

高铁新票制折扣力度有多大

6月以来,高铁新票制产品频繁“上新”。

6月19日,中国铁路广州局集团宣布,为方便城际旅客商务差旅和通勤往返出行,自6月20日起,长株潭城际铁路(麓谷—湘潭)将正式推出定期票和计次票,旅客可在指定发到站乘坐线路上开行的S字头列车。

6月20日凌晨,记者查询12306发现,长株潭城际新票制产品上线当日,大西高铁原太段(原平西—太原南)也悄然上架定期票产品。而此前的6月8日,上海局集团宣布,新票制产品扩围,新增宁杭高铁、京港高铁合黄段(合肥—黄梅)。

购买包括定期票和计次票在内的新票制产品,意味着可在原有票价基础上享受一定的折扣优惠,开车前随时预约席位或直接刷身份证进站乘车,乘车人不可在中途站上车,只能在指定发、到站上下车。截至发稿前,全国已有50条铁路线推行新票制产品,覆盖29个省区市的500多个车站。

“采取灵活的票制票价,其目的是针对不同的客流需求进行差异化的定价,意味着铁路运输企业逐渐从过去单一的定价方式走向多元的定价方式。”北京交通大学中国交通运输经济研究中心副主任李红昌认为,高铁新票制符合市场化原则,长期来看,将有助于铁路收益管理和收入水平的提高。

“新票制产品目前只针对通勤和旅游人群,而旅游产品目前还仅局限在西南地区。因为通勤人群也是刚需人群,从这个角度来看,新票制产品对增加客流、提升高铁上座率的作用可能有限,其影响更多是社会效益和企业的口碑。”北京交通大学中国交通运输价格研究中心主任李文兴判断。

折扣力度究竟有多大?

定期票和计次票是当前最主要的两类新票制形式。

定期票目前只有60次/30天这一种形式,是指旅客可以在30天有效期内,最多乘坐60次在指定线路开行的、购买产品时指定发到站和指定席别的列车。而计次票则分为两种,一种是常规的20次/90天产品,旅客可以在90天有效期内,乘坐20次在指定线路开行的、购买产品时指定发到站和指定席别的列车;另一种是昆明局集团6月6日刚刚推出的425元“昆大丽旅游计次票”,包含昆明(昆明南)—大理、大理—丽江、丽江—昆明(昆明南)三段行程各一张二等座车票。

新票制的折扣力度究竟有多大?事实上很难一概而论。

“购买计次票的用户可以在90天有效期内,最多乘坐20次在购买产品时指定发到站和指定席别的列车,最低可享受9.5折票价优惠。购买定期票的用户可以在30天有效期内,最多乘坐60次在购买产品时指定发到站和指定席别的列车,最低可享受6.8折票价优惠。”2023年3月31日,“成都铁路12306”宣布,计次票和定期票产品实现西成高铁全线覆盖。

在18个铁路局集团中,像成都局集团这样直接公布新票制产品折扣力度的,是极少数。南宁局集团表示,以南广高铁为例,选择购买南宁东至广州南的二等座20次/90天计次票价格是3640



元,每张票价平均是182元。如果单张购买车票,12306显示的南宁东至广州南最便宜二等座票价为192元,直达车、热门车次二等座票价为208元;购买计次票后不限车次不限乘坐时间还可以预约席位,票价最高可享9.5折。

打开12306手机客户端,进入首页的“计次·定期票”通道,记者查询从北京南到上海虹桥的通勤差旅旅客票,系统提供两种产品选择:一等座和二等座20次/90天计次票,票价分别为18880元和11240元,单张客票折合944元/次和562元/次。产品页面同时提供“公布票价查询”入口,以6月20日为例,二等座公布票价分为662元与669元两种,二等卧票价则为785元、790元两种。而当天二等座执行票价则根据耗时、时点,在526元至662元之间浮动,绝大多数车次的执行票价高于562元,计次票折扣最高达8.5折。显然,在90天内能用足20张车票的前提下,计次通勤票具有一定的价格优势。

由于许多高铁线路采取浮动票价,同一线路在不同季节,其产品的折扣幅度也不尽相同。不同线路的通勤产品各自的折扣力度,也并不稳定。以成都东到重庆西为例,二等座20次/90天计次票,总售价2720元,用足前提下,折合136元/次,而普通票价格在96.5元到168元之间浮动,计次通勤票折扣最高达8折。

相比之下,定期票的折扣力度更大。以成都东到重庆西的售价5852元的60次/30天定期票为例,折合97.5元/次,接近普通票的最低执行票价,折扣最高达5.8折。

新票制产品推出后,市场反响如何?国铁集团和各铁路局集团鲜少披露。2021年9月1日,在推出新票制产品两周后,广州局集团曾发文表示:“刚开始每天有10多名旅客购买,目前每天有40多名旅客购买。”

