铁旅融合『上新』提速

“祁连山号”:
一趟列车如何承载“吃住行游购娱”

本报实习记者 李秀彤



环青海『祁连山号』旅游专列。 青海省文化和旅游厅供图

前不久,首趟环青海旅游专列“祁连山号”从西宁站驶出,80余名游客登上这趟6天5晚的闭环环线列车,开启一场串联盐湖、戈壁、雅丹与高原湖泊的深度游。从东北银发专列到中老跨境专列,从旅游计次票到环线专列,眼下,各地铁旅融合“上新”提速,“祁连山号”的独特之处在于,它把“快旅慢游”的逻辑放到高原地理条件下做了一遍——不是把车开得更慢,而是让“住”与“行”在列车上合为一体,把省下来的换宿、搬行李、赶路的时间,还给风景与体验。

传统高原环线旅行有一组绕不开的矛盾:景点之间距离远,游客每日换宿耗费大量精力,大件行李反复搬运,高原反应又让游客体力成为稀缺资源。国铁青藏集团公司针对这些痛点,把专列设计成“昼游夜行、随走随停”的移动旅居空间:4晚宿于专列包房,1晚入住冷湖镇地面酒店,大件行李留存车厢,游客轻装下车游览。车厢配备私密独立包间、干湿分离卫浴、全景观景车窗及供氧设备,全程有专业保健医生随队,高原旅行的“空间语法”被巧妙改写。

在“祁连山号”上,列车成为旅居空间的一部分,车窗外的草原、戈壁与盐湖不再是“路上的风景”,而是连续展开的旅途内容。夜间行车把位移时间从白天的游览时段中剥离出来,6天5晚的环线因此获得了更高的体验密度。对于银发群体、亲子家庭以及摄影、研学等对体力和节奏敏感的人群,这种设计提供的不是更慢,而是更从容。

“祁连山号”更值得留意的探索,在车厢内部。国铁青藏集团公司联合西宁市商务局、西宁市文化旅游广电局及西宁市城东区政府,将“青海家宴”与“青海好物”搬上列车。酿皮、甜醅、馓子等地方风味以及非遗手作、高原农特产品与特色文旅产品集中呈现,河湟文艺展演在旅途中展开。一部分消费场景前置到列车空间内,游客在移动过程中完成对青海风物的认知、接触与购买,车票不再只是交通凭证,而成为进入一个“流动文旅消费场”的入口。列车上形成的好感,又会随着游客在德令哈、大柴旦、格尔木、青海湖等站点的落地游览进一步延伸。茶卡盐湖的夜游、德令哈的海子诗歌馆与农垦文化、翡翠湖与水上雅丹的自然奇观、察尔汗盐湖的“万丈盐桥”,这些地面体验与车上展销之间形成呼应——游客在车上尝到的味道、看到的非遗,在沿线有了实地的对应物。沿线看到的风景,又在返程或后续消费中落回到具体的产品上。

对于青海而言,这趟专列的意义不只是增加了一个旅游产品。它把“过境通道”变成了“停留场景”,将原本需要游客自行拼凑的交通、住宿、餐饮、购物环节,整合进一趟列车的运行逻辑之中。

“祁连山号”的首发让高原环线专列迈出了有意味的一步:它把列车变成了酒店、展厅、餐厅和剧场,也把一段铁路旅程变成了青海文旅的流动入口。青海省文化和旅游厅相关负责人表示,“祁连山号”旅游专列的成功开行,填补了青海省环青海湖旅游列车产品空白,对整合柴达木与青海湖沿线文旅资源、带动沿线及对口支援地区文旅消费、加快国际生态旅游目的地建设具有积极作用。下一步,青海省文化和旅游厅将联合国铁青藏集团公司持续优化环线产品、完善配套服务、拓宽宣传推广渠道,打造具有高原辨识度的铁路旅游精品。


游客在旅游专列上观看文艺展演。 原 勇 摄

“呼伦贝尔号”“林都号”“大庆铁人号”:
特色专列精准满足出行需求

本报记者 张建友

今年前10个月,黑龙江省大兴安岭地区漠河市接待旅游专列101列、游客6.2万余人次,跟着专列游漠河,已经成为当地文旅振兴的重要支撑。漠河市旅游发展中心主任郝大为表示,旅游专列在拓展客源、拉动消费、丰富营收形式、强化品牌传播等多方面发挥出积极作用。

