

贵州省银发旅游发展现状及策略研究

肖云瀚

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2023年11月9日; 录用日期: 2023年12月18日; 发布日期: 2023年12月27日

摘要

随着我国老龄化进程加快, 老龄人口基数增加, 老年人群的消费潜力也在持续攀升, 银发旅游正成为贵州旅游业的重要分支与新型业态。银发群体在旅游活动中展现出与大众旅游不同的个性化与差异化的特点, 为积极引导银发旅游高质量发展, 贵州省结合本地优势, 在全域旅游与智能旅游的背景下, 部署了一系列发展战略, 现已取得一定成效。然而贵州银发旅游起步晚、起点低, 以供需矛盾为核心诸多问题也逐渐暴露出来。本文通过分析贵州银发旅游发展现取得的成效与面临的问题, 为贵州银发旅游提质升级提供合理有效对策。

关键词

银发旅游, 贵州省, 现状研究

Research on the Development Status and Strategy of Silver Tourism in Guizhou Province

Yunhan Xiao

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Nov. 9th, 2023; accepted: Dec. 18th, 2023; published: Dec. 27th, 2023

Abstract

With the acceleration of China's aging process, the increase of the elderly population base, and the consumption potential of the elderly population is also rising, silver tourism is becoming an important branch and new format of tourism in Guizhou. In order to actively guide the high-quality development of silver-haired tourism, Guizhou Province has deployed a series of development strategies in the context of all-for-one tourism and intelligent tourism in combination with local advan-

tages, and has achieved certain results. However, Guizhou's silver tourism started late and had a low starting point, and many problems with the contradiction between supply and demand as the core have gradually exposed. This paper analyzes the achievements and problems of silver tourism in Guizhou and provides reasonable and effective countermeasures for the high-quality development of silver tourism in Guizhou.

Keywords

Silver Tourism, Guizhou Province, Current Status Study

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

银发经济又称为老年经济，是适应社会老龄化，服务老年人群而产生的经济产业与经济形态。随着我国老龄化进程加快，银发经济成为高质量发展的经济驱动力。“十四五”规划首次提出“银发经济”，并对银发产品和智慧养老业态进行部署。当银发经济与旅游业相结合，需求端成熟的银发旅游由福利保障事业逐渐转变为新兴的旅游产业。根据原国家老龄委调查显示，当前我国老年人文旅消费超过 7000 亿元，且旅游规模与旅游人次持续扩大。截止 2021 年，我国中老年旅游者合计出游 11.94 亿人次，成为旅游市场的第一大客源，65 岁及以上旅游者占比 9% [1]。中国 60 岁及以上的银发旅游群体已成为高频次旅行用户，超 6 成银发群体平均每年出行 3 次以上[2]。国内热门景点到城市周边游都不乏“银发族”的身影，银发旅游未来可期。

2. 贵州省银发旅游市场分析

2.1. 银发市场旅游动机分析

老年人群体旅游动机是多层次、多维度的，涉及心理学、人口学、行为学等多门学科。德国学者格里克斯曼在其著作《一般旅游论》中将旅游行为的基本动机分为心理的、精神的、身体的和经济的 4 大类，美国学者罗伯特·麦金托什结合马斯洛需求理论把旅游动机分为“健康动机”、“文化动机”、“社会关系动机”、“地位或声望动机”。同时，银发旅游首先兴起于发达地区与国家，国外学者也较早地关注银发市场，并取得一定研究成果[3]。但由于地域、收入水平、生活方式等因素影响，中国的银发旅游者展现出与其他国家不同的特点。因此，国内旅游界结合国外研究与具体国情，对我国银发市场旅游动机展开研究。黎筱筱、马晓龙以陈传康对旅游活动行为层次的划分，将老年群体旅游动机划分为基本、提高、专门三个层次，与之对应的是排遣孤寂、寻求乐趣和弥补遗、怀旧思乡和疗养健身的旅游动机[4]。包亚芳以“推一拉”旅游动机理论，通过因子分析法将杭州市老年人主要的内在出游动机归纳为求知与好奇，外在诱因为安全与卫生[5]。高夏丽对老年群体在旅游活动中形象重塑与自我实现的机制进行了分析，指出老年人面临的情感与角色的困境，而自我形象的修复与认同感是老年人旅游的重要意义[6]。2023 年，我国家庭月收入超过 4000 元的老人达到 1.51 亿人，超过 10,000 元的老人将达到 2200 万人[7]，2022 年贵州省居民人均可支配收入达 25,508 元[8]。相比于需要中青年人的生活压力，老年人群有一定积蓄，且有较为充裕的闲暇时间，老龄化事业发展和养老服务体系的健康也使得越来越多的老年人口萌发旅游消费动机，从客观上基本满足旅游出行的条件。根据家庭生命周期理论，60 岁以上的老年人处于个人家庭成熟期，面对子女独立，

