

错峰出游 旅企能做的还很多

□ 本报记者 张宇 首席记者 王玮

1. 哪些人错峰游

在刚刚过去的周末，河北游客俞女士在某平台购买了酒店+门票套餐，带娃去天津赶海度假。“我们特意避开五一假期错峰出游，不仅产品价格便宜，体验度也更好。”采访中记者了解到，近段时间，错峰出游市场愈发热闹，随着出游人群发生变化，不愿错过商机的旅企也跟着“卷”了起来。

“学校组织6月中旬去西安开展研学活动，同学们听到这消息都‘炸’了。太期待这5天旅程了。”北京某中学高二学生小史一回家就迫不及待地告诉家人，他终于有机会去“盛唐密盒”和房玄龄、杜如晦“对话”了。

“这个市场的主力已经不只是有钱有闲的老年人了。”前几天在北京世界花卉大观园参加活动的神州国旅集团市场部总监史涛发现，虽然不是节假日，但是景区里大约有上千参加研学团的学生。“如今，错峰出游市场正在发生变化，研学游表现不俗。”

此外，年轻客群占比开始上升。途牛数据显示，在选择错峰出游的人群中，年轻客群占比53%，中老年客群

占比28.6%，亲子客群占比14%左右。“其中，女性占比高达六成。从出游时长来看，4天以上国内长线游订单占比56%，较五一假期增长了近10%。周边游占比32%，较五一假期下降了9%。”途牛旅游相关负责人介绍。

携程研究院行业分析师方泽茜介绍，这两年自由职业者和带薪休假人群增多，原本就非常注重旅行体验和品质服务的他们更愿意选择错峰出游，而且更倾向于定制游、私家团等方式出行，与家人或友人一同出游，在旅途中增进感情。

记者观察到，一些年轻的上班族也开始喜欢上了错峰跟团游。近期，令95后游客胡先生印象深刻的一次旅游经历是跟团游览温州雁荡山时欣赏到杂技表演。在他看来，跟团游不仅经济实惠，还省心省事，根据行程安排游玩就行，一些约票难的网红项目也无须自己费心抢票，如果遇到资深

导游带队，还能了解更多当地风土人情。

“我们观察到错峰出游主要有两类人群：一类比较讲究性价比；另一类是想避开出游高峰，体验更具品质的行程。”桂林中国国际旅行社有限公司董事长陈曦告诉记者，近期，他们接到了很多定制需求，“我们对游客进行简单的画像分析发现，选择错峰出游的客人，价格已经不是最主要的考量因素，舒适度、体验度等更加被重视。”

“从需求来看，受限于时间自由度等原因，错峰出游人群更加细分。”在贵州省中国青年旅行社有限公司总经理朱曦看来，亲子家庭一定是孩子年龄在学龄前阶段，家长可以灵活把控时间的。而年轻群体，大部分是工作时间比较弹性，或者带薪休假更加方便的。老年群体中，有一部分是子女提前定制了出游线路。朱曦认为，这些特征可以给旅行社在产品开发方面

2. 产品跟得及时

地。“针对中老年市场需求，春秋旅游推出了性价比高、更适合中老年群体的三峡游轮跟团游产品。目前，该系列产品5月已经售罄，6月部分班期也已售罄，仅有少量余位。”春秋旅游副总经理周卫红介绍。

“我们推出了一系列定制游产品，满足错峰出游需求。”陈曦告诉记者，在产品设计上，他们会寻找一些更小众的目的，融入骑行、星空晚餐、直升机观景等体验项目。

“近段时间，旅游市场复苏迹象明显，但旅行社服务的游客可能只占到25%，很多游客通过自由行、自驾游来到贵州，专程打卡社交媒体推荐的一些网红景点。”朱曦告诉记者，为了迎合这一趋势，他们除了做好跟团游产品之外，还通过新媒体营销，为自由行客人提供更多碎片化服务。

在有针对性地推出主题产品方面，在线旅游企业更注重在优惠和好玩上下功夫。

对于错峰出游群体中，可自由支配时间更多的中老年客群以及对出游体验要求较高的年轻客群，途牛推出了更细分、更有品质的旅游产品。“年轻客群更愿意通过跟团游的方式，饱览自然风光、领略大好河山。我们推出了新疆喀纳斯伊型连10日游、青海湖茶卡敦煌8日游等产品，在吃、住、行、游等方面设立严格标准，满足爸妈的‘慢游’需求，配备导游专业详细地讲解，让中老年游客轻松出游。针对年轻客群，我们主推自由行、半自助游以及涵盖网红打卡地的精致小团等产品。”途牛相关负责人介绍。