近年来,国铁哈尔滨局集团公司持续深耕铁旅融合,联合多方打造多款特色专列:携手内蒙古呼伦贝尔推出高端旅居“呼伦贝尔号”,联动伊春森工打造“林都号”,联合黑龙江工行推出适老化康养专列“悠享龙江·银旅号”。通过搭建分层分类的产品矩阵、优化品牌服务、深化多方联动,走出一条专业化、品质化、多元化的发展路径。

国庆假期,哈尔滨至亚布力开行赏秋主题旅游专列。列车穿行山林之间,沿途层林尽染。抵达目的地后,游客参观熊猫馆、泡森林温泉、林间徒步,丰富的文旅项目留住了游人。

立足黑龙江红色、历史、生态、农业等资源优势,国铁哈尔滨局集团公司精准对接不同群体出行需求,陆续推出亚布力滑雪、“大庆铁人号”红色研学、农业观光等主题专列产品,构建起覆盖高端旅居、跨境研学、大众休闲的全谱系专列体系。

在常态化运营品牌专列基础上,该集团整合文旅资源,打造“快进慢游、集散成列”模式,新增研学、亲子、边境、康养定制专列,推出全景大环线、两极观光线、森林生态线、红韵体验线等十大主题线路。

跨省康养专列同样广受好评。“悠享龙江·银旅号”车上安排瑜伽、非遗体验、民族歌舞,沿途游览三峡大坝、九寨沟等景区。专列采用“一铺到底、车随人走”模式,配套软卧、独立卫浴和文娱车厢,贴心适配老年旅客。

跨省跨境线路持续擦亮龙江文旅名片。连续9年开行的援疆“龙泰号”、援藏“龙藏号”专列,累计输送游客3.8万人次。双向对开的“绥芬河—符拉迪沃斯托克”中俄跨境专列,4天旅程串联多个边境与滨海景点,成为跨境旅游新载体。

依托黑龙江冬夏两大百日文旅行动配套开行的专列,上线“关东情”系列计次票,开发冰箱贴、钥匙扣等20余款铁路文创,丰富文旅供给。同时,在哈尔滨、齐齐哈尔、佳木斯等重点车站,设置美食体验区、非遗展示区、伴手礼售卖区,把车站变成文旅体验窗口。依托专列流动传播优势,推介龙江特色物产,形成“车站体验、列车品鉴、线上选购、线下邮寄”的立体消费模式。

研学专列也是一大亮点。10月24日,300余名俄罗斯青少年搭乘研学专列,从满洲里前往齐齐哈尔,开启研学行程。孩子们观丹顶鹤、品烤肉、学剪纸,感受黑土地人文风情。

据悉,由国铁集团客运部主办,国铁哈尔滨局集团、黑龙江省文化和旅游厅承办的“铁旅融合·乐游中国”交流活动,将于今年冰雪季在哈尔滨举办,设置经验交流、案例研讨、实地调研等板块,为铁旅融合发展蓄力。

黑龙江工程学院副教授郑万明认为,旅游专列串起景区、乡村与边境小镇,引导客流向外辐射,带动沿线民宿、农事体验、乡土文创发展,为当地从业者创造增收渠道。乘着专列游龙江,正持续激活沿线文旅动能。

融入现代生活 赋能历史经典产业

——2026年广东非遗周暨佛山秋色活动“非常不遗Young”

谭志红



近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《文化遗产保护传承“十五五”规划》,工业和信息化部等6部门出台《关于推动历史经典产业高质量发展的意见》,文化和旅游部印发《文化和旅游发展“十五五”规划》,对“十五五”期间的文化遗产保护传承工作作出新部署,提出新要求,指出新方向。在此背景下,传承了600多年的佛山秋色如何焕新发展?

