



上海召开学习贯彻总书记回信精神座谈会

让分类从『新时尚』变成『好习惯』

本报讯（记者 郭剑烽）昨天下午，市委宣传部、市文明办召开学习贯彻习近平总书记给上海市虹口区嘉兴路街道垃圾分类志愿者回信精神座谈会。会议充分肯定广大市民特别是志愿者开展垃圾分类工作以来取得的显著成效、作出的重要贡献，有力推动垃圾分类文明理念深入人心。

会议强调，要认真学习总书记重要回信精神，按照中央和市委部署要求，总结工作、交流经验、部署任务，不断推动垃圾分类从“新时尚”成为“好习惯”，更好推进生态文明建设、提高全社会文明程度。

会议指出，要巩固优势，进一步以志愿服务引领垃圾分类新时尚。希望广大社区工作者和志愿者既要当好宣传员，带动更多市民群众自觉养成分类投放和低碳环保的生活习惯，又要当好智囊团，做好调查研究和民意收集，提出更多真知灼见，引领垃圾分类新时尚，推动形成人人践行、全社会参与的生动局面。既要做好关爱，最大限度“为服务者服务”“为奉献者奉献”，又要讲好故事，加大先进典型挖掘选树力度，激发市民的共情与共鸣，切实把总书记的殷殷嘱托转化为提升工作水平的有力举措，推动城市文明程度和市民文明素养“双提升”。



新时尚
达人

活跃在校园内外的“不丢垃圾”老师

开设再生设计课程 引导学生变废为宝



学生利用废弃物进行艺术创作

受访者供图

跨学科属性的美育劳育结合课程诞生，希望探索适合学生与公众的废弃物低碳化、艺术化、低技术门槛的循环路径。

课程开放给集团校选修，除高中生外，辽阳中学初中生也一同参与，组成跨学段小组。不同年龄、性别、喜好的孩子们交流合作，在废弃物的寻找与再利用中，碰撞出环保、低碳与艺术的火花。

食品包装拼贴而成的古风云肩（一种服饰）、塑料水瓶做成的多肉植物花园、咖啡包装和锡纸做成的反“网暴”艺术装置……一件件兼具艺术性与实用性的作品在课堂上诞生，演绎“化腐朽为神奇”的绿色理念。

走出校园反哺社区

“学生有热情有创意，学校就应引导帮助创意实现。作品一定要走出去，让更多人看到，学生才会有成就感。”王独伊与校方聚合各种资源，为学生实现创意的落地与展示。

实践中，已有十多项创意落地，学生作品还走进杨浦公园党群服务中心展出。甚至，课程的触角还延伸到外区，学生们参与了长宁区新华路街道“一平米行动”。

“我们用努力印证了，垃圾只是放错地方的宝藏。”王独伊说，“通过这项课程，希望学生们养成简约适度的消费习惯，减少不必要的购买，践行绿色低碳的生活方式。”

本报记者 金旻矣

上海推行垃圾分类，垃圾减量是绕不开的一环，如何对可回收物再利用是各方思考的话题。在上海市控江中学市级创新实验室文创中心，有一位“不丢垃圾”的美术老师王独伊。她开设的《废弃物再生设计》课程，将垃圾减量、废弃物治理与校园生活紧密结合，通过初高中学生辐射到家庭，反哺给社区。去年，该案例获评本市新时尚示范案例“行动案例”二十佳，从中能感受可持续发展理念缩影与青年人用艺术践行社会责任的情怀。

利用校园可回收物

一擦擦洗净的塑料咖啡杯、一袋袋零食塑料包装、一个个矿泉水瓶……在文创中心，你会看到一堆堆“垃圾”。“我尽量不丢垃圾，什么都可以成为学生们艺术创作的材料。”王独伊说。

“当时我观察到，学生的消费习惯并不环保，喝下的饮料瓶随手扔，教室里的垃圾桶一天就满了。我就让学生留意，有哪些可回收物能为我们所用。”在学校支持下，一门带有

从超级工厂到市民餐桌只要24小时 叮咚买菜为小龙虾打通数字化通道

红五月，上海人开启“吃虾季”。尾肥体壮的小龙虾在油锅中来回翻滚，沾染上一身的麻辣鲜汁，去头嗦汁、剥壳吃肉，紧致滑嫩中又有辣香扑鼻，就是这个味儿。

小龙虾好吃，却不好做。光是洗虾这件事，就能劝退一大半的人。因此，越来越多的消费者选择“便捷快手”的预制菜作为品尝小龙虾的新方式。生鲜电商叮咚买菜的预制菜自有品牌“拳击虾”就在5月迎来了销售高峰。

