

Newsletter for Smart Senior Care and Health Care

智慧医养 研究动态



总第148期

2026年4月刊

主办：中国人民大学智慧养老研究所

协办：智慧养老50人论坛

中国老年学和老年医学学会智慧医养分会

支持：中国人民大学交叉科学研究院智慧医养技术与治理文理交叉平台



期刊学术委员会

主任

左美云（中国人民大学信息学院）

成员

程絮森（中国人民大学信息学院）

郭迅华（清华大学经济管理学院）

邱凌云（北京大学光华管理学院）

颜志军（北京理工大学管理经济学院）

郭熙铜（哈尔滨工业大学管理学院）

赵英（四川大学公共管理学院）

许伟（中国人民大学信息学院）

余艳（中国人民大学信息学院）

邓朝华（华中科技大学管理学院）

周军杰（汕头大学商学院）

汪长玉（江南大学商学院）

编辑：中国人民大学信息学院

智慧养老研究所

地址：北京市海淀区中关村大街59号

中国人民大学理工配楼4层

邮编：100872

邮箱：sac2014@126.com

智慧养老50人论坛 暨

中国老年学和老年医学学会

智慧医养分会 会刊

出版日期：2026年4月1日

欢迎您的宝贵意见！

内部刊物 注意保存

主编的话 1

【政府动态】

中国气象局等七部门《关于加强协同联动 推进康养气象服务高质量发展的指导意见》 1

开封市人民政府办公室关于印发《开封市加快推进旅居养老发展实施方案》的通知 3

【国际动态】

麻省理工学院初创公司让VR康养走进700+老年社区 7

从工具到伙伴：技术如何成为银发旅行者的必备盟友 9

【学术动态】

基于大语言模型的老年人健康信息感知理解内容补偿设计——中国随机试验研究 11

面向健康自我管理的语音助手：与老年人共同设计的智能健康助理系统 14

【应用动态】

美团旅行联动国航等航司推出“安心护航”计划 16

【近期热点】

会议集锦 18

数读医养 21



科技赋能银发旅游：从政策框架到应用落地

花开时节，风清草绿，正是人间四月天。当我们谈及老龄化社会，关注的不仅是医疗与照护，更是亿万长者对美好生活的向往。旅游作为精神文化消费的重要组成部分，正从“奢侈品”逐步转变为许多健康老年人追求美好生活的“刚需”。随着老龄化程度不断加深，老年群体对旅游的需求也正从“有没有”转向“好不好”。对许多长者而言，出行已不只是休闲消费，更关系到安全保障、健康支持和服务体验。在这样的背景下，借助数字技术、人工智能和智慧服务提升银发旅游质量，已成为行业发展的重要方向。

从政策层面看，科技赋能银发旅游已具备较为清晰的制度支撑。今年全国两会公开的《“十五五”规划纲要（草案）》提出，深化拓展“人工智能+”，促进生活性服务业高品质、多样化、便利化发展，并释放服务消费潜力，这为养老、文旅等领域的数字化升级提供了新的政策背景。近两年来，国家层面也持续细化相关部署。国务院办公厅印发的《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》提出，组建覆盖全国的旅居养老产业合作平台，培育旅居养老目的地，为拓展银发旅游和旅居养老服务提供了政策支撑。围绕老年人“慢旅行+康养”的出行需求，商务部、文化和旅游部、国铁集团等9单位印发过《关于增开银发旅游列车 促进服务消费发展的行动计划》，提出到2027年形成覆盖全国、主题丰富、服务全面的银发旅游列车产品体系。

从应用层面看，科技赋能银发旅游，正由单一的信息服务，逐步延伸到出行辅助、场景保障和行程支持等环节。以助行设备为例，一些企业研发的外骨骼产品已开始进入文旅场景，为老年游客登高、步行等活动提供辅助。与此同时，景区硬件适老化改造也在推进。例如，西夏陵通过增设无障碍通道、缓坡、免费轮椅和一键报警装置，提升了老年游客在游览过程中的安全性与便利性。在平台服务方面，扬州“下扬州”等智慧旅游应用，已能够提供语音导览、电子地图和行程定制等功能，帮助老年游客更便捷地完成出行安排。总体来看，技术的作用已不只是展示信息，而是围绕老年游客在出行、游览和服务保障中的实际需求，提供更细致、更友好的支持。这正是科技赋能银发旅游的深层逻辑：不是以新技术取代人的判断，而是让技术回归服务本位，在老人最需要的时刻、最不易察觉的场景中发挥作用。

因此，对银发旅游而言，真正重要的是坚持以人为本，把技术用在最需要的环节，让便利更多留给老人，把复杂更多留在系统背后。只有这样，科技赋能银发旅游才能从“有场景”走向“有品质”，更好回应老年群体对美好生活的期待。愿在政策引导和科技助力下，越来越多长者能够行得更安心、游得更从容，在旅途中感受更充实、更有品质的晚年生活。

主 编 刘丽丽

2026年4月1日于北京



中国气象局等七部门

《关于加强协同联动 推进康养气象服务高质量发展的指导意见》

编者按：

为深入贯彻落实习近平总书记关于健康中国的重要论述以及关于气象工作重要指示精神，全面推进康养气象服务高质量发展，中国气象局、民政部、文化和旅游部、国家医疗保障局、国家林业和草原局、国家中医药管理局、国家疾病预防控制中心等七部门联合提出该意见。意见中指出到2027年建立部门协同的康养气象服务格局，到2030年形成完善的标准规范体系，并提出了绘制全国气候康养资源“一张图”、挖掘“气象+中医药”康养潜力、建立老年人群健康风险预警体系、试点集养老、运动、气候疗愈、旅居休闲于一体的综合性康养气象服务等多项核心任务，最终打造康养气象服务“中国样板”。现将其中智慧养老相关内容摘录如下。

全文可参见：https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202601/content_7054707.htm

一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，把人民健康放在优先发展的战略地位，落实《“健康中国2030”规划纲要》《气象高质量发展纲要（2022-2035年）》《国家气候变化健康适应行动方案（2024-2030年）》《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》等政策要求，加大保障和改善民生力度，加快推进健康中国建设，更好满足人民美好生活需要，助力经济社会高质量发展。

到2027年，全国基本建立部门协同、上下联动的康养气象科技创新和服务格局；形成分人群、分地区、分类别的康养气象服务产品，建立多部门联合发布机制；试点开展康养气象服务，形成地区特色的气候康养资源开发利用方案与康养气象服务模式。到2030年，形成较为完善的康养气象科技创新和服务业务体系，

建立健全康养气象服务标准规范，营造气象与康养融合发展的政策环境，气象与康养全链条、多领域协同发展的效能显著提升。

二、重点任务

（一）强化气候康养资源开发利用

1.开展气候康养资源普查评价。建立全国气候康养资源评价制度，开展全国气候康养资源普查，绘制全国气候康养资源“一张图”，加强重点区域气候康养资源潜力评估，挖掘有利于人群健康的优质气象服务产品。

3.打造“气象+中医药”康养示范。结合各地独特的气候资源优势和中医药文化底蕴，充分挖掘气象因素与中医药种植加工、养生理念、技术方法在维护健康、防治疾病、促进康复等方面的应用潜力，探索中医药康养气象服务模式。拓展与优势气象资源相结合的节气文化、药食文化，研发“气象+中医药”康养指数



及产品，指导社会公众科学进行节气调养、药膳搭配及疾病预防。

4.发展气候宜居服务。推动发展候鸟式、避暑式、疗养式、治疗式等气候宜居服务，联合建立康养、疗愈、治未病等宜居气候特征指标和生态特征指标，引导公众根据气候指标选择康养旅居地区和适宜时段，发展气候宜居服务新业态。

（二）加强人群健康气象服务

5.强化风险防控产品体系。开发人群气象健康影响预报和风险预警模型，制定人群气象健康风险等级划分标准。研发人群气象健康风险产品，完善风险产品动态发布机制，面向社会公众、医疗机构、养老机构开展分区域、分季节、分人群的精细化风险提示服务。气象、疾控等部门联合发布公众健康危害信息和预防措施指引。加强对养老机构等脆弱人群聚居场所气象灾害预警服务，探索建立基于养老电子地图的精准化气象风险预警推送平台。

