

高性价比催热错峰出行

本报记者 张 雪



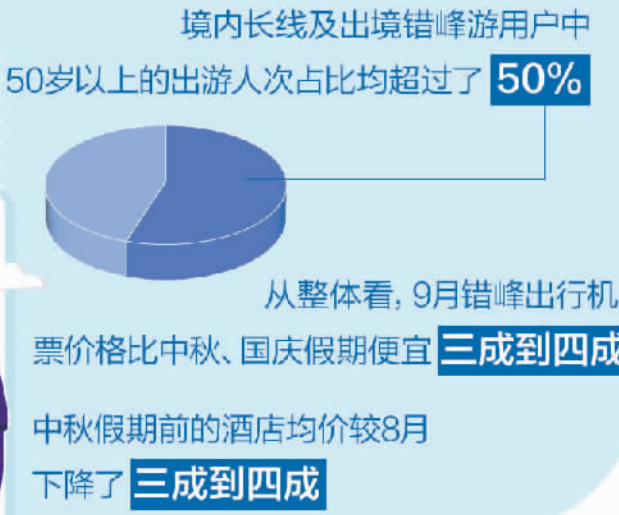
游艇在海南三亚湾海面驰骋。
新华社记者 赵颖全摄

相较暑期的亲子游、研学游、赛事游、文娱游，这波错峰游游客更关注休闲观光与赏秋类产品。在途牛平台上，境内错峰游热门目的地仍以传统热门城市为主，其中上海、北京、三亚、广州、成都、杭州、西安、重庆、青



9月下旬，中秋和国庆假期将接踵而至，中间相隔3天，上班族可以用“请3休13”的拼假方案打出“全年最长出游窗口”，如果嫌不够，还可以错峰请假、提前抢跑，躲避出游高峰，享受更高性价比。在去哪儿旅行平台上，中秋节前的工作日是整个假期前后机票价格最低时段，9月22日抢跑出发均价较9月25日中秋假期首日低30%，较10月1日国庆假期首日低50%。

去哪儿旅行大数据研究院研究员杨涵分析，今年的中秋和国庆假期安排有利于错峰出游，也有利于长线游，整体出游热度将高于往年，但出行成本将更低。由于假期“战线”拉长，9月27日至10月1日期间，机票均价创下近3年同期最低，部分热门航线机票均价比去年低一成以上，长假期间仍有不少机票可以“捡漏”。返程方面，相较往年高度集中在节日最后两天，今年返程飞行热度分散在10月4日至7日，高峰更平缓，返程成本也将更低。



在消费升级的当下，老字号不仅是商业史上的“活化石”，更是城市烟火气与文化记忆的承载者。今年4月，海南省商务厅、省财政厅、省市场监督管理局联合印发《海南省支持老字号创新发展展若干措施》，从资金扶持、品牌保护、集聚发展等方面发力，支持老字号创新发展，助力海南国际旅游消费中心建设。

历经岁月洗礼的老字号，愈发受到消费者的钟情与青睐。一批批优秀的老字号企业，在数代人的匠心打磨与市场检验中，逐步构建起难以复制的品牌共识，赢得消费者发自内心的信赖和品牌口碑，成为市场竞争中最具辨识度的“闪亮名片”。

老字号的魅力在于“老”，核心竞争力也系于“老”，维护品牌形象是企业发展的根基。让老字号“根深叶茂”，需拿出政策托举与制度保障。相关部门应强化规划引领，完善知识产权保护，帮助老字号解决融资难、传承难、扩张难等现实瓶颈。同时，引导本土企业树立品牌意识，潜心打磨产品、深耕服务、涵养品牌，朝着品牌化发展稳步前行。

老字号的发展在于“新”，突破瓶颈也在于“新”，老树发新芽是企业发展的根本法则。面对日新月异消费场景，老字号一方面要敬畏传统、恪守本真，将世代相传的独特工艺与服务精髓完整继承；另一方面要敏锐洞察市场风向，主动融入国潮崛起、健康消费、个性定制等潮流，在产品研发、包装设计、场景体验上大胆革新，在激烈角逐中既不失本色，又不落伍于时代。

