

當人們還以為老年人的朋友圈只會被兒孫照片佔據時，越來越多銀髮族的動態早已悄然「換了頻道」——唱歌的短視頻、跳舞的精彩切片，甚至是剪輯精美的旅行影像。學習，正成為不少老年人退休生活中的新日常。也正正是因為感受到老年人的變化，越來越多教育機構開始將目光投向退休人群的學習與精神生活需求。目前內地包括昂立教育、新東方、尚德機構、興趣島、梨花教育等多家教培機構，紛紛發力布局銀髮教育，旨在用興趣課堂和情感陪伴的模式，來搶灘銀髮經濟萬億新藍海。

●文圖：香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道



●AI製圖

銀髮教育熱潮興起

中老年興趣學習五大核心驅動力：

●滿足求知興趣 64.8%，提高生命質量 55.1%，拓展社交圈 54.3%，休閒避煩 53.4%，有益家庭 37.9%

中老年人精神需求消費：

●55.7%人群每月有精神需求消費，其中 30.4%選擇旅遊旅居，25.5%選擇社交娛樂，24%會選擇文化培訓

興趣報課人群現有利和未來潛力佔比分布：

●過去三年參加過興趣課程的佔比為 62.4%，未來有學習計劃的佔比 77%，存量學員的持續意願度達 52.8%

課程付費意願度：

●45.6%的學員平均年度報課支出費用在 500 至 2,000 元（人民幣，下同）範圍，16.9%的學員平均年度報課支出費用 300 至 500 元，12.9%的學員平均年度報課支出費用 2,001 至 3,000 元

數據來源：騰訊《2024 中老年興趣教育課程營銷指南》

教培轉型 加碼布局

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）在「教培轉型+銀髮經濟崛起」的交匯點上，一批上市教育機構開始把銀髮教育當作新的增長點，這些機構裏，其中不少是香港上市企業，甚至還有機構在申請登錄港交所時，亦將銀髮教育客群作為上市亮點。

新東方收費接近興趣班

新東方（9901）是從地方試點切入。自 2024 年起創辦「南京新東方老年大學」，設置外語、旅遊文化、藝術等方向課程，收費口徑也更接近「興趣班」而非學歷教育，如報道提及 16 課時 600 元人民幣等。從財務表現看，新東方在 2025 財年第三季度披露：總淨營收 11.83 億美元；剔除東方甄選自營產品及直播業務收入後，教育等核心業務淨營收同比增長 21.2% 至 10.38 億美元，公司解釋增長主要來自「教育新業務舉措」帶動。這類「新業務」未必全部來自銀髮教育，但銀髮興趣教育作為新增供給形態，正在進入其可複製的產品池。



●昂立「快樂公社」的門店。

另一類路徑是把銀髮教育嵌入銀髮消費生態。東軟睿新集團（9616）通過旗下多地老年大學「鳳凰學院」，向銀髮群體提供課程，並與醫養資源形成協同。

東軟睿新與醫養尋求協同

在業績端，公開資料顯示，其 2024 年收入約 20.42 億元、同比增長 13.1%，淨利潤約 4.66 億元（人民幣，下同）、同比增長 8.8%；2025 年上半年集團收入 9.25 億元。這種模式把「學習」當作銀髮經濟的入口，把後端延展到健康、文旅、養老服務的更大消費籃子，商業上更接近「長鏈條復購」。

另外，值得一提的是，去年 10 月，北京嗨學網教育科技股份有限公司向港交所主板遞交上市申請書，在申請版本中在行業與客群描述裏把成人教育客群劃分為「職場人士及銀髮人士」，並指出銀髮人群對精神文化、興趣技能等學習需求旺盛。

退休後新課堂 人生下半場再起步

精神文化消費成剛需 銀髮學潮引爆萬億藍海

近日，香港文匯報記者以報名者身份走訪了位於上海寶山大華地區的「快樂公社」門店。2025 年初，昂立教育啟動「快樂公社」項目，將其定位為面向銀髮群體的興趣教育平台，嘗試為退休後的生活提供另一種可能。門店老師介紹，這家門店於去年 6 月開業，起初只是試水，但很快便聚集起周邊一批「固定學員」。

