

春日赏花活力迸发

本报记者 沈慧

飞猪数据显示

3月以来

“赏花”“踏青”等关键词

搜索热度

环比增长3.8倍

平台上游观光类度假商品

成交额

同比增长72%

市
消
除
望

近日有媒体报道，部分眼镜店商家报价时，在手机上悄悄打字，生怕“隔墙有耳”；一款市面上常见的1.61折射率镜片，进货价仅15元，而报价却高达799元，溢价超50倍。数字令人瞠目，却并非个例。眼镜是消费者的刚需消费品，但眼镜价格，却总让消费者觉得“像雾像雨又像风”，看不清、摸不透。

眼镜早已成为许多人日常生活中不可或缺的产品。然而当消费者走进眼镜店，面对琳琅满目的镜架和镜片，听到一串串专业术语——折射率、阿贝数、非球面、防蓝光……大多数人往往一窍不通，最终只能被动接受价格。究其原因，主要是商家利用了消费者对眼镜真实成本不了解、对镜片材质专业术语不清楚等造成的信息不对称，随意定价，追求暴利。

眼镜行业的价格乱象看似只是“卖贵了”，实则危害是多重的。对消费者而言，最直接的便是损害了消费者权益——没有买到等值的商品与服务，被侵犯了公平交易权。与此同时，有的商家为了追求高额利润，可能会在配镜验光上打折扣，或销售质量不达标的配镜，这不仅无法保护消费者的眼睛，还会损害佩戴者的视力健康。对行业而言，如果商家通过高定价、高折扣的套路进行销售，而非通过提升验光技术、品质或售后服务来竞争，则会导致诚信经营、合理定价的企业难以生存。长期的价格迷雾定会让消费者对眼镜行业产生普遍的不信任感，从而抑制正常的消费需求，阻碍行业的健康发展。

消除眼镜价格迷雾，核心不在于单纯地“打价格战”，而在于通过多方努力，重建一个透明、专业、可预期的市场。

打破信息壁垒，让价格匹配价值。监管部门应将眼镜价格纳入重点监控范畴，制定合理的价格指导区间，严厉打击价格欺诈等行为。同时，鼓励互联网眼镜品牌的发展，通过去中介化、减少流通环节、透明定价策略，让消费者可以放心地“用脚投票”。

严把资质门槛，让服务值得消费。配镜是一项包含验光、研磨、适配在内的专业技术服务，消费者支付的货款中，本应包含专业服务的价值。但问题在于，当专业能力参差不齐、验光师资质模糊不清时，高昂的收费便失去了合理基础。行业协会与监管部门需携手严把配镜机构的资质准入关，建立验光师等专业技术人员的技能认证与信用档案。

强化消费者权益保护，用规则守护公平。如江苏、山东、广东等地纷纷开展的专项检查、制定地方标准等行动，正是制度层面迈出的积极一步。未来，还可进一步探索建立全国性的眼镜产品追溯体系、推行统一的售后服务标准、设立便捷的消费纠纷解决机制等。

总之，消除眼镜行业的暴利，并非要消灭企业的合理利润，而是要建立一个公平透明的健康市场。当每一位消费者的视力健康与基本权益得到保障，消费者才能够不再“雾里看花”地购买眼镜。

马维佳

繁花似锦 出游升温

春意渐浓，北京中山公园迎来一年一度的“郁金香时刻”。3月20日，中山公园第31届春花·郁金香文化节启幕，八方游客远道而来，共赴这场美丽的春日之约。“早就听说这里的郁金香很美，果然名不虚传。”周末，来自天津的游客张颖带着父母前来打卡，“没想到，上午10点刚过，公园门口就排起了长队。”

红的似火、粉的如霞、白的胜雪……步入园内，各色郁金香在春风中摇曳生姿，与古朴红墙相映成趣。不少市民游客驻足花前，或俯身轻嗅，或举起手机定格美好瞬间。

不只赏花，解锁春日新玩法，今年中山公园内，“传芳宝阁”与“驿路花市”两大市集也成为热门打卡地。前者汇聚非遗手作、插花制香、文创产品等，吸引众多游客驻足体验；后者则集结北京饭店、小美餐厅、六必居、义利等老字号与品牌，让游客在郁金香花海中品味春意的同时，也能大快朵颐。

“在园子里逛累了，来上一瓶清凉可口的酸梅汤，再买上一个新鲜出炉的果子面包，找个长椅坐下来。一边欣赏美景一边享受美食，这才是春天的最佳打开方式。”来自山东的游客赵惠感叹。

等闲识得东风面，万紫千红总是春。眼下，正是用脚步丈量祖国大好河山的最佳时节。

在北京玉渊潭公园，成片的樱花灿烂绽放，粉白的花瓣层层叠叠，美不胜收。樱花树旁，来自江苏南京的陈静雯正在为6岁的女儿拍照留念。“一直想带孩子来北京玩玩，这个季节春暖花开，正适合带孩子出门旅行。”陈静雯说，这次来北京她请了几天年假，除了玉渊潭公园，她还计划去故宫和颐和园逛逛。

