

# 春日经济活力的关键何在

春风拂面，万物复苏，文旅市场同样迎来“春天”。今年清明假期，交通出行人数超8.4亿人次，亲子游、周边游、长线游多重叠加，多条热门航线机票量同比增长逾四成。

为了接住客流，各地持续上新消费场景，从花田音乐会到低空赏花，从以花为媒到以节会友，形成一幅城乡联动、业态融合的春日消费图景。

业内人士认为，如何持续创新供给模式、提升服务质量，实现“颜值”与“价值”的双向奔赴，将是春日经济保持活力的关键所在。

## 消费场景持续升温

又是一年清明时，在杭州西溪湿地，花朝主题活动如约而至。十二“花神”携百名汉服爱好者行祭礼、启巡游、105种花卉、近8万盆花株在湿地公园次第绽放，勾勒出江南春日的唯美画卷。

同程旅行发布的报告显示，今年清明期间，传统乡村游、赏花游、登山游等春季主题依然最受追捧。各地不断解锁“春天的N种玩法”，吸引着人们奔赴一场春日之约。

在云南省曲靖市马龙区沈家山樱花谷，400余亩樱花漫山绽放，将整片山谷装扮成粉色的海洋。“漫山的樱花特别漂亮，还有各种活动可以参与，一趟下来玩得特别尽兴。”游客杨玉婷专程从昆明驱车前来赏花，手里还拿着刚买的樱花文创产品。

如果说赏花是文艺青年的春日专场，那么“吃货”的春天就藏在各色鲜美里。眼下春鲜正当“食”，追求尝鲜的陕西人提着竹篓、拿着小铲，在地里挖白蒿、摘苜蓿、找荠菜，将这些山野春菜作为时令美味。

小小的青团，称得上是清明最鲜明的味蕾符号之一。“我喜欢春笋雪菜馅儿的，家人喜欢甜口的，每年春天，各种口味的青团都会买上一点儿尝尝鲜。”杭州市民卢先生说。叮咚买菜消费数据显示，清明假期前后，平台春菜整体销售额同比提升20%，“顺时而食”的消费理念日益深入人心。

民俗非遗同样点亮春日经济。“清明轧蚕花，轧得越闹猛，收成越好。”一句民间流传已久的俗语，在浙江桐乡衍生出一场“清明轧蚕花”民俗会。在巡游环节，“蚕花仙子”乘花船撒下蚕花，队伍浩浩荡荡，祈愿丰收的盛景，满是江南独有的浪漫与热闹。

浙江大学管理学院旅游与酒店管理专业副教授林珊珊表示，从春景到春食再到春俗，春日经济已经不是单纯的“赏花经济”，而是由踏青出游、短途度假、户外休闲、非遗文创、乡村消费、春季赛事等共同组成的一轮季节性服务消费扩张，正带动文旅市场持续升温。

## 多元发力释放春日经济澎湃动能

受访人士表示，春日经济的活力绽放，既是季节特



4月5日，游客在河南省开封市翰园碑林游览玩耍。新华社发(李俊生 摄)

性带来的消费需求释放，也离不开各地通过创新消费业态、畅通消费渠道等举措，注入澎湃动能。

——情绪价值引导。春日经济的兴起，是情绪价值与经济价值的双向奔赴。春日的那抹新绿和沁人芬芳，切中很多现代人心坎中那份亲近大自然的“情绪刚需”。

在浙江绍兴古镇村，480亩七彩油菜花延绵成海，游人举着手机定格满目金黄，亭间有人围坐合唱，有人则静坐长椅沐浴春光。“本来只想拍拍照，没想到还能露营、体验采茶，孩子玩得不想走。”在游客王女士看来，花海不再是“看一眼就走”的风景，而成了可停留、可体验、可回味的春日目的地。