6.完善风险防控联动机制。建立健全临灾预警和应急叫应机制，建立人群气象健康风险预警部门联动响应制度，共同制定防控策略，提升公众对气候敏感疾病的防范能力。气象部门联合疾控机构、医疗机构、养老机构、社区等打造联防联控服务体系，制定重点人群保护实施方案，建立分级分类动态防护机制。

8.做好老年康养气象服务。建立老年人健康风险气候指标，发布银发人群气候健康调适指南，指导银发人群根据气候变化调整起居习惯，普及科学知识，提高其健康素养，重点面向养老机构和居家养老空巢、独居老人提

供服务。试点针对银发人群发展集养老、运动、气候疗愈、旅居休闲、人群气象健康风险提前干预为一体的综合性康养气象服务。

（三）融入康养产业发展

9.开展医疗保障气象服务。强化气候变化条件下的人群健康风险趋势分析，为医疗保障政策调整、定点医疗机构资源规划配置等提供决策支撑。开展医疗保障气象健康风险预警与医疗费用支出相关性研究，探索构建医疗保障气象健康风险预警与医保支出预测联动平台。

11.助力产业布局优化。为康养基地布局、康养园区建设、康养地产与设施开发、户外运动目的地等提供气象灾害风险评估。针对不同康养场景、赛事活动等提供定制化气象服务，为康养产业运营提供全链条支撑。开展气候变化对中药材种植的影响预估，助力中药材产业结构调整。

（四）夯实康养气象服务基础支撑

12.加强数据监测共享。优化康养气象监测站网布局，加强重点区域、重点人群、人员密集区康养气象监测建设，加密负氧离子、紫外线、洁净空气、致敏花粉等康养气象要素监测。建立康养气象综合观测站，完善康养数据共享平台，实现多部门数据交互共享机制。

13.强化科技创新应用。联合编制康养气象科研指南，针对关键科学问题组建跨部门、跨学科的创新团队，设立康养气象科研专项，开展科技攻关。积极推进部门重点实验室、联合研究中心等健康气象科技创新平台建设。研发康养气象服务效果评估技术，量化评估康养气



象服务成效。鼓励企业和社会力量参与建立产业化研发平台。

14.完善气象标准规范。建立健全康养气象服务业务技术标准，规范康养气象服务的管理、监测、预警和信息发布及产品准入制度，促进康养气象服务标准化和规范化发展。

三、保障措施

建立健全跨部门协调工作机制，统筹推进康养气象工作，强化康养气象相关政策引领、机制建设、资源配置，联合高校、科研院所等形成优势互补、协同创新的多学科交叉、多行业融合发展格局。各地要建立康养气象协同工作机制，研究制定具体实施方案，建立常态化交流机制，落实主体责任，形成工作合力，持续提升康养气象服务水平。强化康养气象科普宣传，建立康养气象科普宣传专家库，拓展信息传播渠道，实现内容通俗化、产品多元化、

资料来源：

中国气象局等七部门《关于加强协同联动 推进康养气象服务高质量发展的指导意见》，网页参见https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202601/content_7054707.htm

（本文责任编辑：郭瑞芳）

开封市人民政府办公室关于印发 《开封市加快推进旅居养老发展实施方案》的通知

编者按：

为加快推进旅居养老发展，更好推动全市养老服务高质量发展，根据《中共中央 国务院关于深化养老服务改革发展的意见》《国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》《开封市人民政府关于印发开封市促进养老服务消费“六项行动”实施方案的通知》等文件精神，开封市人民政府办公室结合开封市实际制定了本方案。方案提出分阶段打造全国知名旅居养老目的地，加快



旅居养老服务设施建设，充分利用焦裕禄精神、宋文化、中医等特色扩大旅居养老供给，建立旅居养老产业发展联盟、落实旅居养老产业配套服务等四方面。

全文可参见：https://www.kaifeng.gov.cn/kfsmzfwz/szfbx/pc/content/content_2006186783241465856.html

一、工作目标

坚持政府引领、社会参与、市场运作的原则，优化资源配置，加快推进旅居养老服务体系建设，着力打造全国知名的旅居养老目的地。2025年，全面启动体系建设阶段，夯实制度基础与资源布局。2026年，重点培育一批集旅游、养老、康养功能于一体的旅居养老试点县（区）、试点机构和康养中心。2027年及以后，持续推动旅居养老产业实现高质量、可持续发展，全面提升开封作为旅居养老目的地的全国影响力与吸引力。

二、主要任务

（一）加快旅居养老服务设施建设

1.培育旅居养老试点县（区）。以兰考县、祥符区、龙亭区、鼓楼区为首批实施单位，开展旅居养老试点县（区）培育工作，力争通过1-2年时间，建设成为设施完善、服务规范、环境友好、社会认可、老年人满意的旅居养老目的地，形成可复制、可推广经验。（责任单位：市民政局、市文化广电旅游局、市市场监管局，兰考县政府、祥符区政府、龙亭区政府、鼓楼区政府）

2.培育旅居养老试点机构。推动养老机构提升管理服务规范化水平，鼓励其合理利用空余床位，为外地老年人提供短期托养和体验入

住服务。深化养老机构与本地旅游资源对接，开发特色课程、康养及文旅项目，促进资源高效利用和市场拓展。到2026年，全市培育不少于10家旅居养老试点机构。（责任单位：市民政局、市发展改革委、市市场监管局，各县区政府）

3.发展旅居养老康养中心。依托我市景区景点、公园等资源，通过无障碍改造、适老化提升、完善老年优待政策等，持续完善旅游服务功能，建设一批旅居养老康养中心，为老年游客游玩提供便利与贴心化服务。支持社会力量建设旅居养老旅游服务设施。到2026年，全市力争培育不少于10个功能完善、体验优良的旅居养老中心。（责任单位：市民政局、市文化广电旅游局、市卫生健康委、市教体局、市市场监管局，各县区政府）

4.提升旅居养老住宿服务品质。引导酒店、民宿、农家乐等经营主体积极发展适老服务。鼓励开发营养膳食、健康监测、文化导览等特色服务项目，全面提升老年人旅居的安全感、便利性与舒适度。到2026年，培育不少于30家老年友好型住宿服务设施，推动星级酒店和等级民宿持续提质升级，不断提高旅居养老服务的专业化水平。（责任单位：市民政局、市文化广电旅游局、市商务局、市市场监管局，各县区政府）



（二）扩大旅居养老服务有效供给

5.红色精神传承之旅。以焦裕禄精神为引领，融合红色资源、创新体验方式，打造“红色启蒙-红色信仰-红色兰考”多层次沉浸式体验之旅，引导人们在实践中实现思想升华，自觉做焦裕禄精神的践行者与传播者，谱写红色传承新篇章。（责任单位：市民政局、市文化广电旅游局，兰考县政府）

6.宋文化康养体验之旅。深入挖掘宋文化、黄河文化及特色美食等资源，推出以兰考东坝头黄河湾风景区、沉浸式宋式生活体验、乡村田园休闲等为代表的多条高品质旅居养老主题线路。2025年深化推广既有7条线路，2026年全面建成不少于10条优质线路。（责任单位：市文化广电旅游局、市民政局、市农业农村局，各县区政府）

7.中医养生健康之旅。依托我市深厚的中医文化与医疗资源，围绕中医文化传播、医疗健康服务、保健康养主题，精心设计3条以上线路，打造集中医研学、康养调理于一体的旅居养老新体验。（责任单位：市卫生健康委、市文化广电旅游局、市民政局，各县区政府）

（三）建立旅居养老产业发展联盟

8.加强旅居养老宣传推介。积极利用各类博览会、招商推介会等平台，推广开封旅居养老特色服务与项目。通过新闻媒体、政府网站、养老机构平台、微信公众号等渠道，构建多层次宣传网络，持续提升开封旅居养老品牌的知名度和吸引力。（责任单位：市委宣传部分、市委网信办、市委老干部局、市民政局、市文化广电旅游局、市商务局、市卫生健康

委、开封日报报业集团、开封广播电视台，各县区政府）

9.深化旅居养老协同合作。推动实现资源互惠、信息互通与客源共享，加快构建旅居养老协同发展新机制。到2025年，市级层面推动与省内外50个以上城市签订旅居养老合作协议；到2026年，实现每个县（区）分别与不少于10个合作城市建立对接机制；至2027年，全市合作城市总量突破100个，跨区域协同发展格局基本形成。（责任单位：市民政局，各县区政府）

