

旅游观察

这届银发族重新定义旅游消费新潮流

实习生 卢安宜
中青报·中青网记者 夏瑾 周伟

位于浙江省丽水市吊坛村的云野听雨民宿刚刚送走了一批银发族游客。店长胡甜甜告诉记者，这两个月，他们接待的银发族游客占游客总量的60%，约200位。与去年同期相比，今年银发游客数量增加了5%-10%。“目前来看，‘五一’假期的预订量较二、三月份下降很多，但仍占40%。”这也显示出银发族游客错峰出游的特点。

“出门旅游对我来说绝对不是走马观花式的打卡拍照，我希望能悠闲地体验当地的民风民俗，了解人文历史。”自2022年退休以来，李莉经常与家人和朋友外出旅行，在她看来，旅行的体验感很重要。

退休5年的钟淑清也有同感：“每去到一个新的地方，即使时间有限，在游玩过程中我们也乐意去了解当地人的生活习惯、饮食喜好。”

随着1962-1973年我国第二次人口高峰期出生的人群大规模进入退休阶段，“新银发族”以“深度体验、品质优先”为核心的旅游消费变革正在悄然发生。

旅游成“老有所乐”生活方式的新刚需

退休一年的陈云去年和3位好友自驾车前往西北地区旅游，“上次去是跟团游，在每一个景点都是走马观花式地游览，停留时间很短。而且导游会把游客带到购物点去消费，那里很多商品价格都虚高，品质却不尽如人意，让人没有什么消费欲望。相比于上一次的跟团游，这次自由行的体验感好很多”。

对于跟团游和自由行的不同体验，李莉也有同感：“我很擅长规划行程，且就我自身的年龄层而言，我的精力和体力都比较好。在国内出游，我基本上都是自由行。”李莉在出国旅游前曾担心语言和交通问题，但通过社交平台获取旅游攻略，顺利解决了困难。

钟淑清告诉记者：“退休后的这些年，我出行偏爱自驾、自由行。之前和女儿去新疆时，选择过私人定制旅行。”在她看来，虽然这种旅行方式需支出的费用比自驾和普通旅行团共同打造，但省心省力，不用自己操心行程安排，也没有普通旅行团早起打卡景

“齐鲁1号”旅游列车途经11市200余景区 激活消费新动能

中青报·中青网记者 邢婷
实习生 禹文笛

4月10日9时16分，K8281次列车从济南站驶出，“好客山东·齐鲁1号”旅游列车正式投入运营。山东省文化和旅游厅副厅长刘少华用4句话概括了“齐鲁1号”旅游列车的特点：升级版的绿皮火车，嵌入丰富的文旅休闲元素，全方位的优惠服务联动，串联资源拉动消费的新引擎。

“齐鲁1号”旅游列车编组共由15节车厢组成，其中包括：3节硬座、两节娱乐功能车、两节餐饮车、两节软卧、5节硬卧车厢和1节发电车。全列载客车厢共有666个席位、铺位。运营区间和车次包括济南至枣庄西K8281次、枣庄西至威海K8282/3次和威海至济南K8286/7次，串起山东11个地市、22个站点、200多家景区，整体行程两天。列车由山东省文化和旅游厅、中国铁路济南局集团有限公司、山东铁投集团共同打造，也是山东省响应国家号召，促进消费，打造文旅消费新场景的一次全新尝试。

这一由绿皮火车改造而来的旅游列车，在硬件方面保留了绿皮车的原本属性，又对车体、座椅、卫生间等进行了改造提升，车身装饰有“好客山东·齐鲁1号”的主题纹样，“齐鲁”二字取自王羲之书法作品，还巧妙融入英文的“friendly”，体现对国内外游客的好客邀约，蓝紫色代表“岱青海蓝”，玫红色代表“时代华彩”，七色谱渐变飘带的图案就像黄河奔涌的波浪。软件方面，车厢内饰焕新，增设休闲娱乐观光服务功能。

该旅游列车还融入了丰富的文旅元素，将在节假日和周末安排非遗展示、非遗研学工坊和文艺演出进车厢等活动，让游客在旅途中沉浸式体验齐鲁文化的魅力。

列车设置了两节休闲娱乐车厢和两节美食餐车，包含茶室、棋牌室、休闲区、观景区等多种功能区，游客可以休闲、打牌、聊天，还能品尝山东特色美食，购买特色文创产品，打造集“吃住行游购娱”于一体的山东特色旅游列车。