老字号的壮大在于“聚”，释放势能也在于“聚”，抱团成景方能构建共生共荣的商业生态。要大力推动老字号集聚区建设，通过打造特色街区、主题商圈、文化市集等载体，将分散的品牌资源有机整合，形成沉浸式消费场景。同时，为本地老字号搭建联合推广、联合采购、联合营销的合作平台，降低运营成本，放大品牌声浪。要引导老字号融入本地区促消费大局，积极参与消博会、美食节、非遗展演等活动。鼓励老字号提升设计研发与跨界联动能力，开发“必购必带”产品，将老字号资源与旅游公路、夜间经济、民宿集群等新兴产业串联起来，打造消费新地标。

年轻化是老字号持续圈粉的长远之策。老字号要主动对话年轻圈层，借助联名跨界、数字藏品、快闪体验、社交媒体种草等新玩法，让品牌形象焕发青春活力。要围绕年轻人群的健康诉求、便捷需求与社交渴望，优化产品结构，推出新形态商品。同时，善用数字化工具，通过直播溯源、虚拟探店、会员互动等方式，拉近与年轻消费者的心理距离。

总而言之，老字号的“焕新”之路，是一条回归初心与拥抱未来并行的道路。只有在“老”中守魂，在“新”中突围，在“聚”中蓄力，赢得一代又一代年轻人的心，老字号才能在激烈的市场竞争中不断焕发新的生机与活力。

老字号场瞭望

「聚」中蓄

「新」中突

新潮游玩打破季节限定

本报记者 宋美倩



张家口崇礼摇滚音乐会现场。
马国萍摄（中经视觉）

从白天到全天

距离崇礼近200公里的尚义县，正在打破时间限制，解决草原旅游“白天观赛、夜晚留白”的痛点。

7月下旬，第二十届尚义赛马会现场，来自天津的李磊看得津津有味，“这在电视上看刺激多了，这才是草原的味道！”

然而，精彩的赛马通常下午就结束了，留下来的夜晚怎么办？

“看完赛马别急着走，晚上的重头戏才刚开始。”工作人员热情地递上一张活动地图。李磊一家按照指引，傍晚时分来到了鸳鸯湖国际露营公园。此时，天色刚刚擦黑，湖畔的露营区已经亮起了星星点点的灯光。

“以前露营就是搭个帐篷睡觉，现在这露营花样太多了。”李磊说。今年的尚义露营不再是简单的“野外过夜”，而是升级为“星空露营节”——羊主题的创意市集灯火通明，摊主们兜售着各种羊毛制品和草原特产；轻音演出的歌手抱着吉他，弹唱着关于草原的歌谣；空地上，一群孩子围着篝火，挥舞着荧光棒追逐嬉戏。

入夜，最令人期待的非遗传代表性项目——打铁花开始了。匠人们舀起滚烫的铁水，用力击向天空。刹那间，万珠铁屑冲向天际，化作漫天繁星，又似金色的流星雨倾泻而下，与地上的篝火、天上的银河交相辉映。人群中爆发出阵阵惊叹，李磊赶紧按下快门，记录下这震撼的一刻。

而在距离尚义不远的张北，草原音乐节期间的“票根经济”则进一步激活了当地消

费。从7月15日到8月15日，只要游客持有2026年第十五届张北草原音乐节的有效票根，就可到参与活动的商户消费，享受对应的专属优惠。

“以前游客看完演出就回去了，现在拿着票根能在县城打转吃饭，还能去露营地抵扣费用，自然愿意留下来多消费。”张北县文化广电旅游和体育局资源股负责人刘娟说。

从打卡到沉浸

“在草原上漂流？这听起来就很酷！”在沽源县闪电河乡黑山咀村，来自北京的游客王浩一家三口，穿着救生衣，坐在橡皮艇上，显得格外兴奋。在他们的印象中，漂流应该是峡谷间的激流勇进，或者是森林里的穿梭探险。但在“草原神画”景区，漂流却有着截然不同的体验。

这里的河流源自闪电河国家湿地公园，水流舒缓温润。橡皮艇顺着“水带”缓缓前行，两岸是铺展至天际的绿色草甸，上面开满各色野花。“这种感觉太治愈了。不像是在玩极限运动，更像是在画中游。”王浩说。

