

要闻

宁波舟山港联手德国威廉港——

这十年,浙江在欧洲造了一颗“物流心脏”

■ 本报记者 胡静漪 王凯艺
通讯员 胡锦梁 徐朦晰

在最近举行的2026第十届海丝港口国际合作论坛上,记者听说了这么一个故事:十年,浙江在欧洲,硬生生建起了一颗“物流心脏”。

主角是谁?“世界第一大港”宁波舟山港和德国第三大港威廉港。两个港口,隔着1.3万公里,用了整整十年,在欧洲扎下一个物流支点。

先说说威廉港。2015年,它刚启用3年多,坐拥德国唯一的深水集装箱码头,条件不错,可就是没啥货。旁边全是老牌强港:汉堡、鹿特丹、安特卫普,竞争激烈得不行。威廉港空有一身本事,但使不出来。

而宁波舟山港呢?那会儿货物吞吐量已经连续多年全球第一,但也有自己的“烦恼”——怎么从大到强?怎么进一步融入全球供应链网络,提升国际物流话语权?

一个缺货,一个想“出海”。两个港口,各有所需,一拍即合。

2016年,在第二届海丝港口国际合作论坛上,双方签了合作协议。这是宁波舟山港第一次牵手欧洲港口。

真正的“加速”,发生在这几年。欧洲电动车需求爆发,锂电池、光伏组件这些“新三样”货值高、时效快,市场急需一条“点对点”



威廉港物流园区仓库。

受访者供图

的中欧直达航线。

2024年底,中欧快航“嘉华宁波”轮装着1700多个标箱,从宁波舟山港出发,26天后抵达威廉港。船抵港那天,威廉港市市长卡斯滕·菲斯特说了一句很有意思的话:“我们相距1.3万公里,地理上确实很远,但这条新航线,让距离不再是障碍。”

船到了,货得有地方放。几乎同时,时任浙江海港(德国)供应链管理

有限公司总经理章清带着2人小团队,在威廉港物流园区运营起一片3.2万平方米的仓库。这是浙江省海港集团在欧洲的第一个核心物流支点,专给中国货物当“歇脚地”。

但问题也来了。按照欧盟法规,锂电池、储能柜这些九类危险货物,得有危险品资质才能集中存放。而且货放在那儿,就会产生关税和增值税。如果能拿到保税监管资质,企业就能根据市场行情灵活出货,省下不少钱。

跑部门、买设备、改建筑备案……折腾了一通,2025年,两种资质都拿到了。浙江省海港集团在德国,终于有了个真正适配“新三样”的保税仓。

更妙的是,货到威廉港后,通过卡车、火车或支线船,4天左右基本能覆盖北欧、中东欧等30多个国家;再远一点,10天左右就能海运到北美东海岸。

联手十年,威廉港变了样。浙江省海港集团的保税仓里,堆满了来自中国的锂电产品;京东的仓库里,每年有大约3000种来自中国的汽车零部件流转;德国汽车物流企业Mosolf的仓库里,停着大量中国制造的新能源汽车。

近两年,威廉港已经是西北欧吞吐量增速最快的深水良港。

现在,大家反而有了一个“甜蜜的烦恼”——船不够用。运营这条航线的嘉华航运,购置和新建了11艘集装箱船,浙江省海港集团也计划扩建物流网络。

德国Eurogate集团总裁迈克尔·布拉赫感慨:“今天的合作,早就超出了港口事务的交流,已经变成了中欧之间更广泛的物流与供应链协作。”

十年,浙江在德国北海之滨共建了一颗“物流心脏”。它的每一次跳动,不仅送来浙江港口的中国货,也连接着中欧贸易的澎湃脉搏。

今年海外0.8,速卖通联合超百名海外网红组成直播矩阵
中国品牌在四个国家「上链接」

本报讯(记者 祝梅)6月2日,北京时间凌晨3时,杭州阿里巴巴西溪园区,西班牙购物网站Chollometro的两位主播正在为直播做准备。

这是Chollometro团队首次走出欧洲、来到中国并试水直播。Chollometro是西班牙最大的社区折扣网站,每天有数以万计的西班牙消费者从这里找优惠商品。以往,平台主要通过图文形式展现从全球各大平台上搜罗到的优惠商品,提供引流链接,今年海外618,Chollometro和速卖通合作,在YouTube、Twitch、Instagram、TikTok和自有网站为中国品牌“上链接”。

