

城市看春总未真 花乡引得幸福来

“赏花经济”传递哪些新信号

让很多人没预料到的是，昔日人们闲暇赏花的行径竟催生一种新的“赏花经济”。在席卷全国的赏花热中，折射出国人消费和出游方式的新变化，探索出稳农富农的新路子，同时，也让人们重新思考乡村的功能价值和未来乡村振兴的新支点。

出游新变化：体验慢生活，“付费”赏花成潮流

春光正好，湖南新田县驷桥镇乌下村成片的桃花相继开放，吸引了许多游客前来观赏。谈及赏花的热闹景象，乌下村桃园生态种植专业合作社62岁的欧道来脸上露出开心的笑容：“桃花盛开时，进村的公路上排满了大客车、小轿车，好多是来自外县的游客。高峰期一天游客有近2000人，仅每人5元钱的‘赏花费’就让我们赚了不少。”而在业内人士看来，“赏花经济”兴起的背后，是人们消费和出游方式的变化。新田县文旅委党组书记路月平说，随着生活水平的提高，人们的消费和休闲需求也发生了改变，愿意为优美的生态环境“付费”。“很多城市居民选择周末到附近的近郊或乡村，感受大自然，体验慢生活。”

南京大学旅游研究所所长张捷表示，赏花作为一种传统文化古已有之，许多著名诗词里都有体现，但那时能有闲情逸致赏花的人毕竟是少数。近年来，随着我国经济发展迅速，人们收入水平大幅提高，加上高铁、高速公路快速发展，小轿车日益普及，人们出门赏花的热情愈发高涨，赏花才新成一种经济现象。“从赏花文化到现在的‘赏花经济’，赏花热一方面体现出经济发展带来的经济收入增加，人们的消费能力在不断增强；另一方面人们热衷赏花，也体现出我国居民消费水平在不断提升，越来越多人愿意花钱满足自己的精神需求。”张捷说。

广阔前景，也为乡村振兴开辟了一条新路子。1981年出生的吴晓波大学毕业后曾在江苏无锡一家上市公司做招标工作。前几年，在许多人的不解中，吴晓波回到自己的家乡无锡市惠山区阳山镇，种了35亩水蜜桃。和许多桃农不同的是，吴晓波是“卖”花来夏卖桃。“光靠卖桃效益不行，在未来的发展中，一、二、三产业融合是方向。”吴晓波说，他专门设计了5亩采摘体验园，让游客既可以赏花，又可以当场采摘品尝。

富农新路子：一、二、三产融合，春“卖”花来夏卖果

“我们这里一直有种油菜的传统，但过去种油菜主要是为了榨油。”在被誉为“中国最美乡村”的江西婺源，曹日泉从没想到，他们从小看到大的这种黄色小花竟能成为他们致富的依托。“单纯种油菜其实挣不了多少钱，所以有段时间，大家都不愿种。”曹日泉说。然而，不知从何时起，婺源的油菜花却逐渐成为一道美丽的风景，金黄色的花海与粉墙黛瓦的徽派建筑交相辉映，让婺源赢得了“中国最美乡村”的美誉，五湖四海的游客接踵

而来。前几年，一直在外打工的曹日泉也回到家乡，将自家两亩多地流转给景区统一种植油菜花，自己则开了一家农家乐，年收入10多万元。“过去，我们村800多人有近一半在外打工，但现在基本都回来吃上旅游饭了。”曹日泉乐呵呵地说。业内人士告诉记者，和过去种油菜一样，单一的农业效益往往较低，为此，很多农民外出打工而不愿务农。然而，眼下越来越热的“赏花经济”让人们看到了农业的

很多乡镇都是发展工业富民增收，但是随着阳山桃花和水蜜桃的知名度越来越大，越来越多老百姓意识到农业同样潜力无穷。南京林业大学经济管理学院农林经济系主任张晖也指出，各地美丽的花海大多集中在乡村，生动展现了我国传统农业的转型升级。“赏花经济”充分挖掘了农业的多功能性，不仅促进了乡村振兴和美丽乡村建设，而且还能有效富民。”

