“列车+”持续升温 拓宽服务消费新空间

来自国铁集团的统计显示,今年上半年,全国铁路累计开行旅游列车1797列,其中旅游专列967列、旅游专线830列;围绕赛事、演艺、展会等活动定制开行歌迷专列、球迷专列等主题列车445列。

从卖车票到卖产品、卖服务,从汇聚客流到培育消费流,一张小小的火车票,正在串起文旅消费新场景,拓宽服务消费新空间。

旅游列车持续升温,不断满足游客新需求

暑期来临,江西上饶站站台人来人往,“大美上饶”主题观光列车即将驶往弋阳站,开启一段37分钟的“看山水画卷、品戏韵茶香”之旅。车厢外,涂装着以国家一级重点保护野生动物蓝冠噪鹛为原型打造的IP形象,吸引不少旅客拍照打卡;走进“雅集”主题车厢,木质茶台一字排开,河红茶香味在车厢弥漫。

自4月30日起开行的“大美上饶”主题观光列车,把地方文化搬进车厢。沉浸式主题场景、特色演艺、互动剧游等内容,让旅客实现“乘车即观景、旅途即赏艺”。“列车开行以来,客座率一直保持在90%以上。”复星集团星享铁旅观光列车板块负责人秦仲皓介绍。

记者在采访中发现,当前旅游消费正从单纯“看风景”向“品生活”转型,游客对“一站式”省心服务和“沉浸式”深度体验的需求日益增强。铁路部门联合地方政府纷纷出台新举措,满足游客新需求。

今年5月,“东北超”赛事启幕,国铁沈阳局打造球迷专列,提供“观赛+游玩”一站式旅途服务。“为了看开幕式,我和3个朋友特意从内蒙古通辽坐球迷专列过来,不仅能看比赛,还能逛沈阳故宫、兴顺夜市、北市场这些我想‘打卡’的地方,值了!”球迷王磊说。

在四川,国铁成都局推出“畅游天府”旅游计次票,实现“一票多游”,让游客规划行程更加灵活。

在陕西,国铁西安局今年已开行研学、康养、赏花等主题专列70余趟,铁路与文旅部门联合推出的一些主题旅游产品,将往返车票、景区套票、住宿、游船演艺、接驳车辆和车厢文化活动整合打包。

国铁西安局客运部副主任惠利霞说:“过去旅客买的是一张点对点交通票,现在买到的是一整套旅游服务。”

从一张票到一条链,持续挖掘消费新增量

旅游列车的价值,不仅在于运送更多游客,更在于把分散的交通、景区、住宿、餐饮、演艺等资源整合起来,延伸消费链条,挖掘更多消费增量。

在内蒙古,自6月底锡林郭勒盟首次开行动车组列车后,当地同步推出“票根经济”活动。游客凭火车票购票凭证或铁路12306购票记录,可在24家景区、住宿、餐饮等商户享受折扣优惠。

锡林郭勒盟马都大营烤全羊饭店工作人员介绍,活动开展以来,店里客流量较以往增加约一成。预计暑期营业额将比往年增长20%左右。

让更多游客从“一地游”变成“多地游”。在四川,国铁成都局创新推出“高铁出发123”系列铁路旅游产品,以“1小时生活圈”“2小时度假圈”“3小时联动圈”串联乐山、自贡、雅安、西昌等热门旅游目的地。

让更多游客从“过境游”变成“过夜游”。作为长三角首趟舒适型旅游列车,“长三角之星·山水明月 寻梦婺源”之旅串联多个旅游热门目的地,将山林避暑、温泉康养、非遗体验、特色美食融为一体,成为暑期跨省微度假的热门产品。

国家发展改革委宏观经济研究院研究员张林山说,“列车+”模式以火车票作为流量入口,把一次性交通消费延伸为全链条文旅消费,打通了交通与文旅业态壁垒,促进各地分散文旅资源抱团发展,推动客流资源转化为消费增量。

