

随着暑期文旅消费市场的持续升温,“铁路+文旅”深度融合模式正成为激发区域旅游活力的新引擎。近日,多
地铁路部门精准对接市场需求,开行特色旅游专列,为广大旅客带来“快旅慢游”的出行新体验。

『快旅慢游』,乘着旅游专列去避暑



打造草原风情“移动课堂”

8月9日,Y404次研学旅游专列载着598名来自内蒙古兴安盟的师生从黑龙江齐齐哈尔站启程前往北京。这是中国铁路哈尔滨局集团有限公司今年开行的首趟黑龙江至北京研学旅游专列,列车打造草原风情“移动课堂”,组织开展歌舞互动活动,让孩子们在旅途中沉浸式感受文化魅力。

图①为京剧演员(右一)在列车上与同学们合影。

新华社发(徐 率 摄)

“铁路+文旅”助燃暑期文旅消费

8月5日,国铁南宁局从广西壮族自治区南宁市、广东省湛江市两地组织开行两趟“桂行天下”旅游专列,共搭载702名旅客奔赴贵州省兴义市开启避暑之旅。当日12时32分,284名旅客搭乘Y875次列车从广西南宁站奔赴兴义;23时17分,418名旅客搭乘Y874次列车从广东湛江站启程,同向奔赴兴义。这是国铁南宁局首次组织桂粤两地旅客“双车同向”前往贵州。

为进一步提升旅客出行体验,“桂行天下”旅客专列在服务保障与硬件设施上下功夫,提供大件行李免费存放服务,方便旅客轻装出游,并随车配备专业医护人员及常用药品。

图②为旅客到达北海站。

何家海/图 本报记者 宾 阳/文

避暑、研学、休闲一站式“搞定”

8月1日8时32分,D8891次避暑旅游动车满载110名游客从甘肃兰州西站驶出,奔赴马踏飞燕故里武威,正式开启两天一夜的周末温泉避暑之旅。这是兰铁国旅今年推出的首趟武威周末避暑动车精品旅游团,依托“环西部火车游”品牌打造一站式短途度假产品。

据了解,该旅游专列精准覆盖亲子研学、银发康养、青年休闲三类客群,充分利用周末时段设计行程,实现“快旅慢游”无缝衔接。线路串联丝路古迹、祁连森林、天然温泉等多重特色资源。

图③为旅客从兰州西站出发,前往武威开启避暑游。

何怡璇/图 本报记者 贾 正/文

让境外游客感受真实、立体的中国生活

本报记者 苏 锐 通讯员 路 静 徐 晓

近几年,烟台市逐步改变以往入境旅游重心放在名山大川、历史古迹观光的情况,关注年轻境外游客更加向往沉浸式生活体验的需求,力求让大家感受真实、立体的当代中国生活,非遗技艺、市井烟火、城市现代化发展成为入境旅游新的吸引点。

“请过来”与“讲出去”相结合

近年来,烟台市精准细分客源市场,实施分众营销。同时,常态化邀请境外旅行商实地考察踩线,打通海外旅行社分销渠道,把旅游线路送入海外销售网络。

2025年5月,俄罗斯莫斯科、哈巴罗夫斯克、符拉迪沃斯托克等地31家重点旅行商代表来到烟台市考察。其间,他们走进烟台张裕酒文化博物馆、朝阳街、所城里等历史街区,感受烟台百年葡萄酒文化与城市记忆;漫步渔人码头、天马栈桥,孤独的鲸等网红地标,领略黄渤海新区的现代滨海魅力;参观黄渤海新区中小学生综合实践学校,了解烟台研学旅游特色。

此次考察,是烟台市文化和旅游局用好过境免签政策、拓展国际客源市场的重要举措。俄方旅行商人士表示,烟台的文旅资源与俄罗斯游客需求高度契合,未来将重点推广“葡萄酒海岸”主题线路及包机旅游产品,助力烟台成为俄罗斯游客赴华旅游的热门目的地。

烟台是距离韩国最近的中国城市之一,乘飞机仅需1小时20分钟。2025年,韩国游客占烟台市入境游客总量1/3以上。

今年3月,“仙境来信”烟台(首尔)文旅推介会在韩国首尔举办,韩国的艺术协会、网红协会代表,知名组团社负责人等150余人参加。张裕集团在推介中备受关注。张裕集团董事长周洪江认为,讲好可信可爱可敬的中国故事,应该跳出单纯风光宣传,兼顾传统文化与当代中国城市发展、百姓日常生活。要用海外受众易于理解的叙事逻辑开展传播,以旅游体验促进民心相通。比如,烟台市文旅部门利用韩国民众喜欢烟台古酿白酒的特点,开展了“游烟台 赠古酿”专项推广活动,取得很好的市场成效。

