

国家林草局公布最新监测数据： 我国东北虎豹野生种群数量实现恢复性增长

华西都市报讯(记者 卢荡)2026年7月29日是第十六个“全球老虎日”。记者从国家林草局获悉,最新公布的监测数据显示,近10年来,我国东北虎豹野生种群持续恢复,东北虎豹国家公园内,野生东北虎由2017年的27只增长至72只,野生东北豹由42只增长至115只,数量实现倍增,旗舰物种保护取得标志性成果。

据介绍,近年来,我国加快建设以国家公园为主体的自然保护地体系,实施濒危物种拯救工程,强化野生动物监测网络和救护体系建设,野生东北虎、东北豹等旗舰物种栖息环境得到有效改善,有力促进了种群繁衍生息、恢复增长。

特别是东北虎豹国家公园正式设立五年来,统筹推进生态保护、科研监测、执法监管、民生保障、跨境合作,完成林下补植补造60万亩,实施人工林改造试点、林业病虫害防治面积超19万亩,打通5处野生动物迁徙通道,有效修复碎片化栖息地,区域生态连通性显著增强。打造天空地一体化智能监测系统,可精准识别30余种野生动物,东北虎、东北豹的物种识别准确率超过90%。累计监测到东北虎活动超3万次、东北豹活动超4万次。

此外,我国持续推进跨境保护合作,与俄罗斯豹地国家公园建立常态化协作机制,联合开展种群统计、跨境巡护、信息共享等工作,共同打造近1.7万平方公



这是7月29日在黑龙江东北虎林园拍摄的东北虎。新华社记者 张涛 摄



东北虎幼崽。图据国家林草局网站

里跨国保护地,目前已有21只东北虎、27只东北豹实现常态化跨境迁徙。

“十五五”时期,我国将全面推进自然保护地体系建设,高质量建设国家公园,系统修复野生东北虎豹生态廊道和整体生境。强化生物多样性保护,实施野生动植物保护重大工程,提高大熊猫、东北虎豹等旗舰动物保护研究能力,开展165种极度濒危国家重点保护野生动植物抢救性保护和监测预警,以更大力度推进生物多样性保护事业高质量发展。

暑期大幕开启,出境游热度不断升温,海关在进境渠道拦截、查处的外来物种也有所增多。

回国旅客请注意： “异宠”进境暗藏风险

近日,深圳海关所属罗湖海关关员对进境旅客进行监管时,在一名男性旅客的行李、烟盒及裤子口袋多处发现用衣服和黄色胶带层层包裹的活体甲虫,共计8只。

当事人声称,这些甲虫为帮他人携带进境,为逃避海关监管所以用衣裤和胶带包裹后塞进随身背包及口袋。

深圳海关动植物检验检疫技术中心物种资源检测鉴定实验室主任张伟锋介绍,此次查获的8只活体甲虫中,7只为长戟大兜虫、1只为亚克提恩大兜虫,分别是世界上最长的甲虫之一和最重的兜虫之一,在我国均无自然分布,属于外来物种。“这意味着,它们一旦流入自然环境,我们对其在本土生态中的破坏力几乎一无所知,非常危险。”

然而,这并非个案。

日前,厦门邮轮港海关关员在执行进境客轮监管任务时,发现两名通关旅客神色紧张、举止异常,但其行李过机图像未见异常。经谨慎研判,现场关员决定对其进行人身检查,最终在一名旅客的上衣马甲口袋中查获疑似箱龟3只,在另一名旅客的内衣中查获疑似箱龟2只,经鉴定均为卡罗莱纳箱龟,也属于外来物种。

据海关统计,今年一季度,全国海关在口岸检出动物疫病和植物检疫性有害生物1.2万种次,同比增长15.6%,查获外来物种1163批次,增长5.9%;从进境旅客携带物和邮件、快件中查获1000余只“异宠”,主要为甲虫、蜘蛛等节肢动物,蛙、蝾螈等两栖动物,观赏鱼等鱼类,以及蜥蜴、蛇等爬行动物。

所谓外来物种,是指在中华人民共和国境内无天然分布,经自然或人为途径传入的物种。通俗讲,可以称作我国物种界的“外来户”。近年来,区别于猫和狗等常见宠物,外形奇特、罕见怪异的另类动物日益成为玩家新宠。一些爱好者和不法商家更是不惜铤而走险,把这些外来物种当成“异宠”,违规引入境内。

“并不是所有的动植物及其产品均可携带、寄递入境。”海关总署动植物检疫司司长王益愚表示,非法引进的“异宠”,一方面因未经检疫,可能传带多种疫病,威胁人体健康;另一方面因未对其生态影响进行评估,入境后一旦进入自然界,可能会对我国生物多样性造成破坏,威胁生态安全。

