

从“候鸟”到“主角”：代际视角下贵州民族文化与银发经济的深度融合

袁玲玲

贵州大学人文学院，贵州 贵阳

收稿日期：2026年3月24日；录用日期：2026年6月11日；发布日期：2026年6月22日

摘要

在人口老龄化进程加速与居民消费结构持续升级的双重背景下，银发经济已成为推动内需扩张、促进产业转型的重要引擎。贵州凭借得天独厚的生态资源、丰富多彩的民族文化与日益完善的基础设施，正从传统的“观光目的地”向“旅居目的地”加速转型。本文基于代际研究视角，系统分析贵州银发旅游市场的规模特征、客群画像与典型案例，深入探讨民族文化与银发经济融合的内在逻辑与实践路径。研究发现，贵州通过将苗族银饰、侗族大歌、布依族八音坐唱、屯堡地戏等民族文化资源转化为适老化旅居产品，正在探索一条“民族文化 + 银发经济 + 乡村振兴”的融合发展新路径，为全国文旅产业应对老龄化社会提供了有益参考。然而，贵州银发经济发展仍面临政策转化效率不足、认知偏差普遍存在、要素支撑体系薄弱、产业价值链整合度低、养老服务供给结构性矛盾等多重挑战。对此，本文提出完善政策顶层设计、推动社会认知重塑、强化多元要素支撑、深化产业融合发展、优化养老服务供给、推进全场景适老化改造等对策建议，以期为民族地区文旅产业高质量发展提供理论支撑与实践参考。

关键词

代际研究，贵州旅游，银发经济，民族文化，旅居产业

From “Migratory Birds” to “Protagonists”: The Deep Integration of Guizhou’s Ethnic Culture and the Silver Economy from an Intergenerational Perspective

Lingling Yuan

College of Humanities, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: March 24, 2026; accepted: June 11, 2026; published: June 22, 2026

Abstract

Against the dual backdrop of accelerating population aging and the continuous upgrading of household consumption structures, the silver economy has become an important engine driving domestic demand expansion and promoting industrial transformation. Leveraging its unique ecological resources, rich and diverse ethnic cultures, and increasingly well-developed infrastructure, Guizhou is accelerating its transformation from a traditional “sightseeing destination” to a “residential tourism destination”. From an intergenerational research perspective, this paper systematically analyzes the scale characteristics, customer profiles, and typical cases of Guizhou’s silver tourism market, and deeply explores the internal logic and practical pathways for integrating ethnic culture with the silver economy. The study finds that by transforming ethnic cultural resources—such as Miao silver ornaments, Dong grand songs, Bouyei “Bayin Zuochang” (eight-tone seated singing), and Tunpu earth opera—into age-friendly residential tourism products, Guizhou is exploring a new integrated development path of “ethnic culture + silver economy + rural revitalization”, providing a useful reference for the national cultural tourism industry in addressing an aging society. However, the development of Guizhou’s silver economy still faces multiple challenges, including insufficient efficiency in policy implementation, widespread cognitive biases, a weak factor support system, low integration of the industrial value chain, and structural contradictions in the supply of elderly care services. In response, this paper proposes countermeasures and recommendations such as improving top-level policy design, promoting social cognitive reshaping, strengthening support from diverse factors, deepening integrated industrial development, optimizing the supply of elderly care services, and advancing full-scenario age-friendly renovations, aiming to provide theoretical support and practical reference for the high-quality development of the cultural tourism industry in ethnic regions.

Keywords

Intergenerational Studies, Guizhou Tourism, Silver Economy, Ethnic Culture, Residential Tourism Industry

Copyright © 2026 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

1.1. 研究背景

2026年贵州省政府工作报告明确提出将银发经济纳入消费升级的核心范畴，视其为扩内需、促投资的关键抓手[1]。这一战略定位的背后，是中国社会深刻的人口结构变迁。截至2026年，我国60岁及以上人口已突破3.1亿，占总人口比重超过21%，预计到2035年将超过4亿，正式进入深度老龄化社会[2]。与此同时，以“60后”为代表的新一代老年群体正陆续步入退休生活，他们拥有相对完整的财富积累、开放的消费观念、积极的生活态度，以及“把日子过成诗”的精神追求，构成了一个规模庞大且消费力强劲的“新老年”市场[3]。根据中国旅游研究院发布的报告，当前我国老年人文旅消费超过7000亿元，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，超过六成银发群体平均每年出行3次以上[4]。

