

文旅康养融合驱动银发消费振兴 机制创新与政策响应

王雯雯 张玲 梁韶青 邓刚
齐鲁理工学院

摘要 在我国人口老龄化进程持续加速的背景下，银发经济已成为拉动经济增长的关键力量。文旅康养融合作为激活银发消费的重要途径，当前发展却面临学科分立、供需错位等诸多问题。本文聚焦 60-74 岁活力老人群体，构建“老年消费心理学×康养经济学”交叉框架，提出“康养核心驱动”理论，深入剖析文旅康养融合驱动银发消费的机制，并给出相应的政策建议，为推动银发经济发展提供参考。

关键词 文旅康养融合；银发消费；活力老人；机制创新；政策响应

DOI <https://doi.org/10.6914/tpss.070509> **文章编号** 2664-1127.2025.0705.71-79

引言

当前，我国正经历着全球范围内规模最大、速度最快的人口老龄化进程。据相关数据，截至 2024 年底，我国 60 岁及以上人口占比已超 20%，其中 60-74 岁的活力老人群体规模不断扩大。这一群体拥有一定的经济基础，健康状况较好，消费意愿也在逐步增强，在文旅、康养等领域展现出巨大的消费潜力，成为银发经济的核心消费群体。文旅康养融合作为一种新兴的产业发展模式，将文化、旅游与健康养老有机结合，能满足活力老人在精神文化享受、健康养生和休闲娱乐等方面的多元化需求。^①但目前我国文旅康养融合发展尚处于初级阶段，存在产业融合度不高、产品供给与老人需求不匹配、政策支持体系不完善等问题，使得银发消费潜力未能充分释放。在此情况下，深入研究文旅康养融合驱动银发消费振兴的机制，探索创新的发展模式与政策响应，对推动银发经济高质量发展、应对人口老龄化挑战具有重要的理论意义和现实意义。

本研究通过构建“老年消费心理学×康养经济学”交叉框架，打破了以往学科分立的局限，完善了“产业融合-消费行为”领域的理论体系。通过构建相关理论体系，提出“康养核心驱动”思路，丰富了

©The Author(s) 2025. Article History Received: 26 July 2025; Accepted: 10 August 2025; Published: 31 October 2025. 社会科学理论与实践(Shèhuì kēxué lǐlùn yǔ shíjiàn) Theory and Practice of Social Science, ISSN 2664-1127 (Print), ISSN 2664-1720 (Online). Email: wtocom@gmail.com, <https://ssci.cc>, <https://cpcl.hk>. Published by Creative Publishing Co., Limited .CPCL®. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License, which permits non-commercial use, sharing, adaptation, distribution, and reproduction in any medium or format, provided the original author(s) and source are credited, and derivative works are licensed under the same terms.

^①武洪兴、林曦：《文旅融合背景下公共图书馆康养服务探究》，《图书馆工作与研究》2025 年。

文旅康养融合与银发消费相关的理论研究,为后续研究提供了新的思路和视角。本研究分析文旅康养融合驱动银发消费的内在机制,设计“靶向激励+动态适配”政策工具及“社群拼团游+家庭联动”产品链,能为政府制定相关政策、企业开发适老化产品与服务提供切实可行的参考,有助于激活银发消费市场,促进文旅康养产业健康发展,进而推动经济结构转型升级,助力实现健康中国2030与共同富裕的目标。

一、国内外研究现状

(一)国外研究现状国外对文旅康养融合与银发消费的研究起步较早,形成了以高端化、智能化为核心的研究体系,且与政策实践结合紧密。例如欧盟的“ActiveAgeing”计划,通过搭建跨国家、跨学科的协作网络,整合了医疗、科技、文旅等多领域资源,在高端疗养服务标准化、智能健康监测闭环体系建设等方面积累了丰富的经验。该计划下的荷兰“活力养老社区”项目,将老年公寓与文化活动中心、康复医疗机构无缝衔接,通过VR技术模拟历史文化场景,既满足了老年人的疗养需求,又提升了其文化参与感。

