

沪郊民宿、酒店推出“两天一晚”等包吃包住套餐，吸引大批活力老人

人均200多元的银发族“微度假”会火吗？

焦点

本报记者 李宝花

一个工作日的上午，位于浦东川沙的花钿水岸民宿迎来一批特殊的客人——近20名来自上海市区的银发游客。他们拖着行李箱，有说有笑地走进民宿大堂办理入住手续，即将开启为期两天一晚的“微度假”之旅。在这里，他们人均花销不到250元，就能享受两天一晚包吃包住的惬意时光，参与聚餐、钓鱼、打牌和唱歌等娱乐活动。

这是沪郊众多转型银发族微度假民宿的日常一幕。随着我国老龄化进程加快，银发族已成为旅游市场中不可忽视的重要力量。沪郊民宿、酒店敏锐地捕捉到了这一市场机遇，纷纷推出“两天一晚”“三天两晚”等包吃包住套餐，吸引了大批活力老人。

不过，这一新兴市场在快速发展的同时，也面临适老化改造、服务待规范、同质化竞争等多重挑战。未来，如何打造更具吸引力的银发族微度假产品，推动“养老+文旅+乡村振兴”深度融合，成为整个行业亟待探索的重要课题。

银发族度假需求升级

退休后，黎明几乎每一两个月就会安排一次短途出游，目的地主要集中在沪郊和长三角地区

过去，老年人旅游常常被贴上“节衣缩食”“走马观花”的标签。但如今，以60后、70后为代表的新一代银发族正彻底颠覆这一刻板印象。他们大多在工作期间积累了较为丰富的休闲度假经验，这些习惯在退休后得以进一步延续。

年过六旬的黎明便是其中的典型代表。退休后，她几乎每一两个月就会安排一次短途出游，目的地主要集中在沪郊和长三角地区，以包吃包住的套餐式微度假为主。

对这些体验，黎明如数家珍：“浙江长兴的度假套餐价格便宜、吃得好，但现在的整体质量不如前几年；崇明的桌餐里有白斩鸡、甲鱼、海鲜鲍鱼，食材新鲜；最近去了昆山锦溪一家民宿吃住，我和朋友们都喜欢。”度假时，黎明最喜欢的娱乐活动是唱歌。得知花钿水岸民宿有棋牌室和K歌房，她和近20名银发族相约而来。

79岁的甘福（化名）和太太早年的工作与旅游业相关，跑过全国乃至世界上不少地方，度假时更注重住宿品质。最近一次度假，甘福和太太选择了松江欢乐谷旁的巴塞罗娜酒店度假。甘福说，这家酒店的套餐较为灵活，两人、四人均可成行，不必凑足十人，可以“说走就走”。酒店的西班牙式建筑有些年头，但很有特色，两顿正餐的菜也不重样，适合“家门口”度假。

记者实地探访巴塞罗娜酒店时发现，即使是11月旅游淡季的工作



星火农场青年二队在巴塞罗娜酒店举行建队六十周年聚会。

资料图片

工作日上午，一批银发族抵达花钿水岸民宿。李宝花 摄

日，也有不少成群结队的银发族来此度假。除了上海市区的游客，还有一批游客来自安徽。酒店前厅经理黄熙文告诉记者，当天酒店客房出租率超60%。

在酒店一楼娱乐区，5间卡拉OK包间里都有银发族在欢唱，4个小包间可分别容纳15人，大包间可容纳近50人。另一侧的客房配有棋牌室，几乎每个房间的棋牌桌前都围坐着4至6名老人，有人打牌、有人“观战”。

记者留意到，与一般商务酒店客房通常“大门紧闭”不同，这些带棋牌室的房间不少都开着门，客房和走廊里的人能互相看见。

黄熙文解释说，这些银发族多数是组团而来，少则三五人、多则上百人，他们喜欢互相串门，白天房间开着门是常态。

从多家酒店和民宿反馈的信息看，55岁至75岁的退休人员是沪郊微度假的主力军。他们闲暇时间充裕、消费能力稳定，对高品质旅居、康养类服务需求旺盛，也追求社交陪伴和情绪价值。

