

說好的佛系旅居，已經開始捲了

邢帥是一名旅遊推薦官。過去的10年裡，一直為老年人提供旅行線路定制服務。在他看來，他的客戶最近兩年越來越年輕化，越來越多的人辭去或者失去工作，從繁華都市到偏遠角落，在不同城市間開啟他們的旅居漫遊。事實上，在這個領域，一個龐大的產業正在崛起。

上個月19日，北京新東方文旅有限公司正式成立，法定代表人為俞敏洪，註冊資本10億元。中老年與文化，是這次創業的關鍵詞。很多人在想像：新東方文旅是不是下一個東方甄選？

不單如此，在上個月國家發展改革委《關於恢復和擴大消費的措施》中，就提到了豐富文旅消費以及提升健康服務消費等若干辦法，包括了開發面向老年人的健康管理、生活照護、康養療養等服務和產品。隨著健康老齡化成為普遍，旅居正逐漸超越傳統的社區養老和居家養老，成為第三種路徑。

文旅加養老，在互聯網的推動下，旅居這種生活方式正在成為輕奢類網紅產品。

1

在邢帥看來，從旅行到旅居是一個自然而然的過程。

邢帥和他的旅居團隊成立於十年前。起初是一個中老年新媒體矩阵群，後來發展成全平台粉絲數百萬的大V，月均組織出行人數達到600人，旺季月均1000人，用戶集中在65歲至70歲之間，日均消費從248元至328元。

邢帥他們推出的旅居方案從10天至30天不等，長的60天。邢帥認為，一些短期旅居產品更受歡迎，這是因為企業自身的文旅基因和現有用戶群年齡偏大促成的。

在中國老齡產業協會發佈的《旅居養老服務機構評價準則》中，旅居養老被定義為老年人在常住地以外的地域旅行並居住，單次旅居時間超過15日，在此期間享受各類適老服務的生活模式。

而參與這個生活模式的人，從40後、50後、60後、70後乃至80後都有。

周爺爺是一位40後。

上個月，周曉瓊帶著年近80歲的爺爺，從四川去了趟北京。這是周爺爺第一次坐飛機。一輩子從事礦工的爺爺一生絕大部分時間都在一座名為金堂的縣城中度過。

在兩個星期的旅途中，周曉瓊發現爺爺的學習能力很強。過安檢、系安全帶、換乘擺渡車、通過地鐵閘機等新鮮體驗，爺爺彷彿一名認真學習的小學生，小心翼翼地模仿，很快掌握要領。

短暫的旅居生活打開了周爺爺嶄新的大門。曾說一輩子去趟北京就值了的他，回程路上開始細數對古都西安、杭州水鄉的興致。周爺爺給自己制定了全新的願望清單，每年至少去一個從未踏足的地方小住一段時間。

50後的李蘭芝和60後的辛建華是「夕陽紅」旅行團的常客。

他們兩人曾是瀋陽鐵西區的油漆廠工人。退休後跟隨旅行社走遍了全國各大熱門線路。辛建華說，東北廠礦的退休金不高，儘管熱愛旅遊，但基本限於低價團，一來二去的「窮游」經驗比較豐富。

今年夏天，李蘭芝和辛建華是在威海度過的。兩個人在網絡上摸索著自助找房，花的不多，還盡住海景房。這次旅行使得他們對威海產生了濃厚興趣，經濟實惠、景色優美、生活便捷。辛建華乾脆在當地租了個短租房，過上心心念的面朝大海、春暖花開的生活。

70後的李金玲乾脆把旅居當成了退休後的全部生活方式。

兩年前，53歲的個體戶李金玲關閉了她在茂名的服裝門店。正式進入退休生活。

李金玲先後去了大理、惠州和三亞，各住了一段時間。由於每天運動，定期保養，李金玲看上去更像是一名姐姐。她正在學習視頻剪輯，打算當一名網絡主播，分享旅居心得和健美經驗。

