

暑期旅游列车，为何一席难求？

移动的文博客厅

如今，经过专业化、主题化改造的旅游专列，成为集观光、休闲、文娱、体验于一体的“移动的文博客厅”。旅途本身就是一种旅游体验。

中国铁路北京局开行的“星光·燕赵号”融入大量非遗元素，搭配超大观景窗和智能天幕，旅客可以在列车上欣赏民族舞蹈、特色杂技；“津旅时光号”则把车厢打造为流动的音乐舞台；武汉局“武铁假日·遇见美好号”随车配备医护人员，推出明厨亮灶现制餐食，服务标准对标星级酒店。

中国科学院地理资源所旅游中心总规划师宁志中接受采访时说，“旅游列车”已经超越了传统的“交通运输”社会保障功能，成为一种新型的吃住行游一体化的“大包”旅游消费方式。这类产品的价格并非由成本单一决定，而是由市场供需、服务品质及文化附加值共同作用的结果。

同程旅行平台数据显示，截至目前，其暑期旅游专列产品的预订热度同比去年增长超70%。这股热潮的背后，“慢旅行”“深体验”正成为文旅消费的新风尚。

相比于“特种兵式”的打卡旅行，旅游列车的核心魅力在于“舒缓”与“省心”。

来自沈阳的李先生曾乘坐沈铁旅游专列出游，他这样描述自己的体验：“新疆景区很分散，这趟专列‘一铺到底’，白天大家精力充沛地下车逛景点，晚上回到车上吃饭休息。这种慢节奏既满足了老人的体力需求，也让小孩有了探索的乐趣。”这种行程舒缓、一价全包的模式，精准击中了当今旅游市场的两大主力——银发族与家庭客群。

「银发族」撑起半壁江山

同程旅行平台数据显示，55岁以上银发群体占比超60%，是旅游列车消费的主力人群。时间充裕、经济宽裕的银发族，恰是“慢旅行、深体验”最精准的受众群体。

针对这一核心客群，中国铁路沈阳局集团有限公司有关负责人介绍说，该局对旅游专列进行了精准优化：包间铺位加宽加厚，车厢内加装防滑扶手，洗漱间实现冷热水可调，餐食遵循低盐软烂原则，有效降低了老年旅客出行的身体负担与安全风险。

今年暑期，“三代同游”预计成为显著出行特征。许多老年人不再独自结伴出行，而是带着子女、孙辈一同踏上旅途，列车车厢变成流动的家庭乐园，旅行也成为维系亲情的纽带。

与此同时，35岁以下年轻游客占比稳步提升，为旅游专列注入新活力。复古车厢、沿途绝美风光、特色主题互动，契合年轻人拍照打卡、追求松弛感的需求。民俗互动、长途观景等新颖体验，让年轻群体成为旅游专列的新兴消费力量。

经过多年培育，如今的暑期旅游专列市场日趋走向成熟，形成大众平价、高端豪华两大清晰赛道。两类产品定位不同、受众各异，共同撑起火热市场。

东北旅游列车以高性价比出圈，成为暑期避暑游“黑马”。同程旅行度假业务相关负责人介绍说，同程旅行平台在售的15天左右的东北旅游列车行程，串联草原、森林、海滨、湿地等多元风光，人均费用约6000元，最低4000元出头，预订量同比翻倍增长。

高端专列则主打极致体验与文化沉浸，市场竞争尤为激烈。“熊猫专列·锦绣天府号”主打蜀锦宋韵美学，全车仅设92个席位，锦绣天府号从普惠到奢享全价位选择，如16天的南北疆之旅首发，76000元价格的标准受到热捧；“武铁假日·遇见美好号”票价20999元起，全车50多位工作人员服务231位旅客，每节车厢都配备专属管家，并安排随车医生全程值守。

2025年10月，“熊猫专列”系列更是在法国巴黎举办的国际铁路联盟首届“游客友好型铁路服务与体验奖”颁奖仪式上，拿下“长途旅游友好型列车及车上服务评审团特别奖”，中国高端旅游列车由此获得了国际层面的专业认可。

武汉武铁旅服传媒有限责任公司国际旅行社副经理姚思旭介绍说，“武铁假日·遇见美好号”高价位包含了17天里几乎全部开销：火车票、全程餐饮、景点门票、导游服务、随车医生。后续还将陆续开行金秋北国、雪国秘境、湖北全域等特色旅游线路，助力广大旅客奔赴山海、邂逅“诗与远方”。

值得注意的是，高端旅游专列正在成为入境游客深度体验中国文化的“第一站”。中国铁路成都局集团有限公司成都客运段党委副书记田小川说，境外游客对“坐着火车穿越丝路”的体验需求持续升温，其中“熊猫专列”高端线路的境外游客占比高达80%至90%，以华裔群体为主。无论是探寻神秘的喀什古城，还是在巴音布鲁克草原看日落，这种“慢游”方式让入境客群能够真正读懂中国地理与人文的厚重。

即便是亲民价位的旅游专列，背后也有不容忽视的成本支撑。国铁沈阳局客运段有关负责人说，旅游专列的

运营成本主要集中在“行、住、食”三大核心板块。其中，铁路运输及车体适老化改造是最大的成本支出。

北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建接受采访时说，中国旅游资源丰富，但资源转化为产品的能力仍有不足。高品质旅游专列正是串联优质目的地的重要形式。既能释放我国旅游资源潜力，吸引高端客群，又能让境外游客深度感知中华文化。

他同时指出，当前旅游专列看似同质化，实际品质差距悬殊，车内服务、线路设计、创新能力才是核心竞争力，缺乏特色IP与品质保障的产品终将被市场淘汰。换言之，那些“一票难求”的高价列车，恰恰是用创新与服务回答了这个问题——花两万块钱坐火车，到底值不值？答案，就在每一节车厢的细节里。

旅游列车的走红，带来了一种强大的“引流效应”。同程旅行平台数据显示，列车沿途停靠的中小型站点、知名景区、特色乡村旅游目的地客流显著增长。

就在旅游列车市场持续升温之际，政策层面也传出利好。6月10日，商务部、文化和旅游部、国铁集团等8单位联合印发《关于促进铁路与旅游融合发展扩大服务消费的若干措施》，从加快铁路基础设施旅游化改造、丰富铁路旅游产品体系、提升铁路旅游服务水平、加强铁路旅游运行保障、强化政策保障支持等5个方面提出15项政策举措，提出打造“铁旅融合·乐游中国”品牌，明确到2030年在全国范围内打造160列以上铁路旅游列车专用车组。

据国铁集团的数据显示，今年4月底至6月底，铁路部门集中安排了179趟旅游列车，包括“新东方快车”“南方列车·红棉号”“丝路梦享号”“上饶寻仙列车”“星光·澜洞号”中老跨境旅游列车等系列产品。政策推动供需两旺，将推动旅游列车市场驶入高质量发展的快车道。