家庭成员减少的情况，其家庭责任重心也从养家糊口转移到承担照看孙辈。在此期间，老年人群体常面临空巢阶段，心理上较为孤独、对个人身体情况感到担忧、有依赖感与较为强烈的社交需求与分享欲望。在本研究中，笔者将银发市场旅游动机归纳为社交动机、康养动机、文化动机、观光休闲动机四种，银发旅游不仅成为老年人休闲放松的方式，还是老年人在老年期间自我实现的重要渠道。

2.2. 银发市场旅游消费偏好

根据各在线旅游平台的数据，在银发旅游者出行的考虑因素中，出行安全、行程明晰且宽松、有导游讲解的因素排名靠前。可以看出老年人在旅游出行时的依赖感，更喜欢参加一些相对平静的旅游活动，更崇尚文化旅游，追求精神上的满足[9]。与此相适应，老年人希望有人带领来保证行程的安全与确定性，出行常以传统的组团游为主，跟团游、私家团、定制游是最受银发族欢迎的出行方式。在旅游消费方面，老年游客呈现出“能省则省、该花则花”的消费特点。老年游客性格较为谨慎，价格敏感度高，相较于青年群体花费，他们在“吃、住、行”的客单价较低，但在购物环节的消费热情较高，随性随心而购，所购产品多为养生保健品、旅游纪念品、旅游地特产等。银发旅游市场在出行目的地的选择上，以异地的热门景区为主，城市周边游为辅。同时，气候与环境要素助推出现老年人候鸟养老现象，此类银发市场随气候变化在固定旅游地进行有规律的旅游活动。

2.3. 贵州省银发旅游规模概况

贵州旅游发展目前进入中国旅游第一方阵，旅游业成为全省经济发展中名副其实的支柱性产业。2022年全省，全省共接待游客4.92亿人次，旅游总收入5245.64亿元，银发旅游市场估值近千亿。2023年，极具贵州特色的旅游活动“村BA”和“村超”在社交网络上爆火，贵州旅游以崭新面貌进入旅游者视野，旅游收入与旅游人次有望逐步恢复到疫情前水平，迎来新的发展高潮。同时，也将吸引一大批老年人口将贵州作为旅游目的地，银发旅游市场潜力大。贵州现已进入深度老龄化社会，省内银发旅游市场规模较大。根据第七次人口普查，贵州省老年人口首次突破1000万，其中，常住人口60岁及以上人口为5,931,357人，占15.38%，65岁及以上人口为4,456,455人，占11.56%。老龄人口在9个州市分布较为平均，银发旅游活动在各州市均有开展[10]。

3. 贵州省银发旅游取得的成效

3.1. 康养品牌初具品牌效应

贵州属亚热带温湿季风气候区，全年气候宜人，冬无严寒、夏无酷暑，全年平均温度16.2℃，森林覆盖率达60%，空气质量名列全国前茅。在贵州，既有“爽爽的贵阳”、“凉都六盘水”、“高原湖城清镇”等中西部避暑旅游城市，又有维度较低的罗甸、荔波等“天然温室”，优异的自然条件可以同时满足了老年群体避暑与避寒的康养需求，吸引老年群体旅居康养。由此，适宜银发市场的康养旅游成为贵州旅游业发展的重点，“康养到贵州”与“森林康养·贵州乐享”成为继“多彩贵州”品牌形象之后，贵州省多部门联合推出的新旅游名片。围绕这个旅游名片，各地方又根据各自特色民俗文化、自然风情打造州市康养子品牌，现已初具品牌效应。

