

国务院新闻办公室举行“新征程上的奋斗者”中外记者见面会——

生态环境领域代表讲述“共绘美丽中国”故事

本报记者 彭澳丽

5月20日,国务院新闻办公室举行“新征程上的奋斗者”中外记者见面会,5位来自生态环境领域的优秀基层代表围绕“坚持环保为民,共绘美丽中国”分享了他们的奋斗故事。从长江之滨到三晋大地,从卫星遥感到太湖之畔再到雪域高原,他们用实干与坚守书写着新时代生态文明建设的生动篇章。

重庆市涪陵区生态环境局大气环境保护科科长何双江从2019年开始从事生态环境保护工作,这些年来他最引以为傲的是让涪陵区的PM2.5浓度从2023年的41微克/立方米降到2025年的30微克/立方米。“数据是诚实的。”他总结出“六个一”治气策略——扣紧责任“一条链”、画清作战“一张图”、构建监管“一张网”、下好治污“一盘棋”、建立问题“一本账”、编好应急“一本册”。面对小吃街120家商户的油烟扰民问题,他推动闭环整治,投放带净化设施的移动餐车,既留住人间烟火气,又减少油烟扰民。“治气工作没有终点,实干方得蓝天。”他说。

山西亚鑫新能科技有限公司总经理谢洪洪在焦化行业干了30多年。他坦言,过去烟囱冒烟被视为产销兴旺的标志,但环境污染和群众关切倒逼企业主动转型。如今,亚鑫从单一煤焦化工

升级为涵盖能源化工、动力电池等产业的新型企业,2026年被认定为“国家级绿色工厂”。他算了一笔账:绿色转型后能耗下降34.6%,工序成本下降25%。“投资绿色产业就是投资未来。”他说,企业从被动应付检查转向主动提升治理能力,真正实现了生态、生活、生产和谐发展。

生态环境部卫星环境应用中心自然生态遥感部主任侯鹏主要从事生态环境遥感的科研技术攻关以及业务化应用工作。他介绍,目前,生态环境部已经建成并高效运行国家生态环境遥感监测业务体系。在一次对某城市母亲河的摸排中,他们发现40多处违法采石行为,当地据此完成清退、整改、复绿。“遥感从问题发现到治理跟踪以及成效评估都发挥了很大作用。”他说,从长江排污口排查到自然保护区人类活动监测,新技术让精准执法成为可能;生态环境保护理念已深入人心,发展与保护正走向共赢。

生态环境部太湖流域东海海域生态环境监督管理局监督管理处副处长李敏霞和其团队,被称为流域生态环境的“哨兵”“尖兵”。他们常年在一线撬井盖、翻墙头、下涵洞,推动解决跨界河道垃圾、污水直排等难题。令人振奋的是,太湖水生态环境持续向好——2024

年太湖湖体水质30年来首次达Ⅲ类,综合营养状态指数创最好水平。“水岸同治、标本兼治,减排扩容、两手发力,协同增效、科技赋能,让‘江南明珠’重现光彩。”她总结道。

西藏自治区林芝市巴宜区林芝镇真巴村村委会主任尼玛多吉,带领33户151人的小村庄走上了“生态饭”“旅游饭”。村里有300多亩桃林、1250多株野生桃树,每年“桃花节”能带来300多万元收入,2024年人均可支配收入达4.43万元。他们创办“绿色银行”——捡垃圾换积分、积分兑商品,积分高还能增加农行贷款授信额度。村民常说:“生灵善待山林,山林护佑生灵。”2021年习近平总书记到此考察,2025年回信勉励他们“把雪域高原的自然美景保护好,把‘桃花村’品牌擦得更亮”。尼玛多吉说:“新征程上,我们一定要把老祖宗留下来的野生桃树保护好,让群众过上幸福美好的生活,日子像桃花一样美。”

5位基层奋斗者的故事,反映了新时代中国生态文明建设的坚实步伐。从PM2.5浓度下降、企业绿色转型,到遥感监测精准执法、太湖水清岸绿、雪域高原生态富民,他们用行动证明:绿水青山就是金山银山,环保为民的初心正绘出美丽中国新画卷。

山西“十五五”规划明晰文旅发展新路径

本报讯 (记者朱萌)5月21日,山西省人民政府新闻办公室举行“开局起步‘十五五’”山西省专题新闻发布会,围绕《山西省国民经济和社会发展规划“十五五”规划纲要》进行深入解读,重点介绍《纲要》的总体思路、主要任务和重大举措,其中文化旅游领域部署清晰、举措务实。

