

新春走基层

与时间赛跑 为患者守护“心”安

四川大学华西医院心脏大血管外科的春节坚守与温暖守护

在万家团圆、辞旧迎新的新春佳节，四川大学华西医院心脏大血管外科却是一派与时间赛跑的忙碌景象：由科室医生、护士、麻醉医生、体外循环医生、手术室护士及ICU团队组成的“生命防线”严阵以待，用专业与担当守护着西南地区急危重症患者的“心”生。

分秒必争护“心”脉

对于心脏大血管外科而言，春节往往意味着更严峻的挑战——心血管疾病的突发性不会因为节日而放缓脚步。整个春节假期，四川大学华西医院心脏大血管外科锦江院区及华西坝院区共收治急诊患者29人，其中近80%的急诊重症患者为主动脉夹层患者。

时间就是生命，面对激增的急诊入院患者，科室管理小组迅速启动应急预案。在双院区病房医护团队、麻醉医生、手术护士、ICU团队的护航下，心脏团队共完成急诊手术21台，均获成功，其中14台手术为技术难度最高的A型主动脉夹层手术，每台手术时长近8小时。

无影灯下，医护团队用彻夜不眠的坚守，换来了21个家庭的团圆安康。“心



2月16日，除夕夜，四川大学华西医院心脏大血管外科医生在为患者做手术。

脏手术不是一个人的战斗，而是一个体系在作战。”该院心脏大血管外科主任武忠教授说。从急诊科的第一时间识别转运，到影像科的快速诊断；从病房的快速接收，到麻醉手术室的术生命支持，再到ICU团队术后的24小时密切监护，每个环节都环环相扣。正是这支“拆不散、压不垮”的团队，用高效协作

与硬核实力，诠释了“坚守”二字的千钧之重，让高强度的救治工作有条不紊、精准推进。

温情年味暖病房

医疗是冰冷的器械与数据，但医学是有温度的守护。在繁忙的救治工作之余，四川大学华西医院心脏大血管外

科的医护人员，始终不忘为无法回家过年的住院患者送上专属新春温暖，这也是科室多年不变的暖心传统。

2月16日，除夕，科室里充满了温情的年味。武忠教授及病房副护士长李宁带领值守的医务人员，推着装有热气腾腾饺子的餐车走进病房，轻声安慰无法与家人团聚的患者和家属，鼓励他们树立战胜疾病的信心。

“本以为在医院过年会很冷清，没想到还能吃上热乎的饺子，谢谢你们还记挂着我们。”一位患者家属握着医护人员的手激动地说。针对住院的小患儿，科室还特别准备了新春礼物，当玩具和图书送到病床前时，原本哭闹的孩子露出了天真的笑容，为病房增添了满满的生机与暖意。

在辞旧迎新的喜庆氛围中，四川大学华西医院心脏大血管外科的医护人员舍弃小家团圆，坚守生命一线。他们以精湛医术筑牢心脏救治防线，以暖心关怀传递医者温度，用坚守与奉献为患者守护“心”安，为新春守护团圆，用责任与爱心书写了新春里最动人的医者担当。

华西都市报-封面新闻记者 邱添 四川大学华西医院心脏大血管外科供图

搬回家 成都人把春天 年宵花开

从春节临近到节日期间，成都的花市一天比一天热闹。2月19日，大年初三，成都市温江区的一家花店里，一大早就挤满了前来买年宵花的市民。蝴蝶兰开得正艳，冬青的红果子挂满枝头，银柳扎成一束束摆在门口，空气中弥漫着腊梅的清香……

“今年买花的人比往年多，年轻人特别多。”花店老板一边忙着给客人打包，一边笑着说。这热闹的场景，正是成都年宵花市场的一个缩影。

从图吉利到看颜值 年轻人把花买出新花样

今年成都年宵花市场有个明显变化：年轻消费者越来越多，他们的喜好和上一辈大不一样。

“现在的消费者，尤其是年轻人，买花不光看寓意，还要看颜值、实用性。”成都市花卉协会副会长祝鸣川说，今年成都年宵花市场呈现“寓意+颜值+实用性”并重的趋势。年轻人喜欢造型别致、色彩清新的品种，对那些好养活、能观花也能赏果的花卉格外青睐。