2024年4月21日，山东省菏泽市冠宇牡丹园，游客正在写生。
视觉中国供图

中青报·中青网记者 余冰玥

“这是海波，这是赛贵妃……”在位于山东省菏泽市的中国牡丹园观花楼，各色牡丹交相辉映。90后赵浩和几位有30多年经验的老师傅一起，为前来参观的游客讲解牡丹的种植和养护知识。

4月8日，2025世界牡丹大会暨第34届菏泽国际牡丹文化旅游节正式开幕，许多游客专程来菏泽看花，为满城牡丹倾倒。一片花海带火了一座城。

“文化牡丹在洛阳，产业牡丹看菏泽。”菏泽被称为中国牡丹之都，拥有全球面积最大、品种最全的牡丹生产加工基地、出口基地和观赏基地，牡丹种苗供应量占全国85%以上。随着近年来文旅行业的发展，当地逐步构建起从牡丹种植加工到旅游观光、文化创意的全产业链条。



4月2日，湖北武汉，东湖牡丹园迎来观赏期，大量游客前来游玩，以老年人为主，银发旅游经济活跃。
视觉中国供图

点的辛苦。

北京第二外国语学院旅游管理系主任宋昌耀在接受中青报·中青网记者采访时表示，当前银发旅游人群大多集中于城市区域。在城市完善的社会保障体系下，他们享有更为健全的社会综合保障，生活稳定且无忧。随着生活水平的提高和观念的转变，旅游消费对于这一群体而言，已不再是可有可无的选择，而是逐渐演变成他们追求“老有所乐”生活方式的新刚需。

“很多新银发族能够熟练使用互联网工具，旅行规划和自主出行的能力较强，因此，不能再以传统的、走马观花式的观光游视角来看待当下的新银发族旅游。”中国旅游协会秘书长葛磊对中青报·中青网记者说。

银发出游新动向：兴趣引领，品质至上

“入住我们民宿的银发族主要来自江浙沪地区，这一区域经济比较发达，银发族的退休工资较高，消费水平也高。他们在选择民宿时，比较关注地理位置、风景和房间设施，以及入住后的管家服务。他们在吃、住和游玩体验方面的支出占比上，饮食约

占30%，住宿约占60%，游玩体验约占10%。”胡甜甜说。

胡甜甜介绍，为满足银发族的个性化需求，民宿打造了画室、茶室、艾灸房、中医馆等设施和项目，实际运营中，这些场所使用频率超85%，银发游客参与度颇高。“民宿的古琴演奏、手工制茶等本地特色教学课程也深受银发游客喜爱，他们认为学习这些内容既有助于自身提升，又能体验当地文化。”

刘伟华在退休前曾是高校教师，钟情人文地理，喜欢国内外历史文化遗产、博物馆、民俗文化区域或村落。“旅游于我而言，不只是简单的体验过程，更多是借助旅游去接触各地民俗文化，以此涵养自身。所以我对旅游项目的内容、目的地的选择、旅游产品的服务质量要求较高。”

“在选择旅游目的地时，我的首要考虑因素是当地的历史文化，其次是自然风光，最后是风土人情。在旅游住宿方面，我希望有独立的房间，保障充足的睡眠。在餐饮方面，我每到不同的地区或国家，都希望品尝到当地的特色美食。”退休两年的张涛总结自己的旅行原则。

李莉告诉记者，出去旅游时，她会选择住宿条件更好、服务质量更高的酒店或民

宿。钟淑清也表示，希望在旅游过程中吃住条件能达到舒适的标准。

葛磊认为，新银发族兴趣爱好广泛，摄影、驾驶、钓鱼、打牌等文娱能力多样，这使他们对旅游内容的需求更加丰富多元，旅游市场需要作出改变，为老年人提供更契合他们多元兴趣偏好的个性化旅游产品。同时，当下新银发族消费更理性。”与上一代50后老人因节俭而追求便宜的价格不同，新一代银发族更愿意为优质服务和良好体验埋单，他们在旅游时愿意选择高品质的酒店和民宿，以及更舒适的交通方式。这些都体现了新银发族理性消费、追求品质的特点。”