软硬件的全方位比拼

除了价格，银发族也会综合比较民宿及酒店的住宿配套、餐饮口味、娱乐设施和交通便利度等。

面对这群活跃的银发族，沪郊民宿与酒店如何将性价比转化为吸引力？从价格、软硬件、适老化细节到社交活动设计，市场主体正通过差异化策略争夺消费者。

价格方面，沪郊银发套餐展现出显著优势。其中，花钿水岸民宿平

日两天一晚包吃住套餐人均收费248元，三天两晚人均500元以内，周末和节假日的价格会有一定上浮；巴塞罗娜酒店两天一晚包吃住套餐299元，三天两晚套餐人均499元；崇明一些农家乐的三天两晚套餐人均约300元，价格最实惠。

在长三角，推出类似银发套餐的民宿及酒店还有很多，如周庄铂尔曼酒店的三天两晚套餐人均599元，恒大威尼斯酒店三天两晚套餐人均499元等。值得注意的是，这类银发套餐都按人数收费，每间客房默认入住两人。

除了价格，银发族也会综合比较民宿及酒店的住宿配套、餐饮口味、娱乐设施和交通便利度等。来自闵行区的银发族沈国兴，这次组织了12名老同学来巴塞罗娜酒店度假，选了人均499元的三天两晚套餐。沈国兴说，最开始被吸引是因为酒店的视频拍得漂亮：“听说这家酒店是‘宾馆级农家乐’，就想带大家尝试下新的地方。”

更关键的是这家酒店还提供就近地铁站的接送服务，入住期间如果想去余山、广富林文化遗址公园逛逛，酒店会提供免费大巴接送。相比之前开车去崇明农家乐单程就要两小时，选这里省力许多。

记者同时了解到，一些公共交通不太方便的民宿和酒店，还会在市区的人民广场、徐家汇、五角场等集散点安排定时班车，购买银发套餐的老人根据需要，选择就近点位上下车即可。

虽然硬件水平参差不齐，各家酒店、民宿都有自己的生存之道。花钿水岸民宿投资人张军坦言，环境清静是自己民宿的一大优势，周边没有工厂的嘈杂，但有三片鱼塘和充满生机的菜地，能“闻到泥土味”。除了钓鱼、打牌、K歌这些经典活动，住客还能去周边看迪士尼烟花、逛

逛佛罗伦萨小镇和川沙古镇、赏周浦花海等。客人提出多要一瓶水、多放一份餐巾纸、多加一点菜，工作人员都会尽量满足，“人情味”也是他们的特色。

硬件及场地条件较好的酒店，还会与合作方举办适合银发族的活动，如旅拍、“时尚奶奶”时装表演等。上海松江广富林希尔顿酒店推出的银发微度假套餐中，会为住客免费提供旗袍、汉服，满足他们以江南古风园林、建筑为背景拍照打卡的需求。一名资深酒店从业者告诉记者，购买银发套餐的住客中约八成是女性，她们在参与此类活动时尤其活跃，男性客人则更偏好棋牌、摄影等项目。

正反馈和负反馈都多

很多老年人担心被骗，遇到不满意时会比较激动。但如果对你建立信任感，又会无条件地支持你

当银发客群逐渐壮大，银发经济的市场规模被预估超万亿元规模。但要真正吃好这块“蛋糕”，却不容易。

在接受银发客群之前，不少酒店和民宿都需要对客房设施和公共区域进行一定程度的适老化改造，这意味着一笔不菲的先期投入成本。曾长期在崇明做民宿店长的陈一峰告诉记者，考虑到老年人的睡眠都比较浅，互相之间容易受干扰，他所在民宿的大床房几乎都已改为双床房，浴室区域的防滑措施则是标配。

此外，许多老年人不习惯反手取物，他们希望将厕所里的卷纸筒装在前方，方便拿取；卷纸筒旁边最好再装一个手机架。民宿听取意见建议后，一一兑现需求。

多位经营者同时提到，银发族对价格相对敏感，银发度假套餐只有依靠薄利多销以及较高的复购率，才能实现一定利润。张军算了一笔账，花钿水岸民宿共有27间客房，以人均248元的两天一晚套餐为例，扣除餐食、人工成本等，民宿主要赚一点客房收入。并且，客房出租率需维持在70%至80%以上才能实现盈利。

