



融合发展绘新卷

——河南卢氏县“文旅医养一体化”发展之路小记

■ 王丽

豫西伏牛山腹地的河南卢氏县，森林覆盖率超70%，夏季平均气温23℃，境内汤河温泉富含硒、锶等矿物质，是天然的避暑康养胜地。近年来，卢氏县创新打造“文旅医养一体化”发展模式，构建集中医健康、药膳疗养、特色民宿等于一体的产业体系。2024年，该县接连获得“中国康养产业可持续发展能力百强县”“中国最美县域榜单”“河南自驾游旅游宝藏县域目的地”等荣誉，品牌美誉度与产业基础显著提升。

擘画融合新局，驱动产业升级

卢氏县文旅资源丰富，文化底蕴深厚，生态优势突出。在文旅产业蓬勃发展的当下，卢氏县立足自身特色，坚持以文塑旅、以旅彰文，积极探索“文旅医养一体化”发展模式。通过系统谋划，明确了“以文旅医养为体、以身心健康为用”的发展思路，构建了集中医健康、药膳疗养、深度睡眠、特色民宿等于一体的健康产业体系，“以药带医、以医促养、医养结合”的特色路径日益成熟，精准对接蓬勃

发展的银发经济需求。

全县围绕建设“若干个精品民宿集群、20个以上3A级景区、10个以上4A级景区、1个以上5A级景区”创建目标，推动文旅医养产业提质升级。近年来，莘川坊文旅综合体、中医药文化产业园、新坪村北坪民宿集群等重大项目相继落地；河洛康养旅游度假区依托独特的高山生态与清新空气，匠心打造面向慢病疗养和银发人群的长居型生态康养目的地；“萤火虫点亮计划”“百鸟翔集”生态景观行动计划扮靓乡村；官道口镇水韵南幽、汤河乡秘境汤河、狮子坪乡柳树湾村等特色民宿片区拔地而起，极大丰富了康养旅居产品供给。

红色基因赋能，医养产业融合

卢氏县红色底蕴深厚，是全省13个革命老苏区县之一、鄂豫陕革命根据地的核心区域，也是红二十五军长征重要途经地，拥有丰富的革命遗址遗迹。近年来，卢氏县全面实施“一乡镇一示范点”精品工程，革命遗址遗迹得到有效保护与利用。精心串联打造3条半日游和4条一日游红色研学线路，吸引了全国各地的中小

学生和党员干部前来学习体验。成功加入“长征沿线红色旅游城市联盟”，积极参与区域合作，共同举办纪念红军长征90周年系列活动，“英雄土地、红色莘川”的知名度与影响力显著提升。通过红色资源的深度挖掘与利用，不仅丰富了当地文旅医养产业的内容，更提升了产业的文化内涵和精神价值，为文旅医养产业的可持续发展提供了强大的精神支撑。

卢氏县积极推动文旅、医、养产业的深度联动，在旅游项目中嵌入医疗服务，实现了文旅医养产业的深度融合。积极推进中医药膳研发推广，开办“卢味堂”药膳馆，成为卢氏县中医药膳的标志性品牌；开展“中医药文化夜市”进景区、进民宿、进广场等活动；特色产品“卢氏槲包”获评三门峡市第一个“中华源字号”品牌。豫西大峡谷景区推出中药茶饮，中州自在谷签约春雨医生，特色民宿增添医养服务，使游客到卢氏县能获得愉悦、求快乐、得健康的多元文旅医养体验。

创新营销手段，激活文旅市场

为扩大文旅医养品牌影响力，

卢氏县先后推出全县A级景区面向北京、郑州市民免门票等系列优惠政策，举办“我们的节日·七夕”主题文化活动、双胞胎漂流大赛等系列活动，充分利用文旅新媒体矩阵进行广泛宣传，以独特的“烟火气”和“人情味”打动人心，成功吸引了大量游客，让更多“回头客”转变成“回头客”再升级为“长居客”。通过这些丰富多彩的活动和宣传载体，卢氏县文旅医养品牌的知名度和美誉度不断提升，为文旅医养产业的发展营造了良好的外部环境。今年“五一”假期期间，全县累计接待游客37.57万人次，实现旅游综合收入14436.3万元。