银发专列：解决老人出游痛点，开启品质“慢游”新时代

近期，正值春暖花开之际，钟淑清和友人一起奔赴各地“追花”。但在赏花途中，她因交通问题而感到苦恼。她告诉记者，在季节性赏花的热门景点，交通状况令人疲惫。无论是自驾还是在当地租车，都无法直接开到景区，需要换乘多趟接驳车。

“我们今年去看樱花时，很多路被封，要转好几趟接驳车，携带的东西多的话，换



“泰山-黄河”“沿着黄河遇见海”“环游渤海”等大众旅游列车，接续开好“潍坊风筝节”“寿光菜博会”等主题特色旅游列车，持续释放“红色沂蒙”“曲阜尼

乘过程就更累。即使不是旅游旺季，春暖花开时大家都去追花，人流量依旧很大。像周三、周四这样的工作日，进入观赏区域，停车、找接驳车，起码要花一两个小时。”钟淑清说。

交通是旅游活动得以顺利开展的关键要素，交通状况直接影响游客的旅行感受。为了满足银发族的旅游需求，铁路行业依据季节变化和热点趋势，开通“银发”旅游专列，设定了专属旅游线路。

3月15日，京津冀地区第一趟银发旅游专列从天津始发，途经北京丰台、河北衡水、霸州，载着京津冀地区的游客驶往南方看花赏景。

“在此前一个月的宣传收客期中，市场反馈很热烈，我们提前大半个月便完成了收客任务，后期很多客人再咨询这趟旅游专列都已经没有名额了。”中国铁道旅行社相关负责人告诉记者。

该负责人介绍，中国铁道旅行社近期对银发专列旅客的调研数据显示，银发族在选择产品时，行程舒适度、健康安全保障、文化特色匹配度位列决策因素前三，价格敏感度稍低于年轻客群。他们更愿意为“品质溢价”埋单，比如专业导游服务、定制化服务等，这种消费偏好本质上是对“第二人生”生活方式的重新定义。

葛磊认为，文化和旅游部和交通部门主推的银发旅游列车意义重大。列车旅游能打造慢节奏的旅行方式，让银发族从容享受旅游乐趣，是为老年人创造高性价比且匹配其需求的最佳旅游产品载体。同时，银发专列是交通与旅游融合的优质产物，它突破传统交通思维，以旅游思维打造定制化列车，可根据需求定制停靠站点和时间，为老年群体提供个性化旅游产品，体现了现代旅游产业融合的趋势。

然而，在湖北大学旅游学院教授李志飞看来，当前银发专列仍存在很多改进空间：“银发专列的旅行线路与普通线路区别不明显，需要开发更多真正适合老年人的适老化主题旅游线路。”

李志飞认为，对于银发专列而言，其未来发展方向是从单纯的交通载体升级为“康养+文化+社交”的复合场景，打造成银发族的“移动家园”。

在这个复合产品中，“康养”意味着专列在硬件和软件上都应实现适老化，且可开通以“康养疗愈”为主题的旅行线路；“文化”方面，可开展文化研学活动，融入非物

质文化遗产传承等元素，“社交”同样关键，银发族退休后离开工作环境，失去了原有的社交场景，容易感到孤独。因此他们有强烈的社交需求，出游不只是为了游山玩水，也为了社交。

葛磊也认为，在列车开发方面，应从交通工具思维转向旅游思维。他建议发展车上娱乐空间，打造读书、SPA、棋牌室等空间，并对列车进行适老化改造，保障上下铺安全舒适、提供健康测量服务、为上高原列车配备供氧设施等，优化提升列车功能。“银发旅游列车的终极定位应该是‘陆地上的邮轮’‘行走着的酒店’。”

中国铁道旅行社相关负责人表示，未来银发游、银发专列的新消费点聚焦于“适老化+品质化+差异化”，包括融合文化体验与康养生态的目的地开展、定制化服务强化医疗保障、跨界内容创新等。