“新票制产品总体的折扣幅度,是全国高铁平均票价的九五折。注意,是平均票价,而不是公布票价。具体到每条线的公布票价就不一定了,有的线路产品折扣甚至可以低到五五折。”李文兴告诉记者。

国铁集团主导,18个铁路局“各自决策”

记者查询产品线路发现,新票制产品遍布东中西部,除了广为人知的京沪、成渝高铁,还有从北京西到雄安的京雄城际,以及从拉萨到日喀则、林芝的拉日

铁路、拉林铁路,从乌鲁木齐到哈密的兰新客专乌哈段。事实上,自2020年12月24日,京沪高铁和成渝高铁首次试行推出新票制以来,两年半的时间里,国铁集团覆盖全国的18个铁路局集团,都推出了自己的新票制产品。

“推行新票制时,国铁集团和下属铁路局集团的关系,是按照总部管理集团和市场主体的定位,进行两级的权限划分。具体的决策和实施权限在各铁路局集团,但是整体票制票价优化方案的制定,是在国铁集团的主导下进行。”李红昌告诉记者。

李红昌介绍,之所以由国铁集团主导总体方案,是因为一些跨越两个以上的铁路局的线路,从信息分布的角度,产生了总体协调的问题。而国铁集团的客运部门对客流的分布情况、需求规律有更为整体和宏观的认识,在这个基础上,可以将各铁路局自身的客流、市场需求进行有机的整合,最终形成灵活的票制票价调整方案。

李红昌表示,国铁集团会对客流的分布变化做定期监测和分析,如果发现客流规律发生了较大变化,需要调整票制票价时,国铁集团会组织相应的铁路局研究探讨,最终形成一个优化调整方案。

“方案一般会对某些区段上的客流分布规律、需求的波峰波谷等情况做具体分析,这种分析对于各个要实施灵活票制票价的铁路局有方向、线路、车次、实施时点等维度的指导意义。此外,总体方案还会包含灵活票制票价可能带来的成本和收益变化,其中尤其重要的是收益方面的变化。”李红昌告诉记者,采取新的票制票价后,又会产生新的客流和收益变化,对实施效果进行比对检验之后,还需要再做相应的策略优化,这个过程主要由各铁路局集团自行掌握。

李文兴表示,由于全国铁路的列车运行图由国铁集团发布实施,即便是在支网上发生任何变动,最终也都要进入列车运行图。此外,各铁路局集团都接入国铁集团全网统一标准的清算体系。这些现实因素都使得各铁路局集团在推行新票制产品时受到无形制约,“只不过现在各铁路局集团不需要国铁集团批准,只需要通过简单的手续备案就可以了。”

本报综合消息

主打一个“热” 夏天的消费快乐回来了!

近日,全国多地先后迎来高温天气。今年的热浪来得比往年更早,中国天气网报道,截至6月5日,我国已有一半以上的省会级城市迎来今年首个高温,而且绝大多数属于“提前报到”。在热浪来袭的背景下,“冰镇食品”“夜间大排档”“毕业游”“溯溪冲浪”等夏日消费和生活方式悄然走俏,在多个不同领域迸发出新的市场活力。

清凉食品“热”而上

经济学中有个术语,称为“一度效应”,即气温只要有1℃的变化,商品的销量就会随之发生很大改变。德国的市场营销专家曾针对啤酒销量做过一份调研,发现夏季气温每上升1℃,就会增加230万瓶啤酒的销售量。

入夏以来,随着气温升高,冰镇茶饮类外卖订单增长迅速。美团外卖数据显示,5月中旬至今,相比于此前一个月,茶饮类外卖订单增长迅速。近一个月来,冰淇淋、雪糕等销量同比去年增长73%。冰啤酒、冰饮料销量增长也十分迅速,啤酒销量同比去年增长42%,饮料销量增长121%。其中,下午三点是冰品冰饮下单高峰,核心品类是冰淇淋。

夜间消费越“热”越火

这个夏天,和气温一样火热的还有各式各样的夜间消费。中国商务部城市居民消费习惯调查报告显示,60%的居民消费发生在夜间。如今,越来越多中国消费者追求有品质的“八小时以外”生活。在相对凉爽的夏日夜晚,不少职场人下班后选择和朋友相聚烧烤摊、咖啡厅,有的则去看一场展览缓解压力,或加入公园夜游的队伍放松身心。

