



《老外讲故事》第六季:12位外籍人士讲述亲身感受的绿色中国故事

《绿水青山之间》明起上线

本报讯 (记者 薛慧卿)“绿水青山就是金山银山”,20年来,这段话语激荡在山海,回响于世界。明天,由上海市委宣传部、市委外宣办、市委网信办、新民晚报社联合推出的《老外讲故事》第六季系列融媒体产品《绿水青山之间》正式上线,来自美、英、德、日、澳等8个国家的12位外籍人士将讲述他们用脚步丈量、用镜头记录、用心灵感知的绿色中国故事。

生态文明建设,关系民生福祉,关乎民族未来。前不久出版的《习近平谈治国理政》第五卷,也对“两山”理念进行了系统阐释。来自世界各地的老外如何认识生态文明?在中国式现代化建设过程中,老外们如何看待高质量发展和高水平保护的辩证统一关系?本系列融媒体产品中,12位外籍人士分别聚焦生态农业、水系治理、动物栖息、

建材环保、植树造林、乡村旅游等主题,讲述自己亲历的故事与真切体悟。

这里有绿水青山。美国工程院院士、国际著名环境工程专家里特曼教授2005年和同济团队一起开展对上海滴水湖及周边河道水质修复研究,为滴水湖水环境保护提供了珍贵的早期第一手资料。20年后,当他再次来到滴水湖,亲手采集的湖水检测结果令他赞叹不已,曾经担忧的水质问题如今成了滴水湖的闪光点。日本纪录片导演竹内亮执着于用镜头记录长江,电影《再会长江》让观众看到了长江真切的变化,更是中国生态文明发展最好的展示。来自澳大利亚的马丁是帆船运动的爱好者,20年来见证了淀山湖水质的逐年改善。“在上海的家门口,我们拥有一个美丽的湖泊”,他分享着自己与家人在淀山湖畔参与帆船运动的快乐经历。

18年前,付恺从德国来到上海,对鸟类的兴趣让他对上海这片土地产生了好奇与喜爱。而今,他已拍摄了370多种鸟类,收录在《上海南汇鸟类图集》中并在专业网站分享,他想让全世界都能看到上海的生态之美。

更多的老外则用亲身经历践行着“绿水青山就是金山银山”的理念。比如,加拿大小伙鲁艾可在福建发现竹产业大有可为,又和伙伴在上海成立公司致力于推广绿色竹材与环保理念,如今绿色竹材已广泛应用于学校、图书馆等建筑中。来自日本的石附健一在上海崇明通过有机种植和机器更新等方式,传递绿色农业的理念。广西、贵州交界的小县城群山环绕,50年以上树龄的枫香树随处可见,多特瑞中国区总裁、美国人麦欧文说,“枫香香薰精油”的开发不仅提升了枫香树整体价值,也促使当地农民更

加保护森林,达成人和大自然双赢。留恋于莫干山的四季美景,尼泊尔滑翔伞国手飞龙将这里视为第二故乡并开起了尼泊尔风情民宿,他还不断播撒环保种子,为即将出生的孩子和更多人创造一个世外桃源……

20年,滴水成城;20年,绿满金生。8月15日起,《绿水青山之间》将以图文、海报、视频的全媒体形式推出,每日更新一集。本市主流媒体所属新媒体平台、东方卫视等电视频道、各商业网站及平台将同步播出。



扫码看先导片
视频:萧君玮
翻译:林 岩

新民眼 绿水青山的世界回响 潘高峰

布鲁斯·爱德华·里特曼教授手中的水质检测仪,曾记录下上海滴水湖初见雏形时尚待修复的水质数据。20年后,再临故地的这位美国工程院院士感叹不已,“水质已经成为了这里的闪光点!”

