

# 淡季不淡,九月迎错峰游“黄金窗口期”

■中国城市报记者 张亚欣

暑期旅游热潮退去,“十一”长假未至,旅游市场悄然迎来一年中难得的“高性价比黄金窗口期”。

当下,机票及酒店价格普遍从高位回落,旅游资源供需关系缓和,不仅为游客降低了出行成本,更创造了人少、体验佳的高品质旅行条件。秋意初显,风光正美,这一时段正迅速成为“精明旅行者”错峰出行的绝佳选择。不过,在价格回落与体验提升的背后,如何保障服务品质、推动错峰游从阶段性红利走向常态化体验,也成为行业亟待破解的新课题。

## 淡季“捡漏”背后: 旅游消费的理性升级

随着旅游消费日益普遍,消费者愈加会“精打细算”,选择淡季错峰出行,正成为提升旅行幸福感与性价比的明智策略。

“我特意申请了9月中旬的年假出游。一方面,比起黄金周、小长假,这个时间段出游的人少,去哪儿都不拥挤,玩起来更舒适;另一方面,无论是机票价格,还是酒店住宿费用,都十分划算,堪称性价比‘天花板’。”北京白领杜先生告诉中国城市报记者,制定错峰出游计划,他做了详细的比价攻略。以北京飞往云南昆明的去程直飞机票为例,机票和燃油费的总价仅500元出头,较暑期等出行旺季便宜很多。

“除了机票,酒店价格也下降了不少。我在广西南宁预订的连锁酒店,环境不错,一晚价格才100多元。”杜先生说,这些价格在旺季都是不敢想的。正是因为价格合适,同样的出行预算可以覆盖多个目的地,因此,这次休年假,他将去往昆明、南宁、贵阳3个目的地。

想和杜先生一样“捡漏”的消费者,可以像其一样选择错峰出行。中国城市报记者综合了多家在线旅游平台数据,9月国内多条航线票价降幅显著,部分热门酒店价格也较暑期下降三成以上。途牛截至目前最新预订数据显示,境内错峰游主

导9月旅游市场,出游人次占比接近80%;错峰游窗口期将一直持续到国庆假期前一周。

另据同程数据,9月前两周,贵州、浙江、广西、云南、上海、四川、山东、湖南、广东、江苏等热门目的地的酒店价格,相较8月降幅在三到四成左右。出游成本的下降,带动部分城市的酒店预订热度走高,9月的国内酒店热门城市分别为上海、成都、广州、深圳、北京、重庆、西安、杭州、长沙、苏州。

“暑期结束,亲子客群暂时退潮,航司、酒店固定运力与房间数瞬间‘空转’,价格杠杆只能一踩到底。”眺远咨询董事长兼CEO高承远在接受中国城市报记者采访时称,今年不同之处在于出境长航线还没完全恢复,大批高消费力被“锁”在国内,导致云南、新疆、甘青等经典长线跌幅比此前再深10%—15%,出现罕见的“高星级酒店卖经济价”现象。

## 银发族、亲子家庭成错峰游主角 赏秋产品热度攀升

除了上述杜先生这类依靠年假才有成块空闲时间出游的上班族外,银发族和学龄前亲子家庭也是错峰游的主力军。途牛数据显示,9月错峰游用户中,55岁及以上的年长者占比尤为突出。从出游方式来看,年长者更青睐跟团游、定制游等出游方式;在旅游产品偏好上,轻松休闲、自然风光的线路更受他们欢迎。

同程旅行度假门店相关负责人表示,9月出游的消费者中,银发族跟团游占比明显增多。这个时期天气凉爽,价格也更实惠,还能避开暑期和国庆假期的人流,出游体验和性价比都更好。

据同程数据,进入9月以来,新疆、内蒙古、四川、青海、甘肃、宁夏、黑龙江等长线旅游目的地搜索热度迅速攀升,同比涨幅均超过50%。其中青海甘肃环线、新疆北疆环线、西藏拉萨—林芝线、内蒙古额济纳旗和呼伦贝尔、黑龙江大兴安岭、四川九寨沟和稻城亚丁相关旅游产品预订热度较高。