山西文旅资源得天独厚,有“五千年文明看山西”的美誉。近年来,山西发挥比较优势,强力推进文旅发展,“十四五”以来,山西国内游客年均增长10.4%。“十五五”时期,山西将进一步深

挖资源宝库,深耕文旅融合,加快把资源优势转化为文旅产业发展优势,建设文化旅游深度融合发展高地。山西将以“文物活化”做好文化赋能文章,坚持保护第一,加强文化遗存有效利用,打造“古建+”主题路径,推动文物资源向旅游产品转化,开发特色文创,让文化遗存从打卡地变为深度体验地。以“业态融合”激活产业发展动能。推进“文旅+养老”“科技+文旅”双向赋能,打造康养旅居、沉浸体验新场景,推广景区带村、赛事引流新模式,促进农文旅体商融合

发展。

山西将以“空间重构”打造全域协同格局,以3个一号旅游公路为纽带,构建全域旅游路网;积极与周边省市深度联动,强化太原文旅集散核心功能,提升各城市旅游能级。统筹推进各县名镇名村协同联动;实现从旅游单点突破向全域联动;以“服务提质”塑造满意旅游品牌,围绕“吃住行游购娱”全要素,全面提升旅游服务品质,扎实开展旅游市场秩序整治,深化投诉快速处置机制,持续擦亮“旅游满意在山西”服务品牌。

针线里的民族情 泥土中的盛唐彩

本报记者 张影

针线穿梭、窑火跳动。近日,记者随“中华民族共有精神家园建设主题文化活动”走进河南,在安阳安绣的一针一线、洛阳唐三彩的千年釉色中,看到非遗传承人正以鲜活的方式书写“文化同源、精神同园、建设同愿”的生动篇章。

在安阳的河南安绣文化产业集团有限公司展厅里,铺展着一幅刺绣长卷《千里江山图》,青绿山水仿佛在“流动”。工作人员陈静说:“这是新疆哈萨克族、维吾尔族的绣娘们花了一个多月时间绣出来的。不少绣娘没出过新疆,她们通过绣《千里江山图》了解了祖国的壮美山河。”

“这幅石榴刺绣是特意设计的。”陈静指着另一幅刺绣作品绣面上紧紧相依的石榴籽说,“新疆绣娘一针一线绣出了民族团结的寓意。”据介绍,该公司2016年起先后在新疆库车、哈密巴里坤、和田建立了3个培训基地及乌鲁木齐办事处,10年来累计培训维吾尔族、哈萨克族、回族等少数民族绣娘3000余人。

该公司总经理严静卿讲述了一个哈萨克族绣娘的故事:她原本生活在牧区,靠放牧为生。通过培训,她到县城的安绣馆全职工作,丈夫和孩子也跟着搬进县城,孩子现在城里上学。

“安绣技师培训从普通话教学开始。绣娘们学了普通话,回家还教给子女和亲戚。”严静静说,一期培训21天,课间休息时,维吾尔族绣娘会带着培训老师跳民族舞,老师也教她们做面食、跳广场舞,大家的感情在日常交流中越来越深。绣娘学会刺绣后,每月能稳定增收2500元至3000元。

当年行至洛阳市孟津区南石山村三彩小镇,仿佛进入一个露天的唐三彩博物馆:房檐屋檐上、墙垣院落间,骆驼昂首、骏马扬蹄、胡人牵驼……各式仿唐三彩随处可见,釉色在阳光下熠熠生辉。

南石山村以盛产唐三彩而闻名,从事唐三彩烧制技艺的企业有72家,从业人员3500多,年产值3.5亿元。国家级非物质文化遗产唐三彩烧制技艺传承人高水旺今年68岁,制作唐三彩近50年。自20世纪80年代起,他通过改造窑炉、分享雕塑模具等,推动了南石山村唐三彩质量的整体提升。

“唐三彩诞生于唐代,距今1300多年,以黄、绿、白为主,实际上不止三种颜色。南石山村手艺人通过修补残件,摸索并恢复了失传千年的制作技艺,至今已传承120多年,非常不容易。”高水旺感慨道,“民间艺术就像山花野草,在

阳光雨露中显示出顽强的生命力,但要想茁壮成长,还需要‘人工辅助’,比如国家的各种政策支持。”

近年来,三彩小镇不断深挖唐三彩的丝路文化底蕴,创新打造“非遗+研学+文旅融合”,向世界讲好中国故事,以三彩技艺为桥梁,串联世界各地和国内各省市及港澳台地区,每年接待国内外研学团队和旅行团超过10万人次,让各民族、各地域青少年在文化体验中增进民族认同、情感认同,以文化交流促进民心相通。