最美人间四月天。杭州湛碧楼前的樱花、苏州网师园的玉兰、绍兴仓桥直街的苦楝树、福州三坊七巷的流苏花……随着气温回升，一株株花树成就一幅幅社交媒体上出圈的春日“名场面”，直接拉动了区域旅游消费快速增长。飞猪数据显示，3月以来，“赏花”“踏青”等关键词的搜索热度环比增长3.8倍，平台上游观光类度假商品的成交额同比增长72%。

“花”样翻新 可食可赏

除了观赏，许多花卉还是极具时令气息的天然食材。苦刺花、金雀花、玫瑰花……在云南，“开春吃花”是一大特色。每年春天一到，云南的菜市场就热闹了起来，一份

份五颜六色的可食鲜花摆得整整齐齐，令人心旷神怡。

不只是云南把这份春日限定的鲜美吃进肚子里，记者注意到，北京多家超市上架了可食鲜花，吸引了众多市民前来选购，“95后”姑娘郑雨就是其中一位。自从几年前在一家云南菜馆解锁了吃花的乐趣，她便爱上了这一口春天的味道，“我最喜欢的是茉莉花煎蛋，一口咬下去，鲜嫩的鸡蛋裹着甜甜的花汁，唇齿留香”。

槐花、金雀花、茉莉花、重瓣玫瑰花、可食用鲜黄菊花，京东生鲜超市蔬菜采购员王兰告诉记者，今年7月推出了5款可食鲜花，上市以来整体销量同比增长110%，其中槐花、金雀花、茉莉花尤其受欢迎。

仅仅吃花还不够。春风和煦，景色宜人，身着汉服赏花正成为春日里一道亮丽的风景线。

画眉、贴花钿、盘发……经过造型师的一番精心打扮，北京姑娘李雨欣和闺蜜衣袂飘飘地出现在了北海公园。“每个女孩子都有一个古装梦，趁着春暖花开，我们也来体验一次。”李雨欣说。

像李雨欣这样的汉服体验者不在少数。在西安“本宫来了”国风体验馆，店长赵静这段时间忙得脚不沾地。“每年赏花季，也就是3月、4月，我们就格外忙碌，今年入春以来，店里的销售额同比增长了约22%。”赵静告诉记者，赏花季店里最受顾客欢迎的款式是浅色系唐风齐胸襦裙，人均客单价在350元左右。客户群体以亲子家庭、年轻人为主，多为体验型游客，也有部分汉服爱好者。“最近赏花游持续升温，询问汉服妆造的顾客很多，为此，今年赏花季我们专门在青龙寺景区内设立了临时店铺。”赵静说。

多元融合 颜值变现

4月6日，北京南苑森林湿地公园露营地，烂漫的野花旁，一顶顶帐篷错落支起。沿着河边，市民李宗伟找了个阴凉处，支起折叠椅，摆好小桌，准备和家人朋友一起享受春日的美好。

一顶帐篷、一片草地、一桌美食……这个春天，约上三五亲朋好友，在赏花之余来一场惬意的露营，成为许多市民热情拥抱大自然、放松身心的热门选择。

“今年赏花季，骆驼户外露营装备销量

实现强劲增长，特别是黑胶防晒速开帐篷、月亮椅等露营装备凭借便捷实用的特性，备受消费者青睐。”骆驼集团品牌总监肖逸告诉记者，今年赏花热潮涌动，户外消费市场升温态势明显。以黑胶速开帐篷为例，设计师围绕便捷进行设计，“一提即开，一压即收”，成为百万消费者的“入门第一帐”。

不过，与传统野外露营不同，人们对赏花场景下的户外装备有着特别的需求，比如，轻量化、便捷化，还要能“出片”。“赏花场景下，大家对于‘美学’有着更高追求。”肖逸介绍，积极顺应这一消费趋势，近年来骆驼的户外产品在注重功能性和专业性的同时，正朝着高颜值的方向努力。比如，骆驼推出的自有IP熊团包、抱抱鹅等颜值露营产品，兼顾专业户外性能、多场景适配和美学表现，销量正稳步攀升。

当然，赏花游带火的不止露营。这个花季，以花为媒，打造新场景，各地赏花经济活力迸发。

在深圳，坐着直升机高空赏花成为独特的体验方式，并由此延展出了一条涵盖低空经济、餐饮住宿的消费链条。

在济南，各大景区融入非遗、



北京元大都城垣遗址公园“海棠花溪”5000余株海棠盛放。朝庆明摄(中经视觉)

演艺、巡游、市集等元素后，赏花经济链条进一步延伸。清明假期第一天，截至14时全市纳入监测的30家重点旅游景区共接待游客39.1万人次，实现营业收入1390.5万元。

在云南昆明，当地公园与周边商场联动推出“春日赏樱消费券”、春日市集、免费停车等服务，构建“公园+商场”的文商旅融合新模式，既增添了游园乐趣，也释放了消费活力。

在北京，10条“漫步北京”品质赏花主题线路，串联最佳赏花点位、人文景观、特色美食、文创体验、休闲业态，打造“赏花+文化”“赏花+休闲”“赏花+美食”“赏花+运动”等一系列春季游玩新体验，助力市民游客感受北京春日的自然与人文之美。