在李金玲看來，70後裡有一大批「創一代」，對於他們而言，退休後的生活不再局限於打麻將、跳廣場舞，他們有強烈地探索更大世界的願望，也願意體驗新的生活方式。「在未來17年裡走遍世界，成為中國時尚奶奶」是李金玲的新理想。

2

「旅居子璇」是一名網紅。單條視頻觀看過百萬。

短視頻裡的方子璇會向粉絲推薦一些上海的酒店和養老基地。這些酒店以實惠價格和適老型配套服務吸引目標客戶。以上海浦東的一家康養基地為例，510多間客房適合長租或短住，一個月3000元管吃住，單日138元。裡面90%的住客是上海本地人，年註冊會員超過2萬名。

對一些有一定經濟基礎，擁有較高生活質量的健康老年人來說，這種獨立自主的生活方式顯然更具吸引力。與購房定居或旅遊相比，旅居的自由度更高，花費更少。

這個行業不乏像子璇這樣的超級個體。作為旅居推薦官，子璇每天四點起床開始工作，撰寫文案，通勤到達推薦地，錄製視



頻，剪輯發佈。一天的大部分時間要接收各種各樣的諮詢電話和信息問詢。工作到晚上八點多。

除了信息互換，子璇更關注報名的人和他們背後的故事。「每個人都有一段足夠長的人生經歷，他們在尋求抱團取暖和新鮮體驗的同時，更需要有表達分享的聽眾和玩伴，而不僅是作為某一類消費群體被人誤解。」

子璇有自己的就業和創業經驗，涉獵過廣告、電商和酒店行業。在海口、文昌、陽江、韶關、雲貴高原走了一大圈，積累了豐富經驗後，今年初決定暫停旅居生活，開啟旅居推薦官的新生涯。她打算在10月中下旬把推薦目的地放在海南，讓那裡的陽光海灘治癒更多人。

和子璇這樣的新入局者相比，邢帥是一名10年老兵。

據邢帥介紹，旅居行業有兩類趨勢：一類是提供綜合服務，即吃、住、行、游、醫、養等與旅遊相關的服務；另一類是搭建信息平台，邀請有房源的業主大量入駐，幫助有旅居需求的精準用戶快速獲取地域、房源、周邊環境等信息。

今年以來，旅居市場的火熱超出邢帥預期。「經歷了幾年壓抑，出現了前所未有的反彈，預計到寒假後才會逐漸平穩。一方面，經濟對於拿退休金的老年人影響最小，他們的消費能力和出行意願不降反增；另一方面，越來越多的80後加入進來，開始轉旅居的羊毛。」

42歲的邢帥陪伴了上萬名老年旅行者踏上旅程。這裡面有90歲的老人勇攀天游峰，有為患阿爾茨海默症的夫婦專門定制紹興旅居方案，有年屆七旬的同班同學結伴跟著課本去旅行。「這個行業的核心秘籍在於能否提供情感上的一貫信任和長久陪伴。」

邢帥說，當需求出現時，會有各種不同水平的參與者湧入，旅居在中國仍處在萌發階段，需要專業化、規範化和系統化的長期發展。

3

2019年，連續創業者王文輝推出了專注於中老年退休人群的「三意旅居」。

從一個小平臺到業內第一梯隊的旅居服務在線平臺，四年走來，王文輝每天都在消除問題中度過。

一開始，三意旅居憑借線上開發優勢，將成渝等地的用戶引流到貴州遵義等地的古鎮農舍裡。逐漸地，王文輝意識到，和大平臺的差異化競爭在於能否建立起一整套持續的信用體系。經歷了三年特殊時期，老年人使用智能手機這一道門檻已經破除，接下來就是為他們嚴選出可信信息，屏蔽有害信息，減少老年消費者試錯成本，讓他們放心使用。

王文輝認為，快速創建一個線上平台不難，難的是要支撐起一整套目標用戶的特有行為模式和群體需求，通過技術實現人性化設置的同時，再根據個體需求去做具體的調整。比如，在一些大平台上，酒店價格和所提供的服務都是標準化的，不會因為住客的年齡或身體狀況有所調整，而在三意就可以通過長租獲得折扣價，或者滿足到低樓層、少噪音等特殊需求，這些要求都可以通過客服管家得到反饋。