此外,随着赏秋季的到来,赏秋游预订热度亦逐渐上涨。以途牛赏秋主题旅游产品为例,其中,林芝、恩施、阿勒泰、阿坝州、婺源、桂林、呼伦贝尔、阿拉善、香格里拉、漠河等赏秋目的地更受错峰游游客的青睐,截至目前的预订热度排名靠前;热门赏秋线路方面,“黄山—宏村—屯溪老街3日游”“青海湖—茶卡—卓尔山—门源5日游”“北京5日游”“恩施5日游”“新疆喀纳斯—伊犁10日游”等跟团游产品成为途牛用户的热门之选。此外,在赏秋热潮的推动下,行摄、徒步、骑行、露营、旅拍等相关主题的旅游产品也较受欢迎。

## 多方合力推动错峰游常态化 价格优势如何转为持续体验

当价格洼地与体验黄金期同时出现,错峰游逐渐成为市场新趋势。这一趋势不仅获得了消费者积极响应,也引起了业内广泛关注。

在业内看来,错峰旅游的兴起并非偶然,而是旅游消费理念升级与市场供需调整共同作用下的必然结果。“价格回落与体验提升的双重优势,确实会推动错峰旅游逐渐成为一种新趋势。”资深旅行社从业者樊荣在接受中国城市报记者采访时分析,一方面,低价和高体验感吸引了更多原本集中在假期出行的人群,逐步改变消费者的出行习惯;另一方面,错峰旅游有助于缓解节假日期间的资源紧张问题,优化旅游市场的客流分布。长远来看,错峰旅游的普及可以促进旅游行业实现更均衡的发展,减少季节性波动对产业链的冲击,同时推动目的地提升服务质量,增强全年运营能力。

尽管错峰旅游在理论上具备多重优势,但其真正落地效果,仍高度依赖于景区及服务链条的实际响应能力。消费者的期待与现实之间,仍存在需要填补的“服务温差”。

对于即将到来的旅行,上述杜先生在充满期待的同时也有些许担忧:“希望那些景区在送走大波团客后,接待



金秋9月,北京圆明园遗址公园内黄秋菊花海与绿树交相辉映,引得游客驻足拍照。  
陈茜摄

我们这些错峰出游的散客时,相应的配套服务质量不放松。”

杜先生的担忧并不多余。樊荣称,部分热门目的地在淡季可能减少配套服务人员,导致服务体验下降;一些偏远地区的交通衔接不够便捷,增加了游客的出行成本;同时,部分景区在淡季可能缩短开放时间或减少活动项目,影响了游客的整体体验。而解决这些问题需要多方共同努力。“目的地和景区可以加强淡季的服务保障,保持基本服务的稳定性;交通部门可以优化线路安排,提高淡季的公共交通频次;旅游企业也可以推出更多适合淡季的个性化产品,提升吸引力。”樊荣说。

对此,高承远建议,可以用订单把供“勾”回来,即地方政府把9月接驳车次与民宿开业率写进景区复核指标,在线旅游平台可做“错峰流量池”,对营业的商户给予引流,不营业的商户则降权,以此促进供给回归。

实际上,这些运营层面的具体举措若想真正形成规模效应,还需与更系统的政策支持、产品创新和观念引导相结合,多维度共同发

力,才能使错峰旅游从阶段性现象转化为可持续的市场常态。

“多管齐下,错峰旅游有望逐渐成为一种常态化的旅行方式。”樊荣表示,政策上,相关部门可以鼓励推行带薪休假制度,提供更多时间上的灵活性;产品上,旅游企业可以设计更多适合非高峰时段的主题产品,如文化体验、康养旅游等,满足多样化需求;消费观念上,可以通过宣传引导,帮助消费者认识到错峰出行的性价比和体验优势。同时,行业还可以利用大数据技术,精准推送错峰旅游信息,帮助消费者更便捷地规划行程。

高承远认为,应让错峰游从“捡便宜”变成“习惯”,比如政策端把中小学春秋假从纸面落到校历,并允许家长弹性请假;企业端把年假系统与在线旅游平台直连,平台根据价差发“年假红包”,把“便宜”变福利;产品端则转做“9月主题月”——沙漠观星、胡杨林摄影、茶园采秋,用淡季做出专属IP,以内容把“捡漏”升级为“错过等一年”。使价格、时间、内容“三锁扣”更牢固,错峰游或许就能真正实现常态化。