乡村振兴新支点：除农产品外，还有多重功能待开发

时下兴起的油菜花热，让人们在注重油菜传统的榨油价值外，更加注重其观赏价值。“我们用4年时间培育出17种彩色油菜花。”江西农业大学农学院教授东辉告诉记者，培育这些五颜六色的油菜花，就是为了更好吸引游客。在付东辉看来，乡村除了提供农产品外，还有休闲、旅游甚至教育等多重功能和价值。“未来推动乡村振兴，除推动农业供给侧结构性改革生产更多优质农产品外，还应该在这些方面更多发力，形成推

动乡村振兴的合力。”越来越火爆的赏花热，也让人们重新思考乡村的功能价值和未来乡村振兴的新支点。伴随“赏花经济”的兴起，一些县区和乡镇开始转变过去片面注重工业的心态，在招商引资、产业规划、发展引导等方面，进一步往生态经济和乡村旅游倾斜。“‘赏花经济’的背后，是发展思路的转变，直接促进了各地产业结构的调整。”无锡阳山镇镇长杨丹告诉记者，因为地处苏南，周边

五一假期铁路郑州局计划加开49对临客

本报讯(记者 慕容洁 通讯员 赵晶晶 王胜)记者昨日从中国铁路郑州局集团有限公司获悉，五一小长假铁路运输期限为4月28日至5月1日，为服务假期旅客出行，郑州局加开临客49对，其中高铁(含城际)28.5对，普速20.5对。

据介绍，郑州局管内小长假运输期间预计发送旅客205万人，客流以旅游流、探亲流、学生流为主，直通客流主要发往北京、上海、广州、成都、贵阳等热点城市，管内客流主要以新乡、安阳、焦作、开封、洛阳等城市为主。预计4月28日、5月1日管内京广高铁、徐兰高铁沿线的郑州火车站、郑州东站、商丘车站、洛阳龙门站等车站往返客流较为集中。

小长假郑州局将加开直通临客17对，其中高铁列车8对，分别发往北京、上海、贵阳、西安、宝鸡等旅游城市，普速列车9对，分别发往北京、上海、武汉、西宁、阜阳等城市。

为方便省内旅客出行，小长假郑州局还将加开管内临客32对，通达省内汤阴、兰考、西峡、灵宝等23个市县，其中包括高铁列车10对，郑开、郑焦、郑机城际列车10.5对，普速列车11.5对。

市旅游协会入围全国第二批团体标准试点

本报讯(记者 成燕)昨日，记者从郑州市旅游协会了解到，经过初审、公示、答辩等环节，该协会已被国家标准化管理委员会正式列入“全国第二批团体标准试点单位”，成为此次河南唯一入围的行业协会组织。

据介绍，此次试点实施周期为2年，各试点单位将按照前期申报的团体标准试点工作实施方案，扎实开展试点工作，结合各单位行业建设和发展实际情况，科学开展团体标准立项和申报工作。郑州市旅游协会秘书处将严格按照相关通知要求，围绕“科学合理、层次分明、服务至上”的原则，严肃申报审批流程，加强组织指导和日常监管，进一步规范团体标准工作流程和培训制度，逐步建立和完善全市旅游行业团体标准体系建设。

我市税务部门开展优化税收营商环境签名活动

本报讯(记者 侯爱敏)昨日上午，市地税局、国税局、金水区地税局、国税局共同举办的“优化税收营商环境我见证”签名活动，在人气旺盛的国贸360广场启动。与会的40余家企业代表在“税金诚信”墙上郑重签名，表达诚实纳税的决心。

据悉，本次活动是全市第27个税收宣传月系列活动中的一项。今年的税宣月活动紧扣“优化税收营商环境，助力经济高质量发展”主题，集中开展了“问需求、送政策、解难题”大走访，以及税务人纳税共话税收、税法进校园、纳税人政策培训等一系列活动，集中普及税法知识，服务企业。活动现场，河南郑州国贸商业有限公司等40家纳税信用等级良好的企业被授予诚信纳税企业。国税地税还联合在现场设置了宣传台，向来往行人发放税收知识宣传资料，吸引了不少纳税人前来咨询、了解相关税务知识。

汇聚新时代 中华复兴的磅礴伟力

(上接一版)据统计，本届投洽会全省共达成合作项目321个，投资总额4399亿元。省会郑州也在此次经贸大戏中收获颇丰，共达成36个签约项目，拟投资总额1872.88亿元，签约项目囊括了先进制造和高成长服务业。

