

小小油菜花何以“绽放”近百亿元产业？

油菜花，四叶黄花瓣，簇拥成团。在滇东北的曲靖市罗平县，85万多亩油菜花花期汇成一片金色的“海洋”。这座人口66.7万的西南小城，不仅入选“全国十大油菜花海”榜单，更打造了“滇东油库”“云南油菜籽生产第一大县”“全国蜜蜂蜂繁基地”等名片。

2025年油菜花花期，罗平县接待游客135万人次，一季度旅游收入突破20亿元；2024年，当地实现包括旅游、油菜籽加工、蜂产品等在内的“油菜花经济”产值近百亿元……小小油菜花何以托起西南小城近百亿元的产业？

浪漫花海催生富民产业

走进罗平富锌农业发展有限公司的车间，菜油醇香弥漫，低温压榨生产设备正将饱满的油菜籽压榨、精炼，金黄的菜油在自动化生产线上实现灌装。“自2023年投入生产以来，公司销售收入两年间实现了翻倍。”富锌农业董事长周伟介绍，罗平冬无严寒、气候温和、降雨充沛，为冬油菜提供了得天独厚的生长条件，让企业发展有了扎实的原料保障。

像富锌农业这样的大型菜籽油加工企业罗平有6家，依托龙头企业，通过“公司+合作社+农户”模式，当地撑起10余万吨油菜籽的年加工能力。

几个月前，当油菜花盛开时，逾85万亩油菜花铺展成“金色浪潮”，吸引了全国各地上百万名游客。

云上花乡乡村振兴示范园景区是当地“花海经济”的典型代表。这个由3个自然村、173户村民组成的园区，借助沪滇协作项目资金支持，联合政府、高校等多方形成合力，借油菜花之名将村落打造为统一管理、客源共享的民宿集群。

“今年花期，108个民宿房间入住率

达95%。一名游客住一周，光餐饮、体验项目就能为村里带来3000元左右的收益。”云上花乡示范园负责人何云说。

“示范园运营以来，已累计吸引游客60多万人次，带动村集体经济不断壮大。”上海援滇干部、罗平县副县长林洪介绍。

富民效应从景区辐射至全县。板桥镇金鸡村村民郭景光家冬种油菜，夏种烤烟，每年毛收入约14万元。2001年他在自家开了民宿，花期时8间房必定满客。“仅此一项就可实现年收入约10万元，比单纯种地强多了。”他笑着给记者算了这笔账。

浪漫花海还催生出“甜蜜事业”。每年春天，全国20多个省份的养蜂人带着数万群蜜蜂汇聚罗平，全县2000多户蜂农年产蜂蜜2000余吨，形成从原蜜到加工品的完整产业链，2022年至今产值超过2.4亿元。

“罗平的‘油菜花经济’，已不是单一景观，而是一张交织旅游、油菜籽加工、蜂产品等富民产业的立体网络。”罗平县委书记许绍发说。

田间小花何以绚烂绽放？

从榨油、赏花到酿蜜，田间小花成长为近百亿元产业的密码是什么？政府引导规模筑基——

“种植规模是最直接的突破口。”罗平县农业农村局副局长段芮说，20多年前，罗平县政府就锚定油菜产业，通过政策引导，推动油菜种植规模扩大。

“每年从播种到收割，都会有农技人员全程为我们指导。”板桥镇金鸡村农户涂兴城种植油菜已有15年，在当地农业部门的支持下，通过流转土地，他的种植规模已扩大到500亩。

如今，罗平油菜种植面积已从21世纪初的约30万亩扩大到2025年的超85万亩。油菜种植面积逐年递增，造就了

坡地峰间连片花田美景的蔓延，也为全县的菜籽油产业提供了更加稳定的原料供应。

“这是个正循环。”罗平县文旅局副局长孙露露解释，“规模越大，景观越震撼，吸引游客越多，越能带动农户增收，老百姓种油菜的积极性也就越高，而规模的持续扩大，又能吸引更多新业态。”科技强链提升附加值——

“单纯卖菜籽利润太薄，必须拉长产业链。”1998年以来，罗平连续举办了20余届国际油菜花文化旅游节，延伸出国际摄影大展、花海马拉松、乡村摩托嘉年华等10余类子活动，让“罗平油菜花”从一处季节性景观转变为具有持久吸引力的“油菜花+”旅游品牌。

