

观察

打造老年人需要的银发旅游列车精品

□ 黄 璜

《关于增开银发旅游列车 促进服务消费发展的行动计划》旨在构建银发旅游列车高质量发展的综合支持体系和系统解决方案,有助于消除制约老年人出游的“短板”问题,提升老年人乘坐火车出游的主观意愿,可以有效促进老年旅游高质量发展

近日,商务部、文化和旅游部、国铁集团等9单位联合印发《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》),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。《行动计划》旨在构建银发旅游列车高质量发展的综合支持体系和系统解决方案,具有以下几方面特点:

一是创新特色老年旅游产品。相关数据显示,2024年,我国60岁及以上人口数量达3.1亿人,占总人口的22.0%,人口老龄化和高龄化是我国未来较长时期的基本国情。随着“60后”“70后”中老年人陆续退休,这些“新老人”具有较高的旅游品质需求和较强的消费能力,希望享受铁路出游的方便和快捷。因此,开行银发旅游列车顺应老年旅游发展趋势,具有坚实的市场基础。

《行动计划》提出丰富银发旅游列车产品供给,建立品质型、舒适型、普惠型产品体系,能够适应不同档次的老年旅游消费需求。在提升服务水平方面,《行动计划》提出对旅游列车进行适老化、绿色化、舒适化改造,并配备适老化服务管理专业团队,完善列车医疗照护服务,加强服务人员老年服务专业技能培训,制定应急突发事件处置预案。《行动计划》支持特色美

食、理疗保健服务、老字号产品、特色文化演出、非遗技艺及舞台艺术视频等上列车,丰富车上特色服务供给。

《行动计划》既重视银发旅游列车产品供给增加、设施品质提升和环境适老化改造,又重视老年专业技能服务、医疗照护服务、应急救援服务等软件服务的供给,鼓励在列车上提供美食、购物、文化、保健等多样化文化休闲娱乐产品。这些措施有望扭转传统旅游列车仅作为旅游交通工具的单一属性,将交通运输空间转变为多元化的休闲娱乐消费场景,将银发旅游列车打造成为特色鲜明的老年旅游产品。

二是打造无障碍老年旅游线路。老年人需要无障碍适老化的旅游产品,因此,需要从旅游目的地的视角构建无障碍旅游环境。如果仅对旅游交通工具进行适老化改造,而沿途交通枢纽、旅游景区等尚存在制约老年人出游的障碍,那么老年人旅游意愿也难以成为现实。

《行动计划》强调无障碍铁路车站建设,提出完善并落实新建铁路车站无障碍设施建设标准,鼓励对铁路车站进行适老化改造,打造更具旅游文化氛围、更好提供适老化服务的旅游车站。《行动计划》推动景区设施设备适老化改造,引导各类景区为银发群体旅游出行提供优惠和便利,引导各地文化和旅游场所完善适老化设施和服务,设置老年游客绿色通道,更好便利老年人出行。《行动计划》还支持旅游列车与景区深化合作,建立

完善旅游列车与景区沟通协作机制,鼓励景区为老年游客提供预约、绿色通道、交通接驳、智能导览等适老化服务,提升银发群体景区游览体验。

《行动计划》从丰富适老化老年旅游产品出发,打造全程无障碍的老年旅游环境,既重视银发旅游列车的硬件提升,又重视沿途车站、旅游景区、文化和旅游场所的适老化改造,还通过建立交旅协作机制来消除老年旅游场景转换处的“堵点”。因此,《行动计划》有助于消除制约老年人出游的主观意愿,可以有效促进老年旅游高质量发展。

三是营造多元化投资运营格局。开行银发旅游列车既有旺盛的旅游市场需求,又有较为充裕的铁路运力资源,还有较为成熟的适老化设施改造提升技术。长期以来,缺乏多元化的投资运营主体和融资渠道是制约银发旅游列车发展的重要因素。

