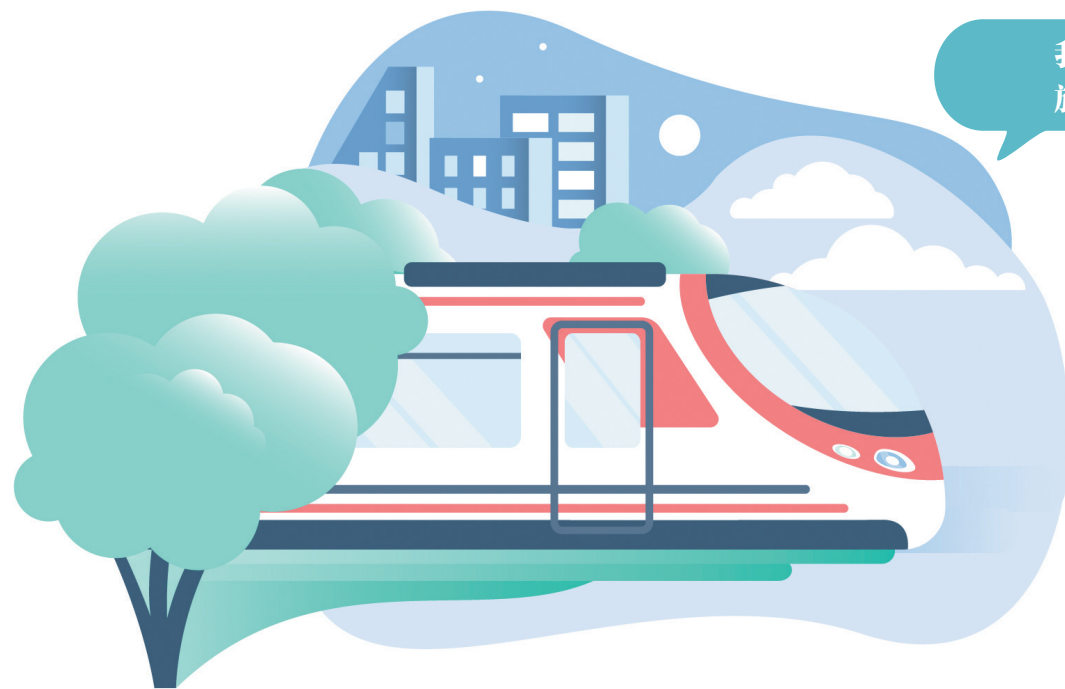


从交通动脉到消费引擎 铁路旅游升级

从交通动脉到消费引擎,我国铁路网络将迎来全新的融合发展。6月10日,商务部等八单位印发《关于促进铁路与旅游融合发展 扩大服务消费的若干措施》(以下简称《若干措施》)的通知。《若干措施》从五个方面提出了15项工作任务,全方位覆盖规划衔接、设施改造、产品升级、服务提升、运行保障、财政金融支持、市场开拓,通过打造多样化旅游专列产品、大力发展旅游票制产品、强化数据应用等,进一步扩大铁路旅游新供给、创新多元化消费场景,推动形成铁路与旅游深度融合发展新局面。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,铁旅融合发展取得显著成效。



我国铁路网络持续完善
旅游客流量实现较快增长

2025年

国家铁路旅客总发送量达**42.55亿**人次
其中旅游客流占比约**1/3**

全国共开行旅游列车**2485**列
同比增长**33.6%**

2026年

1至4月

全国铁路开行旅游列车达**1020**列
4月底至6月底

集中安排开行**179**趟特色旅游列车

旅游方式。IP联名等多种丰富产品供给的举措,有助于拓展各年龄段受众;而开发特色主题餐食、支持演出、体验上列车等举措,也能进一步发掘列车上的消费空间。

全链条推动铁路旅游融合

除了产品供给,《若干措施》还针对运行保障、政策支持提出要求。

在加强铁路旅游运行保障方面,《若干措施》强调,要增强运力支撑、优化票务服务、强化数据应用。

其中,《若干措施》要求,探索建立铁路旅游大数据体系,加强铁路旅游客流监测预测分析,支撑铁路旅游产品的设计、开发、营销和运营管理。完善铁路与其他交通运输及旅游、体育、气象等跨部门数据共享机制,利用大数据、人工智能等技术提高铁路旅游协同治理能力。