“研学的初衷是让孩子走出校园,先看看唐三彩怎么从一团陶泥做成作品,再亲身体验。”洛阳九朝文物复制品有限公司总经理高哲说,“当孩子们拿到自己烧制的作品,那种成就感是对传统文化最好的致敬。”

高哲的父亲做了一辈子唐三彩。高哲留学回国后,打开了唐三彩文创新思路,开发出马卡龙色系的唐俑、冰箱贴等。

“一成不变会把路走死。”高哲说,“老祖宗的手艺要坚守,但表现形式要与时俱进,比如和游戏《梦幻西游》《英雄联盟》合作,把游戏角色做成唐三彩,让年轻人通过好玩的产品了解传统技艺。”

方机器人小店、磐石“麦奇玩国”互动魔方机器人等“文化+科技”产品,为展区增添了浓浓“科技味”。

湖南展区借助AI技术展示了湖湘文化大模型、中国摩崖石刻数据库、山海大模型等数字化成果。现场工作人员介绍,《湖湘文库》AI版本以近4亿字典籍为核心资源,融合大语言模型与知识图谱等前沿技术,让观众不仅能读典籍、听讲解,还能与湖湘文化深度互动。湖南出版集团打造的湖湘文化大模型接入文化典籍、红色资源、非遗民俗、方言语音等数据,搭载文献典籍处理、历史人物仿真、方言语音交互、文化内容生成等专项模型矩阵,在文化传承、文数融合、文旅升级等方面实现智能化应用。

“顺应历史大势和时代潮流”

(上接第一版)

“中俄教育年”,这是中俄第十个国家级主题年。习近平主席言明此举深意:“教育是国与国之间连接民心、传承友谊的重要桥梁,是功在当代、利在千秋的崇高事业。”

“俄罗斯学汉语的人数逐年递增,目前已经超过10万人。”普京总统回应,“我完全赞同我的老朋友习近平主席的观点。我们共同启动‘俄中教育年’,这一联合倡议无疑具有标志性重大意义。”

两国元首的深入交流,从上午延续到晚上。

傍晚时分,习近平主席同普京总统一同步入人民大会堂澳门四季厅,参观“传承中俄世代友好 树立大国关系典范”图片展。



全民阅读关键在『全』字

汤恒

《全民阅读促进条例》明确了全民在阅读方面的权利义务,明确了政府在阅读促进工作方面应承担的主体责任,使全民阅读促进工作成为一个长期、稳定、系统的事项。贯彻落实《条例》,可从以下三方面着力。

首先,激发阅读意愿、养成阅读习惯,从小抓起,以个人发展需求为导向,让阅读贯穿全年龄段。

从古至今,阅读对个人、群体、社会、国家具有基础性、根本性的价值和意义。不管阅读主体有何变化,兴趣和热爱依然是促进人们阅读的主要动力源,由此,有三项重点任务要抓。

一是激发成长动力,面向中小学生群体的义务教育阶段。阅读和人的语言能力成长相伴相随,14岁之前,是培育阅读兴趣、养成阅读习惯的“黄金时期”。因此,以语文教师为主体,体系化做好中小学生的阅读促进工作,应成为一大重点。在课程体系中嵌套阅读活动,播下“阅读等于成长”的种子,继而将热爱与各种现实阅读需求相结合,就可产生持续的阅读动机。

二是激发发展动力,主要面向职业群体。全民阅读工作最需要激发的阅读需求应和职业发展相关,缺什么、学什么,用什么、读什么。人们在不同的年龄段,不同的岗位环境中有不同的职业瓶颈需突破,要提升、拓展不同的技能和思维疆域,有利于此的需求是强劲的,协同各方力量满足基于职业发展的全民阅读需求,相信会充满活力和潜力。

三是激发终身学习动力,面向所有群体,贯穿人生各阶段。全民阅读促进工作要多关注休闲、养老领域,以公共文化服务设施、资源为支撑,创新阅读活动方式,引导激发人们开展拓展性阅读,不断丰富精神世界、增添精神力量,让阅读与其他创新创造活动汇流,助力人们成就更丰富的人生意义和价值。

其次,要以解决流动人口、乡

村少年儿童、老年人和阅读障碍群体的阅读需求为主攻方向,逐步缩小阅读“鸿沟”。

全民阅读关键在“全”字,意味着一个不能落下。由于城乡、区域、群体在资源、禀赋和受教育程度方面有差异,阅读“鸿沟”的确存在。据统计,2025年我国外出农民工超1.8亿人,他们的阅读促进始终是个难题,这个“难”不是指他们不易获取纸质读物和数字内容产品,而是指因为工作地与户口所在地不一致而未能享受相应的公共文化服务。各地都在寻找破题之道,也有不少实践成果,比如有的用工地政府和社区营建公共文化阅读空间,为进城务工人员提供便利;有些乡村中小学与城市学校结