《行动计划》鼓励多元化资本参与投资,支持社会资本根据运营需求改造符合我国铁路运营安全标准的车辆,鼓励地方政府、旅游企业、养老企业等各类经营主体参与开发和运营银发旅游列车、旅游铁路专线。《行动计划》提出,加强旅游列车开发投融资支持,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,引导金融机构强化对旅游列车技术改造和设备更新的支持,鼓励国家铁路发展基

金和地方铁路发展基金投资开发银发旅游列车。

《行动计划》引导创新旅游投资运营模式,鼓励国家铁路发展基金和地方铁路发展基金投资开发银发旅游列车,有助于拓展旅游业发展的资金来源,增强旅游产品运营的市场活力,可以成为公路、航空、港口、水利、能源等基础设施领域“+旅游”融合发展的示范样板。

四是构建旅游综合保障机制。银发旅游列车作为新兴的、可移动的康养旅游产品,其管理和运营涉及交通运输、文化和旅游、商务、卫生健康、发展改革、民政、医保等部门,需要在整合部门资源的基础上促进管理体制机制创新。

《行动计划》由商务部、文化和旅游部、国铁集团等9单位共同印发,将发展银发旅游列车作为促进服务消费工作的重要内容,鼓励对旅游列车产品进行联合推介,实现了各相关部门之间的政策协同。

《行动计划》充分挖掘既有路网通行潜力,优化旅游列车运行图,建立健全旅游列车运营服务和保障机制。特别是《行动计划》提出列车上产生的诊疗费用可按照定点医疗机构注册地作为就医地进行医保异地就医结算,解决了游客在列车上接受医疗服务的后顾之忧,对于内河游轮、远洋邮轮、民用航空等交旅融合产品开发具有较强的示范和借鉴意义。

(作者为中国旅游研究院副研究员)

旅游商品,吸引游客“二次消费”。比如,广西可凭借丰富的民族文化资源,设计特色文创产品,营造浓厚的文化氛围。

景区方面则要加大智慧旅游投入。首先解决“一票合一”核验难题,确保政策措施便捷落地。同时,优化管理流程,丰富产品供给,提升服务品质,打造民族文化体验、生态康养、研学旅行等特色项目,更好满足不同游客需求。

“一票3日使用制”,不仅是广西文旅部门的创新尝试,也是国内文旅市场转型升级的重要探索。通过延长游客停留时间,有望实现多方共赢:游客收获深度舒适体验,景区增加“二次消费”收入,地方政府借助文旅发展带动区域经济发展。

当下,文旅热持续升温,游客对旅游体验的要求日益提高。广西推出“一票3日使用制”是顺应市场趋势之举,可以为各地提供借鉴。

时评

凭《哪吒2》票根免门票 彰显跨界联动营销新思路

□ 江德斌

借助热门影视IP的影响力,景区推出免门票优惠措施,可以吸引游客的关注和兴趣,达到低成本引流的效果,从而带动旅游产品和其他环节的消费,还可促进游客去观看电影,助力电影票房提升,实现电影与景区的“双向奔赴”

近期,电影《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)热映,多地借助“哪吒热”开展旅游营销活动。近日,国内多个景区宣布,游客凭《哪吒2》电影票根可免门票,这些景区包括天津盘山、河南老界岭、山东鲁山国家森林公园、陕西三原李靖故居、张家界国家森林公园等。

景区“蹭”《哪吒2》热度,推出“凭电影票根免门票”营销活动,体现了文旅融合的新思路,凸显景区在推广策略上的创新和灵活性。

借助热门影视IP的影响力,景区推出免门票优惠措施,可以吸引游客的关注和兴趣,达到低成本引流的效果,从而带动旅游产品和其他环节的消费,还可促进游客去观看电影,助力电影票房提升,实现电影与景区的“双向奔赴”。