面向未来，卢氏县将围绕重点景区提质增量、红色研学产品深化、特色民宿集群优化、乡村旅游目的地打造、文旅医养深度融合等核心方向，着力打造宜居宜游宜养小城，为每一位到访者和旅居者提供真实、丰富、高品质的文旅服务及健康产品，塑造一个拥有完善医养支撑体系的理想康养旅居目的地，书写伏牛山间“诗意栖居、乐享银龄”的崭新篇章。

清凉与火热交织 文化与流量共振

山西暑期旅游市场火热“出圈”

本报讯 今年暑期，山西省文化和旅游厅以“晋享清凉 活力一夏”主题路线为引，让全省旅游市场呈现出清凉与火热交织的繁荣景象。为及时了解山西省暑期旅游、消费热点及新型消费模式发展态势，国家统计局山西调查总队近期在6个地市开展了专题调研。调研结果显示，山西省暑期旅游市场火热，各地旅游品牌特色鲜明，带动相关行业迅速增长。

——政策助力行业发展。为促进服务消费发展，山西省先后出台《山西省推进服务业提质增效2025年行动计划》《山西省提振消费专项行动实施方案》等系列政策文件。为提振本地旅游及相关市场发展，各地纷纷出台相关制度措施，对暑期旅游起到了规范和促进作用。如太原市出台《支持演唱会经济发展若干措施》《商务领域提振消费10项举措》；晋城市出台了新的《大宗旅游接待激励办法》；临汾市实施《临汾市旅行社、分社及导游“红黑榜”制度（试行）》，并定期公开名单。此外，多地积极统筹资金，通过发放消费券等助力文旅餐饮消费，如太原市暑期发放5种文旅惠民券，时间跨度为4周；晋城市沁水县发放“晋情消费 乐购沁水”住餐文旅券、阳城县发放“多彩夏日 悦购阳城”餐饮住宿券等。

——旅游品牌特色鲜明。今年暑期，山西各市立足自身特色，积极打造独特的旅游IP，以全新的姿态吸引着四方游客，让古老的三晋大地焕发出新的生机与活力。如太原积极打造“锦绣龙城”“歌迷之城”“华北地区重要演艺中心”等文旅品牌；大同全力打造“京津冀文旅康养首选地”；晋中围绕“怡然见晋中”品牌，推出一系列活动；长治和晋城依托太行山的壮丽风光，打造太行山水文化旅游IP；临汾创建全城“回家”服务品牌，推出“不止小西天、临汾皆如此”5条暑期精品文旅路线。

——暑期“文博游”增长显著。学生和家庭出游是暑期旅游的显著特征，文化体验类旅游热度显著增长。太原充分发挥“博物馆之城”优势，太原市文物局直属的22处文博场馆接待游客871.15万人次，比上年同期增长11.37%；实现门票收入11888.85万元，比上年同期增长28.16%，旅游人次与门票收入再创历史新高。大同市博物馆相继推出魏碑拓片、凝花·缩影活动、西京话“辽瓷”活动、处暑汉服漆扇雅集等系列活动。“文博游”的升温还催生了诸多新的消费热点和增长点，撬动了文旅消费新增量。相关文创产品满足了游客的收藏和分享需求，推动周边衍生品市场快速扩张。同时，博物馆周边主题餐厅、咖啡馆和酒店不断涌现，结合文化元素的消费体验吸引更多流量，延长游客停留时间，丰富并完善了旅游产业链。

——流量爆款火热“出圈”。去年《黑神话：悟空》带来的热度还未散去，今年暑期档动画电影《流浪山小妖怪》热映，太原晋祠、大同善化寺等山西景点和古建筑代表“出镜”，为山西暑期旅游市场再添热度。7月隰县小西天景区旅游接待总量15.91万人次，同比增长441%。被誉为“明塑之冠”的晋城高平铁佛寺作为全国重点文物保护单位，每天500个预约名额“一票难求”。太原市晋祠水镜台因标志性“圆窗”造型成为历代西游题材剧中的“常客”，暑期迎来客流高峰，7月接待游客45.7万人次，同比增长33.85%。此外，大同华严寺、晋中平遥双林寺、朔州应县木塔同样备受关注，带动当地旅游等相关行业增长显著。 石磊 白洋

