

催生“低空航线”、限定周边 多地文旅以花为媒 “赏花+”解锁好春光

大江南北春色渐浓，正是赏花好时节。数据显示，今年3月以来，国内赏花游的热度如春潮般涌动，甚至催生出“坐着飞机赏花”的“低空航线”、“花田火锅”和限定赏花周边。赏花不仅为春季旅游市场注入了旺盛人气，更以花为媒介，激发了景区与地方消费的新活力，成为推动经济发展的独特契机。

消费场景不断推陈出新

为满足消费者对春日美景的向往，各地纷纷推出赏花特色线路，从空中到地面，从传统到现代，丰富多样的赏花方式不断刷新人们的春游体验。

眼下，位于四川崇州的30万亩油菜花正绚烂绽放，吸引大量游客畅游花海，踏青赏春。为丰富游客体验，今年当地开通了“低空航线”，让“坐着飞机赏花”成为新潮流。

从空中俯瞰，一片片金黄色的花田与周边的小麦田相互映衬，构成了初春时节黄绿相间的美丽画卷。而随着飞行高度的调整，游客们不仅可以看到一望无际的油菜花，还能清晰欣赏到错落有致的川西民居。一位游客表示，“以前只在地面看过油菜花，没想到从空中看会这么震撼，崇州的春天实在是太美了。”此外，崇州还推出了“花田火锅”，游客们可邀上三五好友，将新鲜采摘的油菜苔、菜心等时令蔬菜煮进火锅里，品尝春天的味道。

上海各区也陆续进入赏花季，推出丰富多彩的赏花游览活动。“静安花朝节”于妇女节当天启动，在这里不仅能赏花，还能体验古风国韵。主会场融入了非遗市集、华服展陈、文化手作沙龙、民俗表演舞台等，游客在这里能邂逅茶肆雅集，仿佛穿越千年。3月15日，上海樱花节启幕，且首次推出了夜樱观赏体验，即在晚上6点到9点半的夜间观赏时段引入光影秀，为游客打造别样的樱花嘉年华。宝山区文旅局

为樱花节特别推出了“樱花护照”，游客出示该“护照”可享受宝山全域52家星级宾馆、连锁酒店的专属优惠。

3月16日，“星城无处不飞花”2025长沙春季文旅推广活动启动。活动开幕现场，长沙发布了“星城无处不飞花”春季赏花地图，集中推介湖南省植物园、烈士公园、松雅湖湿地公园等百余处赏花胜地，并推出4条春季文旅线路，为“追花人”提供长沙春日首选赏花指南。同时，当地还为市民准备了“花式巡游”NPC互动体验、花海市集、“把春天绘进雨伞”花田艺术创想、花田时尚T台秀等集文艺表演、特色美食、互动娱乐等于一体的多彩活动。

“赏花+”产业持续激活春日市场

这两天，在山东临清唐园镇瑶坡村的千亩杏林里，数千棵百年杏树缀满新蕊，吸引众多游客前来打卡拍照。当地利用这一景观资源开展系列文旅活动，以“赏花经济”带动村庄发展。据介绍，游客不仅可以赏花，还能提前锁定杏果收成，实现“春赏花、夏采果”的产业闭环。活动中，村民通过餐饮、非遗展演等多元创收渠道，人均增收超30%。

浙江丽水经开区依托“万亩花海+千年古塔”的核心资源，举办第三届紫荆花赏花活动，连接古村落、自然风光、农特产品，打造全域旅游新场景。村民自制的青团、野菜饺子、花茶、蜂蜜等农特产品备受游客青睐。活动开幕当天累计吸引游客3万余人次，创造收益20

余万元。

四川眉山打造的“金色花海·归居田园”油菜花音乐节活动，则以“油菜花+”为核心，在东坡区修文镇打造了8大主题场景。将油菜花观赏与农耕文化、乡村美食、民俗风情、农田休闲有机结合，鼓励当地群众摆摊增收，倡导广大游客消费，为400亩油菜花田赋予全新的叙事逻辑。