贵州，这片被誉为“公园省”的土地，森林覆盖率超过63%，夏季平均气温23℃，冬季南部地区可达22℃的宜人气候，加之世界自然遗产、少数民族文化、温泉康养资源的叠加优势，恰好契合银发群体对生态宜居、身心疗愈的核心诉求。更重要的是，贵州蕴藏着苗族、布依族、侗族、彝族等17个世居少

数民族的灿烂文化——苗族的银饰锻制技艺、侗族大歌、布依族八音坐唱等国家级非物质文化遗产，以及屯堡文化这一独特的明代遗存，共同构成了贵州区别于其他康养目的地的核心吸引力[5]。2025年，贵州省文化和旅游厅、贵州老年大学、贵旅集团签署战略合作框架协议，明确提出围绕民族文化、屯堡文化以及全省非遗代表性项目推出系列“银发”游学精品线路[6]。这一举措标志着贵州将民族文化正式纳入银发经济的核心产品体系，推动老年旅游从单纯的“观光康养”向“文化游学”升级。

1.2. 研究意义

从理论层面看，本文将代际研究视角引入银发旅游分析，突破了传统研究对老年群体同质化处理的局限，揭示了不同代际群体的差异化旅游需求与消费特征[7]。通过探讨民族文化与银发经济的耦合机制，构建“民族文化赋能银发经济”的分析框架，为文旅融合研究提供了新的理论视角。从实践层面看，贵州作为西部多民族省份，其探索“民族文化 + 银发经济”的发展路径，对于全国其他民族地区应对老龄化社会、推动文旅产业转型升级具有重要的示范意义。正如梁龙跃、王定欢所言，贵州省凭借卓越的地理环境和丰富的禀赋资源、浓厚的民族文化等优势，为银发经济发展着力打造极具本土特色的“贵州方案”[5]，其成功经验可为其他地区提供有益借鉴。

2. 理论基础与分析框架

2.1. 代际研究视角下的旅游消费

卡尔·曼海姆的代际研究理论认为，不同出生年代的群体因成长环境、社会事件与技术变革的差异，会形成相对稳定的价值观与行为模式[7]。在旅游消费领域，这种代际差异表现得尤为明显，构成了理解旅游市场结构的重要视角。

Z世代(00后)追求“悦己体验”与“社交货币”，决策周期短，热衷“说走就走”的打卡式旅行。他们为偶像经济买单，可跨越数千公里参加一场演唱会，是县域旅游、“村字号”IP的核心受众。对于这一群体而言，旅游不仅是休闲方式，更是身份表达与社交互动的重要载体。千禧一代(80、90后)是家庭出行的“主理人”，在亲子责任与自我实现之间寻求平衡。他们贡献了主要的消费力，经常为家里的老人购买日常用品、健康用品及节日礼品，使老年人接触到更多新的商品，“数字孝老”弥补了子女无法在身边照顾父母的遗憾[8]。这一代人既是银发消费的“买单者”，也是连接代际的情感纽带。银发一代(60、70后)注重深度体验与健康养生，偏好错峰出行与长期旅居，其消费需求正从生存型向享受型升级[3]。杜远艳将这部分人定义为“新老年”群体，他们具有更高的受教育水平、更新颖的生活理念，消费的主动性更强，不再单纯满足于“老有所养”，更追求“老有所学”“老有所乐”[9]。值得注意的是，民族文化的传承与体验正在成为连接代际的天然桥梁。无论是凯里“村T”中七旬老人牵着孙儿走秀的画面，还是屯堡“红领巾地戏小社团”中老艺人向孩子口传心授的场景，都展现了民族文化在代际共融中的独特价值[10]。这种代际互动不仅促进了文化传承，也为银发旅游注入了新的活力——老年人不再是孤独的旅居者，而是家庭情感联结的核心节点。

