

【敢当头条】

“花旅+”如何走向“四季常青”

“五一”假日前夕,全国“五一”赏花地图一经发布便登上热搜,迅速掀起追花热潮;假日期间,社交媒体上,众多网友纷纷晒出赏花美照与视频,其中不乏外国游客的身影。当前,“赏花之旅”正成为助推我国旅游业发展的不可忽视的力量。

自古以来,在百花渐次绽放之时,赏春色、弄花影、醉春意,便是刻在中国人血脉里的浪漫基因。近年来,从北国花海到岭南芳菲,从江西婺源万亩油菜花田到西藏林芝桃花秘境,一幅流动的赏花文旅画卷徐徐展开。赏花游持续升温的背后,正是“花旅+”模式的悄然生长与迭代升级。

如今的“花旅+”以花卉为核心,通过嫁接非遗、科技、体育等多重元素,打破了传统赏花的单一观光模式,重构沉浸式、多元化的赏花体验。例如,

上海国际花卉节升级全域布局,联动商圈打造快闪花展与花艺市集,让花卉融入城市公共空间,实现“全城皆花园”的沉浸式体验;河南洛阳将牡丹观赏与实景演艺、古风巡游相结合,让游客在花香中感受千年牡丹文化的厚重底蕴;云南昆明梦幻蓝花楹文化节引入AR花影打卡、蓝紫色潮玩市集与夜间花巷光影秀,将城市街道升级为全天候的情绪消费场,带动主题文创等二次消费持续攀高……从感知自然文化到收获情感共鸣,不同客群都可以在花旅中找到自我归属。

“花旅+”的魅力,从来不止于花卉颜值带来的视觉盛宴,更在于其背后承载的情绪价值、社交价值与文化价值。它既是年轻人投身自然、纾解压力的“心灵补给站”,也是代际互动中触摸土地记忆、联结亲情的“连心桥”,

当然也为传统文化与非遗技艺提供了“破圈”传播的新载体。我们看到,西藏林芝的百年野桃林中,镜头记录下的乡土日常传递着质朴温情;河南南阳的月季博览会上,传统烙画融入月季元素,指尖技艺随花绽放;湖北麻城围绕古杜鹃花开发纯露、花茶与永生花礼盒等深加工产品,将漫山红艳凝结为可珍藏的春日记忆。当游客在花影中触摸先辈与自然和谐共生的智慧,赏花便不再是简单的打卡观光,而成为一场寻求文化自信的旅途。

然而,热潮之下,更应保持冷思考。不少花海景点“一季热闹、三季冷清”,难以实现长期收益。要让花旅从“春日限定”真正走向“四季常青”,必须在差异化与品质化上破题发力:时间上,应打破对单一花期的依赖,深度挖掘四季花景潜力,如春天办花海赛

事,夏天推“薰衣夜话”“荷塘纳凉”,秋天开发压花课程与花饊制作,冬天利用温室培育错季花品,让花田四季可赏、可玩、可停留;空间上,提升体验精度,科学划分摄影区、观赏区与体验区,推行“无痕”花田理念,实现业态丰富与生态友好并行不悖。

此外,还应以花为纽带,联结城乡发展。在城市商圈设置快闪花田、移动花展,在通勤线路植入花卉主题影像与助农链接,让奔忙的都市人在转角便能邂逅乡野诗意;同时,将城市的消费需求与运营理念引入乡村花旅项目,完善住宿、餐饮、交通等配套设施,让乡村花海既留住游客,也留住消费。

未来,期待“花旅+”不止步于一季花事,更能在四季流转中持续创新,以花为媒,激发文旅产业的蓬勃内生动力。
(据新华网)

【金玉良言】

“中国式安全感”为何圈粉世界

“快递放门口不会丢”“凌晨3点敢独自在街头撸串”“笔记本电脑放咖啡馆桌子上也没人碰”……这些中国人习以为常的生活细节,近来被外国博主总结为“中国式安全感”,正在海外掀起一场“羡慕旋风”,也让我们再次审视这份安稳背后的深层逻辑。

这种安全感,照见平安中国建设的成就,彰显以人民为中心的价值取向。在中国,公共安全不是少数人的福利,而是以国家制度为依托、以全体人民为对象的普惠性安全。遇到麻烦,碰到险情,“打了求助号码就会有人来”;邻里间的口角纠纷、走失老人儿童的紧急寻回,“有事找警察”给人以踏实的心理支撑……不论身在繁华城市还是偏远乡村,都能得到充分安全保障。无差别的安全供给,背后是鲜明的价值底色:人民至上。