（四）落实旅居养老产业配套服务

10.规范旅居养老服务市场。加快制定旅居养老服务合同、旅居养老服务规范等标准文件，强化标准在信用监督、风险防控、综合管理和品牌培育方面的支撑作用，推动旅居养老服务品牌化、规范化、安全化发展，全面提升服务品质、行业信誉和安全保障水平。（责任单位：市民政局、市公安局、市市场监管局、市文化广电旅游局、市商务局，各县区政府）

11.提升旅居养老医疗服务能力。支持符合条件的旅居养老机构依法依规设立医疗机构，增强针对老年常见病、慢性病的动态管理、康复护理、紧急救护等医疗服务能力。推动市、县（区）基层医疗机构与旅居养老机构建立协作机制，逐步构建高效响应、便捷优质的旅居老年人医疗服务体系。（责任单位：市卫生健康委、市民政局、市医保局，各县区政府）

12.构建旅居养老交通网络。全面提升主要旅居养老目的地的交通通达性与便利性，在火车站、汽车站等重要枢纽常态化设置老年人服



务专窗与绿色通道，提供引导协助、无障碍出行等个性化便利服务，持续优化老年人旅居交通体验，营造温馨、安全、便捷的出行环境。

（责任单位：市交通运输局、市民政局，各县区政府）

三、保障措施

建立市民政局牵头的旅居养老工作联络机制，统筹协调解决重大问题，增强政策合力与执行效能。各县（区）、有关单位要对照职责主动认领任务，细化落实方案，确保各项重点任务有效推进。加强政策资金保障，凝聚合力推进旅居养老高质量发展。强化部门联合监管执法，联合整治旅居养老市场违法违规行为，切实保障老年人合法权益，营造安全、诚信、

有序的市场环境，促进旅居养老产业健康有序发展。

责编评论：

开封市出台的旅居养老发展实施方案，精准抓住了千年古都的独特文化基因与红色资源禀赋。方案中设计的红色精神传承之旅、宋文化康养体验之旅与中医养生健康之旅，正是将这些特色资源转化为旅居康养核心竞争力的关键举措。这种以文化为场景、以中医为内核、以智慧平台为支撑的旅居康养模式，跳脱了单纯依赖自然资源的传统路径，构建起“可游可居、可养可医”的复合型供给体系，为历史文化名城探索银发经济新业态提供了创新样本。

资料来源：

开封市人民政府办公室关于印发《开封市加快推进旅居养老发展实施方案》的通知，网页参见https://www.kaifeng.gov.cn/kfsrcmzfz/szfbx/pc/content/content_2006186783241465856.html

（本文责任编辑：郭瑞芳）





麻省理工学院初创公司让VR康养走进700+老年社区

编者按：

虚拟现实（VR）技术作为构建数字孪生环境的重要载体，正逐步突破“年轻化”的技术偏见，向适老化场景深度渗透。本文聚焦麻省理工学院（MIT）初创企业Rendever的创新实践，通过剖析其“虚拟旅行团”的社交化商业模式与高客户留存率的商业逻辑，揭示了技术赋能康养的核心在于从“设备堆砌”转向“服务重构”。文章不仅展示了VR技术在认知干预、康复训练等临床场景的应用潜力，更结合中国国情，探讨了本土化内容生态构建与医养结合支付体系的挑战。

在今天的养老院里，一群银发长者正戴着VR头显，进行一场别开生面的虚拟旅行。他们时而惊叹于故宫的雄伟壮观，时而在虚拟球场挥拍击球，欢声笑语不断。这一幕不再是科幻电影的场景，而是全球700多个老年社区的日常。曾经被视为“年轻人玩具”的VR技术，如何悄然走进养老领域，成为提升老年人生活质量的重要工具？当老龄化挑战日益严峻，科技正给出全新的解决方案。

VR养老的商业模式革新

传统VR设备一直存在一个问题：它们是为个人设计的孤岛体验，而这与老年人最需要的社交连接背道而驰。美国企业Rendever的突破在于重构了使用场景，创造出“虚拟旅行团+导游带队”的创新模式。通过一台平板电脑，工作人员可以同时控制多台VR头显，让老人们看到的画面完全同步。当一位老人惊叹眼前的埃菲尔铁塔时，其他人也能立刻看到同样的景色。这种机制将VR体验从“看电视”变成了“一起旅行”，激发了即时的社交话题和共鸣。更重要的是，老人完全不需要学习复杂操作，只需戴上眼镜。所有的选片、播放、暂停、切换视角，全部由工作人员手中的平板电脑一键掌控。这极大地降低了养老机构的培训成本和落地阻力，使一名普通社工就能轻松带

领10-20位老人进行高质量活动。

真正让VR技术在养老领域站稳脚跟的，不是硬件本身，而是整套的服务和内容生态。Rendever等成功企业早已超越单纯卖设备的阶段，转而提供完整的解决方案。无限怀旧库让老人可以“回到”他们50年前居住的老屋、度蜜月的海滩；亲情陪伴通道允许家人上传360度全景照片，让老人“出席”孙子的婚礼；专业康复游戏将枯燥的物理治疗转化为有趣的互动体验。针对中国市场的特点，内容本土化尤为关键。与国外老人热衷看世界不同，中国老人的情感核心是“落叶归根”。未来中国版VR养老的核心内容壁垒应该是高精度的中国城乡全景库，让上海养老院里的老人清晰地看到他在安徽农村的老宅。

数据背后的商业价值

对于养老机构而言，引入VR技术的决策最终要回归商业本质。令人印象深刻的是，Rendever公布的客户留存率一直保持在96%以上，部分年份甚至接近98%。这样高的续费率在SaaS行业堪称罕见。高续费率的背后是明确的价值创造：VR系统显著提升了养老机构的人效比。传统模式下，一位活动专员一次只能服务3-5位老人（如带做手工）。而通过VR同步系统，1位工作人员可以同时带领10-20位老人



进行高质量的虚拟旅行。更吸引机构的是，VR技术还能帮助它们打造差异化竞争优势。在养老机构同质化严重的市场环境下，能够提供沉浸式VR体验的机构更容易获得家属的青睐，从而提升入住率。

今天的VR养老应用已经远远超越娱乐范畴，延伸到更专业的领域：在认知症干预方面，VR怀旧疗法显示出独特价值。通过重现老人熟悉的过往场景，有效刺激记忆和认知功能；在肢体康复领域，VR将枯燥的康复训练转化为有趣的游戏。老人可以在虚拟场景中完成各种动作训练，同时系统实时追踪活动数据，生成健康报告；在心理疏导方面，VR冥想课程通过构建舒适的自然场景，帮助老人缓解焦虑和抑郁情绪，提升心理健康水平。

中国市场的机遇与挑战

对于中国的创业者、投资者和行业从业者而言，VR养老市场蕴含巨大潜力，但也面临特殊挑战。适老化改造是中国市场的关键。中国养老机构普遍面临护理员年龄偏大、文化水平不高的问题，设备必须极端“傻瓜化”。理想模式可能是机构只需开机，内容播放和活动引导由远程专业社工通过云端控制，线下护工只负责维持秩序。医养结合是另一个重要突破口。中国政策大力支持“医养结合”，单纯的娱乐很难获得政府补贴或医保支持。如果能结合临床数据，证明VR在认知症干预上的有效性，产品将有望超越“娱乐设备”的范畴，进入更广阔的医疗支付市场。

资料来源：

根据银龄视界AgingVisionPro微信公众号2026年3月2日发布的《融资450万、续费率98%！这家MIT初创公司，凭VR啃下万亿养老市场这块硬骨头》缩写整理而成。

随着技术的不断进步，VR养老正朝着更加个性化、智能化方向发展。人工智能技术的融入将使VR内容更能精准匹配每位老人的偏好和需求；硬件设备的轻量化将让体验更加舒适；5G技术的普及将支持更高质量的内容传输。更值得期待的是，VR技术可能与物联网、大数据、生物传感等技术融合，构建全方位的数字康养生态系统。在这个系统中，VR不仅是娱乐和康复工具，更是连接老人、家庭和养老机构的重要纽带。科技的本质始终是服务于人。在VR养老这一新兴领域，最成功的企业将是那些既能把握技术前沿，又能深刻理解老年人真实需求的创新者。对于关注银龄经济的创业者、投资者和行业从业者而言，这片蓝海市场正迎来最好的时代。