零售平台美团数据显示,今年5月以来,中国夜间(18时—次日6时)商超的外卖订单量同比增长71%,水果外卖订单量同比增长62%,烧烤品类订单年同比增长36.9%,服饰鞋帽外卖订单量同比增长超200%。去哪儿数据显示,2023年6月以来,全国景区夜间门票销量同比2019年增长54%。

毕业游火“热”开启

6月,“毕业季”到来,具有庆贺、欢聚意义的“毕业旅行”被年轻人提上日程。

美团、大众点评数据显示,今年暑期旅游行业复苏态势明显。截至6月12日,旅游产品提前预订量较2022年同期上涨300%。高考结束后,相关产品迎来明显的预订高峰。其中,国内的热门目的地有北京、青岛、西安、上海、威海、成都、重庆、长沙、深圳、南京。长途环线游受到热捧,近一周来,环线游相关搜索同比增长650%。其中,甘青环线、川西环线、新疆游、云南游等热度较高。

随着中小學生暑假的日益临近,“亲子游”“研学游”也成了各大平台的高频搜索词。美团、大众点评数据显示,近一个月来,“亲子游”“研学游”的搜索热度居高不下,北京、上海、深圳、成都、广州等城市的搜索热度最高。以“研学游”为例,平台上的相关搜索量较去年同期增长150%,笔记数量同比增长8倍。此外,“亲子游乐园”的搜索热度相较2022年同期上涨460%。

在住宿方面,各地的亲子房、影音房、家庭房、海景房等特色房型颇受欢迎。以“亲子房”为例,近期平台上的搜索量同比去年上涨900%。

夏日运动“热”力四射

高温天气没有影响人们户外运动热情,水中踏浪的浆板、清凉野趣的溯溪、享受中速风景的公路骑行……这些都已成为今年夏日休闲运动的热门选择。

“溯溪”是今年户外圈的热搜词之一。找条玩水线路,带着各种溯溪装备沿溪而上,无疑是夏天运动好选择。天猫“618”数据显示,溯溪周边销售十分火爆,同比增长近200%。携程平台上,6月头两周“溯溪”相关产品热度环比增长超50%。

被天气催热的可不只是溯溪,其他水上运动用具销售额均有明显提升,和往年相比,除了游泳之外,潜水、浆板、冲浪的热度均表现抢眼。此外,夏天也是户外骑行的好时机。开车太快,走路太慢,越来越多的运动迷开始通过骑行欣赏“中速风景”。“618”促销头三天,天猫平台公路自行车销量同比增长超200%。

北京体育大学副教授李慧认为,多元化的消费场景、需求为夏季运动的商业化带来了更多的可能性。各商家积极携手各方合作伙伴,为大众提供更加多样化的运动选择和服务,共建运动产业生态,在夏日力促大众体育消费升级。

我国拟设立“全国生态日”

新华社北京6月26日电(记者王立彬)为深化习近平生态文明思想的大众化传播,提高全社会生态文明意识,增强全民生态环境保护的思想自觉和行动自觉,我国拟将8月15日确定为全国生态日。

关于设立全国生态日的决定草案26日提请十四届全国人大常委会第三次会议审议。草案主要内容包括设立全国生态日的目的、全国生态日的设立时间、活动内容等三个方面。

受国务院委托,国家发展和改革委员会副主任赵辰昕在会上对草案作说明。习近平同志在浙江工作期间,2005年8月15日考察湖州市安吉县首次提出“绿水青山就是金山银山”科学论断。赵辰昕在说明中表示,这一论断是习近平生态文明思想的核心理念,将8月15日设为全国生态日,比较符合确定纪念日、活动日时间的基本原则,能够充分体现首创性、标志性、独特性。

决定草案指出,党的十八大以来,在习近平生态文明思想指引下,

我国生态环境保护发生历史性、转折性、全局性变化,生态文明建设取得举世瞩目成就,给人民群众带来强烈的获得感和幸福感,有力推动人与自然和谐共生成为全党全社会的共同认识,“绿水青山就是金山银山”成为全国各族人民的共同理念,绿色循环低碳发展成为各地区各部门的共同行动。

决定草案提出,将8月15日设立为全国生态日。国家通过多种形式开展生态文明宣传教育活动。

我国生态环境保护发生历史性、转折性、全局性变化,生态文明建设取得举世瞩目成就,给人民群众带来强烈的获得感和幸福感,有力推动人与自然和谐共生成为全党全社会的共同认识,“绿水青山就是金山银山”成为全国各族人民的共同理念,绿色循环低碳发展成为各地区各部门的共同行动。

决定草案提出,将8月15日设立为全国生态日。国家通过多种形式开展生态文明宣传教育活动。