



彭州围绕牡丹开展系列文旅活动。

成都经济  
一线观察

一朵牡丹，盘出千万元全链生意：  
彭州不想只做『赏花人』



游客打卡天彭牡丹保育发展中心。

800多年前，陆游在蜀地为官时，被天彭牡丹的雍容盛景所触动，挥笔写下《天彭牡丹谱》，并留下一声穿越时空的赞叹：“牡丹在中州，洛阳为第一；在蜀，天彭为第一。”

800多年后的这个春天，成都彭州的牡丹依旧如约盛放。但这朵花，早已不只是诗中的惊鸿一瞥。牡丹咖啡、丹皮饮片、牡丹宴、国风市集……这朵牡丹，正以新的姿态，悄然撬动一座城的文化想象与经济版图。

从庭院观赏到价值重生  
一朵花“可看、可学、可玩”

3月16日下午，记者来到位于彭州市丹景山镇的天彭牡丹保育发展中心。刚入园，便被层层叠叠的春色包围。不远处，花丛中几株紫得发亮的牡丹格外惹眼。

“这是‘彭州紫’，花瓣最多可超过一千瓣，是彭州名贵的牡丹品种，在彭州花户手里能卖到上千元。”天彭牡丹保育发展中心工程师岳彭奇指着眼前的花丛说，这还不是按株算，而是按分枝，“一个分枝，就是1000元。”

彭州紫，我国著名的黑牡丹之一，有“牡丹王”之称。初开为红，盛放为紫红，花瓣如绸缎般光泽，香气浓烈，是天彭牡丹中的极品。而在整个保育中心，这样的珍品并非孤例。450余种牡丹、



有“牡丹王”之称的“彭州紫”。

近10万株，囊括九大色系、十大花型。彭州紫、金腰楼、玉楼子、欧碧等19种天彭名品，共同构成了一部“活态牡丹谱”。

“单株牡丹的最佳观赏期只有10天，但早、中、晚品种串联起来，赏花期可以拉长到1个月。”岳彭奇说，从3月底到4月底，游客来彭州，都能赶上花期。

这里不仅是赏花地，更是一个集保育科研、科普教育、文化展示于一体的综合性牡丹保育园。保育中心与成都市植物园、四川农业大学等科研团队合作，持续开展引种驯化、新品种培育、组培研究，形成了从种质保护到标准化栽培的完整科研链条。

今年，园区向公众开放了3.8万平方米的牡丹观赏区域，打造了牡丹花境、百花园、精品园等景观节点，还种植了芍药、垂丝海棠、樱花、玫瑰等35种植物。“这里也很受研学游欢迎，将开展‘识谱认花’‘国色寻芳’等研学活动。”岳彭奇说。

以花为媒串起全域盛景  
让游客从赏花到“入画”

天彭牡丹花会，是中国三大牡丹花会之一、南方牡丹文化的标杆，也是四川省级非物质文化遗产。它承载的，是彭州的千年文脉；打开的，是这座城市走向世界的通道。

“第四十二届四川(彭州)天彭牡丹花会将于3月20日正式开幕。”彭州市相关负责人介绍，本次活动打破地域局限，将围绕《天彭牡丹谱》中“花品序”“花释名”“风俗记”三大篇章开展系列活动，让游客从“赏花”到“入画”。

其中，在百里一·龙兴集，打造“花品序”宋集雅韵时尚消费区，构建巨型牡丹装置、开展陆游与花神主题巡游、举办“一朵妖红梦里看”书画展；在天彭牡丹保育中心，建设“花释名”国色雅集研学基地，开展“识谱认花”“少年传韵”“国色寻芳”等互动活动；在丹景山镇域，呈现“风俗记”野逸牡丹沉浸体验区，花魁大赛、音乐疗愈、徒步打卡，展现原生野趣与秀丽人文的精彩碰撞。

“我们还将串联N个春季文旅促消费活动，以观光赏花、文化体验、体育赛事，撬动消费业态跨界融合，全面升级文旅游玩体系。”彭州市文化广电体育和旅游局党组书记陆小强介绍。

比如，以渝江小火车串联全域文旅节点，打造牡丹主题市集、推出汉服旅拍等特色体验，配套发放文旅消费券，形成“观赏—体验—消费”完整闭环，推动旅游从打卡游向留客消费转变，实现景区带村、产业兴民。

为迎接八方来客，彭州特别准备了“春季文旅促消费大礼

包”：太阳湾、四川航空科技馆推出门票8折优惠；蜀中糖门、彭州好物等餐饮品牌折扣“来袭”；禅驿·龙兴院子、希尔顿惠庭、星程、航动酒店、玛莎加平等酒店推出最低8折优惠……让“看花人”乘兴而来，尽兴而归。

一朵繁花到全链产业  
力争衍生产品年销售超千万元

彭州没有止步于“看花”。它正用一朵花，写下一篇产业大文章。

一方面，依托成都市植物园及本土科研力量，研发攻关“彭州紫”组培、快繁技术，让昔日“一枝难求”的名品有望实现规模化繁育，加快走向平价市场。另一方面，抓牢“天府药市”发展契机，探索牡丹籽油、丹皮养生等高附加值产品路径，打造中高端产品矩阵。

“我们正以‘镇集体公司+农户’模式，远期规划种植3000亩，今年已新增1000余亩，夯实产业发展基础。”彭州市丹景山镇党委副书记、镇长段磊介绍，正推动产业升级，整合天彭牡丹、渝江堰遗产等资源打造“花田水乡”核心区，推动从“卖鲜花”向卖文化、卖场景、卖体验转型，今年鲜切花预计采摘100余亩、销售50万支以上。

