

“花”为媒释放文旅消费潜能

各地推出系列活动吸引游客——



图为花园天香湾大型月季迷宫引游客。



图为游客定格美丽。



图为游客在花墙边留影。

春花竞放时节，各地以花为媒，推出“赏花+人文”“赏花+餐饮”“赏花+产业”等多种旅游体验模式，有效放大“赏花经济”吸引力。

做活“花”文章

走进四川省成都市新津区天府农博园，大片的彩色油菜花迎来盛花期。农博园工作人员介绍，这是农业科研机构试种的新品种，出油率高且花期长达百天。双休日前来赏花打卡的游客有5万人次，平时也有1万人次至2万人次。

在雅安市汉源县九襄镇三强村，梨花、李子花竞相绽放，游客赶来踏青。来自成都的游客李小宁说，这已是他和家人第4次到此赏花了。

随着气温回升，江淮大地上油菜花竞相绽放。在安徽省合肥市肥东县罗家疃村，游客在田野打卡拍照。合肥市民张婷婷趁着晴好天气自驾前来，“欣赏美景让人心旷神怡，我们还计划去巢湖拍日落，再去古镇品尝美食”。

每年3月份至4月份，樱花在江苏省无锡太湖鼋头渚风景区接连盛放，开启一年一度的“赏樱季”。

“我们在樱花谷设置了4个网红打卡点，还增添了汉服互动场景。”无锡太湖鼋头渚风景区相关负责人朱俊介绍，樱花谷内设有漫画小巷，可以现场画漫画；汉服妆造馆也已开门营业，前来预订拍摄的游客络绎不绝。在樱花主题场景下，樱花雪糕、樱花风铃、樱花伴手礼等文创产品推陈出新，深受游客喜爱。

为了给游客更好的观赏效果，成都开辟了多条“空中赏花”线路，游客可搭固定翼飞机饱览无尽花海；汉源县已连续举办12届赏花促消费活动，包括梨花音乐汇、梨花仙子主题巡游、黄牛肉宴、湖鲜宴等活动。

3月初，无锡迎来了中国对韩免签政策试行后首个韩国国际游轮团。组织此游轮团

的无锡国旅国际交流部总经理金星淑介绍，今年的目标是组织超过2000名韩国游客通过游轮航线来到无锡旅游。近期，2025无锡“国际月”暨国际赏樱周活动如期而至，来自30多个国家和地区的新朋老友共赏春光、共促合作，将无锡“樱花季”推向高潮。相关数据显示，前2个月，入境游客量（含港澳台）同比增长35.8%。

带动乡村旅游

大量游客到乡村观景游玩、打卡拍照，也为乡村旅游带来了新机遇。记者走进肥东花朝季·鲜花小院民宿，映入眼帘的是一排排油菜花挺立在老旧铁轨旁。两旁的院子中，以类徽派风格的江淮民居为主体，搭配上精心规划的主题花园，显得新颖别致。

“赏花可以带来流量，但体验才能带来收益。”该民宿副总经理陈彦介绍，根据季节变化，小院以不同花卉元素为主题，开展亲子教育、休闲手作课程、聚会派对等活动，带动花卉与延伸产品销售，着力打造别具特色的花园民宿体验中心。

在三强村，许多村民收拾好自家庭院搞起了农家乐。村民陈英的烧烤摊格外火爆。“高峰时期，一天可以卖出四五千串烤串。”陈英高兴地说。

紧抓赏花热潮，乡村民宿正不断将赏花“流量”变文旅“存量”。肥东县文化和旅游局党组书记、局长张晓军表示，近年来，当地着力将旅游民宿作为完善现代旅游业体系、促进乡村振兴的重要抓手，加快构建“市场主导、政府引导、政策激励、联农带农、长效发展”的旅游民宿发展格局。截至目前，全县建成运营旅游民宿26家、在建旅游民宿3家，民宿整体实现了量质齐升。

为了拓展赏花经济，助力乡村振兴，南京市江宁区打造了全新文旅IP——“苏花路”，并量身定制了配套旅游直通车，通过串联江宁区银杏湖、乡伴苏家、龙乡双范、黄龙岙、花塘村等12个知名乡村旅游点和