面对这一态势,海关总署等六部门首次发布的《口岸重点管控外来物种名录》已于2026年5月1日实施。名录涵盖21个科(属、种),包括巨人恐蚁、森林葱蜗牛、眼点丽鱼、海蟾蜍等。名录同时明确,未经批准,擅自引进名录内外来物种的,海关将依法没收物种,并处5万元以上25万元以下罚款,构成犯罪的,还将被追究刑事责任。

王益愚提醒广大出境游客,回国时要增强生物安全意识,自觉遵守法律法规,提前了解相关规定,切勿携带、寄递新鲜水果等动植物及其产品,以及外来物种进境。如有携带,入境时应主动向海关申报,并接受检疫。

新华社记者 邹多为
(新华社北京7月29日电)

现在出门买咖啡,都流行自带杯?

一只便携咖啡杯成为都市人清晨出门的“标配单品”,“自带杯立减”正由商家促销演变为公众低碳生活共识。从省钱小技巧到环保新自觉,从个体选择到城市风尚,自带杯不再是小众行为,而是折射社会文明、新消费理念与生活态度的鲜活载体。

从“省钱实惠”到“生活风尚”

上海的清晨,总是被咖啡香唤醒。“一大早出门打咖啡,比点外卖有仪式感。”刚来上海工作不久的小沈告诉半月谈记者。在上海静安区工作的白领小张也养成了这个习惯:“每杯便宜5块钱,一周下来就是一杯免费咖啡。”

“省钱”,是消费者选择自带杯最直接的动力。目前,众多咖啡品牌都为自带杯顾客提供2至8元不等的优惠。在省钱之外,这笔账有更深的生态意义。据中国产品全生命周期温室气体排放系数库及公众环境研究中心调研数据,单次使用自带杯约可减少40克碳排放。坚持每天使用,一年累积的减碳量,相当于种下一棵树。

半月谈记者在走访中发现,自带杯消费客群正在不断扩大。在一家位于写字楼集中区域的咖啡店,店员给出了一个相当可观的数据:“我们门店每天可以出售自带杯咖啡约100杯。”

简约、环保、可循环,正是当下年轻人追求的生活美学。在社交平台上,网友竞相晒杯子、晒环保打卡、晒减碳账单。这场“自带杯运动”还从商家主导走向消费者共创,网友们晒出的自带杯五花八门——高脚杯、陶瓷碗、保温壶……“环保”正从严肃的说教,变成一场有趣的生活实验。



消费者用自带杯购买咖啡。周心怡 摄

从“一杯咖啡”到“绿色生活链条”

不仅是一杯咖啡,绿色消费理念还进入快餐、烘焙等领域,从小众场景走向大众生活。

许多坚持自带杯的消费者,往往也会自带餐具、使用环保袋、拒绝过度包装商品。点外卖时主动勾选“无需餐具”,购物时优先选择简装产品,出行时更偏爱步行、骑行或公共交通。小小的环保行为相互串联,构成完整的绿色生活链条。

在自带咖啡杯热潮推动下,“可重复使用”逻辑向着餐盒、甜品碗等更多容器延伸。一些烘焙门店主动为自带杯或自带包装盒的顾客提供小幅度优惠;部分快餐店推出自带餐盒减费活动……

许多咖啡品牌顺势而为,及时跟进。除支持自带杯外,不少门店通过增加堂食陶瓷杯、优化回收体系、减少包装耗材等,将环保融入服务细节。

数字平台则成为绿色生活的“连接器”。美团、大众点评等主流生活服务APP已开通“自带杯”搜索功能。

从“个体行动”到“社会共识”

过去,一次性杯具因便捷、廉价成为消费主流,大量纸杯、塑料杯被快速使用、快速丢弃。“全球每年使用约5000亿个一次性杯子,首尾相连可往返月球85次,其中大量最终流入环境并碎裂成微塑料,对水体、土壤乃至人体健康构成长远威胁。”环保机构“摆脱塑缚”项目经理陈艾佳说。

正因如此,自带杯的价值才引人注目:每一次重复使用,都是对资源的珍惜。

由上海自带杯引发的绿色消费风潮,正在向全国迅速扩散。据美团平台数据,全国已有超过17000家门店上线“自带杯”标签,其中上海有2200余家,位居全国第一。

除了自带杯,循环杯也为当下饮品消费提供了一种新选择。在多地咖啡节、茶饮节活动中,已出现循环杯租借服务:顾客在指定站点借用标准化循环杯,使用后无需清洗,直接归还至合作站点即可。这有效降低了参与门槛,让没时间携带、不方便清洗的消费者也能轻松加入低碳行列。半月谈记者 周心怡 陈潇雨