

9单位就增开银发旅游列车印发行动计划—— 创新服务供给促旅游消费

商务部、文化和旅游部、国铁集团等9单位近日印发《关于增开银发旅游列车 促进服务消费发展的行动计划》(以下简称《行动计划》)。在2月11日举行的商务部专题新闻发布会上,商务部服贸司司长孔德军表示,发展银发旅游列车对促消费、稳增长、惠民生具有重要意义,可以说是“小切口、大效应”。

近年来,旅游列车持续发展,服务质量不断提升,受到“银发族”游客青睐。当前,我国老龄化程度持续加深,老年消费群体不断扩大。增开银发旅游列车对创新旅游服务供给、增进老年人福祉、扩大服务消费具有积极意义。

据了解,《行动计划》围绕增加银发旅游列车服务供给,强化适老化设施保障、提升银发旅游列车服务水平、优化银发旅游列车发展环境等4个方面,提出了12项重点任务。《行动计划》提出,到2027年,构建覆盖全国、线路多样、主题丰富、

服务全面的银发旅游列车产品体系,银发旅游列车服务标准体系基本建立,形成一批主题旅游列车品牌,银发旅游列车开行数量、旅客运输量较2024年实现较大幅度增长。

孔德军介绍,银发旅游列车面向的是所有年龄层旅客。增开银发旅游列车是在服务各年龄层消费群体的基础上进一步完善适老化设施和服务,提高旅游列车对老年旅客的包容性、增强老年人福祉的一项举措。

国铁集团将开行银发旅游列车作为服务老年群体出行、促进银发经济发展的重要载体。数据显示,2024年国铁集团共组织开行旅游列车1860列,是近年来开行数量最多的一年,同比2019年增长近50%,开行方向主要集中在新疆、云南、黑龙江等热门旅游方向和线路,运送游客超100万人次。通过大数据分析发现,其中老年游客占比近80%,成为铁路

旅游列车市场的主要客群。

国铁集团客运部副主任朱文忠介绍,银发旅游列车的品牌效应已初步形成。根据旅游客源地或目的地特色,突出旅游文化元素,国铁集团陆续推出京和号、南方快车、熊猫专列、新东方快车等特色品牌,越来越多线路实现常态化开行。旅游列车灵活的线路安排和大众化的价格水平较好满足了银发群体旅游需求,受到广大银发群体的青睐,社会反响良好。

《行动计划》提出,将银发旅游列车适老化、绿色化、舒适化改造纳入大规模设备更新和消费品以旧换新支持范围。据了解,2024年,我国将文化和旅游领域纳入大规模设备更新工作范围,重点支持观光游览、游乐、演艺、智慧文旅、文物、电影、高清超高清、历史文化名城和街区保护等8方面的项目。相关政策实施以来,景区、游乐场、剧院、电视台、博

物馆等各类主体积极参与,推动文化旅游领域更新一大批设施设备,有效解决了设备老化、年久失修、体验感差等问题。

国家发展改革委社会发展司司长刘明表示,此次考虑到银发旅游列车的重要性,将其增补纳入政策支持范围。国家发展改革委将会同相关部门对处于闲置低效利用状态、有改造潜力的老旧列车进行深入系统调查,切实摸清家底。在此基础上,制定细致、可操作的改造方案。特别是根据老年游客群体的实际需求,对灯光、扶手、座椅、厕所等进行升级改造,使列车真正适合老年人、便利老年人。

据悉,国铁集团目前正在研究修订旅游列车的管理办法,拟根据旅游需求季节性差异,采取更加灵活的差异化价格策略,特别是在旅游淡季加大折扣力度,鼓励更多银发群体错峰出行。

(冯其予)

元宵节旅游市场掀小热潮

春节的热闹还没散去,元宵节(2月12日)灯会又掀起旅游小热潮。旅游平台去哪儿12日发布数据,元宵节灯会当天在平台上的搜索热度较前一日猛增一倍,灯会主题景区门票预订量较去年元宵节有明显增加。

在该平台上,今年元宵节,灯会主题的景区门票预订量同比增长近二成,热门景区为自贡·中华彩灯大世界、南京秦淮灯会、广州越秀公园春节灯会、大同灯会、唐山南湖春节灯会、上海豫园灯会等。

尽管今年元宵节是工作日,中国旅游市场仍维持较高热度。平台数据显示,截至2月11日,四川自贡,广东广州、

深圳,湖北武汉,福建泉州,浙江杭州,江苏苏州以及上海、天津等城市酒店预订量比去年元宵节增长超过10%。

随着春节假期结束,中国国内旅游市场迎来“价格洼地”,“不挤不贵”吸引时间灵活的银发族掀起错峰出游热潮。从截至2月11日的预订趋势来看,去哪儿平台上的银发族青睐自由行。云南省内深度游、川渝深度游、粤港澳大湾区、福建的厦门和泉州等受到银发族青睐。与此同时,中国国内机票价格逐渐回落。去哪儿数据显示,2月10日到2月底,国内机票平均支付价格比春节假期期间下降三成。

(刘 亮)

浦江非遗剪纸添年味

连日来,金华市浦江县“香溢”志愿服务队队长于阳文及团队成员,携手丰安公益志愿者协会、浦江县消防救援大队等团体,将一幅幅福蛇剪纸送入民众家中。

“我们把书画技法及漫画卡通融入剪纸中,把传统和时尚元素融合到一起,就是希望有更多的年轻人也喜欢剪纸、

热爱剪纸。”浦江剪纸非物质文化遗产传承人黄天佑说。

现场,“香溢”志愿服务队携手消防员开展有奖问答,志愿者们将书法家书写的“关注消防春回大地同谱平安曲 珍爱生命福满人间共唱和谐歌”等消防特色的春联及消防宣传资料送给市民,提醒大家要守好消防安全关。(董易鑫 于巧军)

