

文旅新意

冬游广西正当时

□ 本报记者 臧 潇

2025年上半年

广西壮族自治区接待游客总人次

▲ 同比增长10.7%

旅游总收入

超5600亿元

左图 游人在广西壮族自治区平乐县二塘镇新华村月柿果园游玩拍照。

廖祖平摄(中经视觉)

下图 冬日里的南宁市青秀山丘石花园如梦如幻。

本报记者 童 政摄

你有没有为一款能追剧、能刷视频的智能冰箱心动过?直到发现那块大屏幕的真正功能是源源不断地向你推送各种购物广告;你是否也曾计划为新家安装一套智能系统,畅想回家时灯光自动亮起、窗帘缓缓打开的便捷生活?而现实中,很多智能系统的传感器仿佛一个过度警惕的“哨兵”,一个不经意的声音都会触发灯光突然亮起,让舒适感大打折扣……“智能”标签漫天飞,“智慧”体验却并不理想,这正是当前智能家居行业面临的核心痛点。

近日,市场监管总局(国家标准委)批准发布《智能家用电器的智能化技术要求和评价 第1部分:通用要求》《智能家用电器应用场景 第1部分:通用要求》等国家标准,将于2026年5月1日起正式实施。这两项国家标准从“智能能力”和“场景效果”两个关键维度,清晰界定了智能家电的标准,既给企业研发生产确立了规范,也让消费者能够明白选购、安心使用。

简单说,新国标中的“智能能力”关注产品自身的技术硬实力,如感知环境、分析决策和精准执行的能力,可以理解为家电的“智商”;而“场景效果”则侧重于产品在真实家居环境中,为用户带来的实际价值与体验提升,体现的是家电的“情商”。

过去,由于缺乏统一标准,智能家电领域一度陷入概念炒作的迷雾。价格虚高、“伪智能”、不同品牌设备互不兼容、实际体验与宣传严重不符等问题广受消费者诟病。

新国标如同在迷雾中为消费者树立了灯塔,回应了消费者的长期痛点,给消费者吃下一颗“定心丸”,保障了消费者能“明白消费”。对普通消费者而言,判断一台智能家电的价值曾是一项技术活。新国标实施的等级划分,未来有望像能效标识一样直观明了。消费者在选购时,可以依据明确的等级,清晰对比不同产品的“智商”和“情商”,从而作出更符合自身需求和预算的决策。这种透明度的增加,将极大降低消费者的选择成本和疑虑,重建市场信任。当消费者能够“所见即所得”,其购买意愿和消费信心自然会得到有效提振。

同时,新国标也为企业的研发与生产划定了清晰的跑道,督促企业将竞争焦点从营销话术转向提升产品的实际感知、决策、执行能力,以及其为真实家居场景带来的协同便利与体验提升。这将有效挤出行业“泡沫”、淘汰滥竽充数的“伪智能”产品,推动资源向真正有创新实力的企业集中,促进产业从“量”的扩张转向“质”的飞跃。

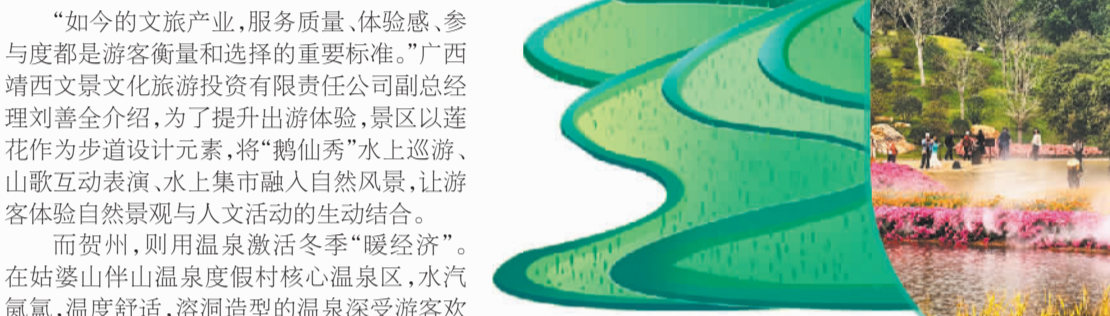
当前,提振消费是国家经济工作的重要着力点。智能家电作为消费升级的重要板块,其市场的规范化、标准化是激发更大潜力的关键前提。一个可信、无陷阱的市场环境,是消费者敢于消费、乐于消费的基础。新国标的出台,不仅有助于解决当前市场的乱象,更为未来智能家居生态的互联互通、全场景协同打下了坚实基础,从而催生更多元、更高级的消费需求。

