

旅行社如何拓展中老年旅居市场

□ 本报采访组



早晨去海边散步、打太极拳、练习八段锦，上午与朋友们一起下棋、学习养生知识，下午逛逛景点，顺便再去菜市场买点新鲜蔬菜，给自己和老伴准备一顿营养又可口的晚餐……这是正在海南旅居的张女士和老伴某一天的生活。

进入冬季以来，和张女士一样选择到南方旅居的中老年游客不在少数。旅居市场热度如何，供给端能否满足需求？旅行社业者做了哪些尝试，又如何更好地开拓这一市场？近期，本报记者进行了采访。

图虫创意 供图

旅居市场热度如何

对于中老年旅居市场的热度，身处旅居热门目的地的广西华夏国际旅行社董事长陈琦感受颇深。记者联系上陈琦时，他刚刚安顿好一个老年旅居团队的住宿。“广西北部湾大环线上康养资源丰富，每年冬春季，北海、防城港、钦州、巴马都会迎来中老年旅居大军，今年也不例外。入冬以来，我们主推的两款旅居产品有3000多游客报名。”

“今年的避寒康养旅居产品收客已近尾声，整体销售情况不错。”湖南星星国际旅行社总经理陈娟介绍，“中老年避寒旅居需求主要集中在头年冬季和来年春节假期，前往广州、博鳌、三亚、北海等地人群较多，旅居产品行程在7天到30天左右。”

对于旅居市场的热度，携程“老友会”项目负责人王欣欣感受深刻。“去

年10月份，我们开始上线旅居产品。首个云南旅居产品上线后的两周，销售间夜超过了700间，同期产出的与旅居相关的内容，每条都有10万+的播放量。”王欣欣告诉记者，目前在携程全站，老年用户购买长住连住产品占比最高。

“春秋旅游石家庄社针对当地有旅居需求的客群，重点推出行程超过15天的三亚大东海旅居产品。截至目前，咨询、预订数量持续走高，60至70岁年龄段的客群占比最高。”春秋旅游副总经理周卫红说。

分析中老年旅居市场迅速发展的原因，厦门南方文旅集团有限公司运

营总经理简新峰介绍，中老年客群拥有更多可支配时间和资金，对健康、休闲、养生等方面的需求日益增加，进一步激发了康养市场的活力。而旅居是康养中较为成熟的细分市场，受到很多中老年游客的欢迎。

广州广之旅国际旅行社股份有限公司副总裁文爽表达了相似的观点：“去年年初，国务院办公厅印发了《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，银发人群受到社会多个行业的重点关注。随着银发市场的消费能力不断增强，消费观念也在逐渐更新，他们渴望通过旅游社交等方式丰富晚年生活，提升生活品质。”

中老年旅居市场有何特点？

“从目前我们了解的情况来看，中老年客群旅居高峰分别是夏季和冬季。夏季，中老年游客倾向于‘北上’，去东北等地避暑。冬季，中老年游客普遍‘南下’，到海南、广东、广西等地避寒游。”众信旅游相关负责人介绍。

中国旅游研究院去年发布的《中国旅居市场需求调查报告》显示，避寒、避暑、滨海度假等成熟的旅居地依然是热门目的地。“候鸟型”旅居是当前市场主流，大多数旅居者出行呈现较为明显的季节性特征。分析旅居者出行时间，在半年以内的旅居者约占总数的90%以上，1—3个月的旅居者占63.8%。旅居者在目的地停留时间较长，能够更深入地体验当地生活。

核，很多导游获得了中国红十字会救护员证书。”文爽介绍，“从具体产品来看，我们选择江西宜春、贵州六盘水、云南普洱、河北张家口等适合旅居的城市，在产品中加入瑜伽、太极拳、养生食疗等健康养生元素，以及专业导师的指导，为银发族提供身心健康的旅居体验。另外，也可以根据消费者的个性化需求定制行程。”

简新峰告诉记者，借助广泛的合作渠道，他们在福建省落地了九仙山、梁野山、九溪潭、天子温泉等康养旅居基地，打造了3晚4天、4晚5天为主的短线康养旅居产品，推出了旅居小管家服务，满足中老年游客的康养旅居需求。