但国外研究存在显著局限性:一是普惠性不足,研究与实践多聚焦高收入老年群体,如瑞士的阿尔卑斯康养度假村、美国的太阳城社区等,服务定价远超普通老年人的消费能力,对中低收入群体的需求关注较少;二是文化多样性忽视,研究案例多基于西方文化背景,对东方集体主义文化下的家庭养老观念、代际互助模式缺乏考量,例如欧美强调的“独立养老”与我国“抱团养老”“候鸟式旅居”存在本质差异;三是发展中国家适配性欠缺,其研究假设多建立在完善的社保体系、高人均GDP基础上,对我国城乡差异、区域发展不平衡等国情考虑不足,导致相关成果难以直接应用于我国实践。

(二)国内研究现状国内对文旅康养融合与银发消费的研究近年来呈现“政策驱动—实践探索—理论跟进”的递进态势,研究议题与国家战略高度契合,形成了一批具有本土特色的成果。在政策层面,随着“健康中国2030”“积极应对人口老龄化”等战略的推进,“文旅+”模式成为研究热点,学者们围绕非遗活化、农文旅康融合、数字赋能等领域展开探讨,提出了“资源整合—业态创新—价值变现”的融合路径。然而,国内研究仍存在三大约束:

一是学科分立问题突出,康养经济学研究多聚焦产业政策与经济效益,老年消费心理学则侧重个体行为动机,两者缺乏理论对话,难以解释“高储蓄率与银发消费潜力释放”的矛盾现象;二是方法论存在局限,现有研究以定性分析为主,多采用案例描述、模式总结等方法,缺乏量化模型支撑,例如对“文旅康养服务满意度如何影响老年重复消费意愿”“数字技术使用能力与银发消费支出的相关性”等问题,尚未形成基于微观数据的实证结论;三是供需匹配研究薄弱,对银发消费的需求侧洞察不足,适老化改造多停留在硬件层面,忽视了活力老人对“社交参与”“自我实现”等精神需求的追求,导致部分康养项目出现“设施空置”现象,例如部分乡村康养基地因缺乏文化体验活动,老年客群复购率不足20%,难以突破“高储蓄—低消费”的困境。

综合国内外研究现状可见,文旅康养融合与银发消费的研究虽已积累一定成果,但仍存在理论与实践的双重缺口:理论上,缺乏“康养经济学×老年消费心理学”的交叉研究框架,对融合驱动银发消费的内在机制阐释不足;实践上,产品供给与需求错位的问题尚未解决。因此,本研究基于跨学科视角,深入探讨文旅康养融合驱动银发消费振兴的机制,既可为理论体系完善提供新视角,也能为实践层面的产品创新、政策优化提供参考,具有重要的理论和实践价值。

二、研究内容

(一)研究对象本研究以60-74岁活力老年群体为研究对象。活力老人通常指年龄在60-74岁之间,身体健康状况较好,具备一定自理能力和消费能力,有较强参与社会活动和休闲旅游意愿的老年人。选择

这一群体，是因为他们是银发消费市场的主要潜力群体，其消费行为对文旅康养产业发展有着重要影响。

（二）核心目标本研究的核心目标有三：一是构建“康养核心－文旅延伸”模式，实现文旅康养产业深度融合，提高产业竞争力与附加值；二是激活家庭链式消费，通过设计适合家庭共同参与的文旅康养产品与服务，带动整个家庭的消费支出。三是优化淡季资源配置，解决文旅康养产业季节性供需矛盾，提高资源利用效率。

（三）难点及破解路径文旅康养融合驱动银发消费振兴面临的普惠性与商业价值平衡、代际需求协同、季节性供需矛盾这三大难题，需通过分层供给与 PPP 模式、代际融合场景设计、数字孪生调度系统分别破解。这些针对性举措能统筹各方需求与资源，推动文旅康养产业可持续发展并充分释放银发消费潜力。

首先，文旅康养产业发展中，既要满足广大活力老人的普惠性需求，又要保证企业商业价值以实现可持续发展，二者存在一定矛盾。建立分层供给机制，根据活力老人的收入水平、消费能力及需求差异，提供不同档次、类型的产品与服务。同时，采用 PPP 合作模式，吸引社会资本参与文旅康养产业投资与运营，政府给予适当政策支持与补贴，降低企业运营成本，提高企业积极性。

