



| 新时代中国调研行·黄河篇 |

大河之治 宁夏先行

——宁夏全力推动建设黄河流域生态保护和高质量发展先行区

新华社记者 刘紫凌 李鹤 郑赫

大河汤汤，华夏泱泱。保护黄河是事关中华民族伟大复兴的千秋大计。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央从中华民族和中华文明永续发展的高度，作出黄河流域生态保护和高质量发展的重大战略决策。

宁夏依黄河而生、因黄河而兴，保护黄河义不容辞，治理黄河责无旁贷。

2020年6月，习近平总书记在宁夏考察时要求“努力建设黄河流域生态保护和高质量发展先行区”。承担重大使命任务，宁夏率先在体制机制上创新，以改革开路，以创新破题，在系统性提升流域生态环境质量中展现“上游担当”，以敢先行先试的魄力加快推动发展新旧动能转换，奏响新时代“黄河大合唱”塞上乐章。

“资源有价、交易有市、节约有效”

“黄河西来决昆仑，咆哮万里触龙门”，九曲黄河奔流入海，在中华大地上勾勒出一个大大的“几”字。黄河“几字弯”一撇处的宁夏是全国唯一全境属于黄河流域的省份。

宁夏地域面积不大，但面临的生态脆弱、水资源紧缺、产业转型升级挑战多等问题在黄河流域具有典型性。通过先行先试为黄河流域其他地区积累可复制的经验，以重点突破带动整体提升，是宁夏承担的重大使命任务。

为此，先行区建设中，宁夏在体制机制创新上先行一步，大力推进用水权、土地权、排污权、山林权、用能权、碳排放权“六权”改革，建立起资源有价、交易有市、节约有效的制度体系，持续释放生态保护和高质量发展活力。

水资源短缺是黄河流域面临的主要问题之一。为破解水困，宁夏在深化用水权改革过程中，将用水权确权到末级渠系最适宜计量单元，为工业企业建立用水台账，用水定量、使用有偿，过去“水从门前过，不用也有错”的用水理念被有效扭转。

“确保前，我们这一带每年灌溉用水量达4000多万立方米，确保后用水总量限定，倒逼大家自觉节水，每年灌溉用水量降到2200多万立方米。”吴忠市利通区二支渠农用水协会会长马金良说。



中国彩妆产品缘何走俏日本市场

新华社记者 钟雅

近年来，中国彩妆产品在日本市场销售势头旺盛，日本从中国进口彩妆等化妆品数量快速上升。行业人士和专家认为，中国彩妆走俏日本市场与中式妆容在日本受到欢迎密不可分，同时也折射出中国企业创新能力升级及“中国制造”向“中国创造”的转变。不过，一些业内人士认为，要成为日本化妆品市场的常青树，中国企业需要更深入了解日本市场，悉心培育品牌。

中国彩妆在日销量增长突出

从印有花知晓广告的花车行驶于涩谷的繁花街道，到花西子眼影广告出现在热播日剧《动物》，中国彩妆已悄然走入日本消费者的日常生活。

日本美妆行业人士表示，大约三年前中国美妆产品开始走俏日本，销量快速攀升。与欧美及韩国品牌相比，中国彩妆品牌虽然进入日本市场时间不长，但增长速度突出，发展势头还在进一步增强。

据日本进口化妆品协会统计，2022年日本从中国进口彩妆类产品较上年增长近44%，总额达104亿日元(1美元约合145日元)，排名第三。今年上半年，日本从中国进口彩妆类产品同比增长约45%至61亿日元左右，跃居第二；其中，眼妆类产品进口额达34亿日元，同比增长超过51%，增幅排名第一。

中国彩妆品牌心慕与你自2020年进入日本以来，其唇部彩妆产品唇泥已累计销售超过43万支。负责在日本销售心慕与你产品的丽知株式会社社长杨茜对新华社记者说，公司2023年的销售目标是比去年翻一倍以上。

20多岁的东京女孩丰珍在银座一家商场选购了中国彩妆品牌完美日记的眼影盘。她对新华社记者说：“我感觉广告模特的造型非常可爱，忍不住想尝试一下靓丽明艳的中式妆容。”

中式妆容走红促进文化交流

近年来，一批中国彩妆品牌诞生不久便在中国国内市场赢得庞大客户群，不少品牌将目光投向海外市场。中国海关总署数据显示，今年上半年中国美容化妆品及洗护用品出口额达30.3亿美元，同比增长23.7%。

“华丽”“色彩鲜艳”“妆后气场远”……使用过中国彩妆产品的日本女性这样评价对中式妆容的印象。

《经济学人》杂志日前刊登一篇题为《日本年轻人想要打扮成中国明星》的文章说，现在日本美妆大师追捧中式妆容，而过去时尚之风通常是从日本吹向中国。

2019年，中式妆容热潮开始在日本兴起。日本网友造了一个词“Chiborg”来形容人间难得的中国美人，这个词由China(中国)和cyborg(仿生人)组合而来。如今，越来越多日本年轻女性喜欢上了轮廓清晰、浓眉红唇的中式妆容，使日本时尚文化更丰富多元。

