

# “赏花经济”带动文旅市场春潮涌动

新华社记者 喻珮 杨淑君 黄凯莹

长安街上玉兰婀娜多姿，千年古寺丁香芳姿初展，东湖之畔樱花灿若霞云，广西南宁黄花风铃木恣意绽放……春风拂过，全国各地繁花似锦。人们纷纷走进公园、郊野踏青赏花，“赏花热”掀起春日旅游热潮，为城乡消费注入蓬勃动能。

## 绚烂“花海”带火城市赏花游

3月的武汉春光明媚，超50万株樱花将两江四岸渲染成粉色花海。在武汉东湖樱园，游客沿着湖岸与空中栈道漫步，沉浸在如烟如霞的樱花世界，雕花剪纸、百花戏曲、“裙裾宴”等行进式展演目不暇接。

湖北连续3年推出“相约春天赏花”品牌活动，打造赏花旅游目的地形象。今年花季伊始，湖北向全国游客发放200万张文旅惠民券，并带动全省17个市州开展220多项活动。武汉市推出“春游武汉十条主打线路”，举办赏花、国风、艺文、郊游四大“浪漫武汉”系列文旅活动。

春花千娇百媚，掩映于古树、古建筑间，构成春日北京绚烂多姿的景致。在北京市玉渊潭公园，40余个品种近3000株樱花，因品种不同，次第开放可持续一个月。

“我拍了20多年樱花了，每年都会来这里。”76岁的北京市民赵路喜手持相机，记录下眼前的美景。他告诉记者，自己一年四季都在北京各大公园“追花”，既是锻炼身体，也是一种精神上的放松。

在广西南宁市青秀山风景区的风铃谷，云鬓花颜，珠围翠绕，赏花拍照的游客络绎不绝。“花与汉服的适配度较高。”经营汉服相关商业活动的广西吾爱传统文化传播有限公司活动企划负责人潘旭说，公司3月份承接的“赏花季”“花朝节”等主题活动都取得不俗效果。

3月以来，多地赏花游热度高涨，“赏花+露营”“赏花+市集”“赏花+体育”等融合业态持续升温。有关旅游平台数据显示，“赏花”搜索热度近一周环比上涨330%，赏花景区门票日均预订量同比增长近50%；春日流行、出游穿搭等商品搜索量显著增长，露营装备销售火爆；不少热门平台上的旅拍订单量增长。



春日掀起“赏花热”。

(新华社发)

## “赏花+”农文旅融合添色乡村振兴

春日里，广西南宁市武鸣区宁武镇英烈村700多株黄花风铃木竞相开放，恰似片片明艳的金黄，泼洒在层峦叠翠的喀斯特山水间。

“最近几年黄花风铃木成了‘刷屏’的网红花，我特意穿了汉服来打卡，照片收获了好朋友的点赞。”南宁市民梁芳说。

英烈村党总支书记陆梅湘介绍，3年前村里引进苗圃种植公司，租用村民土地用作黄花风铃木的树苗培育，如今这片林子已初具规模。“到村里的路都修好了，交通便利，周边的市民喜欢开车来赏花，带动了村里的旅游发展。”陆梅湘说。

入春以来，多地依托生态资源优势，打造“赏花经济”特色品牌，深化农文旅协同发展，助力乡村振兴。走进湖北省随州市随县尚市镇，只见这里6万余亩桃花连绵10多公里，粉白相间的花朵点缀枝头，芬芳馥郁。近期举办的桃花节带热乡村旅游。

随县尚市镇自20世纪90年代开始大规模种植桃树，经过30多年精心培植，近几年赏花季期间，每年

前来观赏的游客达30多万人次，带动旅游综合收入超3000万元。

华中科技大学经济学院教授韩民春说，一些乡村打造“赏花+”农文旅融合活动，使之成为人们交换文化和消费喜好的新场景，有力地带动当地餐饮、住宿、旅游、交通等服务消费快速增长。

## 创新“花样”激发城乡文旅消费活力

除了看花赏花，丰富多样的文创新品也吸引了游客的注意。樱花冰淇淋、樱花冰箱贴、樱花手提袋……玉渊潭公园内的“樱花商店”让游客与春天撞个满怀。“粉色的色调，很有春天的感觉。”广州游客罗秋珠品尝了最新款樱花冰淇淋后，又挑选了樱花手链、徽章等商品。

玉渊潭公园管理处文创经营中心主任郭欣说，3月初开始，公园推出“一口爱上玉渊潭”主题系列产品，满足年轻消费者对颜值与味蕾的双重需求。公园还在南山观樱景区西侧广场打造樱花主题餐饮区，让游客体验“临水赏花，惬意美食”的湖景就餐氛围。