从“瞬时打卡”到“情感收藏”，今春，各大品牌相继推出春季限定彩妆、国风服饰，景区精心设计集章打卡兑换文创活动，农户打造时令春味礼盒……系列举措通过强化“专属感”与“收藏价值”，将“错过等一年”的自然紧迫感，巧妙转化为当下的消费驱动力。

——业态创新激发。春日经济的持续升温，离不开消费场景的创新突破。在四川崇州，油菜花田里支起火锅，游客边赏边吃，戏称“一口吃掉春天”；在浙江嘉兴，一张浙江省城市足球联赛(吴越杯)的票根能解锁当地文旅推出的专属踏青观赛套餐，享受涵盖住宿、游览、餐饮的多重优惠。

不少地方还兴起了“ColorWalk”，以樱花粉、油菜花黄、梨花白等春日色彩为主题，将沿途的艺术装置、特色小镇、文化地标串联起来，让整座城市变成开放的春日展场。一路走、一路看、一路吃、一路买，既拉动沿线消费，也让人们真正走进城市深处。

——政策扶持带动。3月以来，多地发放文旅消费券、减免景区门票、推出精品线路，以政策杠杆撬动市场热度。铁路部门开行“赏花专列”、增开城际列车，联动

地方交通部门开通接驳专线，打通赏花“最后一公里”。

今年春天，四川、江苏、浙江、安徽等多地推行中小学春假，家庭出游热度显著提升，也带动了机票、民宿、景区预订量直线飙升。去哪儿大数据研究院研究员杨涵表示，清明不调休模式配合春假政策，以往的3天短途踏青升级为长线度假，平滑了文旅行业淡旺季波动，也有效激活了内需。

从“一季旺”迈向“四季春”

繁花似锦，终有花期。春日经济的热度如何延续，也是摆在各地政府和所有从业者面前的一道课题。

在浙江旅游职业学院教授章艺看来，春日经济虽热涌动，但也面临同质化、“花期限定”、生态承载压力等方面困境，需要以创新驱动，以特色立身、以长效运营替代短期狂欢，才能让春日经济从“一季红火”迈向“四季常青”。

章艺认为，各地应深化本土特色，避免简单复制，需结合地域生态、民俗、产业优势打造差异化春日文旅IP；延伸产业链条，推动“赏花+非遗”“赏花+种植”“赏花+美食”“赏花+徒步”等多元融合，实现从一季赏花向四季体验转变。

“春日经济能不能健康发展，要看游客来了以后能不能玩得顺、住得好、买得安心。”林珊珊表示，各地要把文旅服务质量和消费环境当成硬约束，而不是附属项，要持续完善文旅公共服务体系，简化景区预约流程，优化旅游交通配套，并提升服务的人性化和专业化水平。

春日经济各美其美，才能美美与共。西北大学经济管理学院旅游管理系主任梁学成建议，要利用人工智能等新技术打造春日新服务，提供虚实结合的新体验空间，做深做大春日经济的附加值，给人们增添不一样的沉浸式体验。 新华社记者(新华社北京4月7日电)

五颜六色的塑料小圆柱，在馒头的起落间排列组合，经过高温熨烫，便化作一件件精美的像素风工艺品。

拼豆，看似简单的手工，如今正席卷各大社交平台和线下商圈。从经典动漫IP到创意微景观，悄然掀起一股时尚消费浪潮，成为“体验经济”新载体。

## 线上线下供需两旺

走进上海徐汇的“33 Studio”手工坊，近20个座位坐满低头专注拼豆的年轻人。老板阮瑶说，店铺自去年6月开始增加拼豆业务，近半年拼豆迅速大众化。“周末店里基本都坐满，多为本地年轻人和大学生。”

在辽宁沈阳一家DIY拼豆店里，24岁的王露怡正专注地拼着“海绵宝宝”，“在这里拼豆，能缓解我学习上的压力”。据店主阮瑶介绍，2025年拼豆火了以后，他将店里原有手作全部换成拼豆，而他所在商场的拼豆店已超过30家。

