

文体市场面面观

“龙餐馆”从容迎战“奥德赛”

2026 暑期档热浪奔涌，票房数据屡创新高。档期后半程，本土现实题材影片《欢迎来到龙餐馆》与国外史诗大片《奥德赛》正面对决，市场热度持续攀升。

《欢迎来到龙餐馆》从容迎战，这一场景放在多年前几乎难以想象。那时，我国影视工业化建设尚处于爬坡阶段，产业体系尚不成熟、类型创作不够完善，面对海外成熟 IP、国际知名导演打造的重磅工业化大片，国产影片普遍缺乏直面竞争的信心，大多通过提档、延后调档等方式规避正面比拼。

经过多年积淀，国内影视工业化链条日趋完备，从剧本打磨、拍摄制作到后期特效、宣发排片全流程愈发规范成熟，大众对本土故事的认同感、消费意愿也持续攀升，电影产业生态得以全方位进步，这正是国产影片敢于主动和国际大片同台较量的底气所在。

翻看暑期档前半程的票房榜单，国产片牢牢霸榜，每部片子都走出了自己的独特路

径。《功夫女足》把功夫和足球结合在一起，轻松搞笑的剧情里，藏着普通人的追梦热血，引发大众共鸣；《八仙！》深挖中国神话故事内涵，用同舟共济、向善修行的东方智慧击中全年龄层观众；而好莱坞大 IP《蜘蛛侠：崭新之日》，虽然有稳固粉丝基础、特效制作也可圈可点，却只能退居其后。

恢弘场面与硬核视效，早已不再是海外影视工业的专属标签，但国产电影的竞争力也不止于此。如今的国产电影早已跳出“对标好莱坞、拼技术参数”的同质化竞争逻辑，找准自身定位，走出了差异化的发展路径：一方面，国产动画通过潜心打磨独具韵味的东方美学视听体系，深挖传统神话 IP，不仅在国内票房口碑双丰收，还陆续开启海外译制发行，把中国故事推向世界；另一方面，现实题材另辟蹊径，摒弃特效堆砌，以普通人的日常生活与细腻情感打动观众，依靠口碑实现长线逆袭。观众越来越理智，不会再盲目追捧海外大片和热门 IP，能不能讲好故事、有没有真实感，才是大家评判一部电影好不好



在辽宁省鞍山市，海城西柳服装市场、南台箱包市场等一批全国闻名的市场，曾伴随改革开放成长壮大，也曾陷入业态老化、客流萎缩的困局。新需求新变化逼着老市场迭代升级，鞍山商家跨界的第一步，瞄准了日渐火热的“它经济”。

《2026 年中国宠物行业白皮书（消费报告）》显示，2025 年中国城镇宠物（犬猫）消费市场规模达 3126 亿元，预计 2028 年将达 4050 亿元。巨大的市场红利，为传统轻工业转型打开了新的增长空间。

“我们家四代人 40 多年深耕服装实业，从我开始向宠物服饰转型。”鞍山小桔子宠物服饰主理人绳晶晶介绍，成人制衣赛道竞争比较激烈，宠物服饰市场需求日益上升，却因赛道小众而竞争较少。绳晶晶自己也参与设计，满足客户的个性化需求。记者走访鞍山多家宠物服饰店发现，除了装扮宠物，宠物雨衣、四脚衣、生理裤等实用细分品类也在快速跟进。

从单店到专业市场，转型正在形成规模效应。西柳服装市场部分商户成功利用服装生产的边角料和淡季产能，将“快反供应链”优势从时装复制到了“它经济”上。西柳服装集团携手本土品牌 80 余款产品，今年首次组团亮相义乌国际宠物用品展，依托原创设计和性价比优势对接海内外采购商，尝试推动传统成衣向宠物服饰细分市场延伸。

鞍山主动跨界的勇气并非盲目“蹭热点”。鞍山八家子宠物交易市场经理杜彪介绍，鞍山是国内较早将犬猫繁育作为产业进行发展的城市之一，目前有近 3 万人从事宠物繁育养殖。但当地业内人士普遍认为，宠物产业仍停留在宠物配种、繁殖、交易的产业链初始环节，宠物消费产业短链、断链问题较为明显，尚未充分延伸至宠物食品、医疗、线下服务等高附加值环节。