2.2. 银发经济与民族文化的内在耦合

银发经济的内涵已从早期的“养老照料”扩展为涵盖“衣、食、住、行、医、养、娱”的综合性消费领域[5]。这一演进反映了老年群体需求结构的深刻变化：从基本的生存保障，到品质生活追求，再到精神文化满足。老年用品市场规模已从2014年的2.6万亿元快速增长至2024年的5.4万亿元，年复合增长率达7.3%，成为支撑银发经济蓬勃发展的坚实基础[2]。民族文化与银发经济的结合具有三重理论价值[5]。第一是时间延展性。民族文化体验需要较长的沉浸时间，天然契合银发群体“慢生活”的需求，将停留

时间从“小时制”延长至“周月制”。第二是空间扎根性。民族文化往往依托于特定的村寨、古镇，引导游客从“景点打卡”转向“社区融入”，在真实的乡土生活中感受文化魅力。第三是消费复合性。民族文化可带动住宿、餐饮、手工艺、演艺、研学等多产业联动，形成“一业兴、百业旺”的乘数效应。

3. 贵州银发旅游市场的现状与特征

3.1. 市场规模与增长态势

贵州旅游发展已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元[4]。2023年，极具贵州特色的旅游活动“村BA”和“村超”在社交网络爆火，贵州旅游以崭新面貌进入旅游者视野，同时也吸引了一大批老年人口将贵州作为旅游目的地，银发旅游市场潜力巨大[10]。

从省内市场看，贵州已进入深度老龄化社会。根据第七次人口普查，贵州省常住人口中60岁及以上人口为593.1万人，占15.38%，65岁及以上人口为445.6万人，占11.56% [11]。2023年贵阳市常住人口为598.7万人，其中60岁及以上人口为79.6万人，占总人口比例的13.3%，与2010年第六次全国人口普查相比，60岁及以上人口的比重上升1.4个百分点，贵阳正逐渐步入深度老龄化社会[8]。老龄人口在9个州市分布较为平均，为省内银发旅游市场提供了稳定的客源基础。

从省外市场看，2024年11月到2025年3月，贵州省借助“安逸号·熊猫专列”兴义项目，自四川向黔西南州发送专列10趟，累计输送游客2600余人[12]。这一成功实践表明，银发专列作为一种“交通+旅游”的创新模式，精准满足了银发群体对安全、舒适、便捷出行的需求。专列的适老化改造包括防滑地板、无障碍卫生间、紧急呼叫系统，以及“一铺到底”的便捷模式和随车医护人员，赢得了银发游客的广泛好评[12]。

3.2. 银发客群的特征画像

银发客群的特征画像是多层次、多维度的，涉及心理学、人口学、行为学等多门学科。梁龙跃、王定欢指出，当前市场沿用单一产品逻辑，未基于ERG理论洞察需求，导致产品同质化严重[5]。结合国内学者研究以及贵州省省情，分别从消费动机、消费偏好、出行时间、信息获取等四个维度，分析贵州银发客群呈现出的不同核心特征和具体表现，详见表1。

Table 1. Customer persona of the silver-haired demographic

表 1. 银发客群的特征画像

特征维度	核心特征	具体表现
消费动机	多元复合型动机	可归纳为社交、康养、文化、观光休闲四种类型。银发群体偏好“慢旅行、深体验”模式，选择在喜欢的地方长住一段时间，在亲近自然中调养身心，在人际交往中排遣孤独。
消费偏好	精明消费与品质升级并存	呈现“能省则省、该花则花”的特点。价格敏感度较高，但在购物环节消费热情高，多为养生保健品、旅游纪念品、地方特产。高端定制旅游线路(人均超6000元)供不应求，消费升级趋势明显。
出行时间	错峰出行与候鸟式迁徙	偏好4~5月及9~11月错峰出游，避开节假日高峰，享受春秋宜人气候。形成“夏季北上避暑、冬季南下越冬”的候鸟式养老模式。贵阳在《2023中国候鸟式养老夏季栖息地适宜度指数》中排名全国第二。
信息获取	数字化能力提升	60后退休群体具备成熟的手机使用能力、互联网意识和自驾能力，消费观念开放。不再依赖传统旅行社，通过社交平台、旅游App自主规划行程。“一码游贵州”平台已针对老年人进行功能优化，提供个性化适老服务。

