

“醉美”秋色点燃旅游市场

本报记者 卢岳 口 王琦琛

深秋时节，五彩斑斓的秋叶铺满大地，全国各地秋游热潮涌动。游客们纷纷走出家门，追寻秋天的醉人景致，体验大自然的独特魅力。秋季景观和季节性活动作为旅游行业的重要组成部分，有力推动了景区周边经济的增长。从金秋文化节到“拾秋”，秋季旅游方式愈加多元化，游客可以享受到丰富的消费体验。

金秋文化节：秋日活动精彩纷呈

伴随“香山红叶节”落下帷幕，北京的秋季赏景活动进入尾声，而地坛公园的“银杏文化节”依然热度不减。这些文化节不仅为游客提供了绝佳的观景体验，还精心策划了丰富多彩的互动活动。

11月10日，记者走进地坛公园北门，金黄的银杏叶与红墙绿瓦相映成趣，地面铺满了金灿灿的落叶，时不时有黄叶盘旋飘落。游客们捡起银杏落叶夹在书本里，或撒起“银杏雨”，掏出手机记录下眼前的美景，留下一片欢声笑语。

在银杏文化节期间，地坛公园的园艺手工体验项目成为游客的首选活动。记者看到，游客们一边观赏银杏美景，一边积极参与手工制作活动，享受亲自动手的乐趣。公园还推出了以银杏为主题的文创产品，尤其是银杏形状的毛绒玩偶“杏运儿”，一经推出便迅速走红，吸引了不少游客特意排队购买。

除文创产品外，地坛公园的“共享花园城市——杏林遇见”市集也为游客提供了丰富的购物与娱乐选择。记者在市集上看到，以银杏为主题的冰

箱贴、笔记本等商品吸引了众多游客选购；在互动体验区，市民与游客排队体验投壶、套圈、蒙眼敲锣等传统游戏，每一次投中都引来周围的掌声与喝彩；园艺知识问答区也备受欢迎，吸引了众多游客在这里体验秋日的轻松与欢乐。

“拾秋”风潮：检出秋日独特的美

随着“生态旅游”的火热，越来越多的游客不只满足于简单的观光，而是开始选择“慢节奏”的旅行方式，享受秋日的美好。近几个月来，“拾秋”这一新型户外户外成为了游客“打卡”秋景的新潮流。游客们在公园、街道上寻找和捡拾秋天的“馈赠”——叶片、果实、种子，甚至偶尔可见的蘑菇与松果。整个“拾秋”的过程既充满未知的期待，又是一种连接自然的方式，带给都市人心理上的抚慰。

与徒步或Citywalk不同，“拾秋”更注重的是慢节奏的享受和细致的观察。在奥林匹克森林公园，记者看到不少大人和孩子蹲在地上专心地捡拾银杏叶、枫叶，小朋友们兴奋地跑向家人展示刚捡到的秋叶，家长们则一边引导孩子观察植物，一边讲解秋天的变化。家长李女士表示：“带孩子来‘拾秋’，不仅能让他们接触自然，还培养了他们的观察力和专注力，使孩子们能更好地感受到大自然的奇妙。”

“拾秋”不仅吸引了“一家三口”的家庭游客，也吸引了众多年轻人的参与。在紫竹院公园，年轻的游客们身穿汉服，漫步在枫叶、银杏和竹林之间，捡拾落叶并拍照留念。来自北京通州区的陈女士告诉记者，为了拍秋景，这次特意穿了一身汉服。这种结合传统文化和自然体验的方式，赋予



了“拾秋”更多的仪式感和独特的休闲体验。

错峰赏秋：蓄力冬季旅游市场

随着机票和酒店价格回落，错峰游正在进入最佳“窗口期”，成为秋季旅游的新趋势。

记者了解到，北京市园林绿化局和气象局联合推出“多彩京秋”赏叶活动，借助线上实时播报彩叶变色率，引导游客错峰出行，避免游客高峰期的聚集。北京市园林绿化局的负责人表示，这一措施不仅提高了游客的旅行质量，也为城市季节性旅游注入了新的活力。为了保障景区的可持续发展，景区管理者还需要加强限流措施并提升游客环保意识。