在王文輝看來，儘管旅居需求一直在增長，但市場中的各類參與者並未完全做好準備。一方面，老年人的決策過程會比較長，用戶的消費習慣需要培養；另一方面，旅居需求更為複雜，需要考慮地域、價格、食宿、出行、醫療、休閒等諸多方面，對商家的要求更全面。

目前，三意旅居的平台上供選擇的房源分佈在18個省份，以西南和東南為主。有整月旅居產品，也有一個月住三地、一個月住四地、多地輪住等組合。平均下來，一個月的食宿價格在2000至6000元。

王文輝正計劃著進一步嚴選房源，深度參與線下服務管理，引入人工智能技術提高用戶體驗和效率。「三意旅居首要解決的是『居』的問題，後面會與旅行社、老年大學等周邊行業合作，優化『旅』的服務。」

4

過去8個月，「有伴旅居」依托自營民宿基地，在廣東、廣西、雲南、四川和海南等五個省份，為近8000名50-65歲的「新老人」提供了旅居服務。這群人是剛剛退休或即將退休的60後和70後。有伴旅居營銷總監李強表示，這個用戶群體的特點是思想緊跟時

代，不願再為家庭瑣事束縛，渴望嘗試全新的生活方式。

2022年之前，大約有10年時間，有伴旅居主要經營高端民宿。過去三年民宿行業舉步維艱。「整個行業都在探尋出路。在這個時候，中老年群體的旅居出行需求依然旺盛。」有伴旅居隨即開始了戰略轉型。

從以往的短居客戶為主，瞄向長期旅居的中老年群體。李強認為，旅居行業屬於養老行業的細分市場，不同於中老年旅遊，也不同於單純提供住宿，考驗的是團隊對於服務的深入和細緻，更需要有與客戶間的情感交流。

在篩選基地時有一套嚴格的考量標準。比如，再小的房間不能小於20平米，便於老年人騰挪，要有滿足至少20人落座的公共空間，出行是否便捷性十分重要等等。

李強說，他們用於管家培訓的《標準化服務》包含了21個服務小項，128個執行細節。除此之外，還會舉辦各類健康交流活動，比如位於大理蒼山的旅居基地，就前後推出了藏藥足浴、拍痧、養生茶、心理學、療愈課程，經絡梳理等個性化服務。

李強期待著旅居行業會有翻天覆地的變化。

5

當一個國家或地區65歲及以上人口占比超過7%，意味著進入老齡化社會。這個比例一旦超過14%，即為深度老齡化。超過20%，則進入超老齡化社會。

從2021年開始，中國65歲及以上人口比重達到14.2%，拉開了深度老齡化社會的帷幕。2022年，這個數字上升到14.9%。預計2030年左右，中國將進入超級老齡化社會，即每5個中國人中就有1名65歲以上者。有人預測到2050年前後，老年人口數將達到峰值4.87億，由此或將催生出一個354萬億元的巨大市場。

一方面，人們的年齡雖然增長，但身體狀況卻仍然很好，這與過去老年人常常伴隨著健康問題的傳統觀念有很大不同，這種老年人口中相對較多的人能夠保持較高的健康水平和生活質量的情況被稱為「健康老齡化」；另一方面，中國人面臨著「未富先老」的局面，養老負擔、社保支出和政府債務持續上升。

可以拿來對比的是日本。日本作為最早進入老齡化社會的國家之一，有很多專門為老年人設計的旅居項目。除了老年人，旅居模式也吸引了其他人群，比如數遊牧民、藝術家、自由職業者、年輕人等。