“我们的选品逻辑参考了Chollometro上畅销的产品和品牌,也扶持了一批新兴的中国品牌去做‘出海’。”速卖通西班牙和意大利渠道负责人吉涵骁告诉记者,开播前,两国工作团队已就直播产品卖点、直播网络设备、直播环境等进行了多次预演、磨合,开播后,几个商品链接在一两分钟内就售罄、需要补货。

这也是速卖通针对今年海外618布局的一步新棋:联合100多名海外网红组成直播矩阵,在西班牙、法国、意大利、波兰、德国、美国、巴西等14个国家为“上链接”。

“电商走向内容驱动的趋势愈发明显,海外消费者也开始习惯看直播买东西。与当地网红合作,讲好中国品牌的故事,能更快地构建起信任,通过内容‘种草’、情感连接,让中国商品以更快的速度被当地消费者认知、认可。”速卖通国家行业负责人英明说。

为此,速卖通深挖了不同地区的垂类赛道:比如意大利盲盒评测顶流频道SilviaKidsYT(YouTube频道),巴西当地的数码产品评测百万级博主……他们之中有人在海外开播,有的愿意来中国,去品牌企业、工厂或者阿里做直播,反向溯源、反向带货。

据悉,至6月10日,速卖通将联合海外网红矩阵开展超100场直播,包括小米、李宁、添可等在内的60个中国品牌参与直播,覆盖科技、时尚、家居家具、母婴、汽配等多个行业领域,全方位展示中国制造的供应链能力。

速卖通品牌出海营销负责人行之说,未来的中国品牌“出海”不再是仅将一个包裹送达海外,而是要整体输出中国品牌,让海外消费者全方位体验到中国品牌的设计理念、核心技术和文化底蕴。

2026年长三角“三省一市”水生生物增殖放流活动在青田举行
百万尾鱼苗跃入瓯江碧波

本报青田6月3日电(记者 邹敏 共享联盟·青田 张清茂)3日,以“增殖放流共护碧水鱼跃 三省一市同绘生态画卷”为主题的2026年长三角“三省一市”水生生物增殖放流活动在青田举行。

本次活动由浙江省农业农村厅、上海市农业农村委员会、江苏省农业农村厅、安徽省农业农村厅主办,青田县人民政府、丽水市农业农村局承办。活动现场,沪苏浙皖长三角“三省一市”代表向瓯江放流香鱼、光唇鱼等区域性物种共100万尾,助力水生生物资源恢复。浙苏两地农业农村部门完成了长三角资源保护工作旗帜交接,长三角资源保护工作旗帜由浙江移交江苏,标志着区域水生生物协同保护的接续传递。

据了解,长三角联合增殖放流已成为长江大保护、流域生态协同治理的重要抓手。作为长三角地区重要的生态屏障,“十四五”期间,丽水全市年均放流规模超1亿亩;同时,对于租房信息等,可在社区建设便民信息张贴栏进行张贴或引导其线上化。

应对“牛皮癣”回潮,我省各地已相继推出举措:杭州联合租车平台推出“随手拍”奖励;宁波从二维码、网址、电话等入手深度溯源,打击非法行为;绍兴启动市容环境专项整治行动,联合市民力量参与举报监督……

干净的墙、公厕、共享单车……其中藏着城市的文明底色,也藏着群众的安全感。当“牛皮癣”已经穿上“数字新衣”,治理又该如何升级“打怪”,我们将持续关注。

干净的墙、公厕、共享单车……其中藏着城市的文明底色,也藏着群众的安全感。当“牛皮癣”已经穿上“数字新衣”,治理又该如何升级“打怪”,我们将持续关注。

本报讯(记者 竺佳 通讯员 周旦)近日,宁波市江北区洪塘街道安山村,一条藏在绿意里的巷子格外热闹。坐落于此的省“最美公共文化空间”枸城安岙人文聚落又添一处复合型文化空间——“山山来池”正式开业,手工文创、布艺缝制、银饰打磨、服饰穿搭等多重文化体验功能在此汇聚,迅速成为安山村新晋文化打卡地标。这也是江北区推进公共文化空间社会化运营改革的一个生动缩影。

近年来,江北区直面公共文化服务供给单一、效能不足等痛点,创新推出“主理人+协理人+合伙人”三类运营模式,出台“1+1+3”改革体系,划定公益服务底线与市场化运营边界,撬动社会资本参与文化空间建设。以“山山来池”主理人罗丹凤为例,她正是被江北区招募而来的青年主理人代表。

截至目前,江北全区已落地主理人项目15个,撬动社会资金超4000万元。通过“微改造、精提升”,累计盘活闲置空间5000平方米,打造了周信芳戏剧艺术馆、姚江美术馆、藤园宋韵实践基地等特色文化空间。目前,全区已社会化运营公共文化空间38个。