鞍山南台箱包市场则依托箱包设计、五金配件、成品组装的完整产业链，顺势向宠物出行品类延伸。瞄准当下消费者携宠出行需求，当地企业创新研发便携宠物航空箱、车载宠物笼、外出便携包等系列产品。南台镇美丽家制袋厂厂长王晓娟说，宠物箱透气性好、耐抓磨，满足宠物出行便携、通风、防护等核心要点。“因为刚刚试水，线上电商渠道还没完全打开。”王晓娟对这条新赛道持谨慎乐观的态度。

目前，鞍山宠物用品产业仍以代工和批发为主，产品附加值相对较低。摆在产业面前的核心考验，正是如何善用跨境电商平台把产品推向全球市场，构建起覆盖制造、服务、体验的宠物消费生态，孵化本土自有品牌，从“卖产品”升级为“卖服务”。

2025 年 11 月，鞍山出台全国首个市级宠物产业“十五五”专项规划，打造智能交易平台、宠物数字身份证溯源体系等，锚定“中国萌宠之都”发展目标。当地政府引导传统市场摆脱单一批发的固有模式，主动拥抱直播电商、即时零售、全域流量运营等新模式，引进“宠亿汇”（辽宁）网络科技有限公司，牵头建设宠物箱包基地和电商直播中心，扶持宠物经济跨越跨境电商“出海”。

中共鞍山市委党校管理学教研部主任魏桂霞认为，当前关键在于如何将零散的企业试水探索转化为“繁育—制造—电商—出海”全域联动的产业生态，进而提升整体市场竞争力。

本版编辑 林紫晓 向斯佳 美 编 夏 祎

从观赏植物到健康新宠——

羽衣甘蓝需求热短板多

本报记者 王金虎

层层褶皱、蓬松叠卷，形似盛放牡丹，羽衣甘蓝也被称作叶牡丹、牡丹菜。它耐寒耐旱、色彩艳丽，多年来都是城市道路、公园绿化带里常见的观赏绿植，极少走进寻常百姓的餐桌。而如今，这一“绿化草花”凭借高纤维、低热量的标签，火速占领新式茶饮柜台、轻食沙拉碗，成为年轻人追捧的“养生顶流”，身价也随之上涨。

健康消费带火小叶片

在济南一家大型商超生鲜区，标价 29.9 元一盆的羽衣甘蓝盆栽，吸引了不少消费者驻足选购。记者走访发现，各大新式茶饮品牌纷纷上线羽衣甘蓝系列产品，搭配青柠、牛油果、爆珠、奶基底等食材，冠以“纤体”“轻负担”等宣传卖点，精准瞄向减脂、养生的年轻消费群体。在年轻上班族中，羽衣甘蓝果蔬饮、羽衣甘蓝咖啡逐步替代不少人日常的传统奶茶、拿铁选择，成为办公室新晋“社交饮品”。

曲阜师范大学学生郝菲儿常购买一款“羽衣白糯米爆珠酸奶”。她坦言，自己清楚饮品中添加了糯米、糖分，一定程度上抵消了羽衣甘蓝的健康属性，但受减脂养生消费心理影响，依然会优先选择这类带有“天然、低卡”标签的产品，而多数消费者也和她一样，下意识将饱腹感与减脂效果直接画等号，使这类饮品持续热销。

山东省日照市中心医院营养科医师孔艳是一名健身爱好者，每次健身后，羽衣甘蓝沙拉是她的常选。“羽衣甘蓝的膳食纤维含量高，饱腹感强，做成沙拉口感清脆爽口，用它来扛饿是不错的选择。”孔艳说。

