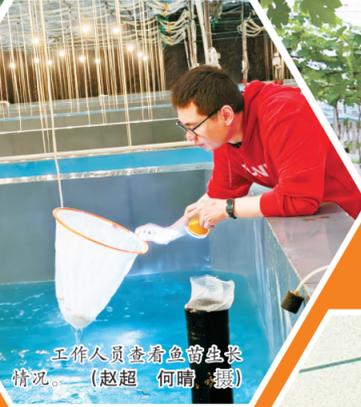


2月20日，宁波较常年提前17天入春，刷新了历史纪录。从“最晚入冬”到“显著早春”，季节的急转弯不仅让市民惊喜，更让田间地头、海岸渔港的劳动者们提早进入了一年中最忙碌的时节。



工作人员为大黄鱼做产。(陶顺顺 何晴 摄)



工作人员查看葡萄的生长情况。(赵超 何晴 摄)



陈海栋(左一)正检查葡萄长势。(方舟 王佳辉 摄)

莫道春来早 且看人勤争先

记者 何晴 孙肖 王佳辉 王博 通讯员 方艳莹 孙展 叶晶晶 林芳洁 方舟 范文颖 黄杨

A 入春偏早气温偏高

经市气象台确认，我市已于2月20日正式进入气象学意义上的春季，这一日期比常年平均入春时间3月9日提前了17天。这个“早春”与刚刚过去的“晚冬”形成了鲜明反差：气象数据显示，去年我市于2025年12月24日才进入冬季，较常年偏晚20天，刷新了历史最晚入冬纪录。从“最晚入冬”到“显著早春”，短短两个月内冷暖急转，不仅体现了今年大气环流的特殊性，也让人们对季节变换的节奏有了更直观的感受。据市气象部门统计，2026年2月1日至23日，全市平均降水量为45.1毫米，较常年同期偏少25%；全市平均气温8.9℃，较常年同期偏高2℃。

B 黄鱼育苗势头足

前日，象山港湾水产苗种有限公司的育苗车间内一派热火朝天的景象：14个专为繁育大黄鱼而设的育苗池马力全开，池内水流涌动。“今年第一批育苗有3厘米长了，生长情况良好。”公司员工谢海军来到池边，俯身仔细查看育苗的活力，脸上满是笑意。作为国家级大黄鱼良种场，象山港湾水产苗种肩负着岱衢族大黄鱼保种、供种的重任。眼下，正是冬春之交育苗的黄金时节，他们计划在公司本部生产岱衢族大黄鱼苗9000万尾；同时在福建建立两家联营厂，生产大规模岱衢族大黄鱼苗，以满足养殖户对优质大苗的需求。目前，首批大苗已被省内的宁波、舟山、温州、台州以及省外福建等地的养殖户预订一空。大黄鱼的繁育过程是一场与时间的赛跑。每年冬春之交，经过严格选育的亲鱼被转入室内强化培育。在育苗车间里，技术人员24小时轮班值守，每天换水两次、不间断吸污、按时投料，像照料婴儿般呵护这些“水中黄金”。“由于今年的春节假期正好撞上大黄鱼繁育的高峰期，我们三分之二的员工在岗加班。”公司总经理陶顺顺说，这群“不回家的人”用坚守换

来了池中涌动的生机。然而，较早入春，给黄鱼养殖带来了新的考验。由于海区水温偏高，水体未能经历往年的低温“洗礼”，致病菌和寄生虫卵的越冬基数更大，这意味着大黄鱼在后续养殖中可能更容易受病害侵袭。“所以我们必须把育苗养得更好。”陶顺顺介绍，公司利用建成的“大黄鱼无规定疫病苗种场”，形成一套全流程的保障体系，只为确保从这里出去的每一尾鱼苗都“身强体健、清清白白”。一边是产业化的高效生产，一边是科研攻关团队的默默耕耘。在宁波市海洋与渔业研究院的科研基地，另一场“战役”同步打响。2月24日，这里进行了紧张的集卵工作：就在两天前，科研人员对1400余尾大黄鱼亲鱼进行了催产。“这次共产卵62公斤，实际布卵30公斤。”宁波市海洋与渔业研究院基地管理科副科长张鼎元介绍，其中大部分是普通的岱衢族大黄鱼，将用于今年的增殖放流工作，让野生种群重新“人丁兴旺”。而另一批特殊的“全雄组”“耐低氧组”鱼卵，将服务于科研实验，为培育更优质、更强健的大黄鱼新品种积累数据。