4. 贵州民族文化与银发经济的融合路径

4.1. 银发 + 民族文化游学：从观光到浸润

2025年，贵州省文旅厅、贵州老年大学、贵旅集团的战略合作，标志着“银发游学”进入系统化发展阶段[6]。三方合作的核心正是围绕民族文化、屯堡文化及非遗项目，开发产学研文创产品和文旅课程。这一模式的创新之处在于：将老年大学的教学资源与文旅景区的体验场景相结合，让银发群体在旅行中学习、在学习中旅行[6]。在黔西南州，州文化馆在万峰林、峰林布依、鲁屯古镇等景区的康养民宿开设“游客艺校”，为游客提供书法绘画、民族手工艺制作等上门教学服务，真正实现了“文化服务送上门，银发学习零距离”[12]。

贵州“村T”自2024年7月启动以来，已举办走秀活动160余期560余场，吸引6万余人参与演出，累计吸引游客50余万人次，实现旅游综合收入2.5亿元[10]。71岁的爷爷脚穿草鞋、肩扛传统农具与苗族女孩同台走秀的画面火爆全网，被国际评委评为“原生高级感”[10]。这一IP的成功，在于它将民族文化从“橱窗里的展品”变为“可参与的生活”——无论是银发游客还是当地村民，都可以成为舞台的主角。这种“全民参与、代际同台”的模式，让民族文化在互动中获得了新的生命力[10]。

4.2. 银发 + 非遗工坊：从体验到创作

安顺旧州古镇以“非遗+”为发展主轴，引入蜡染体验馆、屯雕体验馆、非遗体验馆、旅拍馆等10余家新业态[13]。银发游客可在“云染坊”亲手体验蜡染制作，在屯雕工作室观赏木雕创作并选购文创，在碧波戏楼看地戏，在旧州小锅茶品茶吃米糕[13]。这些体验项目既保留了传统技艺的精髓，又针对银发群体的体力特点进行了适度简化，让老年人在轻松愉悦中感受民族文化的魅力。这一模式实现了“银发消费带动非遗传承、非遗传承促进农民增收、农民增收反哺文化保护”的良性循环。

4.3. 银发 + 民族节庆：从参与到传承

贵阳乌当区竹林村举行的姑妈节，设置喜迎姑妈、姑妈团圆、祭水典礼、姑妈篮球、姑妈大舞台、姑妈同心宴等环节，吸引近千名村民与游客参与[14]。姑妈节是贵州多民族共有的新春民俗，核心为外嫁姑妈集体回娘家团聚，承载着孝亲感恩、睦邻友好的文化内涵[14]。许多银发游客本身就是“外嫁姑妈”，在参与中唤起乡愁记忆，在团聚中感受亲情温暖。正如活动主题“传承民俗、凝聚乡情、文旅融合、助力振兴”所示，姑妈节已成为带动民宿旅居、特色农产品销售的重要平台[14]。凯里将“村T”与苗年节、芦笙节、酸汤美食节相结合，拓展高山流水、鼓藏特色美食宴、织锦刺绣非遗体验、民族歌舞表演等活动[10]。这些节庆活动不仅吸引了银发游客，更让当地村民成为文化传承的主体，形成了“节庆搭台、经济唱戏、文化传承”的良性发展格局。

4.4. 银发 + 苗医康养：从治疗到养生

苗族医药作为国家级非物质文化遗产，正在成为贵州银发康养的特色亮点[5]。兴义市鲁屯古镇依托万峰林山水资源和民族文化，全力打造康养旅居品牌，陆续推出苗医康养、非遗研学等定制服务[12]。民族医药以其独特的疗效和温和的调理方式，正在赢得银发群体的信任和青睐。苗医康养的价值不仅在于治疗疾病，更在于养生保健。贵州正依托苗医药资源，构建“医、养、健、食、娱”一体化的康养体系[5]，将苗医理念融入日常饮食、作息调理、运动养生之中，让银发群体在旅居中实现身心的全面调养。

4.5. 银发 + 智慧养老：从传统到现代

贵州正着力构建“智慧赋能 + 民族特色 + 医养融合”的现代化服务体系[5]。依托贵阳大数据平台

建立银龄健康数据系统，农村老人可通过方言 App 一键呼叫社区、接收苗药提醒，城市推广智能家居监测与社区医疗协同。试点“5G+ 森林康养”，利用智能手环监测数据并匹配苗医体系生成个性化康养方案，以虚拟苗医 AI 助手缓解农村医疗资源不足[5]。这种“传统养生智慧 + 现代科技手段”的融合模式，为银发经济发展开辟了新的想象空间。

