

旅行社怎么做好老年研学游？

□ 本报记者 张 宇

随着国庆假期结束,喜欢错峰出游的老年人成为旅游市场的主力。其中有一个细分市场——老年研学旅游团,作为新的领域尤其受关注。老年研学旅游市场会是下一个蓝海吗?旅行社参与这一市场是否有优势,又面临哪些困难?近日,记者对此进行了采访。



左图为老年游客参加书法研学活动。右图为老年游客参加邮轮旅游。

视觉中国 供图

市场正在形成

张女士今年70岁了,是福建当地老年大学的“老学员”,这个学期她报了摄影班和写生班。开学没多久她就在学校的组织下,参加了一个摄影老年研学团,到泉州德化学习拍摄陶瓷制作过程。这已经不是张女士第一次参加老年研学团。由于她还是当地摄影协会的一员,有时也会参加协会组织的研学团。几个兴趣相投的朋友还会自己报名参加旅行社推出的研学旅游团。

当下,和张女士一样有研学旅游需求的老年人越来越多。有业者观察到,老年人对于生活的期望正在发生变化,他们希望自己的晚年生活更加丰富多彩,一边旅游一边学习的老年研学旅游团正好满足了他们的这种需求。

“10月11日,民政部、全国老龄办发布了《2023年度国家老龄事业发展公报》。公报显示,截至2023年末,全国60周岁及以上老年人口约为3亿,占总人口

的21.1%;全国65周岁及以上老年人口约为2亿,占总人口的15.4%。”采访中,上海旅游高等专科学校旅游管理专业部主任、副教授刘堂向记者分享了一组新数据,“现在的老年人有较高的消费能力和意愿,更愿意为自己支付学习和旅游的费用。随着老年群体对健康、学习和社交的需求越来越强烈,能承载老年群体期待的研学旅游必然会成为一个热点。”

那么,老年研学旅游可以分为哪些类型?“老年研学旅游需求的类型大致可以归纳为以下3类。一是追求知识增长和文化体验的需求,老年客群希望通过参与研学活动,深入了解历史文化、艺术欣赏、科技发展等领域的知识。二是健康养生休闲的需求,老年人更倾向于选

择与自然环境、养生保健相关的研学项目,学习养生知识,参与康养活动。三是社交需求。退休后老年人的生活圈子变窄,他们希望通过研学旅游活动结识志同道合的朋友。”中国妇女旅行社副总经理赵悦说。

老年人在研学旅游中更在意什么?“这次行程安排不错,住的是当地最好的酒店。”刚刚跟着老师拍完夜景的张女士告诉记者,老年人研学旅游更看重行程体验,然后才是学。“不过,我们也踩过坑,有些线路说是研学旅游,其实就是普通旅游团,吃住都不好,老师敷衍地说几句便离开了,一趟下来挺闹心的。”现在参加旅游团,无论谁组织的,张女士首先会先了解行程内容,包括行程安排是不是紧

张、吃的怎么样、能否自己点菜、住得如何,最好住中端以上的酒店,然后再看产品价格是否公道。在此基础上,她还会了解随团老师是谁,要讲哪些内容等。“比如这次在德化的研学,我发现老师不仅讲拍摄技巧,还会详细讲述当地的传统文化,大家感觉很有收获。”张女士说。

“安全舒适是老年人出行的第一需求,老年研学旅游产品的价格比常规老年旅游产品要高,所以,游客对吃住行及行程体验有较高的期待。”安徽环球文化旅游集团有限公司、老玩童俱乐部经理喻宁说,“例如,老年人对于住宿、交通、餐饮的安全性和舒适度有较高要求,倾向于选择设施完善、环境舒适、活动强度适中的旅游目的地。相比普通旅游,老年研学更注重学习内容的深度和专业性,需要配备高质量的讲解员和导师。另外,行程中是否有互动社交环节也是老年人比较关注的。”

发挥自身优势

预订、用车等单项服务,产品线路是客户自己设计的。后来,他们的学员知道我们也有能力设计老年研学产品之后,学员们开始自发地参与我们的研学旅游活动。”

采访中,记者了解到,各地的老年大学、老年协会、康养机构等成为老年研学旅游的组识方。“大部分有研学需求的老年游客都在以上各机构当中。但是,他们在组织老年研学旅游时的目标和操作方式各有不同,而且很多是自行组织的,这也让旅行社在获客方面有一定难度。”有业者说。

“平均每年我们会组织4次老年研学旅游,每次爆满。”水利部老年大学相关负责人印证了旅行社业者的说法,“研学线路是我们自己踩线、自己设计的,我们会

找旅游目的地的旅行社落实住宿、酒店、用车等服务。”