产品服务有待提质升级,释放更多消费潜力

铁路旅游快速升温,但优质产品不足、站车与景区接驳不畅、各环节信息分散、市场化运营能力不强等问题仍然存在。

今年6月,商务部、文化和旅游部、国铁集团等8部门联合印发《关于促进铁路与旅游融合发展 扩大服务消费的若干措施》,围绕丰富产品供给、创新消费场景、提升服务品质等推出15项举措,明确到2030年,全国将打造160列以上铁路旅游列车专用车组。

铁路与旅游加速“双向奔赴”,如何释放更大的消费潜力?

业内人士认为,旅游列车不能简单停留在“换个车身、增加装饰”,要随着消费新需求的增长,不断推出层次更丰富、价格更多元的产品。

南昌大学旅游学院副教授王佳说,铁旅融合服务链有待进一步打通,推动各环节信息互联,降低游客选择成本,这也有助于铁路和地方根据客流数据更精准地配置运力、设计线路、组织产品。

她表示,可进一步引入旅行社、酒店、景区、文创企业等经营主体,探索IP联名、会员权益、组合票制、梯度票价等模式,形成风险共担、收益共享的合作机制。

张林山说,在此基础上,还可以推进车站、列车旅游化改造,优化车站到景区接驳通道,丰富在途消费场景。强化铁路、地方文旅协同联动,完善配套政策支持,统筹开发跨区域旅游线路,持续优化游客出行体验,不断拓展铁路旅游消费新空间。

(新华社 樊曦 陈柱佐)



这是7月25日拍摄的南天湖国家级旅游度假区景色(无人机照片)。

重庆市丰都县南天湖是国家级旅游度假区,拥有高山喀斯特地貌、万亩原始森林和高山草甸等独特生态资源。当地位于高海拔山区,夏季平均气温仅20℃,森林覆盖率达87.6%,有“天然氧吧、避暑胜地”之美誉。

创建国家级旅游度假区以来,丰都县持续完善路、水、电、气等配套设施,建成高品质酒店3家、民宿65家、露营基地5个,形成健全的服务体系,推进文旅康养产业高质量发展。

新华社记者唐 奕摄



看火爆“苏超” 享夏夜经济

7月25日晚,人们在江苏省泰州市桃园景区观看水上特色表演(无人机照片)。

2026赛季江苏省城市足球联赛正在进行,人们在比赛日看“苏超”比赛,逛球迷市集,体验各地结合“苏超”比赛推出的文旅活动,享受夏日里的特色夜经济。

新华社发(汤德宏摄)

上半年消费品以旧换新带动销售额1.1万亿元

记者近日从商务部获悉,2026年上半年,消费品以旧换新累计带动相关商品销售额1.1万亿元,惠及1.5亿人次。其中,汽车以旧换新370.7万辆;家电以旧换新6326.6万台;数码和智能产品购新7909.8万台;19个地方实施自主品类补贴政策,带动相关商品销售99.2万件。

绿色产品广受青睐。政策带动下,更多消费者选择购买绿色节能的新能源汽车。2026年以来,享受汽车以旧换新补贴的新能源车占比逐步提升,6月达65.4%,支撑二季度新能源汽车零售市场渗透率至62.4%,创历史新高。

智能消费加速扩容。1至6月,数码和智能产品销售量同比增长13.4%,6月单月增长32.0%。政策实施以来,智能眼镜销售量逐月加速攀升,6月单月增长30.6%,成为智能消费新热点。

2026年消费品以旧换新政策给予地方更多自主空间,支持有条件的地区结合本地实际开展自主品类补贴政策,有效带动新产业发展。江苏、上海等多地因地制宜,将具身智能机器人等前沿智能产品纳入自主品类补贴范围,满足消费者对新产品的“尝鲜”需求,为新技术、新产业、新赛道开拓市场空间。

上半年,以旧换新政策覆盖面持续拓宽,线下参与主体数量同比增长28.1%,进一步激发县乡市场活力。福建等地县乡家电以旧换新线下参与门店较年初增长15%。商务部联合工业和信息化部举办新能源汽车下乡活动,加大农村地区适销车型供给,充分保障以旧换新补贴需求,完善充电基础设施和售后服务网络,持续释放下沉市场汽车消费潜力。

(新华社 谢希瑶)

要透气更要实用 凉鞋不再是标配

谁占领了年轻人的夏日鞋柜?