责编评论：

Rendever的成功关键在于通过“导游带队”的交互设计，消解了技术使用的准入门槛，成功将原本孤立的个体体验转化为集体社交仪式，这一转变深刻诠释了“科技向善”的伦理内涵。相较于欧美侧重“探索世界”的游历需求，中国老年人“落叶归根”的情感结构决定了VR康养的内容壁垒在于高精度的本土场景复刻。更深层次的挑战在于，如何通过远程技术手段实现运维的极简操作，以及如何通过循证医学证据推动VR康养从娱乐消费向医疗支付跨越。未来，VR康养的生命力将取决于其能否真正嵌入现有的医养结合服务体系，成为标准化、数据化、人性化的照护工具。

（本文责任编辑：李辰龙）



从工具到伙伴：技术如何成为银发旅行者的必备盟友

编者按：

随着银发经济兴起，康养与银发旅游正迎来数字化变革。在阿根廷、美国等国家，数字技术不再是银发旅行者的“门槛”，而是逐渐成为贴心出行伙伴。本文聚焦两国实践，展现技术如何通过优化界面、强化易用性、提供个性化服务，适配银发群体安全、安心的康养旅行需求，破解产品设计与实际使用的脱节难题，探讨技术赋能下银发旅游的转型路径与未来方向，为全球技术赋能康养与银发旅游提供参考与借鉴。

在阿根廷、美国等国家，界面设计与用户体验的优化及个性化服务升级，正改变着老年人对应用的认知，推动两国乃至全球银发旅游数字化转型，让数字技术逐渐成为银发旅行者的必备出行盟友。

一、银发旅游迎来数字化转型：手机成为出行核心工具

手机已成为阿根廷、美国50岁以上群体旅行的核心工具，两国传统银发旅游模式正加速数字化转型。长期以来，银发旅游以线下旅行社、固定行程为主，数字技术参与度较低。如今两国越来越多老年旅行者，已将手机作为行程规划、导航及应对突发状况的核心依托，这种选择基于旅行安全、操作清晰与体验可控的理性需求，让技术真正服务于旅行本身。

美国退休人员协会（AARP）的研究显示，超三分之二的美国老年人旅行时会使用智能手机，高频应用集中在地图、交通、预订及本地信息查询。作为代表美国50岁以上人群的非营利组织，AARP拥有超3800万会员，其发布的旅游、科技等领域报告，是分析成年人群需求变化的重要参考。

二、银发群体不排斥技术：只是怕麻烦

该研究同时揭示，阿根廷、美国银发旅游数字化的核心问题是产品设计与需求脱节：银发旅行者们并不排斥技术，只是反感复杂繁琐的设计，不少受访者曾因为应用繁杂、界面不直观而感到困惑。这种供需不匹配源自于设计层面的忽视，而非年龄大小的差异。字体过小、操作碎片化、通知过多、缺乏人工协助，仍是两国银发群体使用旅游科技产品时遇到的主要障碍。

实践证明，消解这些障碍就能提升使用率，产品易用性已成为技术获得银发群体信任、融入康养旅游的核心前提。

三、易用性即是关怀：好应用的共同特征

对阿根廷、美国银发群体而言，产品易用性本身就是一种康养关怀。获得两国老年人认可的旅游应用，均具备字体清晰、流程简洁、信息集中、帮助可快速获取的特征，地图、交通、健康、预订等功能虽位居使用前列，但核心是技术作为辅助，而非出行负担。



这种技术适配趋势正延伸至全球旅游目的地，银发经济报告显示，旅游业数字化正走向包容，除完善网络连接外，更注重打造舒缓旅行节奏、双重无障碍环境及全程陪伴服务，贴合康养旅游核心需求。

四、阿根廷实践：银发旅行者更看重安全与可控

阿根廷70岁以上老年游客的出行特征，进一步印证了这一趋势。当地数据显示，该群体已普遍用科技获取旅行信息、安排行程，但相较于新奇功能，他们更重视安全、可预见性与服务信任感，数字技术的价值在于降低旅行不确定性、预判突发状况。

五、从工具到伙伴：旅游平台适老化改造

全球旅游平台正将对银发群体的需求认知，转化为产品与服务改进，让应用从工具升级为阿根廷、美国银发旅行者的贴心伙伴。Civitatis阿根廷区总经理尼古拉斯·波塞表示，对银发旅行者而言，易用性就是信任感，平台正通过集中所有旅行信息、消除操作碎片化，降低银发群体的技术使用压力，其使用单一界面整合预订、活动等关键信息，核心是减少出行焦虑。

资料来源：

根据infobae网站2026年2月6日发表的《De Plataformas Confusas A Compañeros De Ruta: El Desafío De Convertir La Tecnología En Aliado Imprescindible Para El Turista Senior》缩写整理而成。

（本文责任编辑：尹梦晗）

六、AI与个性化：只提供有用信息，不制造负担

个性化服务是技术适配两国银发需求的另一关键。尼古拉斯·波塞强调，AI的核心是帮助而非侵扰，平台智能规划工具会根据旅行场景推送有用内容，而非海量信息。基于超500万条真实评价，平台明确安全是银发群体旅行的绝对优先项，因此强化了全程陪伴与离线信息访问功能，搭配西班牙语界面，让阿根廷及西班牙语区老年游客在网络不稳定的境外旅行中，也能掌控行程、安心出行。

七、技术与人文平衡：银发旅游未来方向

技术赋能银发旅游的过程中，移动技术始终是康养旅行的辅助工具，并未取代人与人的连接。如今阿根廷、美国的银发旅游，既非纯传统模式，也非全盘数字化，而是形成“选择性用科技”的平衡——采纳有用功能、摒弃多余设计，让创新服务于旅行体验。

这种科技与需求的精准适配，正重塑两国乃至全球银发旅游格局，也指明了旅游业未来方向：技术赋能的核心的是贴合群体需求，打造包容、贴心的旅游生态，这在康养与银发旅游领域尤为重要。



基于大语言模型的老年人健康信息感知理解内容补偿设计

——中国随机试验研究

Tianchang Liu¹, Xiaokang Song², Qinghua Zhu¹

(1. Nanjing University, Nanjing, China

2. Xuzhou Medical College, Xuzhou, China)

编者按：

在人口老龄化加速与数字健康服务不断普及的背景下，中国老年人对在线健康信息的需求持续增长，但健康信息专业性强、表述复杂、适老化程度不足等问题仍然普遍存在，直接影响老年人对健康内容的理解与使用，进而关系到其健康决策与自我照护能力。传统健康信息优化方式高度依赖人工编辑，不仅成本高、效率低，也难以实现规模化、标准化的适老化改造。大语言模型凭借强大的语言理解与生成能力，为健康信息的自动化、低成本适老化优化提供了新的技术路径，但其在中文语境下对老年人健康信息感知理解的实际作用与效果，仍然缺乏系统、严谨的实证检验。本研究以264名中国老年人为研究对象，采用拉丁方设计开展随机对照实验，系统检验由大语言模型生成的简洁化、增强连贯性、积极框架、叙事框架、隐喻框架五类内容补偿策略对老年人健康信息感知理解度的改善效果。研究结果显示，所有优化方式均能显著提升老年人对健康信息的理解感受，其中隐喻框架的提升效果最为突出。同时，研究发现健康素养和年龄是影响感知理解的关键因素，而教育水平与主观健康状况并未表现出显著作用。本研究首次提出适用于老年人健康信息的大语言模型两阶段内容补偿模型，可为老年友好型健康信息生产、智能健康传播工具开发提供可落地的科学依据，对缩小老年群体数字健康鸿沟、推动高质量健康老龄化具有重要的实践意义。

受认知能力衰退、健康素养不均等因素影响，老年人更容易因信息理解不足或误读而产生健康风险。目前改善老年人健康信息理解主要包括能力补偿、内容补偿和代理解读三种思路，国内针对数字平台的内容补偿仍处于初步发展阶段，多数优化仅停留在字体放大、色彩调整等表层形式，缺少针对内容结构、语言表达与信息框架的深度设计。同时，现有相关研究多以英文语境和西方老年群体为对象，针对中文环境与中国老年人的实证研究较为缺乏。