火热的消费需求，带动羽衣甘蓝产品品类不断扩容，价格持续走高。除了鲜叶蔬菜、网红茶饮，羽衣甘蓝粉、冻干果蔬、可食用盆栽等衍生产品全面走俏。从曾经便宜的绿化观赏植物，到如今论盆、论盒售卖的健康食材，羽衣甘蓝成功跻身大众健康消费赛道。

特色产业激活共富链

终端市场的消费热潮，直接带动上游种植、加工产业全面升级。作为全国羽衣甘蓝核心产区，山东日照、高密、莘县、安丘等地农业企业和种植农户抢抓市场风口，改造种植基地、改良品种、延伸加工链条，让昔日仅供观赏的绿植，变成带动村民增收、助力产业振兴的“致富叶”。

在日照市东港区涛雒镇，伊兰生物技术有限公司的种植大棚内，成片羽衣甘蓝长势繁茂、叶片鲜嫩。基地负责人魏丽告诉记者，近两年食用羽衣甘蓝市场需求爆发，企业立刻扩大露天和大棚种植面积，更换沃斯特、阿培达等口感更好、采摘期更长的食用品种。企业还创新推出盆栽羽衣甘蓝，面向上班族、亲子家庭推广阳台种植，兼具观赏性和食用性，市场反响热烈。

在全国蔬菜第一县莘县，众天农业的盆栽蔬菜基地里，一株株 30 厘米左右的羽衣甘蓝长势良好，这批苗木中有 1 万余棵早已被济南商超预订。基地负责人李尤杰向记者展示，盆栽羽衣甘蓝可居家长期种养，生长期接近 2 年，能够实现随摘随吃、现摘现京。

莘县农业农村局党组书记、局长王银华介绍，当地主动调整农业产业结构，大力发展羽衣甘蓝等高端特色绿色产品种植，引导企业创新打造特色品牌。

高密市则将羽衣甘蓝产业打造为区域特



色支柱产业，经过近 20 年深耕，建成亚洲最大的羽衣甘蓝出口种植基地，培育出年产值超 2000 万元的特色产业。在高密万亩良田智慧农业示范园，1300 余亩标准化种植基地四季常绿，实现水肥一体化设备、植保无人机、智能诱虫灯等智能农机全覆盖，种植全程机械化，330 亩农残检测常年保持零超标。

不止于鲜菜销售，当地延伸产业链条，建设深加工车间，冻干粉生产线每小时可处理 1.5 吨鲜叶，研发推出羽衣甘蓝果蔬汁、面条、酸奶、果蔬脆等 40 余款产品，多款羽衣甘蓝粉产品上线即登顶电商细分品类榜单。

依托成熟的产业基础，高密探索联村共富模式，盘活闲置土地，带动群众就近就业。由万亩良田企业联合周边 7 个村打造的“俏羽蓝”共富工坊，集中流转土地 1300 余亩，实行标准化订单种植，长期为 10 余家企业供货。据统计，该共富工坊已带动 200 余户村民实现“家门口”就业，每年带动村民增收超 800 万元，村集体增收 80 余万元，小小羽衣甘蓝真正成为富民兴村的特色产业。

持续发展亟待治乱象

记者走访发现，消费认知偏差、商家夸大营销、种植盲目跟风、行业标准缺失、种源受制于人等问题，正成为制约羽衣甘蓝产业长远健康发展的突出瓶颈。

“羽衣甘蓝只是普通高纤维蔬菜，并非万能养生食材，网传的快速减肥、降‘三高’、排毒治病等功效，都属于过度炒作。”孔艳提醒，羽衣甘蓝粗纤维质地粗糙，脾胃虚弱人群、老人和儿童过量生食，极易引发腹胀、消化不良，建议优选嫩叶，焯水后清炒、炖汤食用。

记者调查发现，市面上多数羽衣甘蓝

网红茶饮存在明显的“健康悖论”。为掩盖羽衣甘蓝本身的苦涩口感，产品普遍添加蔗糖、果葡糖浆、奶基底、糯米等辅料，即便选择最低甜度，单杯饮品含糖量、热量依然偏高。与此同时，部分饮品在加工过程中过滤掉大部分膳食纤维，削弱了羽衣甘蓝本身的营养价值。