成对子,共享阅读优质课程,分享阅读带来的群体思想情感成长。

再次,建立完善阅读设施、资源和服务直达基层机制,确保公共文化资源在全民阅读中的普惠性、可及性。

一是建立阅读场景的拓展机制。书本触手可及,是读书人的梦想,也是被经验证明能激发阅读意愿的场景。曾几何时,无论是首都、省会、地级市、县城,还是繁荣的乡镇集市,都能见到书店、书报摊等,但渐渐地,这些场景几不可见。如今,不少机构和地方在进行富有成效的探索,有的图书馆与银行网点以“馆银模式”开展合作,有的城市在交通站点、写字楼等处建设阅读场景,为基层群众打造身边的阅读空间,这些都应当大力鼓励和支持。

二是健全阅读资源的渗透机制。据统计,2025年我国共有3253个图书馆,数量上比2015年仅增加117个,但总流通146983万人次,比2015年增加88644万人次。这表明图书馆总分馆制改革成效显著,读者借阅、还书的便利化程度大大提高。

三是完善全民阅读的资源筛选机制。图书市场、数字阅读市场本身具有竞争性的筛选机制,但也存在自发性、盲目性,有时甚至会失灵。因此,应当从文明传承、伦理秩序、创新创造和圈层传播等维度,构建阅读资源的筛选机制,为全民阅读奠定坚实基础。

四是完善东西协作、城乡协作、企校协作等帮扶机制。比如支持城市中小学校向乡村中小学校流转百余书籍,在共享课程中增加阅读课程。

五是完善全民阅读的推广工作机制。制定专门工作计划,确定专项工作预算,明确专门工作人员,特别是要构建一支政府支持、以志愿者为主体的全民阅读指导员(领读员)队伍,在全民阅读活动中发挥骨干和引领作用。

(作者为中国大众化学学会)

2026全国文化企业30强、全国成长性文化企业30强发布

5月21日,光明日报社和经济日报社联合向社会发布“2026·全国文化企业30强”和“2026·全国成长性文化企业30强”名单。

“2026·全国文化企业30强”企业名单

(共30家,排名不分先后)
中国出版集团有限公司
中国教育出版传媒集团有限公司
中国电影产业集团股份有限公司
华夏电影发行有限责任公司
中国国际电视总公司
咪咕文化科技有限公司
北京泡泡玛特文化创意有限公司
北京微梦创科网络技术有限公司
北京点众科技股份有限公司
完美世界股份有限公司
河北出版传媒集团有限责任公司
上海电影(集团)有限公司
江苏凤凰出版传媒集团有限公司
江苏省广电有线信息网络股份有限公司
浙江出版联合集团有限公司
华数数字电视传媒集团有限公司
宋城演艺发展股份有限公司
浙江华策影视股份有限公司
安徽新华发行(集团)控股有限公司
科大讯飞股份有限公司
江西省出版传媒集团有限公司
山东出版集团有限公司
中原出版传媒投资控股集团有限公司
长江出版传媒股份有限公司
芒果超媒股份有限公司
中南出版传媒集团股份有限公司
腾讯科技(深圳)有限公司
广东省广播电视网络股份有限公司
新华文轩出版传媒股份有限公司
成都可互动画影视有限公司

“2026·全国成长性文化企业30强”企业名单

(共30家,排名不分先后)
中国东方演艺集团有限公司
中国文化传媒集团有限公司
大行道文化科技(天津)有限公司
山西省文化遗产勘测与保护研究院有限责任公司
内蒙古出版集团有限责任公司
沈阳创思佳业科技有限公司
吉林东北亚出版传媒集团有限公司
哈尔滨冰雪大世界股份有限公司
上海合合信息科技股份有限公司
上海四维文化传媒股份有限公司
上海建为历保科技股份有限公司
江苏新华日报传媒有限公司
福建教育出版社有限责任公司
福建畅玩网络有限公司
江西仟得文化传播有限公司
山东大众信息产业有限公司
河南阳光少年传媒有限公司
武汉理工数字传播工程有限公司
深圳市酷看文化传播有限公司
广东南方智媒科技有限公司
广西山海星辰传媒集团有限公司
海南元游信息技术有限公司
重庆日报报业集团产业有限责任公司
重庆达瓦合志影像科技有限公司
贵州教育出版集团有限公司
云南演艺股份有限公司
城上和美文化旅游股份有限公司
易点天下网络科技股份有限公司
读者出版传媒股份有限公司
新疆新华书店发行有限责任公司