众信旅游相关负责人介绍，冬季，众信旅游推出了海南旅居8天、16天及31天的产品，满足中老年游客的避寒需求。此外，还推出了预订民宿及公寓等单项服务。目前来看，北京地区客源市场反响很好。

旅居产品怎样调整

重性价比，而且对居住的环境、同住者之间的情感交流、行程中的康养安排有更多需求。基于此，业者在旅居市场做了诸多重点开发，产品供给较为丰富。

海南康旅旅游股份有限公司企划中心总监杨管观察到，中老年群体的旅居需求有了新变化。“他们从最初关注气候、环境到现在对住宿环境、餐饮、体验更加重视。为了更好地匹配客户需求，我们推出了组织广场舞比赛、体检等项目。”

“基于海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区与海南岛的旅游度假资源，我们推出了纯旅居、旅居+旅游、旅居+医养3个主题产品。其中，旅居+医养主题产品比较受欢迎。”杨管介绍，“比如‘中医中药养生之旅’，在9天8晚行程中，客人半天体验理疗项目半天旅游，琼海

的美食、美景结合中医理疗项目，为游客提供更加舒适的体验。”

“开发此类产品时，居住场所是需要重点考虑的因素，比如是否邻近机场、景点、饭店以及便利店等。”周卫红介绍，“与往年相比，今年的三亚包机产品时间长了，从10天延长到15天以上。在住宿方面，结合银发游客对出游品质要求更高的特点，我们优选了一批交通便利、环境舒适的中高端酒店。酒店提供麻将室、乒乓球室、健身房、游泳池、自助洗衣机房等，给游客带来更加舒适的旅居生活。”

去年7月，广州广之旅国际旅行社股份有限公司成立了“乐龄乐活”俱乐部，研发了旅居产品1.0版。“我们重新梳理制订了旅居产品标准及服务标准，组织导游学习急救技能并进行考

旅居发展重点在哪

“平台应该发挥自己的供应链优势，作为旅居产品的整合方，为用户提供更多样、全覆盖、有保障的旅居产品。”王欣欣说，“目前，市场上的旅居产品质量参差不齐，需要有相应的标准，保障用户权益。从用户的角度来说，也需要有一个更可信的平台，携‘老友会’希望在这方面做更多工作。”

也有业者表示，目前，中老年旅居市场还处于发展初期，诸多瓶颈问题有待各方面合力解决。

“各地的旅居酒店、康养中心等硬件条件、服务标准参差不齐，旅居产品标准及服务标准体系还在进一步完善。建议相关部门尽快制定具体标准及服务指引，从制度上逐步规范中老年旅居市场。”文爽说。

在简新峰看来，康养旅居市场存在两大瓶颈。“一是专业人才缺乏。康养旅居服务对象多为中老年人，服务内容

不同于普通旅游产品，对服务人才的专业性要求更高，建议参考导游人员培训考试制度，推进职业旅居管家培训。二是产品质量参差不齐，参与机构鱼龙混杂，监管难度较大。”

专业的旅居人才应具备哪些素质？简新峰认为，“康养旅居服务比导游服务内容更广，要求更高。在专业素质方面，旅居服务人员既要具备旅游服务方面的知识，包括行程规划、接待服务、导游讲解、旅居基地及周边环境介绍等，也要熟悉康养领域的专业知识，包括医疗保健、康复护理、营养搭配、心理健康等。建议采取专职培训、持证上岗、等级评定等方法推动旅居人才队伍建设。”

杨管说：“从目前看，导游转型做旅居管家的比较少，毕竟要学习专业的医学知识，需要较长的时间。相对而言，医护人员比如护士转型做旅居

因为热爱我全力以赴

湖南省导游大赛金奖获得者谷祥慧

优秀导游风采

□ 本报记者 高慧

去年底，湖南华天国际旅行社导游谷祥慧捧回了2024年湖南省导游大赛金奖奖杯，这是他继2019年之后再次获此殊荣。“像自家人一样亲切、耐心。”“有自己独特的带团风格。”这是游客对他的评价。带团10年零投诉，游客满意度百分之百，谷祥慧是如何做到的？近日，本报记者对他进行了采访。

俗话说：“风景好不好，全看导游讲解仔细不仔细。导游一张嘴，调动游客两条腿。”