焕新产品升级美好体验

产品是入境旅游的核心竞争力。过去几年,烟台市对滨海度假等传统线路进行国际化重构,增加非遗动手体验、民俗参与、当代生活探访环节,大力发展入境研学旅游、非遗体验游、中医药康养、乡村深度旅居、城市微度假产品,让境外游客由“被动看”变为“主动参与”。

依托儒家文化、胶东非遗、海洋文化,山东开发儒家研学、非遗工坊体验、滨海康养度假等主题产品,针对日韩、东

南亚、欧美市场设计不同版本游线。比如,针对韩国游客,以“制定属于你的周末逃离计划”为主题,推出寻仙、探秘、静心、微醺、吃鲜5种体验,配套“仙境海岸摄影之旅”“周末微度假”等线路,邀其开启说走就走的短途旅行。

今年6月,符拉迪沃斯托克一烟台、哈巴罗夫斯克一烟台两条入境旅游包机航线同步投入常态化运营,每周各执飞一班。包机分早、晚错峰时段抵达,可满足家庭出游、康养旅居、葡萄酒研学观光等多元出行需求,大幅压缩远东游客旅途时长,降低了出行成本。

据相关入境旅行社介绍,搭乘包机的游客平均在烟台留7天至14天,尤其青睐滨海沙滩休闲、温泉康养、葡萄酒品鉴、胶东非遗体验等长线度假产品。航线稳定运营后,将持续为烟台输送远东客源,搭建起“俄罗斯远东—仙境海岸烟台”文旅通道。

持续提升入境游便利化水平

高品质住宿配套是烟台吸引俄罗斯长线度假客群的核心竞争力。目前,烟台共有9家星级酒店,过半高星级酒店集中布局金沙滩滨海度假区,连片形成一线海景度假酒店集群。各大酒店也针对性增设俄语服务人员、俄文导览标识,配套专属沙滩、特色俄式餐食等。多名俄方旅行社负责人实地踩线后评价,烟台高星级酒店硬件设施、康养服务、多语

种接待水平超出预期。

近年来,烟台市用好签证、过境免签政策红利,做好政策对外解读宣传。同时,支持入境旅游包机、国际航线培育,多措并举降低境外游客来华出行门槛。

为保障俄罗斯旅游包机航线常态化运营,烟台机场出入境边防检查站针对包机旅客多为家庭出游、年长游客占比较高、行李物品较多等特点,在入境大厅动态增开专用通道,并安排翻译人员前置引导,协助游客提前准备护照等通关证件,快速完成指纹采集与人脸识别流程。验证台前,执勤民警高效办理入境检查手续,确保旅客即到即检、少排队、快通关。

入境旅游高质量发展,不只是简单追求入境人次增长,更要实现“流量变留量、游客变消费、到访变认同”,实现经济效益、文化传播效益双向统一。今年7月印发的《烟台市文旅产业高质量发展三年行动方案(2026—2028年)》提出,要巩固入境游市场。针对韩国市场推出“游烟台、品酒、登山、吃海鲜”“周末下班来烟台”等定制化产品,加密韩国、俄罗斯等重点入境游市场的航线网络,拓展入境旅游包机航线。

据了解,未来3年烟台市还将提升入境游便利化水平,设立烟台机场国际到达大厅“一站式”综合服务厅,完善多语种标识导视体系,打造“飞阅烟台”“朋来飞”等入境游特色品牌。

一线观察

创作者真正的自信,应该是接纳自己的作品只被一部分人深深热爱,而不一定要为所有人浅浅喜欢。

别让『破圈』成为套住创意的『圈』

夕 君

近些年,“破圈”成了舞台艺术的重要追求之一。一部作品若能突破原有受众边界,在社交媒体上掀起讨论热潮,便被视作一次成功的“破圈”。从传播角度看,“破圈”当然是好事,说明作品被更广泛的观众看见、认可,创作者的用心得到了更热烈的回应,审美共识在对话中生长。积极追求“破圈”,说明创作者心中有观众、有市场,这份开放与谦卑值得肯定。

然而,当“破圈”从一种结果变成一种执念,甚至成为衡量艺术价值的重要标尺时,便不得不警惕,“破圈”本身不会成为套住创意的“圈”?

