

# 赏花经济靠什么“常开不败”

春和景明，繁花竞放。从武汉的满城樱花到洛阳的国色牡丹，从林芝的雪山桃花到婺源油菜花海，人们踏青寻芳，在花香里感受春天，也催生了蓬勃的赏花经济。平台数据显示，3月以来，“赏花”“踏青”等关键词的搜索热度环比上涨3.8倍。

各地“花样”迭出，争相邀请游客共赴春日之约。北京市文化和旅游局推出10条“漫步北京——品质赏花主题游线路”；湖北295家景区将携手举办音乐节、演唱会、大型体育赛事等400场赏花游活动；广西柳州、陕西汉中、云南曲靖等多地举办花海马拉松，在春光中竞速。

一朵朵花，何以有如此大的魅力？细细算来，其中藏着“三笔账”。

看消费账，赏花经济撬动的是“场景消费”的乘数效应。赏花经济，本质上是体验经济。快节奏的都市生活，一场短途赏花之旅，是低成本的情绪疗愈；一张花海美照，是自带流量的社交货币。从景区里的一杯樱花拿铁到一套精致的汉服旅拍，再到一晚舒适惬意的民宿，消费早已突破“看花”本身。游客消费构成中，餐饮、住宿、文创、交通等二次消费占比持续上升。更有为花奔赴的跨城游、跨省游，让赏花成为春日里最具吸引力的城市流量入口。

要让“春日限定”的繁华变为“四季常青”的产业，功夫显然不能只下在花期里。花期终有尽，只有当游客愿意为生活方式而来、为深度体验而留，赏花经济才真正可持续。

看产业账，赏花经济激活的是“接二连三”的融合效应。花是景，也是纽带。一头连着农业，规模化种植形成特色景观，农民从传统种植转向“卖风景”；另一头连着制造业与服务业，催生花卉深加工、文创设计、民宿农家乐、旅拍露营等一系列衍生业态。一朵花，串起一二三产业。这个过程中，农村闲置资源被盘活，“家门口”的就业岗位增加，城乡要素流动加速。

看生态账，赏花经济印证的是“绿水青山”的价值转化。花是自然馈赠，更是生态红利。一片花海能吸引游人纷至沓来，前提是生态本底过硬、环境治理到位。守护好生态，花才能年年开，客才能年年到。

“三笔账”算下来，赏花经济的价值清晰可见。不过，不少地方仍难逃“花开客来、花谢客散”的困局。要让“春日限定”的繁华变为“四季常青”的产业，功夫显然不能

只下在花期里。

深挖内涵，跳出“赏花”做“文化”。花木在中国传统文化中承载着丰富的情感与品格，这为赏花经济提供了深厚的文化资源。各地应立足本地特色，将花景与地域文化有机融合。婺源油菜花与白墙黛瓦的徽派建筑相映成趣，诉说着田园乡愁；春天到武汉，游客不仅可赏樱花烂漫，还可以登黄鹤楼、览长江胜景、感受百年学府的人文底蕴。这些成功案例显示，只有将文化内涵融入业态培育、产品开发、线路设计，让游客在赏花之余有所感、有所悟、有所得，才能避免同质化竞争，形成难以复制的核心竞争力。

延长链条，跳出“旺季”做“全季”。“赏花+文创”，让一朵花变成丝巾、书签，把“春天”带回家；“赏花+非遗”，花树下的汉服体验、花间的手工花酿，赋予文化鲜活的载体。这些做法让赏花体验更丰盛，而要让花

期之外的消费不断档，还需向产业链深处做文章。比如，开发深加工的花卉特色产品，发展研学旅行、乡村度假、康养休闲等业态，实现从“一季赏花”到“四季增收”。

生态共建，跳出“景区”做“全域”。花期的火爆，往往是对当地基础设施和治理能力的一场“大考”。哪里的服务更贴心、哪里的道路更通畅、哪里的民宿更有温度，游客会用手投票。要将整个区域作为生态系统和旅游目的地来打造，持续改善人居环境，提升公共服务水平，完善基础设施，让“花美”与“村美”“人美”相得益彰。

赏花经济，是春日馈赠，更是发展机遇。花期终有尽，只有当游客愿意为生活方式而来、为深度体验而留，赏花经济才真正可持续。



原声  
杨丽莹

## 农技推广要讲究性价比

徐永辉

今年《政府工作报告》提出，推进先进适用农机装备研发应用，打通农业科技推广“最后一公里”。农业是农民安居之本，推广普及先进的农业生产技术和机械有利于加强对乡村产业的技术渗透，为乡村全面振兴加强有力的技术引擎。其中，“价低好用”是持续促进农技推广的一个好解法。