以洪塘街道安山村为例,政府完善基础设施,出台扶持政策,引入枸城安岙等社会力量,把闲置旧厂房改造成“安岙客厅”,并招募文化、艺术领域主理人,采取“公益免费+配套经营”双轨模式,日常提供共阅读、文化展览等免费服务,同时允许轻餐饮、零售等适度经营反哺公益。从第一家咖啡店“是啡”,到“山”服饰清吧,再到如今的“山山来池”杂货铺,一批复合型文化消费场景在这条50米小巷里自然生长。每到周末,小巷里满是前来喝咖啡、做手工、淘杂货的市民,烟火与诗意并存。

奔跑吧
曲棍球少年

6月3日,2026年杭州市青少年阳光体育曲棍球锦标赛预选赛在拱墅区运河体育公园曲棍球场打响。雨中激战,小球员们热情不减,挥杆、拼抢、冲刺……尽显少年热血本色。目前,曲棍球已在杭州市30余所中小学、幼儿园推广,建立起U6至U15全年龄段青少年梯队体系。

本报记者 董旭明 摄



一线调查

我省高铁站等公共场所又现小广告——

“牛皮癣”魔高一尺,整治亟需道高一丈

■ 本报记者 郑宸 曹坚
见习记者 蔡昆林

“没想到上个厕所、骑个车,满眼都是小广告,有的还涉黄涉赌,万一孩子扫了怎么办?”近日,多位市民反映,在我省部分高铁站、高速服务区、闹市街区等公共场所,一度被整治的“牛皮癣”小广告正卷土重来。

5月27日,记者驾车来到杭州东站。驶入P5停车场,一根立柱上贴着“公积金提取”二维码,记者扫码后手机弹出“当前账号存在安全风险”警示。随后记者逐一探访多个站内洗手间,发现门板上黑色涂层的涂抹痕迹、铲刀刮过的划痕密密麻麻;出站口至停车场沿线的两处洗手间,仍有低俗广告嵌在漆面里。正在清理卫生的保洁人员无奈告诉记者:“钢印广告铲了就把门破坏了,只能用油漆盖。今天盖完,明天又有了,压力很大。”社交媒体上,多名网友也吐槽省内部分高速服务区公厕“满眼乱七八糟的低俗广告”。

共享单车更是“牛皮癣”死灰复燃的重灾区——记者来到网友反映强烈的祥园路地铁站B口,看见共享单车的车筐、坐垫、车轮上贴满租房、借贷广告,有的用不干胶粘住,有的喷涂在车身上,还有的小广告二维码紧挨骑行码,甚至盖住扫码区。“一扫就扫到广告上去了。”在附近上班的市民严琪一边撕下广告一边扫码,她告诉记者,自己曾在深夜撞见有人往车上贴广告,动作很快,贴完就跑,“不管是电动车、自行车,都贴得密密麻麻。”杭州市综合行政执法局轨道交通公用中心单车管理科工作人员洪焯杰坦言,“牛皮癣”难管主要是因为张贴者“时间、位置不固定”,取证难度大。

过去的小广告,无非是广撒网碰运气,但现在的“毒广告”,用上了AI算法,完成了“数字化升级”。

记者随机扫描涉黄广告上的二维码,页面随即跳转至涉污网站,充斥着色情视频、直播、棋牌、博彩广告,且无需实名、年龄验证即可进入。网站内还设置AI智能客服,实时推送“个性化”内容。部分非法广告主甚至利用AI进行“大数据画像”,针对不同群体精准推送赌博、诈骗信息。此前我省多地警方破获的案件中,低俗小广告都是主要“鱼饵”,诱导用户下载木马程序。

萧山区蜀山街道湘源社区每月组织多方力量清理,仍赶不上小广告“上新”的速度。“5月7日凌晨3点多,社区联动辖区派出所抓到一散发违法小广告的男子。”湘源社区相关负责人潘如向记者透露,“牛皮癣”的背后有利利益链——张贴者深夜行动,按量计酬,贴满800张收入200元。

一场场“清理—反弹—再清理”的拉锯战,成了超大城市基层治理中的难题。背后的原因之一,是违法成本与治理成本的严重失衡。

对张贴者而言,每贴800张就能赚200元,就算被抓,按照现有规定,最多也就几百元的罚款。而对治理者来说,清理一张强力

膜封装、旋转封箱,一气呵成。

“这是我们最新投用的‘黑科技’,一小时内能完成1万颗杨梅的分选、预冷和包装,一天出货2000箱。”运营方、丽水集淘农业发展有限公司总经理金苏红透露,随着生产旺季的到来,每周约有2万至4万吨青田杨梅销往海内外,通过无损检测,按大小、颜色、糖度分级,细化价格梯次,以精细化的产品梯度应对市场波动。