“秋季的旅游需求不断上升，尤其是在城市周边，赏秋成为了游客的首选活动。”业内人士指出，北京市得天独厚的秋季景观资源为各大公园和景区提供了竞争优势。特别是红叶节、银杏文化节等活动的开展，吸引了大

量游客，推动了餐饮、交通和住宿等多方面的消费增长。他补充道，这些短途旅行不仅促进了周边经济，还通过文创产品销售、互动体验等方式，进一步带动了当地园区的经济增长。

赏秋经济的火爆背后也反映出游客对自然生态的关注度不断提升。在美丽的自然景观中放松身心，不仅是一次简单的户外活动，更是一种精神疗愈。走出办公格子间，专注于自然物的发现，人们可以暂时忘却日常生活中的压力和焦虑，向没有天花板的自然寻求慰藉。

北京通州文化旅游协会秘书长杜山川提醒，随着游客数量的增加，城市公园和自然保护区面临着环保压力。未来其应进一步丰富秋季旅游产品和体验，打造具有地方特色的活动内容，并加大文创产品的研发与推广力度，以满足多样化的消费需求。此外，景区可以借助数字化技术，推出虚拟观景、直播互动等服务，扩大秋季旅游的覆盖面，推动线上线下的联动发展。

中医夜市热潮涌动 在传承与发展中体验中医药健康服务



本报记者 卢岳 口 王紫茜

随着中医药文化与现代都市夜生活的日益融合，中医夜市逐渐成为消费者夜间休闲娱乐和健康养生的重要场所之一。近日，北京、广东、陕西、安徽等地的中医夜市相继开市，活动通过专业问诊、知识普及、多元互动体验等方式，满足消费者的健康需求。

全国多地掀起“中医夜市”热

当夜市遇见中医药，会碰撞出怎样的火花？

中医夜市，顾名思义，是将传统中医药文化与现代都市夜生活相融合的新型文化现象。中医夜市的举办，不仅为消费者提供了丰富多彩的夜间活动，也使其能够进一步了解中医药文化。

近期，多地中医夜市开市，受到消费者的广泛关注。记者注意到，中医

本报记者 卢岳 口 王琦琛

一根长度与筷子相仿的迷你鱼竿，搭配轻巧可爱的线组、鱼钩、浮漂、钓饵盘等全套装备，这种新兴的钓鱼方式——“小物钓”，正在年轻消费群体中悄然兴起。不再追求“大渔大获”，而是瞄准更微小的目标鱼种，体验“轻钓”的乐趣，“小物钓”正在引领一种随时随地享受生活的新型方式。

轻松上手：随时随地享受“小物钓”

相比于传统钓鱼方式，“小物钓”最大的特点是轻便、灵活，十分契合现代快节奏的都市生活。越来越多的年轻人开始在闲暇时选择“小物钓”，背上简单装备，随意挑选一片水域，在城市周边找到放松的空间。

不少“钓友”都将“小物钓”视为逃离都市的“疗愈良方”。37岁的王女士告诉记者，如今她每逢周末便会带上儿子到郊外钓鱼，“这种钓鱼方式不仅让孩子亲近自然，也带给我与孩子互动的宝贵时光。”

夜市提供中药茶饮等产品，也有针对性地提供中医推拿、拔罐、艾灸等传统疗法。这些活动旨在让消费者进一步了解和认识中医药，使其在日常生活中更加关注健康养生。

业内人士指出，追溯中医夜市的起源，可以看作是中医药文化在新时代背景下的一次积极探索与创新。中医药作为中华民族的瑰宝，历经千年传承，至今仍发挥着重要的作用。然而，在快节奏、高压力的现代生活中，许多人对于中医药的了解仅停留在表面，甚至还存在一些误解与偏见。在此背景下，全国多地中医夜市的出现无疑是以更加直观、生动的方式，使中医药文化融入消费者的日常生活。

多元互动 满足消费者健康需求

“中医夜市之所以受到消费者的关注和欢迎，不仅在于其能够丰富消费者的中医药知识，更在于能够提供多元互动，满足消费者的健康需求。”中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平在接受记者采访时表示。