60多家乡村民宿，打响“乡约来苏六十里，看遍金陵十二花”的山水经济品牌。这条线路的独特之处在于以多元游、深度游为主，无论是特色产品还是主题路线，都与“村景”相连，不仅能赏花，还满足了市民品特色美食，赏风土人情的消费需求。

拉长产业链

近日，无锡出台《无锡市繁荣文化旅游业若干政策措施》，从扩大特色优质产品供给、丰富消费惠民举措、优化文旅产业生态等多个维度入手，着力将文化旅游业培育成为支柱产业。

新沂市是江苏鲜切花生产和出口创汇重要基地，年产鲜切花1.2亿枝。“经过流水线作业，一束束鲜切花装进集装箱发到连云港口岸，通过水路，最快16个小时就能摆上日本、韩国的花市。”新沂市高流镇辉襄农

业发展有限公司总经理岳增辉说。

走进新沂市高流镇梅花加工厂，工人正在将采摘下来的新鲜梅花进行筛选、烘干，制作成清香怡人的梅花茶。为了将梅花产品推广到更远的地方，高流镇积极组织农户参与电商销售。现在正是梅花和梅花产品销售旺季，电商主播李紫琦介绍，高流镇培育了100多个梅花品种，从二三十元的普通花苗到几千元的珍稀品种应有尽有，带动500多户农户增收。

记者从新沂市农业农村局了解到，当地已经开发出花茶、花饼和护肤品等食品和功能性产品，能吃、能喝、能做化妆品的“三朵花”年产值已达到15亿元，增加就业岗位1万多个。“风景”变“钱景”，“颜值”变“产值”，赏花经济激活了文旅市场消费潜力。



图为游客在月季美景中游玩。

外国游客为何迷上乡村深度游？



图为外国游客在中国十大优秀国际乡村旅游目的地——花园村游览现代农业。

芳菲四月花似锦，正是人间好时节。随着我国入境免签“朋友圈”的持续扩大，“China Travel”（中国游）热潮席卷全球。值得注意的是，在免签政策红利的深度释放下，入境游客的足迹正从传统的一线旅游城市下沉至三四线城市、特色县级市，乃至群山环抱的美丽乡村，为“山区游”“乡村游”带来了新的发展机遇。

来自英国的游客在安徽省安庆市的古戏台前驻足，沉醉于韵味悠长的黄梅戏表演；巴西球迷专程前往贵州省，感受“村超”比赛的热烈氛围；还有巴基斯坦游客漫步于浙江省桐乡市濮院镇，在古老的缫丝作坊里亲手触摸传承千年的丝绸工艺……数据显示，今年第一季度，全国乡村旅游接待总人次达7.07亿，同比增长8.9%，其中境外游客占比

显著提升。外国游客的乡村之旅带动了传统手工艺、民俗文化和地方美食的跨文化传播，也正成为文化交流的新纽带。这一趋势的形成，既得益于便利化政策的推动，更根源于乡村深厚的文化底蕴和开放包容的发展活力。

众多乡村之所以被越来越多的外国游客列入“必访清单”，其魅力首先源自一种难以复制的乡土美学。这种“土”不仅是视觉上阡陌交错的稻田、青瓦白墙的村落、风味独特的时令物产，更是蕴藏其中绵延千年的文化基因。从依山就势的村落布局暗合“天人合一”的生态哲学，到春耕秋收的农事活动遵循着二十四节气的古老历法；从宗族礼制维系着乡土社会的情感纽带，到代代相传的手工艺保留着纯粹的质朴美学。如今，工业化浪潮制造出不少同质化景观，但乡村依然保持着对自然时序的虔诚守望，用四季轮转的韵律展现着特有的生存智慧，也构成了独具东方特色的文明景观。即便语言不通，外国游客也能通过晨曦中劳作的身影、院落里飘散的炊烟香气、节庆时村民的笑语欢歌，直观感受到这份穿越文化的魅力。这些无需翻译的生活图景，既为外国游客提供了回归本真的精神栖息地，也成为一扇无需语言注解就能读懂的文化窗口。在这里，文化的感染力超越了语言和文字，以最质朴的方式直抵人心。