热浪席卷三伏天,曾是盛夏标配的传统露趾凉鞋却日渐淡出北京街头,包头勃肯鞋、洞洞鞋、轻量溯溪鞋、休闲运动鞋成了年轻人夏日出行的必备鞋。这背后有何消费逻辑?

现象:传统凉鞋成小众选择

进入7月下旬,全国多地持续高温。与气温形成反差的是,北京街头巷尾传统露趾绊带凉鞋的出镜率正在显著下降。北京青年报记者发现,在国贸商圈、三里屯、西单大悦城等人流密集的区域,休闲运动鞋、洞洞鞋与勃肯包头鞋已成为年轻人群的主流选择。线下门店陈列出来的鞋子中,传统凉鞋的占比也大幅减少。

爱研究穿搭的小棠表示,“勃肯鞋和运动鞋更好搭配衣服,颜色和款式都很有设计感,露趾凉鞋总觉得不够时髦。洞洞鞋也很不错,不用蹲下或者坐下穿鞋系鞋带,好清理,而且很好看,还能DIY配饰,每天换不同的‘鞋花’,朋友圈里大家都在晒,这本身就是一种潮流表达。”

脚汗多人群穿凉鞋易打滑,空调房内露脚趾冷;运动、长途走路不方便,鞋子还容易进灰尘。不少年轻人表示,凉鞋舒适度不够,很难找到贴合脚型、久穿不累的款式,相比之下运动鞋、软底洞洞鞋脚感更好。

消费:三类潮鞋抢占夏日市场

北青报记者注意到,传统露趾凉鞋需求萎缩,但夏季穿透气鞋的底层需求并未消失,三类包裹式潮鞋快速抢占市场。

洞洞鞋凭借轻便、增高以及可DIY个性化装饰的特性,吸引了大量年轻用户。

兼顾透气性与包裹感的勃肯鞋,既解决了“露趾尴尬”,还满足日常防护需求。有鞋店店员表示,编织款、基础款勃肯鞋最受欢迎,“很多顾客买一双能从夏天穿到秋天,冬天套双袜子也能穿,实用性强。”

溯溪鞋作为户外场景延伸至城市日常的代表,精准捕捉了通勤与轻户外两重需求。溯溪鞋具有防滑速干、包裹透气的特性,适配徒步、赶海、通勤等场景,兼顾实用性与简约颜值,受众持续拓宽。

北青报记者还观察到,面对市场消费风向的转变,多家老牌女鞋品牌开启产品结构自救,发展电商直播,大幅削减高跟细带露趾凉鞋产能,加大包头休闲凉拖、轻户外鞋款供给;线下门店也不断调整,传统细带凉鞋的货架占比大幅压缩。

分析:消费着重考量实用性

夏日传统凉鞋的式微,并非夏日透气需求的消失,而是消费者对舒适、安全、美观以及实用性重新考量的结果。新的夏日鞋履包裹脚趾减少社交场景下的不安感,兼顾透气和防护功能,设计风格偏向中性化、简约化,且能够跨季节穿搭。这些特征精准体现了当代年轻人实用至上的消费心态。

从“露趾”转向“包脚”,这场发生在脚下的更迭,本质上也是一场消费升级——从顺应季节惯性到按需自主选择,从单一功能到复合价值,年轻人正用购买决策重新定义“夏日最佳鞋履”。

(北京青年报 蔺丽爽)