其次，活力老人与其子女、孙辈等家庭成员在消费需求、兴趣爱好等方面存在差异，难以实现代际需求协同，影响家庭链式消费激活。进行代际融合场景设计，打造适合不同年龄段家庭成员共同参与的文旅康养项目，如亲子康养游、家庭养生课程等，通过营造温馨和谐的家庭氛围，促进代际交流互动，实现代际需求协同。

最后，文旅康养产业受季节因素影响较大，旅游旺季产品与服务供不应求，淡季则资源闲置，导致资源配置低效。开发数字孪生弹性调度系统，利用数字孪生技术对文旅康养产业资源进行实时监测与模拟，根据不同季节市场需求，合理调配资源，优化产品与服务供给，实现供需平衡。

三、文旅康养融合与银发消费的现状分析

（一）我国文旅康养融合发展现状近年来，我国文旅康养融合发展取得一定进展，各地纷纷出台相关政策推动“文旅＋”模式创新，如非遗活化、农文康融合等。一些地区依托自身的文化、旅游与康养资源，打造了一批特色文旅康养项目，像云南的康养小镇、浙江的民宿养老、四川的中医药养生旅游等。

但我国文旅康养融合发展仍处于初级阶段，存在诸多问题：一是产业融合度不高，文化、旅游与康养产业结合松散，未形成有机整体；二是产品与服务同质化严重，缺乏特色与创新，难以满足活力老人多元化需求；三是基础设施不完善，适老化改造浅层化，如旅游景区无障碍设施不足、医疗保健服务配套滞后等；四是专业人才短缺，缺乏既懂文化旅游又懂健康养老的复合型人才。

（二）银发消费市场现状随着我国老龄化程度加深，银发消费市场规模不断扩大。活力老人作为银发消费市场的主力军，消费观念逐渐转变，消费需求日益多元化，不再局限于基本生活必需品消费，更多转向文化、旅游、健康、养生等领域。

然而，银发消费市场也存在一些问题：一是“高储蓄－低消费”现象依然存在，受传统观念及对未来养老、医疗等方面的担忧，活力老人消费意愿不强；二是消费结构不合理，物质消费占比较高，精神文化消费占比相对较低；三是市场监管不完善，存在虚假宣传、价格欺诈等现象，损害活力老人合法权益；四是产品与服务供给不足，缺乏专门针对活力老人的文旅康养产品与服务。

（三）文旅康养融合驱动银发消费的痛点诊断我国文旅康养产业面临深度老龄化催生的巨大市场潜力与消费释放滞后、资源配置低效、产品供需失衡、政策落地不畅四大核心矛盾。具体如下：

一是活力老人群体规模持续扩大，消费需求覆盖健康旅居、文化体验等多领域，但实际转化率显著偏低。传统储蓄观念抑制服务消费意愿，养老金替代率不足导致支付能力受限，适老型消费保障机制缺失进一步加剧风险担忧。多重因素共同造成市场增长乏力。

二是产业受季节波动影响突出,旺季设施超负荷运转与淡季资源闲置并存,候鸟式养老模式加剧区域失衡。资源错配推高企业运营成本,同时旺季服务供给不足引发消费体验下降,形成企业效益与用户满意度双输局面。

三是供给侧严重偏离活力老人对安全性、实用性、情感满足及性价比的核心诉求。产品同质化集中于基础服务功能,缺乏细分场景创新;智能适老设施普及不足,情感增值设计薄弱;定价体系未能匹配主流支付能力区间,导致有效供给不足与无效供给过剩并存。

四是现有政策缺乏产业融合实施细则,支持措施可操作性弱且审批流程繁杂。执行中因多部门职责交叉导致协同低效,配套支持落地缓慢,监管评估机制缺位。政策红利转化不畅削弱企业创新动力,产业升级面临系统性阻力。^①

上述结构性障碍并非孤立存在,而是形成多重矛盾交织、负面效应叠加的系统性梗阻:消费潜力释放滞后削弱市场增长动能,资源配置低效抬高全产业链运营成本,产品供需错位导致有效供给不足,政策落地不畅抑制企业创新活力。这些障碍通过“需求抑制→供给低效→制度缺位”的负向循环机制,双向制约产业发展质量与老年需求的满足。