《贵州省“十四五”文化和旅游发展规划》提出，预计到2025年，共建设50个集休闲旅游、度假养生、康体养老于一体的健康养老基地，同时大力推动城市康养社区建设，实现贵州省康养旅游的重点突破[11]。现目前，贵州已打造出贵阳市青岩古镇康养度假旅游基地、遵义市赤水河谷康养度假旅游基地、六盘水市盘州娘娘山国家森林公园康养度假旅游基地等十大康养度假旅游基地，覆盖省内9个州市。在康养这个旅游主题下，各产业整合资源，从食物康养、温泉康养、森林康养、中医药康养等产业协调配合进行产业升级。

3.2. 数字赋能旅游适老化需求

进入互联网时代,手机成为人们最为常用的便携网络设备,手机集支付、搜索、评价等多功能,通过互联网提前感知旅游目的地、制定旅游线路、预定酒店车票如今已经成为大部分出行的选择,越来越多的旅游体验活动与服务功能从线下转移到线上。各热门旅游目的地也纷纷结合互联网、虚拟现实、云计算技术等,为旅游消费者提供“一部手机游XX”的智慧旅游体验。然而,手机功能愈发强大,同时意味着操作的复杂化,这对于生长在互联网诞生前的老年人们并不友好,且由于身体机能的退化与学习成本的提高,导致较多老年人仍难以越过“数字鸿沟”。许多银发旅游与智慧旅游产品最终消费者是是中青年,由中青年为其家中老人在网络上代购银发旅游产品,老年人实际上在旅游过程中并没有感受到智慧旅游带来的便捷智能的体验。

为帮助老年人群体更好适应文旅数字化与信息化场景,赋予智慧旅游适老化与人情味,按照贵州省委省政府对贵州全域智慧旅游发展的战略部署,由贵州省文化和旅游厅联合多部门打造“一码游贵州”全域智慧旅游平台。从“一台手机”到一个二维码,“一码游贵州”在设计上更加轻巧,操作页面更加清晰,同时根据老年人出游场景进行功能优化,为老年用户提供更具有个性化与适老化的公共服务。尤其在老年人最为重视的安全方面,数字监管保障老年人出行安全,推出“一键找厕所”、“一键定位”、“一键报警”等功能。截至2022年11月初,平台访问量超4.27亿人次,总用户近2900万人,累计交易金额超9500万元,同年“一码游贵州”入选中国十大智慧旅游适老化示范案例。

3.3. “政府 + 市场 + 社会”的旅游服务体系逐步完善

随着国家“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念下全域旅游战略的开展,贵州的旅游公共服务体系也全面升级到全域旅游公共服务体系,逐步完善形成了“政府 + 市场 + 社会”的旅游公共服务体系。不同于基本公共服务与普惠性非基本公共服务,旅游业是为满足公民多样化、个性化、高品质服务等更高层次需求的生活服务。但旅游业尤其是银发旅游在服务主体权责、功能、导向上与基本与非基本公共服务中均有交叉,在“老有所养”所提供的医疗卫生、养老服务、法律服务等基础权益保障上,实现“老有所乐”的社会目标。根据《贵州省“十四五”公共服务规划》与《“十四五”贵州省老龄事业发展和养老服务体系规划》的部署,有效市场与有为政府实现更好结合。政府承担顶层设计的角色,做好规则制定、加强监督、鼓励和引导社会力量举办和经营银发旅游。旅游市场则充分发挥主体活力,进行资源配置,为老年人提供银发旅游产品与旅游服务。最后在社会加强旅游宣传,积极鼓励全民服务与参与,激发银发旅游创造力。贵州旅游服务体系的逐步完善,助推了银发旅游的高质量发展,营造了良好的银发旅游氛围,因此贵州省也被称为中国最敬老的省份之一。贵州省较早开始推行老年人旅游优待政策,颁布实施《贵州省老年人权益保障条例》《贵州省老年人优待办法》等系列法规政策文件,落实多元化的旅游服务公共体系,大部分景区对全国各地60岁以上免除门票费用,并提供充满人情味的适老化服务。同时贵州老年大学和老年人退休前单位积极组织在重阳节、妇女节、劳动节等节假日开展老年人出游活动,共同完善市场主体,银发旅游产品供给丰富,为老年人提供较多且个性化的旅游体验与旅游服务。

