

有人找到晚年“搭子”，有人遭遇诱导消费的“托儿” 老年俱乐部，离“幸福驿站”有多远

记者 尚美玉

“年轻时就喜欢乐器，可是家里条件不允许，现在终于有机会实现自己的梦想了。”63岁的杨爱华（化名）在青岛一家俱乐部里拿起吉他，弹奏了一曲刚刚学会的《沧海一声笑》，“在这里不仅能学到本领，实现梦想，还能结交志同道合的朋友，挺好！”

随着老龄化进程加速，像杨爱华这样渴望社交、学习与价值重塑的低龄活力老人群体日益庞大。公办老年大学难以满足多元化需求之时，各类“老年俱乐部”悄然兴起，成为填补空白的新兴力量。这个初生的市场充满机遇，却也隐藏着暗礁。



阮文正在教老年人操作智能手机。

1 娱乐+社交：俱乐部里的“银发新生活”受青睐

“‘灵芝姐姐’慢走，‘芙蓉姐姐’下次见！”9月19日上午10时许，青岛市市南区香港中路一幢写字楼内的“开开华彩”俱乐部里，瑜伽课结束后，小李老师与学员们热情道别。活动室内，几位老人正围着老师讨论动作细节，另有两人坐在休息区分享刚拍的课程视频。

“在俱乐部里，不管多大岁数都统称哥哥、姐姐，大家都使用微信昵称，不用真实姓名，能更好地保护个人隐私。”小李老师告诉记者。

“以前退休后天天在家看电视、刷视频，现在每天都想来这儿学点东西。”73岁的刘女士是俱乐部的常客，今年2月初，她通过短视频了解到这家机构，办理了一张钻石全年卡，“不限课、不限次，瑜伽、非洲鼓、旗袍走秀都能学，比在家闷着强多了。”65岁的王女士则坦言，此前曾想报名老年大学，但学校离家远、报名难，“这里不仅上课方便，主题活动多，老师能一对一辅导，感觉更贴心。”

俱乐部校长阮文介绍，在考察了国内一些品牌后，他选择与已累计服务约300万用户的开开华彩俱乐部联营。自2024年12月落户青岛以来，机构已开设3家直营校区，吸纳会员1000余人，年龄跨度从40岁至75岁，主要集中在50岁至60岁。“我们的业务分为核心兴趣课、老友欢乐聚、思想艺术荟和同城主题游四大板块，采用线上线下双师模式。”阮文指着教室墙上的两台电视解释，线上有北京总部的专业师资授课，线下有青岛的专职老师辅导，会员

还能通过小程序预习、复习课程，“我们还经常组织主题旅游，老人很需要这样的社交活动。”

不同于公办老年大学“重授课、按学期报名”的模式，这家俱乐部更注重“娱乐+社交”属性。记者在课程表上看到，除了形体课、器乐课等常规课程，KTV欢唱、朗诵交流会、圣诞主题舞会等活动每周都有安排。“很多老人即便不上课，也会来参加主题活动。”阮文说，他此前从事人工智能领域，偶然接触老年教育后发现，“老人需要的不只是课程，更是一个能重建社交圈的地方。”

数据显示，全国各级各类老年学校达7.6万所，但公共服务供给能力偏低，一些老年大学在课程设置、师资力量等方面存在短板。“老年大学像‘学校’，我们更像‘俱乐部’。”阮文认为，正规老年俱乐部正成为公共服务的重要补充，“低龄活力老人的品质需求还没被满足，比如非遗体验、疗愈课程这些新潮内容，公办学校很难快速覆盖，我们能灵活调整，填补这个空白。”

从盈利模式来看，这家俱乐部主要依靠课程收费、主题游学和合作电商三大板块。“课程收费从几百元到几千元不等，每节课30—50元，旅游线路会选择性价比高的目的地，电商则是帮老人对接靠谱的蔬果、海鲜供应链。”阮文坦言，老年教育的成本并不低，场地租金、师资费用与儿童教育相差无几，但收费仅为后者的1/3，“目前只能勉强覆盖成本，想盈利还需要时间。”

2 隐秘“雷区”：无资质机构设消费陷阱“套路”老人

与开开华彩俱乐部的热闹景象不同，北京的金先生最近却因报名“老年大学”糟心不已。他在社交平台看到“0元学唱歌”的广告，抱着试一试的心态报名，却一步步掉入消费陷阱。

“前三天还正常讲唱歌技巧，第四天老师就开始推销课程。”金先生回忆，当时老师说原价12000元的全年课，“限时特价2980元，只剩200个名额”，同时微信群里不断有人发“已报名”的截图，“我本来不想报，但看到大家都在抢，就有点心动了。”

金先生的朋友李女士也报名了这所“老年大学”，发现其实际名称为

“××中老年文娱俱乐部”，并未取得办学许可证。在为期6天的体验课中，前3天的“直播课”内容简单，第4天画风突变，老师全程介绍付费课程，还不断强调“名额即将满员”。更蹊跷的是，微信群内有十余人反复发送报名截图，其中一人前一天刚“付款”，第二天又再次咨询报名流程，明显存在“托儿”嫌疑。