时代出题,佛山作答。10月23日至26日,由广东省文化和旅游厅、佛山市政府主办,佛山市文化广电旅游体育局承办的“粤见秋色·乐游佛山”2026年广东非遗周暨佛山秋色活动(简称“佛山秋色”)以“潮”为引领,举办秋色巡游、祖庙秋祭、乡饮酒礼、非遗活态展四大主体活动,推出祖庙奇妙游、国潮主题扮演、秋色巡游第二现场等潮流场景,实现全民参与、全域联动、文商旅融合,以节庆流量推动历史经典产业转型升级。

潮流表达

古老民俗注入时代气息

为贯彻落实《文化遗产保护传承“十五五”规划》《探索非遗当代表达新方式、合理利用新形式,培育传承体验新场景”的部署,以及《文化和旅游发展“十五五”规划》《促进优秀传统文化融入现代生活”的要求,今年的佛山秋色在守正的同时,用年轻化、数字化、全民化的方式创新模式、场景、玩法,拉近非遗和青年群体的距离。

潮,就是要让静态的文化符号“活”起来、“走”出来。今年的佛山秋色巡游首次实现传统文化符号的艺术性转化,让木版年画中的门神形象、行通济的民俗盛景与巨型生菜造型,以活态表演的形式参加巡游。同时,邀请雕塑家吴信坤围绕马年主题,以新潮的视觉语言对传统“马色”进行升级,创作的“新八骏”潮马造型昂首阔步,神采奕奕。

潮,就是要让“网红”、现象级产品出屏、上街。本次秋色巡游中,全网爆红的“大湾鸡”、飞天鳌鱼,以及搭载最新技术的国产AI机器人等与观众近距离互动。在去年全运会“出圈”的清远瑶族长鼓舞、在今年广东省运会展现英姿的冼夫人信俗表演、汕头西门巨型龙虾舞、国潮高跷戏剧表演、广东千古情的复古摩登派对、清远长隆的非洲风情表演等来到现场,让观众大饱眼福。



潮,就是让历史传承与时代发展看得见、摸得着。为纪念中国工农红军长征胜利90周年,今年的秋色巡游增设长征主题情景表演节目,传承伟大长征精神。贵州黔东南、新疆伽师、西藏墨脱、湖南郴州、广东茂名等佛山对口帮扶、对口合作城市也表演了节目,展现区域协调发展的成果与文化交流的生机。

潮,就是要以多元场景推动非遗走出展馆、走进生活。10月23日至25日,以“非常不遗Young”为主题的非遗活态展在岭南新天地鲤鱼广场、铂顿城、南海西樵同步开展,构建“非遗+商业+文旅”融合模式,设置“舌尖品非遗”“指尖现非遗”“舞台赏非遗”“课桌传非遗”“故事说非遗”五大板块,汇聚广东省内外及佛山对口协作城市的约60个非遗项目进行展演展销,并首次融入快闪巡游、AI互动感应打卡体验区、潮流市集等年轻化、数字化新玩法。

潮,就是要彰显青少年传承的力量。今年的青少年传承项目“小手拉大手 大城小工匠”秋色赛会历时两个月,展示非遗进校园、在校园的成果。在巡游开场舞台上,由佛山市文化馆打造的百米非遗扎作长龙《兴龙贺秋》成为近30年来巡游中规模最大的扎作长龙,其主要演员便是来自佛山大学计算机与人工智能学院、物理与光电工程学院的大一新生。

流量变现

历史经典带动入境旅游

很多节庆活动面临着“有流量无留量”的尴尬,存在流量转化难题。今年的佛山秋色围绕深化“历史经典+旅游”融合、深化非遗赋能历史经典产业升级的要求,将陶艺、香云纱、武术、美食等历史经典资源,转化为推动入境游发展的动能。结合2026年广东入境游高质量发展活动暨“广东奇妙夜”嘉年华契机,10月21日至24日,佛山举办“遇见非遗·玩转佛山”入境旅游推广系列活动,将短期流量沉淀为长效入境游业务。

历史经典产业要实现流量长红,首先要迈过转化关,即传统技艺要转化为海外游客可参与、可感知的现场体验,要让海外游客由被动观赏转向主动体验。本次入境旅游推广系列活动采用秋色巡游联动、非遗实地考察体验、产业对接交流、工业旅游配套“四位一体”模式,设计4天3晚深度体验线路,打磨适配海外游客的历史经典旅游产品。境外旅行批发商、海外文旅达人、商协会代表走进佛山祖庙、南风古灶、香云纱产业基地、美食体验点等点位,直观感受醒狮、彩灯、巡游民俗等活态历史经典文化。佛山首发入境游非遗体验护照,整合重点非遗点位介绍、技艺解读、打卡集章规则、预约指引等信息。

