

解锁新体验 坐着火车赶庙会

3月1日8时06分,满载1100余名旅客的Y515/8次旅游专线列车从西安站缓缓驶出。这是中国铁路西安局集团有限公司(以下简称西安铁路局)今年首次开行的“药王山庙会”旅游专线列车,它的目的地是铜川市耀州区一年一度的国家级非遗项目——药王山庙会。



▶车厢内旅客参与互动节目。
本报记者 马昭摄

2025“药王山庙会”旅游专列开行

为方便旅客“坐着火车逛庙会”,2月28日至3月9日,西安铁路局开行Y515/8、Y517/6次“药王山庙会”旅游专线列车。

列车途经咸阳、三原、阎良、富平、庄里等地,最后抵达耀州站,全程票价为21.5元。返程Y517/6次16:15从耀州站发车,旅

客在预留充足游玩时间的同时,可实现一日往返。

在当天的列车上,国铁旅服传媒公司联合铜川市文旅局为旅客带来了一场“药王文化”之旅。由特型演员装扮的孙思邈、范宽等历史人物依次出场,讲解药王山历史典故,与旅客互动,引得大家纷纷拍照。

列车还加挂了文旅车厢,旅客可在途中悠享乘车时光。

“这次坐着火车逛庙会,感觉太不一样了!”今年69岁的罗超英表示,“以前都是开车去,遇见堵车心烦,这次直接坐着火车就到了,方便又省心,而且路上还能欣赏风景。”

铁路搭建起“文旅新窗口”

11时08分,列车抵达耀州。步入耀州站,700余平方米的候车室内,设置具有铜川当地特色的秦绣、剪纸、微雕等8类非遗展示体验项目。

“我们打破了‘车站仅是交通节点’的思维定式,在保证运能和服务的基础上,将车站打造成弘扬中华优秀传统文化的社会窗口,进一步满足旅客多元化出行体验。”铜川车务段副段长付永军说,通过“铁路+文旅”模式,庙会期间耀州站单日客流量同比增长22%。

针对庙会出行中老年人人居多的特点,耀州站综合服务中心设置庙会专用窗口、咨询服务台,提供人工办理、专项引导、现金服务等

适老服务。开放母婴室、重点旅客候车专区,为老幼病残孕等群体提供优先安检、轮椅接送服务,对高龄旅客提供“一对一”全过程引导候车服务。

一出耀州站,步行10分钟左右便能抵达药王山庙会入口。庙会现场人潮涌动,热闹非凡,商贩的吆喝声此起彼伏。

在非遗传展位前,陕西省工艺美术大师李文正在忙碌着,她面前的耀州窑微雕朱鹮作品吸引了众多游客的目光。

尽管作品中每只朱鹮的尺寸仅两厘米,却依旧呈现了朱鹮或引颈或展翅或静立的灵动姿态,细腻到羽毛纹理都清晰可见。

“这些朱鹮雕塑的肚子是空的,在微小身躯上实现镂空,需要对力度、角度精准把控,运用了耀州窑独特的刻、划、雕技法。”李文介绍。

同样是庙会中的非遗展位,一位面点师带着哪吒造型的馒头亮相,将电影《哪吒2》的热度延伸到了线下。

塑造哪吒的脸部时,面点师把面团揉成圆润形状,再用手指轻轻按压出眼窝、嘴巴轮廓等,让哪吒瞬间“活”了起来。

面点师一边制作一边介绍:“制作时没有使用任何人工色素,而是采用天然食材汁水。比如,用菠菜汁上浅绿色,用紫薯泥制作紫色。”

铁路+文旅 推出多元化旅游主题线路

铜川药王山庙会具有悠久的历史,每逢农历二月初二举办,是广大群众祈福纳吉、体验民俗、踏青游玩的重要节庆。

在2024年开行“药王山庙会”旅游定制专列的基础上,今年西安铁路局开行为期10天的旅游专线列车,进一步满足广大游客出行需求。为了丰富旅游专列的服务内

容,西安铁路局以前推出了多元化的旅游主题线路。2024年,以“银发游”“研学游”为引领,抓住“周末游”;年中以“跨省游”为主力,开发多条精品跨省长线线路;年末以“三秦四季”为重点,坐着火车游陕西。

截至去年底,累计开行旅游列车199趟,服务人数10.9万人。其

中,省内定制开行162趟,跨省开行37趟。

国铁旅服传媒公司西安铁道国际旅行社有限责任公司负责人杨涛介绍:“未来,我们将结合季节特点,推出更多服务于银发群体的线路,持续助力银发经济、旅游经济发展。”