如果想吸引更多顾客，在社交媒体上投放流量也成本不菲，个别视频平台的抽佣比例甚至高达20%。

另一个现实的挑战是，酒店及民宿银发度假套餐价格比农家乐高，消费者的期待也随之水涨船高。但目前这一新兴服务产品尚未标准化，适合的运作模式仍需进一步磨合和探索。

“最开始来这里的一个月，挨了以前一年才会挨的骂。”黄熙文坦言，刚来巴塞罗娜酒店做前厅经理时，自己一度不太适应——只要有一个小细节不满意，客人就可能推翻酒店的所有服务。

比如，为了保证客房的清扫质量和前后游客团队的对接，酒店对购买银发套餐的住客实行“下午2点入住、上午10点退房”的政策，这与传统商务酒店的规定有所不同。一旦渠道方的销售人员没有提前解释清楚，有些客人到店后会不理解，认为银发套餐酒店“规矩太多”。

用餐也是出现争议最多的环节之一。菜品不合口味、菜单重复率高、就餐座位没有靠窗，都可能引发争议。此外，酒店的卡拉OK房需10人起预约，部分少于10人的小团体客人也会有意见。

与银发族频繁接触一年多后，黄熙文已逐渐理解和适应银发客群的习惯：“排除一些特殊个例，很多老年人担心被骗，所以遇到不满意时会比较激动。

但他们如果对你建立了信任感，又会无条件地支持和信任你，正反馈和负反馈都很多。”

考虑到银发族的身体情况和活动特点，不少酒店和民宿还会购买专门的公众责任险，一旦顾客在保险范围内发生意外伤害等情况，能获得及时的救助和必要的赔付。

在巴塞罗娜酒店，公众责任险和出行责任险也是标配。之前一名老人在酒店草坪上拍照时滑倒导致轻微骨折，酒店立刻派专人专车送至医院，最后由保险公司完成赔付。

银发产品在持续升级

酒店行业可进一步通过大数据分析银发族的出行偏好，精准推送符合其需求的套餐产品

尽管面临诸多挑战，但在政策与市场的双重推动下，沪郊银发度假正朝着更专业化、多元化的方向发展。此前，国家发改委提出“培育旅居养老等新业态”，上海“十四五”规划将“郊野公园+康养旅居”列为乡村振兴重点项目，为银发经济的发展提供了有力的政策支持。

在上海师范大学旅游学院副教授刘德艳看来，60后、70后这一人群出生于中国的入口高峰，其数量在社会总人口中占比较大。由于成长的轨迹、社会的快速变革与我国经济文化的不断融合发展，这一人群喜欢的观光、度假、娱乐、康养方式与其他代际的游客有很大的不同。随着这批“活力老人”逐渐退休，除了政府部门的顶层设计，旅游行业的市场主体应深入地研究他们的消费心理和需求，并设计出更多差异化、高品质的文旅产品来引领需求。

事实上，多家民宿及酒店已着手探索更多高品质产品和差异化发展路径。最近，花钿水岸民宿开启了新一轮的客房改造，除了给墙面除霉刷新外，民宿内的书房、茶吧也将进一步升级；巴塞罗娜酒店将在银发群体中拓展艺术摄影、视频拍摄和无人机兴趣班，为同学会、战友会等群体提供场景布置、个性化定制服务等，目前已开始小范围尝试。

松江广富林希尔顿酒店总经理马林透露，未来酒店将采用“标准化+个性化”相结合的服务模式。标准化方面，将为银发客人提供放大镜，为行动不便者提供轮椅，并考虑与周边医疗机构与高端康养社区合作，配备基础医疗设备和急救用品，增加健康咨询与讲座等服务。个性化方面，将依托广富林文化IP与沪郊生态资源，考虑开发湖景养生、音疗声疗类等更时尚的特色活动，在“文化旅游”细分领域建立差异化优势。

“我们在黄浦江边的海鸥丽晶酒店的下午茶人均消费约450元，工作日中午的消费人群绝大多数是银发族。”

洲际酒店集团大中华区首席运营官邱尤也留意到，部分银发族不仅对度假产品感兴趣，对高端及奢饰品的服务也同样需求旺盛。对此，邱尤认为酒店行业可进一步通过大数据分析银发族的出行偏好，精准推送符合其需求的套餐产品，为他们提供更加便捷和个性化的服务。