在强化政策保障支持方面,《若干措施》还提到,鼓励有条件的地方出台旅游列车补贴和奖励政策,结合消费新业态新模式新场景试点支持打造铁路与旅游融合消费场景,鼓励金融机构为旅游列车技术改造和设施更新提供融资支持。支持拓宽旅游列车申请开行渠道,多渠道加强宣传推广,打造“铁旅融合·乐游中国”品牌。

上述负责人表示,《若干措施》从规划衔接、设施改造、产品升级、服务提升、运行保障、财政金融支持、市场开拓等方面综合施策,兼顾车上下车、站内站外、线上线下、境内境外等不同场景,全链条推动提升铁路旅游融合发展水平。

王兴斌认为,上述措施能够整合交通运输、旅游产品开发、财政金融等多方资源,形成多部门及市场主体协同推进的格局,共同把铁路旅游培育为中国旅游的重要增长点。

北京商报记者 关子辰 牛清妍

服务消费的新增长点

围绕铁旅融合,《若干措施》提出了新的目标: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,产品供给更加丰富,铁路设施设备旅游服务功能明显改善,铁路旅游运行保障能力显著增强,市场化程度有效提升,铁旅融合发展取得显著成效。

近年来,我国铁路网络持续完善,旅游客流量实现较快增长。2025年国家铁路旅客总发送量42.55亿人次,其中旅游客流占比约三分之一,是增速最快的铁路出行类别。同年2月,商务部、文化和旅游部、国铁集团等9单位印发《关于增开银发旅游列车 促进服务消费发展的行动计划》,各地方和各铁路局积极开行银发旅游列车,获得积极反

响。2025年,全国共开行旅游列车2485列,同比增长33.6%。

今年以来,旅游专列进一步吸引了更多客群,旅行社也在持续优化专列产品。春秋旅游副总经理周卫红表示,今年5—9月,春秋旅游推出6列新疆本土全软卧专列包列产品,包列数量创下新高。该专列全程不换车、不换铺,省去大巴车程与频繁中转的劳顿,实现“畅游南北疆”。

众信旅游集团媒介公关经理李梦然透露,目前,众信旅游的暑期全疆列报名情况较好,按当前进展,暑期该产品的订单量预计超出去年同期水平。

商务部服贸司负责人表示,以旅游列车等为代表的“交通+”服务消费发展潜力巨大,是服务消费重要的新增长点,也是吸引外国人来华旅游的国家名片。

发掘列车上的消费空间

上述负责人提到,当前铁旅融合还存在优质铁路旅游服务供给不足、规划布局衔接不够、旅游服务功能不完善、服务流程衔接不顺畅等问题。

对此,《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和强化政策保障支持5个方面,提出了15条主要工作任务。

具体来看,《若干措施》提到,推动构建旅游专列、旅游专线、票制产品、特色旅游产品为支撑的供给体系,强化铁路与旅游规划统筹衔接,推动完善车站及周边旅游配套设施和服务,优化订票、行李托管等登车前服务,

丰富提升车上餐食、文化娱乐、移动通信等服务水平,完善列车与站外交通的衔接,提升全过程服务体验。

《若干措施》还鼓励各类社会资本参与投资旅游列车设备设施改造,以市场化方式开发和运营铁路旅游产品,通过IP联名等打造主题列车、主题车厢,创新铁路旅游消费场景。同时,坚持促消费与惠民生相结合,加强列车适老化改造,出台梯度优惠票价政策,开发品质、舒适、普惠等不同类型以及银发、研学、康养等不同主题的旅游列车,满足各年龄段人民群众的多样化旅游消费需求。

资深旅游专家王兴斌在接受北京商报记者采访时表示,铁路作为我国最主要的交通出行方式之一,本身就具有旅游属性,铁路旅游这一模式虽形成较早,但还未成为大众化的

X 西街观察 Xijie observation

黄金从“老铺”变“老登”