连年火爆的“拳击虾”从何而来？新鲜好吃的秘诀又是什么？跟着叮咚买菜，追踪一只小龙虾的24小时数字之旅。



保龙虾达到腹白、腮白、线白这三白的标准。

清洗完成后的活虾，开始进入加工流程。冷吃小龙虾保质期仅6~7天，最大的难点便是保质期的控制，因此加工环节的温和和环境卫生管控尤为重要。“高温会滋生微生物。时间越长，微生物滋生就越多，保质期越短。在加工过程中，小龙虾裸露在空气中的温度不能超过12度，裸露时间不能超过30分钟。”叮咚买菜品控人员柳鑫介绍，“同时我们按照‘极净车间’标准对车间进行打造，并进行严格的品控检测。从活虾挑选、生产加工、成品检测到冷链发运以及质量客诉每一道环节都要层层把关，保障拳击虾的品质持续稳定。”

最终包装完毕的小龙虾，会在凌晨2点运往全国各个地区。次日一

早，上海等地的用户就可以在手机上下单最新鲜制作的“拳击虾·盱眙十三香小龙虾”、“拳击虾·盱眙原味小龙虾”等美食了。如此，借助生鲜电商的“云端”赋能，小龙虾的养、产、销等每一个环节都变得无比通畅。

树立小龙虾预制菜产业新标杆

从养殖基地到超级工厂，从超级工厂到市民餐桌，回望一只小龙虾的24小时新鲜之旅，背后是叮咚买菜牵手盱眙县打造的小龙虾预制菜供应链。这无异于搭建了一条数字化通道，让地域美食突破空间和时间的限制，树立起了小龙虾预制菜产业新的标杆。

“盱眙被称为‘中国龙虾之都’，但在很长一段时间里，盱眙龙虾产

业的发展很大程度依赖于本地餐饮，或生产以冷冻产品为主的小龙虾预制菜，在规范化流程、标准化生产以及高质量地在全国范围内推广、抢占市场方面存在一定短板。”

叮咚买菜预制菜负责人欧厚喜介绍，2021年，叮咚率先在国内盱眙打造了即食冷吃小龙虾产线，用传统的糟醉工艺将小龙虾打造成开盖即食的休闲零食，一经推出就风靡全国。去年，叮咚买菜推出的小龙虾预制菜品牌“拳击虾”销售突破2.5亿元。

在此基础上，双方的合作在今年进一步升级。今年4月，叮咚买菜和盱眙龙虾产业集团签订《战略合作协议》，双方联合打造的叮咚买菜小龙虾超级工厂每天能够加工活虾4万斤，成为盱眙龙虾抢占全国市场的重要抓手。

叮咚买菜首席商品官（CMO）徐志坚表示，小龙虾如今已经成为了每年千亿元规模的产业，叮咚买菜将与盱眙在模式创新、品牌打造、小龙虾全产业链标准制定等开展合作，用创新、高质量的小龙虾商品满足市场不断升级的消费需求，持续擦亮“盱眙龙虾”的金字招牌，助力其走向全国乃至世界。

盱眙龙虾产业集团、盱眙天源控股集团董事长张晓东表示，龙虾产业现已成为盱眙支柱性产业，与叮咚买菜开展合作，有利于发挥典型引路和示范引领作用，打造小龙虾产业高质量发展样板，全力开启

盱眙龙虾二次创业新征程。

以“商品力”构建自身竞争优势

在叮咚买菜APP上搜索“拳击虾”，能够找到约30种不同口味、不同组合的小龙虾产品。早在今年春节期间，咚买菜自有研发团队的王牌大厨们就已经开启了新一季商品的研发。在往年热卖的蒜蓉口味、麻辣口味、十三香口味之外，推出了冷吃百香果口味、烧烤口味、盱眙十三香口味等新品。

其中冷吃百香果口味拳击虾采用的是酸甜风味的百香果原浆，加入张裕金奖白兰地，清爽果香碰撞浪漫微醺，造就独特风味。冷鲜烧烤味道小龙虾则用洋葱、郫县豆瓣、大蒜等十余种香辛料腌制，再撒上小火制的新疆孜然粒，让香味更加浓郁。开盒即食的方式更将小龙虾的便捷做到极致，露营、烧烤、出行，消费者随时随地都能大快朵颐。

值得一提的是，“拳击虾”销量连年火爆，与叮咚买菜近年秉持的商品力战略息息相关。自2021年起，叮咚买菜就明确了“商品力是第一推动力”，持续强化商品力及供应链能力，来构建自身的竞争优势。

根据刚刚结束的财报电话会，2023年Q1，叮咚买菜以预制菜为主的自有品牌商品已经占整体GMV的19%，自有品牌的用户渗透率已提升至70%以上。

打通小龙虾养、产、销全链路

5月的清晨，天刚蒙蒙亮，在江苏盱眙的叮咚买菜小龙虾养殖基地，工作人员穿着过膝长筒靴下了塘。他们两人一组，一人撑船、撒网、收网，另一人装筐，说笑间就把小龙虾给收了。一只只色泽鲜亮、膘肥体壮、张牙舞爪的小龙虾被捕捞上岸，赶在早上6点前放入冷藏车，运往旁边的叮咚买菜龙虾超级工厂。

清洗是烹饪环节开始前的重要步骤，工业化清洗对卫生的把控要优于大多数线下的人工处理，这也是小龙虾成为预制菜热门品类的原因。两个小时内的三道清洗环节：清洗、浸泡、超声波气泡机清洁，确