近几个月，“拼豆热”带火了不少手作工坊，许多消费者热衷在线下工坊体验拼豆。以上海五角场一家拼豆工作室为例，其“29.9元一小时”的拼豆项目全年销量1.1万多份。

还有不少消费者选择购买材料包在家独自创作。为此，大型零售品牌也纷纷入局。名创优品2025年9月开始拓展拼豆类目，2026年1月推出一款48色拼豆便携套装，销量出现爆发式增长。“我们发现，夜光豆、3D立体拼豆等升级款，以及到手即玩的轻便型套装最受青睐。”名创优品相关负责人表示。

淘宝数据显示，2025年拼豆销售额突破亿元。小红书平台上，话题“我染上了拼豆”浏览量超67亿次，抖音“拼豆”话题视频播放量突破229亿次。

在消费端热潮带动下，“拼豆热”的东风也吹热了产业链上游的生产车间。“拼豆品牌 Mard 目前月均产量达2吨，今年以来，供应链产量同比增长150%，市场表现持续升温。”杭州马尔德文化创意有限公司创始人马洋军说。

# 「拼豆热」升温，手作带火「体验经济」

## 为何能抓住消费者的心

在市场人士和专家看来，拼豆并非新鲜事物，本轮“翻红”源于热播影视IP带动。但以拼豆为代表的体验经济持续火热并形成规模化消费，原因则是切中了当下消费者在经济、心理和社交层面的多重需求。

商务部研究院副研究员洪勇认为，拼豆操作简单、技术门槛低、消费成本相对有限，从经济层面看更易被大众接受。“相比陶瓷、烧玻璃等其他手作体验，人们只要会用镊子基本上就会玩拼豆，且成品自由度高，让每个人的作品都可以很‘个性’。”艾媒咨询首席执行官张毅说。

从心理层面看，拼豆等手作正成为当代生活的“解压神器”。上海社会科学院应用经济研究所研究员、文化创意产业研究室主任曹伟认为，拼豆契合了年轻人“沉浸与疗愈”的情绪需求，“能在数小时内带来清晰可见的成果，这种‘确定性的成就感’有效对抗了现实中的焦虑与不确定感”。

此外，拼豆等手作体验还具备“社交货币”属性。在社交平台上，有拼豆爱好者利用榫卯结构拼出3D立体花灯，收获超10万次点赞；还有玩家耗时148个小时，用拼豆制作出1.4米长的《千里江山图》，将指尖手作玩出新高度。洪勇认为，拼豆兼具“使用价值”与“交换价值”，“其高饱和度、强视觉冲击力的成品，完美契合社交平台‘晒图一点赞’的反馈循环”。

受访专家认为，如今，工业量产的标准化商品唾手可得，非量产、慢节奏的手制品显得更为稀缺。越来越多年轻人愿意为手工体验与原创手作买单，为参与感、独特性与情绪价值付费。

## 质量、版权问题待完善

随着以拼豆为代表的“体验经济”受到大众追捧，在实际消费过程中，一些消费热点和挑战也日益受到关注。

首先是材料质量安全。不少消费者反映，部分劣质拼豆气味重，高温熨烫可能释放有害物质。四川君律师事务所律师何琦提醒，消费者在购买时需留意其是否符合相关标准。若产品面向儿童使用，需符合更严格的强制性标准。

此外，版权问题也是拼豆等手作经济备受关注的焦点。“如果商家未经授权，将这些形象用于拼豆制作等手作活动并对外销售，本质上属于对作品的复制并用于商业盈利，是典型的侵权行为。”何琦说。