岳品瑜

黄金近日被市场贴上新标签,从人人追捧的“老铺”,变成了被人嫌弃的“老登”。

6月10日,现货黄金接连跌破关键价位,失守4200美元/盎司关口,创下近三个月新低,年内全部涨幅尽数回吐。

投资顶流走下神坛,曾经闭眼冲的目标失去了往日的光环。当下黄金完美契合“老登”资产的特征。利好不兑现、利空被放大、行情钝化、市场情绪低迷。

以往,地缘冲突、通胀抬头、市场波动,一有风吹草动都有可能推着金价顺势走高。如今外界,科技赛道全线走强、AI与算力行情火爆,资金快速分流,金价应声走弱。即便地缘局势短暂缓和、市场风险偏好回落,黄金依旧无动于衷。

而压垮黄金短期行情的致命杀手锏,则是美联储政策的反转。近期公布的美国非农就业数据彻底逆转美联储政策预期,降息落空,加息预期大幅攀升。

美元顺势走强,10年期美债收益率稳居4.5%以上高位。相比持续产生稳定收益的美债,零收益的黄金性价比彻底崩塌。

全球黄金ETF遭遇持续赎回,投资类资金加速出逃、机构资金批量撤离,叠加前期大涨

积累的巨额获利盘,金价跌破关键支撑位后触发程序化止损,“多杀多”踩踏行情愈演愈烈,进一步放大下跌幅度。

黄金变身“老登资产”,不代表失去价值,只是褪去了炒作泡沫。

值得注意的是,机构投机资金疯狂撤离的同时,各国央行的长期底气始终未变。数据显示,今年一季度全球央行购金规模达244吨,环比增长17%,延续了多年来持续增持的态势。中国人民银行更是在价冲高回落阶段逆势加仓,精准筑牢底部支撑。

官方持续购金,印证了黄金千年不变的核心货币属性与避险底色。虽然,它无法再依靠投机炒作走出疯牛行情,难以适配当下快节奏、高增长的热点市场,但它依然是全球货币体系的底线资产、是对抗信用风险的终极屏障。

拉长周期来看,黄金只是告别了疯狂炒作的阶段。当前全球处于债务大周期尾声,各类风险隐患犹存,黄金依旧是市场公认的确定性资产与终极对冲工具。

资本市场本就是新旧更迭,此消彼长。新兴赛道挖掘增量机遇,老牌资产守护存量底气。黄金的“老登化”,不是落幕,而是真正回归本位。

算力需求推升行业价格 PPI走势向好

6月10日,国家统计局发布的数据显示,今年5月,全国工业生产者出厂价格(PPI)同比上涨3.9%,环比上涨0.5%,持续向好。具体来看,工业生产者购进价格同比上涨5.8%,环比上涨1.3%。1—5月平均,PPI同比上涨1%,工业生产者购进价格上涨1.6%。

国家统计局城市司首席统计师董莉娟认为,5月PPI环比运行的主要特点为,一是产业结构优化升级带动部分行业价格上行,二是季节性需求增加带动部分行业价格上涨,三是国际原油价格波动传导影响国内相关行业价格由涨转降或涨幅回落。

同比来看,在价格上涨的行业中,有色金属矿采选业、有色金属冶炼和压延加工业、煤炭开采和洗选业、电气机械和器材制造业、计算机通

信和其他电子设备制造业,上述6个行业合计影响今年5月PPI同比上涨约2.56个百分点,上拉影响较上月增加0.51个百分点。

石油和天然气开采业、石油煤炭及其他燃料加工业、化学原料和化学制品制造业,合计影响PPI同比上涨约1.96个百分点,上拉影响较上月增加0.46个百分点。

值得注意的是,人工智能与各领域深度融合,算力需求增长等带动有色金属、电气机械和计算机相关行业价格环比上涨,今年5月有色金属冶炼和压延加工业价格上涨1.1%,其中锡冶炼、铜冶炼价格分别上涨4.8%和3.1%;计算机通信和其他电子设备制造业价格上涨0.6%,其中集成电路封装测试系列、外存储设备及部件价格分别上涨2.9%和1.9%;电气机械和器材制造业价格上涨0.5%,其中光纤制