为智能家电划分等级这一小步,实则是规范市场、提振消费的一大步。这把“新标尺”量出的是产品的智能水平,更是行业发展的健康度与消费者的获得感。期待在新标准的引领下,智能家电市场能迎来一场深刻的“品质革命”,让科技创新真正惠及千家万户,为扩大内需、推动经济高质量发展注入更强劲的消费动能。

姜天骄

智能瞭望

新标



“如今的文旅产业,服务质量、体验感、参与度都是游客衡量和选择的重要标准。”广西靖西文景文化旅游投资有限责任公司副总经理刘善全介绍,为了提升出游体验,景区以莲花作为步道设计元素,将“鹤仙秀”水上巡游、山歌互动表演、水上集市融入自然风景,让游客体验自然景观与人文活动的生动结合。

而贺州,则用温泉激活冬季“暖经济”。在姑婆山伴山温泉度假核心区温泉区,水汽氤氲,温度舒适,溶洞造型的温泉深受游客欢迎。依托温泉分布点多、储量大、水温稳定、水质好的独特资源优势,贺州近年来打造了西溪森林温泉度假邨、天沐·伴山温泉度假邨、贺州温泉休闲旅游度假区等6个温泉旅游度假区,主要温泉企业2025年上半年累计营收超1.2亿元。

“今天贵客到壮乡,山欢水笑喜洋洋……”在广西崇左龙州县红军古道景区天琴社寨,不时传来壮族天琴的悠扬琴声与欢快的迎客山歌。进入天琴文化馆,龙州壮族天琴艺术第十一代传承人朱仲衡正在向游客介绍天琴的制作工艺,几位感兴趣的游客一边听着讲解,一边尝试组装迷你天琴。

景区一侧的吊脚楼群下,壮家婚礼民俗活动在“抢亲”中拉开帷幕。游客和演员们化身“接亲”队伍,一同载歌载舞,沉浸式体验春糍粑、壮族美食簸箕宴等特色民俗活动。龙州县文化旅游和体育局局长谢文博介绍,游客参与传统非遗展示、壮锦香囊缝制等活动,是龙州县激活文化基因的生动实践,也激发了非遗的消费活力,今年以来,仅非遗文创及体验项目销售额就突破1200万元。

在百色市右江区江凤村那西屯,陶艺体验馆,“麽七”非遗体验馆、文创展厅吸引了不少游客前来。“印象·那西”的民族T台秀正在紧锣密鼓地排练,游客能在景区免费体验壮

旅途增添科技味

如今,旅游不再局限于观光与美食,更是科技与人文碰撞进发的新奇体验。从旅游规划衣食住行到游览景区消费体验,广西冬游多了不少“科技味”。

“自己做攻略费时费力,跟团有时候自由度不够,如果能用人工智能一键定制行程,来桂旅游会更便捷。”广西一键游数字文旅产业集团党总支副书记、董事、总经理廖伟平介绍,“一键游广西”小程序已联通自治区交通、公安、市场监管等13个部门,288个4A级及以上旅游景区,可以实现一键定制旅游计划、景区客流量监测、购物推广及售后等功能。截至2025年10月底,平台用户突破3880万人,入驻商家突破41.7万家,交易额突破5.31亿元。

