

从“走马观花”到“学习体验” 银发研学游如何征服老“玩”童

正值暑期，研学游成为假期旅游新风尚。越来越多的中老年人选择背起行囊，在“诗与远方”中享受旅行与求知的双重乐趣。

“去的地方越多，越想更深入地了解它们”，王小英（化名）的想法或许不是个例，如今，不少银发族也加入研学游，享受“学与玩”双重乐趣。相较于走马观花的传统旅游，曾被贴上学生专属标签的研学游，如何征服老“玩”童们的心？



学员们交流摄影技巧。

班长做“导游” 社交场景延伸到课堂之外

80岁的江国华是研学游的“常客”，此前就参加过衢州老年大学组织的游学团。

“我接触的研学游，大多是由学校自发组织的。”江国华没想到，因为经验丰富，老年大学摄影班老师委托他组织一次研学游。

研学，不仅要有游玩的轻松愉快，更要有收获。为此，江国华将目的地定在自己的故乡常山县江家村，并精心设计了一系列活动。

上午9时，大巴沿着320国道徐行，载着40余名衢州老年大学摄影班学员驶向江家古村的胡柚林。抵达后，在村民带领下，学员们参观江氏大宗祠，游览胡柚林等。多才

多艺的女学员还登上舞台，为村民献上精彩表演。

重头戏自然是摄影采风。一路上，老师细细讲解，学员们举起镜头，对焦眼前的热闹舞台、宏大建筑，直呼“把课堂搬进山水间”。

欢声笑语中，大家发现平日下课就回归家庭的同学原来这么活泼。几位阿姨心照不宣地拿出墨镜、丝巾，互相指导摆造型，还喊男同学帮忙拍照，美其名曰“免费当模特，帮同学练习户外人像摄影”。

江国华和另一位同学则沉浸在江家村古老精致的徽派美学中。“这是我们第一次聊天，我才知道对方来自另一方‘柚子之乡’苍南。”令江

国华惊讶的是，这位同学竟是隐藏的“建筑专家”，从宗祠的内部结构、空间布局，到江南建筑的艺术风格侃侃而谈，“不仅交到一位好友，还额外收获一堂建筑课。”江国华把这次相识称为“柚子之交”。

研学结束后，江国华将这趟旅程的照片和学员们的所感所想整理成游记，分享给每位同学作为纪念。

“学校、社区组织的研学游，成员之间熟悉度高，氛围融洽，活动设计更贴近本地化或成员共同兴趣，组织起来也更加灵活。”江国华总结经验，但因为是自行组织，专业资源和执行能力受限，安全保障也不够完善，“下次如果有机会，可以建议老年大学与外部专业旅游机构合作。”

不再是“学生专属” 研学游正从小众走向主流

不同于以往的“走马观花”之旅，前段时间，王小英参加了“景德镇五天四夜老年人研学旅行”。

“印象最深刻的是第二天行程，我们去了古窑民俗博览区，上手体验陶瓷制作全流程，像是踩泥、拉坯，还有利坯、晒坯、手绘、添釉等工序。”看着一团泥巴在手中慢慢成型，王小英一步步揭开陶瓷诞生的神秘面纱，“这不仅有趣，也让我们对陶瓷文化有更深切的体会。”

与王小英有相似经历与想法的，还有家住烟台的姚桂荣，“印象最深的就是去扬州的研学旅行，近距离观看到国家级大师制作扬州炒饭。品

尝到美味的同时，我也感受到淮扬菜的文化魅力。”

近段时间来，研学“大军”中出现不少像王小英、姚桂荣这样银发一族的身影，旅游市场上，“老年研学”产品应运而生。从探寻历史遗迹到体验现代科技，从欣赏自然风光到领略民俗文化……老年研学游方式层出不穷。

“相比于单纯的游览，一趟旅行下来如果能学到东西，我觉得很有体验感、获得感。”退休后，尽管有了不少空闲时间，姚桂荣总觉得时间不够用，学的东西不够多，“虽然年纪大了，但我还是想跟上时代的步伐，不被时代

淘汰。活到老学到老，让我很有成就感。”

王小英则更看重研学游较强的“社交属性”，“像是同一个研学团，大家基本都兴趣相同、年龄相近，旅途中，我们一起交流学习心得、分享旅行体验，一趟旅行下来就能结交不少朋友。”