20年,滴水成城;20年,绿满金生。今年8月15日,是“绿水青山就是金山银山”理念提出20周年,由上海市委宣传部、市委外宣办、市委网信办、新民晚报社联合推出的《老外讲故事》第六季系列融媒体产品《绿水青山之间》明天正式上线。包括里特曼教授在内的12位外籍人士,将面对镜头,讲述他们用脚步丈量、用镜头记录、用心灵感知的绿色中国故事。

时代是思想之母,实践是理论之源。时至今日,“两山”理念在中国式现代化伟大实践中不断丰富拓展,已成为习近平生态文明

思想的原创性、标识性概念。前不久出版的《习近平谈治国理政》第五卷第十主题“全面推进美丽中国建设”中,就对“做绿水青山就是金山银山理念的积极传播者和模范践行者”进行了系统性阐释。

“两山”理念重塑美丽中国,不仅成为全党全社会共识,也为全球生态文明建设贡献着东方智慧与经验。中国20年的探索与实践,从来就不是闭门造车,而是在人类命运共同体框架下的一场生态革命,许多外国友人见证甚至亲身参与其中。《绿水青山之间》正是透过这些外籍人士对生态农业、水系治理、动物栖息、建筑环保、植树造林、乡村旅游的观察与实践,折射中国的环境变化、发展的理念变迁。

当前比利时驻华大使奈斯将他打造的云南农场命名为非洲语“卡比杉”(意为“好的”),当加拿大创业者鲁艾可写诗吟咏竹子“擎天

立地自从容”,这些带着温度的个体经验,让中国的环保政策与理念变得鲜活动人。“他者视角”到“我们逻辑”的转化,也让东方生态智慧获得了跨文化的解码,不但更具说服力,也给更多不熟悉中国的外国人,带来情感共鸣。

比如,尼泊尔滑翔伞运动员飞龙在莫干山找到了比故乡博卡拉更澄澈的天空,他驾驶翼翼掠过竹海的轨迹,与德国观鸟者付恺《上海南汇鸟类图集》中震旦鸦雀的飞行路线,在云端交织成优美的生态五线谱;德国建筑师林舒雅的ESG评估体系里,上海老建筑雷士德工学院的砖石肌理与江西工厂的被动式节能设计,构成对“可持续”最直观的注解;鲁艾可的竹材帝国更是展现了生态经济的可能性——从武夷山竹林到浦东写字楼,从德法学校的竹制楼梯到外卖餐盒的纤维替代,他用中国传统的“不可居无竹”演绎着可持续发展的东方方案……

这幅跨越国界的青山绿水长卷,再现了中外思想的对话与交融的过程,也让中国智慧超越观念层面,进入全球环境治理的实操领域——当德国环保技术遇上中国市场规模,当尼泊尔运动员变成莫干山环保志愿者,人类命运共同体也在生态维度获得了具象载体。世界终将理解,中国的绿水青山,是人类共同的家园;东方的生态文明,是世界的未来曙光。

生态没有国界,但需要翻译者。上海是改革开放的前沿窗口,有着开放、创新、包容的城市品格。《绿水青山之间》的国际传播叙事创新,不仅让习近平生态文明思想可触可感,也让世界更加理解中国式现代化的深刻内涵。当奈斯说“‘两山’理念是人类共识,绿色转型不是重返贫困的浪漫想象,而是创造新质生产力的现实选择”,这来自多元文化背景的独特思考,正在重塑国际社会对中国发展模式的认知。

归根结底,优质生态环境是最公平的公共产品,也是最共通的世界语言。

“乐赏上海”文化消费券明起发放

面向全国观众 覆盖多类演出

本报讯 (记者 孙佳音)为了更好地发挥文化在扩大内需、释放消费潜力的作用,也为了推动文化类演出消费,激发大众观演热情,降低艺术消费门槛,提升演出市场上座率,引导更多市民走进剧场、走近高雅艺术,构建惠民共享的艺术发展格局,本周五12时起上海将向全国消费者发放2025年“乐赏上海”文化消费券。

据了解,本次发放的文化消费券,适用的演出类型囊括在沪举办的除演唱会外的各类文艺演出活动,包括话剧、歌剧、舞剧、木偶剧、杂技剧、音乐会、音乐剧、戏曲、live house、脱口秀、沉浸式演出、电竞赛事(不含体育消费券适用的赛事)等。第一轮消费券发放时间为8月15日至9月13日,每周五、六12时

