

山西银发经济活力涌动

本报记者 梁婧

2025年

我国60岁及以上老年人口达

3.23亿人

占总人口的
23%

未来10年至15年
老年人口总量仍将保持快速增长

预计2035年左右
突破4亿人

2050年前后维持在
4.8亿至5亿人的
高位区间



左图 在国铁太原局开行的银发旅游列车上,乘务员为旅客即兴表演快板。
玄悦摄(中经视觉)

下图 在山西省晋城市司徒小镇景区,老年游客翩翩起舞。
宁绍雄摄(中经视觉)

抢手的AI课

“以前退休在家,日子单调乏味,现在上了老年大学,学AI、练书法、拍视频,每天都充实又新鲜!”62岁的太原市民张永胜谈及老年兴趣班,脸上满是笑意。如今,山西越来越多银发族走进课堂,重拾爱好、学习新知,老年兴趣班已成为丰富晚年生活、激活精神消费的重要载体。

走进山西老年大学,教室里座无虚席:银发学员们或凝神临摹字帖,墨香漫溢;或举着手机练习摄影,定格美好;或跟着老师实操AI软件,眼神专注。这份求知劲头,丝毫不输年轻人。2026年,山西老年大学主校区及14所分校开设14个专业84类学科124门课程,295个教学班吸纳近万名学员。课程设置兼顾经典与潮流,既有书法、绘画等传统科目,也有AI实操、短视频制作等新兴课程,精准对接老年人多样化学习需求。

“我们的AI课程太火爆了,6个班次244个名额,报名通道一开启就被一抢而空。”山西老年大学教务部工作人员杨妙男介绍,数字时代,老年人跨越数字鸿沟的需求迫切,这类贴合时代的课程,让老人们既能跟上时代步伐,也能丰富精神世界。67岁的梁爱华告诉记者,她学会上AI视频剪辑后,常把旅游美景、家庭日常做成短片分享,成就感满满。

老年教育的蓬勃发展,离不开政策支撑。2026年,山西省14部门联合印发相关意见,推动市属培育老年阅读团队、打造阅读品牌,乡镇(街道)依托各类阵地建设阅读场所,让更多老人在家门口就能享受优质教育资源。与此同时,老年教育也催生出新消费,仅山西老年大学2026年学员相关消费就近2000万元,实现了“精神滋养”与“经济赋能”的双向共赢。

“咱老年人的专属消费券”

“每月最高800元的养老消费券,真是解了我们的燃眉之急!”晋城市重度失能老人王大爷的家属,谈起山西的适老消费券政策连连称赞。养老保障是民生之基,2026年以来,山西全面实施中度以上失能老年人养老服务消费补贴项目,以电子消费券精准赋能,用政策温度守护“夕阳红”。

“一人失能,全家失衡”是不少家庭的痛点。为破解这一难题,2026年1月起,山西省民政厅、财政厅

统筹3.11亿元,通过“民政通”平台按月发放电子消费券,连续发放12个月。补贴对象覆盖省内60周岁及以上中度、重度、完全失能老人,居家社区养老服务按自付金额50%抵扣,机构养老按40%抵扣,每月最高800元,年度可达9600元,涵盖助餐、助浴、康复护理等全场景服务。

“不用跑腿,在手机上就能申领,审核通过后自动到账。”太原市61岁的市民刘建国告诉记者,每月用券抵扣400余元照护费用,家庭负担大幅减轻。

截至2026年4月,山西已核销消费券7.1万张,金额2614万元,惠及4.5万名失能老人,直接带动养老服务消费8661万元。政策撬动下,养老机构入住率提升、就业岗位增加,实现了“政策惠民、市场增收、就业扩容”的多赢。

为确保政策落地,山西简化申领手续、打破户籍限制,非本地户籍常住老人也能同等享受福利,同时加强资金监管,杜绝套现挪用,让每一分补贴都用在刀刃上,让“老有所养”从愿景变为现实。

旅居享老的银发专列

“五一”假期过后,国铁太原局山西铁路文化旅游有限公司工作人员侯晓玉便忙得脚不沾地:对接旅行社、细化服务方案,确认游客信息,只为给即将开行的全疆南北游银发旅游列车做好准备。如今,越来越多山西银发族走出家门,从“安居养老”转向“旅居享老”,银发旅游正成为文旅消费新引擎,在三晋大地上涌动着蓬勃活力。