在曹伟看来，拼豆已验证了其作为一个“小而美”情绪消费赛道的成功，但中长期发展则需要解决版权困境、加强产品创新，才可能从一波热潮发展为一个可持续的成熟产业。

近年来，以拼豆为代表的“体验经济”正快速崛起。企查查数据显示，2025年全年注册手作相关企业6955家，同比增长31.08%。据艾媒咨询测算，2024年中国“情绪经济”市场规模超2.3万亿元，预计2029年将突破4.5万亿元，我国情绪消费与“体验经济”市场规模将持续扩大。

从政策层面看，国务院办公厅2026年1月印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》明确提出，支持发展“情绪经济、体验式服务”，为这股消费新浪潮保驾护航。

“手工产品是情绪的承载，是自我对话和疗愈的媒介。”蒂彩工艺董事长钟玉龙认为，在电子设备与AI快速发展的时代，以手工市场为代表的“体验经济”或将成为持续增长的新蓝海。 新华社记者(新华社北京4月7日电)



在上海市一家手工坊内的展示墙上，挂着各式各样的拼豆挂件。新华社记者 程思琪 摄

# 谁在“收割”投资者焦虑

## ——起底自媒体荐股乱象



新华社发

值得警惕的是，这些看似诱人的投资服务，往往布满陷阱。广州投资者秦女士花费数千元加入某财经博主的知识星球社群，结果发现，付费内容全是“马后炮”式的事后风险提示，市场走势预测屡屡偏离实际，与宣传承诺相去甚远。另一名投资者陈女士抱怨，付费进群后跟投的股票都被“套死”。

还有部分财经“大V”利用自身影响力发布荐股内容，试图操纵市场。今年1月，雪球“大V”金永荣因“抢帽子操纵”证券市场被浙江证监局罚没超8300万元，并被采取3年证券市场禁入措施。

有的投资者甚至遭遇诈骗。今年2月，最高人民法院发布一起跨境实施的“荐股引流+虚假投资”类电信网络诈骗案件。犯罪集团成员分工配合，以投资黄金“高收益”为诱饵，通过伪装资深投资者、打造明星导师、制造盈利假象等方式，层层诱导被害人落入陷阱，造成巨额财产损失。

中山大学国际金融学院教授陈增祥表示，一些财经“大V”往往喜欢鼓吹速成、暴富，鼓励短线投机与追涨杀跌，扭曲了健康的投资文化。大量散户在“大V”建议下采取同质化交易策略，可能在特定时点加剧市场波动。

## 揭秘“股神”套路

从名不见经传的普通博主，到万人追捧的“荐股大师”，一些自媒体从业者并非拥有过人的投资经验，而是掌握成熟的“造神”套路。

——打造“人设”，铺设“掘金”起点。一部分自媒体人精心包装权威形象，顶着“投资顾问”“理财师”等头衔吸引粉丝。

一名在短视频平台拥有23万粉丝的财经“大V”，其认证头衔为某公司理财师。但经查，该公司实际属于科技推广和应用服务业，并非持牌金融机构。

一些“指点金融市场”、发布“投资建议”的财经“大V”，甚至不具备相关资质。

当前，各大平台上的金融类账号认证要求持证者持有相关资质证书，但一些没有任何资质的从业者，通过花钱也能买“认证”。有运营人员表示，某短视频平台“拿下资质证书+帮认证”仅需2500元，另一社交服务平台认证财经博主则要5500元。

——编造虚假投资战绩，塑造可信度。鲜为人知的是，股市上所谓“每天百万的收益，只需一个‘股票模拟器’”便可达成。在网购平台上，25元便可购买一个仿真的股票模拟器。一名售卖模拟器的商家告诉记者，模拟器与真实交易的实盘界面相似，但后台盈亏数据可以随意修改。

此外，那些看似精准的“超前预测”，更是简单的障眼法。一些财经博主在开盘前同时发布“看多”和“看空”的帖子并隐藏，收盘后公开正确的一版，便营造出“百猜百中”的假象。

