

让“坐着火车去旅游”成为新风尚

日前,商务部、文化和旅游部、国铁集团等8单位联合印发《关于促进铁路与旅游融合发展 扩大服务消费的若干措施》(简称《若干措施》),这是我国推动铁路与旅游融合发展的又一重要举措。

近年来,铁旅融合让流动的中国活力满满。一趟趟穿梭在神州大地的旅游列车,一条条串联山河湖海的旅游线路,一个个铁旅融合的体验场景,带热了旅游消费,更好满足人民日益增长的美好生活需要。

旅途变身“诗和远方”

5月19日0时40分,首列“蜀锦宋韵”主题旅游列车——“熊猫专列·锦绣天府号”从四川成都安靖站出发,载着92名旅客开启为期16天的南北疆全景之旅。

四川成都铁路国际商旅集团有限公司西南铁路国际旅行社党支部书记马倩介绍,自2021年3月首趟“熊猫专列”品牌主题列车开行以来,5年间,“安逸号”“什邡号”“成都号”等产品相继亮相,累计运送旅客超5万人次,赢得市场的良好反馈与广泛认可。

“熊猫专列”的火热,正是近年来铁旅融合发展的生动缩影。2024年铁路部门开行旅游列车1860列,2025年开行旅游列车2485列,今年1—5月全国开行旅游专列数量达705列,同比增长14.6%。

为何越来越多的人喜欢坐着火车去旅行?因为在供给端,我国铁路运力已经从“紧张”转向“充裕”。需求侧,人们从“赶路”,开始向“感受路”转变,人们对铁路的需求,并不再只是单纯的交通工具。近年来,铁旅融合不断创新发展,致力服务老百姓的美好生活需要,让大家愿意乘坐火车旅游。

立足地方文化,打造流动的文旅品牌。一条铁路就是一座移动的文化展厅,各地深挖地域特色,将车厢变成展示风土人情的窗口。在内蒙古,一列列“草原之星”文旅列车穿梭往来,被形象地称为草原上“移动的蒙古包”;在新疆,“新东方快车”旅游列车身披丝路文化彩绘,奔驰在新疆戈壁绿洲、雪山草原之间,令人向往……打造铁路文旅品牌串联沿线

山水风光,铁路搭台、文旅唱戏成为常态。

紧扣时令特征,创造四季文旅盛宴。追着花期跑,跟着季节走——近年来,铁路服务正从“标准化”迈向“场景化”。春天,重庆潼南、贵州兴义、云南罗平等赏花专列备受青睐;夏天,人们乘专列奔赴长白山的天池、呼伦贝尔大草原,赏景避暑;冬天,哈尔滨冰雪游火爆出圈,列车载着旅客一路向北,驶入银装素裹的童话世界。车轮与时节同频,每一程都是恰逢其时的美好。

聚焦细分群体,适配多元需求。针对不同群体的精细化出行需求,打造定制化、主题化文旅出行产品也成为潮流。G7534次“球迷专列”载着球迷奔向“苏超”赛场,“高铁+大巴”无缝衔接,让球迷观赛一路顺畅;针对青少年群体,“环西部火车游”研学列车将丝路文化融入旅途,让铁路成为流动课堂;针对老年群体,持续优化适老化服务,配备流动小药箱,银发列车备受欢迎。

流动的是人,激活的是需求。2025年国家铁路旅客总发送量42.55亿人次,其中旅游客流占比约三分之一,越来越多的人喜欢沿着铁路去旅行。

值得关注的是,随着“中国游”持续火热,旅游列车也对外国游客产生了较强的吸引力。“每年5至6月、9至10月,‘林都号’的乘客中,入境游客占比超过70%。”“林都号”运营方、伊春旅游发展集团股份有限公司董事长助理王钰堯说,旅游列车正成为向世界讲述中国故事、展示大美中国的重要窗口。



列车带动沿线消费

列车穿行于山河之间,早已超越提供出行服务的单一维度,而是变成了带动沿线消费、延伸产业链条、助力乡村振兴的纽带。

如何让游客停得更久、游得更深,铁路与文旅部门进行了诸多尝试。海南、湖南、山东、上海等地推出旅游计次票产品,这一产品具有“一次购买、多段乘坐、15天有效”的特点,不限定具体车次,游客可以灵活组合多段行程。