《哪吒2》拥有庞大的观众群体,收获了极高的票房和口碑,带动了周边产品的火热销售,诸如盲盒、玩偶、卡牌等。景区此时推出相关优惠措施,会吸引不少观众在观影后前往游览,从而实现实实在在的客流量增长。

相关数据显示,以往一些与热门影视联动的景区,在活动期间游客接待量多会实现数倍增长,景区收入和周边消费也随之大幅提升。

对于电影方来说,景区的营销宣传推广,可以掀起新的舆论效应,对持续提升影片热度起到推动作用。景区通过官方渠道发布活动信息,在吸引更多游客的同时,可以让

更多人了解到《哪吒2》这部电影,进一步扩大影片的影响力和传播范围。

这种跨领域的合作,打破了传统营销的边界,拓展了宣传推广的渠道,不仅有助于提升景区的知名度和美誉度,也可以为电影带来额外的宣传效果。

同时,《哪吒2》与景区的联动营销,还能够促进传统文化的传承发展。《哪吒2》蕴含着丰富的传统文化元素,如神话人物、传统建筑、民俗风情等。一些景区本身就有哪吒元素,当观众作为游客走进景区,可以更加直观地触摸影片所依托的文化背景,将虚拟世界与文化场景紧密相连。由此,可以加深观众对影片的理解,让传统文化通过新的传播载体,以一种生动有趣的方式走进生活,激发人们对传统文化的興趣和热爱。

《哪吒2》与景区的联动营销是一次成功的尝试,不仅可以为游客提供更丰富的旅游选择,也能够为文旅融合提供新的思路和方向。

近年来,诸如《封神》《狂飙》《我的阿勒泰》《繁花》等影视剧上映后,均带动了地方文旅经济的发展,这充分表明影视与文旅产业之间具有很强的联动效应。各地应秉持“大文旅”观念,在这些成功经验的基础上,进行更加深入的探索,持续创新联动营销模式,推动跨界融合,让影视艺术与文旅产业相互促进,共同为消费者带来丰富多彩的文旅消费体验。

让更多小城博物馆成文旅新地标

□ 付彪

“小而美”的县级博物馆蕴含了很多历史细节,通过“小而专”的价值阐释、“小而活”的跨界联动,细腻而丰富地展现了地方文化的独特魅力

在“奔县游”“文博热”的浪潮下,中小博物馆成为地方文旅发展的新亮点。国家文物局数据显示,今年春节假期,全国博物馆接待观众达7264.87万人次,日均接待量较

去年同期增长12.84%。众多小城博物馆从“文物仓库”变身“文化会客厅”,成为地方文旅消费新地标。

近年来,“文博热”持续升温,去博物馆看展日益成为人们的生活方式,越来越多人选择走进博物馆,感受文物魅力,接受文化熏陶。与此同时,节假日和旅游高峰期,一些热门博物馆也出现了“一票难求”现象。

相关数据显示,在目前已备案的博物馆中,中小型博物馆占比达到70%,其中县级博物馆更是占据了一席之地。随着文博游热潮逐渐向下沉市场涌动,这些博物馆逐渐展现出独特的魅力,可以在促进文旅消费方面发挥重要作用。

在今年“破圈”的文旅宝藏小城,位于安徽歙县的徽州历史博物馆以馆藏一级文物“初登第、得意回”石刻为灵感,打造沉浸式夜游活动,将数字光影与实景演绎、传统经典与馆藏文物融合,吸引了众多游客打卡。

今年春节假期,歙县累计接待游客112万人次,同比增长18.39%,旅游总消费10.87亿元,同比增长21.59%。河北定州博物馆通过多元展陈内容,吸引大量游客参观。

中小博物馆作为地方文化的载体,日益受到广大游客的欢迎,这一趋势主要源于各地博物馆在藏品挖掘、技术应用以及发展模式等方面的不断创新。

县级博物馆通过对馆内标志物的深度研究与创意展示,打造出具有吸引力的文化热点。例如,湖北云梦县博物馆通过深挖馆内特色文物资源,提升文化辨识度。博物馆围绕“战国秦汉简牍”这一文化标志物,开发富有教育意义的研学课程