小班教學 退休人士報名踴躍

課程安排從最初的每天三節，逐漸變得緊湊起來。如今，聲樂、舞蹈、瑜伽、樂器、外語、非遺手工等 12 門課程在一周內輪番展開。為了滿足學員「好學」的需求，門店甚至在周三下午額外加開了一節樂器課。老師笑稱：「有些學員比上班還準時。」記者發現這裏小班化教學的特點尤為明顯。門店老師告訴記者，課堂上，學員人數通常控制在 6 至 10 人之間，老師能夠逐一照顧每個人的節奏。遇到像華爾茲這樣對空間要求較高的課程，大家便「轉場」到附近的室內籃球場，換個更開闊的環境繼續練習。門店老師表示：「許多學員剛剛退休，時間安排反而比過去更充實。有人一周要來上七八節課，從早到晚排得滿滿當當。」

在收費方式上，「快樂公社」提供了多種選擇：既有 399 元的基礎月卡、1,980 元的高階套餐，也可以按單項課程付費，比如 198 元的電吹管體驗課。學員可以根據自己的節奏，慢慢嘗試。

排滿的不是課程 是退休後社交

就在記者和門店老師交談的間隙，附近居住的一些學員前來問詢課程安排。記者看到很多都是打扮時髦的剛退休的銀髮族。其中一名 55 歲的王阿姨第一次走進「快樂公社」，是被鄰居「拉」來的。那天她原本只是陪着看看，結果在門口站了不到 10 分鐘，就報了聲樂課和走秀課。她的手機裏還多了一個「快樂公社學員群」，時不時有課程提醒和活動通知。

王阿姨去年剛退休。此前三十多年，她每天的時間都被上下班、照顧家人填滿。「一停下來，反而不知道該幹嘛。」她形容那段時間，早上醒得很早，卻找不到必須出門的理由。「快樂公社」給王阿姨更多的是「有事可做」，除了可以在這裏學習到才藝，更重要的是可以結識同齡人，可以坐在一起喝茶聊天，討論下次去哪兒 City Walk，有時也交流各自的才藝學習進度，「有地方可去，有人等你。」王阿姨稱這種感覺很重要。在這裏，學習並不以成果為導向，更像是一種陪伴式的日常。有人為了學會一首歌反覆練習，有人只是為了按時出門、見見熟悉的面孔。對這些銀髮學員而言，這間開在住宅社區邊的小小課堂，正在悄然成為退休生活中最穩定的一部分。

課程範疇廣 包含外語文旅藝術

昂立的「快樂公社」並非唯一一家啟動老年興趣教育培訓的機構。新東方於 2024 年 1 月，在南京成立新東方老年大學，首批課程主要分為外語、文旅、藝術三個系列；華南地區 K12 教育龍頭公司卓越教育，同樣在 2024 年 1 月進軍銀髮產業；尚德機構更是憑着入局老年興趣教育完成轉型達成營收的提高；此外興趣島、梨花教育等早期布局銀髮教育的機構，已經完成從探索期向成長期的過渡，其商業模式在實踐中得到驗證。

教育部數據顯示，2022 年是成人學歷教育的重要分水嶺。當年，全國高等教育自學考試學歷教育報考人次由上一年的 625.78 萬人次大幅下滑 36%，降至 398.41 萬人次。自考人群規模大幅收縮，相關培訓市場亦逐步走向夕陽行業。

與之形成對比的是，銀髮群體的消費潛力正在快速釋放。工信部發布的《2025 銀髮經濟白皮書》預計，至 2025 年，中國銀髮經濟整體市場規模將達 15.8 萬億元。中國人民大學一份學術報告指出，從家庭財富總量來看，現階段 60 歲至 64 歲的人口家庭財富擁有量最高，其次是 55 歲至 59 歲的人口。騰訊發布的《2024 中老年興趣教育課程營銷指南》顯示，55.7% 的中老年人群每月存在精神消費支出，其中約 24% 選擇老年大學或興趣培訓課程，精神文化消費正成為銀髮經濟中增長最快的細分賽道之一。



●「快樂公社」華爾茲舞課程。



●「快樂公社」非洲鼓課程。

滿足社交需求 精神陪伴是核心

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）銀髮教培異軍突起的背後，不再是單純的「老年課堂」，而是向陪伴、社交與情感價值的深層需求延伸，「精神陪伴」正成為銀髮教育最終的核心。

