

专列旅游探索主题化品牌化发展

□ 本报记者 张 宇

谈到专列旅游,你会想到什么?性价比高、一线多游又或者空间有限、旅途单调?随着我国铁路网的快速建设,高铁、火车四通八达,在此基础上也出现了越来越多多样化的专列旅游产品。有关方面在“专列+”上持续投入,更有不少专列车厢被打造成集住宿、餐饮、娱乐于一体的文化休闲空间,为游客提供更多沉浸式体验。



“环西部火车游·崆峒号”旅游专列上的休闲活动空间 甘肃兰铁国际旅行社有限公司 供图

市场新趋势明显

作为旅游行业重要的细分市场,今年暑期的专列旅游迎来了预订高潮。采访中,记者观察到,与出游热潮相伴,专列旅游市场诸多新的趋势也愈发明显。

“随着旅游市场大环境的好转,从年初开始,专列旅游市场就踏入了向好通道,并在暑期迎来爆发。”浙江华运文旅集团总经理钱日文告诉记者,深耕专列旅游C端市场多年,他们对市场需求的感知更加灵敏。“截至目前,我们暑期已经发出和即将发出的旅游专列一共有30趟,包括新疆方向的19趟旅游专列和东北方向的11趟旅游专列,服务总人数预计将达1.5万余人次。据我们观察,短视频对游客出游选择的影响已传导到了专列旅游市场,网红目的地、景区景点成为游客的出行首选。”

“今年新疆旅游市场热度持续走高,旅游专列高密度开行。截至8月1

日,新铁旅发集团乌铁国旅已成功开行包括新东方快车及天山号旅游专列在内的80趟疆内旅游专列,其中6月15日以来,开行38趟。”新铁旅发集团公司乌鲁木齐铁道国际旅行社业务主管员圆介绍,专列游以国内游客为主,专列旅游个性化、体验化和主题化趋势明显,游客更加关注旅行体验感,希望能感受到不同的生活方式和地方文化。

“从数据来看,今年上半年我们开行的旅游专列数量已经基本恢复至2019年的同期水平。今年暑期,截至目前,我们已经开行了20余趟长途旅游专列,主要是新疆及东北两个方向。”南昌铁路旅游有限公司总经理唐海林告诉记者,“虽然新疆7月中旬之后才开放了长途跨局专列,但仅仅半个月时间,我们该方向的专列目前已开行了3趟,8—9月还将有8趟开出。”

来自中国旅行社协会铁道旅游分

会的数据进一步印证了这一市场的热度。中国旅行社协会铁道旅游分会秘书长曾辉介绍,从上半年数据来看,分会相当部分会员单位的专列旅游营业收入同比增长约30%。“今年暑期,按照目前各会员单位反映的情况,游客们表现出了较强的出游意愿。专列旅游市场的游客接待量有了明显的增长。”

采访中,记者发现,专列旅游市场呈现出特色高端专列与普通大众专列双热的特点。此外,短途专列游、周末专列游同样表现抢眼。有业者分析认为,这体现出铁路旅游的市场需求正在持续释放,需求端与供给端多元化趋势已经显现。

“特色高端专列与普通大众专列的目标客群不同,两种专列的并行迎合了当前旅游市场多元化发展的趋势,满足了不同人群的旅游需要,丰富了旅游市场的产品供给。”曾辉分

析道,“随着人们生活水平的提高,越来越多的游客追求个性化、高品质的旅行体验。特色高端专列以其独特的服务、设施和体验受到游客的青睐。而普通大众专列则满足了更广泛人群的需求,让更多人能够体验到专列旅行的乐趣。各种主题和类型旅游专列的开行,有效利用了车体资源、促进了地方旅游经济发展、拉动了内需,这是铁路助力旅游市场复苏的有力举措。”

“这个暑期,研学群体的加入让专列旅游市场一老一小客群结构的趋势更为明显。过去专列旅游市场主要以老年人为主,亲子和研学客群的加入给这一市场带来了新的潜能。”钱日文分析道,无论从安全性还是载客量上来看,旅游专列都与研学群体的需求相匹配,另外专列的稳定空间也为开展研学活动提供了便利,火车旅行本身对孩子也是一种吸引。

产品创新寻路径

采访中,记者了解到,对于专列旅游市场,众多企业也在积极尝试创新,在主题及品牌上下功夫,推出更多“专列+”产品,希望能打开更为广阔的市场空间,寻找到更多发展升级的路径。

“据我们观察,短途专列旅游市场热度渐起,同时研学等特色专列产品受到游客青睐。”曾辉表示,分会也在建议企业开发更多符合市场需求的短途专列游及研学产品,满足游客的出行需求,并且加强与分销商、景区等合作伙伴的合作,共同推广专列旅游产品。