跻身“5A”后 金华双龙有何新玩法

今年春节是浙江金华双龙风景旅游区正式获批国家5A级旅游景区后的首个春节。景区围绕“巳巳如意 一路生花”主题,打造了一系列新业态、新玩法,吸引八方游客前来体验。1月28日至2月4日,景区累计接待游客量突破31万人次,同比增长70%。

从景区公布的春节“人气榜”来看,久负盛名的“双龙洞”稳居榜首,而桃源洞、鹿女湖等新兴项目,以其创新十足的游玩体验,逐渐成为游客“新宠”。

桃源洞项目主理人结合溶洞天然的脉络与姿态,巧妙借助灯光设计与裸眼3D技术,在洞内打造了“星月对话”“云梦仙桥”“花洲仙船”等寓意美好的场景,吸引民众拍照打卡。

2023年,双龙风景旅游区内海拔818米的莲花观景台,一面巨大的“镜子”问

世,澄澈的镜面倒映着天空与山水,民众可以或站或坐于其上,融入金华山的自然生态。“为与5A级旅游景区这一新形象相匹配,我们在服务质量和管理标准上对自己提出更严格的要求,以确保在旺季能够为游客提供更好的服务。”景区相关主理人表示。

挑战溜滑索、跨越障碍、勇过独木桥……春节期间,大白熊森林露营地也精心策划推出了一系列惊险刺激的户外运动项目,吸引年轻人纷至沓来。基地主理人表示,如今金华山的业态日益丰富,项目不断推陈出新,游客也愈发年轻化。

据悉,近年来,金华双龙风景旅游区管委会积极谋划,招引了20余家文旅企业和运营团队,通过以旧改新、盘活闲置资源、老村改造等方式,为传统景点注入源源不断的青春活力。(曹 丹)

“安吉大戏”闹元宵

2月11日,由浙江省文化广电和旅游厅、湖州市文化广电旅游局等指导,中共安吉县委宣传部(县文明办、县文联)、安吉县文化和广电旅游体育局主办的2025年浙江省“游购乡村”消费迎春暨安吉县戏曲非遗闹元宵活动在安吉县梅溪镇梅溪村举办。本次活动以“苕溪之夜 溪上梅开”为主题,旨在推进浙江乡村旅游发展,激发文旅消费活力。相关领导和负责人参加了活动。

今年春节期间,浙江组织开展了一系列丰富多彩的“游购乡村”消费迎春

活动,活动集中展示了全省乡村旅游的丰富资源和优秀产品。安吉县通过此次活动,进一步挖掘了乡村特色文旅资源,激发了乡村文旅消费活力。

现场的非遗市集琳琅满目、戏曲晚会精彩纷呈,既传承了中华优秀传统文化,又创新了主客共享的消费场景,生动诠释了安吉“以文塑旅、以旅彰文”的实践路径。湖州市“村游富农”绿色共富示范区授牌仪式、安吉县千家乡宿共富工程颁奖仪式也在现场举行。

(记者 章一琳)

宁波高雅艺术进基层

2月11日晚,宁波高新区新明街道文体中心热闹非凡,500余名居民齐聚一堂,共赏经典儿童剧《博物馆奇妙夜》。台上,演员们盛装打扮,表演得出神入化;台下,居民们聚精会神,看得津津有味。

该剧以博物馆新守夜人赖瑞的故事为主线,讲述他守夜的第一个晚上,博物馆里的一切都活了过来,就如同被施了魔法般活灵活现地围绕在他身旁,开始了一系列的破坏活动。

宁波市话剧团相关负责人表示,我们这次带来经典儿童剧《博物馆奇妙夜》演出,这是高雅艺术进基层“宁波市天然舞台文化惠民”项目之一。过去一年来,本项目累计组织进文化礼堂、进

企业、进学校等活动167场,惠及群众8万多人次。

“有一种幸福,是经常和孩子一起看儿童剧!”当天,社区居民刘先生带着孩子前来观看,看到精彩之处,父子俩捧腹大笑。不少满头银发的老年人也赶来“凑热闹”。现场,六旬老人欧阳传芳告诉记者,退休后,自己跟着孙子一起迷上了《狮子王》。

“儿童剧不仅是孩子们的乐园,也是家长们陪伴孩子成长的好方式。通过有趣的故事和生动的表演,儿童剧能够教育孩子们如何理解人生道理。”宁波市高新区新明街道办事处副主任崔凯表示。

(记者 陈 冲)

温州鹿城百年民俗“迎龙”闹新春

舞龙又称“龙舞”“耍龙灯”,是中国独具特色的民俗活动之一。板凳龙、拼字龙、布袋龙……新春之际,温州市鹿城区多地相继举行舞龙巡游民俗活动,舞出振兴发展新活力,更为新春增添了浓厚的文化色彩。鹿城区垵田片区也格外热闹,阔别多年的“迎龙灯”活动再度上演。

垵田划龙灯是大年初一到元宵期间,垵田片区为求风调雨顺、国泰民安而传承的文化习俗,至今已有百年历史。在“迎龙”当天,村民会聚集在街上

用丰富热闹的仪式迎接金龙,祝愿新的一年家庭幸福、平安吉祥。“迎龙”当天,随着激昂振奋、节奏明快的音乐,一条长约34米的“巨龙”出现在人们眼前,时而翻滚腾飞,时而盘旋起舞,引得一路跟随的群众发出阵阵喝彩。

据介绍,此次迎龙活动吸引了百余位村民参与巡游。时值寒假,活动还邀请一批辖区学子参与亲子龙灯巡游,男女老少随龙而动,共同感受传统文化的独特魅力。

(鹿城区文广旅体局)