分拣中心之外,冷链物流同步升级。来自金华的浙江雪波蓝科技公司研发了新型冷链车,将强力预冷与长途运输合二为一。高速行驶中也能瞬时释放强冷,在3小时内让杨梅中心温度降至5℃,进入“睡眠状态”。“抵达目的地后,冷柜温度慢慢回升,杨梅鲜甜如初。”公司负责人陈金红分享道,这种新型冷链车能让浙江杨梅“一觉醒来”新鲜到达4000多公里外的新疆。

此外,记者在现场了解到,今年,顺丰速运为浙江杨梅专门投入了28架专机,新增32班高铁资源,实现江浙沪当日达、60城市次日达、162个城市隔日达;丽水海关则与各口岸联动,为杨梅开通绿色通道,提前报关、优先查验,一举压缩了4个小时的通关时间。泰国、马来西亚、新加坡……危机之下,

浙江杨梅通过层层检验,畅销海外。

从数智分选到冷链运输再到海关通关,记者看到,浙江正为一颗杨梅构建起全链加速体系,以规模化、标准化、数字化重塑产业,这不仅是应对短期信任危机的“防火墙”,更是浙江杨梅应对长久竞争的核心能力。

纯物理保鲜

杨梅“一日色变,二日味变”,传统保鲜期仅2至3天。而浙江正将“保鲜科技”推向新高度。

在丽水市掌沃数农(浙江)农业科技有限公司,记者见证了一场正在上演的“保鲜革命”——两项纯物理新技术,让一颗杨梅“超长待机”达20余天。

第一项是高压低频电场物理保鲜技术。公司负责人洪东衍向记者揭秘:传统冷冻中,杨梅冰点在-1℃至-2℃,产生的冰晶会刺破杨梅细胞壁,解冻后汁水外流;而该公司可以通过特定电场让杨梅分子有序排列,减少细胞间的碰撞,哪怕身处-6℃的超低温集装箱也不会结冰,能更有效抑制细菌、减缓花青素氧化。

另一项则是利用新材料制作的保鲜泡沫箱透气装置。这是一种用医疗级半透膜制作

胶广告甚至要重新刷墙,人工、物料成本居高不下;更难的是取证,张贴者行踪不定,多部门权责交叉的地带更易成为监管空白区,很难保证高效协同。

面对“牛皮癣”回潮,浙江省社会科学院发展战略和公共政策研究院博士王晨跃认为,治理需疏堵结合:对于一般广告,可联合通信管理部门对号码实施停机;对于非法广告,应深挖背后的黑灰产业链予以严厉打击;同时,对于租房信息等,可在社区建设便民信息张贴栏进行张贴或引导其线上化。

应对“牛皮癣”回潮,我省各地已相继推出举措:杭州联合租车平台推出“随手拍”奖励;宁波从二维码、网址、电话等入手深度溯源,打击非法行为;绍兴启动市容环境专项整治行动,联合市民力量参与举报监督……

干净的墙、公厕、共享单车……其中藏着城市的文明底色,也藏着群众的安全感。当“牛皮癣”已经穿上“数字新衣”,治理又该如何升级“打怪”,我们将持续关注。

(上接第一版)

“我们的精品大棚杨梅大多是‘伴手礼’属性,从采摘到预冷、分选、包装,每个环节都在镜头下。”随着近日大棚杨梅批量上市,王玲见干脆把直播间搬到了展示监控画面的大屏前,主播身后的背景板实时播放生产各环节现场,让消费者在直播间“云监工”。

记者了解到,当下许多果农都愿意购入价格不菲的制氮机,只为通过“充氮”方式健康保鲜,科学拉长杨梅货架期。用食品级气体保鲜在杨梅领域的普及率明显提高。

一名参与展销的兰溪梅农这样对记者说:“危机中,我们更应该珍惜自己的‘羽毛’,爱护‘浙产杨梅’品牌。”

快速送达

“当天采摘、当天分装、当天上市。”这句话,是参加展销的多地杨梅主体的“口头禅”,更是浙江杨梅全产业链协同的真实写照。

走进位于青田油竹街的青田杨梅数智分选中心,记者看到一条智能化分选流水线:柔性果盘载着杨梅缓缓前行,每个通道每秒可处理6个,全程防护零损伤——上果、分流、动态称重、图像检测、光谱检测、分级、覆