

春日经济热潮涌动

本报记者 郑杨 李景 谢瑶



今年清明假期与多地春假相连,人们纷纷走出家门,踏青寻春,一场以“春”为主题的消费热潮持续涌动。多地立足本土资源优势,以时令美食、生态文旅、特色活动为抓手,不断丰富消费产品供给,畅通产销链条,释放消费活力,绘就一幅文旅农协同发展的生动画卷。

时令鲜味飘香

春日的美好,从味蕾开始。随着气温回升,各地时令食材集中上市,从田间到车间、从菜场到餐桌、从乡村到城市,一口“春日限定”唤醒大众消费热情,更带动种植、加工、餐饮、零售同步升温。

在浙江省杭州市桐庐县,艾草吐露新芽,拉开了春日美食生产的序幕。当地企业的艾草种植基地里,村民鲍云水正熟练地收割着鲜嫩的艾叶。“这是做青糍的好原料,我们每年都要用它包好多好多的青糍。”鲍云水说,今年开春早,新年一开工就接到好多订单,尤其是“春日限定”的青糍,订货的电话一个接着一个。

作为江南地区清明时节的标志性美食,青糍以新鲜艾草汁与米粉糍合制成面皮,包裹特色馅料,承载着地域民俗与乡愁滋味。当地企业在保留传统风味的基础上持续创新,推出多款具有“桐庐味道”的特色美食,让传统小吃搭上春日消费快车。

时令春菜同样点燃消费热情。在浙江省台州市仙居县,春笋、马兰头、荠菜、蕨菜等本地春菜大量上市,凭借新鲜实惠、口感清甜的特点备受市民青睐。县城中心菜市场里,春菜被摆放在最显眼位置,翠绿鲜亮、琳琅满目,吸引大批市民驻足选购。餐馆、农家乐、民宿纷纷推出“春菜套餐”“春日家宴”,将本土鲜蔬融入特色菜品。

春日鲜味也在岭南餐桌绽放光彩。广东省东莞市多家酒店推出以江南时令食材为核心的美食节,将刀鱼、春笋、河虾等春鲜引入岭南,打造经典淮扬春菜,让本地食客足不出省便能品尝一年一度的自然馈赠。餐饮企业以尊重时令、还原本味为理念,用一道道春日佳肴点燃消费热情,推动餐饮市场持续回暖。

近年来,在新就业形态劳动者权益维护领域,天津市各级劳动人事争议调解仲裁机构不仅注重高效处置个案,更注重在部门联动、源头预防、柔性调处等方面持续发力,着力构建机制完善、衔接顺畅的新就业形态劳动纠纷一站式多元联合调解工作模式。

近日,随着外卖员童东鑫(化名)与配送公司就工伤待遇达成和解并顺利获赔,宝坻区新就业形态劳动纠纷一站式调解机制再显成效。宝坻区仲裁机构相关负责人介绍,面对新就业形态带来的劳动关系认定难、权益保障衔接不畅等新挑战,宝坻区着力打造集“预防、调解、处置、服务”于一体的综合性维权平台。截至目前,已稳妥处理涉及外卖骑手、快递员、网约车司机等群体的劳动争议50余起,有效维护了劳动者获得工资、工伤待遇等合法权益。同时,针对个案反映出的问题,宝坻区人社局联合工会、市场监管部门等到外卖、快递等重点企业宣讲政策法规,督促企业规范用工管理,实现“解决一案,规范一片”。

在南开区,“人社+工会+司法+法院+N”协调联动机制较好发挥了作用。2025年4月27日,针对辖区内一家网络科技有限公司拖欠189名即时配送员工工资的争议,南开区新就业形态劳动纠纷一站式调解中心积极组织双方持续开展调解,最终促成双方达成



今年清明假期(4月4日至6日),全社会跨区域人员流动量为

84269.5万人次

日均为28089.8万人次,较2025年清明节假期增长5.6%

4月2日,人们在江苏省句容市白兔镇露营休闲。

钟学满摄(新华社发)

“希望通过这场美食节,把江南的春天带到东莞的餐桌上,让本地食客不出远门,也能品尝到地道的淮扬春鲜。”东莞塘厦三正半山温泉酒店餐饮部总监武强说。从乡土小吃到高端宴席,从田间地头到城市餐桌,时令鲜味不仅满足了大众对春日味道的向往,更串起种植、加工、销售全链条,让春日滋味转化为实实在在的经济效益。

花海文旅出圈

春风拂过,繁花盛开,赏花踏青是春日消费的重头戏。各地依托生态资源,深挖文化内涵,打造特色文旅IP,创新消费场景,推动赏花游从单一观景向文化体验延伸,实现生态价值、文化价值与经济价值同步提升。