“推出旅游计次票是希望更好地发挥高铁运输时效性强和区域文旅资源富集的优势,促进长三角区域文旅经济深化融合发展。”中国铁路上海局集团有限公司杭州站营销科副科长刘婷说。

对此,中国国土经济学会国土交通委员会副秘书长沈砚子说:“这种模式可以降低游客出行成本,让游客能够深度

漫游,进而释放更深层的消费潜力。”

一张车票的“含金量”还在持续上升。在陕西、四川、云南、山东等地,铁路与文旅部门以及景区、酒店等企业纷纷推出优惠措施,游客凭火车票可享景区门票优惠、酒店折扣等一系列福利。

列车的开行也给沿途老百姓带来“好日子”。在武夷山,武夷岩茶、熏鹅等特色产品被装进了游客的行李箱。“多趟赏花列车的开行带旺了沿线餐饮、住宿消费,老百姓的钱袋子也鼓了起来。”中国铁路南昌局集团有限公司南平车务段副段长杨德生说。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云说:“铁路与旅游的深度融合,不仅便利了游客出行,更促进了消费、带活了产业。以运促旅、以旅兴业的良性循环正在加速形成。”



铁旅融合相互赋能

以旅游列车等为代表的“交通+”服务消费发展潜力巨大,是服务消费重要的新增长点领域。2025年初,商务部等9部门印发《关于增开银发旅游列车 促进服务消费发展的行动计划》,全年全国共开行旅游列车2485列,同比增长33.6%。

近日,商务部、文化和旅游部、国铁集团等8部门联合印发《若干措施》,着力扩大铁路旅游新供给、创新多元化消费场景,推动形成铁路与旅游融合发展新局面,业内称之为增开银发旅游列车相关措施的升级版。

商务部服贸司负责人介绍,此次发布的《若干措施》从加快铁路基础设施旅游化改造、丰富铁路旅游产品体系、提升铁路旅游服务水平、加强铁路旅游运行保障、强化政策保障支持等5个方面提出15项政策举措,将进一步推动铁路与旅游融合发展、相互赋能,扩大优质服务供给,释放铁路旅游消费潜力,更好满足人民群众美好生活需要。

《若干措施》提出到2030年实现铁旅融合发展取得显著成效、铁路设施设备旅游服务功能明显改善、铁路旅游运行保障能力显著增强、市场化程度有效提升、产品供给更加丰富等目标。

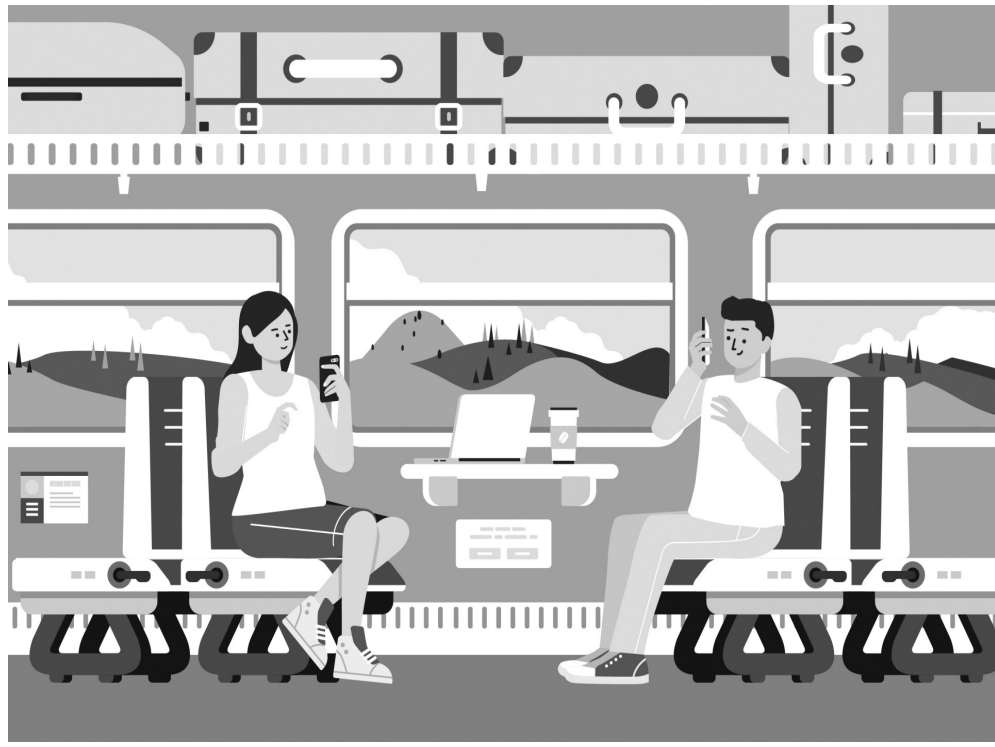
上海社会科学院研究员、南通大学长三角现代化研究院院长何建华表示,此次铁旅融合政策的落地,有三重意义。首先,能够有效盘活铁路存量资产,释放中长期投资价值。其次,铁旅融合的发展,标志着铁路行业从单一运输业态,向“运输+旅游”复合业态全面转型。过去铁路以客货运输为核心功能,行业市场化竞争意识较弱。如今随着市场环境变化,铁路主动拥抱文旅产业、拓展服务边界,意味着铁路系统彻底转变发展