山东农业大学园艺学院蔬菜学教授徐坤分析，当前羽衣甘蓝产业乱象丛生，核心在于行业标准缺失和监管滞后。“不同企业加工工艺差距极大，有的低温锁鲜最大程度保留营养，有的高温加工损耗了大量膳食纤维；部分产品标榜 0 糖低脂，实则添加代糖误导消费者。”徐坤表示，随着市场火爆，各地农户盲目跟风扩种、同质化种植严重，一旦后续市场热度回落，极易出现产能过剩、价格暴跌，损害种植户利益。

目前，从田间种植、原料加工到终端产品标注，全链条缺乏统一规范，产品品质参差不齐。将于 2027 年施行的《食品标识监督管理办法》，明确要求食品标识不得以欺骗、误导、夸大等方式作虚假描述，但市场营销手法迭代快，基层监管落地仍存在滞后性。

产业深层短板同样不容忽视。山东省农业科学院蔬菜研究所研究员王凤德说，“国内羽衣甘蓝产业存在严重的种源依赖问题，目前市场 80% 以上的优质食用品种均从荷兰等国进口，种子价格昂贵”。

多位业内专家认为，行业亟需建立从种源研发、田间种植、精深加工到终端销售的全链条标准体系，进一步强化市场监管、规范营销宣传行为，同时大力培育国产优质种源，持续优化种植和加工技术，依托订单农业规避跟风种植风险，让网红蔬菜真正扎根田间，提质增效，持续释放富民产业价值。

问答

职场新人入职签约要注意什么

问：眼下，2026 届高校毕业生正陆续从校园走向职场，一些必要的劳动保障知识是每个职场新人都要掌握的“护身符”。劳动合同怎么签？要警惕哪些陷阱？社保怎么缴纳更合适？

答：签订劳动合同是毕业生进入职场的第一步，一般在毕业生正式入职后一个月内签订，主要包括工作内容、薪资、社保、工时等具体权利义务。求职者需重点关注劳动合同中的合同期限、工作内容、工作地点、休息休假、劳动报酬、社会保险等内容。

现在，用人单位和劳动者普遍会签订电子劳动合同。依法订立的电子劳动合同与纸质合同有同等的法律效力，目前多个省份已上线电子劳动合同订立平台，可以进入当地人社网上办事大厅或政务服务平台查看。

如果劳动者需要电子劳动合

同纸质文本，用人单位至少要免费提供一份，并通过盖章等方式证明与数据电文原件一致。

警惕五类合同陷阱

需要注意的是，有些合同存在以下几类“陷阱”。一是设置公司可以随意解雇员工或公司免责、排除员工合法权益条款的“霸王”合同。劳动者入职时可以提出异议，如果已受到侵害，必要时应申请仲裁。

二是要求员工抵押身份证或个人财产的“抵押”合同。遇到这类公司时求职者应提高警惕，切勿选择。

三是超出法定范围的“宽限”合同。求职者要谨慎评估，仔细考虑竞业限制的期限和范围，看好履行竞业限制义务时可以拿到的补偿金，以及违反竞业限制义务时需要承担的违约责任。

四是没在正规合同里承诺的“阴阳”合同。如果只是口头承诺，求职者基本可以忽略。

五是面临不确定性和利益受损的“空白”合同。签订时要确保

社保缴纳关乎权益

五险一金参保是法定义务，入职 30 日内单位必须办理，同时，试用期不参保是违法行为。

当前阶段，有一些劳动者认为，参保基数低每月到手工资会多，眼前多拿现金更划算。不过，从长远看，养老金、医保报销、失业金、公积金等都与缴费基数挂钩，社保缴纳关乎终身法定权益。

例如，日常医疗报销如果按最低基数缴费，医保个人账户划入金额会减少，看病买药的自付压力也会变大。一旦遇到住院、手术等大额医疗支出，报销比例和封顶线都与缴费基数挂钩，低基数意味着个人承担的费用会更高。

（文/本报记者 敖 蓉）



更多报道 请扫二维码