赵宏亮 本报记者 石喻涵 张毅伟

买着挺便宜 实际没啥用 积少成多的“划算”成了浪费

3月1日,西安市民刘杨在社交媒体上晒出了自己购买9.9元商品的经历。她购买的手机支架、厨房小工具、卡通钥匙扣、网红装饰品等商品,虽然单价低廉,但随着购买次数增多,半年后她发现自己已累计花费数千元,家中堆满了未拆封的快递盒和闲置物品。她用自己的经历提醒大家,不要陷入低价的“消费陷阱”。

>>> 小额购物半年花掉一部手机的钱

刘杨晒出自己的消费账单后,许多网友纷纷表示有相似经历。西安市民张晓函回忆,过去半年内,她在9.9元、19.9元的小额购物上竟花费了4000多元,相当于一部中端手机的价格。“每次都觉得不过是‘一杯奶茶钱’,结果零零碎碎加起来,成了大开销。”她无奈地说,家中堆满了快递盒,本来想买些收纳盒整理房间,结果它们

反倒成了“杂物”。

从事IT行业的鲁雅莉同样陷入了“9.9元购物陷阱”。她在半年内下单327次,总金额达2890元,购物清单中满是手机壳、数据线、杂物收纳盒等小物件。“买199元的衣服要犹豫半天,但9.9元的小东西随手就买,结果花的钱足够买几件更好的衣服。”鲁雅莉表示。

>>> 主播用话术吸引消费者下单

连日来,记者调查发现,很多直播平台和购物网站上,琳琅满目的9.9元商品通过“限时抢购”和夸张推销手法吸引消费者。直播间里,主播们用夸张的语气推销商品:“这款手机支架必须拥有,错过今天就亏了!”“这条9.9元的毛巾,买过的都说好,手慢

无!”这样的广告词不断刺激着消费者的购物欲望,许多人不禁在短短几分钟内点击“立即购买”。

刘杨也曾在直播间下单,收到商品后才发现,许多商品质量一般,甚至并不实用。但因价格便宜,懒得退货,最终这些商品都被束之高阁。

>>> 商家精准定价 激发“薅羊毛”心理

从事过电商平台运营的柳超透露,商家通过低价策略和营销手段,精准抓住了消费者的“心理阈值”。“低价让人产生‘划算’的错觉,进而放松了消费警惕。”他表示,原本199元的商品会拆成多个小组件,单独定价9.9元至29.9元不等,消费者误以为自己是在“慢慢攒”,却在不知不觉中花费更多。

拆封的比例高达35%。

梁曦建议,购物前最好先问自己几个问题:这件商品是否能真正改善生活?如果价格翻倍,我还会买吗?家里是否已经有类似的东西?如果这些问题的答案是否定的,那么这件商品很可能只是一次冲动消费。

陕西仁端律师事务所律师陈凤涛表示,看似便宜的9.9元商品,实际上可能让消费者陷入“消费陷阱”。消费者应理性购物,避免被低价诱惑影响,以致花费超出预期,家里堆满闲置品,造成浪费。

本报记者 朱娜娜

精彩扇子舞



本报讯(记者 姬娜 实习生 李雨轩 郑诤心)3月1日,西安易俗社文化街区迎来了一场别开生面的表演,吸引了众多市民驻足观看。此次活动由西安市心连心志愿者协会艺术团主办,陕西省龙腾艺术团参与。

活动现场,长达数米的彩龙

在队员的娴熟操控下,时而腾空飞跃,时而盘旋低舞,龙身随着鼓点节奏灵活摆动,气势磅礴。身着鲜艳服饰的队员们,动作整齐划一,用扇子舞出了“二月二龙抬头”造型,展现了高超的技艺和团队协作精神,围观市民纷纷用手机记录下精彩瞬间。

二月二 讨个好彩头

3月1日是农历二月初二,民间俗称“龙抬头”,人们在这天理发,寓意辞旧迎新。记者走访发现,一大清早西安不少理发店都排起了长队,多家理发店提前开门迎客。

上午10时,西安中贸广场的一家理发店里,理发师们忙得不可开交,手中的剪刀上下翻飞,为顾客修剪出一个精神抖擞的发型。

带着孩子理发的陈女士说:“每年农历二月初二,我们全家都会来理发,就想着剃个‘龙头’,图个吉利,希望新的一年顺顺利利、平平安安。”

据门店工作人员介绍,当天排队的人数已经超过50人。

文图 本报记者 葛兰