自农技推广实施以来，全国粮食总产量实现连续两年突破1.4万亿斤，并连续10年稳定在1.3万亿斤以上，水肥一体化等单产提升技术对粮食增产的贡献率超过80%。全国农作物耕种收综合机械化率已超过75%，北斗终端应用的农业机械超220万台，智慧农业正从概念走向现实田间。农技推广为农业提质增效提供了硬核支撑，通过“藏粮于技”，筑牢粮食安全“压舱石”。

看似顺利的农机推广，也存在一些令人“糟心”的堵点。农机价格上，新型经营主体能够通过规模化摊薄成本，更乐意将农机视为生产性投资而购买。对于小规模农户，他们将农机视为沉重负担，购机意愿低迷。究其原因在于单台设备价格动辄数万元，使用率低，折旧快，还可能面临“粮价下跌+粮价上涨”的双重挤压。另外，他们对农业技术的价格也较为敏感。研究表明，小农户更倾向采纳像良种、化学农药这类单次投入

低、见效快的“轻技术”，而节水灌溉、大型机械等前期投入高的技术采纳意愿较低。农技运用上，部分农民在面对智慧农业技术和机械要求的数据解读、智能终端操作能力时，出现“学不会、跟不上”的情况。另外，农忙时节，往往需要农业技术和机械应用上的人工指导，而服务却出现“找不到、请不起、等不到”的问题，导致农技接受意愿下滑。

做到“价低好用”，讲究性价比，才能加快农技的推广。金融支持上，丰富关于农机购置和技术应用的普惠金融产品，如低息贷款、租赁服务，解决农民设备和技术购置上融资难、融资贵的问题，提升农户设备和技术更新的积极性。政策扶持上，除对大型、常规农用设备的补贴外，政府可增加对小农户急需的小型、轻便、适合特殊地理状况的农用机械的补贴政策，进一步降低小农户的购机成本。

还应加大对农机社会化服务组织建设的政策支持，让小农户在设备和技术的服务购置上能“花小钱”享受“大技术大服务”。探索建立“田间学校”，以农民为中心，针对农民困惑的智能设备操作和数据分析问题，进行在真实地块的参与式实操演练，重点培训“一看就懂、一学就会”的轻简实用技术，如水肥管理、病虫害识别、谷物灌溉等智能管理技术。



商海春作(新华社发)

## 协同守护“看病钱”

## 中试平台不能悬在产业之外

不久前举办的中关村国际技术交易会，发布科创人才建设举措、启动技术经理人“蓝马甲”计划，一批高质量科技项目中签约。这表明，让科技成果真正从“书架”走向“货架”，不能缺少中试这一环。今年《政府工作报告》提出，“加强中试验证平台建设，完善新兴领域知识产权保护制度，加快重大科技成果高效转化应用”。科技部等4部门近日又将概念验证、中试验证、首试首用等环节纳入科技保险支持范围。把论坛之“热”与部署之“重”放在一起看，中试已不是可有可无的配套选项，而是打通科技创新和产业升级的重要关口。

这些年，科技成果转化中的一个突出堵点，就是“两头热、中间冷”。前端成果不少，后端需求也不弱，但一到工艺放大、工程验证、小批量试制、可靠性测试、合规认证这一步，就容易卡壳。实验室里做得出，不等于产线上跑得稳；样机做得成，不等于成本控制得住、市场接得住。中试补的，正是从技术可行走向产业可行、从样品走向产品的关键一程。中试能力强不强，直接影响技术交易效率、成果转化效率和产业落地效率。

不过，当前一些地方建设中试平台热情很高，但也容易走偏，有的重挂牌、轻服务，有的重设备、轻场景，有的重数量、轻绩效。中试平台不是建楼购置仪器的“形象工程”，也不是实验条件的简单延长，而是面向产业需求、服务工程化和市场化的专业基础设施。离企业需求越近、离产业链关键环节越近、离真实应用场景越近，平台的转化价值

越高。中试平台不能悬在产业之外，关键是围绕重点产业和细分赛道来布局。要让高校院所、链主企业、专精特新企业、技术转移机构、检验检测机构、金融服务机构协同参与，把概念验证、中试熟化、标准认证、首台(套)首批次应用串成一条链。国家发展改革委近日提出，今年将在国家层面推出10个左右重点领域综合性开放场景和100个左右标志性场景项目。导向很鲜明：中试不能悬在产业之外，必须同场景、订单、市场一起落地。

中试平台建设还要从“有没有”转向“好不好用”。评价平台，尹苗苗不能只看建筑面积、设备原值和立项数量，更要看服务了多少项目、缩短了多久周期、降低了多少试错成本、形成多少首台(套)首批次应用、带动多少企业成长。还要把风险分担和制度配套做实，推动研发费用损失保险、科技成果转化费用损失保险、首台(套)首批次综合保险等产品推广实施。把科技保险、知识产权、技术经理人、标准认证、首单采购等机制嵌进去，才能帮助企业跨越从样品到产品最艰难的一段路。