5. 面临的挑战与问题诊断

在政策层面，银发经济政策存在“最后一公里”梗阻。税费减免等优惠措施知晓度低、门槛高，缺乏定向扶持；卫健、民政、文旅等多部门协同机制缺失，条块分割严重；资金审批流程冗长，中小微养老企业融资梗阻，专项信贷产品创新不足，政策红利释放受阻[15]。在认知层面，社会对银发经济存在偏差。受众定位狭隘，将银发经济局限于 60 岁以上人群，忽视“准银发”群体；对银发族存在刻板印象，而事实上他们已成为重构网络经济的重要力量；市场沿用单一产品逻辑，缺乏精细分层设计，产品同质化严重[16]。在要素层面，金融、技术、人才支撑薄弱[15]。金融方面，产业基金规模小、落地慢，社会资本进入意愿有限；技术方面，智慧养老应用基础薄弱，数据壁垒突出；人才方面，引才难、留才难，专业护理人员短缺，约半数养老专业毕业生选择省外就业，行业歧视问题突出。在产业层面，价值链条整合度低。养老、医疗、文旅企业缺乏协同机制，难以形成完整服务链条；跨界融合不足，未能充分利用特色资源开发差异化路径；城乡发展不均衡，农村养老服务空白突出，适老产品同质化严重。在供给层面，结构性矛盾突出。养老设施不足，老年大学“一座难求”，办学场地严重受限；适老改造滞后，公共场所适老设施覆盖不全；产品错配问题突出，老年人购物渠道匮乏，网购面临无法试穿、质量参差不齐的困境。这五大层面的挑战相互交织，共同制约着贵州银发经济的高质量发展，亟待从政策协同、认知重塑、要素强化、产业融合、供给优化等多维度综合施策。

6. 优化路径与对策建议

6.1. 完善政策顶层设计，建立跨部门协同机制

贵州应由省政府牵头成立银发经济发展领导小组，统筹发改、文旅、卫健、民政等部门，定期召开联席会议，破解条块分割难题。制定专项发展规划，明确未来五年目标与空间布局。政策工具从“普惠”转向“精准”：对在民族村寨投资康养民宿的企业，按带动就业和旅居老人数量给予阶梯式税收减免或床位补贴；对利用闲置农房改造养老设施的村民，提供低息贷款和技术指导。简化审批流程，建立“绿色通道”，压缩审批时限一半以上。通过新媒体、村级广播、老年协会等渠道广泛宣传优惠政策，设立咨询专线，确保政策“找得到、读得懂、用得上”，为其提供可负担、方便可及、质量可行的养老服务[17]。

6.2. 转变社会观念，培育积极老龄化的文化土壤

充分挖掘贵州多民族尊老敬老传统，重塑社会认知，改变“老年人是负担”的观念。组织“银龄达人秀”“老年非遗传承人”评选，让苗绣、蜡染、芦笙等领域的老年人成为社区“明星”，激发自我价值感；引导家庭子女从“替代式赡养”转向“支持式共养”，鼓励带父母旅居体验；设立“孝心积分”，子女陪父母参加活动可兑换体检、家政等服务。同时鼓励年轻人投身银发经济创业，高校开设“银发经济创新工作坊”，政府设立“青年银发创业种子基金”，支持适老旅游线路和民族特色老年用品开发，让服务老年人成为有前景的事业。

6.3. 多措并举，破解资金、技术、人才三大瓶颈

资金上，探索“政府引导 + 市场运作”模式，省级设立银发经济发展专项基金，以股权投资、贷款贴息支持重点项目。鼓励金融机构开发“康养贷”“旅居宝”等产品，允许养老机构以收费权、经营权抵