大语言模型在医疗健康领域快速发展，能够高效完成文本简化、句式重构、内容改写等任务，大幅降低健康信息优化成本，但AI生成内容可能存在事实性错误与幻觉问题，因此更适合在已有权威信息基础上进行适老化改造，而非直接生成全新健康结论。现有研究对健康信息的评估多依赖客观可读性公式，较少关注老年人最真实的主观感知理解度，而主观易用性与易理解性恰恰是决定老年人是否愿意阅读、信任与使用健康信息的关键。基于上述现实与



理论缺口，本研究围绕两大核心问题展开探索，一是大语言模型生成的内容补偿策略能否有效提升老年人对健康信息的感知理解度，二是年龄、健康素养等个体差异如何影响这一提升效果。

本研究整合信息框架理论、概念隐喻理论与情感传染理论，从语言特征优化与信息框架设计两大维度构建研究假设。在语言特征层面，文本简洁性与连贯性是影响可读性的核心要素，简化专业词汇、缩短复杂句式能够降低阅读负荷，增强逻辑衔接则能帮助老年人更顺畅地把握信息脉络，因此研究假设提升简洁性与连贯性均能正向改善老年人的健康信息感知理解。在信息框架层面，积极框架通过强调健康收益与正向结果降低情绪阻力，提升阅读意愿；叙事框架借助故事化表达增强内容亲和力与记忆度；隐喻框架将抽象医学概念转化为生活化经验，降低认知负荷。基于已有理论与相关研究成果，本研究提出积极框架、叙事框架与隐喻框架均能显著提升老年人对健康信息的感知理解度。

本研究采用双盲、拉丁方设计的随机对照实验，通过拉丁方设计有效控制材料顺序、材料类型等潜在混淆因素，提升研究结果的内部效度。实验的自变量为六组健康信息版本，包括原始版本以及由大语言模型优化后的简洁化版本、增强连贯性版本、积极框架版本、叙事框架版本和隐喻框架版本，因变量为老年人对健康信息的感知理解度，同时将年龄、性别、教育水平、健康状况、电子健康素养以及信息相关性作为控制变量纳入分析。实验材料选取自春雨医生平台的六类老年高发疾病健康文

本，涉及中风、骨质疏松、白内障、心血管疾病、骨关节炎与痴呆，文本长度平均为500字，符合老年人日常阅读范围。所有优化内容均通过ChatGPT 4o结合思维链提示词完成，确保改写过程可解释、核心信息不偏离，优化完成后由研究人员进行人工核查，保证医学信息准确。研究对象通过腾讯问卷平台进行招募，纳入标准为55岁及以上、能够独立完成问卷填写的老年人，在剔除填写时间过短、答案规律化等无效样本后，最终获得有效样本264人，平均年龄61.7岁，样本覆盖中国26个省份的78座城市，在地域、年龄、性别与教育水平上均具有较好代表性。测量工具采用成熟量表，感知理解度与信息相关性使用7点李克特量表测量，电子健康素养使用中文版eHEALS量表测量，所有量表信度系数均高于0.9，内部一致性良好。数据处理使用SPSS 22.0完成，主要包括方差分析、事后检验以及线性回归分析。

随机分组均衡性检验显示，各实验组在年龄、性别、教育水平、健康状况与电子健康素养等关键变量上均无显著差异，说明随机分组有效，组间基线均衡可比。主效应分析结果表明，五种由大语言模型优化的健康信息版本，相较于原始版本均能显著提升老年人的感知理解度，所有研究假设均得到支持。在各优化策略中，效果由高到低依次为隐喻框架、积极框架、叙事框架、增强连贯性与简洁化提升，其中隐喻框架带来的改善作用最为显著。同时，信息相关性对感知理解度具有极强的正向预测作用，信息与老年人自身健康需求越贴近，老年人越容易认为内容易于理解。个体因素回归分析结果显示，健康素养对感知理解度的影响



最强，健康素养越高的老年人理解效果越好，年龄与性别同样存在显著影响，年龄更高的老年人与女性老年人的感知理解度相对更高。与之相对，教育水平、主观健康状况以及健康文本的长度均未对感知理解度产生显著影响。

研究发现，第一，大语言模型驱动的内容补偿设计能够显著、稳定地提升中国老年人对健康信息的感知理解度，且五种优化策略均具备实践价值。第二，隐喻框架的效果最优，能够以最低认知成本帮助老年人理解抽象、专业的医学内容。第三，健康素养是影响老年人健康信息理解的核心因素，而非教育水平，因此适老化健康信息设计应重点面向低健康素养群体开展精准优化，同时信息相关性越高，老年人的理解体验越好，内容设计应更贴近老年人真实健康需求。

在理论层面，首先，研究聚焦健康传播中的拟人化框架，以老年人为研究对象，填补了

AI拟人化研究在年龄群体与应用场景上的空白，拓展了计算机作为社会行动者（CASA）范式与框架效应理论的应用边界；其次，基于信号理论揭示了拟人化框架影响老年人健康AI态度的双重中介路径，明确了信息效价（valence）对路径激活的调节作用，深化了对拟人化框架作用机制的理解；最后，证实了教育水平对感知风险路径的调节效应，丰富了老年人技术接受与风险感知的理论研究，为老年心理学与传播理论的交叉融合提供了实证支撑。在实践层面，对健康平台与智能产品设计而言，可依托大语言模型开发一键适老化工具，快速批量生成更易理解的健康内容，在解释慢病管理、检查项目、用药知识等，抽象内容时优先使用隐喻框架。同时，面向老年人的健康传播不必过度强调教育水平提升而应通过内容优化降低理解门槛，尤其关注低健康素养老年群体的信息接受习惯。

资料来源：

根据Liu等于2026年发表在Humanities & Social Sciences Communications期刊题目为《Content Compensation Design For Older Adults' Perceived Health Information Comprehension Based On Large Language Models: A Random Experiment In China》的文章缩写整理而成。

（本文责任编辑：周帆）



面向健康自我管理的语音助手： 与老年人共同设计的智能健康助理系统

Amama Mahmood¹, Shiye Cao¹, Maia Stiber¹, Victor Nikhil Antony¹, Chien-Ming Huang^{1*}

(1. Johns Hopkins University, Baltimore, MD, United States)

编者按：

随着全球人口老龄化趋势不断加剧，慢性病管理与自我健康管理已经成为智慧康养领域的重要议题。研究表明，约95%的老年人至少患有一种慢性疾病，80%的老年人同时患有两种及以上慢性疾病；而记忆能力下降、医疗信息复杂以及缺乏持续资源分配等众多因素，使得老年人在药物管理、健康理解和日常健康决策等方面面临诸多挑战。本文介绍的研究正是在这一背景下展开。作者通过与老年用户的深入访谈和共创设计，探索语音助手在自我健康管理中的应用，并开发了一个基于大语言模型（Large language Model, LLM）的语音健康助理原型系统。该系统尝试将复杂的医疗信息转化为更易理解的语音说明，并通过个性化提醒帮助用户更好地遵循治疗计划。研究不仅关注技术实现，也重点探讨了老年人如何理解、使用并评价这样的系统，从而为未来面向老年群体的健康对话系统设计提供经验与启示。这项研究展示了语音助手与LLM在老年健康管理领域的应用潜力，也提醒我们：**技术要真正发挥作用，不仅需要能力更强的算法，更需要从使用者的实际生活情境出发进行设计。**通过理解老年人的需求、习惯与顾虑，智能系统才有可能真正成为他们日常生活中的可靠“伙伴”。

近年来，语音助手（Voice Assistants）因其自然、低门槛的交互方式，被认为是支持老年人健康管理的重要技术。然而，现有语音助手在医疗场景中的应用仍然有限，往往缺乏个性化支持，对医疗信息的理解能力不足，也难以真正融入老年人的日常健康管理流程。针对这一问题，本文从以人为中心的设计视角出发，提出了一种面向老年人的语音健康助理设计方法，并开发了一个基于LLM的语音健康助理原型系统，用于支持老年人的健康信息理解与药物管理。

文章首先通过一项包含17名老年参与者的入户访谈研究，系统分析了老年人在健康自我管理中的实际困难。研究发现，老年人的核心

挑战主要集中在两个方面：一是对自身健康状况与医疗信息缺乏清晰理解（health awareness），二是难以持续遵循药物服用与治疗计划（medical adherence）。复杂的医疗文件、难以理解的医生说明以及分散的健康信息，使得许多老年人难以有效地进行日常健康管理。