2025年罗平马拉松赛事期间吸引了国内外1.5万名跑者，带动超过30万名游客到访，显著拉长了游客停留时间和消费链条。

“以前只晓得春天来看花，没想到夏天骑车也这么爽！”来自贵州铜仁的摩托车骑手田勇感叹道，他刚刚结束2025云南省乡村摩托嘉年华罗平站比赛。

未来如何持续发展？

罗平下一步的规划是以花为媒持

续擦亮多业态融合发展的“金色名片”。

“种植端科技赋能是油菜产业发展的关键。”罗平县农业技术推广中心负责人胡峻说。

罗平县农业部门正联合中国农业科学院油料作物研究所、云南省农业科学院等科研机构，攻关选育含油量更高、机收损失率更低的油菜品种。

与此同时，在农业和文旅部门牵头下，一套新型种植模式正在当地试点。在云上花乡示范园的试验田里，技术人员正指导农户，进行下层种油菜、上层栽桃花的立体套种。

“这是为了打造‘空中看色块、地面赏细节’的全新花田景观和赏花体验，让花海更有层次，花开更持久。”何云说。

针对花海旅游淡季失衡问题，罗平正深挖当地的特色资源，通过民族文化、山水康养、避暑旅居等，将这片山谷洼地“从一日看花”的热闹升级为“四季可游”的深度体验，通过多元业态融合发展熨平旅游的波峰波谷。

在大水井乡棠梨凹村，一批依托苗族原始民居设计的特色民宿正在如火如荼地改造建设中。

“我们要证明，罗平的魅力远不止于春天。”棠梨凹山海印民宿负责人王镜信心十足，“未来，即使过了油菜花期，苗绣体验、篝火晚会等项目，山水田园的静谧，同样能让游客流连忘返。”

立足特色、全链融合，罗平县的油菜花将更加灿烂绽放。

新华社记者 吉哲鹏 胡了然 熊轩昂



9月1日，工作人员在河北省河间市施工（无人机照片）。9月1日，雄安新区至商丘高速铁路（雄商高铁）全线正式进入铺轨阶段，标志着项目建设取得重大阶段性进展，为后续联调联试及开通运营奠定坚实基础。雄商高铁由雄安高速铁路有限公司负责建设，正线全长552公里，是我国“八纵八横”高速铁路网的重要组成部分。

新华社记者 袁瑞宇摄

国家图书馆：文化共享与跨界融合 让古籍文物“活”起来

“快看，我把这张古旧书页修复好啦！”这个暑期，来国家图书馆参加“妙手匠心——我们的修复”研学体验活动的孩子们亲手触摸书籍“温度”，收获满满成就感。

专为青少年“量身定制”书籍装帧体验活动，体验中国古书书籍印制、装帧形式演变过程，这种文化内涵颇为丰富、体验更为深刻的研学项目设计，正是国家图书馆致力于“藏用并举”“创意活化”，唤醒沉睡古籍文物的生动实践。

近年来，国家图书馆以科技创新为驱动，以融合发展为路径，在古籍保护、数字赋能、公共服务等领域持续深入探索，让古籍文物焕发时代活力。

从文字到生活：让古籍长出“创意翅膀”

“这款产品可谓颜值内涵双在线。”在国图文创空间，工作人员周李晶正向读者介绍“文冠夺魁”文冠果挂件，“我们从古籍里找灵感，把象征好运的状元果、报喜铃、好运绳、金榜书巧妙融合。同时，黑科技解锁祝福，用支付宝碰一下挂件里的‘金榜题名’小卡片，瞬间解锁专属‘状元签’。还有，每售出一个文冠果挂件，在内蒙古的荒漠化地区就会种下一棵真实的文冠果树。”

“这份对学子的祝福和期许，穿越千年文化，化作守护生态的力量。”一位正在选购挂件的家长说。

从“山海神话”的奇幻徽章到“金榜题名”的文具套装，从“礼出东方”的传统节礼到“红楼忆梦”的酒器组合，国图文创团队已自主研发出1800余款文创产品，每一件产品背后都藏着古籍中的文化密码。

北京国图创新文化服务有限公司总经理张立朝说，国家图书馆的文创开

发之路，始于对古籍资源的深度挖掘，培育了一条集创意产品内容策划、创意设计、供应链管理、营销推广、仓储物流、商业授权为一体的全产业链开发路径。这些产品不仅多次在全国性文创大赛中获奖，更走进了大众读者的日常生活。

服务升级：高质量文化服务供给

2024年12月，“翰墨书香 文润天山——中华优秀传统文化创意展”在新疆图书馆等地开展。展览依托《中华传统文化百部经典》核心内容，以“经史子集”及新疆相关典籍为线索，详尽介绍中华优秀传统文化典籍的发展脉络。

参观中，乌鲁木齐市第三中学学生唐子涵体验了“古建筑的搭建”互动游戏，还聆听了传统戏曲。“展览通过互动游戏、视频播放、沉浸式投影等新颖的形式，让中华优秀传统文化‘活’了起来，很有参与性、互动性和趣味性。”她说。