广州的春天是被木棉花唤醒的。连日来,满城鲜红的木棉花以炽烈向上的“英雄气”吸引着全国各地的赏花人,2026广州“英雄花开英雄城”系列活动于3月份拉开序幕。活动中,广州打造了10条“红棉之旅”精品线路,重点推介12个“红棉之旅”最佳体验观赏点,并推出独具特色的红棉City Walk路线,实现“史迹探访+

生态漫游+文创体验”三位一体的全域旅游新模式,引导市民游客共赏英雄花、游英雄城、传英雄志。

广州乡野田园游人如织,乡村旅游热度持续攀升。宝墨园、南粤苑内樱花绽放,青砖黛瓦与烂漫樱花相映成趣,古韵春色交融,成为网红打卡胜地。余荫山房朱顶红精品展如期开展,花姿雅致、寓意吉祥,吸引众多市民游客驻足观赏。黄埔区在香雪公园、创新公园等地举办第四届青梅共享活动,市民游客踏青赏梅、领取鲜梅,沉浸式感受百年“香雪”文化。清明假期,全市接待市民游客近556万人次,实现文旅消费总额近51亿元,同比分别增长1.4%、2.8%。

湖南同样以花为媒,拓展文旅消费新空间。湘江新区梳理全域花期时序,打造樱花、油菜花、梅花、木兰花等多点联动、全域覆盖的免费赏花矩阵。含浦街道连续11年举办油菜花季,将文化科技卫生“三下乡”融入万亩花海,并开展惠民演出、乡土美食集市等活动,让花海从观景平台升级为综合消费载体,带动周边农家乐、特色农产品销量持续攀升。4月6日晚,湖南省文旅厅公布了清明节假期文旅数据:假期3天全省累计接待游客1935.13万人次,假期旅游消费总交易额达99.63亿元。

随着文旅消费升温,春日文旅不断升温,各地依托生态资源,深挖文化内涵,打造特色文旅IP,创新消费场景,推动赏花游从单一观景向文化体验延伸,实现生态价值、文化价值与经济价值同步提升。

特色市集添彩

春日经济的活力,还蕴藏在不断创新的消费场景与畅通的城乡循环里。各地打通农副产品进城、城市消费下乡的通道,推动城乡资源双向流动、优势互补,让春日经济更具烟火气、更有生命力。

特色市集成为激活消费的新亮点。湖南省长沙市雨花区于3月份举办首届城市赶集日,近500家商户齐聚城市商圈,将香椿、春笋、马兰头、野蕨菜等乡野春鲜,腊味、手工豆干等农家土货,以及特色小吃、文创产品一并带入城市中心。市集现场人声鼎沸,烟火浓郁,市民花费百元即可满载而归,体会赶集的乐趣。活动特意邀请农户进城设摊,既让市民在家门口尝到最新鲜的“春天味道”,也为农产品拓宽销路,让传统民俗在现代消费场景中焕发光彩。

广州市从化区以葵花、玫瑰柑为核心,打造“古村+农业+节庆”融合模式。百亩葵花田与特色古村相映成趣,不久前举办的“共同富裕”带动时令蔬果、农家特产热销。当地玫瑰柑园坚持“一柑多产、多元融合”,延伸发展深加工产业,推出柑香腊肠、柑皮花生、玫瑰柑陈皮茶等系列产品。

从春菜抢“鲜”上市,到赏花游花样翻新,再到特色市集火爆出圈……春日经济不断拓展新赛道、释放内需潜力,为文旅消费注入持久动力。

多元联合解争议保权益

关注新就业群体

本报记者

周琳

近年来,随着商业航天蓬勃发展,低轨卫星、可回收火箭等进入公众视野。在近日召开的2026中关村论坛上,北京星河动力航天科技股份有限公司董事长刘百奇说,公司的发射订单已排至2028年,任务储备饱满。不过,从航天器制造到发射、运行、回收,每个环节都充满高风险因素。保险业能否为商业航天发射提供有效保障至关重要。2025年3月,国家金融监督管理总局北京监管局指导组建全国首个商业航天保险共保体——北京商业航天保险共保体。2025年5月21日,共保体服务的首个项目——中科宇航力箭一号遥七运载火箭在东风商业航天创新试验区发射,采用“一箭六星”方式,将6颗主要用于城市规划、环境监测、气象探测等领域的卫星送入预定轨道,发射任务取得圆满成功。北京金融监管局相关负责人介绍,共保体主要具有三方面优势:搭建“直保+再保”双层体系,头部险企和再保险机构的加入让风险保障更有力;推动“财险+中介”联动协同,为商业航天企业提供专业高效服务;建立“年度+项目”负责制,制