“我们的花卉种植和布置都是

经过大数据筛选的。”南宁青秀山风景名胜旅游开发有限责任公司副总经理张磊介绍，景区利用大数据对赏花游客拍照偏好进行分析，在布展时配置合适的景观，同时积极推进科研，调控及延长花期。截至目前，景区今年接待游客量已超过300万人次。

“听说花博汇今年新推出夜游活动，有100场精彩演出，我非常期待。”来自宜昌的游客江女士说。

在武汉市郊赏花热门目的地花博汇，千亩花海已全面盛开。近万株粉红花树、数以百万朵郁金香、与雏菊、洋水仙、紫罗兰等一道，为游客呈现如油画般绚丽多彩的景象。景区3月推出沉浸式夜游项目“知音花月夜”，将自然景观、艺术表演和科技手段相融合，让游客全天候体验赏花文化盛宴。

“随着一系列促消费措施持续发力，带动消费场景创新，有效提升消费意愿、拉动旅游经济。”韩民春说，新型消费需求给消费市场供给带来新的挑战。随着年轻群体逐步成为消费主体，文旅消费呈现多样性、多层次、多渠道等特点，应主动把握新机遇，增加个性化、多元化和品质升级的配套服务。

(新华社北京3月26日电)

# 从“油改电”看新能源市场“新蓝海”

新华社记者 赵东辉 马晓媛

记者近日在山西临汾采访时，一项名为“油改电”的新兴业务给人留下深刻印象。这家名为尧兴新能源的公司原本从事通信领域电源生产，在新能源“东风”之下，不断扩展业务版图，找到了又一个“赢利点”。

在环保压力较大的临汾，柴油工程车是“污染大户”，当地对工程车“油改电”需求强烈。尧兴瞄准这一市场，利用自身在电源电控领域积累的技术优势，探索开展工程车“油改电”业务，即把工程车燃油系统改装为锂电池系统。

尧兴新能源公司副总经理周良波告诉记者算了一笔账：一台柴油装载机每小时耗油18升，一天工作10小时，耗油1440元左右；改电后，每小时耗电40度，一天花费仅320元，这样一天就能省下1000多元。

不仅环保，还能降成本，尧兴的“油改电”业务受到企业欢迎。临汾

环源建材公司去年5月投入40万元改装了一台装载机，不到一年时间就省出了近30万元油钱，预计今年就能把改装投入收回。

“比起新买电动车，‘油改电’更便宜，还能延长装载机寿命、减少浪费，改装后还可以享受5年的保修期。”企业负责人张文进说，改电后充电1小时，可工作4小时，到午饭时再充电，不耽误事儿，性能也稳定。

首批企业改装改造的消息传开，越来越多的个体户、民营企业、国有企业找上门。尧兴新能源公司董事长王玉萍说，随着环保政策倒逼，工程车“油改电”需求大增，预计今年尧兴的“油改电”业务量将达到1000辆，可创造产值近3亿元。

除了工程车“油改电”，尧兴还在积极拓展动力电池回收梯次利用、新能源汽车充电桩、光储充检智

慧充电站等业务。“中国的新能源市场提供了广阔的舞台，让我们这样的小企业也能尽情施展。”王玉萍说。

一家小小的企业，让我们看到了中国新能源市场的广阔天地。在新能源这片新兴“蓝海”之中，既有像宁德时代、比亚迪、中国电建这样的“巨轮”，也有无数中小企业千帆竞发、追风逐浪，在不断增长的市场中嗅得商机，分得一杯羹，在创造价值的同时也实现自我成长。

这种“烟火气”首先来自中国推动绿色低碳发展的决心。2024年政府工作报告明确提出，要加强生态文明建设，推进绿色低碳发展。在“双碳”目标引领下，传统行业改造升级，节能环保、清洁能源等绿色产业加速发展，绿色消费不断增长……从生产到生活，都在向“绿”而行，由此带来巨量的新能源市场需

求，为中小企业向“新”发展打下坚实基础。

“烟火气”也来自日趋成熟的新能源产业链。王玉萍告诉记者，“油改电”所需锂电池、电机、电控等组件的零部件都能在国内配备完成，这得益于我国完备的新能源产业链条。就像在肥沃的土壤上一颗种子能够顺畅发芽，新能源产业聚链成群、集群成势，为中小企业营造适宜成长的便利条件。

“烟火气”还来自与时俱进的企业家精神。市场活力来自人，特别是来自企业家，来自企业家精神。在追“风”逐“日”、上天入海的新能源战场，处处是民营企业家的身影。采访中，一位企业家用朴素的语言表达自己走上新能源赛道的初衷：“做企业不能躺在原地，要跟着大势走，才能挣到钱。”

(新华社太原3月26日电)