“当下旅游市场正向‘深度游’转变，消费者渴望深入了解旅游目的地的文化、历史、民俗风情，追寻旅行背后的故事与内涵。”济南大学文化和旅游学院副教授孙竞认为，研学游比较注重知识和内容属性，通常围绕传统文化、历史、艺术、自然科学等主题展开，“对于银发群体来说，能够在旅行中学习新知识，丰富自己的精神世界，满足他们学习知识、技能的需求。”

专业机构介入 进一步推动旅游产品升级

随着银发研学游市场容量不断扩大，不少旅游企业也敏锐地捕捉到这一商机。

“旅行社通常组织有序，还有专业领队、讲师，符合我们对安全、舒适的需求。”74岁的李景花说，丈夫有原发性高血压，体力消耗太大会头晕、心跳剧烈。出发前，他们与旅行社提前沟通，工作人员立即调整行程，减少徒步环节，并延长午休时间。“导游随身带着创可贴、消毒棉球、急救药品，车上还备有轮椅和拐杖。”途中，随行工作人员的细心令李景花倍感温馨。

“中老年人愿意为能产生情绪价值的产品和更细致的服务买单。”中国国旅（绍兴）国际旅行社负责人陈林涛说，为做好银发旅游，旅行社除了深挖各地特色旅游资源，进行新主题、新路线、新玩法的创新研发，也会按照旅客需求，安排充足休息和自由活动的时间。“我们一般建议中老年游客报10—20人的精品小型团，能更好地照顾起居、饮食。”陈林涛说，随团

还会配备医护人员，为游客提供旅行保险和应急预案。

银发研学游作为一种新兴的旅游方式，也进一步推动旅游产品升级。

“从公司情况来看，银发研学的需求能占到银发旅游整体的20%—30%。”烟台妇女国际旅行社总经理孙晓颖介绍，“我们围绕银发群体的兴趣、需求设计了包含美食文化、歌舞文化、茶文化等研学产品，如云南普洱、福建武夷岩茶、青岛崂山绿茶等茶文化研学线路。”

“我们在设计今年的银发旅游产品时，就引入了研学的元素。像是我们4月初发车的四川‘游学养’银发旅游专列，主打‘火车上的老年课堂’这一概念。”山东中铁文旅发展集团有限公司党委副书记、工会主席徐玫介绍，四川“游学养”银发旅游专列将旅途沿线的巴蜀文化、三国文化等，通过专业课程讲解让银发游客学习、了解，“这样一来，在后续的参观中，游客们会对景点有更好的体验和感受。”

专家 跳出“廉价夕阳红”思维 更注重精细化人性化服务

银发研学游“崭露头角”，背后或许得益于银发旅游市场的强势增长。

根据全国老龄委统计，银发旅游人数已占全国旅游总人数的20%以上，老年旅游正在从小众市场向主流市场转型。业内不少观点认为，“有钱有闲有文化的老年人”或正成为旅游市场未来争夺的潜力消费群体。

爱刷短视频、爱旅游、爱追星看演唱会、会摄影、会网购……不同于以往人们对银发群体崇尚节俭、精打细算的固有印象，银发经济或许正在掀起新的消费风尚。“‘便宜’可能已经不再是银发群体消费时的首选，他们的消费需求正在向品质化、多元化的方向发展。”孙竞说。

以往提起老年跟团游，或许都跟走马观花、低价陷阱、强制购物等标签联系在一起，“其实从很早开始，针对老年人的跟团产品就已经在做改变，那些明显的低价低质团产品，已经不受老年人欢迎。”华程国旅集团高级副总裁、欧洲事业部负责人任霞在此前接受采访

时表示。

在孙竞看来，想要做好银发旅游，安全、体验和服务这三个方面的考量要更为细致周到。例如，产品设计应贴合银发群体偏好，放慢行程节奏。安全保障方面，要选择安全舒适的交通工具，随团配备医护人员。服务细节同样不容忽视，除了照顾游客起居、饮食，也要强化社交互动，“可以在旅途中组织晚会、文化沙龙等，增进老年人间交流。”

浙江省社会科学院公共政策研究所副研究员卢余群也认为，老年旅游需跳出“廉价夕阳红”思维，转向追求精细化、人性化服务。有关部门应鼓励建立服务老年人的旅游企业推荐名单，鼓励头部旅游企业与老年大学、养老机构或者街道社区合作，为老年人出游设计更有针对性的产品。同时，相关研学机构、旅游企业要加强适老化服务，包括改善旅游设施的无障碍设计、提供专业导游和医疗保障服务、优化行程安排以减少体力消耗等。

（浙江老年报 齐鲁晚报）