在海南大学展台,首先映入眼帘的是其在热带高效农业领域南繁育种方面的代表成果——5捆金黄色的山栏稻谷颗粒饱满,茎秆粗壮。工作人员说,这些是通过基因编辑和杂交育种技术培育出的“海大高产水稻”系列品种,显著提升了水稻的产量和抗逆性。“海南大学多年来聚焦南繁育种科研技术,利用海南独特的气候条件和丰富的种质资源,加速新品种的选育和推广。”

五指山市在本届冬交会上推出了零激素、零化肥、零地膜、零化学农药、零除草剂的“五零”农业新模式。在“通什1988”展区,富有年代感的展馆装饰设计与原生态、纯有机的农产品定位相得益彰,受到参观者和采购商的一致青睐。海南美林和邦控股集团有限公司把产品产区建在五指山,就是看中其独特的自然资源和优势,并以此促进对农产品原材料的精选及加工工艺的提升。公司董事长翁忠学说:“希望通过冬交会,把来自五指山的矿泉水和椰子水推广出岛,推向世界。”

拥有323个4A级旅游景区和10个5A级旅游景区的广西,冬季平均温度在13摄氏度至16摄氏度之间。凭借得天独厚的区位优势、丰富的旅游资源、创新的融合思路,文旅消费已成为拉动广西经济增长的重要引擎。2025年上半年,全区接待游客总人次同比增长10.7%,旅游总收入超5600亿元。

山水暖人迎客来

“广西山清水秀,冬天旅游气温正好,不少新奇的体验项目也老少皆宜!”来自山东的游客栾佳辉已经是第二次带着全家来广西“避寒游”,上次在桂林感受过竹筏江上游,再次冬游,目的地选在了北海银滩国家旅游度假区。栾佳辉告诉记者,北海海底大世界、金海湾红树林、骑楼老街都是冬季“遛娃”好去处,自己还和妻子把下次的冬季旅游目的地定在广西百色。

近年来,广西旅游成绩单亮眼,消费市场供需两旺。广西抓住冬游市场优势,推出多条主题线路,助力文旅产业差异化、多元化发展。游客可以在北海银滩、钦州三娘湾等滨海景区享受海边漫步的惬意,也可以选择桂林漓江、龙脊梯田的“一票三日制”,在梯田风光中来一场山水康养之旅,还能到访崇左,在德天跨国瀑布、明仕田园等地探秘边关风情。

作为“宝藏错峰期”,冬季的德天瀑布景区内不挤不晒,游客可以慢慢欣赏瀑布飞流直下的壮观景色。“冬季是传统旅游淡季,徒步、观景等项目不用排队,时间充裕的游客,还可以选择增加一次跨境游。”中旅广西德天瀑布旅游开发有限公司跨境游管理部总监龙胜旺介绍,中越德天(板约)瀑布跨境旅游合作区是中国首个跨境旅游合作区,区内实施预约组团、组团限量、限时跨境、团进团出、游览线路限定的管理模式。“当天预约,当天出行,游客可以在这里真正实现一日游两国。”龙胜旺说。

同样抓住冬游市场的,还有靖西市的古龙山通灵大峡谷。“虽是传统旅游淡季,但通过推出秒杀特惠门票、无人机航拍体验等措施,景区实现了淡季不淡的效果。”广西旅游通灵大峡谷旅游有限责任公司副总经理杨剑瀛向记者介绍,2025年1月至11月,景区已接待游客近78万人次。“文旅消费重在体验,目前景区还计划改造新建古龙山景区徒步路线,用深度体验激发景区旅游消费活力。”杨剑瀛说。

体验丰富参与感

走进百色靖西市鹅泉景区,已收割完毕的稻田里,连片的稻梗高低错落,与远处蓝绿色的湖水呼应出丰富的色彩层次,石桥横跨水面,桥下天鹅成群,撑筏的师傅站在竹筏上,向游客娓娓讲述鹅泉的古老传说。