这正是沽源漂流的创新之处——将户外运动与自然观光完美融合。它就不再是单纯的游乐项目，而是一种沉浸式的生态体验。

下午，王浩的儿子被草甸上的高台吸引。那是新开设的滑草项目。孩子坐着滑草盆从坡顶飞驰而下，风在耳边呼啸，草香扑面而来，引得孩子一阵尖叫。“太好玩了！比滑梯刺激多了！”孩子一遍遍地玩着，乐此不疲。

被誉为“京郊小瑞士”的海坨山谷，今夏主打的是“轻奢露营”和“亲子微度假”。

“以前露营，光是准备装备就得折腾半天，到了地方还得搭帐篷，累得半死哪还有心情玩？”来自河北廊坊的张倩对此深有体会。但今年，海坨山谷推出的“一站式轻奢露营”解决了她的烦恼。

“我们提供全套装备，从帐篷、睡袋到防潮垫，甚至连晚餐的食材和烧烤架都准备好了。”营地管家小周一边帮张倩整理天幕，一边介绍。游客只需带着个人行李，就能轻松拥有五星级的露营体验。

“我们卖的不是一张门票，而是一种生活方式。”海坨山谷运营总监余威威说，通过整合骑行、萌宠互动、音乐节、篝火晚会等多种业态，景区构建了一个完整的消费闭环。游客在这里可以24小时不间断地享受山野的乐趣。而这种深度的沉浸体验，也直接带动了周边农户土特产销售，让山地资源真正转化为经济收益。“以前守着好风景受穷，现在家门口就能挣钱。”黑山咀村村民张华说。



游客入住海坨山谷露营地。
马国萍摄（中经视觉）

本版编辑 沈 慧 美 编 夏 祎

从看客变主角

“来过崇礼几十次，这次最‘摇滚’。”刚从2026崇礼168超级越野赛赛道上下来跑者刘哲，没有拉伸休息，而是背着背包径直走向G1索道。他不是去领奖台，而是要去赴一场山顶的约会——“落日派对2.0”。

缆车缓缓爬升，脚下的如意山谷尽收眼底。曾经被冰雪覆盖的赛道，如今披着厚厚的绿装，越野跑者们如彩色的精灵在山林间穿梭。刘哲掏出手机，对着窗外连按了几下快门，“以前来滑雪，眼里只有雪道和跳台。现在呢？你看这山野，这晚霞，还有山顶即将响起的音乐，感觉完全不一样了”。

这就是崇礼旅游最大的变化——不再依赖单一的视觉观光，而是将场景重构，让游客从看客变成主角。

当缆车抵达“雪如意”顶峰俱乐部，眼前的景象令人震撼。巨大的跳台静静地卧在晚霞中，仿佛一件静止的艺术品，而它的脚下却是一片沸腾的海洋。DJ台搭建在观景平台的最佳位置，资深DJ与新生代音乐人交替控场。音乐不再是背景，而是情绪的指挥棒。起初，旋律轻柔，配合着落日的壮美，人们举着酒杯静静欣赏；转瞬间，节奏加快，鼓点炸裂，人群瞬间被点燃。

“来，大家跟我一起！”舞者走下舞台，走入人群。来自北京的张灵原本只是想安静地吹吹风，此刻却被热情的舞者感染一起跳起了舞。“太有意思了，这不像是在旅游景区，更像是一个大型的户外交友现场。”

这就是“落日派对2.0”的核心逻辑——互动。它打破了传统景区那种“游客排队拍照、拍完照就走人”的冰冷模式。在这里，付费套票包含的不仅仅是一张入场券，而是一杯特调的“如意晚风”鸡尾酒，一份限量版的冬奥文创作品，以及一段可以参与其中的狂欢记忆。

“去年我们只是简单地让大家上来乘凉观景，游客平均停留不到1个小时。今年加入了音乐、舞会、互动游戏，人均停留时间超过了3个小时。”兴垣体文旅运营管理有限公司市场部经理孙建华介绍，“停留时间长了，消费自然就来了。缆车运营收入翻番，山顶餐饮和文创产品的销售额更是呈几何级数增长。”

场景重构不仅激活了夜间经济，更盘活了冬奥遗产。昔日为冰雪竞技而生的场馆，如今串联起越野赛道、户外嘉年华和山顶休闲体验。体育竞技的热血动感与落日派对的温柔狂欢交织在一起，让崇礼的夏天变得立体而鲜活。数据显示，赛事期间，周边民宿一房难求。冬奥遗产的经济价值正被持续放大。