基于这些发现，作者提出并实现了一种LLM驱动的语音健康助理系统原型。该系统能够读取并解释医生就诊后的总结文件（After-Visit Summary），将复杂的医疗信息转化为更易理解的语音说明，并根据用户的具体情况生成个性化的用药提醒与健康提示，从而帮助老年人更好地理解医生建议并遵循治疗计划。

在系统设计过程中，作者采用了一个包含五个阶段的以用户为中心的设计流程。首先通过访谈研究理解需求；随后通过共创设计工作坊（co-design workshops, N=10）与老年人共同讨论并完善系统功能；接着开发高保真语音助手原型；最后通过入户研究（N=5）对系统可用性与交互体验进行验证。这种“与老年人共同设计”的方法，使系统设计更贴近真实使用情境，也更符合老年用户的认知与交互习惯。

研究结果表明，参与者普遍认为语音交互在健康管理场景中具有明显优势。相比传统手机应用或复杂界面，语音助手能够降低操作负担，使用户更容易获取健康信息与提醒。同时，用户也强调系统需要具备更强的个性化能力，例如根据个人健康状况调整提醒内容、适

应用户的生活习惯，并在互动过程中尊重用户的自主性和决策权。

进一步的分析还指出，面向老年人的健康语音助手在设计时需要重点关注几个关键特征，包括：清晰易理解的信息表达、对用户语境的适应能力、对健康信息来源的透明说明，以及在提供建议时保持对用户自主性的尊重。这些设计原则不仅有助于提升系统可用性，也能够增强用户对智能健康助理的信任感。

总体而言，本文通过结合用户研究、共创设计和系统原型开发，系统探索了语音助手在老年健康自我管理中的应用潜力。研究不仅提出了一种面向老年人的语音健康助理设计框架，也为未来基于大语言模型的健康对话系统提供了重要的设计经验与实践启示。

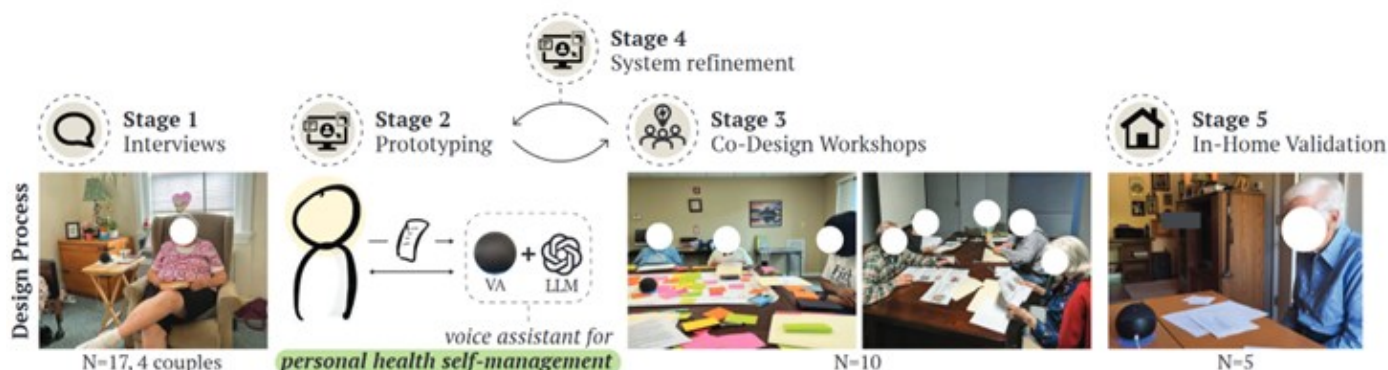


Figure 2: We designed personal health voice assistant to support older adults' self-management in 5-stages: stage 1—interviews with older adults; stage 2—initial prototyping; stage 3—co-design workshops with older adults; stage 4—refining the VA prototype; and stage 5—in-home validation study with older adults. All activities with participants were approved by our institutional review board.

资料来源:

根据 Amama Mahmood 等于2025年发表在 [CHI 2025 \(Conference on Human Factors in Computing Systems\)](#) 题目为《Voice Assistants for Health Self-Management: Designing for and with Older Adults》的文章缩写整理而成。

(本文责任编辑：蒋新宇)



美团旅行联动国航等航司推出“安心护航”计划

编者按：

美团旅行宣布与中国国际航空等多家航空公司联合推出“父母出行安心护航”计划。这一新举措旨在为55岁及以上的乘客提供全流程的免费引导服务，解决老年人在出行时可能遇到的各种困难，提升出行体验。

“孩子工作忙，回来一趟不容易，我们过去，一样是团圆！”近年来，“反向春运”的趋势愈发显著，不少家庭的春节团聚模式，已从传统的“子女返乡”悄然转变为“父母奔赴子女工作地过年”的新模式。

美团旅行数据显示，1月以来，这类“反向春运”机票的预订量增速明显，同比去年增长约35%。从预订情况看，热门出发地主要集中在郑州、武汉、西安、长沙、成都、哈尔滨、长春等地；目的地包括北京、上海、广州、深圳、杭州等，呈现出从中西部城市向一线及新一线城市集中流动的趋势。

出行方式的变化，催生了更精细化的服务模式。线上如何值机？行李托运限额多少？如何找到登机口……不少首次搭乘飞机的银发族旅客，常常在值机、托运、寻路等环节遇到困扰。针对这一痛点，美团旅行近日联动国航等多家航司推出“父母出行安心护航”计划，为55岁及以上的乘客提供线上、线下全流程的引导服务，护航银发族出行。

来自四川成都的李阿姨，体验了这项服务的便利。几天后，她将第一次乘飞机前往深圳和女儿团聚。“我有一筐鸡蛋、几斤腊肠带起给么儿，能托运行李不嘛？”她在美团旅行“长辈护航”服务的专属群里发了段语音，小

助手及时给出解答：“可以带上飞机哦，但要妥善包装，避免破损。特别是鸡蛋，建议用硬壳容器装好，外面再用软布或泡沫保护，确保安全。”困扰她的难题，就这样迎刃而解。让李阿姨这趟远程探亲之旅变得从容安心的，是女儿在美团App购票时勾选的一项免费的“长辈护航”服务。预约后，专属小助手通过微信自动建群，子女可将长辈拉入群聊。

无论是语音提问还是文字咨询，关于值机手续、托运要求等疑问，都能在群里随时获得一对一解答。平台小助手还会在出发前3天、1天、6小时推送提醒，告知长辈出发时间、行李要求等关键信息。子女即便远在他乡，也能通过群聊了解父母的出行动态，远程协助变得轻松高效。

记者通过对美团App的体验发现，除了线上小助手提供实时解答外，长辈在行程中如遇到紧急情况，还可以转接平台专属客服，获得及时的帮助。

在提升服务体验的基础上，多家航司也持续加码对银发族等旅客的出行保障力度。以国航为例，其在北京等地的值机柜台，设有银发族专属接待人员，为老年旅客提供出行协助与咨询服务；同时，国航还推出近千条新春特惠航线，春节期间单程机票最高可优惠100元，



降低探亲、出游等“反向春运”出行成本。

美团旅行相关负责人表示，平台希望依托技术与生态优势，降低团聚门槛，让“春节欢聚”更省心。未来，美团旅行将继续围绕家庭

出行场景推动服务创新，探索更多适老化、一站式的便捷解决方案，让每个家庭的团聚之路都顺畅圆满。据悉，美团旅行“长辈护航”服务上线不足一周，已有超过300名子女为长辈预约该服务。

资料来源：

根据2026年1月20日发表在品橙旅游上的《美团旅行联动国航等航司推出“安心护航”计划》改写整理而成。

（本文责任编辑：杨艳敏）





会议集锦

编者按：

本次会议集锦为读者们介绍两个会议信息：（1）2026银发文旅创新发展大会暨全域生态融合产业展于2026年2月27日在南京举办，围绕银发文旅产品创新、适老化服务升级等关键议题展开深度探讨，推动多业态深度融合，助力银发产业创新发展。（2）第十一届中国银发产业商业创新大会的银发文娱旅游商业创新发展论坛于2026年1月28日在上海举办，聚焦银发旅游、兴趣教育、文娱服务三大核心领域，汇聚行业头部企业开展深度分享与资源对接，明确了核心发展方向，为银发文娱旅游产业高质量发展提供了实践指引。

