2025年)》。

蓝皮书以秦岭自然地理单元为评估对象，涉及豫、鄂、渝、川、陕、甘、青等六省一市，系统反映了大秦岭地区生态保护状况。蓝皮书显示，秦岭地区生态格局逐步优化，生态质量有所改善，生态功能总体稳中有升。自2018年以来，秦岭地区森林和湿地等关键生态系统面积稳步提升，超50%的重要生态空间呈恢复趋势，超过60%的区域生态质量不同程度好转，水源涵养和土壤保持功能增强区域面积比例分别为60%和47%，固碳功能增加区域面积比例达到55%。

蓝皮书同时显示，秦岭地区局部生态系统稳定性有待提升，生态破坏时有发生，分区监督精细化水平有待提高。

裴晓菲表示，蓝皮书既是秦岭地区的“体检报告”，也是“保健方案”，将不断引导加强跨区域生态保护协同合作，更好统筹自然恢复和人工修复，推动秦岭地区生态系统不断优化，增强生态安全屏障作用。

第九届广西万村篮球赛在“嗨玩”中落幕

新华社南宁3月29日电(记者 曹祥铭)29日晚，历时近三个月的第九届广西万村篮球赛在玉林市兴业县落幕，南宁市思陇祥华社区队获得总冠军。

广西万村篮球赛(前身为广西万村农民篮球赛)是广西体育局于2006年创办的一项以行政村为参赛单位的群众篮球赛事，原则上设置乡镇级赛、市级赛和总决赛三个阶段，部分地区可根据实际情况增设县级赛。

历时三天的总决赛汇聚了广西全区14支设区市冠军队伍，采用“小组循环+淘汰赛”赛制，14支劲旅抽签分成四组比拼，各组前两名晋级复赛，通过层层角逐争夺总冠军。

比赛，会分出胜负；快乐，每个人都是主角。

27日晚的总决赛开幕式现场座无虚席，人声鼎沸。表演环节，演员们乘坐拖拉机入场，拖拉机一响，全场气氛瞬间被点燃。随后的比赛中，观众把锅碗瓢盆当作

“专业应援棒”，带来“硬核”应援。

“不管哪支队伍进球，我们都欢呼。”总决赛当晚，来自富川瑶族自治县的球迷潘志云说，“大家都是业余的，别管球技如何，开心就得了，我们并不那么在意比分。”

近年来，随着脱贫攻坚的胜利和乡村振兴的推进，广西农村地区的基础设施建设有了质的飞跃，全自治区已实现每个行政村至少有一个篮球场。今年春节前后，本届赛事的乡镇级赛全面开赛，赛场热度持续攀升。

2月18日，农历大年初二，兴业县蒲塘镇男子篮球赛举行最后两场比赛。记者在现场看到，下午1时许，村民们陆续来到球场，其中不乏外地球迷，高峰时有近7000人，而整个蒲塘镇的户籍人口不过5万余人。

3月7日晚，来宾市县级男子篮球赛在金秀瑶族自治县桐木镇能容纳近万人的全民健身中心进行。尽管元宵节已过，球

外仍然停满了车辆，赛场内外挤满了前来观赛、感受氛围的群众。

这种火爆的观球场面，近些年在广西并不罕见。广西体育局群众体育处处长林敬华介绍，广西万村篮球赛历经九届传承创新，已经成为广西覆盖面最广、参与度最高、乡土气息最浓、群众基础最深的乡村体育品牌赛事之一，也成为凝聚乡情、增进团结、振兴乡村的重要载体。

场内有观赛之乐，场外有丰富体验。比赛期间，记者在广西多地赛场外看到，各地将民俗展演、特色农产品展销、乡村美食体验、农文旅宣传推介深度融入赛事全过程。兴业县将赛场变为农特产品推介会，富川瑶族自治县以“肥猪、牛羊”等农味奖品彰显乡土风情，环江毛南族自治县融入毛南族民俗展演……各地以篮球赛为纽带，让篮球场变成乡村好物展销台、文旅活动打卡点、县域消费新引擎，实现“体育赛事搭台、文旅消费唱戏、乡村群众受益”。