思路,以市场化主体身份参与市场竞争,是行业思想解放、主动求变的重要体现。第三,政策紧扣民生需求,旨在依托铁路网络优势,为群众美好生活提供更优质的服务。《若干措施》立足民众出行与旅游需求,从设施改造、产品打造、服务升级多维度发力,让四通八达的铁路网成为大众领略山河风光、享受休闲生活的重要载体。

值得关注的是,此次政策强调“开放共享”,鼓励社会力量深度参与。措施支持通过IP联名等方式打造主题列车、主

题车厢,并创新铁路旅游消费场景。无论是卡通主题亲子专列,还是非遗文化车厢,社会化运营将给旅途带来更多创意和活力。

同时,为了激励市场,有条件的地方可出台旅游列车补贴和奖励政策,金融机构也被鼓励为列车技术改造和设施更新提供融资支持。惠民生方面,梯级优惠票价将推出,品质型、舒适型、普惠型等不同类型列车,以及银发、研学、康养等主题产品,让各年龄段人群都能找到适合自己的“那趟车”。



多方合作提升出行体验

政策该如何落地?铁路与地方政府、各种社会主体等如何协同?坐着火车去旅游,还可以有哪些更好的体验和服务?

“根据已有的工作基础和经验,铁路部门将重点在扩大旅游列车装备规模,增加旅游列车开行体量,提升旅游列车产品供给的多样化程度,开展列车车站、设施设备适老化改造,完善铁路旅游服务及相关多元服务,加强铁路旅游运行保障,强化铁路旅游发展政策支持等七个方面合理推动相关工作,实现铁旅融合的提质升级。”国铁集团客运中心市场营销部副总监张涛介绍。

张涛表示,目前来看,铁旅融合仍处于发展阶段,还存在着铁路与地方旅游规划布局衔接不够、综合服务功能不完善、优质产品供给不足等问题。下一步,国铁集团将密切与国家有关部门、各地方政府对接联系,强化规划引领,提升文旅资源、铁路资源布局 and 开发的协同水平,实现铁旅融合互促发展。

“我们将积极与地方有关部门协同联动,畅通铁路与城市公交、定制客运班



车、景区专线巴士等接驳,打通车站往返景区的‘最初一公里’和‘最后一公里’,提升游客出行体验。与餐饮、文娱等机

构合作,支持特色美食、文艺演出、非遗体验等活动上列车、进车站。还将融合轻装型、爱宠型、自行车便利型等产品,进一步丰富在途服务。”张涛说,还将持续优化铁路运输组织,加大旅游列车的开行力度,提升旅游产品的供给水平,打造更多的优质产品和服务。

中国旅游研究院副院长马明亮认为,地方政府打造铁旅融合产品不能跟风。“要充分做好市场调研,真正了解游客需要什么、喜欢什么。不能一味模仿,要摸清游客需求,防止出现低效闲置的项目。”

他认为,铁路和地方可以从几方面入手,提升游客体验。一是丰富产品线,二是对车内进行舒适性改造,三是丰富到站后的游憩体系。“因为游客体验的高潮部分是在到站以后。”

随着各项措施落地,铁路旅游将从“能游”向“优游”迈进,成为扩大服务消费的强劲引擎。“铁旅融合·乐游中国”的品牌已经亮出,轨道延伸之处,一个更具品质、更有温度的旅游消费新时代,正在到来。