造、电线电缆制造价格分别上涨8%和1.2%。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛认为,算力需求对PPI的拉动趋势短期仍将延续。当前,AI产业快速发展,算力需求呈爆发式增长,而芯片、服务器等核心设备产能扩张存在滞后性,供需错配导致相关行业价格上涨。

奕丰基金投资经理、宏观策略分析师李净认为,全球科技竞争下,算力已成为核心生产力。国内产业结构优化升级对高端算力芯片、服务器及数据中心的需求是刚性的、持续的。这种强劲需求已经直接反映在价格数据中——计算机通信和其他电子设备制造业价格已经出现明显上涨。只要全球AI技术迭代不停歇,国内新基建投资持续,这种由高科技需求拉动的价格增长趋势就不会轻易逆转。

北京商报记者 和岳

5月我国新能源车产销量同比实现两位数增长

6月10日,中国汽车工业协会发布数据显示,2026年5月,我国新能源汽车市场企稳回升,产销分别完成155.4万辆和149.6万辆,同比分别增长22.4%和14.4%,新能源汽车新车销量占汽车新车总销量的比例进一步提升,达到56.9%。1—5月,新能源汽车产销分别完成584.1万辆和580.2万辆,同比分别增长2.5%和3.5%,新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的47.5%。

整体来看,5月我国汽车产销分别完成261.6万辆和262.9万辆,环比分别增长1.6%和4.1%,同比分别下降1.2%和2.1%。1—5月,汽车产销分别完成1223.5万辆和1220.7万辆,同比分别下降4.6%和4.2%,降幅比前4个月进一步收窄。中汽协预估上半年汽车出口将接近500万辆,成为带动汽车增长主力。

分不同类型来看,乘用车市场,5月产销分别完成224.1万辆和225.3万辆,环比分别增长2%和5.8%,同比分别下降3.1%和4.2%。1—5月,乘用

车产销分别完成1034.9万辆和1031.8万辆,同比分别下降6.6%和6.2%。

商用车市场,5月产销分别完成37.5万辆和37.6万辆,环比分别下降0.8%和5.1%,同比分别增长11.8%和12.5%。1—5月,商用车产销分别完成188.6万辆和188.8万辆,同比分别增长8%和7.7%。

国内车市呈现“燃油车冷、新能源车热”的特点,针对这一趋势,中汽协副秘书长陈士华分析称,高油价抬升燃油车使用成本,凸显新能源车经济属性;同时国内车企深耕创新研发,新能源新车型快速迭代,以差异化产品满足多元需求,不断激活市场潜力。

陈士华进一步表示,新能源汽车出海表现亮眼,是我国汽车产业转型升级、综合实力提升的集中体现,这离不开政策引导与产业协同等多重优势的共同支撑。“我国拥有完整且高效的新能源汽车产业链,规模效应突出,供应链抗风险能力强。同时,车机系统、智能驾驶、座舱交互等智能化功

能快速迭代,持续适配海外用户需求,推动产品核心竞争力不断提升。”

除5月完整月度数据外,乘联分会同日发布的最新周度数据显示,6月第一周(6月1日至7日),国内新能源乘用车零售渗透率升至66.7%,创单周历史新高。这意味着每3辆新车中,有2辆为新能源车,燃油车仅占1辆。同期,新能源乘用车零售15.2万辆,同比去年6月同期下降14%,降幅低于整体市场。今年以来累计零售385万辆,同比下降15%。从整体市场看,6月第一周,全国乘用车市场零售22.8万辆,同比去年6月同期下降23%,较上月同期下降11%,今年以来累计零售732.7万辆,同比下降20%。

乘联分会指出,当前2026年6月首周数据不强,后续三周冲量表现将直接决定全月走势。若油价持续高企,上游价格强势,消费不旺,冲量效应不及往年,6月零售或仍面临同比走弱压力。

北京商报综合报道