“在政策扶持与市场创新的双轮驱动下，未来有望出现更多创新消费场景，如‘慢病管理专列’提供全程健康监测与药膳调理，‘金婚纪念专列’打造摄影主题车厢和浪漫怀旧活动等。这些升级不仅能创造新消费点，还将构建覆盖‘行前健康评估-行中智慧服务-行后社群运营’的全周期生态，让银发旅游成为兼具获得感与尊严感品质生活方式。”该负责人说。

人口老龄化背景下，银发游如何“乘风破浪”

民政部数据显示，截至2024年年底，我国60岁及以上人口有3.1亿，其中65岁及以上人口2.2亿，占比分别为22%和15.6%，我国已进入中度老龄化阶段。

宋昌耀认为，在人口老龄化的趋势下，潜在旅游消费人群的年龄结构正发生显著变化。关注银发旅游，实则是对旅游消费市场变化的动态把握。随着这一变化，旅游业在政策供给、产品业态、服务方式以及营销策略等方面都需要作出相应调整。

“从市场拓展角度看，要积极开拓广大下沉市场和乡村地区的银发旅游消费人群，挖掘这部分潜在消费力量。在消费供给优化方面，需丰富并提升面向银发旅游的公共服务，深入推进旅游服务设施的适老化、无障碍改造，以满足银发族的特殊需求。而规范银发旅游消费市场也至关重要。应严厉打击欺诈等不良行为，同时提高银发族的旅游安全意识，为他们营造一个安全、可靠的旅游消费环境。”宋昌耀说。

“旅游的最大价值在于带来精神层面的体验感，包括在历史文化中获得穿越感、在自然风光欣赏中获得视觉满足感。这是张涛的旅游心得。对于银发群体而言，旅游不仅是放松身心的方式，更是他们拥抱世界、丰富晚年生活的重要途径。”

（应受访者要求，陈云、张涛为化名）



↑“好客山东·齐鲁1号”旅游列车的车身装饰令人耳目一新。
←餐车提供老济南把子肉、淄博烧烤等山东十六地市的特色美食，还会每月更新菜单。
中青报·中青网实习生 禹文笛/摄

山”等特色专线产品带动效应，推动热点经济、流量经济更好激活消费新动能；为满足老年游客的旅行需求，后续还将开行“魅力江西”“畅游港澳”“新疆丝路”等

“齐鲁之星”银发旅游专列，计划开行此类专列由去年的21列增至今年40列，更好助力发展银发经济，推动“文旅流量”转化为“消费增量”。

很高的观赏价值。“在我们的基地，生长着国内外180余个牡丹和芍药品种，可以同步开展观光农业。”

赵浩发现，周边对牡丹和芍药产业感兴趣的年轻人越来越多，开始加入到牡丹芍药种植的行列中。赵浩为对方提供种苗和技术培训支持，鼓励更多年轻人加入这一产业中。目前，有4名年轻人加入了赵浩所在的公司，在直播平台开展鲜花预售。多家快递公司推出鲜花专递，牡丹可以通过冷藏运输，24小时运达全国各地，甚至走出国门。

为扶持青年创业就业，赵文双也成立了“牡丹区青年创业示范基地”，广泛开展牡丹芍药公益性青年培训20多场，毫无保留地将其种花育花技术展示给前来参观学习的青年。花田里雇的工人都是周边的村民，除了土地流转的收入，在花田打工，村民们也能获得额外的收入。

“牡丹对于菏泽文旅的推动，也为花农带来了实实在在的福利。”赵文双说，每年的牡丹节期间，公司的牡丹盆栽和副产品销售量呈现出井喷态势。游客来游玩欣赏牡丹，离开的时候再买几盆带回家，在家就能欣赏这份国色天香。”牡丹节期间，菏泽都会有一系列举措为游客提供保障，如新增专花专线，本地车为外地车让行，外地车辆首次违规不罚款等等。”在他看来，牡丹产业和文旅协同发展，能够实现游客与花农的双赢。

赵文双计划继续完善基地的旅游能力，目前已开始打造观光廊道、风车、紫藤廊道等景点。”后续将开发更多以牡丹和芍药为主力的旅游产品和文创产品，实现经济与文旅的共赢。双花并茂，让更多人爱上菏泽。”赵文双说。

