

价格低廉体验好

错峰游如何才能玩尽兴？

价格便宜、又能避开传统节假日的人潮高峰，错峰出游正成为越来越多游客的新选择，各家平台也相继推出了错峰游产品。时间相对充裕的银发族是错峰游的主力人群之一，专家呼吁，旅行社在推出产品时，可以考虑融入一些“适老化设计”，满足老年游客的出行需求。

周五请一天年假，加上一个周末，坐飞机出去玩三天。在北京工作的赵女士，最近第一次尝试了这种出游方式。她外出的时间正好赶上旅游的淡季，算是“错峰游”，整趟旅途的体验相当舒适。

早在春节期间，赵女士就有过出游的打算，原本想去深圳这样的大城市来一趟城市游，但当时最便宜的往返机票也得两千元往上，再加上住宿费用也比较贵，算下来总觉得有些不值，最终没能成行。过了春节之后，赵女士等来了错峰时段，机票价格大跳水，她又萌生了出去游玩的念头。

“我没事就会看看旅游平台上的机票价格，好多之前上千元的机票都降到了五六百。”正价机票已经挺便宜了，赵女士甚至还发现，航空公司有时还会放出一些特价机票，比错峰期的正价机票还能便宜一半左右。这些特价班次都不包含在往返机票的组合里，只能单独抢去程和回程票。有一回，她注意到上海飞回北京的一个班次，前一天还是600多元，第二天突然降到了350元，犹豫了没五分钟，特价机票就没了。

在那之后，赵女士下定决心，如果再看到这种特价机票，她一定第一时间抢下来。一连“蹲守”了好几天，终于又让她碰到了一次上海飞回北京的350元机票，这回赵女士直接抢下。之后，她又抢到了一张350元从北京飞往上海的去程机票。

连续捡到两次大便宜，赵女士心里别提多高兴了。带着这样的好心情，她在上海旅游期间去了世博会博物馆、1933老场坊和新天地等景点，玩得也十分开心。尤其是新天地，早年她曾经在春节期间来过上海，当时就在这个网红打卡地逛了逛，但几乎是人满为患，游玩体验不太好。这回赶上错峰期，虽然游客还是不少，但并没有让赵女士感觉到拥挤，体验比春节期间要好太多了。

“以前出去玩都是长假高峰期，过了长假之后，只会偶尔去北京周边玩一玩，这是我第一次在春节之后去这么远的地方。”赵女士表示，有了这次错峰游经验，如果自己的假期余额“够用”，今后很可能专门做一些长假之后的出行计划，“毕竟又便宜人又少，何必跟别人挤来挤去呢。”



资料图片

错峰游热度高 旅行社推出特色产品

错峰游到底能比高峰期出游便宜多少？去哪儿平台数据显示，今年3月份北京出发机票价格比春节期间便宜四成。北京到成都价格最低200元、北京到武汉207元、北京到大连208元等。最值得捡漏的城市是哈尔滨、潮州、西双版纳、开封、汕头，酒店的价格同比春节也便宜两成以上。国际机票价格也在持续走低，2月下旬到3月底，国际机票平均支付价格环比春节假期下降两成，北京前往日本东京的机票价格一度低至617元。

众信旅游表示，近期游客关于错峰游的咨询度提升了30%，节后产品价格降幅也达到了25%以上，部分产品降幅更大。以一款“欢乐南洋 新加坡+马来西亚”7天5晚的产品为例，春节期间单人价格在五六千元，而节后的错峰时段仅需2999元一人。

众信旅游媒介公关经理李梦然介绍，公司针对节后的错峰游产品也做了一些专门的调整和设计。“还是以欢乐南洋旅游产品举例子，在春节期间，亲子举家出游的情况比较多，我们在安排上会侧重于酒店连住，并且安排一些酒店内的亲子活动。”而到了节后错峰游时段，出游的主力群体变成了银发族，产品的设计上就会更加偏向酒店外的日程，多安排鱼尾狮公园、彩虹阶梯、赞美广场这样的观光游览类景点，让游客能更全面地了解当地的风土人情。