C 柴桥花农盼丰年

万物复苏之际，在被誉为“中国杜鹃花之乡”的北仑柴桥，花农们正用辛勤的劳作，在田间描绘一幅生机勃勃的“春耕图”。“家人们看这盆杜鹃，造型饱满，现在已经进入开花期了！”花田间的一处角落里，38岁的青年花农石瑶琪举着手机，对着镜头热情地讲解。他的身旁，成百上千盆杜鹃盆景，有的含苞待放，有的吐露芳华，在春风中摇曳生姿。作为村里小有名气的“花二代”，石瑶琪这几年把直播间搬进了花田，手机成了他的新农具。一场直播结束，他顺手拿起剪刀，开始熟练地为杜鹃修剪残枝。“去年盆景行情不错，最近春雨下得勤，苗木上要冒新芽了，我得抓紧把花木造型修好，让它在直播间里能卖个更好的价钱。”他边说边忙活，手中的剪刀精准地落在多余的枝条上。穿梭于柴桥街道的各个花木种植区，就见4000亩茶梅

绽放，但花农们无暇欣赏，大家抢抓晴好天气，翻土、育苗、灌溉、修枝造型……为新一年好收成打下基础。与往年不同的是，田间地头架起的手机越来越多，成了早春里一道独特的风景。一些像石瑶琪一样的年轻“花二代”“花三代”，趁着茶梅余韵未了、早春新芽未发的时机，通过直播带货，将柴桥花木的品质展现给屏幕前的客户。对他们而言，早春的期待不仅埋在泥土里，更跳动在小小的手机屏幕里：一份份新春的订单随着春风飞来，也让“柴桥花木”的品牌在云端愈发响亮。“希望今年也能有个好收成！”谈及对新年的期待，石瑶琪满心憧憬地说道：“现在都市家庭大都喜欢有品质、有艺术感的绿植。我希望通过优化绿植造型、引进新品种，让咱们柴桥的杜鹃和茶梅，以精品苗木的形式走进更多人的阳台和庭院。”

D 葡萄花开疏穗忙

甬城早春，江北区前江街道的江北阿东水果专业合作社内绿意盎然，大棚里，早熟葡萄品种“天工墨玉”竞相开花，枝头繁花如星，空气中弥漫着淡淡清香。“今年入春早，花开得也早！”前日上午，该基地负责人、中国林业乡土专家陈海栋穿行于藤架间，正小心翼翼地给葡萄摘心、打枝、绑缚新梢。春季是葡萄萌芽、开花的关键期，每年春节假期，陈海栋都在基地度过。“虽然这时农事不算忙，但每天都要给大棚通风，防止湿气过重。”他介绍，由于今年气温偏高，花期比往年提前了一周多，“预计5月20日左右，第一批‘天工墨玉’就能上市”。据悉，春节假期刚过，该基地的50多名果农已从四川、安徽等地陆续返岗，正抓紧进行疏穗、摘心等关键管护工作。今年花情喜人，一根葡萄藤上最多能结30多串，但为确保果实品质，工人们将按照“壮枝留2穗、中庸枝留1穗”

的原则，疏掉近一半花穗。早春花开虽喜人，陈海栋心中仍时刻绷着一根弦：“早春最怕雨水太多，容易诱发灰霉病。”不过，大棚内藏着的一系列设施农业“黑科技”，正默默守护这些嫩绿希望——基地安装了多盏植物补光灯，在阴天或光照不足时及时“上岗”，既能模拟日光补充光源，又可提升棚内温度、降低湿度，破坏喜湿病害的滋生环境。同时，“三膜覆盖”技术为葡萄构筑起三重防护层，能保温，还能精准控湿。“种葡萄40多年了，每年这个时候心情都一样，既兴奋又忐忑。”在他看来，早春就像一场“大考”，天气状况是最大的变数，“但有了补光灯和三膜这两样‘法宝’，就算春雨连下十天，我也不怕”。对新的一年，陈海栋的愿望也很朴素。“希望‘天工墨玉’能比去年更甜、更早上市，端午节时市民的果篮子里，能有一份来自我们江北的葡萄。”他说。

E 春笋萌动欲破土

前日，海曙区横街镇大雷村竹农翁国定吃过午饭，便扛起锄头、揣着柴刀上山，一头扎进连绵的竹林之中。眼下，距离春笋上市还有一个左右的时间。此时，林间已冒出不少细小的春笋尖，裹着嫩黄的笋衣，藏在泥土与落叶之间。“挖笋就一阵子，管护却是一年四季的事。我们这里竹林漫山遍野，更需要精心呵护。”翁国定告诉记者，这段时间里，竹农们不仅要吧长了6年以上的老竹子砍掉，为新竹留出生长空间，还要清理枯枝败叶，让春笋破土更加顺畅。放眼望去，翁国定身后的竹林层层叠叠、长势喜人。看着林间星星点点冒出的春笋，翁国定满是欣喜：“照这个长势，应该是个丰收年！”为迎接一个月后的春笋集中上市，大雷村竹海共富工坊