记者了解到，11月9日，广东省江门市江海区首届中医药健康夜市活动正式开幕。活动现场，知名中医专家现场坐诊，通过中医理论和方法为消费者答疑解惑，提供专业的诊疗指导。11月2日，湖湘仲景中医药文化

流动夜市第七站在湖南长沙开福区开启。据悉，本次夜市邀请了江华瑶族自治县民族中医医院医师、百岁瑶医传承人龙云鹏和该院李珍清、蒋运涛、龙秀珍等瑶医，现场展示瑶医药线疗法、抓火疗法，为消费者带来极具特色的民族医药体验。

不仅如此，在中医夜市上，消费者也可以体验到中医药与现代科技的完美结合，通过VR、AR等新兴技术，消费者可以身临其境地感受中医药文化的魅力。例如，在2024北京市丰台区西山永定河文化带文化宣传活动中，数字化中医体验馆备受消费者的青睐，其通过拍摄舌面、舌下、面部照片，即可利用AI技术辨识体质，实现快速准确的健康状态判断。

除了专业咨询、科技赋能身体检查外，中医夜市还设置了其他互动环节。消费者可以参与中医药知识问答、中医药文化猜谜、香囊制作等活动，通过轻松有趣的方式学习中医药知识。10月7日，由北京顺医院承办的中医夜市活动在京顺中医堂广场开市。现场设置了中药辨识、中医科普、游戏互动、手工体验等区域。消费者可以在此品鉴冬虫夏草、铁皮石斛、西洋参名贵中草药，亲手制作养生艾草锤、香囊、漆扇、艾条等传统非遗手工项目，感受中医药文化的博大精深。

中医夜市拓宽中医药健康服务渠道

记者注意到，尽管中医夜市的兴起，在为消费者提供便捷健康服务、传播中医药文化方面取得了一定成效，

但在其发展过程中仍面临着诸多挑战。林先平在接受记者采访时谈到，“中医夜市的经营者需要具备足够的中医药知识和技能，才能为消费者提供高质量的服务。此外，需考虑到夜间经营的成本和风险，如安全、卫生等问题。”

对此，林先平认为，相关方应加强中医夜市经营者的培训和管理，提高其中医药知识和技能水平。其次，加强中医夜市夜间经营的监管和治理，确保其安全、卫生。

除此之外，记者了解到，健康中国行动推进办、国家卫生健康委、国家中医药局联合印发的《健康中国行动中中医药健康促进专项活动实施方案》中指出，要在健康中国行动中进一步发挥中医药作用，充分发挥中医药在治未病中的独特优势，促进中医治未病健康工程升级，更好地为人民群众提供全方位、全生命周期的中医药健康服务。

“在政策的指引、资源和技术的加持下，中医夜市有着广阔的发展前景。首先，随着消费者对健康生活方式的愈发重视，中医夜市可以为其提供更多的健康服务。其次，中医夜市可以通过开展各种健康教育和健康宣传活动，提升消费者的健康素养水平，推动健康中国建设。此外，中医夜市可以开展更多讲座和培训活动，提高消费者对各种疾病的预防意识；推广中医药养生保健知识，引导消费者养成健康的生活方式；加强中医药服务的质量和监管，更好保障消费者的权益。”业内人士表示。

“渔翁”之意不在钓？“小物钓”引领“轻享生活”新潮流

据显示，国内钓鱼人口总数已达约1.4亿，其中25岁到44岁的群体占比高达46%，“00后”与“90后”占比逐渐上升。随着“小物钓”这种便捷钓鱼方式的兴起，钓鱼不再是中老年人专享的消遣，而是吸引了越来越多年轻人的加入。

20岁的女大学生王悦也爱上了“小物钓”，她表示：“我一开始对钓鱼完全不了解，觉得是年纪大的人才玩的。后来和朋友们试了一次，发现钓鱼时很放松，它现在已经成为我们固定的休闲活动。”王悦认为，她在钓鱼时不再局限于追求结果，而是更注重整个过程。她喜欢将钓到的每条鱼都拍照并分享到朋友圈内，“拍完照我们会把鱼放生，享受钓鱼的趣味和宁静。”