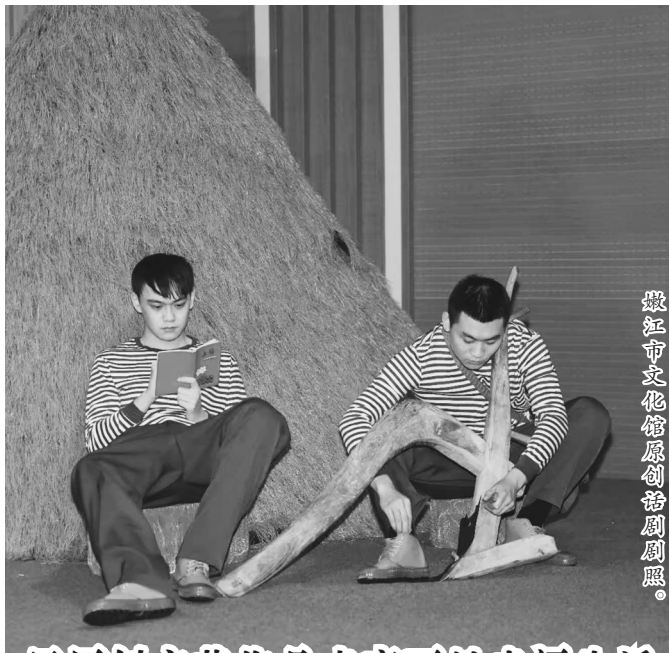
每一种舞台艺术都有其独特的基因。无论是昆曲的细腻婉转、现代舞的抽象语汇,还是交响乐的复杂织体、实验戏剧的先鋒表达,这些特点也许不是人人都理解、都喜欢,但这并非它们的缺陷,而是艺术品种与生俱来、安身立命的个性所在。通常来说,某种艺术形式的个性越强,往往意味着审美门槛越高、越清晰,受众范围可能也就越窄。这不是遗憾,而是常态。不能因高山难攀而削平峰顶,艺术也不宜因试图讨好尽可能多的人而抛弃个性、磨去棱角。

“破圈”是艺术水平抵达一定高度之后的水到渠成,而非刻意为之的营销动作。当创作者将“破圈”视为首要目标,创作逻辑恐怕就悄然发生了偏移。在主创表达意识和观众兴趣偏好之间,应充分考虑内容是否充实、形式是否适宜,要甘于、敢于为知音而精雕细琢,勇于、善于为守正创新而探索“冒险”,而不是为迎合流行元素而削足适履,更不能幻想用一套稳妥的流量模式“通吃天下”。过度追求“破圈”可能意味着流量思维

的越位,把观看人数等同于艺术价值,把传播广度等同于思想深度。当艺术本位让位于数据指标,创意恐怕难免受到伤害。

舞台艺术应该亲近大众、拥抱通俗,但前提是保持自身品格。高质量的共鸣是内在情感力量的自然溢出、融汇,而非外部市场逻辑的强行植入。舞台上真正动人的,始终是直面火热现实、坚持艺术个性、挖掘人性深度的真诚表达,其他手段或有一时之效,但终非长久之计。

因而,不妨对“破圈”怀有更平和、更松弛、更随性的态度,能“破圈”固然可喜,“小而美”也未必可悲。创作者真正的自信,应该是接纳自己的作品只被一部分人深深热爱,而不一定要为所有人浅浅喜欢。



用原创文艺作品点亮百姓幸福生活

近年来,嫩江市在原创品牌打造上持续发力,通过大力培养文艺创作人才、搭建展示舞台,使原创成为嫩江市群众文化一块响当当的金字招牌。

通过走出去、请进来、结对子等多种方式,嫩江市培养了快板、小戏、美术等各类文艺人才。比如,邀请黑龙江省歌曲创作协会有关专家举办歌曲创作培训班,培养了杨晓艳等30多名歌曲创作人才,创作了《美丽的嫩江》《爱在嫩江》等一批歌曲,提升了嫩江的影响力与美誉度。

嫩江市建立了创作采风长效机制,激发全民创作热情,累计创作舞蹈、曲艺、书法等各类文艺作品上千件,形成

了歌曲、舞蹈、小品等20多个原创系列,产生了舞蹈《麦浪滚滚》、广场舞《欢腾的达斡尔》等一批优秀作品,实现了文艺创作从“高原”向“高峰”的奋力迈进。

嫩江市依托原创资源,打造了“嫩江之夏广场系列活动”“社区文化艺术节”“农民文化艺术节”“农民丰收节”等群文品牌活动,不断满足人民群众多样化的精神文化需求。同时围绕重大节庆精心策划各种主题文艺演出,每年累计组织开展各类大中型群众文化活动200余场次,线上线下参与群众超500万人次,营造了欢乐祥和、积极向上的文化环境。(本报记者 张建友 文/图)