记者观察发现,在产品创新上,业者已经达成共识:火车不应该仅仅作为交通运输工具存在,而是要通过硬件设施改造、加入更多软性服务和体验等手段,让火车成为整个旅行体验的重要一环。无论是特色高端旅游专列还是普通旅游专列在这一方向上都具有可以尝试的空间。

员圆介绍:“针对游客更关注体验这一需求,我们一是在行程中增加

民族风旅拍、民族美食DIY制作、歌舞互动、特色餐饮等互动体验类项目,提升游客深度参与的体验感;二是针对不同客群需求和市场变化,细化产品分类,推出多样化的产品选择;三是优化火车专列的硬件设施和服务质量,突出打造‘移动的星级酒店’,让更多的游客选择专列旅游,感受独特旅行。”

“我们公司独家运营江西、福建两省旅游专列业务,一直在尝试通过‘专列+’运营模式丰富产品体系。”唐海林告诉记者,“例如针对老年客群,我们以主题游为依托,推出了红色游专列、红歌游专列、极光游专列等,在车体硬件有限的情况下,通过软性的服务及活动搭配来增加游客的体验感。”

唐海林透露,他们也非常重视“高铁旅游”品牌的打造。“我们利用独特的铁路资源优势,开发出多条高铁周末旅游线路,比如‘普陀洲福寿之旅’专列产品,以‘湖北人游江西,江西人游荆楚’为主题的‘鄂赣旅

游互动’专列产品,以‘红色经典’为主题的‘赣闽环线’专列产品等。”

品牌专列加持精品线路成为甘肃兰铁国际旅行社有限公司在产品创新方面的总体思路。该旅行社副总经理梁守伟介绍了具体做法:“我们通过细分客源市场,精心打造酒店式高品质列车,推出3人家庭房、双人大床房,配备独立卫浴、观景大窗、舒适沙发、迷你冰箱、刷卡开门等星级饭店设施设备,让游客在移动的酒店享受美好时光。为了满足游客的不同需求,我们还设置了普通软卧。加挂多功能车厢,设置茶艺区、阅览室、棋牌区、文创区、KTV区等。在列车上汇集了‘吃住行游购娱’的旅游全要素,化身成流动的甘肃文旅展厅。在线路方面,我们以兰州为中心,辐射东南西北,形成了兰州—敦煌‘西环线’、兰州—陇南‘南环线’、兰州—天水—平凉‘东环线’、兰州—中卫—银川‘北环线’为核心的6类产品。”

根据“专列不停、线路不闲、客流不断”的原则,甘肃兰铁国际旅行社

有限公司还在尝试专列旅游产品的多元化设计,通过长线短线交叉,让专列旅游真正成为常态化运营的旅游产品,满足游客随想随走的需求。

“7月初我们就已经成功开行了第一趟研学专列,整体反馈非常好,受到学生、家长和校方的一致好评。”钱日文告诉记者,“我们公司内部单独设置了专门的操作团队,来设计和操作这些专列产品。针对一老一小客群,我们在打造专列线路时会尽量让游客有更加舒适的体验。做好服务是我们旅游人最需要坚守的初心。”

采访中记者了解到,对于专列产品,业者开始越来越重视宣传。“我们今年很重要的一项工作就是走出去进行宣传推介,扩大宣传途径,让更多人知道我们的产品。”梁守伟说。

“在营销路径上,我们根据目标群体的信息接收习惯,做了更全面的铺设,首先是将宣传铺进社区,其次就是与更多的老年团体加强联络与合作。”唐海林说。

“环西部火车游”是一种以旅游体验为核心,以铁路沿线城市、各景区为依托的火车旅游产品。游客“大件行李不用搬,上车就能嗨起来”。符庆忠说。

“旅游专列既省心又便宜便捷,一路上还能看到旅游景点,非常适合我们老年人。”游客杨延国说。“环西部火车游”缩短了在路上“旅”的时间,增加了在景区“游”的时间,让游客在景区实现了慢游。

“列车上提供影音娱乐、茶艺、按

暑期来临,甘肃旅游市场也进入了旺季,前往嘉峪关等丝绸之路重要节点城市的客车趟趟“爆满”。近日,由甘肃省文化和旅游厅牵头搭桥,嘉峪关市政府与中国铁路兰州局集团通力合作,在全力满足旅客暑期出行需求的基础上,根据市场需求动态调整列车开行方案,开展冠名宣传活动,将之前兰州至嘉峪关列车最快运行时间从4小时15分压缩至3小时57分,进一步缩短了贯穿丝绸之路河西走廊段的旅行时间,让游客更加便捷舒适畅游如意甘肃。