文旅青年

这群年轻人种的牡丹 带火了这座城

2024年，菏泽牡丹产业带动就业50万人，实现总产值130亿元，牡丹节会期间单日最高接待游客28.5万人次，“赏花”类订单同比增长110多倍，成为全国赏花十大城市第二名。

菏泽牡丹的发展，吸引着越来越多年轻人投身其中，赵浩就是其中之一。这群年轻人种的牡丹，正在让这座城愈加火热。

“牡丹是立身之本”

“很多外地游客出于喜爱来菏泽看牡丹，还想尝试自己种，但对牡丹的种植和养护不了解。”赵浩说，讲解活动是他所在的牡丹协会自发组织的，“我们想为来菏泽旅行的游客提供方便，也为菏泽牡丹的传播尽一份力”。

赵浩从小在牡丹田里长大。2014年大学毕业后，家里的牡丹生意正值发展的黄金时期，他选择回到家乡，投入这片花海之中。培育牡丹种苗、运输销售、去外地承建牡丹园……赵浩的日常工作涵盖了种苗培育、技术支持、后期养护等牡丹产业全链条。

牡丹全身是宝——花的观赏价值高，根系可入药，还可衍生加工牡丹油、牡丹茶，牡丹花瓣做的牡丹糕等副产品，兼具观赏、药用和食用价值。根据菏泽市发布的数据，全市拥有牡丹生产加工企业120余家，

科研机构20所，开发出牡丹籽油、化妆品、保健品、文创产品等在内的260多种深加工产品，2024年牡丹产业总产值达130亿元。

“牡丹种苗一般在秋天种下，土壤不能是碱性的，地势要高，冬天时需要用个土包封起来，保温抗冻。来年春天发芽后，需要在施肥的同时用上防地下害虫的药，后期再喷叶面肥……”提起牡丹的养护，赵浩滔滔不绝。每天，赵浩会去自己的园子里查看牡丹的长势。

赵浩还记得，早期家里种植的牡丹以入药为主，随着时代发展，人们对于观赏牡丹的需求越来越高，牡丹盆景和鲜切花销量高涨。2014年时，赵浩的牡丹田只有几亩，发展到现在已经有近千亩。公司还新建了4个反季节催花大棚。

“9月牡丹进入了休眠期，我们会把它移植到盆中，放在大棚里，在元旦至春节期间会重新开花，作为年宵花出售，受到很多人的喜爱。”赵浩介绍，观赏牡丹作为年宵花，当季的线上销售能达到五六千盆。

85后赵文双也是牡丹花农第三代。老家赵楼村是古老的牡丹种植地，赵文双爷爷一辈便开始种植牡丹。12岁起，赵文双一到假期就帮家里打理牡丹，跟随父亲学习牡丹、芍药种植管理知识，积累了大量经验，“光看花芽就能认出品种”。

家里常有北京林业大学的老师带着学

生来基地取样，和老师交流之后，赵文双得知我国的牡丹产业发展距离国外还有较大差距。他暗暗许下了一个心愿：未来从事牡丹行业，一定要把它做到国际前沿，让世界都知道菏泽的牡丹。

于是，赵文双大学毕业后接过了父亲手中的接力棒，投身牡丹产业。为了一个牡丹芍药新品种的培育，他24小时吃住在花棚，是家常便饭。牡丹行业需要老师傅传帮带，赵文双便去曹州牡丹园进修，系统学习牡丹种植养护专业知识。

赵文双回忆，虽然菏泽牡丹种植历史悠久，但在他跟随父亲学习牡丹种植时，当地牡丹种植还是无序的：品种没有明确划分，技术上没有实现规模化种植，还常常出现种苗被盗的现象。

经过一系列钻研和调整，赵文双的种植基地在菏泽率先实现了牡丹规模化生产，且同一品种的集中种植纯度达到了99%。牡丹根系发达，最初种植需要人工挖坑近30公分，人力成本高，常常一工难求。赵文双率先引入地钻，把牡丹种植效率提高了10倍。在一次次摸索中，逐渐实现了牡丹种植的规范化生产管理。

菏泽牡丹栽培始于隋，兴于唐宋，盛于明清。最初牡丹的野生种类只有9个，人们把牡丹引入庭院栽培，创造了更多的杂交机会，培育形成了传统牡丹名品。如今，荷