对于是否会选择旅行社设计的老年研学旅游产品,这位负责人坦言:“研学旅游属于我们老年大学的一项服务内容,自己做线路比较放心,各地的老年大学有自己的优势课程和教师资源,各地联动就能把这个事情做好。”

那么,旅行社还有机会吗?“一定要做出特色,用特色产品做散客市场。”有业者回答。

“首先,旅行社有资源整合能力,可以为游客提供包括吃住行、目的地深度游览体验等一站式服务;其次,旅行社更了解旅游目的地的文旅资源,具备围绕文化、健康、社交等主题开发产品的能

力;最后,作为以服务见长的企业,旅行社具备专业的服务团队和服务经验,能够为游客提供更加细致的服务。”山西荣时旅行社有限公司副总经理王海涛认为,在产品创新上,旅行社能够根据细分市场的特点,打造独具特色的精品路线,根据不同客群的需求,推出精品团、私人定制等差异化服务。“比如,我们推出的历史文化探索、中医养生体验、摄影技能提升等多个系列的老年研学旅游产品,市场反馈都不错。”

有业者建议,打开老年研学旅游市场,需要从多方面入手。“要深入了解老年群体的需求和习惯、特点。比如,老年人具有注重社交、安全与健康、需求多样化等特点,在设计产品时应充分考虑这些因素。”张家界天马国际旅行社有限公司研学中心负责人金涛说,“更好地对接老年研学旅游市场,需要综合考虑产品设计、服务质量、营销渠道等多种因素。”

老年研学旅游市场虽然还属于小众市场,但在多数业者看来,这是一个成长中的蓝海。

采访中,多位旅行社业者表示,他们已经看到了老年研学旅游市场的前景,也在尝试拓展,但是实际操作下来发现有一些难度。“这个市场有一定门槛,主要体现在两方面:一是获客渠道重度垂直,不容易对接;二是因为老年人的身体原因,对旅行社在服务保障能力方面的要求较高。”有业者表示。

如何开拓老年研学旅游市场?旅行社可以发挥在资源采购、产品开发和 service 方面的优势。

“我们主要对接本地的老年大学和一些协会,为他们的会员提供服务。”喻宁告诉记者,“比如,我们会跟合肥市老年体育协会合作,为他们旗下的太极拳协会量身定制武当山太极研学旅游产品。与本地的老年大学合作初期,我们只是提供酒店

采访中,说到如何促进老年研学旅游市场健康可持续发展,来自康养机构、老年大学、旅行社等多方参与者一致表示,老年研学旅游市场前景广阔。研学旅游作为一种结合教育和旅游的融合型旅游方式,能够满足老年人增长知识、丰富生活、增进健康和社交的需求。因此,针对老年人的研学旅游产品和服务具有很大的市场潜力和发展空间。与此同时,老年研学旅游市场还有一些瓶颈问题亟待破解。

在赵悦看来,研学旅游对老年人身心健康和文化交流具有重要意义,是积极应对老龄化社会、发展银发经济、创新老年教育模式的一种重要探索。“近年来,随着人们消费观念的转变和老年人口的增加,老年研学旅游市场呈现快速发展态势。越来越多的企业和机构开始布局老年研学旅游市场。但部分参与机构推出的产品和服务质量难以保证,影响了

行业声誉。虚假宣传、价格不透明等问题时有发生,需要在监管层面加大力度。”赵悦表示。

“目前市场上老年研学旅游产品同质化现象严重,缺乏统一的服务标准,很多产品在医疗和应急保障方面存在不足。部分老年人和家属对研学旅游的价值和内容认知不够,在一定程度上影响了参与意愿。”刘堂建议,有关各方应该携手建立老年研学旅游的行业标准,规范产品设计和 service,确保老年人参与研学活动时的安全性与舒适度。通过多渠道宣传,提高老年人对研学旅游的认知度,展示研学旅游的价值。产品开发过程中,应注重研学旅游的学习强度,结合文化、健康、生态等主题,设计更丰富的

体验活动。

“调研后我们发现,老年研学旅游市场最突出的问题是产品供给不足。市场上,针对老年人的研学旅游产品不多,内容相对单一。相关各方应开发更多符合老年人兴趣和需求的项目,如文化历史游、养生保健游等,并且加大宣传力度。目前,选择老年研学产品的主要是老年大学的学员和老年协会的会员,客群相对较窄。相关各方要拓展宣传渠道,通过传统媒体、社区活动、子女推荐、机构推广等渠道进行宣传。另外,服务人员专业性不足也是一个明显的问题,表现为服务人员对于老年人的特殊需求理解不够,缺乏专业培训。应加强对服务人员的专业培训,提升服务质量。老年人身体状况各异,在研学过程中发生安

