

花期变“钱”景 成都“赏花+”激活春日消费热潮

成都发展 Chengdu Development

花开时节，成都各地美不胜收。龙泉山的桃花、青白江的樱花、崇州的油菜花次第绽放，成都植物园里玉兰海棠争奇斗艳。但这一次，成都人不只是“看花”。

在成都东部新区养马街道，登上玻璃观景台，俯瞰壮美的“沱江第一湾”，在桃林间品尝花田火锅；在新都区军屯镇，千亩油菜花海里支起了露营帐篷，川剧变脸在花影中上演；在双流区兴海花卉产业园，3300亩“花卉王国”里不仅能赏花，还能买花、种花、品花。

从3月初开始，成都各地赏花活动密集启幕，一场场“花事”背后，是“赏花+农业”“赏花+文创”“赏花+民俗”“赏花+研学”的多元业态融合。数据显示，养马街道桃花文化节开幕当天接待游客超5000人次，带动消费近30万元；军屯镇花田火锅店周末日营收破万元。成都正让短暂的花期，变成持续的消费热度。

华西都市报·封面新闻
记者 罗田怡



双流区兴海花卉产业园3月3日正式开园。
双流区委宣传部供图

3300亩“花卉王国”开园

▶产业链从“田间”延伸到“餐桌”

3月3日，占地3300余亩的双流兴海花卉产业园正式开园，郁金香竞相绽放，20个主题花园移步易景，吸引八方游客踏春而来。作为开园重头戏，为期3个月的2026成都花园生活季同步启幕，现场设置美食文创市集、农产品展销市集、汽车后备箱市集，以及丰富的NPC体验互动等多样活动。

这座集观光、体验、消费于一体的“花卉王国”，构建起从“田间到餐桌”的完整产业链条。园区规划三大核心区：兴海花市核心区定位为花园式消费综合体，融合花卉零售、文创体验、特色食宿；海蒂的花园核心区聚焦产业链上游，构建种源研发、智能生产、展销交易的全产业链条；农业种植核心区采用机械化高效种植模式，实现经济效益与生态景观的双赢。

“我们不仅卖花，更要卖生活方式。”园区相关负责人介绍，未来兴海花卉产业园将瞄准创建国家现代农业产业园和打造国家4A级旅游景区的目标，突出花卉、粮油特色产业双轮驱动，联动空港创意都市现代农业园区与彭镇油菜花海，形成“赏花一购花一种花一品花”的全链条消费体验。

在成都植物园内，樱花、海棠、梅花等早春花卉已陆续进入最佳观赏期，粉白相间的花朵缀满枝头，与园内渐次吐翠的绿植相映成趣。龙泉山桃花预计3月中旬进入盛花期，青白江凤凰湖樱花海也将迎来最佳观赏时节。

在新津天府农业博览园，千亩油菜花田织就了“金色海洋”，崇州重庆路万亩油菜花景观极为壮观，新都区的漫花庄园成为赏樱的热门地。为方便市民出游，气象部门联合植物园发布的“赏花指数”成为出游指南，多个区域的特色花海已进入最佳观赏期。

花田火锅日营收破万元

▶“赏花+”产业联盟激活乡村经济

3月7日，成都市新都区军屯镇第九届油菜花赏花季暨“村糖会”在千亩金黄的花海中正式启幕。川剧变脸在花影中变幻，非遗技艺在田间展示，花田火锅在油菜花丛中沸腾，露营集市在春风里热闹。这场将持续至3月31日的赏花盛会，让当地村民和商家实实在在尝到了“花经济”的甜头。

“赏花季生意太好了，基本上从中午起就没停过。”高祖里·花田火锅老板黄亮一边招呼客人，一边笑着说。作为高祖社区的本地人，黄亮在花田



新都区军屯镇油菜花。图据新都区军屯镇



2026年“远方的桃花·此方，即故乡”群众文化季3月6日在成都东部新区养马街道正式启动。
成都东部新区党群工作部供图

边经营着一家快闪火锅店，赏花季期间生意格外红火。“周末的时候，我们这儿能同时接待20多桌客人，一天营业额能破万元。”黄亮说，赏花季期间的收入是平时的3倍多。

军屯镇高祖社区党委书记张旭江介绍，2月底那个周末仅高祖社区就接待了上万名游客，大部分来自成都市区，也有不少来自青白江、德阳等周边地区。“来看油菜花的人，基本会在这儿吃顿饭、买点特产，有的还会住一晚。”