赏花不仅催生打卡热，更催生出蓬勃的“旅拍经济”。从社交媒体打卡到摄影赛事投稿，从周边消费到文旅融合，一朵花带来的不仅是人流量，更衍生出一整套服装租赁、化妆、摄影等相关产业链。例如大理大学2025年樱花季期间，旅拍相关话题在社交平台单日曝光量超百万次，约拍摄影师订单量剧增；长沙洋湖湿地公园梅花写真约拍登上本地热搜榜，约拍摄影师一天可接到上百个咨询。

探索“赏花经济”的长青法则

发展“赏花经济”虽潜力巨大，但也面临花期短暂等局限。如何让“赏花经济”的“花期”更持久？

得益于现代种植技术的革新，曾经与春日无缘的菊花如今也能在春风中绽放。

(综合)

数据

我国已成为世界最大的花卉生产国。中国花卉协会的统计数据表明，全国花卉种植面积138.99万公顷，观赏苗木、切花和盆栽植物、种球的生产面积均位居世界前列。我国还是全球最大的康乃馨、百合切花生产国，以及第二大月季和菊花切花生产国。花卉产业从业人员超534万人，其中花农近180万户。我国现有近22万家种苗花卉企业，年产值5200多亿元。

我国也是世界上重要的花卉贸易国。2024年，我国花卉进出口贸易总额7.82亿美元，同比增长10%。其中出口额达5.16亿美元，同比增长17.78%。盆栽植物、鲜切花、鲜切枝(叶)国际市场需求增长，出口形势良好。

卉行业的活力与发展。

在昆明国际花卉拍卖交易中心，2024年日均交易量达706万枝，平均每单成交仅需4秒，成交率达95.34%。这里拍卖的鲜花不仅送往全国各大城市，还远销海外50多个国家和地区。

近年来鲜花电商迅速崛起，成为花卉行业令人瞩目的现象。在斗南，从事鲜花直播的有5000多人。其中，电商品牌“云舍花卉”去年成交额超过5亿元。在抖音平台，“云舍花卉”直播间已有630多万粉丝，单日最高成交额逾1000万元。

如今，鲜花越来越成为很多人装点生活、高频复购的消费品。鲜花电商的兴起，为消费者购买鲜花提供了更多元的途径，让更多高品质鲜花绽放在千千万万消费者的生活中。

人间浪漫，鲜花相伴。相信满足人们美好生活需要的鲜花，未来会绽放得更加绚烂。

(人民网)

品种选择与推荐，升级智能生产体系，育苗周期大幅缩短，及时响应市场需求。”阮森说。

目前，研究院种苗已推广辐射国内多个城市，并远销海外，形成了良好的品牌效应。

作为广州市精品花卉产业链链主企业之一，广州花卉研究中心多年来坚持科技创新驱动和产业引领作用，实现“科研育种、育繁推”一体化，持续释放经济效益。

广州花卉研究中心有限公司副总经理宿庆连介绍，中心红掌育种已走在全国前列，白掌苗种约占国内市场的30%，红掌种苗约占15%。目前已育成红掌新品种51个，其中“广花艳阳红掌”和“广花绿宝石花烛”实现了国内红掌切花和观叶花新品种“从0到1”的突破。

“未来，中心将继续坚持‘中国红’的传统主流花色，把握‘两个市场’需求导向，根据消费人群的喜好变化，在品种的多样性、丰富度上发力。”广州花卉研究中心有限公司董事长、总经理周晓云表示，契合如今的数智化、绿色化融合理念，中心将在绿色低碳等方面发力，培育出更易种植、观赏的花卉新品种。

(中经)

地方动态

2024年云南鲜切花产量达206亿枝

形成综合产值达千亿元级的“美丽产业”