香港文匯報記者了解到，昂立「快樂公社」的市場助理招聘時，不僅需要具備至少一項才藝，能夠承擔專項課程教學工作，更重要的是，能提供陪伴服務。因為銀髮群體的學習不追求效率，他們更在乎的是過程是否舒服、自己的需求是否有回應。

製作視頻 讓學習被看見

「我們不僅教導才藝，還會為每個學員進行拍攝項目，特別是在一些樂器、聲樂、朗誦、舞蹈、走秀的結業課上，每個學員都可以獲得一段專屬於自己的製作精良的小視頻。」「快樂公社」的老師告訴記者，這裏會給每個學員提供足夠的情緒價值，讓大家的學習成果能夠被看見、被傳播，讓每個銀髮族都可以像明星或網紅一樣在各種平台上秀出他們的才藝。

據中老年產業服務平台 Age-Club、教育行業媒體黑板洞觀察共同推出的《2024 中老年興趣教育課程營銷指南》中顯示，55.7% 中老年

人群每月在精神需求類的產品或服務方面有支出，其中約 24% 會選擇老年大學或興趣培訓課程，這背後反映的是對社交、參與和情感聯結的真實需求，而非單純知識學習。

多家企業瞄準老年旅遊商機

昂立教育的動作不僅停留在課程內容上，去年還以約 3,800 萬元收購上海樂游譽途國際旅行社，上海樂游 70% 的客戶都是銀髮群體。昂立此舉不僅是為活力老人提供個性化旅遊服務，並與「快樂公社」的興趣教育形成協同，從而構建「教育+興趣+旅遊+社交」的完整閉環。

新東方在 2023 年亦曾試水入局老年旅遊賽道，打造涵蓋文化講解、教學互動、精品路線等內容的中高端銀髮旅遊產品。東軟睿新以「教醫養康

旅」五位一體戰略為導向，同樣有覆蓋銀髮旅遊與社交服務平台。另一家銀髮文娛科技平台紅松，更是大膽的將銀髮社交文旅做到高端市場，推出冰川、極光、郵輪和極地等旅遊產品。

當下的老年人已不再滿足於含飴弄孫的單一想像，而是主動追求精神世界的再成長和社會關係的再鏈接。學習、旅行、社交與陪伴，正成為銀髮族重新定義晚年生活的重要內容。



●銀髮培訓課海報上說明有視頻錄製，滿足老人精神需求。

記者觀察

深入社區樓宇 蘊老齡化商機

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）香港文匯報記者走訪大華地區的「快樂公社」後，第一深刻印象便是這裏密密麻麻的住宅，住宅邊上的教學課堂，逐步轉變為退休老人們往來最高頻的生活場景，步行十分鐘可達，熟面孔多、節奏慢，成了不少老年人每天固定行程。

社區內上課 方便照應和社交

上午 10 點一過，很多老人相伴前來，有人拎着保溫杯，有人背着樂器，在社區裏他們可能是時常會相遇的鄰居，在這裏便又成了同學。「離家近，比學什麼更重要。」一位學員告訴記者，她報課的第一標準不是課程難度，而是「下樓就能到」。這種高度本地化的場景，也讓銀髮教育呈現出鮮明的社區屬性——課堂之外，學員們會一起買菜、拼團午餐，甚至互相照應接送。學

無需追進度「學不會」是常態

在這些課堂裏，一類新的角色正在出現——銀髮教育老師。與傳統教培老師不同，他們的工作並不以教學進度為核心，而更強調陪伴、傾聽與情緒管理。一位從 K12 轉型而來的老師坦言，最初最大的挑戰不是知識點，而是「學會慢下來」。「有的學員記不住動作，但只要有人陪着、被鼓勵，就會堅持來。」

正因如此，銀髮教育並未簡單複製青少年培訓的模式。這裏沒有排名、考試，甚至「學不會」也被視為正常狀態。老師們更願意用「展示」「演出」「結課儀式」等方式，幫助學員建立成就感。在人口老齡化持續加深的背景下，這些發生在社區裏的細微變化，或許正構成銀髮教育最真實、也最具生命力的底色。