“春日经济”不只是单纯的踏青消费,而是连接“吃、住、行、游、购、娱”的复合型经济形态

从赏花“流量”到消费“增量”

这个春天,从踏青赏花到寻味尝鲜,从徒步骑行到登山露营,从商圈市集到古城街巷,涌动的春意与旺盛的人气交织,纷纷转化为亮眼的市场数据和消费表现。

以花为“媒”、多业态融合,如今的“春日经济”不再是简单的踏青消费,而是在新场景、新产品、新服务的赋能下,连接起“吃、住、行、游、购、娱”全产业链的复合型经济形态,是体验经济的生动呈现。春光无限好,“春日经济”持续升温,既为美好生活增添更多亮色,也为经济社会发展注入新的动能。

春赏——
“赏花+”业态上新,“颜值”变“产值”

“一进园区就被这片花海惊艳到了!郁金香开得层层叠叠,樱花也缀满枝头,空气里都是春天的味道,带着家人来春游,踏青、赏花、农趣,特别惬意。”春光明媚,在江西省芦溪县仙凤三宝园,正在花海前拍照的游客李思韵笑着分享。

走进仙凤三宝园,4.6亩的郁金香花海正迎来盛花期,吸引市民游客纷至沓来,踏春赏景。阿波罗、红色长安、幸福一代、水晶之星等6个品种的郁金香成片绽放,放眼望去,从炽热的橙红,到温柔的粉白,再到明亮的鹅黄,每一朵都饱满紧致,层层色彩交织出一座童话般的“马卡龙花园”,令人沉醉。由鲜花编织而成的彩色拱门,与层层叠叠、深浅不一的花朵相呼应,宛如流动的画卷,延伸向天际,人们驻足其间,俯仰皆成画中人。

作为宣风镇凤栖小镇的核心景区,仙凤三宝园依托“中国花木之乡”优势,打造“特色产业+文化+乡村旅游”的文旅新模式,开放面积约1500亩,拥有四季花海、湿地沙滩、萌宠乐园等数十个项目。“今天特意带孩子来坐小火车穿行花海,风景美得像画一样。园区还有‘小猪快跑’‘欢乐套鸭’等亲子互动项目,我们玩得特别尽兴。”游客沈子雅赞叹道。目前,园区已接待游客1.18万人次,门票收入达85万元。

在芦溪镇东阳村,上百亩油菜花海与千年古村碰撞出别样火花。村内“北斗七星”古樟群树龄超千年,唐风民宿与亭台楼阁错落分布。村里将“赏花+文创”深度融合,在唐樟咖啡馆、田夏有茶室等潮流空间,融入芦溪剪纸、傩面具制作等传统手工体验。同时,村里积极培育“赏花+民宿”等新业态,当游客倚坐在“多美好”民宿屋顶天台时,整片田野间如金色织锦般铺展的油菜花海尽收眼底,春风拂过时,花浪翻涌,空气中浮动着清甜的花香,与古村的唐风飞檐、千年古樟构成一幅动静相宜的田园画卷。凭借“推窗见花、出门入画”的独特体验,“多美好”等民宿的房源提前一周就被订空,古村焕发新生,成为年轻人追捧的网红打卡地。

从单一赏花到“赏花+旅拍”“赏花+文创”“赏花+民宿”等多元业态,芦溪县的“美丽经济”正不断延伸产业链,形成农文旅融合发展态势,让乡村的“颜值”转化为“产值”,为乡村全面振兴注入持久活力。

【延伸阅读】

春光渐好,人们赏花热情高涨,新需求催生新供给,赏花经济也顺势升级,“赏花+美食”“赏花+科技”“赏花+文创”等融合业态蓬勃发展,助力消费者从“走马观花”走向“沉浸式体验”。

在赏花出游场景带动下,民族服饰旅拍爆发式增长,成春日消费新亮点。苏州、杭州、南京、西安、扬州等城市受春日出游场景影响,成旅拍搜索热门城市。簪花、汉服等特色服饰妆造体验,成为年轻人打卡目的地的标配。

春赛——
户外运动走热,装备销量增长

春日的浙南山区,阳光明媚,暖风和煦。在浙江省缙云县的骑纪公园,滨江绿道旁传来阵阵引擎“低吼”——众多品牌的机车整齐列阵,来自全国各地的千余名机车骑士,参加一年一度的机车嘉年华。

随着一声嘹亮汽笛,车流缓缓启动。全长数公里的车队宛若游龙,60公里的巡游路线,穿越青山绿水和古村,抬眼一望便是油菜花田与黛色群山。

“除了机车骑行,还有露营和音乐节,每年我都要来缙云赴这场春天的‘约定’。”来自浙江台州市的资深摩友谢胜荣,换上镶满骑行徽章的马甲,跨上黄色的哈雷机车,一路飞驰。

缙云南乡骑行线是其中备受欢迎的户外露营摩旅路线,沿途是典型的乡村风景。行至BIG M大森营自然营地,碎石汀步,地栽绿植点缀其间,一排机车有序停驻在规划区域。

谢胜荣也卸下装备,走向沿弧形玻璃幕墙搭建的露营区。搭好骨架,固定好防风绳,这顶在市集中采购来的帐篷只有6瓶矿泉水重,却在风中稳稳立住。不远处,蛋卷桌、折叠椅、露营灯依次摆开,伴随着悠扬的乐曲声,一场户外烧烤正在进行,依稀可见远处的群山。