日前，飞猪启动了618大促。飞猪相关负责人介绍，针对亲子客群，

提供了一些思路。

采访中，有业者分析，五一假期后不少热门景区、酒店的运营成本同步回落，企业操作空间进一步扩大，产品库存丰富，游客选择更多。

飞猪数据显示，五一假期后，旅游消费均价下降。“以机票为例，近两周国内机票均价较五一假期下降了近三成。在出游选择上，五一假期后，一些小众目的地更获青睐，尤其是大西北、大西南，成为错峰深度游的首选，近两周飞往西宁、伊犁等地的机票预订量环比增幅都在三成以上，当地的酒店及跟团游商品预订量也显著增长。”飞猪相关负责人介绍。

史涛注意到，错峰出游客群青睐的目的地，依然以国内为主。夏春之交，人们更青睐有好风景的地方，江南游、云贵游的客人较多。“尽管五一假期后，境外一些旅游目的地的产品价格开始下降，但是因欧洲签证时间过长、东南亚一些目的地的服务水平尚未完全恢复等因素，一部分客人延后了出境游计划。”史涛说。

围绕三亚、西双版纳、上海、成都、西安、长沙等国内热门旅游目的地，推出了多样化的“住宿+游玩”套餐；针对学生群体，飞猪特别推出一系列优惠预订服务，如专属门票、全国多地灵活预约、日期可拆分使用的租车卡卡等。

近期，同程旅行上线了“错峰出游好省钱”专题营销活动，针对西北地区及云南、内蒙古、张家界等跟团游、本地参团产品，提供性价比高的旅行方案。同期还上线了父母游、亲子游等专项活动，帮助用户更高效地选择适合的旅游产品，并通过旅游定制服务、客服咨询等方式，提升用户的服务体验。

携程超级假期也上线了“错峰出去玩”专场，用户每日可以在活动页面抢红包，用于交通和住宿费用的支付。酒店频道针对户外露营、山海之约、野趣采摘等场景，也推出了错峰套餐产品。

3. 市场可以更出彩

“今年以来，从几个旅游热点现象看，无论是淄博烧烤，还是特种兵式旅游，都反映出旅游市场更关注性价比的特点。错峰出游是游客能够最大程度体验性价比的方式。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云说。

错峰出游市场还有潜力可挖吗？吴丽云认为，旅行社可以从3个方面做好错峰出游产品开发：一是多客群开发，根据不同年龄需求的差异开发高性价比的产品。二是结合游客对反向旅游等现象的关注，挖掘“小城旅游”的潜力，打造旺季反向出游线路和淡季高性价比线路。三是进一步拓宽产品的内涵外延，将网红打卡地、当地生活方式、特色美食等作为旅游吸引物纳入旅行线路中。“关键就是从营销方式上，突出错峰出游的高性价比，激发消费意愿。在内容设计上，突出错峰出游的高体验感。”吴丽云建议。

“让错峰出游更具吸引力，从‘出圈’到‘出彩’，是旅行社应该努力的方向。”周卫红说，“比如，对于即将考试结束，迫切想要进行毕业旅游的考生来说，我们要给予充分关注。根据年轻人的偏好，推出更具个性化的产品和服务。根据历年暑期市场表现，春秋旅游将重点布局亲子市场，定制私家小团、休闲度假、美食体验、研学、露营等将成为研发重点，尤其是针对西南、西北、东北、华北等方向。此外，红色旅游主题系列产品合集也将在暑期发布。当然，我们还将密切关注国际旅游市场的最新变化，针对热门的出境旅游目的地，进行产品更新、升级。”

“在错峰出游中，银发族依然是不可忽略的群体，而且值得关注的是，他们变得越来越潮，开始自己动手做攻略、开车上路，甚至玩法比年轻人更丰富。”方泽茜告诉记者，携程

数据显示，2023年以来，携程平台60岁及以上用户租车订单增长达275%，在携程的几个业务线中是增长较快的品类之一。老年人也喜爱在旅途中记录美景和感受，5月中旬，携程社区老年创作者发布量同比上涨120%。针对中老年客群的消费需求变化，旅行社应该推出更多注重品质、舒适和省心的跟团游产品，除了做到一价全包、无购物及额外消费外，还应该让行程更轻松，包括做好减少打卡景点，适度增加养生项目等细节。

对此，同程旅行相关负责人也表示认同。他认为，在保障品质的同时，产品的更新迭代也很重要。

“业者可以探索和推广形式更为灵活、丰富的旅游商品形态。一方面可以通过叠加更多餐食、游乐、演艺等方式，吸引更多潜在客群；另一方面可以将一定比例的库存产品打包成‘套餐化’的商品。”飞猪相关负责人认为，对目的地而言，尤其是在旅游淡季，应该持续挖掘旅行之外的“X”元素体验，例如将年轻人喜爱的音乐节、非遗等元素与当地独具特色的旅游资源融为一体，带来新奇的“旅行+X”体验。