“身世悲惨”的女孩坚强生活，“动人故事”的背后是早已设定好的剧本；打着“助农”旗号售卖的“大凉山原生态农产品”，实际是从批发市场低价采购来的……近日，四川省凉山州昭觉县人民法院对“凉山孟阳”“凉山阿泽”案一审宣判，8人因虚假广告罪被判处9个月至1年2个月不等的有期徒刑，并处2万元至10万元不等罚金。

新华社记者调查发现，近年来一系列“网红”直播卖惨、虚假助农等违法行为的背后，是一套完整的获利运作模式。

## “贫苦善良女孩”为摆拍 “原生态农产品”来自批发市场

一个名叫“凉山孟阳”的年轻彝族女孩父母双亡，需要拉扯几个弟妹长大；她穿着破旧的衣衫，身后的房屋残破不堪……假扮身世悲惨笑对生活，很快积累了大量“粉丝”。

不久之后，女孩开始了直播带货。在一场直播中，她一边剥开手中的山核桃一边说：“不要给我刷礼物，你们用给我刷礼物的钱买山核桃，相当于支持了我们这边很多的叔叔阿姨。”

然而，很快就有网友质疑她售卖的农产品质量。更有网友实地走访后发现，她不仅父母健在，平时衣着也干净讲究，还不时出入高档场所。

“摆拍！假的！”有网友在“凉山孟阳”的直播间留言并向平台举报。面对质疑，主播却将网友踢出直播间，又雇佣网络“水军”攻击举报人……

“相同的配方，熟悉的味道”，“凉山孟阳”的套路并不新鲜。早在2016年，凉山州警方就打击过一批到凉山乡村进行摆拍、搞“假慈善”的主播。“直播带货”则是近年来利用公众对凉山的关注从中牟利的“升级版”。

2023年6月，昭觉县公安局对“凉山孟阳”立案侦查，一家MCN(多渠道网络)机构——成都澳维文化传媒有限公司浮出水面。

警方告诉记者，这家机构通过事先设定好的剧本摆拍“吸粉”，在短视频平台孵化出“凉山孟阳”和“凉山阿泽”两个“网红”账号，随后开始利用账号直播带货。

“他们带的货有山核桃、雪燕、红花、贝母、羊肚菌等。”昭觉县公安局民警王虎介绍，“凉山的确定产核桃和少量天麻，但红花、雪燕根本不是这里的特产。”

警方发现，所谓的“原生态农产品”大多来自成都的批发市场。“以山核桃为例，进价约每斤5元，卖给网友的价格在10至13元不等。”王虎说。其间，MCN机构还雇佣网络“水军”在直播间制造爆款、抢单假象，诱导消费者购买。据警方侦查，该MCN机构以此套路销售额超3000万元，非法牟利超1000万元。

这样的手法与2023年12月被判刑的“网红”主播“赵灵儿”“凉山曲布”如出一辙——MCN机构联系四川、江苏、云南等地的供应链，低价购入蜂蜜、核桃等农副产品，假冒“大凉山特色农产品”商标，以次充好、以假充真，将假冒产品销往全国20余个省份，销售额超千万元。

## “卖惨”带货背后有条产业链

前端打造“人设”、孵化“网红”，中端剧本拍摄、电商运营，末端农产品供应、流量变现……凉山州公安局有关民警对记者表示，在侦办类似案件过程中发现，虚假助农直播的背后已经形成一套完整的运作模式。

首先，幕后团队物色有“网红”潜质的年轻男女，为他们量身定制“人设”，写好剧本。例如，“凉山曲布”是淳朴的彝族青年，“赵灵儿”是“助力大凉山”的善良女孩。最初，他们用偶遇、赠饭、送水等戏剧化的桥段吸引流量，拥有一定粉丝量后，便开始拍摄在山里收核桃、采蜂蜜的视频，为直播带货做铺垫。

其次，这些视频往往通过安排特定元素，精准击中社会情绪：偏远闭塞的山区环境，女主角身上破烂的衣服和灿烂的笑容，破烂不堪的房屋，淳朴天真的孩子……加之戏剧化的剧本和记录片的拍摄手法，以及大量“水军”刷好评，一系列套路下，很多人深受感动，赶紧掏腰包积极“助农”。

据了解，“凉山孟阳”真名叫阿西某某，其家庭曾是建档立卡贫困户，多年前已经脱贫；她视频中拍摄的破旧房屋是村中早已废弃的一栋农舍。卖惨直播刺痛了凉山广大干部群众的心。“脱贫攻坚以来，凉山的变化日新月异。MCN机构利用外界对凉山贫穷闭塞的刻板印象打造‘人设’，欺骗了广大消费者，也伤害了当地干部群众。”昭觉县一名基层干部表示。