4. 贵州省银发旅游发展面临的问题

4.1. 银发旅游法规不健全,存在旅游市场失范现象

目前,贵州银发旅游的相关法律法规还不够完善,在最新修订的《贵州省旅游条例》中并没有对旅游者市场进行细分,未出台保护老年人旅游消费权益的相关条例,由国家统一实行的《旅行社老年旅游服务规范》对旅行社老年人组团游做了规范,但缺少市场其他主体及其不同出行方式的保障。因此,贵

州目前市面上的旅游团质量参差不齐，旅游市场存在失范现象。截止 2023 年 7 月，由贵州文化和旅游厅公布的前两季度旅游市场失序的典型案例中，主要存在的问题有“不合理低价团”、“导游兜售物品”及“未经许可经营旅行社”。此类违规行为也是旅游公司诱导、欺骗、胁迫老年群体旅游消费的常用伎俩，老年人因生理上和心理上的弱势，也更容易受此类行为的侵害。而为逃避旅游监管部门的打击，有部分不良商家往往采取更为隐蔽的营销方式。他们并不成立具有合法资质的旅行社，而包装为保健品或养生设备公司。利用老年人爱凑热闹与勤俭节约的心理特点，首先以免费礼品、免费讲座、承诺回报等手段吸引老年人，中期对老年人进行承诺回报，以会员制的形式邀请更多的老年人亲朋加入，最后以“异地看房团”、“生态基地参观”、“养生讲座”为噱头，打着银发旅游的旗号，带领老年人低价旅游，同时进行高价商品的违规推销。从“开心游”变为“闹心游”，银发旅游市场的失范既破坏了老年人的旅游出行体验，也影响了整个银发市场的高质量发展。

4.2. 银发旅游市场细分不足，供需矛盾突出

贵州银发旅游起步晚、起点较低，对于银发市场的细分程度还不够。随着消费升级，老年人对于旅游出行的个性化与多样化需求也在提高，传统模式下的大众旅游模式已经难以满足银发市场旅游的高质量发展。从供求端来看，旅行社、景区、政府部门的前期调研与后期跟踪力度不够。对于已经成行的老年游客，旅游供给端提供的游客意见反馈表与服务质量跟踪表的设计较为单一落后，对银发市场的个性化与特殊化意见采集不够。对潜在老年游客，没有设立专门的平台与渠道了解他们对贵州旅游心理预期。因此，对银发旅游产品的比较差异不够明晰，难以选出优质的银发旅游产品。从需求端来看，虽然贵州目前根据消费者年龄阶段大致作了细分，形成了较为统一的银发群体概念，将 60~70 岁老年人视为银发旅游市场的主力。但对于 70 岁及以上的老年人，因其身体健康因素限制，旅游供给方针对这部分老年旅游者的旅游产品供给较少。同时，对老年人的心理、行为、地理等特征分析不到位，间接导致客源市场流失。

4.3. 银发旅游主题不鲜明，旅游内容单一

贵州“银发旅游”的主题挖掘力度不够，旅游线路与产品的创新力度不足，旅游内容较为单一与同质化。目前，贵州的银发旅游主要仍以自然风光和民俗文化为主题，常以黄果树瀑布、梵净山、荔波小七孔等名气较大的景区为旅游目的地，目前也并未开发出银发旅游的精品路线。银发旅游仅仅体现在旅游者年龄与行程安排上，在实际旅游体验中，老年游客难以获得与“银发”相关的，区别于其他年龄段游客的游玩体验。在旅游方式的选择上，大部分老年人出于身体因素考虑，更喜欢结伴而行的组团游或家庭游，而常以“上车睡觉、下车拍照”的传统观光旅游方式为主。在交通上，以速度较慢旅游大巴或私家车作为主要交通工具，在进行远距离旅游时，而当交通时长占据总旅游时长的 1/4 及以上时，旅游体验感就会骤降。在到达旅游目的地时，对于核心景点景区也只是走马观花式的短时间游玩。由于银发旅游的产品和体验方式都较为落后，难以激发老年人对旅游的兴趣，无法给老年群体带来“银发”主题下的旅游体验，导致游玩后的满意度也不高，最终不利于贵州银发旅游的品牌与口碑效应。

