

银发族出游玩法多样 安全无忧需保障

■中国城市报记者 张亚欣

随着暑期落下帷幕,部分机票和酒店以及旅游产品的价格随之回落。携程数据显示,于9月内中秋节前出行的游客,在机票、酒店上的花销较暑期平均能省下两至三成。因此,不少人选择错峰出行,而“有钱有闲”的银发族则是其中的主力军。

银发旅游发展日益受到关注。现阶段,老年人的出游方式呈多样化发展,比如乘着专列去远方、开着房车自驾游等;体验维度也更加广阔,游学、养老等项目受到热捧……在此背景下,旅游业正积极适应市场新态势,更加注重满足不同年龄段消费者的个性化需求;而银发旅游发展也将更加细分化、专业化。

银发族出游方式更加丰富多元

现如今,花式体验旅游已不再是年轻人的专属,银发族同样很会玩,特别是在出游方式上有了更多选择。

需求增长、供给丰富及政策完善是推动银发旅游市场增长的重要因素。60后、70后组成了新一代中老年人,其收入、知识结构和消费理念与前几代人相比发生了巨大变化,他们既有强烈的旅游意愿,也有深度外出旅游的能力。同时,随着铁路交通、自驾营地等基础设施的逐渐完善,以及城市、景区适老化改造的加快,铁路游、自驾游等方式成为银发旅游新风尚。

日前,Y406次列车从成都西站出发驶往新疆,该趟列车上旅客的平均年龄已超过60岁。据悉,这趟银发旅游专列不仅对车厢内部进行了全面的适老化、舒适化改造,还配备了医务人员和旅游服务人员,为老人提供健康监护、行程咨询等服务。餐饮方面,专列还特意增加了三鲜汤、清炒鸡丁等口味清淡的餐食,让老年人在旅途中能吃得舒适健康。

相较于其他旅行方式,房车游则省去了提前预订机票酒店的繁琐步骤。而且房车既是交通工具,也是旅行者休憩起居的场所,提供了家一样的舒适环境,有利于中老年人保持充足睡眠时间。

市场需求被真实映射在社交平台,小红书、抖音等平台上聚集了大量房车游产品

的广告,其中很大一部分在宣传中打上了“父母”“中老年”等关键词,将主要客源定位在银发人群。相关调研数据显示,30岁—60岁人群为房车的主要关注者,退休族则为主要购买者,中老年人成为国产自行式房车年度销量的主要贡献群体。

相关统计数据显示,2023年,国内自行式房车共上牌14365辆,同比2022年增长22.41%,其中上汽大通、宇通房车和威尔特芬位列房车品牌销量前三名。据上汽大通提供的数据,目前在上汽大通房车的购买者中,中老年群体占据了相当大的比例,在70%左右,年龄最大的用户大约是80岁。

针对房车旅居热潮,中国旅游研究院院长、文化和旅游部数据中心主任戴斌认为,自驾游、房车露营出游进入快速发展的新时期,将推动相关产业及旅游度假区的发展。

游学养老满足老年人多方面需求

这届老年人不仅爱玩,还爱学,更喜欢边玩边学。近年来,游学养老这种伴随老年大学发展而衍生出的老年教育新模式,以“游”为实现载体、以“学”为体验内容、以“养”为享老过程,收获了一大片银发族的欢心。

不久前,广州老年大学迎来了由11位哈尔滨老年人组成的游学团。据介绍,该游学团成员均为哈尔滨老年大学英语研究会的学员,其中年龄最大的为75岁,成员平均

年龄超过60岁。学习交流沟通之余,学员们在广州、深圳、香港等地进行游览观光,充分体验不一样的风土人情。在旅行中,学员们还能寻找机会练习英语口语。

此外,目前市面上也出现了各种各样针对老年群体的游学产品。例如,在教育资源方面具有显著优势的新东方文旅将老年人作为重要的目标用户,其文旅线路以文化体验为主线,串联起众多景点,内容除观光游览外,还包含了篆刻、书法、禅修等体验项目。国家老年大学则以“看江山”为主题,设计了看三峡、看安徽、看广西、看福建、看湖南等多个具体的游学项目。据悉,这些项目的复购率十分可观。实际上,游学养老也得到了国家层面的认可。2020年9月,教育部在《关于政协十三届全国委员会第三次会议第4600号(教育类437号)提案答复的函》中介绍,该部以“康养游学”的创新理念引领新型老年大学建设发展。指导国家开放大学融合健康、养老、文化、旅游等产业资源,围绕体系构建、教育培训、公共服务和特色示范四大功能需求,规划建设老年教育示范基地,努力打造示范性、标准化的教育养老综合体。