经济速递

广东经营主体突破2000万户

本报讯 广东省市场监管局近日通报，截至今年9月初，广东省登记在册经营主体2000.19万户，较2024年末净增95.31万户，增长5%。

数据显示，今年前8个月，广东全省新设经营主体212.69万户，注销经营主体114.16万户，新设注销比为1.86:1。广东全省新设“四新经济”（新技术、新产业、新业态、新模式）企业41.46万户，占全省新设企业总量的37.92%。新设“数字经济”企业16.76万户，同比大幅增长25.41%，有力支撑新质生产力发展。

民营经济发展活力持续迸发。截至今年8月末，广东全省登记在册民营经济组织1925.17万户，同比增长6.47%，占全省经营主体总量的96.45%。其中私营企业834.53万户，同比增长10.6%；个体工商户1090.64万户，同比增长3.52%。广东还创新推行“个转企”直接变更登记模式，今年全省已完成“个转企”1.13万户。

广东吸引和利用外资的政策红利持续释放，外商投资信心持续增强，通过创新“湾区注册”改革、试点香港简化版公证文书电子化流转、实行澳资企业“跨境通办、一地两注”机制，跨境登记便利度显著提升，外商投资企业数量持续增长。 胡林果

海南上榜错峰游热门目的地

本报讯 随着暑期正式落幕，近期国内旅游市场机票、酒店价格回落，错峰游最佳窗口期已然到来，海南凭借丰富的旅游资源，在多个在线旅游平台的热门目的地榜单中稳居前列。

美团旅行数据表明，9月国内十大“错峰游”目的地依次为贵州、新疆、四川、海南、云南、青海、上海、湖南、内蒙古、天津，其中海南9月文旅预订增速同比上涨58%，位列全国第四。在途牛“境内错峰游热门目的地榜单”中，三亚也与北京、上海、成都等城市一同位居前列。飞猪平台数据则显示，近期杭州至三亚、阿克苏等热门旅游城市的机票价格降幅超50%，酒店价格同样大幅回落，为消费者错峰出游创造有利条件。

在客源结构方面，海南旅游市场正迎来新变化。美团旅行相关负责人表示，如今“00后”年轻游客、家庭游客逐渐成为入琼客源主力军，这类群体更追求好玩、有趣、深刻的本地化旅游体验。

值得注意的是，尽管当前旅游市场以性价比为主要导向，但错峰游不等于低质游。海南椰旅导游服务有限公司负责人颜南雄表示，错峰游游客对旅游体验的深度与服务品质的要求更高，需要平衡价格与服务质量、针对不同细分市场优化产品设计，更好满足游客需求。

刘晓惠

盘兴高铁进入联调联试阶段

本报讯 从中国铁路成都局集团有限公司获悉，近日，随着57201次检测车从盘州站驶出，标志着新建的贵州盘州至兴义高速铁路启动联调联试，进入工程验收关键阶段。

“联调联试”是铁路部门使用检测列车和相关检测设备，在不同速度等级下对高速铁路、列车控制系统、信号通信系统及灾害监测系统等进行全面测试，完成牵引供电、接触网、通信、信号等系统的功能性测试和轨道、道岔、路基、桥梁等结构工程的适用性验证，检验设备故障和自然灾害条件下的应急处理能力，对各系统专业设施设备和系统间匹配关系进行调试、验证和优化，使整体系统达到设计标准，满足试运行和开通运营的相关要求。

据沪昆客专贵州公司盘州指挥部副指挥长介绍，盘兴高铁设计时速250公里，正线长度约98公里，其中正线桥梁46座、正线隧道38座，桥梁和隧道总占比达90.66%。线路自沪昆高铁盘州站引出，经盘州市石桥镇、响水镇、保田镇，进入兴义市清水河镇，至万峰林机场设兴义南站，全线设保田、兴义南2座车站以及平菁线路所1座，改建盘州站1座。

据悉，盘兴高铁是贵州省实现“市市通高铁”目标的最后一个项目，项目建成通车后，贵阳至兴义2小时可达，贵阳至省内8个市（州）中心城市将形成1—2小时高铁交通圈，对加强区域间互联互通具有重要意义。 刘续

核桃丰收 收获忙

近日，河北省遵化市农民种植的核桃迎来收获季，各专业合作社的场院上一片忙碌景象，社员们加紧晾晒、灌装、搬运核桃，供应市场。图为社员在场院晾晒核桃。

中新社供图



汽车制造业蓬勃发展,绿色转型不断加速——

西安新能源汽车产销两旺态势良好

■ 宋洁

新能源汽车因其环保、节能等特性，迅速成为汽车市场消费热点。为了解当前陕西省西安市新能源汽车产业发展状况，国家统计局西安调查队近期对26家汽车制造企业、110位消费者开展新能源汽车产业专题调研。调研结果显示，西安汽车制造业经营态势向好，在政策引领下，绿色转型不断加速，新能源汽车凭借智能化等优势成为汽车消费市场的“新宠”。