4.4. 缺乏银发旅游相关从业者

“银发经济”时代下旅游行业在人才数量上、质量上以及培养方向上都有新的更高的要求，贵州目前从事专门化银发旅游的旅游人员较少，尤其缺乏创新型人才，旅游队伍建设缺乏重视。旅游业旨在培养复合型人才，重在旅游从业人员的多元化发展，以满足旅游市场的标准化需要。而银发旅游作为旅游业新分支，是标准化之上的满足老年人群体个性化与差异化的新业态。不仅学术界现取得的成果较少，

在高校的课程设置中也缺乏对银发旅游相关知识进行详解，在银发旅游的活动开展中，也缺少银发旅游标准化旅游服务细则。最后导致一线的景区、地接、全陪导游等从业人员不了解老年群体心理特征、不熟悉个性化差异化的接待流程、服务意识不强，在旅游服务中未能提供优质服务，而旅游业二线的从业人员也难以根据实际情况调整、优化、创新旅游线路与产品。

5. 贵州省银发旅游提质升级的策略

5.1. 加强市场规范化管理

当前，贵州银发旅游发展迅速，但与之相匹配的管理体制机制较为落后，银发群体在旅游活动中容易遭到不法行为的侵害，银发市场缺乏系统化、标准化、规范化的管理。为保障好老年群体的旅游权益，营造社会敬老爱老良好社会风尚，避免贵州银发市场出现为贪图利益而成害群之马的现象发生，贵州应加强市场规范与市场监管。针对老年人群体的旅游特性与偏好对相关法律法规进行完善，明确主体职责，提升市场道德标准，对银发旅游各产业及企业进行市场经营教育，平衡好利益与市场可持续发展；同时加强市场监管，积极引导全民监督，对银发旅游上中游各阶段进行全程监督，实施市场准入制度，定期对银发市场质量进行抽检，对不合格及违规产品进行约束。借助贵州本地特色大数据优势技术与平台，建设银发旅游综合管理系统，采取线上监督、线下核实的双线程举措，对违规行为分类整理，找准问题症结，有针对性地规范银发市场，完善数据库系统，收集各旅游主体基本信息及其老年人的反馈意见，通过信息整合打破信息壁垒，努力做好产品与消费者间的信息对称。

5.2. 积极推动银发旅游产品与线路创新

在行业竞争日益激烈的情况下，创新是引领银发旅游高质量与可持续发展的第一动力。针对贵州目前景区景点同质化和单一化现象，应该转换思路，结合银发市场心理特征，选取一批独具特色的景点来丰富银发旅游产品类别。贵州目前有“中国天眼”、“北盘江大桥”、“平塘特大桥”等国家级设施建设，虽然其目的不是为旅游服务，但因其规模巨大，具有一定游览价值，又作为贵州高速发展的最好见证，能极大地满足了大部分老年人群体家国情怀，因此选取这类景点进行银发旅游产品进行创新。同样，贵州作为历史上三线建设的大后方留下了许多工业旧址，这些旧址在新时代翻新为“朱砂小镇”、“贵州三线建设博物馆”、“1964 文化创意园”等景点，这类景点对年轻人吸引力较为有限，但对于老年群体来说，则极具怀旧情怀的游览价值。在旅游线路的开发上，银发旅游应加速旅游业态融合，利用现有的旅游资源进行银发旅游线路开发。贵州现有红色文化、酒旅融合、山地、生态等精品旅游线路，涵盖不同类别的旅游资源。贵州银发旅游可在此基础上，优化产品选择，调整主题，打造贵州银发旅游线路。在银发旅游消费特点上，可以结合消费较低的民俗游与城市周边游，开发一批物美价廉型旅游项目，又满足了老年人购物消费的欲望。