押融资；农村推广“农户 + 合作社 + 银行”联保贷款，帮助村民改造适老民宿。大力发展养老保险、长期护理保险，让老年人敢消费。技术上，发挥贵州大数据优势，建设全省“银发智慧服务云平台”，整合医疗、社保、文旅、交通数据，提供一站式健康管理和出行服务。老年人刷身份证即可自动享受景区免票，行程信息同步家人；偏远农村推广“一键呼叫”设备，支持方言语音操作。人才上，“培养 + 引进 + 留住”三管齐下，职业院校开设老年服务专业，与养老机构共建实训基地；对省外优秀人才给予安家补贴和职称绿色通道；改善护理员薪酬待遇，设立“银发服务之星”荣誉，打通晋升通道；鼓励低龄健康老人参与“时间银行”互助服务。

6.4. 推动“康养 + 文旅 + 农业”深度融合，打造特色产业链

紧扣“山地康养”和“民族风情”两大主题，针对不同地区建设主题康养基地，基地与周边景区联动，实现“养中有游”。开发银发专属旅游线路，如“红色记忆”“多彩民族”“世界自然遗产”等主题，每个景点停留时间比常规团多 50%，配备随团医生和适老化大巴(低地板、宽座位、配急救箱)；住宿选适老化民宿，房间设扶手、紧急呼叫器；餐饮低盐低糖，融入刺梨、天麻等特色食材。激活农村闲置资源，鼓励城市资本或村集体将空心村改造成“养老村”，组织留守妇女和低龄老人提供服务；开发“认养一亩田”“认领一棵树”等活动，让旅居老人参与轻度农事，增强归属感。从养老产品设计上，积极推动“康养 + 文旅 + 农业”的深度融合，打造贵州银发经济特色产业链[18]。

6.5. 分层分类，提升养老服务供给的精准性

按年龄、健康状况分层服务。60~70 岁“活力老人”：发展老年大学、兴趣社团、银发旅游俱乐部；70~80 岁“安养老人”：社区配备完善的康养服务机制，完善助餐、助洁、助医上门网络，采用“中央厨房 + 社区配送”模式，设置老年人专柜；80 岁以上或失能半失能“照护老人”：加快护理型养老机构建设，推广“家庭养老床位”模式，由专业机构进行家庭适老化改造并提供定期上门护理，医保和长护险将居家护理纳入报销。聚焦农村和少数民族聚居区，利用村卫生室、闲置校舍改建互助幸福院，结合“鼓藏节”“苗年”等传统节日组织集体敬老活动，让养老服务与本土文化融合。

6.6. 全方位适老改造，建设老年友好型社会

制定全省统一适老化改造技术导则，在公共空间上，优先改造医院、车站、公园、景区等老年人高频场所，重点解决“无台阶、有扶手、地面防滑、标识清晰”四个基本问题；融入民族元素，座椅刻苗族图腾，指示牌使用双语(普通话 + 民族语言)；景区设“慢行步道”和休息驿站，每隔 200 米有座椅和饮水点。信息服务方面，积极促进数字技术与银发产业深度融合，构建“老年友好型数字生态”[19]，如政务 App 和常用平台提供“长辈模式”(大字、简化、语音输入)；保留人工服务通道，配备“方言引导员”；为高龄老人发放“爱心码”卡片，扫码获取健康信息和紧急联系人。构建社会参与无障碍通道，社区设“银龄顾问团”，邀请老教师、老工匠参与治理或教授传统技艺；旅游服务中聘请熟悉当地文化的老年人担任“文化讲解志愿者”，实现“老有所为”，这本身就是最好的适老化服务。

7. 结论与展望

代际更迭中的贵州旅游市场，正经历一场深刻变革。年轻一代追逐潮流与新鲜，银发一族则钟情沉淀与从容。在这幅多元共生的图景中，民族文化成为跨越代际的精神纽带——年轻人身着盛装走上“村 T”舞台，用镜头记录传统之美；银发长者在苗医馆里寻求身心调和，体悟民族智慧；三代同游屯堡，于地戏铿锵中触摸历史脉搏。正是这样的代际相遇，让民族文化在互动中焕发新生。贵州依托独特的生态优势和浓郁的民族风情，正将银发群体从旅游市场的“配角”推向“主角”。从乌当马头村的避暑旅居，