徒法不足以自行,良法更需善治。中国式安全感,扎根于基层治理的高效运转与持续发力。

从新时代“枫桥经验”引领矛盾纠纷有效化解,到人防与技防相结合实现网格化精细管理;从12345热线高效解决群众难题,到“朝阳群众”“红枫义警”等不断壮大群防群治力量……良好社

会秩序是由千万个微小治理单元共同托举起来的。

基层有力量,治理有温度,安全有支撑。中国之治的秘诀,就藏在基层治理的精细度里,藏在坚强有力的基层党组织中,藏在群策群力的群众智慧中。

从更广阔视角看,中国式安全感的深层根源,在于“小家”热气腾腾、“大家”蒸蒸日上的发展红利。

有学者将中国式安全概括为“发展型安全”,可谓精辟。今天的中国,在高质量发展轨道上,高品质生活成色愈发亮眼。守法实干就能过上好日子,已经成为一种集体共识。对好日子的向往与信心,让每一个人都格外珍惜当下的安宁,形成共护安全的集体自觉,也让社会安定成为时代必然、发展必然。

说到底,中国式安全感,本质上是一种信任感。

我们相信党和政府。有什么问题、矛盾、纠纷,打政府部门热线也好,找基层党组织也好,通过网络留言也好,总有渠道能够把民声民意汇聚起来,也总有务实的举措化解矛盾、破解难题。

我们相信人与人之间的善意。中国人历来追求与邻为善、相互帮扶。“四

海之内皆兄弟也”“远亲不如近邻”的相处之道,“一方有难,八方支援”的团结一心,“路不拾遗,夜不闭户”的文明乡风,中华民族传统美德滋养当下、涵养未来。中国式安全感深深植根于中华优秀传统文化。

我们也相信党领导下的国家足够坚韧。就拿能源来说,霍尔木兹海峡局势紧张,全球油价波动,多国面临能源紧张与社会动荡,中国为何能保持从容?答案就在于长期坚持底线思维、未雨绸缪,以系统布局构筑起能源安全“防波堤”。高质量发展和高水平安全良性互动,能有效防范和化解影响我国现代化进程的各种风险。

实践证明,无论遇到怎样的发展困难与挑战,无论遇到怎样的外部冲击与风浪,我们都有智慧和能力渡过难关、化险为夷,持续为每个家庭、每个个体提供尊严和保障,最终走向国家强则小家稳、小家稳则国家兴的双向奔赴与良性循环。

中国式安全感的可贵,在于从不张扬,却无处不在。它源于制度、成于治理、根植民心,最终沉淀为日复一日的安宁日常。这,也是我们前行的底气和勇气所在。
(据新华网)

【有此一说】

要让“心机商标”无机可乘

印有“手打”“手擀”字样的挂面,其实来自流水线;印有“多半袋”“多半桶”字样的方便面,其实只多出20克……据北京青年报报道,尽管国家知识产权局已宣告千余个此类“心机商标”无效,但在部分电商平台和线下商店,一些品牌在商标被注销后没有对商标或包装修改,没有对消费者解释说明,还在原封不动地销售产品。

商家在商标上玩心机,就是在套路消费者。靠玩文字游戏来制造营销卖点,不仅成本低得多,也能带来更大利润。但将商标异化为虚假宣传的工具,既损害品牌形象,也侵害消费者的知情权和公平交易权,更可能伤害消费市场的活力和秩序。

“心机商标”饱受消费者诟病,也为监管部门所不容。自2023年以来,国家知识产权局已累计驳回超过127万件带有欺骗性的商标申请,同时对已注册但使用中存在严重误导行为的商标予以处置。遗憾的是,这些行动并未完全转化为市场端的有效净化。基于法理考量和实际情况,虽然商标无效不代表商品质量一定就有问题,但商标无效决定生效后,商家理应立即停止生产带有该商标的商品,并更换包装或删除原标识,将产品重新包装后再销售。不再销售“心机商标”商品,才符合消费者预期,也有利于保护经营者形象。

目前,《商标法(修订草案)》已完成全国人大常委会首次审议,此次修订专门新增误导性使用注册商标的约束条款,今后借商标幌子欺骗消费者的商家,将面临更严厉处罚。加大监管力度,形成监管合力,让“心机商标”无机可乘,消费者购物才能更放心安心。
(据新华网)

【画里话外】

“拼”车

无需驾照、不用上牌、价格便宜、买来就能直接上路……一些卖家打着源头工厂旗号,在各大短视频平台售卖“三无”电动四轮车。小作坊采购车壳、电池、电机自行组装而成的代步车,安全隐患巨大。交通安全非儿戏,“手搓车”市场需从源头刹车。
(据新华网)