市场并不缺创新需求，真正缺的是让成果稳定转化、可规模化复制的中间能力。把平台建在产业链上，把服务做到企业心里，把场景开放、保险保障和标准衔接这些基础工作做实，中试平台才能从“过渡环节”变成“关键节点”，更多科技成果也才能真正走出实验室、走上生产线、走进大市场。

(作者系吉林大学商学院与管理学院教授、博士生导师)

医保基金是人民群众的“看病钱”“救命钱”，守护好医保基金安全有着重要意义。国家医保局发布的《医疗保障基金使用监督管理条例实施细则》于近日施行，进一步细化了基金监管“红线”。让这份细则从“纸面”落到“地面”，关键在于精准执行与多方协同。相关部门应强化智能监控，充分运用药品追溯码和“数字天眼”精准打击“回流药”及虚假住院行为，同时将“驾照记分式”信用管理落到实处，对违规机构和人员形成有力震慑；定点医药机构则需压实“守门人”责任，严格核验身份信息，自觉抵制“车接车送、减免费用”等诱导住院的违规手段。广大参保群众也要擦亮眼睛，清醒认识到参与“购药赠送米面油”等行为可能触碰法律红线，自觉守护好共同的“看病钱”。(时锋)

## 洞见

# 深化文旅融合增强文化自信

武志勇

近来，在消费市场与文旅领域，国潮元素成为热点。国潮文化通过融合中华优秀传统文化的元素，唤醒了广大人民群众对传统文化的强烈认同感，也为旅游产业的创新开拓了新天地。这表明，旅游业的高质量发展须具备高质量的文化内核，也须积极承担起传播优秀传统文化的责任。当前，随着我国经济的高质量发展以及民众生活水平的不断提升，旅游产业也步入快速发展期。在追求良好经济效益的同时，如何借助旅游这一深受大众喜爱的活动，更广泛深入地促进中华优秀传统文化传播，成为题中应有之义。

旅游是人们开阔眼界，体验新奇风情、生活与文化的过程。近年来，我国旅游业已经从“走走看看”式简单的观光游，向“沉浸式”式的文化体验游转型。越来越多的旅游者不再满足于拍照打卡，而是希望在旅途中感知历史，拥抱文化。动手学习一项非遗技巧，或者在博物馆中设计制作个性鲜明的文创用品，或者身着古代服饰在古镇漫步，都成为新的旅游风尚。而优秀传统文化是中华民族的精神根脉，其思想、精神和美德与时俱进数千年，光辉灿烂且生机勃勃。目前，国内的很多旅游景点都蕴含着丰富的优秀传统文化因素。据统计，

2025年，350余家5A级景区中，文化类、非遗类、考古遗址类的景区占到总数的约一半，旅游参观人数也接近总数的一半。马蜂窝大数据显示，2026年春节期间，“非遗体验”搜索量同比增长180%。抖音生活服务数据显示，非遗主题团购订单量同比增长近140%。这表明，历史文化景点已然成为传播优秀传统文化的重要平台。

然而，审视当下的旅游业发展状况，仍存在这样一些问题。一些景点对于经济效益与文化传播的协同性认识不够深刻，一些历史文化街区充斥着大同小异的商业店铺和廉价的小商品，陷入缺乏个性的窘境，还有一些旅游景区对优秀传统文化的呈现肤浅而低俗。这些现象，不仅减损了旅游产品的文化品质，也是对旅游传播文化责任的忽视。

有鉴于此，在发展旅游业的同时，要促进优秀传统文化传播，须坚持“以文塑旅，以旅彰文”原则，充分发掘旅游的文化体认与传扬功能，让优秀传统文化融入旅游各环节，融进旅游者的身心，用优秀传统文化正心明德。

一方面，挖掘优秀传统文化的积极内涵，创新表现方式。各地在旅游资源开发时，应立足本土历史文化中具有当代意义的因素，生动展现具有地方

广西壮族自治区通过行政执法监督纠正某县住建部门违规延长扣押涉案财物行为；四川省某法院灵活运用执行和解措施化解涉企11年执行积案；安徽省通过“商会调解+司法确认”机制为企业纠纷提供高效解纷渠道……近段时间，不少地区因地制宜，以法治化手段推动营商环境建设持续优化。法治化是优化营商环境的关键一招，唯有以法治固根本、稳预期、利长远，才能为市场活力持续充分释放提供坚实保障。