## 加强MCN机构监管 规范助农直播

昭觉县人民法院一审宣判认定，MCN公司低价购入非凉山农副产品，通过阿西某某(“凉山孟阳”)、阿地某某(“凉山阿泽”)在抖音平台以直播带货的方式，对商品进行虚假宣传并大批量销售，其行为构成刑法第二百二十二条规定的虚假广告罪。

据了解，2023年以来，凉山州网信部门联合公安、市场监管、农业农村、商务等部门，深入开展“清朗·从整治‘自媒体’乱象”专项行动，严厉打击摆拍卖惨、虚假助农、伪慈善等违法违规行为。

专家指出，当前助农直播带货在乡村振兴中发挥了积极作用，对正规的助农直播带货要加大支持力度；同时，不能让虚假助农、卖惨直播这颗“老鼠屎”坏了助农带货这锅“汤”。

四川大学文学与新闻学院教授王炎龙表示，为牟取暴利，一些MCN机构奉行“唯流量论”，以摆拍、造谣、编造剧本等欺骗网友，挑战公序良俗甚至法律底线。“监管部门要加大对MCN机构管理力度，建立有效的行业规范，对违法违规的机构果断采取处罚措施。互联网平台守土有责，对内容要全面履行审核义务，抵制不正当、无底线博流量的行为。”

办案民警王虎说：“‘网红’一定要诚信经营，不要试探法律的底线。也希望广大消费者提高警惕，提高甄别能力，不要盲目相信‘网红’主播。”

(新华社成都3月26日电)

# 文化和旅游部提出 2024年文旅产业发展“关键词”

新华社宁波3月26日电(记者徐壮、段菁菁)激发文化和旅游消费潜能、发展数字文化和旅游业态、抓牢抓实项目建设、促进产业深度融合……2024年全国文化和旅游产业发展工作会议26日在浙江宁波召开，文化和旅游部有关负责人提出今年全国文化和旅游产业发展“关键词”。

会议提出，文化和旅游产业发展空间广阔，要进一步发挥文化和旅游产业在稳增长、扩内需中的重要作用，推动文化和旅游产业成为发展新质生产力的重要动能和实现高质量发展的重点着力点。

据介绍，2023年，全国文化和旅游系统通过强化产业顶层设计，释放文旅消费潜力；推动产业深度融合，促进新业态蓬勃发展；积极扩大有效投资，着力优化企业服务；强化区域协同，提升对外贸易质量，各项工作取得积极成效。

根据部署，做好2024年文化和旅游产业工作要加强政策规划引领，激发文化和旅游消费潜能，发展数字文化和旅游业态，抓牢抓实项目建设，促进产业深度融合，培育壮大市场主体，深化产业国际合作。

# 我国要求医疗机构建立患者诉求快速响应机制

新华社北京3月26日电(记者李恒、董瑞丰)根据三个部门的一份文件，我国要求医疗机构建立患者诉求快速响应机制，及时回应患者急难愁盼问题，做到投诉有接待、处理有程序、结果有反馈、责任有落实。文件有改进、服务有提升，引导患者依法维权，保障医患双方合法权益，构建和谐医患关系，维护正常医疗秩序。

记者26日从国家卫生健康委获悉，国家卫生健康委办公厅、国家中医药局综合司和国家疾控局综合司

近日联合印发《关于进一步加强医疗机构投诉管理的通知》。通知围绕加强医疗机构投诉管理，从工作原则、加强组织机构建设、规范投诉处理流程等方面部署相关工作。

通知要求完善投诉管理组织框架，设置医疗机构投诉管理部门、科室三级投诉管理机制。二级以上医疗机构应当设置专门的投诉接待场所。投诉接待场所应当尽可能设置在方便患者寻找的位置，门外悬挂标牌，写明投诉接待时间和联系方式。投诉接待场所应当在显著位

置公示投诉管理办法、纠纷处理流程和上级监督电话，配备视频监控、录音设备和一键报警装置等，其他设施设备应当符合安全要求。

通知还要求医疗机构应当注重人文关怀、医患沟通及患者隐私保护，医务人员对患者就在医过程中提出的咨询、意见和建议，应当耐心解释、说明，从源头上减少因沟通不畅导致的医疗投诉和患者安全不良事件。

在规范投诉处理流程方面，通知从畅通投诉渠道、强化首诉负责

制、规范投诉接待、做好投诉核查、加强投诉反馈、开展投诉原因分析处理等方面进行规范。

其中提出，医疗机构应当提供“一站式”投诉服务，接受走访、信函、电话、电子邮件等多元投诉方式。医疗机构要积极建立与市民服务热线等平台的沟通联动机制，积极回应群众关切。医疗机构投诉管理部门应当落实“接诉即办”要求，及时向被投诉部门和相关人员核实情况，涉及多个部门的复杂事项，应当组织、协调相关部门共同研究处理。