政策驱动效应明显，引领加速绿色转型

随着“双碳”目标的深入推进和全球汽车产业智能化、电动化转型加速，为适应产业升级趋势和绿色消费新需求，科技创新成为推动新能源汽车产业发展的核心动力。在受访的新能源汽车制造企业中，90.0%聚焦核心技术，以独立研发为主；5.0%与当地企业或科研机构合作研发；5.0%模仿本地其他企业产品和技术开展生产经营活动。经过长期持续投入与技术攻关，西安汽车制造业技术水平显著进阶，15.0%的受访企业产品

技术处于行业领军水平；50.0%的受访企业处于行业较高水平；35.0%的受访企业处于行业平均水平。

汽车消费在稳定经济增长以及推动消费扩容提质方面有着重要作用。西安市围绕市场需求，以政策赋能，生产与需求两端协同发力，为汽车行业高质量发展提供有力支撑。调研显示，西安汽车制造企业享受到的政策扶持覆盖面广泛，73.1%的受访企业享受过政府优惠税收政策；30.8%的受访企业受益于培育本地优势产业政策；15.4%的受访企业获得过政府助力企业创新基金支持；11.6%的受访企业参与过政府组织的产品展销活动。在汽车“以旧换新”政策带动下，今年上半年，限额以上新能源汽车零售额同比增长40.8%。

生产经营态势向好，国产新能源车认可度高

西安汽车制造业展现出强劲的发展态势，在龙头企业引领带动和产业链上下游协同效应下，多数汽车制造企业生产稳定、订单量充足，整体呈现健康发展的运营状况。调研显示，生产企业对汽车制造业前景充满信心。超六成受访企业表示总体综

合经营状况与去年同期相比“很好”或“比较好”，仅有三成受访企业表示综合经营情况“一般”。整体经营状况保持稳定，消费市场动能释放，超半数受访企业表示市场需求“很好”或“比较好”，四成受访企业表示“一般”，终端消费仍保持一定的韧性。

国产车企在新能源车“赛道”上快速发力，在三电技术研发上形成突破。从配置上看，大屏车机、语音控制、座椅通风和加热等功能成了标配，加之中国制造、自主创新的情感认同和服务质量提升，消费者对国产新能源车认可度不断提升。调研显示，76.3%的受访消费者已拥有或未来计划购买的新能源车品牌集中在比亚迪、吉利、理想、小米等国产品牌。此外，国产新能源汽车价位覆盖了几万元到几十万元，尤其在10万—20万元主流消费区间选择较多，消费者对国产车的消费热情持续攀升。

新能源汽车优势获认可，潜在消费群体更趋年轻化

新能源汽车凭借多重优势在消费市场中积累了一定规模的消费群体，市场未来对新能源车的接受度持续攀升，市场消费潜力有望进一步释

放。对新能源车吸引力方面的调研结果显示，在已购新能源车车主中，87.2%的受访车主表示看中绿色车牌不限行；76.5%的受访车主认为充电费用比油车费用少，用车成本低；48.9%的受访车主表示加速快、动力性能好，驾驶感受优于传统油车。对有购买新能源汽车意愿者的调研结果显示，76.1%的受访者因不限行，65.2%的受访者因免购置税、购车补贴等价格优惠政策，63.0%的受访者因用车成本低，28.3%的受访者因智能化程度高、驾驶乐趣多等，以上多重综合因素吸引消费者有购买新能源车的意愿。

新能源汽车潜在消费者更趋年轻化，他们对新事物具有较高的接受度，乐于尝试新技术、新产品，同时新能源车在节能环保、外观设计、智能化配置等方面的优势，契合了年轻消费者的需求和期待。调研显示，受访者中拥有或有意愿购买新能源车的消费群体中，30岁以下的占22.6%，30—39岁的占46.2%，40—49岁的占23.7%，50岁及以上的占7.5%。其中，未来有意愿购买新能源车消费者中，年龄集中在50岁以下的占95.7%。