针对错峰游市场，携程老友会也上线了一些主要面向银发族的产品，比如长江三峡跟团游、贵州小团游等等。携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳璇介绍，以贵州5日跟团游产品为例，该产品充分考虑到银发旅客特点，行程安排避免

过于紧凑，给予了充足的休息时间。景点选择上，除了涵盖黄果树瀑布、西江千户苗寨等热门景点，还设计了手工艺制作等适合老年游客参与的互动活动，增添旅途乐趣。

随着气温逐渐升高，也有游客选择在近期来一趟赏花游。去哪儿平台表示，今年2月至3月初，平台有关“赏花”相关搜索量同比2024年增长2.2倍。近期国内有多个热门的赏花目的地，比如西藏林芝看桃花、湖北武汉看樱花、广东广州看木棉花等等。在出境游方面，有游客特意避开东京、京都的赏樱人潮，前往伊豆半岛河津町赏早樱泡温泉，也算是另一个层面的“错峰”。

众信旅游的数据显示，荷兰、日本、法国成为出境赏花游前三热门的目的地。有的游客一早就做好了在3月和4月出境赏花游的打算，荷兰+德国12日产品较去年同期报名人数增长100%，一些热门产品提前4个月就已售罄。考虑到赏花游游客中女性占比居多，公司在设计赏花游产品时，也加入了一些女性喜爱的学做美食、调配香水等既有参与性又有纪念意义的环节。

银发族是主力 产品应做“适老化设计”

赵女士在“蹲守”错峰游特价机票的时候，还看到过某航司推出的“盲盒特价机票”产品。花398元购买之后，APP平台每天0点都会更新三个目的地，如果旅客觉得其中一条线路合适，就可以直接兑换机票。但赵女士等了半个多月，APP推送的目的地自己都不太想去。

“这种产品，我觉得从形式上挺适合老年人的。”赵女士表示，产品在兑换之后还要选择出游日期，有时赶上周末甚至有可能没票。相比之下，老年人的时间相对

宽裕，在出游日期的选择上余地更大。而且，老年人对于目的地的要求或许没有年轻人那么挑剔。“比如我只喜欢去大城市，小一点的城市都不怎么考虑。但这段时间APP刷到的一些小城也是挺值得玩的，像是陕西汉中，也算有个历史底蕴的城市了，据说还有油菜花可以看看，老人应该挺喜欢的。”

但问题在于，这种产品一是宣传力度不是特别大，老年人很可能不知道；二是“使用难度”也比较高，无论是购买还是兑换，都要分好几个步骤，买了之后还得每天关注线路。赵女士认为，最好的办法，就是由子女帮老人盯着，有合适的目的地就兑换，然后再让老人报个当地的旅游团。这样，既赶上了错峰游便宜的价格，又能让父母多出去开开眼界。

中国旅游研究院副研究员杨劲松表示，能够选择错峰出游的群体，必然是在时间上具有较大弹性的，比如退休后的老年人。旅行社推出的产品，如果能满足他们的需求，就能在竞争中获取优势。正因如此，错峰游产品也可以做一些“适老化设计”。“可以把行程节奏放缓一些，景点不一定要安排得非常多，但每一处景点可以玩得深入一点，配合专业的讲解，让老年人感到有所收获，而非走马观花。”

但在宣传介绍方面，杨劲松认为，旅行社不一定要强调某项产品是专为老年人设计，尤其是不要强调“行程相对宽松”这件事。“老人不希望别人认为他们已经老了，需要照顾。如果过分强调这点，有可能适得其反。”但从客观规律来说，人在年老之后，体力精力相比于年轻时的确有所下降，所以旅行社更应该做的是把“适老化设计”融入到行程当中，不要在明面上说照顾老人，但在细节上要照顾好老人。

来源：北京晚报