今年以来,着眼开展精准营销市场拓展行动等20项文旅专项行动,甘肃省文化和旅游厅精选“兰州—重庆北”“兰州—成都东”“兰州—陇南”“兰州—姚渡”“兰州—贵阳北”“兰州—中川机场”等6组复兴号“绿巨人”动车和银兰高铁中兰段动车,开展了“交响丝路·如意甘肃”号品牌列车冠名宣传等活动,创造性推动铁旅融合发展,持续服务文旅强省建设,千方百计在丰富旅游产品供给、激发旅游消费活力、满足广大群众出游需求等方面谋实招、出实策,努力推动全省旅游业持续复苏发展,向着高质量发展目标不断迈进。

常态化开行“环西游”

窗外掠过的是一幅幅山水画卷,窗内是亲朋好友笑声一片,火车驶向的是一个又一个令游客心驰神往的地方。2018年4月,中国铁路兰州局集团推出“环西部火车游”“1+6+N”升级版旅游运行图,常态化开行“环西部火车游”专列,通过火车将美景串联起来,吸引八方游客乘车饱览西部风景名胜,感受丝路历史文化。

“环西部火车游”通过订制化服务、多样化火车路线组合,实现了铁路交通与旅游深度融合,不仅为旅客带来了更便捷、更舒适的出游体验,还为甘肃旅游搭建了全新平台。”甘肃兰铁国际旅行社有限公司董事长符庆忠说。

甘肃位于丝绸之路“黄金段”,东西长约1600公里,旅游资源分布范围广,景区之间距离远,旅游路途耗时长。而旅游专列具有“一趟旅程游多点,夕发朝至省时间,快进慢游惬意行”的特点,是旅游出行的上佳选择。

截至目前,“环西部火车游”已开行旅游专列180余列,建立了包含6类102条线路的产品库,接待游客13.46万人次,带动全路680余列旅游专列进入甘肃,直接带来38万多次省外游客进入甘肃旅游。

打造品牌凸显特色

“环西部火车游”是一种以旅游

体验为核心,以铁路沿线城市、各景区为依托的火车旅游产品。游客

“大件行李不用搬,上车就能嗨起来”。符庆忠说。

“旅游专列既省心又便宜便捷,

一路上还能看到旅游景点,非常适合我们老年人。”游客杨延国说。“环西部火车游”缩短了在路上“旅”的时间,增加了在景区“游”的时间,让游客在景区实现了慢游。

“列车上提供影音娱乐、茶艺、按

乘着慢火车游惬意原行

□ 罗赞鹏

摩、书吧等特色服务,以及甘肃特色美食和地方小吃,让游客体会到宾至如归的舒适感受。”符庆忠说。

“我去过很多城市,也乘坐过很多交通工具,但这样的火车游还是第一次体验,不仅可以看美景,还可以与朋友下棋,同好友品茶,唱首应景的歌,甚至还能捧一本书,边读书边观景。”乘坐Y664次“环西部火车游·崆峒号”旅游专列来平凉旅游的张先生说。

符庆忠介绍,“环西部火车游”专列编组按照开行需要,可以变换为短编、长编、混编几种形式,适应不同游客数量的团队。

“今年,我们主要推出‘一带一路’经典丝路游、甘青宁大环线、甘青环线,以及甘肃境内特色游产品。”符庆忠说。

加大力度“引客入甘”

2021年“环西部火车游·甘宁环线”专列产品在12306平台上销量位列首位。2022年“环西部火车游·崆峒号”开行带动了甘肃省域旅游经济复苏,“三区三州·旅游大环线专列”“红色旅游专列”“陇南直通车”等系列产品更是为地方文旅经济复苏、乡村振兴助力。

据了解,“环西部火车游”已建立了广泛的客户群体。长三角、珠三角、京津冀、胶州半岛、成渝地区是主要客源地,境外客源市场拓展到了东南亚、澳大利亚、加拿大。

“我们以‘环西部火车游’为核心产品,与17个兄弟局建立合作关系,开行跨局旅游专列,积极吸引外局‘入甘’专列,设计规划多条旅游线路,提供多样化的旅游产品。我们还将精心设计小包团,加大力度开发高端专列旅游市场,增加游客的旅游选择。”符庆忠说。近期,甘肃兰铁国际旅行社有限公司先后参加好客山东、如意甘肃、十万山东人陇上陇游等推介活动,还在上海积极宣传推介“环西部火车游”系列产品,进一步提升“环西部火车游”品牌在长三角地区的影响力和美誉度,吸引游客游玩甘肃、品读甘肃。



“蓉宝”走进机场 喜迎成都大运会

近日,第31届世界大学生夏季运动会在成都举办,作为本届大运会吉祥物的“蓉宝”走进成都双流国际机场和成都天府国际机场,迎接八方来客,也为机场增添了喜迎大运会的浓厚氛围。图为成都双流国际机场候机楼内的“蓉宝”雕塑。

本报记者 陈晨 摄影报道