如今，“小物钓”已成小红书、微博等社交媒体平台上的热门话题，成为年轻人展示个性和生活态度的方式。许多

“小物钓”爱好者会在社交媒体上分享自己的钓鱼故事和心得，这吸引了更多同龄爱好者的加入。抖音短视频平台上，各种钓鱼技能、体验示范视频层出不穷，从寻找合适水域到实际垂钓，每个环节都充满挑战和乐趣。

“小物钓”助力垂钓市场新增长

“小物钓”的流行，不仅为垂钓市场开辟了新的细分领域，还带动了垂钓用品行业的快速发展。如今，在电商平台搜索“小物钓”套装，可以看到，不到五十元就能购买到包含鱼竿、饵料、线组等配件的“新手大礼包”，其月销量累计超过8000件。

数据显示，垂钓用品消费正呈现出显著增长的趋势。据天猫统计，每年约有200万名“95后”消费者购买垂钓产品。2024年第一季度，垂钓用品在户外装备市场的占比达到22%，销售额超过8

口 本报记者 卢岳

“在四川青城山旅游的过程中，结交了很多与自己志同道合的银龄朋友，整个旅途中还有专业的老师提供八段锦教学，非常充实。”家住北京市丰台区的张阿姨欣喜地表示，退休后自己还能享受到这种寓教于乐的银发研学游十分开心，更准备将其分享给身边更多的老伴儿们。数据显示，2023年中国中老年消费市场规模已超14万亿元，旅游是中老年群体的重要消费支出，研学游产品市场前景将持续扩大。

银发研学走俏 市场规模将持续扩大

据张阿姨介绍，自己报名的价格5999元的老年研学游活动一共5天4夜，她从北京出发，不仅游览了成都，逛了都江堰、青城山，还深度学习了八段锦。她对整个活动的行程安排和课程内容都非常认可。根据量子之歌与CIC灼识咨询联合发布的《2024年中国银龄旅游专题报告：乐享银龄，探讨中老年旅游消费趋势》（简称“报告”）显示，67.9%的消费者期望在“游”的基础上加入“学”，即在旅游途中，能够学习到当地的文化、诗词、书法、音乐等内容。业内人士李鹏表示，未来养老不仅是物质层面的保障，更是精神层面的关怀和支撑。为满足银发人群在“精神文化”养老中的多元需求，量子之歌打造“线上+线下”银发服务一体化平台，助力他们美好生活。

“我们老年人适合更为轻松的行程安排，不需要走马观花大量打卡，也不用去人多的地方凑热闹。能学习到一些人文历史、养生知识，能结交新的朋友，吃得好休息好，就是最大的诉求。”在张阿姨看来，如今专门针对老年群体制定的研学服务与传统旅游项目相比，“适老”的同时也更具性价比。

数据显示，随着全球及中国老年人口数量的不断增加，老年游学市场如今正展现出巨大的发展潜力。民政部、全国老龄办发布的数据显示，截至2023年底，全国60岁及以上老年人口已达到2.97亿，占总人口的21.1%，其中65岁及以上老年人口2.17亿，占总人口的15.4%。对比第七次全国人口普查数据，人口老龄化在不断加深。这一庞大的消费群体为老年游学市场提供了广阔的发展空间。预计到2025年，中国老年旅游收入有望超过万亿元，而老年游学作为老年旅游的细分领域，其市场规模也将持续扩大。

多行业抢占市场 产品更具内涵

记者看到，目前市场上专注于银发研学产品的公司数量正在逐步增加，相较于其他教育或旅游领域，其市场需求和发展前景被普遍看好。经梳理记者看到，目前涉及相关服务的公司主要包括传统老年教育机构、旅游公司、新兴的银发生活服务平台以及互联网教育类公司等。

量子之歌执行总裁施广强告诉记者，如今越来越多银发朋友心态年轻、爱赶时髦，所以我们为他们量身定制“边游边学”路线，不断满足其丰富的精神需求。未来我们将继续以精品课程为抓手，创新技术为推动，深耕银发经济领域，通过兴趣教育激发更广泛的积极老龄观，打造银发生活新范式。