外国游客走进乡村的目的不止于其深厚的文化底蕴，更在于探寻其蓬勃跃动的创新活力。在浙江省丽水市，百年夯土老屋摇身

变为设计感十足的先锋书店；在江西省婺源市的古村落，稻谷编织的“大地艺术节”吸引着全球目光；云南省红河哈尼梯田旁，传统蘑菇房变身星空民宿，让游客枕着银河入眠。这些创新并非凭空而来，村民们借助直播带货将农产品销往全球、年轻创客会运用数字技术让非遗技艺焕发新生，乡村的发展活力恰恰源自这种从土地里自然生长的智慧。漫步其中，外国游客既能感受“小桥流水人家”的田园诗意，又能触摸到千年文化的创新脉搏。正是这种既能守护文化根脉、又能孕育未来可能的独特气质，让中国乡村成为世界游客向往的新兴目的地。

当越来越多的外国游客将目光投向乡村，这场跨文化交流既是机遇更是考题。当前，乡村在承接对外服务上仍面临一些问题，比如多语种导游人才储备不足、跨境支付方式有限、退税服务流程还不通畅等。为此，乡村还需要进一步完善文旅基础设施，培养既懂乡村文化又通外语的复合型人才，不断优化软硬件服务，全方位提升文化旅游服务水平，让外国游客愿意来、玩得好、留得下，从“观光客”变为“文化使者”，助力乡村品牌走向更大舞台。

在这片生生不息的土地上，最质朴的田园生活正以崭新的方式走向世界，最传统的乡土文化也正孕育着更多可能。乡村以其独特的文化底蕴和创新活力，展现出令人期待的发展前景，也必将以更加从容自如的心态迎接四海宾客，吸引更多国际游客驻足流连。

幼小衔接焦虑何解

花园三校联动打造沉浸式体验 助力幼儿迈稳入学第一步

“原来小学的课堂这么有趣！”4月24日，花园外国语学校小学部迎来近200名花园南山幼儿园大班的萌娃与家长，通过沉浸式课堂体验、亲子互动游园等活动，提前解锁小学生活场景，为升学过渡注入“安心剂”。

据了解，今年是家长首次进入学校体验幼小衔接主题活动，该校联合花园外国语学校、花园南山幼儿园等连续两天开展特色衔接课程，聚焦家长关切的“分离焦虑”“学习适应”等难题，以“体验+互动+指导”的多形式，架起家校共育桥梁。

“Jump! Clap! Sing with me!”外教老师通过肢体互动游戏，让孩子们在欢笑声中掌握英语词汇；音乐教室内，动感节拍与童声合唱交织，孩子们随旋律手舞足蹈；语文课堂上，绘本故事与趣味书写结合，激发萌娃对汉字的探索欲。短短一节课，孩子们从紧张到雀跃，眼中满是对小学课堂的期待。

“幼小衔接并非超前学习，而是习惯与心理的双向准备……”报告厅内，资深教师从课程设置、行为规范到家庭教育策略，为家长提供系统化建议。讲座后，花园南山幼儿园大一班廖睦晨的家长感慨：“活动不仅让孩子熟悉环境，更让我们学会如何配合学校，缓解了‘升学焦虑’。”

“书本总动员”考验专注力，“姓名特工队”巧练汉字书写，“篮球特种兵”提升体能协作……体育馆内，六大趣味关卡将知识融入游戏。孩子们与家长组队挑战，集章兑换糖画、文具等纪念品。糖香弥漫中，亲子笑声此起彼伏，紧张感悄然消融。“小学真是太有趣了！有很多有意思的游戏，老师上课也十分有趣。”花园南山幼儿园大二班胡笑诚激动地说。

“幼小衔接不是‘抢跑’，而是让孩子带着好奇与自信拥抱新阶段。”花园外国语学校小学部校长赵晓丽表示，未来将持续深化与幼儿园合作，推出常态化衔接课程及家校沙龙，助力幼儿实现心理、习惯与能力的“软着陆”，让入学成为一段水到渠成的成长之旅。（陈金红 严小圆）