有关专家表示，赏花经济的高质量发展，要求各地既要有“以花为媒”的眼界，更要有“功夫在花外”的定力，让短暂花期化作长久的产业动能。

安徽省淮北市三五山景区樱花绽放，吸引众多市民游客前来踏青赏花。

张伟摄(中经视觉)

茶香四溢 供销两旺

本报记者 李景

日前，西湖龙井茶龙井43品种正式开采，杭州西湖区万亩茶园迎来春茶采摘季。在西湖龙井茶抽芽关键期，在龙坞茶镇，各类茶主题特色体验活动次第亮相，当地正从卖茶叶向卖风景转变，从“一季火爆”迈向“全年热”。

建于茶山之间的春日市集人气高涨，不少摊位还增设了二层观景区，近20家商户聚焦品茶、围炉煮茶、特色手工等业态，游客可沉浸式感受春日茶香韵味。“我们茶室开窗的原因，就是想让客人在房间里喝茶，推开窗伸手就能够触碰到茶叶。”市集商户杨柳表示，依托于“茶+DIY”“茶+扎染蜡染”等活动，“一到周末，翻桌都来不及”。

得益于得天独厚的茶园资源，龙坞茶镇打破单一茶叶销售的传统模式，将整片茶山打造为开放式景区，通过业态前置、场景创新、提前预热茶市等方式，有效聚拢人气。自3月以来，村里的客流量较平时增长了50%，营业收入稳步提升。随着春茶季全面开启，当地还陆续推出采茶体验、非遗炒茶展示、全茶宴品鉴等一系列活动。

浙江湖州的安吉白茶开采时间较西湖龙井茶稍晚，3月底，全县24.32万亩茶园进入采摘季，春茶市场迅速升温。作为典型的“时间窗口型”农产品，安吉白茶以

“明前茶”为核心卖点，开采后短时间内即进入销售高峰，今年市场端呈现出预订提前、需求分化的特点，高品质茶叶依然走俏。

“现在生产线已经24小时满负荷运行，一天可加工1万斤干茶。”安吉县龙王山茶业开发有限公司负责人潘元清介绍，企业预订订单定金已达1000余万元，预计今年产值同比增长25%至30%。目前，零售价在2000元至3000元一斤的中端白茶最受市场欢迎，兼具品质与性价比，成为当前消费主流；同时，“头采茶”“明前茶”等高端产品依然供不应求，呈现出明显的分层消费特征。

消费场景也在持续拓展。在安吉县溪龙乡“白茶原野集”，茶园转化为集展销、体验、休闲于一体的消费空间，部分茶农单日营业额超过1万元。在白茶原“一片叶子”茶饮空间，以白茶为基底的新式茶饮受到欢迎，单日销量最高超3000杯。

“从产业链看，安吉白茶正由卖产品向卖体验转变。”安吉县农业农村局党委书记、局长刘斌表示，该县已开发白茶衍生产品50余种，如茶护肤品、茶香薰、康普茶等，年产值超12亿元，有效延伸了产业链。

随着浙江各地茶叶相继进入采摘销售季，作为全国最大的绿茶交易市场，位于丽水市松阳县的浙南茶叶市场也越来越热

闹，茶农纷纷挑着刚制好的春茶摆摊，来自全国各地的茶商穿梭其间，品鉴、询价、讨价还价声此起彼伏。“60来斤龙井43干茶不到两个小时就全部卖出去了！”本地茶叶加工户潘荣宝介绍，几天忙碌下来，他已卖出了500斤干茶。

“由于今年开春气温回升快且平稳，茶叶开采早、产量高，均价则因高中低档各类茶叶集中上市而略有下调，但凭借着过硬的品质和市场流通的枢纽优势，春茶销路一路向好。”本地茶商邓声辉表示，最多的一天卖出8吨干茶，主要销往广东和上海。

“我今天早晨7点便入市选购，一口气买了200多斤茶叶准备发回北京。”来自北京的茶商张海峰，已连续20多年到松阳采购春茶，在他看来，这里的茶叶品质稳定，交易规范，获得了全国客商的长期认可。据统计，2025年，浙南茶叶市场交易总量达8.23万吨，连续20余年稳居全国绿茶产地市场第一。

“这里是全国绿茶价格的晴雨表，也是我们最核心的竞争力。”浙南茶叶市场有限公司副总经理谢恒轩介绍，当前在售的本地茶以乌牛早、龙井43为主，黄茶、白茶等品种也开始少量上市，随着气温回升，采摘量增大，上市量将逐日攀升。

安徽省淮北市三五山景区樱花绽放，吸引众多市民游客前来踏青赏花。

张伟摄(中经视觉)

茶农在杭州市西湖区转塘街道茶山采茶。(资料图片)

(资料图片)

本版编辑 林语晋 美编 吴迪