如何形成自己的带团风格？谷祥慧首先要解决的问题就是说好普通话。

2015年大学毕业后，谷祥慧来到湖南华天国际旅行社实习。当时的他分不清清音和鼻音，普通话很不标准。

对于立志做一名导游的他来说，首先要练好这张嘴。

谷祥慧从最基础的汉语拼音开始，一个字母一个字母地纠正发音、改善发音、增强口腔肌肉力量，跟着专业主持人“读”新闻，提高自己的表达能力。从最初的发音不标准到后来被游客、被评委称赞普通话标准，谷祥慧没少下功夫。

不过，说好普通话只是导游的基本功。怎样能“讲”得不一样，让游客满意，谷祥慧开始在讲解词上下功夫。

他深入研究湖南的历史、文化及民俗风情，不断增加自己的知识储备。闲暇时间，他几乎走遍了湖南的每个景点，走得最多的是长沙杜甫江阁。

诗圣杜甫晚年两度驻足长沙，曾寄居江阁，留下诗作50余首。为了纪念这位现实主义诗人，长沙市在湘江风光带兴建了杜甫江阁。这里是湖湘文化和杜甫全方位接触的一个契合点。如何讲好杜甫江阁，谷祥慧数易其稿，创作了1万多字的杜甫江阁讲解词，深度挖掘杜甫寓湘经历，为游客呈现了一个更加立体、生动的杜甫形象。有游客说：“谷导的讲解，让我们看到了一个不一样的杜甫，对杜甫江阁也有了更深的认识。”

谷祥慧说，每次举起导游旗，就扛起了沉甸甸的责任。

10年间，让他至今记忆深刻的是曾经接待过的一个特殊的华侨团。团员平均年龄超过70岁，他们自小离开祖国，此次回来想要好好看看祖国的大好河山。

老年游客大多腿脚不便，但他们的内心充满期待，他们希望能够走遍湖南的每一个景点，爬上每一座高山，把故乡的山山水水牢牢地印在脑海中。对于老人的这种心情，谷祥慧十分理解。他专门对行程进行了更详细的梳理，对导游词进行了调整，希望能让游客了解每个景点背后的故事。

团队中有一位老人，离开家

谷祥慧说：“这份鼓励一直激励着我，促使我成为一名合格的出境游领队，不断地提升专业素养。‘用心感动，用爱承担’的带团风格就是在这个过程中潜移默化形成的。干一行、爱一行，从事导游工作10年，我体会到了导游工作的艰辛与责任，对职业的爱让我一直坚持到现在，我已经把导游工作视为自己一辈子的事业。”



谷祥慧参加2024年湖南省导游大赛 受访者 供图



老年游客在海南三亚南山文化旅游区游览 本报记者 陈晨 摄

管家的比较多。推动中老年旅居市场发展，旅行社还要在市场宣传及产品推广方面下功夫。鉴于目前旅居市场的规范性不够，建议相关行业组织要主动发挥引领作用。”（采访组成员：张宇 赵垒 李金枝 高慧 执笔：张宇）



游客在海南天涯海角景区游玩 本报记者 陈晨 摄

面对有如此热度的旅居市场，旅行社企业在做什么，推出了哪些产品？

有业者观察到，与传统老年旅游不同，对于旅居，中老年游客不仅更加注

对于中老年旅居市场的前景，采访中，业者乐观地表示非常看好，旅行社能发挥的空间很大。

“国内中老年游客已经形成了旅居、康养的理念，他们习惯在冬夏两季进行康养旅居，一边旅行一边调养身体。”王欣欣分析，旅行社除了提供丰富的旅居康养产品外，还可充分发挥资源采购和整合优势，发掘更多康养旅居资源，或者与目的地合作，开发更多独家的康养玩乐项目，如公寓住宿、当地玩乐、用车就医等碎片化服务等。

“我们一直密切关注银发旅居、康养旅游市场。去年印发的《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，再一次体现出银发市场的需求量之大。如何让中老年人老有所养、老有所乐、老有所为，广之旅会根据不同客群需求逐一完善，不断探索这一领域的增量空间。”文爽说。

杨管表示，银发市场是旅游消费的主体，市场前景乐观。“未来，我们会整合更多资源，拓展‘旅居+X’发展模式。”