4月14日，花园外国语学校举办以“成为更好的自己”为主题的第四届英语节颁奖典礼，为获得才艺王、单词王、优秀班级、优秀家长、优秀英语组等奖项的小朋友、家长与教师颁奖，并组织各班开展情景短剧、歌曲串烧、绘本朗诵等形式多样的节目表演来尽情展现自我，为持续一个多月的英语节系列文化活动画上圆满句号，彰显幼儿园培养具有家国情怀、国际视野的“有教养、有智慧、有活力、有创意”的“四有”儿童培养目标。（周振平摄）

一只卤鹅的流量接力

荣昌虽小，成渝经济圈很大。让荣昌的“卤鹅流量”从单点爆发变成区域共享，打造“城市IP+产业链条+区域协同”模式，也许能使荣昌卤鹅被更多人看到，也为“中小城市走红后怎么办”探索另一种思路。

因为追着投喂外国网红“甲亢哥”，身穿红花袄的荣昌江哥火了，他手里的荣昌卤鹅火了，他背后的重庆市荣昌区也火了。美团数据显示，4月第三周，平台上的“荣昌卤鹅”搜索量同比增长839%，“荣昌酒店”搜索量同比增长超500%。携程平台上，4月10日至4月20日，关于“荣昌”的搜索量较3月同期增长194%，比去年同期增长165%。

三位数的搜索量增长只是开端。现在，整个荣昌都在为“五一”假期做准备，推广卤鹅的接力棒已经从“卤鹅哥”个人转移到当地政府手中。有淄博、哈尔滨、天水等网红城市做样本，荣昌区动作也很迅速：停车免费、志愿者上街，连当地即将举办的马拉松比赛，原本奖牌上的“荣昌猪”也换成了“荣昌鹅”，继续做大城市IP。

广大网友关心的是卤鹅啃起来香不香，荣昌想的是怎样让“卤鹅”飞得稳、飞得远。比如，提出要加强食品安全监管，严厉禁止卤鹅随意涨价、恶性竞争等行为，避免网红效应引发质量危机。提出加强地理标志保护，严厉打击假冒伪劣产品，要保护好荣昌江哥的商标，避免被恶意抢注。这种对民间流量的制度性呵护，体现了城市管理者的远见。

荣昌区还第一时间召开了“网络经济暨卤鹅产业发展金点子征集座谈会”，提出要发展衍生产业链，用卤鹅抓下的鹅毛招商羽毛球企业，把卤鹅的价值链从餐桌延伸到运动场。座谈会上，荣昌公开提出欢迎自媒体报道荣昌，什么地方都可以去看。这种态度，彰显了其对自身经济社会发展、城市治理、消费环境拥有底气。

网红城市的风刮了好几年，此前的网红城市大都遇见过在流量洪峰中既要接住热度又要守住口碑的挑战。作为2025年第一个出圈的地区，荣昌能不能做得更好一些？荣昌并不大，2024年全区城镇常住人口仅41万人，能提供的接待住宿床位不足1万个。当汹涌的人潮突然涌入这座小城，接待能力的短板，倒逼荣昌必须走出“单打独斗”的思维定式——正如“卤鹅哥”林江说的：“锅里有了，碗里才有。”

荣昌虽小，成渝经济圈很大，搭乘成渝高铁，荣昌到重庆市主城区约20分钟，到成都市约1个小时。荣昌周边，论美景，有拍过《卧虎藏龙》的永川茶山竹海、世界文化遗产大足石刻、国家非遗铜梁龙舞；论美食，梁平张鸭子、万州烤鱼、璧山鲜锅兔、丰都凉拌鸡都值得尝一尝。

从公开信息看，荣昌政府有成为“流量中转站”的意识，已经在多个场合谈及相关设想。现在需要周边城市尽快行动起来，主动对接溢出的客流，让荣昌的“卤鹅流量”从单点爆发变成区域共享。这就像重庆火锅的九宫格，每个格子都沸腾，整口锅才够味。

当游客在卤鹅补给站拍照打卡时，他们也在检验城市治理的颗粒度。如果游客在铜梁火龙表演散场后，能用同一张文旅护照兑换荣昌卤鹅的优惠券，区域融合的深度便不再停留于文件签署，而是转化为可触摸、可传播的民生获得感。这种“城市IP+产业链条+区域协同”模式，也许能让荣昌卤鹅被更多人看到，也为“中小城市走红后怎么办”探索另一种思路。