立体气候和生物多样性赋予了云南得天独厚的自然优势，也成就了其在全球花卉产业中的突出地位。作为世界花卉三大主产区之一，以及亚洲最大的鲜切花交易集散中心，云南的鲜切花在国内市场占有率达70%。据统计，2024年，云南省鲜切花种植面积35万亩，产量达206亿枝，较上年稳中有增；出口额同比增加23.8%。云南花卉产业蓬勃发展，“浪漫经济”美丽绽放，当中的美好生活意蕴值得品味。

鲜花是美好生活具象化的载体。色彩缤纷、芳香宜人的鲜花是大自然的美好馈赠，自古就受到世人喜爱。

数千年前，中华民族的先民就在仰

及时响应市场需求 升级智能生产体系

广州花卉产品花样翻新

生产设施。如今，公司结合市场需求，推出第三代产品“钻石花”——家居绿植摆件，免维护免打理、放置时间长，在点缀家居氛围的同时，更加贴合当代消费者的“懒人模式”的需求。

“以前喜欢购买鲜花，不到一周就枯萎凋谢了，但是永生花微景观产品可以放置很久，也有各种各样的搭配可以选择，送亲朋好友觉得很有档次，买回去放家里也是很好的装饰。”热衷于购买永生花产品的消费者吴霞说。

“创新是企业持续发展的基因。”胡振东表示，企业要发展，一定要充分分析、挖掘市场的细节需求，结合自身优势，作出差异化的产品或服务，“满足消费者不断提高的需求，企业才能持续发展。”

在广州市林业和园林科学研究院白云苗圃，藏着一座“植物克隆工厂”，种苗产业化的奥秘就在这里。

“这里是组培楼，主要作用是进行植

装、物流运输、鲜花电商等行业的直接从业人员达38万人，间接就业人员超过100万人。

从“一枝剑兰”到“一片花海”，如今的昆明市呈贡区斗南社区已蝶变为“亚洲花都”，被称为中国花卉的“市场风向标”和“价格晴雨表”。据呈贡区统计，2024年斗南国际花卉产业园花卉交易量达141.76亿枝，交易额达115.74亿元，交易量、交易额连续25年保持全国第一位。

人们对鲜花消费的意愿和热情，另有一组数据可以佐证：去年斗南接待旅游人数762.34万人，同比增长80%。斗南花市每天游人如织的场景，印证了花

卉行业的活力与发展。

在昆明国际花卉拍卖交易中心，2024年日均交易量达706万枝，平均每单成交仅需4秒，成交率达95.34%。这里拍卖的鲜花不仅送往全国各大城市，还远销海外50多个国家和地区。

近年来鲜花电商迅速崛起，成为花卉行业令人瞩目的现象。在斗南，从事鲜花直播的有5000多人。其中，电商品牌“云舍花卉”去年成交额超过5亿元。在抖音平台，“云舍花卉”直播间已有630多万粉丝，单日最高成交额逾1000万元。

如今，鲜花越来越成为很多人装点生活、高频复购的消费品。鲜花电商的兴起，为消费者购买鲜花提供了更多元的途径，让更多高品质鲜花绽放在千千万万消费者的生活中。

人间浪漫，鲜花相伴。相信满足人们美好生活需要的鲜花，未来会绽放得更加绚烂。

(人民网)

声音

一年之计在于春。海南昌江的木棉花、西藏林芝的桃花、重庆垫江的山水牡丹、湖北武汉的樱花竞相绽放……各地纷纷推出丰富多彩的赏花活动，吸引人们追着花朵看中国。在给城市带来流量的同时，花朵也带动了文旅、餐饮、服务等相关产业，形成了颇具规模的“赏花经济”。

出游赏花，消费者对“稀缺之美”的追求是重要原因之一。从经济学视角看，稀缺创造价值。相较于旅游资源的从容不迫，花卉资源的地域性、独特性、季节性使赏花天生具有紧迫感。季节限定的花期与时不我待的打卡氛围，让消费者生怕错过最美花期。

稀缺之外还有独特性，绽放的花朵背后蕴含着独特历史人文背景，赋予城市辨识度。除了公布赏樱政策的武汉，南京鸡鸣寺山门外的樱花盛景也不遑多让，西湖十景有“曲院风荷”“苏堤春晓”，洛阳的牡丹携手汉服与旅拍成为这座古城最大的文旅卖点。每座城市都有其独特的韵味和故事，而花作为大自然的礼物成为故事最生动的诠释者。