至20时,消费者可分别通过云闪付、支付宝、微信“乐赏上海”相关活动页面和小程序“抢券”。券面设置目前为五档,覆盖主流票价区间,即满100元减30元、满300元减100元、满500元减200元、满800元减300元、满1000元减400元,兼具使用便利性和实用性,先到先得,领完即止。



旅客领到东航新版登机牌

关键信息「放大提亮」 东航新登机牌试运行

本报讯 (记者 金志刚)昨天起,东航新版登机牌在上海虹桥国际机场T2航站楼率先启动试运行。新版登机牌优化了信息呈现方式并融入地域元素,出行指引更清晰,进一步提升旅客出行体验。

7月23日,润米咨询创始人、著名商业顾问刘润在自己的微信公众号发布了一张信息清楚字体很大的登机牌图片,引起了网友关注和热烈讨论。大家纷纷希望登机牌上的关键信息可以被“放大提亮”。而刘润拿到的虹桥机场登机牌是上海国际机场地面服务有限公司代理的某航空公司登机牌。该公司为上海浦东、虹桥两大机场的一些航空公司代理地面服务,其代理的部分航空公司的登机牌已“更新”优化,其中包括厦航、海航等16家国内航空公司和1家国外航空公司(印尼翎亚航空)。

东航这次推出的新版登机牌针对登机口、时间、座位号等关键信息进行了优化升级,全部采取“放大提亮”设计,通过字体加粗放大、色彩对比增强等方式,让旅客可快速识别登机牌上的核心内容,尤其为老年旅客降低了信息读取难度,有助于减少误机风险。

此外,东航新版登机牌在设计上更加注重融入地域特色。以上海始发航班为例,登机牌面采用玉兰环绕“上海三件套”的设计图案,将城市的摩登气质与文化特色融入其中。这一设计,使登机牌作为一张登机凭证的同时,也承载了城市文化的展示功能。未来,具有地域特色设计的东航新版登机牌将逐步推广至更多航线。

文化消费券十问十答

1. 消费者领取“乐赏上海”文化消费券有哪些规则要求?
答:消费者在第一轮活动中(8月15日—9月13日),每位消费者每个平台每轮限领取一次,每个平台最多限领取一张消费券。
2. “乐赏上海”消费券是否有有效期?
答:消费券自发放之日起7个自然日内有效。例如:周五抢券,有效期至下周四23:59:59。消费者若成功领券但没有使用,过期失效。
3. “乐赏上海”消费券能否与其他优惠叠加使用?
答:可以。消费券可与参加活动商家的优惠叠加使用,以实际消费额享受对应的满减抵扣优惠。
4. 消费券是否适用于上海所有的演出?
答:仅适用参与活动的演出剧目。具体适用演出剧目的名单将由各票务平台或商户公布。
5. 演出剧场内的餐饮、娱乐项目以及票务平台上的周边商品能用文化消费券吗?
答:不可以。文化消费券仅限演出类产品使用,不得用于抵扣除演出以外的其他消费。
6. 文化消费券核销是否限制用户手机定位信息在上海?

- 答:**消费者通过线上票务平台预订参与活动商户的演出类产品时,文化消费券核销不限制用户手机定位信息。消费者通过线下窗口订票并核销消费券时,限制用户手机定位信息必须在上海。
7. 消费券可以转赠亲友吗?
答:不可以。消费券仅限中签者本人使用。
8. 线上在线预订演出是否有截止时间限制?
答:可预订的演出时间为:自2025年8月15日至2025年12月31日。
9. 使用消费券抵扣支付的演出订单可否退票?
答:消费者通过使用文化消费券的订单,其退改规则与票务平台或商户现有退改规则一致。且使用文化消费券进行抵扣支付的订单,消费者可以要求商家按规定开具发票,其中发票的金额为该笔订单中用户自行支付的部分,消费券对应的金额不计入发票金额。
10. 消费券是否可以拆开使用?
答:每笔消费仅限使用1张消费券。每张消费券一次性全额使用,不设找零、不可拆分使用。