四、文旅康养融合驱动银发消费的机制创新

文旅康养融合驱动银发消费的机制创新需从需求侧与供给侧双维度发力,通过精准对接活力老人消费需求与产业供给能力,构建协同联动的发展体系。需求侧聚焦活力老人消费决策逻辑,供给侧则以康养为核心推动产业深度融合,两者相互呼应,共同激活银发消费市场。

(一) 需求侧:社交-体验-成本三维决策模型

需求侧的社交-体验-成本三维决策模型,从活力老人的消费心理与行为逻辑出发,构建了一套完整的消费决策分析框架,深刻揭示了这一群体在文旅康养消费中的核心诉求。

在社交维度上,活力老人的社交需求呈现出多层次、强关联的特征。对于这一年龄群体而言,文旅康养活动不仅是休闲方式,更是维系社会关系的重要纽带。他们渴望通过参与集体出游、兴趣社群活动等,拓展社交边界-既有与同龄伙伴的情感共鸣,比如退休教师群体组织的文化研学旅行,在共同追忆职业生涯中深化友谊;也有与家庭成员的代际互动,例如带着孙辈参与亲子康养项目,在陪伴中强化家庭联结。社交需求的满足程度直接转化为消费意愿的强弱,当某项文旅康养服务能持续为其提供稳定的社交场景,如定期举办的老年书画交流会、社区康养兴趣班等,往往能形成较高的用户黏性。

体验维度聚焦于消费过程中的感知与反馈,是活力老人衡量服务价值的核心标尺。这一群体对体验的要求贯穿于消费全链条:在前期选择阶段,会关注服务方案的细节设计,如行程安排是否兼顾舒适与充实;在消费实施阶段,重视硬件设施的适老化水平,如住宿环境的无障碍改造、餐饮服务的营养适配;在消费后阶段,则对情感共鸣与记忆留存有较高期待,如文旅项目中融入的红色文化、地方民俗等元素,能否引发其对岁月的回味与认同。优质体验带来的不仅是单次消费的满意度,更能转化为长期复购的动力,例如某康养度假村因持续提供个性化的健康管家服务,使老客户年均复购率保持在60%以上。

成本维度作为消费决策的现实约束,在社交与体验需求得到基本满足后,会成为影响最终选择的关键变量。活力老人的成本考量呈现出精细化、综合化的特点,并非单纯追求低价。他们会核算直接经济成本,如服务套餐的价格构成是否透明合理、交通费用是否在可承受范围;也会权衡隐性成本,如时间投入是否与收益匹配,避免因行程过于紧凑导致的体力消耗,或因服务流程繁琐造成的时间浪费。例如,同等体验水平下,某城市周边的短途康养游比跨省长途游更受青睐,核心原因就在于交通时间短、体力消耗少,综

^①米红、李逸超:《共富养老:浙江人口老龄化案例分析》,北京:中国人民大学出版社,2023年。

合成本更具优势。这一模型为企业提供了精准的产品开发指南，促使企业在社交场景打造、体验细节打磨、成本结构优化之间找到平衡点，真正实现供需的高效对接。

（二）供给侧：康养核心辐射模型

供给侧的“康养核心辐射”模型，以健康管理为根基，通过文化赋能与季节适配的双向延伸，构建起文旅康养产业的深度融合体系，实现从单一服务提供向综合价值创造的升级。

康养核心度作为模型的基础维度，决定了产业融合的专业底色。它涵盖健康监测、医疗保障、养生干预等全链条服务能力，要求建立标准化的服务流程与专业化的人才队伍。^①例如，在康养社区配备全科医生与健康管理师，为每位入住老人建立动态健康档案，定期开展体检评估与膳食指导；在文旅项目中嵌入急救保障系统，确保突发健康问题能得到及时处置。这种专业保障不仅是满足活力老人基本需求的前提，更是赢得市场信任的核心竞争力，如同仁堂旗下的康养基地凭借其中医药调理的专业口碑，吸引了大量对中医养生有需求的客户群体。