【2026银发文旅创新发展大会】

潮起银发新时代，洞察赋能新征程。2026年2月27日，由金龄银发研究院承办的2026银发文旅创新发展大会暨全域生态融合产业展圆满启幕，中国气象首席主播冯殊、原中央电视台著名主持人黄薇联袂担任嘉宾主持，为这场银发经济行业盛会开场助阵。

聚势共话，擘画银发文旅融合新蓝图

本次大会以“新银发·新文旅·新价值”为核心主题，1000余位与会嘉宾围绕银发文旅产品创新、适老化服务升级、产业数据洞察等关键议题展开深度探讨，推动“文旅+康养+农业+文化+数智洞察”多维度深度融合，以专业研究成果为银发产业发展锚定方向。

大会期间，行业大咖与企业领袖齐聚，共话产业新未来。中华文化促进会文旅创新工委名誉会长、国家文旅部综合司原司长邓宗德，中华文化促进会驻会副主席陈钢，文旅创新工委会长高翔，亨佳集团创始人、董事长、大会主席肖俊方等行业大咖，及宜昌交运长江游轮、逍遥集团等企业领袖齐聚，共同解读银发文旅融合发展的时代机遇与政策导向。

嘉宾们聚焦银发文旅产品标准化与IP打造、农文旅溯源、工业游溯源三大篇章展开研讨，为银发文旅融合发展擘画新思路，助力打造适配银发群体的高品质消费与体验场景。

重磅成果亮相，权威报告引行业瞩目

金龄银发研究院携重磅研究成果《2025中国银发产业洞察报告》亮相展会，展位自开馆起便人气爆棚，成为大会最受关注的展区之一。与会嘉宾、行业大咖、企业领袖与媒体代表纷纷驻足，认真翻阅报告与图谱。大家对报告中详实的一手调研数据、前瞻性的产业趋势判断，以及图谱中精准的银发用户需求拆解表现出浓厚兴趣。

原江苏省民政厅厅长侯学元也专程到访研究院展位。他对研究院深耕银发行业、以大样本调研为基础打造专业研究成果的做法予以高度肯定，认为这份研究成果既贴合政策导向，又精准把握市场需求，为银发产业的高质量发展提供了重要的参考依据，并期待研究院能持续输出更多有价值的行业洞察，助力银发经济生态构建。



全景解码产业，成果赋能行业新发展

《2025中国银发产业洞察报告》是凝聚了金龄银发研究院多方智慧的权威成果，依托每年超10000名银发群体的一手调研数据，精准拆解了银发经济的万亿市场结构，厘清了产业发展的核心机遇与关键痛点。

此次承办的2026银发文旅创新发展大会暨全域生态融合产业展，是金龄银发研究院以专

资料来源：

根据2026年3月1日发布在金龄银发研究院的《解码银发新机遇，赋能文旅新发展，2026银发文旅创新发展大会圆满落幕》缩写整理而成。

（本文责任编辑：秦园）

【第十一届中国银发产业商业创新大会——银发文娱旅游商业创新发展论坛】

2026年1月28日，ABI2026·第十一届中国银发产业商业创新大会银发文娱旅游商业创新发展论坛在上海成功举办。本次论坛以“长坡厚雪，黄金赛道”为核心主题，聚焦银发旅游产品革新、银发兴趣教育、银发文娱服务三大领域，由上海银创同科技有限公司（AgeClub）主办，上海市闵行区人民政府、上海市养老科技产业园指导，邀请了9位来自携程老友会、心旅程等头部企业的嘉宾展开了分享，字节跳动、美团等超百家企业派代表参与交流，现场同步设置资源对接、展选品洽谈等环节，成为银发文娱旅游领域具有高规格、高专业度的行业交流盛会。

论坛召开之际，银发经济已迈入国家战略新兴产业发展新阶段，2025年“十五五”规划

业研究成果赋能银发产业的一次重要实践。未来，研究院将持续以深度调研为基础、以数智分析为工具，不断输出更具前瞻性、实用性的银发产业研究成果，打通“研究—转化—落地”的产业链路，为产业链上下游合作伙伴提供精准的价值赋能，以专业洞察之力引领银发经济产业创新发展，与行业伙伴携手拥抱银发经济的黄金时代。

建议的落地让银发经济成为推动经济高质量发展的新引擎。当下银发消费呈现“刚需、健康、悦己”核心特征，老年旅游服务销售收入同比增长26.2%，银发群体实现从“养老”到“享老”的消费升级；同时产业发展从单点突破走向“医养康护文旅教”的生态融合，这都为银发文娱旅游赛道的创新发展奠定了市场基础与产业方向。

论坛设置四大核心板块，多维度拆解银发文娱旅游行业的增长机会与实践路径。第一板块聚焦银发兴趣教育业态融合发展，嘉宾指出兴趣已成为银发人群消费决策与生活方式的核心动力，兴趣岛探索兴趣、文旅以及社交相融合的路径，通过高品质课程与全链路服务构建兴趣经济生态；心智青则以社区为核心，打造线下教育和线上私域直播相结合的模式，通过惠民驿站实现银发教育与消费的闭环，为行业提供了可复制的社区养老新零售路径。



第二板块围绕银发内容新浪潮展开，探讨银发IP、综艺的商业化增长引擎。嘉宾提出当前银发内容市场存在认知低估问题，50-65岁新老年群体成为核心消费力量，66%拥有明确旅游消费意愿且更倾向高品质产品。无忧传媒打造的银发综艺IP《老有意思旅行社》实现超32.6亿总曝光，通过内容IP、场景整合以及去中心化传播相结合跑通商业闭环；并且刚刚开始人生俱乐部的“精神抖擞节”银发IP，以情绪共鸣为核心实现线下8.9万人次触达、线上超200万的曝光，验证了银发情绪型IP的传播力与商业价值，为行业内容创新提供了新思路。

第三板块关注银发旅游产品革新核心，探索爆品打造与规模化获客路径。旅游列车与游轮成为银发旅游产品创新的重要方向，北京咣当咣当文化旅游指出旅游列车正从交通工具升级为集“行游住食娱”于一体的度假产品，银发人群占国内旅游专列用户的80%，行业具备巨大扩容空间；冠达集团则分享了游轮旅游的转型思路，从拓展国际市场、开发多元航线、搭建直销体系等方面重构银发游轮旅游增长模式。星旅城更是以S2B2C模式重构文旅生态，推出终身免佣金机制与旅聚酒店等创新产品，贴合银发人群从观光向旅居度假转变的消费趋势，推动行业从流量竞争走向生态协作。

资料来源：

根据2026年2月3日发布在AgeClub公众号的《2026银发文娱旅游前瞻：9位重磅嘉宾4大维度拆解行业增长新机会》缩写整理而成。

第四板块聚焦银发文娱旅游流量运营与变现实践，头部企业分享了实战经验。心旅程国际旅行社将银发文旅核心需求，提炼为安全、健康、社交、情感、自我实现五大关键词，并从客源端构建线下文娱获客入口、产品端打造适老化专属体系、服务端建立标准化保障机制，形成三位一体的商业模式；携程老友会则依托3000万50岁以上平台用户基础，打造全品类银发旅游产品矩阵，以标准化产品与服务成为银发行业的优质合作伙伴。

本次论坛全面展现了银发文娱旅游赛道的发展现状与未来趋势，明确了业态融合、产品创新、内容赋能以及生态构建等核心发展方向。论坛指出，银发旅游已不再是单一的线路售卖，而是与兴趣教育、文化娱乐深度融合的综合性服务，产品创新需紧扣银发人群的品质化、个性化、体验化需求，同时要通过内容IP打造实现流量赋能，以产业生态协作提升资源整合效率。

此次论坛的举办，不仅为行业搭建了经验交流与资源对接的优质平台，更为银发文娱旅游产业的高质量发展提供了实践指引。未来，随着银发人群消费需求的持续升级，以悦己为核心、以融合为路径、以技术为支撑、以服务为根本，将成为银发文娱旅游赛道的核心发展逻辑，而跨界融合、生态共建也将推动行业迈入更可持续的发展新阶段。