必须抓住中国市场的机会

绍，目前安波福在中国销售的产品所用的原料或部件，超过80%都来自本土供应商，包括在半导体芯片和系统级芯片领域。此外，安波福还在持续评估其他在中国的投资机会，包括与国内AI企业的潜在合作机会。

通过把握中国汽车市场的智能化机遇，安波福可以获得两方面战略能力：其一是中国辐射全球的能力，即由于中国市场发展速度远超其他地区，跨国企业通过利用中国市场的洞察力，为全球其他市场服务。其二是跨专业的调配能力。例如企业在智能汽车真实驾驶中积累的数据与算法，也可以应用在机

器人和eVTOL的运动调试方面。中国在机器人、eVTOL等智能终端的开发上领先全球，为智能化企业提供了最广阔的空间。

所以，尽管剥离了传统的线束业务，安波福仍然看好中国市场的未来，以及中国市场带来的智能化技术发展机遇。

2024年初，安波福曾经在中国市场提出一个激进的发展目标——在未来五年内实现业务50%以上的增长。克拉克表示，业务拆分后的安波福将更加注重本土化的智能化技术研发，“50%的增长目标不会改变，只会更快实现”。

81路车窗外，浦东风景流转

网络——10分钟内重点区域及街镇中心进入高（快）速路，20分钟内区行政中心、重点区域、城市副中心互达并可达越江通道，30分钟内各镇中心可达越江通道或主要交通枢纽。

今年，随着上海东方枢纽加速建设，浦东的交通圈，更要放在全球视野下观察。试想，从浦东南部出发，15分钟到达东方枢纽，30分钟可达龙阳路枢纽，60分钟可达虹桥枢纽，90分钟可达长三角毗邻城市，这将进一步深刻影响整个浦东、整个上海乃至整个长三角地区的经济运行效率。

回到81路，回到这个微观层面上看

浦东，不难发现，持续升级换挡的不仅是城

市交通面貌，还有城市的交通服务理念。这两年，伴随公交运力需求的式微，浦东开始调整公交车的传统线路功能，专门推出定制特色公交线路。在上戏浦东实验中学和进才森兰实验中学门口，3条护学定制公交从校门口一路开往学生的家门口。浦东近年来一共推出13条护学定制公交，覆盖8所学校，充分用足公交在城市道路上的灵活性、贴近性优势，减轻家长接送负担的同时，也大大缓解了校门口的交通拥堵问题。

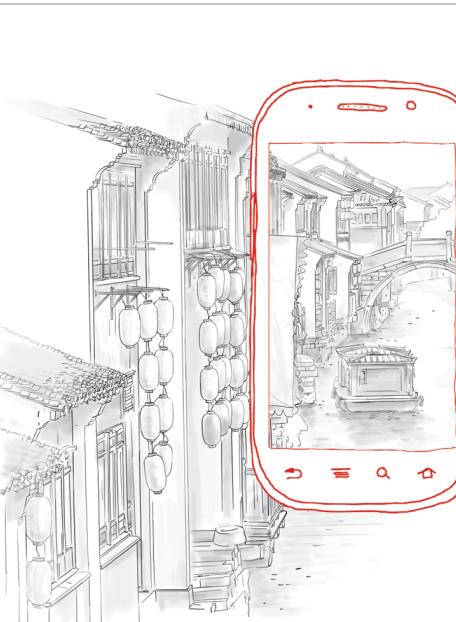
今天的“81路们”也许仅能承接城市交通运输的一部分特定功能——但这，何尝不是一件好事。

（上接第1版）可以看到，安波福的投资与

收购大多与汽车智能化相关，同时也与中国市场有关。当前，随着汽车的智能化发展趋势，汽车产业正从“机械定义”转向“软件定义”，价值和利润正在从硬件向软件转移，而产业变化的最前沿就在中国。“在自动驾驶领域，全球各国都有不少独角兽企业，但中国无疑是发展速度最快的。”克拉克说。

在克拉克看来，中国消费者对提升座舱体验、增强车辆安全性的需求巨大，智能化与汽车安全领域的发展是最具潜力的业务板块，企业必须抓住这个机会。

因此，安波福在过去几年里不断加大对中国的投资力度。克拉克介



美景不止于方寸之间

回归自然生活·拥有健康人生