潘荣标认为，从业人员管理更规范、旅行社服务更高质量、线路设计偏深度定制化是做好市场比较关键的3个方面。

“把平淡季的旅游产品设计好，更具挑战性。”史涛说，只要是景观好，有文化底蕴、特色产品的地方都可能成为游客想要打卡的目的地，淄博就是一个很好的例子。从旅行社的角度而言，在产品开发上，可以考虑如何让更具网红属性，在社交媒体上关注度更高，甚至可以围绕一些网红元素设计产品，以吸引更多错峰出游的客人。“产品和创新是我们的基石，单从传统项目中要利润肯定是不够的，唯有更进一步地协同发展、协同突破，才能有更大竞争力。”



图虫创意 供图

打造“全域、全季、全年龄”研学旅游目的地

衡水市：探索特色“研学游”发展模式

这么近那么美 周末到河北

衡水湖 Hengshui Lake

河北衡水湖享有“东亚地区蓝宝石”“京津冀最美湿地”“京南第一湖”等美誉，先后荣获国家生态旅游示范区、国家级文明旅游示范单位等称号。

衡水市按照省委、省政府“这么近、那么美，周末到河北”的决策部署，立足较为深厚的历史文化优势、良好的自然生态优势、领先的基础教育优势以及多元的文化产业优势，积极探索研学旅游发展新模式，推动研学旅游健康快速发展。

衡水市瞄准打造国内一流“全域、全季、全年龄”研学旅游目的地发展目标，通过“走出去、引进来”与知名机构、高等院校对接合作，建立起研学“基地建设、导师培训、课程研发”三位一体的标准化研学旅游推进机制。利用衡水湖景区、周窝音乐小镇、中共第一个农村支部纪念馆等研发了一系列研学课程，体验式研学旅游的衡水模式已经形成，实现了市域内外研学旅游的“双循环”模式，努力为河北省研学旅游、绿色旅游发展提供示范。

近年来，衡水市以衡水湖国家5A级旅游景区创建、筹办河北省首届研学旅游大会、举办高水平体育赛事等工作为抓手，坚持以人民满意为中心、生态环境为基底、优秀传统文化为魂的绿色旅游发展理念，构建集文化旅游、研学游、体育游、康养度假等于一体的衡水湖绿色旅游发展格局。



把谋篇布局作为首要前提

衡水市研学旅游工作起步较早，早在2018年闾里古镇景区就把研学旅游作为核心业务，并通过了4A级景区景观质量评审。为确保规范有序发展研学旅游，市委、市政府突出顶层设计，注重系统推进，着力构建一体化研学旅游体系。

市委、市政府主要领导深入谋划，将“体验感悟习近平生态文明思想、传承弘扬中华优秀传统文化、试验探索新兴旅游业态”作为衡水市研学旅游的发展目标，依托衡水教育高地优势，突出儒家文化传承，聚焦乐学好学之风气，深入挖掘衡水市丰富的研学旅游资源，形成可推广、可借鉴、可复制的衡水市研学旅游模式，走上了一条衡水文旅高质量发展的创新之路。

建立起推动研学旅游工作高效开展的“2+1”组织保障机制。市委教育工作领导小组和市旅游工作领导小组分别明确一名副组长，作为研学旅游的共同负责人，努力实现教育与旅游的跨界融合。成立了包括市教育局、市文化广电和旅游局、市财政局、市市场监管局等多部门在内的衡水市研学旅游工作专班，抽调人员集中办公。按照“二三四”抓落实工作机制，制定了专班《日常工作运行机制》《重点任务清单》，高效推进各项工作任务。

为弥补全省研学旅游产品标准的空白，形成时令齐全、类型多样、覆盖

面广、特色鲜明的研学旅游产品，起草编制了全省首个研学旅游产品地方标准《研学旅游产品质量规范》，对研学旅游产品的设计原则、设计思路、指导思想、产品类别等进行体系化规范，为全省研学旅游高质量发展提供助力。

把研学课程作为核心要素

衡水名胜古迹众多，有世界文化遗产点1处、全国重点文物保护单位12处、省保单位27处，历史遗迹、文保单位数量、质量都在全省位居前列。厚重的文化积淀，为衡水研学课程提供丰富的素材。

衡水市建立起“基地自主研发申报—专家把关评审—行政部门审定”的研学课程开发模式。全市各研学基地共开发研学旅游课程300余节，为将衡水打造成为全省乃至全国研学旅游的目的地打下了坚实基础。

衡水市教育科学研究所牵头，召集思政课教师、基地主管部门人员、相关学科名师组建市研学旅游课程审定专家委员会，制定了《研学旅游课程设计与开发要求》，对研学课程严格把关、集中评审。其中，衡水湖景区围绕“体验感悟习近平生态文明思想、传承弘扬中华优秀传统文化”设计开发的自然生态研学课程，以马拉松体育精神为核心的户外运动研学课程，以衡水历史文化为主题的冀文化研学课程，以六艺“礼乐射御书数”为主题的传统研学课程已在