5.3. 完善校企合作旅游人才培养模式

注重专业旅游人才培养是提高贵州银发旅游服务质量的关键。贵州各旅游院校应以根据银发市场需求作为课程体系调整的导向，加强银发旅游相关知识及其技能教学，开展养生、护理、医护等相关课程，同时培养学生职业道德培养，提高综合服务水平与意识，重视老年人的情感互动与交流。开展校企合作模式，建立高效信息互通渠道，学校明晰银发旅游企业用人标准、职位空缺等情况，旅游企业也能根据学习办学要求制定相应人才培养订单。同时校企合作整合资源，利用贵州现有的康养基地建立实训基地，为学生积累课程实训经验。最后畅通人才流动渠道，既可从旅游企业引进高端人才进行实地指导，在校学生又能为银发旅游市场补充新鲜血液。

5.4. 推进供给侧背景下的个性化产品，有效细分目标市场

目前，贵州老年旅游商品市场正处在起步阶段，银发旅游产品应避免传统粗放型发展，告别一价全包的大众旅游模式，以全域旅游的理念推出定制化精细化的银发旅游产品。为此，要对银发旅游市场进一步有效细分。对旅游市场进行调研，将各种要素与资源进行优化组合，对目标人群的特征与偏好进行分析，结合本地优势，根据市场需求进行产品设计与创新，同时增加前测与后测的环节，及时掌握消费者动态。

6. 结语

银发旅游是实现“老有所乐”社会目标的重要途径，也是加速产业融合与推动经济转型的经济战略点。贵州省要抓住银发旅游的发展机遇，弥补自身不足，助力银发旅游提档升级，打造好贵州新名片。

参考文献

- [1] 中国旅游研究院. 中国国内旅游发展年度报告(2019) [EB/OL]. <https://www.ctaweb.org.cn/cta/jgz/202103/f2bfd6f1d8dc438a8a1cdf2f78c5ddd6.shtml>, 2020-07-10.
- [2] Mob 研究院. 2021 年中国银发经济洞察报告[EB/OL]. <https://www.mob.com/mobdata/report/142>, 2021-06-24.
- [3] 曹芙蓉. 旅游银发族的世界格局及其需求特征[J]. 旅游学刊, 2008(6): 36-42.
- [4] 黎筱筱, 马晓龙. 基于群体心理特征的老年旅游产品谱系构建——以关中地区为例[J]. 人文地理, 2006(1): 45-50.
- [5] 包亚芳. 基于“推-拉”理论的杭州老年人出游动机研究[J]. 旅游学刊, 2009, 24(11): 47-52.
- [6] 高夏丽. 老年旅游的发生机制及旅游体验的意义建构——基于活动理论的视角[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2020, 37(3): 116-123. <https://doi.org/10.13727/j.cnki.53-1191/c.20200507.014>
- [7] 零壹智库. 中国老年人金融服务发展报告[EB/OL]. <https://www.01caijing.com/article/262877.htm>, 2020-05-08.
- [8] 贵州统计局. 贵州省 2022 年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. https://www.guizhou.gov.cn/zwgk/zfsj/tjgb/202305/t20230517_79768889.html, 2023-05-17.
- [9] 马桂顺, 龙江智, 李恒云. 不同特质银发族旅游目的地选择影响因素差异[J]. 地理研究, 2012, 31(12): 2185-2196.
- [10] 贵州省统计局. 贵州省第七次全国人口普查公报[EB/OL]. https://dsj.guizhou.gov.cn/xwzx/zyw/202105/t20210526_68279065.html, 2021-05-26.
- [11] 贵州省文化和旅游厅. 贵州省“十四五”文化和旅游发展规划[EB/OL]. https://whhly.guizhou.gov.cn/zwgk/xxgkml/jcxxgk/zcwj/dwwj/202110/t20211012_70855219.html, 2021-10-12.