这场展览是“传承文化 温润心灵”项目的一部分。这个项目涵盖“展、演、研、阅、享”等形式多样、内容丰富的专项文化活动。“目前，我们已经涵养出一支通过典籍文化创意展览、研学课程、学术讲座、特色市集、文创产品、媒体营销活动等多元方式推动珍贵典籍创新活化的专业团队。”张立朝表示，多元的文化产品服务供给和高质量综合文化服务项目的开发与实践，为文物事业的高质量发展注入了新的活力。

空间拓展：古籍文化与地方特色交融

“丽江隽秀的古城风光、浓郁的民族文化与国家图书馆藏的民族文献都结合在这些文创产品中，这太令人惊喜了。”游客在丽江古城的国图·丽江礼物文创店中流连忘返。

创办这个文创店是国家图书馆拓

展“文化+旅游”空间新业态的一次创新尝试。国家图书馆与丽江市人民政府签订战略合作协议，将民族文献资源与当地的自然风光、民族文化相结合，共同打造了位于丽江古城、玉龙雪山的5家国图·丽江礼物文创店，让古籍文化在具体的地域场景中焕发新的生机。

国家图书馆还与湖州市委宣传部签订战略合作协议，落地综合文化空间国图文创馆（湖州），集图书销售、借阅、文创展销、主题展览、研学培训、非遗手作、咖啡餐饮、亲子教育于一体，自2024年开业以来，成为当地的文化新地标。

“与地方合作不是简单地复制粘贴。”张立朝说，“在丽江，我们通过挖掘东巴文献突出当地特色民族风情的交融；在湖州，则侧重文旅商多业态的融合。每个地方的情况不同，合作模式也要因地制宜。”这种灵活的合作方式，让国家图书馆的古籍文化与地方特色文化有机结合，形成了“图书馆+”多业态融合发展的创新模式。

这些创新实践的成功经验，正通过更广阔的平台被推广、放大。

国家图书馆牵头组建“全国图书馆文化创意产品开发联盟”，成员涵盖全国116家图书馆。全国图书馆文化创意产品开发联盟秘书处负责人李楠介绍：“很多地方图书馆有很好的馆藏资源，但缺少产品开发及市场营销经验。我们通过文创联盟这个平台，以文创人才专题培训班等方式累计培养文创开发人员超过2000人次。”

李楠说，未来国家图书馆将继续深化推进文化共享与跨界融合，吸引更多力量加入古籍文物传承保护与活化利用的行列，共同营造全民共守民族根魂、共传中华文脉的良好氛围。

新华社记者 周玮

释放体育消费潜力 助力经济社会发展

——专家谈体育产业高质量发展

近日，国务院常务会议就释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见进行研究。会议指出，发展体育产业和体育消费是落实扩大内需战略的重要内容。

专家表示，体育消费作为重要的改善型消费，在落实促消费、扩内需战略中的重要性日益凸显。体育产业正成为国民经济中最具活力的领域之一。落实此次会议精神，必将进一步激发体育消费潜力，让体育产业高质量发展为经济社会发展注入强劲动能。

体育消费潜力巨大

自2014年国务院《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》发布以来，我国体育产业整体呈现快速增长态势。“十三五”期间的前四年，体育产业增加值复合年均实际增速达到了16.5%，展现出惊人的爆发力。

近五年来，体育产业总规模年均增速超10%。各地各类体育赛事活动遍地开花，城乡居民体育消费需求旺盛，出现了如“村超”“苏超”接续火爆、网球中国季一票难求等新亮点、新现象。

中央财经大学教授王裕雄表示，近年来，众多重要的现象级消费事件都围绕体育消费展开。2024中央经济工作会议要求积极培育体育赛事等新的消费增长点，2025政府工作报告提出释放体育消费潜力，此次国务院常务会议研究释放体育消费潜力的意见，将进一步提振市场信心，推动体育消费持续高速增长。

2025年上半年，京东、淘宝、天猫、抖音等四家电商平台体育用品零售额达到2181.67亿元，较去年同期的1856.78亿元增长17.5%，远高于2025年上半年全国实物商品网上零售额增速的6.0%。

“数据表明，体育消费潜力巨大。”王裕雄说：“由于在体育消费中，服务消费占比一直在提升，因此其增速应比体育用品消费更快。”

他认为，可通过供给侧创新持续释放消费潜力。例如，加强传统体育用品制造业领域的转型升级。可扶持一批“专精特新”制造业企业，加强数字技术、人工智能和物联网技术在体育用品中的应用，推动体育用品制造业企业向服务业领域拓展延伸，培育一批面向智能化时代的瞪羚企业和独角兽企业。