“中国河南国际投资贸易洽谈会的举行，旨在深化各国在跨境投资和贸易机会方面的交流与合作，从中受益的不仅仅是英国，相信世界各个国家作为经济共同体，都会从中受益。”中英商务中心创始人、总裁巴利·汤姆森说，河南与英国之间在经贸、教育、文化、投资方面都有很多互相交流的机会，非常期待与河南的进一步合作。

来自立陶宛共和国驻华大使馆的拉姆纳斯·瑞姆库斯，在现场咨询得特别详细和认真，他希望能够将展览上的好项目、好产品带回国内，分享给当地的企业，更希望能够借助投洽会，促进立陶宛和郑州的经贸合作。

前来参加投洽会的客商大多也都参加了拜祖大典。通过拜祖大典搭建的平台，郑州结识了一大批海内外的朋友，广大客商也在拜祭祖、考察郑州的过程中了解河南、了解郑州，发现商机。

与时俱进 不断创新

大典年年办，年年有新意。作为国务院批准的国家级非物质文化遗产，拜祖大典的规划已基本固定。而且自2009年以来，大典主题也固定下来。如何在不变中求“变”，让大典年年办出新意，大典组织者的确花了不少心思。所以每年的大典在保持庄重大气的前提下，也有不少创新之处。

今年的大典在全民参与和宣传方面更有突破。今年的拜祖大典，在去年的基础上，启动线上线下共同拜祖，突出从“纸端”到“指尖”从“大屏”到“小屏”的互动、广播、网络、“两端”和移动视听介体和媒体形态以及国内、海外平台将全部用上，涉及面和覆盖范围更广泛。

针对海外华人和关注喜爱中华文化的外国人，在去年尝试使用APUS海外多场景传播取得良好效果的基础上，今年进一步深化与APUS的合作推广。APUS是我国重大新闻向海外推广的目前最有效的手段，就像手机的安卓系统或者苹果系统一样，APUS在海外作为一款拥有近20亿用户的手机系统，通过手机应用的多场景，将大典的盛况最大限度地直接输出到海外用户面前，对拜祖大典现场包括仪式、用不同国家的语言进行个性化宣传。

今年继续延续了“海”“陆”“空”全方位直播和报道拜祖大典，在覆盖面上更加广泛。“海”即海量的媒体，国内主要的主流新闻网站都将直播或转发拜祖大典当天盛况的同时，国内大型的商业门户网站、新闻客户端、直播平台、微博微信等都成为拜祖大典的另一个重要的传播平台，实现海量传播；“陆”是传统媒体和户外媒体，在美国的纽约时代广场、英国的伦敦、澳大利亚的悉尼、日本的东京，以及南非的约翰内斯堡等五大洲重要城市繁华地段，设置现场大屏进行宣传；在郑州的大街小巷以及高铁等前期进行了落地宣传；“空”即空中信号全覆盖，人民网、新华网、凤凰网、新浪网、搜狐、百度等各类网络媒体今年都对大典进行了全程直播，通过互联网渠道把大典的盛况、人文价值和文化自信传向五大洲有华人的地区。中央电视台以及全国广播联盟也在盛典当天直播盛况。

今年还对拜祖大典的传播形式进行创新，将文明始祖轩辕黄帝进行了萌态化，结合微信聊天的语境和河南话，制作出了已经刷屏朋友圈的表情包“轩辕黄帝有熊氏”。通过这种全新的讲述方式，将拜祖大典以不同的形式推送到年轻人身边。

黄帝故里拜祖大典正以其巨大影响力、辐射力、凝聚力，为中华民族的伟大复兴，为中原经济区建设，为推动郑州国家中心城市建设，发挥着不可替代的作用。

文化和旅游部：加大力度整治不合理低价游

据新华社北京4月19日电(记者 胡浩)记者19日从文化和旅游部了解到，文化和旅游部将在全国范围继续开展旅游市场秩序整治行动，针对“不合理低价游”、强迫或者变相强迫购物消费等问题加大整治力度。

据了解，今年1月至3月，针对个别重点旅游地区相继发生的导游强迫或者变相强迫游客消费、“黑导”殴打游客等恶劣事件，文化和旅游部开展了以打击强迫消费以及非法从事导游执业活动为重点的旅游市场秩序专项整治行动。截至3月底，各地共检查旅游企业11253家，检查旅游团队2942个，检查旅游客运车辆800台次，检查导游8596人次，立案172起，处罚导游及非法从业人员70人，罚款及没收违法所得326.05万元。