和独具创意的文创产品,受到不少游客的关注和喜爱。

在技术应用方面,县级博物馆善于运用前沿科技,为游客带来更加直观和沉浸式的观展体验。例如,山东青州博物馆利用3D互动屏幕、瀑布式数字幕墙、元宇宙沉浸式体验中心等技术手段,生动展现了佛像的“青州微笑”。潍坊市临朐县博物馆则利用数字技术将古生物化石演化史转化为科普课堂;苏州吴文化博物馆打造“吴县文物数字展”,重构文化叙事空间;桐城市博物馆则串联当地各类文化场馆景点,正在规划由博物馆延伸出的城市漫游线路产品。

“小而美”的县级博物馆蕴含了很多历史细节,通过“小而专”的价值阐释、“小而活”的跨界联动,细腻而丰富地展现了地方文化的独特魅力。不过,从全国层面看,县级博物馆数量众多、发展参差不齐,其中相当一部分与地市级以上博物馆有着不小差距,在免费开放、人才培养、对外传播等方面也存在一定困难。

让更多小城博物馆成为文旅消费新地标,需要相关政策持续发力,促进县城多层次、多业态、多样化旅游目的地格局加快形成,引导游客从“观光打卡游”到“休闲体验游”。同时,也需要中小博物馆自身努力,实现转型升级,如通过研究、策划适应市场需求的展览项目,提供更多符合游客偏好的体验,增强与游客的互动和交流,加强与周边文化场馆景点的合作,形成文化旅游产业链,共同推动当地经济发展。

此外,中小博物馆还应积极争取资金投入,用于改善博物馆硬件设施、丰富展览内容、提高服务质量等;加强人才培养和引进工作,不断提高博物馆从业人员的专业素质和业务能力。只有多方合力,多管齐下,才能让更多小城博物馆为地方文旅发展注入强劲动力。

声音

“动辄发生的违法户外探险、穿越活动,折射违法成本亟待加码提升、执法监管仍需祭出重拳”

——针对近期发生的多起驴友违法穿越秦岭“鳌太线”遇险事件,人民网近日发表评论指出,随着近年违法穿越、非法探险活动的增多,不少地方一手亮红牌、出禁令、建“黑名单”,一手研究推出针对遇险救援的有偿搜救制度。然而,为何还有人“顶风作案”?在法律法规范围内,依法依规介入,顶格高压处理,彰显监管强度和法律威严,才能“捆”住一些人违法探险和私自穿越的脚步。

“景区因地制宜,扎实开展和配置资源,方能迎来属于自己的高光时刻”

——个别景区近日被曝光,在缺乏冰雪资源条件下,用棉花和肥皂水制造“雪景”,引发争议。对此,《经济日报》日前发表评论指出,旅游发展想要行稳致远,关键在于立足特色禀赋,开发旅游资源。就算冬季温暖无雪,不少景区的生态资源、山水风光也别有一番风味。四季各有其美,正是这些景色共同构成了丰富多元的景观。那些深入挖掘和展示地方文化特色的旅游项目,往往能够赢得游客的青睐和好评。

(本版编辑 龔立仁 整理)



科技助力 登山也能“开外挂”了

随着山东泰山、湖北恩施大峡谷等景区陆续“上新”登山助力机器人,这种辅助登山的“黑科技”设备引发广泛关注。据报道,此类装备自重轻、续航时间长、穿戴简便,能够减轻登山过程中腿部的疲劳感。有网友表示,“穿上它感觉可以登上三山五岳”“爬长城也可以安排”。除了户外登山,这样的装备还可应用在游园、健身、辅助站立等生活和工作场景中,为使用者提供助力。

图:刘晔 文:李庆禹