全问题的概率较大。相关各方应提供专业的健康评估、紧急医疗支持和保险服务。”四川一家老年大学负责人建议。

喻宁说:“在学生研学市场,支持政策相对较多且明确。但在老年研学旅游市场,缺乏相关的支持政策。我们观察到,随着老年人口进一步增加,老年大学不能完全承载老年人日益增长的学习社交的需求,在这种情况下,旅行社推出的老年研学旅游产品可以作为一种很好的补充。为了给老年客群提供更专业的服务,现在我们招聘新员工,都会进行老年服务和老年教育方面的培训。”

有业者认为,老年研学旅游市场的瓶颈问题,需要各方共同努力加以解决。只有不断完善市场机制、提高服务质量、加强安全保障,才能推动老年研学旅游市场健康、有序发展,让老年人在研学旅游中获得更多的知识和快乐,丰富他们的晚年生活。

银发邮轮「慢行」且「漫游」

□ 刘念

8月,国务院印发的《关于促进服务消费高质量发展的意见》,将银发经济和旅游经济列为促进消费的重要领域。银发经济和旅游经济具有很好结合点,银发旅游已经成为旅游消费市场的重要组成部分。相关数据显示,截至2023年末,我国60岁以上老年人口数量已达2.97亿,占人口总数的21.1%。预计到2025年,老年游客数量将超过1亿人次,届时国内银发旅游市场消费有望突破万亿元大关。由此,银发旅游在拉动消费经济、助力中国养老服务体系发展建设等方面空间广阔。

银发旅游以慢行为特点,这恰恰与邮轮旅游海上漫游、节奏平稳的特点相吻合。除此之外,邮轮旅游还为游客提供了相对完备安全的环境,深受银发族的喜爱。国际邮轮协会在对2023年全球邮轮行业现状进行分析后发现,2018年到2022年,60岁以上的银发族占邮轮旅客总数的33%。这一市场规模,吸引许多旅游企业争相开拓银发市场,设计针对中老年游客的邮轮产品。

开发中老年邮轮旅游市场,分析游客出行特点是关键。旅游企业应当寻找邮轮产品与中老年游客需求的共同点,立足银发族的消费特点和生活习惯,充分利用邮轮上的软硬件设施,设计更多体验性项目,形成系列产品,打造品牌,提高游客复购率。在设计产品时,以下几点值得注意:

第一,银发族出行一般会避开传统节假日和寒暑假旺季,选择这个时间的船期可以形成价格优势,打造银发族邮轮系列产品。

第二,老年游客多为结伴出行,出行人员结构相对稳定。因此,可以在行程中设计一些团体性活动,如集体歌舞、棋牌比赛、养生讲座、文艺展演等。这些活动既可以与船上原有的活动相结合,也可以充分利用公共区域,如酒吧等场所。因为大多数老年游客很少会去酒吧消费,相当一部分老年游客挤在船舱里玩牌。组织方可以晚上在酒吧的一个区域举办桥牌比赛,白天举办养生讲座、茶道等活动,吸引更多老年游客参与,同时也提高了酒吧的使用效率,还可以逐渐在银发族形成口碑,促进更多老年游客选择邮轮旅游。

第三,适合银发族的邮轮并不是越大越好,游客容量在1500人以内为宜。邮轮过大,一方面,会增加旅行社招徕游客的压力,提高成本;另一方面,也会增加活动组织的难度,影响游客体验度。

第四,在招徕、宣传和运营方面,由于银发客群黏性较高,因此,建议培养长期客户,与涉老、养老机构,银发文艺团体、体育团体等建立合作关系,提高游客招徕效率。同时还应充分利用大众媒体,提高产品宣传力度。

邮轮运营方应当充分与旅行社等旅游企业进行沟通,发挥旅行社产品设计的优势,最大限度地提升产品吸引力。在游客数量稳定的基础上,甚至可以尝试洽谈老年用品的品牌冠名,增加盈利渠道。对于旅行社而言,设施产品应跳出旅游圈,放眼养老产业,寻求多方合作,形成共赢局面。

纵观旅游业发展,随着经济增长,民众的旅游需求逐步从观光旅游向休闲度假旅游过渡。银发旅游市场游客基数大、增长潜力足,但市场供给相对单调,难以满足需求。银发邮轮旅游产品的创新迭代,将为我国老年旅游市场的发展开辟一片新蓝海。

(作者单位:中国旅行社协会)