什么花最受欢迎？盆花类，蝴蝶兰、大花蕙兰依然是“顶流”，风信子、



蝴蝶兰依然是今年春节的“顶流”，深受成都市民喜爱。

银柳、海棠盆景和瑞香也卖得不错；鲜切花类，冬青、芦苇、雪柳、洋牡丹组成的搭配成为新宠；绿植类，百合、富贵竹是不少家庭的首选。

价格方面，消费者的接受度也在提升。单价200元到500元的中高端品类销量明显上涨，说明大家更愿意为高品质、有特色的年宵花买单。

在温江年宵花市场内，中式插花格外引人注目。成都农业科技职业学院教授、四川古典插花研究中心负责人蒋跃军观察到一个现象：现在的年轻人买花，越来越讲究“高级感”。“怎么让色彩、造型变得更高级？”他说，中式插花讲究线条、讲究留白、讲究意境，恰好契合了这种对“高级感”的追求。

2008年，传统插花被列入第二批国家级非物质文化遗产名录。“近几年，不少地方在申请非遗，我们也在做川派插花的相关非遗申请。”蒋跃军说。

要做四川自己的插花非遗，就得挖掘本土特色。本土花材有哪些？银柳、芍药、腊梅，这些都是四川的优势品种。本土容器用什么？四川的砂器、瓷器能不能做出特色？这些问

题，蒋跃军和团队正在一点点摸索。

从同质化到高质量 四川花市的下一站

放在更大的格局里看，四川年宵花在全国市场上也有自己的位置。

过去，四川年宵花产业或多或少陷入“同质化、低附加值”的困境。大家都是卖差不多的品种，拼价格，利润薄。但这两年，情况在变。品种培育越来越精细，包装设计越来越讲究，服务水平也越来越高。

“我们正在摆脱困境，向‘高品质、多元化、个性化’方向发展。”祝鸣川说。四川年宵花产业的本土培育能力在增强，地域特色在凸显，整个产业的附加值在提升。

尤其是温江这样的区域，背靠成都2000多万人口的大消费市场，又有产业基地的支撑，未来在产品创新、信息汇集、标准制定、价格导向等方面，都有望在全川乃至整个中国西部占据重要地位。如果再加上各类推介会、展会的宣传助力，四川年宵花完全可以走得更好。

华西都市报-封面新闻记者 杨澜 摄影报道

活动聚人气、直播拓销路、采摘引游客

达州渠县柑橘 成村民致富“金果果”

今年春节，达州市渠县三板镇的柑橘园成为网红打卡点，当地的晚熟柑橘“火”出了圈。

春节假期，三板镇的万亩柑橘种植基地，几乎每天下午都会迎来客流高峰，线上订单持续攀升，线下采摘游人如织，曾经要“拉到镇上卖”的本地水果，如今靠着活动聚人气、直播拓销路、采摘引游客，成为村民增收致富的“金果果”。

“我们家种了20亩柑橘，能收6万多斤。今年，游客开车到果园采摘，大年初三以来，短短3天就卖了1万多斤，其中近一半被快递到了省外。”三板镇大石社区3组68岁的果农雷建国笑着说，照这个速度，预计元宵节前后就会脱销。

春节前，三板镇举办“品三板千里橙韵·游大神山春景”主题活动，血橙、爱媛、耙耙柑、碰柑等20余种优质柑橘集中亮相，打响了“三板·千里橙”品牌。

活动预热效应在春节假期集中释放，柑橘园变身新春消费打卡地，橙意套圈、剥橙大赛等互动游戏人气火爆，川剧变脸、乡村文艺演出轮番上演，农家乐坝宴热气腾腾，乡音、乡情、乡味交织成浓郁年味。

线上云端集市同样热闹。县域直播与村社“本土推荐官”组成助农团队，把直播间搬进果园与展台。数据显示，仅仅是在镇上开设的专场直播，累计观看人数就达近10万人次，成交订单突破5000单，销售额达20余万元。

线下田园采摘持续火爆。盘农农民专业合作社负责人孙纯建介绍，春节假期日均接待游客超120人次，直接带动周边农家乐、餐饮、土特产销售，形成“一产接二连三”的融合效应。

王彦力 华西都市报-封面新闻记者 曾业