当前，彭州正以“牡丹+”为核心构建三产融合发展闭环，实现产业富民。段磊称，将加快“牡丹+”种质培育，培育400余个优质品种，打造西部最大牡丹种质资源库，带动村民入股就业，共享发展红利。同时，开发牡丹咖啡、丹皮饮片等15种以上衍生产品，延伸至食品、康养领域，链接多领域供应链，力争全年衍生产品销售额超千万元。

从陆游笔下的一叹，到今日彭州的一景；从一朵花的诗意，到一座城的产业链。天彭牡丹，正在用800多年的积淀，书写一个关于美丽、文化与经济共生的当代故事。

华西都市报·封面新闻记者 杨金祝 实习生 龚善美 彭州市文广旅局供图

招标公告

因工作需要，现将四川欣闻物业管理有限公司管理范围内的“集团印务公司物业管理”项目人员外包服务面向社会公开招标，现公告如下：

一、项目基本情况

1. 招标范围：四川日报报业集团印务公司锦江区三色路288号、桦彩路158号管理区域内生产辅助、车间保洁、保安、厂区保洁、绿化、配电等岗位人员外包服务，具体内容详见招标文件第五章所列范围及要求。

2. 服务期限：合同签订之日起至2026年12月31日24:00时。

二、投标人资格要求

- 具有独立承担民事责任的能力；
- 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- 具有《劳务派遣许可证》；
- 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- 参加本次采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法违规记录；
- 法律、行政法规规定的其他条件；
- 信用要求：(1) 投标人不得为“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)列入失信被执行人、重大税收违法失信主体；(2) 投标人单位及其现任法定代表人、主要负责人没有行贿犯罪记录；
- 本次招标不接受联合体投标。

三、招标文件的获取

本项目招标文件采用线上或现场获取两种方式之一，需准备的材料如下：

- 营业执照副本复印件；
- 法定代表人授权委托书及法定代表人身份证明、法定代表人身份证复印件(正反两面)；
- 被授权人的身份证复印件(正反两面)。

注：(1) 以上材料均需加盖鲜章；(2) 若为经独立法人资格授权合法登记注册的非法人分支机构的，则上述第2项为负责人授权委托书及负责人身份证明、负责人身份证复印件(正反两面)。

若采用线上方式获取招标文件的，以上材料均提交扫描件或照片，一并发送至招标人指定邮箱：wangyuyang@qq.com，经招标人审核合格后，向投标人发放电子版招标文件。

若采用现场方式获取招标文件的，收取以上全部纸质材料，并核验被授权人身份证原件。经招标人审核合格后，向投标人发放纸质版招标文件。

四、获取招标文件的地点和时间

地点：成都市锦江区红星路二段70号四川日报报业集团12楼B区集团总经办；

时间：2026年3月11日至3月19日(工作日上午9:00-11:00，下午2:00-5:00)。

五、项目最高限价：2000000.00元(含税)。投标报价以服务期内总价为准。

六、资金来源：公司自筹

七、投标文件递交地点和时间

投标文件递交截止时间：2026年3月27日上午10点。逾期送达的投标文件，将被招标人拒收，不接受邮寄、电子邮件、传真等其他投标方式。

投标文件送达地点：四川省成都市锦江区红星路二段70号四川日报报业集团12楼B区集团总经办。

八、公告期限：2026年3月11日至3月19日。

九、公告发布载体：华西都市报、消费质量网

十、联系方式：

招标文件咨询联系人：段老师，联系电话：18980757050

十一、异议受理

异议受理联系人：王老师  
异议受理地址：成都市红星路二段70号四川传媒大厦  
异议受理电话：028-86968222

四川欣闻物业管理有限公司  
2026年3月6日

“跟着影视游四川”10条精品线路  
亮相香港国际影视展



参展商了解洽谈“跟着影视游四川”线路。 图据天府宽窄

华西都市报讯(记者 周琴 香港报道)3月18日，第30届香港国际影视展内人头攒动。四川馆内“影旅融合”主题展区吸引了不少参展商及市民的关注，重点展示的“跟着影视游四川”10条精品线路，串联起成都、宜宾等影视热门取景地及三星堆、大熊猫基地等标志性景点。

“影旅融合”主题展区由成都文旅集团下属成都光影天府影旅文化发展有限公司(以下简称“光影天府公司”)精心设计，10条线路分别为：世界遗产

经典之旅、萌宠大熊猫生态之旅、雪山彩林小西环线、冰雪奇缘之旅、冬日温暖阳光之旅、行走318国道·寻觅香格里拉、《哪吒之魔童闹海》《黑神话：悟空》打卡之旅、烟火成都CITY WALK、“双城记”巴蜀探秘之旅、“味觉四川”美食之旅。

现场相关工作人员介绍，17日、18日，不少外国参展商到馆内了解洽谈“跟着影视游四川”10条精品线路。其中，世界遗产经典之旅、萌宠大熊猫生态之旅等线路关注度较高。

同时，四川馆内一套集全省21市州特色风物于一体的创意冰箱贴，热播剧的衍生周边，熊猫主题的贴纸、香卡、香氛挂饰及趴趴公仔等四川特色伴手礼，吸引了众多国际买家驻足交流。

光影天府公司副总经理弓正介绍：“这些特色旅行线路吸引了不少国内、国际参展商来询问，再加上既好看又实用的文创产品，不光让咱们四川展团的亲和力上来了，也让‘四川故事’变得摸得着、带得走了。”