在崇州，近30万亩油菜花进入盛花期，当地还推出了赏花地图和精品线路，集中盛开的樱花、李花、红梅、樱桃花遍布崇州“四山一水五分田”的地域，将延续至5月的花期，足以让人享受一个完整的美丽春天。

新津还将油菜花产业链延伸至深加工领域——天府农业博览园联合成都市农林科学院研发的油菜花酸奶成为游客必买的伴手礼，从田间“长”到了货架上，成为“赏花+农业”融合发展的生动案例。

3月6日，成都东部新区养马街道2026年“远方的桃花·此方，即故乡”群众文化季在金渔桃缘景区正式启动，活动将持续至4月下旬。川江号子响彻现场，雄浑有力的非遗之声与桃源主题走秀同台演绎，传统与现代交融，瞬间点燃现场氛围。

本届文化季的一大亮点，

是正式成立“养马桃花+”产业联盟。该联盟整合辖区农业基地、餐饮商户、文创团队、精品民宿等资源，推动“美丽风景”向“美丽经济”转化。

活动现场，新品种水蜜桃苗集中展示，巧克力草莓、红艳脆甜的小番茄等特色水果广受青睐，采用传统工艺制作的松花皮蛋，来自本地省级示范农场的羊肚菌、富硒蔬菜、生态禽蛋等绿色农产品全面呈现。据统计，仅开幕式当天就接待游客超5000人次，带动农产品销售及餐饮消费近30万元。

赏花巴士直达花海

▶“航空+文旅”创新消费场景

为了让市民更便捷地享受“花季狂欢”，成都在服务配套上持续加码。多条赏花巴士专线陆续开通，串联起城市与田野，让市民“一站直达”花海。青龙湖湿地公园、永安湖城市森林公园、天府艺术公园等大型公园，以及望江楼公园、人民公园、浣花溪公园等承载城市记忆的老牌公园，成为市民晒太阳、露营、骑行、遛娃的首选。

今年的踏春游更强调“复合型体验”与“深度漫游”。游客不再满足于走马观花，而是追求更具参与感的旅程。在望江楼公园，游客可以体验制作薛涛笺、参与诗词“飞花令”互

动；在蒲江明月村，可以尝试陶艺、蓝染等非遗手作；在近郊的众多林盘院落，围炉煮茶、田园采摘、品尝农家菜成为标配。

养马街道精心设计了四条主题研学线路：沱江码头·水路记忆线探访千年古渡，感受水运历史；成渝铁路·家国情怀线走进铁路遗址，聆听奋斗故事；农耕文明·田园智慧线体验农事采摘，感悟生态智慧；三线建设·奋斗岁月线重温峥嵘岁月，传承红色精神。游客还可登上玻璃观景台俯瞰“沱江第一湾”，或乘坐渡轮从水上视角欣赏两岸桃林与江景交融的画卷。

在创新消费场景方面，成都更是大胆尝试。3月8日，崇州携手川航传媒打造的“马上到崇州”航空文旅合作项目正式启程——10万张“马上到崇州”主题登机牌在双流机场起飞的川航航班上陆续投放，旅客凭登机牌可兑换崇州文旅“畅游门票”，共计20万张，可免费打卡蜀道博物馆、《陆游·梦回蜀道》夜游等热门景点和体验产品。

这是崇州携手川航传媒打造“航班+文旅”推介共享模式的再度升级。继春节前双方启动全国首个系统化“航空+非遗+文旅”公共文化品牌后，此次迭代融入“票根经济”新模式，以登机牌为载体串联景区、演出、茶馆、住宿等多个消费场景，借助航空媒介与地面文旅资源的双向联动，推动“乘客”变“游客”、“流量”变“留量”，实现航空流量与文旅消费的高效转化。

随着大年的热闹落幕，成都的消费热潮并未停歇，而是顺势过渡到户外，形成了一波强劲而持久的“春日经济”。

从“春日限定”到“四季可期”，成都正通过“赏花+农业”“赏花+文创”“赏花+民俗”“赏花+研学”等多元业态融合，将短暂的花期转化为持续的消费热度。成都“公园城市”的底色，为踏春提供了无数高品质且免费的休闲空间，而“赏花+X”的业态创新，则让“美丽风景”真正变身为“美丽经济”，成为拉动文旅消费、助力乡村振兴的新引擎。