文化延伸度作为提升产业附加值的关键维度，通过挖掘地域文化、民俗传统、人文精神等元素，为康养服务注入精神内核。可以将非遗技艺体验融入康养行程，如苏州的缂丝制作体验与慢生活养生结合，让老人在动手创作中感受传统文化魅力；也可以依托历史文化资源打造主题康养项目，如西安的汉唐养生文化之旅，将仿唐乐舞观赏、中医食疗体验与古城游览相结合。文化元素的融入使文旅康养服务从“生理照料”向“精神滋养”跨越，满足活力老人对高品质生活的追求，同时形成差异化的品牌特色，避免同质化竞争。

季节适应度作为平衡产业供需的调节维度，通过针对性开发季节性产品，破解文旅康养产业“旺季拥挤、淡季冷清”的困境。在春季推出踏青养生套餐，结合踏青赏花与中医经络按摩；夏季打造避暑康养项目，依托山林资源开展森林浴、避暑讲座；秋季设计秋收体验活动，让老人参与农事劳作并学习秋季养生知识；冬季则推出温泉疗养套餐，搭配冬季进补膳食指导。^②这种季节性适配不仅能提高设施利用率，还能引导活力老人错峰消费，如东北的冰雪康养项目通过打造冬季特色，吸引了大量南方老人冬季北上，形成“南客北游”的消费热潮。

“康养核心辐射”模型的表达式为：

$$Fusion_Index = \alpha \cdot Wellness_Core + \beta \cdot Cultural_Extension + \gamma \cdot Seasonal_Adaptation$$

其中， $Fusion_Index$ 代表文旅康养融合度， $Wellness_Core$ 、 $Cultural_Extension$ 、 $Seasonal_Adaptation$ 分别对应康养核心度、文化延伸度、季节适应度。 α 、 β 、 γ 则根据不同地区的资源禀赋与市场需求设定权重。

例如，在医疗资源丰富的城市， α 权重可适当提高；在文化底蕴深厚的地区， β 权重可相应加大。三者协同作用，构建起以健康为根本、以文化为灵魂、以季节为依托的产业生态，推动文旅康养产业从分散化经营向系统化发展转变，全面提升产业的竞争力与市场吸引力。

五、政策建议

（一）“数据中台”支撑的跨部门协同机制构建“数据中台”并非简单的技术堆砌，而是要打造一个覆盖文化、旅游、卫生健康、民政等多部门的综合性数据共享与治理体系。在数据整合层面，需制定统一的数据标准与接口规范，对各部门分散的文旅资源数据、健康养老数据、消费行为数据等进行清洗、脱敏与标准化处理，形成涵盖产业动态、人群特征、政策效能的全景数据库。

^①邱洪斌、于善波、崔秀兰：《乡村振兴背景下赫哲族“农文旅康”产业融合发展研究》，《黑龙江民族丛刊》2022年第5期。

^②张清影：《森林康养对文旅融合的促进——评〈森林康养实务〉》，《林业经济》2023年第9期。

在功能实现上,“数据中台”应具备三大核心模块:一是实时监测模块,通过接入景区闸机数据、消费支付数据、健康监测设备数据等,动态呈现文旅康养产业的客流量、消费额、服务满意度等关键指标,例如当某康养小镇的适老化设施使用率连续低于阈值时,系统可自动预警;二是需求画像模块,运用大数据分析技术构建活力老人的消费标签体系,包括健康状况、兴趣偏好、消费能力等,为精准供给提供依据,比如识别出某区域活力老人对中医理疗类产品的高需求后,可推送相关政策支持与市场信息;三是政策仿真模块,通过模拟不同政策组合的实施效果,为跨部门决策提供科学参考,如预测发放康养消费券对区域消费增长的拉动效应。

为保障“数据中台”有效运转,需同步建立跨部门协同机制。可成立由政府分管领导牵头的文旅康养融合发展领导小组,每月召开联席会议,协调解决数据共享中的壁垒、政策落地中的梗阻等问题。同时,明确各部门在数据采集、更新维护、安全监管等方面的职责清单,通过考核问责机制倒逼责任落实,形成“数据驱动决策、部门协同发力”的工作格局。

(二)“底线标准+在地创新”分类监管范式文旅康养产业的规范发展,需要制定聚焦核心安全与质量、覆盖全链条的底线标准,同时鼓励兼顾多样性与引导性的在地创新,并实施“双轨并行”的分类监管。