近年来，我国将法治化营商环境建设放在重要地位，法律制度体系不断健全，经营主体数量快速增长，涉企行政行为日益规范，企业满意度大幅提升，市场信心持续提振，国际步伐日益加快。《中华人民共和国民营经济促进法》《优化营商环境条例》《公平竞争审查条例》等法的施行，从法律层面确立民营企业平等地位，优化营商环境发展环境，保证各类经济组织公平参与市场竞争，构建覆盖市场准入、公平竞争、权益保护的制度框架，为营商环境持续优化形成制度保障。地方实践层面，山东省针对群众反映问题，以层级监督撬动跨部门协同，打破多部门职责交叉领域的监管壁垒，确保监管尺度的统一；广东省在知识产权保护、行政审批制度、商事登记制度等方面打出一系列政策组合拳；北京市启动民营企业产权保护社会化服务体系建设，整合司法、行政、行业资源形成保护合力，展现法治的协同治理功能……这些都充分彰显了法治化手段的重要作用：以刚性约束遏制乱收费、越权执法等乱象，以柔性服务降低企业合规成本，在一定程度上保护了企业合法权益，又规范了市场竞争秩序，体现出市场活力与法治护航的良性互动。

也要看到，构建法治化营商环境，仍面临一些需要解决的问题。例如，个别领域依然存在“一刀切”执法，对涉企法律法规选择性执行，公平竞争审查流于形式。又如，执法司法精准度不足，有些涉企纠纷审理周期长、执行效率低，知识产权维权不易；中小企业、新兴产业专业法律服务的渠道仍亟待完善。对此，应从多层面着力。

强化法治约束，破除市场壁垒。全面落实公平竞争审查制度，建立“异地交办、属地查处”机制。推行“综合查一次”模式，整合市场监管、税务等部门涉企检查事项，制定联合执法清单，大幅压缩企业迎检频次。建立正向激励机制，让依法经营者获得实实在在的政策红利。搭建政企协议存证平台，对协议签署、履约过程开展全链条记录，实现政府承诺全程追溯，从根本上破解“新官不理旧账”的难题。

优化司法服务，提升服务效能。设立商事案件快速处理通道，对事实清楚的简单案件设置限时机制。建立行业专家协同参审机制，在知识产权等专业领域提升审判精准度，探索惩罚性赔偿机制。完善多元纠纷解决机制，推广商事调解、仲裁等非诉讼方式，加强线上纠纷解决平台建设，降低企业维权成本。优化信用修复机制，对于非因主观恶意被列入市场监管领域“严重违法失信企业名单”的企业，若能在作出信用承诺后3个工作日内履行相关法定义务，可立即向监管部门申请信用修复。

加强数字赋能，提升保障水平。积极构建法治化营商环境数字平台，如整合市场监管、税务、司法等37类涉企数据，建立“一企一码”信息共享机制，实现企业信用报告跨区域互认。充分运用信息手段，如通过智能算法识别法律风险，定期向企业推送行业违法案例、政策解读和合规指引。加快公共法律服务数字化转型，比如搭建线上线下一体化平台，为中小企业提供免费法律咨询、文书审查等服务，联合行业协会等组织开展“法治进企业”专项行动，解读重点法律法规，提升企业风险防范能力。

法治化营商环境，是经济高质量发展过程中一块最显眼的“招牌”。只有坚持以法治为引领，不断完善制度供给，提升执法效能、优化司法服务，才能持续优化营商环境，有效激发市场活力，让各类经营主体在法治轨道上安心经营、聚力发展。

特色的历史故事、民俗风情和非物质文化遗产。避免盲目跟风和生搬硬套，更不能虚构和伪造。通过引入虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、全息投影、电子游戏等先进技术，让历史文物和人物“活”起来，让遥远的历史情景可见、可感。以现代设计创意为引领，将传统文化的元素恰当地融入日常用品中，让旅游者携带“文化”回家，实现优秀传统文化的生活化传播。

另一方面，注重融入式体验，激活旅游者对优秀传统文化的认同与共鸣。以往的“讲解观看”已经难以满足现代旅游者的需求，景点的策划、运营应更多地向“互动沉浸”转变。例如，2026年春节期间，中国工艺美术馆非遗馆推出沉浸式非遗展演，热度上涨156%。在融合“文旅+百业”的基础上，推动影视、游戏、非遗、演艺等文化资源与旅游场景深度转化。还应广泛开展非遗展演、传统手工制作、民俗节庆参与等体验活动，让旅游者走进剧目，走进场景，充分体会文化沉浸的愉悦与快乐，进而认识和接受优秀传统文化，在潜移默化中增强自身的文化品位，提升文化自信和文化自豪感。

(作者系华东师范大学传播学院教授、博士生导师)