全市初步叫响。

充分挖掘深厚的地域文化资源，将自然资源、历史文化、风土人情等融入课程内容，逐步建立起小学阶段以乡土乡情为主、初中阶段以县情市情为主、高中阶段以省情国情为主的研学旅游活动课程体系。衡水老白干酒文化旅游景区的《传承红色基因、体验非遗魅力》《陶器文化碰撞的产物——地缸发酵》、周窝音乐小镇的《艺术素质素养音乐课》《艺术素质素养戏剧课》等一批地域特色明显的研学课程不断涌现。

立足于满足全域、全季、全年龄研学旅游需求，坚持高起点、高标准，建立了完整的研学课程体系。衡水湖景区聘请世界研学旅游组织研发了衡水湖自然生态研学、冀文化、以及户外研学的1-3年级、4-6年级、初中、高中等共计11门课程，推出了衡水湖3条研学旅游精品线路。闾里古镇形成了以礼乐文化为核心、以六艺“礼乐射御书数”为主题、融合“五育并举、全面发展”时代要求的传统文化系列课程；设计了“讲述老冀州的故事”“探秘九州之首、河北之源”“小小历史探险家”“睦邻闾里”等针对不同学段的主题课程。

对全市研学旅游资源进行整体归纳和筛选，确定了以衡水湖景区为代表的生态研学游、以闾里古镇为代表的传统文化研学游、以台城红色旅游景区为代表的红色研学游、以衡水老白干酒文化旅游景区为代表的工业研学游、以周窝音乐小镇为代表的艺术实践研学游、以衡水航空运动小镇为代表的综合实践研学游等8大主题线路，推出了“自然奇遇”“国学君子”“未来创想家”“红色求索，感知星火”“艺动衡水”“田野秘密”“工业探索”“匠心非遗”“少年军魂”“野外课堂”10条一日研学游精品线路以及

“自然国学营”“少年成长营”2条七日营研学游线路。

把政策支撑作为重要保障



在探索研学旅游的发展过程中，各相关部门紧密联动，创新思路，配套出台了一系列研学旅游支撑政策。

制定了《研学旅游示范基地创建与评定工作规程（试行）》，建立文化和旅游及教育部门的联合认证机制，择优评定研学特色突出、研学课程精良、基础设施完善、安全措施完备、适合中小学生身心特点的研学旅游示范基地，带动全市研学基地发展。已评定首批20家研学旅游示范基地。

制定了《研学旅游基地研学课程审核办法（试行）》，市教育局与市文化广电和旅游局共同组建市研学旅游课程审定专家委员会，确保研学课程突出中小学生研学实践教育主旨，体现研学旅游课程的核心价值要义，聚焦研学旅游课程育人效果，保证研学课程的科学性、规范性和实用性。已审定研学课程24个。

制定了《研学旅游基地研学导师管理办法（试行）》，组建研学导师评审委员会，对通过研学基地研学导师结业考试人员，以研学导师评审委员会名义颁发《研学基地研学导师培训合格证书》，严格研学导师准入机制。已为116人颁发了《合格证书》。

市委、市政府印发了《研学旅游高质量发展的实施意见》，推动研学旅游基地、产品、导师“三位一体”提

质升级，从研学旅游公共服务体系、经费、组织运行、精准营销、评价机制等方面，为研学旅游高质量发展提供保障。

把展示好衡水形象作为总体目标

以发展研学旅游为抓手，聚焦旅游产品、服务、环境等各方面，持续提升全市整体旅游品质和形象。

衡水市将提升研学旅游服务水平作为全市旅游高质量发展的重要内容，投资1000万元对中共第一个农村支部纪念馆进行了改造提升。衡水湖景区正在全力创建国家5A级旅游景区，先后投资17亿元，高标准打造了四大片区、11个主要景点。

依法依规旅行社和景区研学旅游经营行为，对违法行为严查严管，确保研学产品品质相符。实施跨部门联合执法，组织公安、卫健、交通、市场监管、城管执法等部门，对旅游重点县（区）旅行社、景区类研学基地和星级酒店等餐饮服务单位开展联合执法检查，共同维护全市旅游形象和旅游市场秩序。

通过持续发力，衡水研学旅游品牌初步打响，与石家庄、邢台等省内城市以及北京、陕西、辽宁、浙江、河南等地共200多家研学机构建立了长期业务合作，衡水旅游名片越擦越亮。五一假期，全市共接待游客170.42万人次，比2019年同期增长41.31%，实现旅游总收入13.59亿元，比2019年同期增长43.93%。特别是衡水研学旅游，形成了全域打造、全产业链发展的特点，得到了业内关注，走在全省前列。

图片由衡水市文化广电和旅游局提供