底线标准的制定需聚焦文旅康养产业的核心安全与质量要求,形成覆盖全链条的刚性约束体系。^①在产品与服务质量方面,应明确住宿设施的适老化改造标准,包括卫生间扶手高度、客房紧急呼叫系统响应时间;明确康养服务人员的资质要求,包括健康管理师持证上岗比例;明确文化体验项目的内容审核规范,杜绝低俗化、虚假化宣传等。在安全保障方面,需建立景区应急救援体系标准,每5平方公里配备1个应急站点;建立食品药品安全溯源标准,确保康养餐食的营养配比与卫生指标;建立消防安全标准,包含针对老年人群体的疏散通道设计要求等。在适老化改造方面,应细化交通接驳指标,如景区班车无障碍通道配置;细化信息服务指标,如标识系统的字体大小与对比度;细化医疗配套指标,如景区内AED设备布设密度等。

在地创新的鼓励需兼顾多样性与引导性。对于资源禀赋独特的地区,可支持其探索差异化模式:例如民族地区可开发“非遗康养”项目,将民族医药、传统歌舞与康养服务结合,如云南大理的白族扎染体验与中药泡脚套餐;农业主产区可打造“田园康养”模式,依托生态农庄提供农耕体验、有机食疗等服务,如山东寿光的蔬菜采摘与营养膳食搭配课程。^②为避免创新陷入无序状态,监管部门可建立创新项目备案制,对新开发的产品与服务模式进行风险评估与方向引导,例如对涉及医疗资质的康养项目,提前明确卫健部门的前置审批要求。

分类监管的实施需构建“双轨并行”的管理体系。一方面,对符合底线标准的企业,纳入“白名单”管理,在政策扶持、宣传等方面给予倾斜,政策扶持包括优先获得产业基金支持,宣传推广包括纳入官方推荐名录;另一方面,建立“红黄牌”预警机制,通过日常巡查、第三方评估、消费者投诉等渠道收集企业违规信息,对轻微违规企业发放黄牌并限期整改,如未按标准配备急救人员,对严重违规企业直接纳入黑名单,如提供虚假康养疗效宣传,暂停其参与政府采购项目资格并向社会公示。此外,可根据企业规模、服务类型实施差异化监管频次,对大型连锁康养机构每季度检查1次,对小型民宿类企业每半年检查1次,提高监管效率。

(三)“靶向激励+动态适配”政策工具要推动文旅康养产业发展,需通过精准灵活设计、便捷可控发放核销并动态调整的康养消费券,以及形成全周期激励且与企业社会责任挂钩的税收优惠政策,同时提供突出引导性与市场化的金融支持。以下措施从消费端、企业运营全周期及产业资金保障等方面发力,多维度为文旅康养产业的发展提供支持与保障。

首先,发放康养消费券。消费券的设计需体现精准性与灵活性。在发放对象上,可根据活力老人的健

^① 闫洁:《旅居养老:活力老人生活新选择》,《中国社会报》2024年6月12日,第1版。

^② 罗先菊:《以农文旅康深度融合推动民族地区乡村振兴:作用机理与推进策略》,《价格理论与实践》2022年第2期。

康状况与经济条件进行分层：对低保家庭中的活力老人，发放普惠型消费券；对中高端康养需求的活力老人，发放定向型消费券。在使用场景上，应覆盖“文旅+康养”全链条，包括景区门票、康养课程、适老化交通、健康监测设备租赁等，避免消费券使用范围过窄导致的“闲置浪费”。发放与核销机制需兼顾便捷性与可控性。线上通过政务 APP、微信小程序实现“刷脸领券”，同步关联老人的社保卡信息以防止冒领；线下在社区服务中心、老年大学等场所设置人工发放点，解决部分老人的数字鸿沟问题。^①

核销时采用“即付即减”模式，老人在合作商户消费时出示电子券或纸质券即可抵扣费用，商户定期与政府结算。同时，建立消费券使用跟踪系统，分析不同类型券种的核销率、拉动消费倍数等数据，动态调整发放策略——例如若发现某区域的旅居类消费券核销率低，可调研是否因合作酒店的适老化设施不达标，并据此优化商户准入标准。