露营区使用的帐篷,大多来自当地。在缙云县壶镇镇的北山狼户外用品有限公司体验门店,户外爱好者们沉浸式体验新品装备后纷纷下单采购;在装运区,这里是另一派热火朝天的景象——工人们快速打包着色彩斑斓的露营天幕,门口停着的物流货车正等着将刚下线的蛋卷桌、折叠野餐手推车发往全国各地。

“开年以来订单就没断过,特别是进入3月,咨询量环比翻了将近一番。”公司负责人吕振鸿展示后台的订单系统,“这批帐篷是客户为清明小长假准备的,指定要防暴雨级别的,我们得在月底前交付3000顶。”

今年以来,当地山地露营基地接待游客量持续增长,热衷露营的年轻人不断升级装备,直接带动上游生产企业产销两旺,整个壶镇镇的户外休闲用品产业正在春日里全速运转。

“一顶顶帐篷、一个个天幕撑起的不仅是城市游客的休闲时光,更是一个山区县产业转型升级的崭新天地。”缙云县经济商务局副局长王晋说,从家庭作坊到现代化企业,缙云的户外用品产业正借着“春日经济”的东风,奔向更广阔的市场。

【延伸阅读】

春分前后历来是人们亲近自然、参与户外运动的活跃时段,带动户外穿戴、露营设备等迎来销量增长。淘宝天猫数据显示,进入春季,户外品类销售增幅明显,“专业户外”与“城市通勤”交叉的产品备受消费者青睐。3月以来,伴随换新需求及出行频次提高,软壳衣迎来销售高峰;越野跑鞋销量增速较户外鞋类整体高出60%,引领户外鞋类增长爆发。

越来越多消费者看重装备与运动项目、活动强度、使用体验之间的匹配度。运动护臂、健身手套等护具消费增长明显,营地鞋、越野跑鞋等鞋靴品类颇受欢迎。这说明春季户外消费正由“入门式、尝鲜式”购买,转向更加专业、精细和注重体验的品质消费。

春享——
市集引客流,补贴促消费

摊位前,中药特调茶饮摆放在桌子上,依次排开;智慧中医体验区,市民站在智能体验设备前,个性化调养方案自动生成;集市核心区,一场中医药趣味小游戏拉开帷幕,吸引不少消费者参与……

在四川省成都市龙泉驿区杉杉奥特莱斯广场,“龙泉潮玩集”中医药集市热闹开办,吸引来购物的市民体验。从成都老城区赶来,市民陈学文和家人走进义诊区,来了一次针灸体验,感觉很不错。

进入3月,一系列文旅集市活动在龙泉驿区举办,吸引客流涌入,拉动春日“悦己消费”。体验完针灸,陈学文走进一家门店,为家人选购新上架的运动鞋,“奥特莱斯的商品品类多,不少是西南首店,还有折扣活动。”

举办活动,营造春日消费盛宴。“3月份以来,我们持续调改商品,上新服装、鞋帽等春日消费热门产品,举办中医药集市、文创集市,吸引市民边购物、边游玩。”杉杉奥特莱斯广场项目总经理张利说,广场已吸引了成都、资阳等地区的市民前来购物,今年一季度营业额增长将超30%。

选购完商品,来到一家餐饮店,陈学文点击进入云闪付美团团购小程序,出示核销码。商家扫码后,一家人便开始用餐。此前,陈学文抢到了“驿食光”餐饮消费券。“有了消费券,我们消费满200元,就能减50元。”陈学文说。

今春以来,当地推出了“驿汽购”“驿食光”等促消费活动,通过发放消费券、实施“以旧换新”补贴政策等,带动餐饮、家居和数码产品消费。“自3月20日起,我们推出了100万元餐饮消费券,每天通过云闪付平台发放,惠及市民游客。”龙泉驿区商务局相关负责人李东营说。

走进小米之家龙泉驿区万达广场专卖店,市民李晓霞看中了一款小米手机,与店员沟通后,得知6000元以内的新品手机可获得国补八五折的优惠,还能获得店补九五折的优惠。加上旧手机折算的额外补贴,最终,李晓霞以4000多元拿到了新款手机。

政策支持,拉动春日消费。“预计今年一季度,门店的销售额环比去年四季度将增长近20%。”专卖店店长王洲介绍,通过国补叠加店补等政策优惠,门店3月的销售额有望突破100万元,手机、空调、冰箱等成为热门品类。