函件还提到,以“慢游、乐学、静居”为主体理念,提高文化教育养老服务水平。推动国家开放大学与旅游服务机构合作,设计旅游专属路线与服务模式,结合地域文化、人文历史、艺术体验交流、健康养生常识等文化教育资源,在文教旅行中培养老年人乐观

积极的生活态度。

“银发游学养老模式结合了旅游、学习和养老,能够满足老年人多方面的需求。”中国企业资本联盟副理事长柏文喜在接受中国城市报记者采访时表示,该模式还能提供长期或周期性的服务,适应老年人生活节奏;有利于助推老年人积极参与社区活动,增强社交互动,从而提升老年人身心健康水平。

在中国消费经济学会副理事长、北京工商大学商业经济研究所所长洪涛看来,银发游学养老促进了老年消费,在提高老年人消费质量和生活品质的同时,也充分发挥了老年人的社会价值。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇在接受中国城市报记者采访时称,针对老年群体多元化的出游方式和旅游体验频出,意味着旅游市场正朝着细分化、专业化的方向发展,同时也体现了老年人消费观念的变化——他们更加重视生活质量,愿意进行体验式消费而非仅仅满足于传统的观光旅游模式。

多方发力 补齐银发旅游市场短板

老年人日益增长的出游需求,在激发旅游市场活力的同时,也对旅游市场转型发展提出了更高的要求。

中国城市报记者在采访中发,当下银发旅游市场仍存在一些短板和问题。比如,当前市场上的旅游产品对老年旅游者身心特点重视不足,导致老年旅游产品特色不突出,

同质化问题明显;老年群体出游仍面临价格敏感、安全隐患、数字鸿沟,以及市场结构不平衡、产业结构不协调等诸多限制性因素。

因此,在洪勇看来,在发展银发游的过程中需要确保旅游产品的安全性与舒适性,充分考虑老年人的身体状况和特殊需求。同时,还应注重提供专业的医疗服务和紧急救援措施,设计符合老年人兴趣爱好的活动项目,并加强与其家庭成员的沟通,确保老年人在旅行过程中的心理安全。

此外,为缩小或消除数字鸿沟,科技元素的运营也成为关键所在。柏文喜建议,可以利用智能设备和应用程序为老年游客提供实时健康监测、紧急求助等服务。

“要化数字鸿沟为‘智慧引擎’。”中国旅游研究院副研究员黄璜建议,应加强智慧旅游终端设备、应用程序、移动互联网的适老化开发改造,优化界面交互、内容朗读、操作提示、语音辅助等功能,鼓励企业提供相关应用的关怀模式、长辈模式,将无障碍改造纳入日常更新维护。

其实,现阶段,越来越多的企业已意识到要为老年人出游提供更多人性化服务,并采取相关措施。比如,携程老友会推出了“亲情卡”功能,年轻家庭成员可代银发人群预订旅游产品;有的银发游专列上的淋浴室加装了安全扶手和可折叠的椅凳,还设置了紧急呼叫按钮,老年游客如遇突发情况,工作人员能够及时赶到进行救助。



新疆阿勒泰: 依托文旅资源优势 加快马产业融合发展

日前,在新疆维吾尔自治区阿勒泰地区阿勒泰市某牧场马术基地训练场,教练与学员进行速度赛马比赛。据了解,阿勒泰地区拥有深厚的马文化底蕴和广泛的民众基础。近年来,阿勒泰市着力打造“全国马培育基地”“青少年骑乘素质教育基地”“马文化旅游示范基地”“马产品生产基地”,将马产业与人才、旅游、文化、民俗深度融合,打造阿勒泰独具特色的马产业旅游经济文化。

中新社记者 刘新摄