其次，制定税收优惠政策。税收优惠政策需形成“研发—运营—拓展”全周期激励。在研发环节，对企业投入的适老化产品研发费用，给予加计扣除优惠；在运营环节，对符合底线标准的文旅康养企业，减按相应的税率征收企业所得税，对其缴纳的房产税、城镇土地使用税给予减半征收优惠；在市场拓展环节，对企业组织活力老人开展跨省康养旅游的，按组团人数给予增值税减免。优惠政策的享受需与企业的社会责任挂钩。例如，要求享受税收优惠的企业必须承诺每年新增一定比例的适老化岗位，或按营收的一定比例投入适老化设施升级。税务部门需与文旅、民政部门建立信息共享机制，对企业的达标情况进行联合核查，对未履行承诺的企业追回已享受的税收优惠并加收滞纳金。

最后，提供金融支持。文旅康养产业发展基金的运作需突出引导性与市场化。基金规模可按地方财政收入的一定比例设立，采用“母基金+子基金”模式：母基金由政府主导，负责制定投资方向；子基金引入社会资本，采用市场化方式筛选投资标的。基金投资期限可设为较长时间，匹配康养项目的长周期回报特点，对优质项目可采用“股权投资+债权融资”组合支持，降低企业的综合融资成本。金融产品创新需聚焦活力老人的消费与企业的发展需求。^②针对活力老人，开发“康养消费贷”产品，允许其凭养老金流水申请低息贷款，用于支付高端康养服务费用，贷款期限可与退休年龄至预期寿命的差值挂钩；推出“保险+文旅”组合产品，将旅游意外险与慢性病管理服务结合。针对企业，创新“经营权质押贷”，允许企业以景区经营权、康养设施收费权作为质押物获取贷款；开展“绿色信贷”倾斜，对采用环保材料建设、符合低碳标准的康养项目，给予贷款利率下浮优惠。

（四）“社群拼团游+家庭联动”产品链开发文旅康养领域的社群拼团游和家庭联动产品在设计运营上各有侧重，旨在更好地满足活力老人及其家庭的需求。

社群拼团游中，社群平台的搭建需兼顾线上互动与线下体验。线上依托微信、抖音等流量平台，构建“兴趣社群+专业服务”的运营模式：按活力老人的兴趣标签划分社群，由专业运营团队定期推送目的地攻略、养生知识，组织线上秒杀、直播探点等活动，增强社群黏性。线下在各城市设立“社群服务站”，配备专职领队，负责拼团活动的组织协调、健康保障等。拼团产品的设计需突出社交属性与成本优势。推出“主题拼团”系列，行程安排上预留充足的自由活动时间，避免高强度行程导致的疲劳。在成本控制方面，通过集中采购降低交通、住宿、门票等费用，同时设置“早鸟价”“连住优惠”等激励措施，提高成团率。

家庭联动产品中，家庭联动产品需构建“代际融合”的场景体验。^③设计“祖孙共学”系列产品，开发“家庭健康周”套餐，满足不同年龄层的健康需求。在行程设计上，需考虑代际差异：例如住宿安排“家庭套房”，餐饮提供“老少皆宜”菜单。产品链的延伸需激活家庭链式消费。推出“家庭积分体系”，家庭成员共同参与文旅康养活动可累积积分，积分可兑换全家共享的福利；开发“家庭年卡”产品，持卡人可

^①单德朋、宋书山：《数字普惠金融赋能城镇居民消费潜力释放——来自 CHFS 的微观证据》，《价格理论与实践》2024 年第 11 期。

^②范媛：《人工智能赋能商洛康养金融产业发展的机制与对策》，《大众投资指南》2025 年第 15 期。

^③贾臻：《“一老一小”、全龄友好：青岛探路“代际融合社区”》，《青岛日报》2025 年 7 月 1 日，第 3 版。

全年无限次进入合作景区,并享受合作康养机构的折扣优惠。同时,联动社区、学校等机构,组织“家庭康养日”活动,将文旅康养产品融入家庭日常生活场景,形成良性循环。

结论与展望

文旅康养融合能通过满足活力老人的社交、体验需求,降低消费成本,激发其消费意愿,进而驱动银发消费振兴;构建的“康养核心辐射”模型与社交-体验-成本三维决策模型,能为文旅康养产业融合发展与产品创新提供理论指导;提出的“数据中台”支撑的跨部门协同机制、“底线标准+在地创新”分类监管范式、“靶向激励+动态适配”政策工具及“社群拼团游+家庭联动”产品链,能有效破解文旅康养融合与银发消费发展过程中的难题,促进产业健康发展与消费潜力释放。