【延伸阅读】

春和景明,消费向好。各地区各部门联合经营主体完善消费政策,改善消费条件,创新消费场景,推出发放消费券、商场促销、文创市集等各类活动,释放春季消费潜力。

政策红利、产业创新与消费升级同频共振,带动春日换新、悦己需求爆发,推动相关消费市场活力涌动。抖音生活服务数据显示,3月以来,抖音服饰鞋帽团购销售额同比增长近90%;美妆个护团购订单量同比增长131%,销售额同比增长176%;珠宝首饰团购订单量同比增长282%;生活消费为主的商超购物券订单量和销售额均同比增长超70%。

(人民日报 齐志明 窦皓 王永战)

会唠嗑、懂情绪、有温度

丑萌AI陪伴玩偶“出道”



推开家门,沙发上的玩偶眨巴着一双灵动的LCD液晶大眼睛,轻声问道:“今天加班累不累?要不要听我讲个笑话?”这一幕并非科幻电影的桥段,而是桐乡企业正在创造的真实场景。

近日,在桐乡“潮玩AI物联”主题会议现场,一款丑萌可爱的玩偶一亮相便吸引全场目光,它不仅有着讨喜外形,还能开口聊天、共情陪伴,不用盲盒抽取,让不少年轻人直呼“圆梦”。

这款名为“私域社交筱嘟”系列的AI陪伴玩偶,出自桐乡一家纺织企业。它的诞生,源于一次大胆的跨界转型。2025年夏天,企业负责人沈新烈在国外参展时萌生了一个新构想——能否为传统家纺赋予“智能灵魂”?让一块柔软的布料,长出会思考、懂情绪、能陪伴的“大脑”?

企业发挥面料优势,为“筱嘟”设计了一副丑萌模样——潦草随性的凌乱发型、空洞却充满戏谑感的外星人式大眼睛,那蓬松绵长的头发甚至“可洗、可剪、可吹”。

真正赋予“筱嘟”生命律动的,是它肚子里那枚鹅蛋大小的智能内核。由灵霄物联打造,接入国内大模型API与自建语言大模型实验室,它让“筱嘟”不再只是布偶,而是一个可以定制性格、能听懂话、会回应情绪的“话搭子”。

(钱江晚报 徐惠文)

验光配镜避开五大消费误区

日常生活中,因眼睛问题有验光配镜需求的人不在少数。此时需要注意哪些方面?有哪些常见认知误区?

配镜别踩这些“坑”

误区一:只看电脑验光。不少人以为电脑验光的度数就是准确的,其实不然。电脑验光易受眼睛调节干扰,仅能作为初步参考。而医学验光是一套严谨的诊断流程,通常由专业视光师通过多项检查,综合评估眼部调节、双眼协调及用眼习惯,最终给出个性化处方。

误区二:折射率越高越好。折射率并非越高越好。高折射率常伴随阿贝数(也称色散系数,用于衡量透明介质的光线色散程度)下降,易出现色散,影响视觉清晰度,应听从验光师的专业建议。

误区三:镜框只选好看的。过大、过重或弧度不合理的镜框,容易改变镜片光学中心,造成边缘像差、视物变形。选购镜框时,应重点关注以下三点:轻便,佩戴时无明显压重感;稳定,低头、摇头时镜框不会下滑;贴合,镜腿不夹头、鼻托不压鼻梁。

误区四:不测量瞳距。瞳距是双眼瞳孔中心之间的距离,是加工镜片时定位光学中心的重要依据。如果瞳距测量不准,镜片光学中心与瞳孔中心无法对应,就会产生棱镜效应,迫使眼部肌肉持续调节补偿,容易引发视疲劳、头晕、恶心,长期佩戴甚至可能影响视力。

误区五:配镜后不定期复查。很多人配完眼镜便“万事大吉”,直到镜片磨损也未复查。正确做法是:青少年,每3-6个月复查一次,及时调整度数;成年人,每年复查一次,重点检查度数稳定性和眼底健康状况。

配镜选购须知

查看经营资质,正规门店更可靠。消费者应选择具备合法经营资质、管理规范的眼镜制配场所。消费时可主动查看门店资质公示情况,了解其专业服务能力。

查验计量器具,验光数据有保障。计量器具的准确性是验光配镜的关键。消费者在选择眼镜店时,可留意店内验光仪、焦度计、验光镜片箱等计量器具是否经检定合格。

根据规定,验光仪、焦度计、验光镜片箱等属于强制检定计量器具,必须经法定计量检定机构检定合格后方可使用。消费者可查看设备是否张贴在有效期内的“强制检定合格”标识,若无检定合格证或超期,可拨打12315举报并更换门店。

核对眼镜参数,确保镜片质量。取镜时,消费者需检查眼镜外观是否有瑕疵,镜片与镜圈装配后有无缝隙;核对镜片品牌、折射率、膜层等信息是否与订单约定相符,也可与商家协商使用焦度计现场测量成品眼镜参数,确认眼镜符合国家装配标准。

索要配镜凭证,依法维权有依据。配镜完成后,妥善保管验光处方单、配镜订单、发票或收据等消费凭证。

(据燕赵老年报)