了解名花的美丽传说，不仅能欣赏其表，更能感受其背后的情感寄托。北京法源寺“丁香诗会”起源于明清，每年春天法源寺内丁香盛开时，都有大量文人雅士赏花吟诗。

亲近自然是人的天性，中国古就有春游宴会的传统，人们对于踏青赏花具有与生俱来的审美偏好和情感需求。置身于自然美景，我们身心放松、精神愉悦。亲子游、情侣游、老年游……赏花照顾到各年龄段的需求，既是出于舒缓身心、获取情感价值的目的而进行的悦己消费，更是与亲朋好友进行情感交流和心灵碰撞的重要方式。

在自媒体时代，赏花也具有一定的社交功能。每年武汉樱花盛开时，都有大批网红在樱花树下直播打卡、拍照，与粉丝们线上分享美景，登上社交媒体热搜，以此增加人气、吸引流量。

当然，“赏花经济”不能仅仅停留在“拍照打卡”阶段，还有更多打开方式：跨界推出让游客玩得开心、玩得尽兴的“赏花+汉服”“赏花+美食”“赏花+音乐”等一系列新业态、新模式，用高科技、智能化创造出更多“赏花+”场景，让游客的体验感更强。

打破“年年岁岁花相似”的审美疲劳，避免“赏花经济”昙花一现，还需要推动赏花与其他业态结合，营造出百态盛景。各地在策划各类花朝节、摄影大赛等IP活动的同时，也要注重发展民宿、农家乐等配套服务，加速形成多元化的消费场景，实现从单一观景向全产业链延伸，真正做到让“赏花经济”好景常在。

(经济日报)

市场观察

“赏花经济”牵手“银发旅游专列”

激发“银发经济”新活力

“三月南方的花开得正艳，我们这趟踏春之旅可以徜徉于花海之间。”3月20日，春分时节，77岁的王惠珍乘坐Y473次旅游列车，正观赏着沿途的景色。

正值春季，万物复苏，中国各地游客踏青出游需求旺盛，注重“慢旅行”的老年人正逐渐成为春日错峰出游“主力军”。其中，“银发旅游专列”这一出行方式深受老年游客欢迎。

数据显示，2024年年末，中国60岁及以上人口首次突破3亿人，“银发经济”正成为新蓝海，催生了许多新业态、新需求。

中国国家铁路集团有限公司数

据显示，2024年组织开行的旅游列车

共运送游客超100万人次，其中老年游

客占比接近80%。

记者了解到，随着清明节临近，甘

肃兰铁国际旅行社有限公司抓住中老

年游客春季出行需求旺盛的契机，为

“银发族”打造以踏青赏花为主题的旅

游产品，后续还将在赏花季开行“银

发旅游专列”。

“当前，银发群体已成为旅游市

场的重要客源。针对中老年游客出行特

点和旅行需求，我们推出了多项适老

化服务举措，部分列车的卧铺采用

加宽加厚设计，卫生间设置紧急呼叫按

钮，洗手台配备防滑扶手，车上特别

设置医疗护理区，为老年人提供必要的

医疗服务。

“银发列车游玩时间很充足，对老

年人十分友好。旅程中还提供了免费

旅拍服务，我们拍照打卡、赏花看景，

感觉又回到了年轻时出游的美好时

光。”乘坐2025年宁夏首趟“银发旅游

专列”的74岁乘客杨存斌说。

在2025年京津冀首趟“银发旅游

专列”

上，王惠珍说：“我

们是第一次坐火车，

我们对火车

充满了期待，

我们对这次旅行

充满了期待，

我们对这次旅行

充满了期待，

我们对这次旅行

充满了期待，

我们对这次旅行

充满了期待，

我们对这次旅行

充满了期待，

我们对这次旅行

充满了期待，