一周后，李女士以新身份再次报名该机构的“0元学弹琴”课程，进入新微信群后发现，群内活跃的“学员”与此前唱歌课群里的“托儿”完全重合。

调查中记者发现，这类无资质机构

的套路高度相似：先用“免费体验课”引流，再通过“托儿”制造抢课氛围，诱导老人购买高价课程，后续还会推销旅游、保健品等产品。更令人担忧的是，这些机构常以“老年大学”名义宣传，让老人误以为是政府公办机构。

老人想要辨别机构正规性面临困难。国家老年大学官网的“全国老年教育机构查询系统”并未囊括所有机构，多数民办俱乐部信息分散，老人只能通过社区推荐或朋友介绍获取信息。“要是早知道能查办学许可证，我就不会上当了。”金先生懊悔地说。

3 亟待规范：让新兴行业真正成为长者“幸福驿站”

据测算，我国银发经济市场规模预计2035年将达到30万亿元，老年俱乐部作为重要组成部分，正迎来发展机遇。但记者采访发现，这个新兴行业同时面临多重挑战。

从正规机构的困境来看，成本高、盈利难是普遍问题。“同样租100平米场地，儿童培训机构能收上万元学费，我们只能收几千元，还得承担更高的安全保障成本。”阮文坦言，由于利润空间小，很多年轻人不愿从事老年教育行业，“我们招聘老师时，能留下来的大多是有情怀的人。”阮文表示，目前俱乐部的客户主要靠短视频和口碑传播，“社会知晓度低，很多老人还在观望，市场培育需要时间。”

而从行业乱象来看，部分投机者

的违规操作不仅损害老人权益，还破坏了整个行业的形象。“现在一提老年俱乐部，有些老人就会联想到骗钱，这对正规机构很不公平。”阮文说，“我们正在装修崂山区的新校区，希望能让更多老人找到属于自己的‘圈子’，也希望得到更多社会支持。”

青岛市社科院社会所负责人郑国表示，老年俱乐部的出现是顺应老龄化社会发展需求的积极现象。它为低龄活力老人提供了实现梦想、社交娱乐与自我提升的平台，弥补了公办老年大学在多元化服务供给上的不足。

但目前行业存在诸多问题，无资质机构套路老人，严重损害了行业形象与老人权益，亟需加强监管。郑国建议，老年俱乐部市场需要“规范”与

“支持”双管齐下。一方面，相关部门应明确老年俱乐部办学资质，建立统一查询平台，让老人能便捷辨别机构正规性；对虚假宣传、诱导消费等行为，要加大惩处力度。另一方面，政府应出台场地优惠、税收减免等扶持政策，吸引更多优质资本进入，鼓励连锁化、品牌化发展，提升行业整体服务水平，助力老年俱乐部规范、健康发展，真正实现“老有所乐”。

“在老龄化加速的背景下，老年俱乐部市场的健康发展，不仅关乎千万老人的晚年生活质量，更考验着社会治理的温度与精度。唯有清除乱象、扶持正规，才能让这个新兴行业真正成为银发群体的‘幸福驿站’。”郑国说。

养老世界观

解锁日本康养之道⑨

“三位一体”养老体系 让高龄者“在地终老、生活有尊严”

徐辉



护，强调服务连续性与个性化，是近年来广受欢迎的创新型服务。

认知症照护作为重点发展方向，越来越多养老机构设置专门认知症单元，配备认知症支持员，实施结构化活动、认知干预与家庭参与机制。同时，认知症支援中心、记忆咖啡馆等社区资源也在全国普及，推动“共生型认知照护”理念落地。

财政机制上，日本养老服务主要由介护保险支付。服务对象按介护等级（要介护1-2、要介护1-5）获取定额服务包，个人支付部分依据收入水平设定补贴比例，实现了照护服务的普遍可及与精准供给。

尽管制度健全，日本养老仍面临三大挑战：一是高龄化加速带来服务量剧增，特养机构平均等候期达6个月以上；二是人力资源严重不足，介护行业流动率高，依赖外国护理人员成为趋势；三是高龄独居、老老照护问题日益突出，社区支援需进一步强化。

对中国而言，日本养老现状提供了几点启示：养老不应仅聚焦“建机构、建床位”，更应构建覆盖居家、社区与机构的服务网络；财政投入应与评估等级挂钩，提升资源配置效率；应推动认知症早筛与

照护体系建设，发展“社区记忆友好环境”。未来养老，应从“被照料”走向“被尊重”，从“身体支持”走向“社会参与”，这正是日本经验所传递的深层价值。

作者简介

徐辉博士，康复大学康复治疗实验中心主任，于2002年赴日留学，2014年取得医疗福祉学博士学位。师从日本老化预防与老年康复领域的权威专家竹内孝仁教授，并在日本从事临床工作多年，积累了丰富的理论和实践经验。