本研究虽取得一定成果,但仍存在不足。在研究范围上,可进一步扩大研究区域,涵盖更多不同类型的城市与农村地区,以增强研究的普遍性。在研究深度上,可对文旅康养融合驱动银发消费的长期影响进行跟踪研究,深入分析其动态变化机制。未来还可结合更多新兴技术,如人工智能、大数据等,探索其在文旅康养融合与银发消费领域的应用,为产业发展提供更前沿的思路与方法。

总之,文旅康养融合驱动银发消费振兴是一项复杂的系统工程,需要政府、企业、社会等多方共同努力。相信随着相关研究的深入与实践的探索,我国文旅康养产业将实现高质量发展,银发消费市场将焕发新活力,为经济社会发展做出更大贡献。

基金项目 本文系齐鲁理工学院 2021 年山东省社科规划课题-新时代山东人口发展的趋势特点及对经济社会发展的影响研究(21CPYJ34)的阶段性成果;本文系 2025 年山东社科联入库课题:开源 AI 大模型赋能山东省中小企业数字化转型机制与路径研究的阶段性成果;本文系齐鲁理工学院社会科学人才课题(QIT23TP027):一带一路框架下低碳节能企业国际化推进路径研究的阶段性成果。

作者简介 王雯雯,女,1987 年 10 月出生,山东泰安人,齐鲁理工学院商学院讲师,研究方向为文旅康养及数字经济,<https://orcid.org/0009-0009-3537-6669>。张玲,女,山东省济南市章丘人,齐鲁理工学院商学院讲师,研究方向为人力资源管理。梁韶青,女,山西吕梁人,齐鲁理工学院商学院副教授,研究方向为银发经济及中小企业数字化转型;邓刚(通讯作者),男,1971 年 5 月出生于内蒙古,博士,齐鲁理工学院商学院教授,副院长,硕士生导师,研究方向为银发经济、数字化转型、绿色发展。通信地址:山东省济南市章丘区经十东路 3028 号,邮政编码:250200,Email: denggang@qlit.edu.cn, <https://orcid.org/0009-0001-1097-2191>。

引用本文 王雯雯,张玲,梁韶青,邓刚. 文旅康养融合驱动银发消费振兴:机制创新与政策响应[J]. 社会科学理论与实践,2025,7(5):71-79. <https://doi.org/10.6914/tpss.070509>.

Cite This Article Wenwen WANG,Ling ZHANG,Shaoqing LIANG,Gang DENG.(2025). Cultural Tourism and Health Care Integration Driving Silver Consumption Revitalization: Mechanism Innovation and Policy Response. *Theory and Practice of Social Science(Shèhuì kēxué lǐlùn yǔ shíjiàn)*, 7(5):71-79. <https://doi.org/10.6914/tpss.070509>

Cultural Tourism and Health Care Integration Driving Silver Consumption Revitalization: Mechanism Innovation and Policy Response

Wenwen WANG,Ling ZHANG,Shaoqing LIANG,Gang DENG

Qilu Institute of Technology

Abstract Against the backdrop of China's accelerating population aging, the silver economy has become a key driver of economic growth. As an important pathway to stimulate silver consumption, the integration

of cultural tourism and health care currently faces multiple challenges, such as disciplinary fragmentation and supply-demand mismatches. This paper focuses on the active elderly group aged 60–74, constructs an interdisciplinary framework of “geriatric consumer psychology × health care economics,” and proposes the “health care core-driven” theory. It further analyzes the mechanisms through which cultural tourism and health care integration drive silver consumption and provides corresponding policy recommendations, offering references for promoting the development of the silver economy.

keywords cultural tourism and health care integration; silver consumption; active elderly; mechanism innovation; policy response

（责任编辑：黄欣 Email: wtocom@gmail.com）