运营负责人王虹尹也早早行动起来，和村委会一同扛起了帮竹农增收致富的重任。今年，王虹尹广泛听取竹农的意见和建议，在大雷村划定游客挖笋体验区。“我们打造了土灶尝鲜区，游客挖到笋，现场就能烧着吃。现场还设置了土特产驿站，笋干、笋爌、大雷乌饭、青饺等应有尽有。”王虹尹说。横街是远近闻名的“中国竹笋之乡”，拥有近万亩竹林，这里出产的“大雷黄泥拱”是国家地理标志产品，笋体饱满、肉质脆嫩，是宁波人春日里最惦记的一口鲜。“卖鲜笋只是‘以竹生金’的第一步。近年来，我们依托共富工坊、高山快递共富驿站等载体，推动挖笋体验与竹林观光深度融合，让连绵竹林成为竹农增收致富的‘绿色靠山’。”横街镇相关负责人说。



竹农翁国定正在林间清理。(王博 黄杨 摄)

有奖发票促消费：小切口里的经济逻辑与治理智慧

作为率先开启2026年全国有奖发票试点活动的城市，宁波交出了亮眼答卷：截至2月23日，累计参与用户37.8万户，上传发票174万张；覆盖开票商户1.74万户，发票总额超9.6亿元，累计发放红包2502万元。这不仅展现了政策落地的即时成效，更印证了此次试点激发消费需求、释放消费潜力作为核心目标的精准定位。从经济逻辑来看，有奖发票是适配当下消费市场的普惠政策创新，实现了从“定向补贴”到“全域激活”的思路转变。当前，消费已成为拉动经济增长的主引擎。此前消费券虽能快速拉动消费，但存

在覆盖范围有限、使用门槛较高等问题。而此次试点将零售、餐饮、住宿、文旅、体育等日常消费场景全部纳入，以不低于100元的低门槛、消费即参与的普惠性，让每一次日常消费都成为潜在抽奖机会，实现了政策红利直达消费者。这种小投入撬动大市场的效应，是对消费心理的精准把握。相较于消费券的直接补贴，有奖发票以概率激励为消费行为增添了额外的情绪价值，把消费者的参与热情实实在在转化为了线下消费行动。而单张发票金额上限设定为800元，恰好处于个人所得税“偶然所得”的起征点，可享受免税优惠，

这一细节设计也进一步提升了消费者的获得感。从市场逻辑来看，有奖发票以消费需求为导向，在激发消费活力的同时，更推动着市场生态的自我净化，实现了促消费与优生态的双向赋能。此次试点将消费激励与市场规范有机融合，通过撬动消费需求倒逼市场主体合规经营，让公平竞争成为市场发展的主旋律。长期以来，餐饮、零售等民生消费领域存在的不开票现象，不仅造成了国家税收的流失，更有可能导致“劣币驱逐良币”的市场乱象。部分商户通过偷逃税款形成所谓的“价格优势”，以恶性低价竞争挤压

合规经营企业的生存空间，制约了消费市场的提质扩容。有奖发票活动正改变这一局面。当消费者因抽奖激励养成主动索要习惯，商户隐匿收入的成本便大幅提升。宁波借势春节消费旺季，将“开票有奖”与节日场景深度融合，9.6亿元开票消费不仅反映消费行为增多，更意味着更多交易被纳入正规监管体系，推动商贸、餐饮、文旅等行业向高质量发展转型，形成“消费激活—市场规范—消费升级”的良性循环。从治理逻辑来看，有奖发票是现代财税治理与消费治理的深度融合，推动财税治理向“精细化共

治”转型，为消费市场的持续繁荣筑牢了制度基础。上世纪90年代的有奖发票，核心是为了解决“以票控税”的征管难题，更是税务部门“单打独斗”。而此次试点，通过利益激励构建起“政府引导、市场参与、社会共治”的治理格局，既填补了民生消费领域的税收征管漏洞，又以激励的方式激活消费，为消费市场繁荣添砖加瓦。长期以来，我国以间接税为主的税收体系，让部分消费者对纳税的感知较为模糊。当市民为参与抽奖主动索要发票时，“开票是权利、纳税是义务”的观念就在潜移默化中被理解。这种从利益激励到

习惯养成，再到理念认同的转变，构建起政府、企业、消费者之间的契约共识，能够有效提升全民税法遵从度，为消费市场持续繁荣营造公平有序的制度环境。作为沿海开放城市和商贸重镇，宁波拥有活跃的消费市场和数字化治理基础，此次试点开局良好，为后续优化积累了宝贵经验。未来，若能持续围绕“激发消费需求”这一核心，优化奖项设置、提升兑奖便捷性、加大宣传力度，必将让有奖发票成为提振消费、规范市场、完善治理的长效工具，为全市经济高质量发展注入源源不断的活力。(宁波大学商学院特聘研究员 季浩)