银发旅游的兴起,离不开政策护航与供给升级。2026年5月1日起,山西面向全国60周岁及以上老人,开放五台山、云冈石窟等国有A级景区免票福利,仅凭身份证即可入园,让全国老人共享三晋文旅成果。结合

《关于增开银发旅游列车 促进服务消费发展的行动计划》,山西聚焦老年游客需求,持续完善适老化服务,让老人们“游得安心、玩得舒心”,助力打造“全国老年人旅居康养目的地”。

作为银发旅游的核心载体,国铁太原局持续提档升级旅游列车品质。列车车体全面改造,重点优化适老化配套:清晰的标识提示、加固的卧铺护栏、随处可见的防滑扶手、触手可及的紧急呼叫装置,全方位筑牢安全防线;人体工学座椅、独立洗漱间、专属储物区,贴心适配老年旅客长途出行需求。

“针对老年旅客特点,我们专门设置便民医疗服务点,配备专业医护人员,24小时提供健康咨询、基础体检和应急救助。”Y202次列车长贺泽玉介绍,车厢内还开设适老休闲书吧,组织文娱活动,让老人们在旅途中既能饱览美景,也能尽享轻松愉悦。线路规划上,创新采用“同向不同线”模式,方便老人们根据自身兴趣、体力自主选择,从容领略各地风土人情,适配慢节奏、重体验的出游需求。

近年来,国铁太原局深耕“铁路+文旅”融合,2025年先后开行16趟旅游专列,覆盖新疆、东北、粤港澳等多地。今年更是联动地方文旅部门、旅行社,持续优化开行方案,推出更多优质线路。与此同时,山西多家旅行社同步发力,推出专属产品,与全省六条精品文旅线路相呼应,让银发游客在山水与文脉间,感受三晋大地的

厚重与璀璨。
银发旅游的蓬勃发展,带动文旅、交通、住宿等消费增长,催生新的就业岗位,实现“文旅惠民、产业兴省”的良性循环。如今,山西正持续完善景区无障碍设施、加强导游适老化培训,推动银发旅游从“观光游”向“康养游、文化游”转型。



位于大连市金普新区的小窑湾海钓产业园,是备受游客青睐的垂钓胜地。 本报记者 温济聪摄

从一场演出远赴一座城,到蹲点守候心仪的“谷子”发售,再到借助AI工具悄然兴起的“一人公司”……这些由年轻人催生的消费活力与创新动能,形成时下热门的经济形态——青春经济。

何为青春经济?前不久,15个部门联合印发的《关于深化青年发展型城市建设 助力建设现代化人民城市的意见》,明确青春经济主要内涵是青年群体创意型供给和成长发展型消费。简而言之,青春经济跳出了单纯的物质消费范畴,更像是“年轻人创造的事业”,这契合新时代年轻人的生活方式与价值追求,折射出我国消费市场的活跃与韧性。

青春经济藏在年轻人的购物车里,推动新消费蓬勃生长。从数字头像、数字宠物到捏捏乐、指尖陀螺,从小众文创到户外露营装备……年轻人的购物车不再拘泥于“有用”,更追求“有感”。随着“爱你老己”成为最硬的购买理由,这种从“性价比”到“心价比”的消费迭代,催生了青春经济赛道,持续释放消费潜能、激发消费活力。

青春经济存在于年轻人的创新创造中,激发出澎湃能量。有“90后”将旧厂房改造成国风茶饮店,有年轻创业者设计的新中式服装成为爆款,有“00后”手搓机器人、火箭。年轻人的创新活力正蔓延到经济社会各领域,既推动传统产业优化升级,又促进消费新业态与新模式发展,为实体经济发展注入动能。

从消费端的“心价比”追求,到创业端的个性化表达,年轻人用行动定义经济新活力。复旦大学经济学院调研显示,中国青年经济市场规模已达4.3万亿元,在新消费赛道中占比达68%。在新经济形态发展的同时,不少现实难题也随之出现。比如,消费业态同质化,原创力不足;部分创业项目缺资金、缺乏长效规划;等等。发展青春经济不能搞表面文章、陷于流量生意,要关注年轻人的消费偏好,贴合真实需求创新业态、优化场景、布局商业;要为青年创新创业保驾护航,保护青年的创意,为创新试错留出充足空间。

当然,青春经济的持续发展,更离不开政策红利持续释放与业态创新加速。各地各部门正围绕培育“青春经济”布局。浙江、北京、四川、江苏、湖南等地在去年的政府工作报告中均提及青年、青春经济等相关内容。上海将青春经济明确为“十五五”时期彰显城市活力、激发消费潜力的重要载体。各地结合地方特色,持续优化供给,不断创新场景,促进青春经济持续升温。