历史经典产业容易成为参观体验的附属品,在赋能经济发展方面的作用被忽视,要实现高质量发展,就要迈过渠道关。10月23日,佛山举办入境旅游推广对接推介活动,搭建起政企、文旅企业、制造主体、境外渠道商面对面交流对接的平台,打通历史经典产业、文旅、外贸制造的联动通道。本土“非遗+产业”标杆企业分享融合实践案例,直观展示非遗赋能实体经济的多元模式。非遗运营机构、工业旅游示范点、本地地接社与海外组团商交流需求,佛山本土入境旅行社与多家境外旅行商签订客源输送合作协议,拓展海外销售渠道。多家本土制造企业和本土旅行社达成商务接待服务合作,将历史经典体验纳入外商商务接待,推动其成为制造业招商引资、外事接待的重要配套载体。

文旅推广面临“重打卡、轻消费,重观光、弱留存”的难题,历史经典产业要成为中华文化走出去、海外游客走进来的载体,就要迈过传播关。本次活动强化多语种海外传播,依托海外达人矩阵、社交平台,联动海外KOL、在粤外国体验官开展国际传播,用具象化叙事扩大佛山历史经典产业的知名度。今后,入境游客到访佛山,不再局限于拍照打卡,将收获专属非遗记忆。

本次入境旅游推广系列活动不只是一次节庆配套推广,而是构建起“政策引领—场景创新—产业联动—市场变现—国际传播”的运营闭环,实现历史经典文化保护传承、文旅产业提质、外贸商务接待三方共赢。佛山将持续迭代优化历史经典主题入境线路,让藏在市井烟火里的非遗成为对外开放的亮眼名片。

全域延伸

多元场景激发消费活力

在文旅深度融合的当下,经久传承的民俗活动、非遗项目已不只是活动和项目本身,而是以其为圆心向外延伸拓展,以多元场景丰富体验、带动消费。今年的佛山秋色围绕赛会风华、光影全城、文旅漫游、商圈盛惠4个方向向全域延伸,促进文商旅深度融合,激发全域消费活力。

为提升秋色巡游的参与性,今年的佛山秋色巡游打造第二现场。主办方在巡游沿线设置户外大屏,同步转播巡游盛况,形成“主街巡游观赏+定点宴饮体验”双场景。同时,在康得思酒店、佳宁娜酒店设置秋色主题宴席,同步直播巡游实况,搭配主持人民俗讲解、非遗快闪表演、互动科普,让市民游客品秋色宴、赏秋色景、悟秋色韵,沉浸式感受民俗魅力。

节庆是消费的载体。为做强“节会经济”“票根经济”,今年,佛山成立了秋色商圈联盟,开展“悦购佛山·乐享金秋”促消费活动,联动商圈餐饮、零售、住宿等业态发放消费券。同时,对“佛趣游”小程序进行升级,推出“秋色商圈联盟”专区,邀请联盟商家入驻,让市民游客实现线上领券、线下核销。

为延长游客的停留时间,佛山打造了一批“可看、可玩、可品、可购”的深度体验项目,让游客可以规划两到三天的“秋色欢乐季”行程。“佛趣游”小程序上线多条秋色主题文旅线路,提供打卡、预约、攻略一站式服务,方便市民游客玩转秋色盛会。主办方选取巡游、醒狮、陶艺、粤剧等文化元素,开发秋色主题文创矩阵,让秋色IP可带走、可珍藏、可传播。

为提升市民游客的体验感和获得感,佛山还推出了丰富多彩的精神文化产品。“记住乡愁”——“四山两江”文旅新景图艺术系列活动在佛山市文化馆开展,以艺术形式讲好佛山山水与发展故事。新疆伽师歌舞、“南风百戏·秋韵”惠民演出、西藏墨脱歌舞等演出在琼花大剧院举行,为市民游客奉上多台高水准舞台演出。

(图片均为佛山秋色巡游现场,由佛山市文化广电旅游体育局提供。)