到凯里“村 T”的民族秀场，从兴义的苗医康养，到花溪的医养融合新探索，“旅居新生活”的画卷正徐徐展开。但也要看到，政策落地不够精准、社会认知有待更新、要素支撑仍显薄弱、产业融合尚需深化、服务供给结构性短缺等问题依然存在。破解这些难题，需要政策设计更接地气、社会观念更加开放、要素保障更加有力、产业融合更加深入、适老服务更加贴心，形成政府、市场、社会协同发力的良好局面。

展望未来，贵州有望成为民族地区银发经济发展的先行者。当更多老年朋友在苗乡侗寨找到心灵归属，当民族文化在代代传承中生生不息，当“养老”真正升华为“享老”，贵州旅游的高质量发展便有了最温暖的力量。正如一位在贵州旅居多年的老人所言：“这里不只是一个避暑的地方，更是安放心灵的家园。”这份情感认同，正是贵州银发经济最珍贵的底色，也是其行稳致远的不竭动力。

参考文献

- [1] 贵州省文化和旅游厅. 2026 年贵州文旅优惠活动方案[EB/OL]. <https://www.gztourism.com.cn>, 2025-12-30.
- [2] 工业和信息化部 国家发展改革委 商务部 文化和旅游部 中国人民银行 市场监管总局印发《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施意见》的通知[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202511/content_7049567.htm, 2025-11-25.
- [3] 张瑜宸. 与其迎合 Z 世代, 不如深耕“银发”蓝海? [N]. 华夏酒报, 2025-12-09(A03).
- [4] 中国旅游研究院. 中国国内旅游发展年度报告 2023 [EB/OL]. <https://www.ctaweb.org.cn/yanjiuchengguo/9838.html>, 2024-08-20
- [5] 梁龙跃, 王定欢. 多维度破解贵州银发经济发展难题[J]. 贵州社会科学, 2025(48): 56-57.
- [6] 央广网. 贵州: 创新老年游学合作新模式 培育银发经济发展新动能[EB/OL]. https://gz.cnr.cn/wngz/20250627/t20250627_527231338.shtml, 2025-06-27.
- [7] 曼海姆, 卡尔. 卡尔·曼海姆精粹[M]. 徐彬, 译. 南京: 南京大学出版社, 2002.
- [8] 田一俪. 弄潮银发经济, 贵阳如何破题? [N]. 贵阳日报, 2024-04-26(004).
- [9] 杜远艳. 新老群体的消费特征与市场机遇[J]. 老龄科学研究, 2024(6): 34-41.
- [10] 贵州“村 T”秀出文化自信[EB/OL]. <http://gz.people.com.cn/n2/2025/0701/c194849-41277410.html>, 2025-07-01.
- [11] 贵州省统计局. 贵州统计年鉴 2023 [M]. 北京: 中国统计出版社, 2023.
- [12] 中华人民共和国国家发展和改革委员会. 贵州: 银发专列培育休闲旅居新业态[EB/OL]. https://www.ndrc.gov.cn/xwdt/ztl/ylyx/dxjy/202512/t20251201_1402088.html, 2025-12-01.
- [13] 中新网贵州. 六百年屯堡文化的当代新活力[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1844105830333968651&wfr=spider&for=pc>, 2025-09-24.
- [14] 国际在线. 贵阳市乌当区水田镇竹林村举行第十届姑妈节[EB/OL]. <https://gz.cri.cn/n/20260309/6c7da3f8-c6e1-c77a-77c1-f88b11a6f825.html>, 2026-03-09.
- [15] 朱诗怡, 赵瑞瑞, 李宾. 内需下的银发经济: 价值意蕴与政策优化[J]. 西南金融, 2026(2): 50-63.
- [16] 曹均学, 陈鑫. 老龄化视域下我国银发经济发展面临的困境与路径探析[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2026, 23(4): 39-44.
- [17] 朱浩. 适老化转型下“十五五”时期银发经济创新发展: 驱动逻辑、实践困境及优化路径[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2026, 43(3): 64-73.
- [18] 汪林静, 毛小翠. 银发经济绘就康养贵州新画卷[J]. 当代贵州, 2026(Z2): 25.
- [19] 何继新, 李瑞贤, 刘高健. 数字经济与银发经济深度融合发展: 内涵意蕴、理论逻辑与发展路径[J]. 哈尔滨商业大学学报(社会科学版), 2025(6): 96-108.