用热爱创造可能,无数年轻人的个性化消费、创造性实践,汇聚成朝气蓬勃的市场暖流,为消费升级、新业态迭代、新动能积蓄注入源源不断的力量。

本版编辑 张雪美 编高妍

“东北超”带火东北游

本报记者 温济聪

5月23日晚,2026年东北地区城市足球联赛(以下简称“东北超”)在沈阳、长春、哈尔滨、呼和浩特正式打响揭幕战,掀起了文体旅商融合发展的热潮。

“东北超”是东北三省一区联合主办、八个城市协同联动、带动周边城市共同参与的全国首个区域性城市足球超级IP。上千个“第二现场”吸引大量市民驻足观赛,掀起全民参与足球的热潮。沈阳、大连、铁岭等市全面打造室外、室内多元化观赛“第二现场”,推动文体旅商深度融合。

沈阳“第二现场”实现全市行政区全覆盖,包括老北市、浑河外滩市集、嘉里城等热门商圈、夜经济街区、城市休闲场地,串联起全城特色观赛休闲线路,实现足球赛事走进商圈夜市,融入市民日常生活。沈阳市沈河区依托人民广场超1.8万平方米的公共空间,高标准建设“赛事+文旅+消费”融合发展的“城市新客厅”。

大连市西岗区设置4个核心观赛点位和24个特色点位,整合46块大小屏幕,实现东北超“第二现场”赛事转播全域覆盖。“我们精心打造多层次、全覆盖的观赛场景,让广大市民在家门口就能沉浸式感受赛场激情,为大连呐喊助威。”大连市西岗区商务局负责人表示。

铁岭市商务局副局长王海燕介绍,铁岭聚焦球迷消费需求,全力打造撸串看球、逛街看球、夜市看球时尚IP,同步联动全域商家推出系列优惠活动,推动体育赛事与美食、休闲、购物等业态深度融合。

足球场之外,文体旅商融合引领旅游产业再升级。

傍晚,阳光洒在大连金普新区小窑湾的海面上,将海水染成一片暖橙,游艇缓缓归航,满载着渔获与欢声笑语。

“我们园区以海钓新业态、新场景为抓手,聚焦‘沉浸式玩海’,推出家庭度假、渔获体验、自驾露营地等特色服务,推动游客从‘看海’向‘玩海’转变,实现营收与口碑双提升。”金普新区小窑湾海钓产业园董事长李松涛说。

沈阳游客姚文禹是一名资深海钓爱好者。“这里天然避风、渔业资源丰富,餐饮、住宿都不错,又可以举办海钓品牌赛事,是备受青睐的垂钓胜地。”姚文禹说。

在位于大连市高新区的大连英歌石植物园,记者见到来自山东的游客陈莉时,她正和家人在花海赏花。“我们一家人从烟台坐船来大连。英歌石植物园的花卉种类很多,景观园艺设计高超,我回家后推荐给亲朋好友。”陈莉说。

“我们通过赏花+研学+网红打卡,丰富体验内涵;休闲健身+文化展演,厚植发展底蕴;场景消费+IP变现,激活消费活力。”大连英歌石植物园园长唐忠磊说。

辽宁文体旅商融合发展促消费,离不开金融的支持。农行辽宁分行赞助支持“东北超”,于掌银端搭建服务专区,针对出行、餐饮、景区等多场景推出优惠福利,出台专项政策赋能链上商户展业经营;建行辽宁分行依托“建行生活”APP发放消费券,以“政府+银行+商户”模式支持文体旅商融合;邮储银行大连分行创新“金融+体育”模式,联合多方打造“金融+邮政+足球”新模式,推出“足球城”主题借记卡、信用卡及专属权益;兴业银行大连分行深耕住宿等文旅消费场景,以多元金融服务激活消费潜力;中行大连分行以旅行社、出行商户信用卡支付立减助力文体旅商融合,提振消费市场活力。

文体旅商融合发展,带来了实实在在的经济效益。仅以“东北超”为例,截至5月下旬,已吸引大商、卡尔美、吉利汽车、京东等30余家知名企业参与合作,并与数十家企业达成授权合作。市场开发签约赞助金额近1亿元,实现了赛事自我造血、良性运转。



位于大连市金普新区的小窑湾海钓产业园,是备受游客青睐的垂钓胜地。 本报记者 温济聪摄

青
新
瞭
望

王琳

机