——私域引流变现，将投资者带入“灰色地带”。

更值得注意的是，一些不良自媒体从业者一旦积累了足够人气，便通过添加个人微信、组建投资社群等方式，将粉丝引导至监管难以触及的私域地带。

记者调查发现，财经博主在公共平台大多会用“仅供参考，不构成投资建议”等话术进行形式上的合规包装，但一旦投资者添加了投资助理的微信，便会抛开违规荐股的“遮羞布”——助理会明确表示，付费即可获得精准的股票代码和买卖点建议。

陈增祥指出，这些财经博主多采用多平台分发、矩阵化运营模式。引流、付费、服务环节相互分离，主账号与小号、“马甲”号联动运作。一旦被监管警示或封禁，可快速切换平台继续运营。

## 多方协同“查漏补缺”

受访专家指出，整治自媒体荐股乱象，亟需监管部门、相关平台形成合力，从制度完善、源头管控等多方面入手，查漏补缺，标本兼治，共同规范行业发展，保护投资者合法权益。

2025年，中央网信办发布关于规范网络名人账号行为管理的通知，将未经许可或未取得相应资质擅自从事荐股投资等行为纳入负面清单，为常态化监管提供了依据。

陈增祥表示，监管部门还需进一步明晰法律性与监管边界，明确财经知识付费与持牌投资咨询、证券期货经营活动的区分标准，防止以知识分享为名开展非法金融业务。网络平台需从源头切实履行主体责任，加强全流程管理。

陈增祥建议，平台应从源头强化资质审核，对明显缺乏专业背景的博主，存在违规问题的内容，及时采取限制传播、下架处置等措施。同时，要规范营销宣传行为，严禁算法助推焦虑式营销、煽动性内容，建立对伪造交易记录、夸大收益等违规情形的快速识别与拦截机制。

今年以来，已有平台陆续采取行动。雪球一日之内封禁22个财经“大V”，重点整治非法证券投资咨询及违规引流行为；知识星球也发布公告，深度清查“非法经济学家”及无资质违规课程。严禁售卖未经合规备案、含有非法荐股、分成跟投等违法违规内容的课程或产品。

对投资者而言，树立理性投资观念、提升风险识别能力，是保护自身财产安全的最重要防线。陈增祥说，合规的投资指导，其核心特征是，由持牌金融机构及其从业人员在法定业务范围内开展，以投资者教育和适当性服务为目的，而非直接售卖“致富秘籍”“内幕消息”。

北京市鑫诺律师事务所律师董高升提醒，投资者需摒弃“低风险高收益”“快速致富”等不切实际的预期，认清资本市场的风险本质。若投资者遭遇侵权行为，应注意证据留存，及时向平台投诉反馈，或向监管部门、公安机关举报违规线索，维护自身合法权益。

新华社“新华视点”记者(新华社广州4月7日电)

## “抄作业速成”“暴富”诱惑下陷阱丛生

“等到我跟大家说可以买入时，你买入就可以了。”视频里的财经博主侃侃而谈，从国外就业数据扯到国际期货市场，话锋一转，便将重点引向付费会员服务，声称只有付费才能获得精准投资“指点”，入门费1288元，高级会员4288元。

这种套路更是被直播间财经主播们玩到极致。他们以“投资大师”自居，对着K线“看图说话”，在镜头前宣称“进入核心小圈抄作业”“未来三个交易日就会拉升”，让不少投资者心动入局。

近年来，随着大众财富管理需求持续攀升，大量新股民涌入市场，这给一批自称“金融专家”“投资导师”的财经博主、直播博主带来“流量红利”。

在知识付费平台知识星球上，股票、基金等投资理财类内容长期占据畅销榜前列。某财经博主的会员数量高达1.7万人，按1499元年费计算，仅会员费一项，年收入就超2000万元。

北京大学政府管理学院教授马亮指出，当前，一些人存在资产保值增值焦虑，部分财经“大V”和直播主播利用并放大这种投资焦虑，转化为自己的暴利。