从事旅游行业多年的业内人士侯志强称，当前老年人群对精神文化需求的提升和出游意愿的增长，让更多产品将研学理念融入课程，“越来越多平台推出更多元的产品，例如结合旅游与学习的产品，或专注于为中老年人提供包括研学旅行在内的多元化生活服务，或利用技术优势开发线上线下的银发研学课程等。”侯志强指出，银发研学产品与普通旅游或传统研学产品相比，具有显著的区别和特点。“首先，这类产品会专门针对中老年人设计，课程内容更注重传统文化、历史人文、养生健康等与老年人生活密切相关的主题。同时银发研学产品采用线上线下融合的教学模式，结合实地考察、亲身体验等多元化方式，使学习更加生动有趣。此外，它还注重提供社交互动机会，帮助中老年人结交新朋友，增强社会存在感和价值感。”侯志强表示，随着中老年人消费观念的转变和出游意愿的增长，银发研学产品的整体市场容量正在不断壮大，具有广阔的发展前景和潜力。

政策助力市场高质量发展

记者看到，当前着力推进银发经济发展已成为经济市场的主旋律，多项政策的出台更为促进行业及市场发展提供了更强的依据和动能。如党的二十届三中全会《决定》提出发展“银发经济”，并强调要完善发展养老事业和养老产业政策机制。“这一政策导向为企业提供了明确的市场信号，增强了企业在银发经济领域投资与创新的信心。”大消费分析师杨怀玉在接受记者采访时表示，但需要注意的是，银发经济的发展需要不同产业的协同配合，包括旅游、教育、医疗、科技等多个领域。记者看到，千尺学堂2023年下半年至今推出多个银发研学产品，如“三山五岳·康养之旅”“四季调柱·山海游学”和“千古传承·非遗之旅”等多主题精品游学产品，更创新打造集“健康与传承”“好玩与好学”“社交与娱乐”于一体的中老年群体文旅新方式。

“我们从2023年下半年开始有做‘线上+线下’模式的想法，希望通过线上催生线下渠道，来探索平台新的营收增长点，实现集团业绩持续增长。”千尺学堂相关负责人表示，银发研学聚焦老年消费群体，这类人群对价格及产品的性价比更为敏感，“这也是我们定制产品的出发点，即以客户需求为核心，真正尝试去线下接触链接学员，了解更多学员的真实需求，以便我们未来能研发出更多适合他们的银发研学产品，让其真正感觉到‘值得’。”

记者了解到，以平台爆款产品“武当山站桩游学”产品来看，目前该产品一次接待人数30人，工作人员与学员配比能达到1:5。“只有真正深耕体验，将‘游’跟‘学’更好结合，才能满足学员老有所学、老有所乐的需求。此外，注重线下反馈线上，让学员参与的每一场游学都安全放心的同时真正有收获、有惊喜。”该相关负责人表示。



亿元。在短视频和社交媒体的推动下，钓鱼逐渐从传统户外活动转变为集社交和娱乐于一体的新型休闲方式，成为一种备受追捧的潮流活动。

“小物钓”的兴起还带动了与之相关的旅游业增长。随着“小物钓”成为社交媒体上的新宠，一些环境优美、水域清澈的景区成为钓鱼爱好者的热门目的地。福建、浙江等地多个景区，凭借丰富的鱼类资源和优质水质吸引了大量游客，不仅促进了当地的旅游经济，还带动了自驾游、郊游等活动的开展。这种无负担、轻松休闲的钓鱼方式，带给人们一种新的生活方式和体验方式。

业内人士认为，“小物钓”的流行反映了当代年轻人对“轻享生活”的追求。钓鱼不仅是一种获取渔获的活动，更是一种都市人放松心情、亲近自然的方

老有所学、学有所乐
银发研学产品迎热销

式。许多钓鱼爱好者还通过放生和捐献渔获来参与公益，推动生态保护。对不少年轻人而言，钓鱼已成为他们日常生活中不可或缺的放松方式。

“小物钓”兴起的背后，体现了人们对健康生活方式的向往，以及对慢节奏、轻松生活的追求。”业内人士表示，“小物钓”不仅为钓鱼行业注入了新的活力，也推动了行业创新和市场需求多元化。随着市场的不断扩展，未来预计会有更多智能化、便携性强的钓鱼装备出现，以满足不同年龄层和消费群体的需求。