专项整治行动严查“黑导”，严惩“黑店”“黑社”“黑车”等。各地在旅游景区、旅游集散地、热点旅游线路沿途以及交通枢纽地点对跟团导游进行拉网式排查，并对发现的违法违规问题依法进行查处。

你以为是剧情需要，其实是广告植入！

——药品广告花式植入影视剧调查

男主角和父亲吃饭，父亲把餐桌上的药酒一饮而尽；女主角生病了，立刻有人送来胃药；宫斗戏里需要滋补，太后常用阿胶……记者调查发现，本需要审查的药品广告，如今却是热播影视剧中的“熟脸”。专家认为，植入广告也是商业广告，必须遵守广告法所有规定。

热播剧主角为何常“吃药”？

我国药品广告审查发布标准中明确规定，非处方药广告应当显著标明“请按药品说明书或在药师指导下购买和使用”。记者调查发现，一些药企却“另辟蹊径”，走影视剧植入的道路，绕过这一规定，打“擦边球”。

2016年起，某品牌药酒多次出现在热播影视剧里。剧中人物吃饭时，餐桌上常常摆着几瓶，无论男女老少，端着酒杯一饮而尽。但事实上，这一品牌药酒是国药准字甲类非处方药，其药品说明书明确标有“儿童、孕妇禁用，阴虚阳亢者、肝肾功能不全及酒精过敏者禁用”的使用禁忌。

电视剧《云巅之上》中，某品牌胃药是男女主角感情的催化剂，“你的胃暖暖的，我的心也暖暖的”；《甄嬛传》《那年花开月正圆》中，某品牌滋补药品是宫廷御用。作为非处方药，二者通过的非处方药广告审查批文中都明确提示“请按药品说明书或在药师指导下购买和使用”，或“禁忌、不良反应和注意事项详见说明书”。

据不完全统计，2017年有数十部剧目有药品广告植入，涉及多个药品品牌。在这些影视剧中，投放植入广告的药品相关禁忌均未显著标明，可能对有相应禁忌证的患者产生误导。

记者调查还发现，为了拿到药企“金主”更多广告位，有的制片机构甚至会为药企“度身定制”新剧情、新台词。一位经验丰富的制片人透露，市场看好的大剧，600万元的药品广告



喧宾夺主 新华社发

投放价格，回报一般为3~4个剧情、4~8分钟总播出时长。如果遇到多个药品竞争一部热播剧，价格会更高。

广告植入处于“灰色地带”

由于管辖范围存争议，多部门审查协作难度大，影视剧成为药品广告植入的“舞台”，药企变身影视剧“金主”。对于管辖范围，上海市工商局广告处处长应认为，影视剧中的品牌(产品)植入，本质上具有商业营销的目的性，行为主体表现出典型的市场经济特性，属于商业广告活动范畴，应当遵守广告法基本规定。

有专家撰文指出，就药品广告而言，监管主体本身是明确的，前置审批应当由食药监部门负责，内容应当由工商部门来负责，机构改革后应当统一由国家市场监督管理总局负责。现在的问题是各大药企在投放影视剧植入广告前不会去申请前置审批。

影视剧“吃药”谁来管？

业内专家认为，不是说药品不能做植入营销，但植入广告仍然是商业

广告，应当遵守现行法律中关于广告形式、内容、监管的一系列规定。

应认为，药品广告植入影视剧尤其应当守住法律底线。例如非处方类药品只做品牌或商标露出，台词对话中以情感诉求为主，不做推荐证明并无大碍。但有些植入情节很露骨地对药品功效进行宣传，就可能违反法律规定，甚至有些功效演示是虚假夸大的，还可能对观众带来危害。

还有专家建议，健全植入式广告信息披露制度，抑制植入式广告的不良效果。药品广告审批部门、广告活动监管部门和影视内容审核部门共同制定配套制度，降低药品广告监管执法中的识别难度，保障植入广告的合法性。

中科院上海生命科学研究院研究员沈建华认为，药品有其特殊性，不能让广告对公众产生误导。药品植入广告也应纳入监管，健全信息披露制度，由多个监管部门共同制定配套制度，降低药品广告监管执法中的识别难度，保障植入广告的合法性。

据新华社上海4月19日电