尝鲜海南

本报记者 潘世鹏

从智慧农业到有机种植,从品牌培育到产销对接,日前,以“聚农业精品·享自贸商机”为主题的第28届中国(海南)国际热带农产品冬季交易会在海南国际会展中心举行。恰逢海南自贸港封关运作关键节点,16个国家和地区的近2000余家企业携万余种产品集结,国内多个省份组团参加。活动期间,还举办了海南农业品牌发布、海南热带特色高效农业投资洽谈等活动,助力国际展商布局海南市场,国内企业对接全球资源。

白绿绿茶、五指山红茶、澄迈地瓜、乐东蜜瓜、文昌糟粕醋……本届冬交会上,这些消费者熟悉的海南特色农产品以全新的包装和形态亮相,展现出现代农业的新风貌。

在加梳山居品牌红鲷鱼展台,品牌负责人、海南椰梦生态文化产业投资有限公司负责人张贵生说:“企业刚刚获得了海口市‘椰城香见’农产品区域公用品牌的授权,今后将全力打造提升区域公用品牌的社会影响力,助推加梳山居品牌红鲷鱼不断量产,满足广大消费者和采购商的需求,推动农业企业转型升级。”

作为海南省级全品类农产品区域公用品牌,“海南鲜品”致力于将优质热带农产品从田间地头送上全球消费者餐桌,在本次盛会上通过一系列重磅发布、美食品鉴、竞技赛事与趣味互动,全方位展现其品牌魅力与产业雄心。

展会期间,海南省农业农村厅专门举办了2025年海南农业品牌发布活动,不仅发布了

《海南省农业品牌目录(2025)》,还为一批“海南鲜品”标杆企业、首批“海南鲜品一桌菜”体验餐厅授牌。海南省农业农村厅厅长周俊表示,海南将2026年定为农业品牌“标准建设年”,将从专班统筹、规划引领、市场化运作、省市联动等方面,持续打造农业品牌体系。

随着“海南鲜品”区域公用品牌体系不断完善,海南冬季瓜菜不仅是满足国内冬春“菜篮子”需求的农产品,更有品质与信誉的保证。在昌江展馆,入口处的微景观花园让人眼前一亮,三角梅、金钱兰、石斛兰等花卉错落摆放。展馆内,火龙果、蜜瓜、凤梨、无花果等特色农产品琳琅满目。昌江县农业农村局局长质量安全与市场信息室负责人张祺说:“展馆‘陆海统筹、山海联动’为核心,设有非遗互动体验区,凸显‘1+5+N’品牌体系与生态产业优势,助力特色产品走向更广阔市场。”

参展刚两天,安徽天康智慧农业有限公司带来的天长大米和天长芡实就已销售一空,公司副总经理严方玲直呼:“没想到会这么火!一场冬交会,一次新突破。不仅让天长大米、天长芡实等特色农产品走出安徽,走向全国,也让我们对当前农业市场的需求特点有了更清晰的认知与把握。未来我们将持续深耕智慧农业领域,以技术创新坚守绿色品质,以优质产品链接广阔市场,让更多‘天长特色’走进千家万户。”

冬交会上,处处体现着科技创新成为推动热带农业高质量发展的核心驱动力。在中种集团南繁硅谷数字化系统上,育

种基地、良种繁育、农技推广、产业集群主体等信息一目了然。中种集团有限责任公司数字化运营经理步五一告诉记者:“数字系统展示了中种集团在海南的布局情况,相当于一幅形象的地图。我们的核心在育种研发板块,主要包括水稻、玉米、大豆、棉花等作物,去年完成了9.6万余组组配测试,通过审定品种142个。中种集团入驻三亚崖州湾科技城,带动多个上下游企业入驻,将为海南农业发展贡献更大力量。”



图为2025冬交会临高展馆举行的“临高好物”互动现场。

本报记者 潘世鹏

本版编辑 孙庆坤 美编 高妍