日本美妆博主“鹿之间”在视频分享网站上置顶的中国网红妆教学视频已获得超过100万观看量。日本《每日新闻》在报道中引用她的点评：中式妆容表达出女性的力量和自信，这在日本是非常新颖的。

天津科技大学外国语学院日语系主任赵俊表示，中式妆容在日本的流行是民间友好交流的有力证明，这一潮流和趋势无疑会拉近感情和心理距离，对两国人民深入交流产生积极影响。

《日经亚洲》网站发表评论指出，中式妆容走红日本表明，年轻一代总能拥抱外来文化与潮流，这值得所有人学习。

深度扎根日本市场任重道远

精良的中国制造、精心的市场调研、精密的规划布局，使中国彩妆产品在日本市场受到青睐，中国美妆品牌在日本市场获得良好口碑。不过，多名业内人士表示，中国美妆品牌要成为日本市场的常青树仍然任重道远。

据日本进口化妆品协会统计，2022年日本从中国进口彩妆类产品较上年增长近44%，总额达104亿日元(1美元约合145日元)，排名第三。今年上半年，日本从中国进口彩妆类产品同比增长约45%至61亿日元左右，跃居第二；其中，眼妆类产品进口额达34亿日元，同比增长超过51%，增幅排名第一。

2019年，中式妆容热潮开始在日本

兴起。日本网友造了一个词“Chiborg”来形容人间难得的中国美人，这个词由China(中国)和cyborg(仿生人)组合而来。

如今，越来越多日本年轻女性喜欢上了轮廓清晰、浓眉红唇的中式妆容，使日本时尚文化更丰富多元。

日本美妆博主“鹿之间”在视频分享网站上置顶的中国网红妆教学视频已获得超过100万观看量。日本《每日新闻》在报道中引用她的点评：中式妆容表达出女性的力量和自信，这在日本是非常新颖的。

天津科技大学外国语学院日语系主任赵俊表示，中式妆容在日本的流行是民间友好交流的有力证明，这一潮流和趋势无疑会拉近感情和心理距离，对两国人民深入交流产生积极影响。

《日经亚洲》网站发表评论指出，中式妆容走红日本表明，年轻一代总能拥抱外来文化与潮流，这值得所有人学习。

2019年，中式妆容热潮开始在日本

兴起。日本网友造了一个词“Chiborg”来形容人间难得的中国美人，这个词由China(中国)和cyborg(仿生人)组合而来。如今，越来越多日本年轻女性喜欢上了轮廓清晰、浓眉红唇的中式妆容，使日本时尚文化更丰富多元。

精良的中国制造、精心的市场调研、精密的规划布局，使中国彩妆产品在日本市场受到青睐，中国美妆品牌在日本市场获得良好口碑。不过，多名业内人士表示，中国美妆品牌要成为日本市场的常青树仍然任重道远。

2019年，中式妆容热潮开始在日本

高质量发展调研行

听，产业链中的发展脉动

新华社记者 贺占军 郑昕

一块煤的产业链可以有多长？一辆汽车能带动几条产业链？一颗苹果的产业链该如何延伸

带着这些问题，记者连日来走访了陕西省数十个在建重点项目，从产业链中深切感受到经济发展的强劲脉动。为加快构建具有陕西特色的现代化产业体系，陕西各地聚焦重点领域、关键环节，在链上发力，推进产业链强筋壮骨，不断塑造新优势、培育新动能，推动经济高质量发展。

在位于陕西省榆林市榆横工业区的厂区中机械轰鸣，中控室里，技术人员实时监控着设备运行状态。这家在石嘴山市平罗县成立不久的公司主营业务是通过微生物发酵、蛋白分离等工序将含一氧化碳的工业尾气“变废为宝”，生产成燃料乙醇、乙醇梭菌蛋白等高附加值产品。

“利用这种工艺处理工业尾气，产生的经济价值是传统方式的三四倍，还能大幅减少二氧化碳、颗粒物和氮氧化物排放，产品在清洁能源和饲料市场上供不应求。”公司总经理贾伟说。

这是宁夏“六新”产业发展的一个缩影。近年来，宁夏煤制油技术、高端阀门制造、3D智能铸造等高科技实现了从跟跑、并跑到领跑的转变，新材料产值年均增长30%左右，新能源装备机占比超50%，2022年全区单位GDP能耗比2020年下降8.2%……一个个新发展成果推动宁夏经济“含绿量”“含新量”“含金量”不断提升。