（本文责任编辑：马润）



数读医养

《掘银发旅游，服务450万用户！携程老友会如何靠“悦己旅行”撬动高增长？》

头部品牌对银发旅游市场的布局越来越趋向深度化和细分化，行业正经历新一轮大浪淘沙，只有真正掌握中老年人群出游需求和消费心理的企业，才能从竞争中脱颖而出。

作为携程旗下专注于服务退休用户的品牌，携程老友会自推出以来，便迅速获得银发人群青睐，截至目前累计会员数已突破450万，且这一数字正在稳步上升。

一、会员规模突破450万：老友会如何洞察银发用户需求

截至目前的最新数据，携程老友会的会员规模已经超过450万人。在产品覆盖方面，老友会的友好型旅游目的地已覆盖50多个，包括国内目的地和部分海外国家及地区。

从产品数量来看，尤其是在跟团游线路这一核心品类上，目前老友会已经上线了7000条以上的旅行线路，整体产品体系在数量和覆盖面上都实现了较为明显的增长。携程老友会的会员规模一直保持着相对较快的增长速度。这一增长主要得益于老友会在产品覆盖度和服务质量上的持续提升，两方面共同支撑了会员数量的稳步扩张。

老友会用户以初老人群为主，其中，50-60岁的“活力老人”占比超五成，是当前会员结构中的核心人群。会员主要集中在北上广等一线及新一线城市，整体占比约为三成。在性别结构方面，男性用户比例略微高于女性用户。

在出行习惯上，用户更倾向于选择淡季或工作日出游，以获得更好的出行体验。基于过去一年的用户画像调研数据，超过一半的会员单次或累计旅游消费已超过3000元，显示出较为稳定的消费能力。

从近一到两年的观察来看，银发旅游人群，尤其是新退休的“活力老人”，在旅游消费上的变化非常明显。相比过去，他们在选择旅游产品时的考量更多元，其中最核心的变化体现在对舒适度、便捷性和品质的高度重视。

具体来看，这一人群在在线旅游消费中，超过一半的费用主要用于大交通和高星级酒店，本质上是希望获得更高品质的交通和住宿体验。他们不再接受过去那种节奏紧张、频繁赶路的“特种兵式旅行”，而是更偏好行程宽松、节奏灵活、体验感更强的产品。并且，这部分用户更倾向于错峰出游，主动避开暑期、节假日等高峰时段。他们对自由行、包车游或相对更自由的出游方式接受度明显提高。

此外，从情感和体验层面来看，健康养生、文化体验正在成为银发人群的重要选择方向。他们普遍对自然与人文景观、文化体验类主题游，以及康养旅居产品表现出浓厚兴趣。

在所有因素中，安全性和服务质量始终是底线要求。不少中老年游客对传统跟团游中存在的强制或隐性购物体验反感明显，更希望行程透明、没有购物压力，能够真正玩得开心。

与此同时，银发人群在出行中对情感和社交需求的重视程度也在提升。他们更愿意与家



人、朋友一同出行，通过旅行增进亲密关系，或在旅途中拓展新的社交圈。

基于这些变化，携程老友会在跟团游等核心产品线上，逐步建立了多层次、分级化的产品体系，针对不同类型、不同需求的银发用户，提供差异化的服务和产品选择，以更好地匹配他们不断变化的出行需求。

二、品质升级，多元主题满足银发族出游需求

在数字产品使用层面，老友会首先是对用户进行了分层看待。其中一类主要是初老人群，这部分用户整体上已经习惯使用线上产品和服务。针对这类用户，老友会持续对线上产品进行优化迭代。包括基于用户在生理和心理层面的使用习惯调研，对页面识别、操作便利性等方面进行优化，让用户在使用过程中更加清晰、易操作。

具体到产品层面，老友会的线上频道页基本保持每两到三个月一次的更新迭代，不断调整内容结构和权益呈现方式，让用户能够更方便地获取旅行权益和生活类权益。同时，在产品体系上，老友会将产品明确划分为三层，并通过线上持续优化展示方式，让用户能够更直观地理解不同层级产品的定位、服务内容以及彼此之间的差异，从而更容易做出选择。

对于另一部分不太习惯使用智能手机或线上操作的中老年用户，老友会则在服务形态上进行补充。2025年，老友会在上海开设了线下旗舰店。通过线下旗舰店，这部分用户也可以获得一站式的旅行服务。同时，老友会也可以通过线下门店，更直接地洞察用户需求，再通

过线上与线下融合的方式，不断优化整体服务体验，为用户提供更加高品质、个性化的产品和服务。

此外，2025年老友会推出了“老有意思旅行团”系列，这一系列的设计，主要是基于老友会现有会员用户画像展开的。在前期调研中，我们发现老友会用户在旅行中，越来越多地将旅游视为一种维系友谊、拓展社交的方式，同时也希望在旅行中实现自我价值。基于这些用户行为和偏好，我们在产品设计上围绕社交驱动、兴趣导向、情绪价值以及健康养生等维度进行了系统化拆分，目前“老有意思旅行团”共形成了六大系列。

整体来看，“老有意思旅行团”这一系列正是基于老友会的用户画像与行为特征，在社交、兴趣、文化、养生等多个维度进行的产品化落地。

三、线上线下融合：打造长期互利的银发生态

在适老化服务上，老友会多是从一些具体的细节设计入手，对传统旅游模式进行调整。

首先是在行程节奏上。相比常规跟团游节奏紧凑、景点密集的安排，老友会的行程整体更偏向深度、放慢节奏。例如在一天的行程中，会控制景点数量，大约安排3处左右，避免让中老年用户长时间赶路、频繁上下车。

其次是在交通与途中安排上。考虑到中老年游客的身体状况，尤其是在新疆等行车时间较长的目的地，老友会会在行程中设置2-3小时一次的中途停靠，让大家下车活动身体、休息并使用洗手间，再继续行程。



在用餐安排方面，老友会也做了相应优化。目前老友会产品分为三层，其中前两层产品“老有意思系列”和“老友严选系列”，全程包含用餐，同时在行程中还会安排部分特色餐食，而不仅是基础用餐配置。

在住宿标准上，老友会同样通过产品分层来进行保障。在前两层产品中，酒店标准统一要求为携程四钻及以上，部分达到携程五钻，以确保中老年游客在休息和住宿环节能够获得更好的舒适度和服务体验。

此外，老友会内部还设有一整套更为细化的适老化服务标准。以上这些具体案例，基本体现了老友会在适老化服务设计上的整体思路 and 方向。

在产业链合作上，老友会目前更多聚焦于“度假区型目的地”的协同。这类度假区在整体环境、配套服务和停留体验上，更契合中老年用户对舒适度与完整度的需求。

在酒店合作层面，老友会与多家酒店集团建立了较为密切的合作关系，并重点推进“酒

店套餐”这一产品形态。该类产品支持先购买、后预约，同时具备灵活退订机制，降低了中老年用户在决策和出行上的顾虑。

未来，老友会也希望在老年大学等场景中，进一步把旅行与学习相结合，探索类似“线下游学课”的融合模式。

另一方面，老友会也在尝试与电视媒体机构展开合作。考虑到传统电视受众中，中老年群体占比较高，这类合作具备较好的契合度。此前，老友会曾与浙江广电合作，由电视台主持人和摄影师带队，组织会员参与“入画系列”的桂林行程。在旅行过程中，不仅包含游玩体验，也加入了采访和内容记录环节。

从更宏观的角度来看，老友会希望在对外合作中，将自身定位为银发旅游生态中的一环。无论是老友会，还是携程平台本身，核心角色都是为合作伙伴提供有品质、覆盖范围广的旅行服务能力。未来，也非常欢迎更多围绕银发人群开展服务的机构，与老友会建立长期、友好、互利共赢的合作关系。

资料来源：

根据2026年1月7日发表在Ageclub公众号上的《掘金银发旅游，服务450万用户！携程老友会如何靠“悦己旅行”撬动高增长？》缩写整理而成。

（本文责任编辑：于越）

封面设计：郭瑞芳



智慧医养研究动态

编辑委员会

主 编： 刘丽丽

副主编： 付虹蛟

编 委： 郭瑞芳

蒋新宇

李辰龙

马 润

秦 园（本期责编）

杨艳敏

尹梦晗

于 越

周 帆

（按拼音排序）



往期会刊的电子版内容可以从我们官网查看，
网址为www.zhyyyj.com，欢迎下载使用和传播！

（内部刊物 注意保存）