赛事溢出效应明显

会议提出丰富体育赛事活动。对此北京师范大学教授王兆红认为，从“村超”出圈到“苏超”火爆，草根体育赛事的活跃是典型案例。

体育赛事活动具有很强的溢出效应和辐射作用。尽管“苏超”本身门票可能只有十块钱，但它能拉动交通、住宿、餐饮等诸多相关消费。同时，“苏超”等广受百姓欢迎的赛事活动具有振奋精神、凝聚人心的作用。

“我们常说，信心比黄金更重要，‘苏超’等赛事与老百姓关联性强，对提升城市的精气神有不可忽视的积极作用。”她说。

王裕雄也表示，体育赛事活动和体育产业除其经济效益外，在乡村振兴、区域发展、提升群众幸福感等方面也凸显了独特的社会效应，而这反过来也会促进居民的消费意愿。

他说：“群众体育以往多被认为是体育事业属性，更多需要花钱。但‘村超’‘苏超’等证明了，群众体育也可以是体育产业的一块富矿。”

两人都谈到，与群众赛事相比，职业体育赛事周期长、球迷群体大，更应发挥头部效应，消费潜力有待进一步

挖掘。王裕雄表示，应加强中超、CBA等联赛建设，改善俱乐部经营，提升比赛观赏性，并着力打造主场文化，将球队与城市精神和球迷群体有效链接，增强我国职业体育IP的吸引力。

培育扩大消费群体

对于激发体育消费需求、拓展体育消费场景，王兆红认为，两者是互相作用的关系。

大众体育意识的增强会产生运动技能培训及产品购买的需求，进而促进体育消费场景的快速拓展并激发需求。

以青少年体育为例，近年来家长观念的改变和青少年体育的蓬勃发展，有效带动了青少年参与体育运动。以青少年为主要消费群体的体育培训业，是目前最为活跃的体育产业赛道之一。

“青少年是现在和未来的体育参与者和消费者。”王兆红说，“青少年体育是释放体育消费潜力的基础引擎。”她认为，通过学校体育、课外培训、青少年赛事活动等多种方式，激发青少年体育兴趣，养成终生运动习惯，不仅本身产生体育消费，更关乎体育产业的未来。

一般而言，孩子从事一两项体育运动，会带动整个家庭的体育消费直线上升。同时青少年对新技术、新产品、新场景的接受度更高，发展青少年体育，不仅能带动家庭体育消费，也有助于激活体育消费细分领域的增长潜力。

反过来，青少年体育消费需求的持续增长，会吸引更多社会力量进入这一领域，在丰富体育场地建设、开发青少年运动课程和创新服务供给等方面积极作为。

业态融合创新场景

随着经济社会发展，电竞、户外、冰雪等新兴的运动项目和消费需求也不断涌现。借助2022年北京冬奥会的“冬”风，我国冰雪运动和冰雪经济实现跨越式发展，成为全球最活跃的冰雪消费市场之一。

王兆红介绍，以2024—2025冰雪季为例，全国滑雪场累计接待客流量达2.56亿人次，同比增长13.5%。全国滑雪场内的消费笔数达1.96亿笔，同比增长72.53%，消费金额达786.13亿元，同比增长12.88%，呈现出巨大增长潜力。冰雪消费市场呈现出消费群体年轻化、消费场景多样化、消费方式智能化的趋势，发展前景广阔。

谈到体育消费场景的创新，王裕雄表示，近来各地重视通过体育赛事助力城市营销，通过“赛事进景区、进街区、进商圈”将“流量变为消费增量”，通过旧厂房改造和建设体育综合体，进一步优化体育设施布局，实现了体育业态与商圈经济、夜经济等城市经济形态的深度融合，未来可进一步推动各地文体旅商的融合发展。

他还提到要大力发展金融服务，这也是各类体育经营主体普遍反映的制约体育产业发展的因素之一。要立足体育产业发展的阶段性特征，创新性运用各类金融工具产品来满足体育产业发展的金融需求。围绕体育消费场景，联合打造一系列“体育+”的主题消费场景、主题营销活动，充分发挥金融促进体育消费的功能。

此外，“粉丝经济”也是促进体育消费的重要板块。王裕雄认为，运动员身上的无形资产分为运动技能和影响力，通过开发无形资产，树立正向、积极、健康的榜样也有激发粉丝群体的体育消费需求重要意义。

新华社记者 高萌 李丽



这是8月27日在广南县芭奔社区一处铁皮石斛组培基地拍摄的铁皮石斛苗。近年来，云南省文山壮族苗族自治州广南县通过构建“公司+合作社+基地+农户”的产业发展模式，形成集铁皮石斛组培种植、加工销售、康养旅居于一体的三产融合发展新业态，带动当地农户增收致富。

新华社记者 高咏薇摄