发展为了人民，发展依靠人民、发展成果由人民共享。宁夏经济高质量发展成果正广泛惠及人民群众。

近期宁夏50余万亩酿酒葡萄陆续成熟。这些天，银川市永宁县闽宁镇农民马寿建忙着组织村民，到附近的葡萄园里打工。“这些年周边建起好多葡萄园，找工作很容易。打工几年后，我升职成为葡萄园的片区负责人，每月挣1万元不成问题，去年还给家里添了辆小汽车。”马寿建说。

数据显示，2020年至2022年，宁夏居民人均可支配收入由25735元提高到29599元，居民收入提高速度超过GDP增速。

“黄河落天走东海，万里写入胸怀间”，新征途上，宁夏正全力推动先行区建设取得新的更大突破，为黄河永远造福中华民族作出更大的宁夏贡献。

新华社银川9月11日电

三部门联合印发通知制止婚宴餐饮浪费

新华社北京9月11日电 市场监管总局、民政部、中央精神文明建设办公室近日联合印发《关于进一步做好制止婚宴餐饮浪费工作的通知》，通过强化部门联动，引导协会发力，积极构建从新人结婚登记提醒、合理设计婚宴菜品到创新供餐服务形式、探索餐后捐赠的宽领域、全流程、多层次制度机制。

通知指出，婚宴服务经营者应当将制止餐饮浪费相关内容纳入婚宴服务协议，引导消费者践行“光盘行动”；优化婚宴菜单，合理搭配菜品数量和分量；鼓励婚宴服务经营者提供多种供餐形式，提升服务水平，主动引导消费者餐后打包。

通知强调，各级市场监管部门、民政部门和文明办要加强制度供给，强化对婚宴服务经营者的日常监管和行政指导，做好新人结婚登记时的提示提醒，积极营造浪费可耻、节约为荣的氛围，促进制止餐饮浪费成为全社会的行动自觉。

通知明确，相关行业协会要积极发挥引导作用，强化行业自律，引导婚宴服务经营者实行全过程标准化、规范化管理，既保证食品安全，又减少食材不必要的损耗；引导婚宴服务经营者使用统一样式的公共餐具并提高公用餐具使用率。

《企业标准化促进办法》将于2024年施行

新华社北京9月11日电（记者赵文君）市场监管总局近日修订出台《企业标准化促进办法》，办法将于2024年1月1日起正式施行，旨在为企业标准化工作营造更加优良的环境，激发企业标准化工作中生动力。

办法提出，用企业标准自我声明公开和监督制度代替企业标准备案管理制度。与备案制相比，企业在公共服务平台上公开一项标准，仅仅需要10分钟左右的时间，并且不需要任何费用，企业标准自我声明公开为企业节约了大量的经济成本和时间成本。

在监管方面，办法明确规定以“双随机、一公开”监管方式，依法进行监督检查。除特

美国研发出可实时监测肾移植排异反应的电子设备

新华社北京9月11日电 美国西北大学近日发布公报说，该校研究人员领衔的团队研发出一款能持续实时监测移植肾脏健康状况的植入式电子设备，可检测与肾移植排异反应引起的炎症或其他身体反应相关的体温异常。新设备有助于对肾移植排异反应的早期干预，改善患者治疗结果和健康状况。

排异反应是器官移植患者需要终生警惕的问题。目前监测移植肾脏健康状况的简单方法是检测患者的肌酐、血尿素氮等标志物水平，但准确性有限。而作为判断排异反应“金标准”的活检属于侵人性手术，存在引起出血、感染、疼痛及其他并发症的风险。

为更简单、可靠地监测肾移植排异反应，西北大学等机构研究人员开发出一款超薄、柔性植入式传感器，可通过感知体温异常变化，为潜在的肾移植排异反应提供早期预警信号。

这款传感器宽0.3厘米，长0.7厘

米，厚度仅220微米，与一根头发的宽度相当。传感器安装在包裹肾脏的纤维膜之下，其中包含一个高灵敏度温度计，可检测到肾脏微小幅度的温度变化。传感器与安置在肾脏附近的微型纽扣电池相连，后者包含为设备供电的微型纽扣电池，并使用蓝牙技术将数据无线传输到手机、平板电脑等外部设备上。所有电子元件都包裹在一种柔性和具有生物相容性的塑料中。

研究团队借助接受了肾移植的大鼠模型测试了该设备，结果显示该设备比目前常用的方法早三周检测到排异反应预警信号。这有助于医生更早干预，以改善患者治疗结果和健康状况，增加肾移植成功率。

相关论文已发表在新一期美国《科学》杂志上。下一步，研究人员将在更大型的动物模型中测试该设备。虽然最初研究是针对肾脏移植的，但研究人员认为，该设备也适用于肝脏、肺等器官移植的排异反应监测。