“直保+再保”护航商业航天

本报记者 于泳

一年来,北京商业航天保险共保体已为24次发射项目提供风险保障超90亿元,助力北京打造“南箭北星”商业航天产业格局。随着商业航天产业不断发展,商业航天保险市场将持续扩容。通过“直保+再保”双层体系确保承保能力稳定,保险机构正探索建立服务商业航天全产业链的保险产品体系,满足商业航天企业多元化需求。

定准入退出标准,对成员资质进行年度动态调整,结合项目实际情况确定首席保险人,兼顾稳定与灵活。

2025年5月,科技部、人民银行、金融监管总局等7部门印发《加快构建科技金融体制 有力支撑高水平科技自立自强的若干政策举措》,明确提出探索以共保体方式开展重点领域科技保险风险保障,开展重大技术和再保险机构的加入让风险保障更有力;推动“财险+中介”联动协同,为商业航天企业提供专业高效服务;建立“年度+项目”负责制,制

超90亿元,助力北京打造“南箭北星”商业航天产业格局。

作为直保公司,中国人保目前已为中国火箭、中科宇航、蓝箭航天、星河动力、星际荣耀等企业的近30个商业航天项目提供保险保障,保额累计超60亿元。同时,与中国火箭、星河动力、中科宇航建立战略合作关系,实现从航天器制造、发射塔架、火箭发射、卫星在轨、地面站数据接收及应用的全产业链保险覆盖,形成航天产业链保险服务闭环。作为保险的保险,再保险机构也

在为商业航天提供充足托底保障。中再产险产业金融部承保师严贤怀说,从商业航天相关产业发展角度看,挑战与机遇交织,风险敞口与保障需求持续扩大。一方面,低轨卫星组网需求带来的大运力与可复用火箭密集首飞、高密度发射成为常态,海上发射、火箭回收协同等创新技术带来的未知风险持续放大。另一方面,供应链多元化导致质量管控难度升级,规模化流水线生产与航班化运营需求倒逼流程革新,空间碎片、落区安全等新型风险不断涌现。这些风险呈现出“技术创新越深入、风险链条越复杂”的特征,给共保体工作带来挑战,对保险机构和再保险机构提出更高要求。

业内人士认为,随着商业航天产业不断发展,技术创新活动增多以及应用场景日益丰富,商业航天保险市场将持续扩容。作为政策支持的风险分散机制,以北京商业航天保险共保体为代表的保险机构,将凝聚行业承保能力,通过“直保+再保”双层体系确保承保能力稳定,探索建立服务商业航天全产业链的保险产品体系,满足商业航天企业多元化需求,为商业航天高质量发展筑牢风险保障网。

数据显示,2025年全国12315平台共接收网投投诉举报1506.7万件,同比增长14.3%。其中,售后服务与质量问题是消费者反映最集中的两方面。尽管平台持续优化前端下单流程,但消费“后半程”仍遍布糟心体验:货不对板、退换货扯皮等问题屡见不鲜,商品质量缺陷与售后纠纷交织。消费体验不应有“断层”,补齐“后半程”服务短板,已成为消费提质升级的必然要求。

网购发展多年,售后规则持续完善,为何消费者维权体验仍不尽如人意?究其根本,“七天无理由退货”“仅退货”等现有规则解决的是“能不能退”的底线问题,而消费者真正在意的是选得顺畅与否、维权成本高低实际感受。

看似完善的售后规则,执行中却层层设卡:人工客服入口隐蔽、智能客服机械回应、退货理由反复沟通,部分商家还利用“影响二次销售”等说辞设置门槛,让维权变成耗费大量时间与精力的拉锯战。此外,平台过度聚焦价格竞争,压缩商家利润空间,导致偷工减料、服务缩水等乱象频发,简单用“仅退款”平息矛盾,却无法消除消费者的糟糕体验。

补齐消费“后半程”服务短板,要从优化实操细节入手。在源头环节,强化质量把控,针对服饰、家居等纠纷高频品类,要求商家上架商品时提供第三方检测报告或实物备案,平台定期抽样检验,减少货不对板问题,降低售后纠纷发生概率。在售后环节,建立时效倒逼机制,明确商家售后响应、退款赔付的最长时限,用完善的规则杜绝拖延推诿。同时,推行信用双向约束,将商家售后响应速度、纠纷率等指标与店铺流量、活动参与资格挂钩,形成服务越好、曝光越多的正向激励。建立消费者售后信用记录,对恶意退款等行为进行必要限制,平衡买卖双方权益。

消费的核心是体验,而完整的消费体验从不止于付款下单。对商家而言,“后半程”服务不是经营的“附加项”,而是留住消费者、提升品牌美誉度的核心竞争力。将品控延伸至售后,让服务覆盖交易全程,才能真正赢得消费者认可。

民生谈

3月1日,2026广州“英雄花开英雄城”系列活动启动,众多市民在“红棉潮墟”市集选购商品。(资料图片)

李思雨