除了對於醫療和健康的特別關注，日本的旅居模式以其豐富的文化體驗、社區融入和可持續發展倡導等特點，提供了一些啟發。

比如，在日本的旅居模式中，社區融入和文化體驗是一項關鍵特點，這不僅能夠幫助遊客更好地融入當地社區，還有助於促進社區活躍和當地文化的傳承。比如京都有一個「町家旅館」項目，在這個項目中，遊客可以租住傳統町屋裡，去體驗傳統建築和室內設計，參與當地居民的日常生活，學習茶道、烹飪。

日本一些旅居項目在設計和運營過程中還十分注重環保和資源的有效利用。舉例來說，位於岡山縣的「綠色旅舍」項目就是一個例子。該項目在建築設計中考慮了能源效率，使用了可再生能源和節能設備。他們鼓勵遊客使用公共交通工具、節能設備和環保材料，減少對環境的影響。

還有一些旅居項目強調文化交流和傳統技藝的傳承。一些庭院旅館會提供茶道、著裝、折紙等傳統技藝的學習機會。遊客可以親自參與，瞭解技藝背後的文化內涵。

種種跡象表明，旅居是一個有潛力的商業賽道。如果你是一名教育科技領域的創業者，想要進入旅居領域，你可以去思考如何將你的教育背景與旅居結合。比如，在旅居中加入學習元素，組織傳統文化課程、藝術工作坊，讓人們在旅行康養的同時有不同尋常的經歷。不妨從一個小規模的旅居項目開始，測試你的創意和理念，然後根據反饋不斷完善。

事實上，旅居市場也面臨著挑戰和機遇的雙重考驗。服務標準化、信用建立、價格合理性，都需要在市場中得到平衡，行業中也存在著虛假宣傳、隱形消費、退款難等消費陷阱。同時，中老年人的消費習慣、生活方式、健康需求等也亟需被精準地洞察和捕捉。

《達圖爾傳》 第一部《菲國往事》

他們會怎麼做呢？

1764年紡紗機出現，1765年水力紡紗機出現，1776年瓦特蒸汽機出現，1779年織機出現，1781年動力織布機出現。1784年，第一家現代棉紗工廠出現。這家工廠僱傭當地的孤兒做工，用加勒比海區域的棉花生產。19世紀初期印度工人紡100磅原棉要5萬小時，而英國的自動織機只要135個小時，生產效率提高了370倍。工業革命創造了廉價的商品的同時也創造了歐洲大量的無產階級。

為了獲取充足的原料，英國人開始鼓勵印度人種植棉花。但效果並不理想，印度人不願意放棄自給自足的傳統經濟模式。英國人轉而把目光投向了北美洲的廣大地區。

美國獨立後，南方奴隸種植園離開了黑奴是維持不下去的。所以南方以拒簽《聯邦憲法》為要挾，強迫北方同意保持奴隸制度。雙方約定以20年為期，1808年先禁止奴隸買賣，待種植園中的奴隸慢慢老死後，因為無法補充，就實現了自然廢奴。因為南方的種植園和北方的工業相比發展緩慢，蓄養奴隸種植棉花已是無利可圖，廢奴也已經成為南方的共識。

但是1793年軋棉機的出現讓手工去除棉籽的效率提高了幾十倍。美國南方種植園利潤激增，種植園主開始反對廢奴，英國的紡織企業也有了原料來源。

1861年，美國爆發了南北戰爭。美國南方的棉花生產受挫，引發了世界第一次工業原料危機。當時，美國對歐洲的棉花出口從1860年的380萬包降到1862年的幾乎為零。這讓已經全面改用美國棉花的英國棉紗業措手不及。

1863年，大量的棉紗工人失業，棉花創造出來的無產階級開始在英國城市暴動。英國這就顧不了別了，一定要把印度發展成棉花種植基地。在大英帝國的各種手段下，印度最終敗下陣來。1860年，印度棉花占英國的進口量的16%，到了1862年漲到了75%。

在美國南北戰爭時期，棉花的價格居高不下，印度的日子還好。1865年戰爭結束了，美國又能出口棉花了，緊接著棉花價格暴跌，印度大批經營棉花生意的公司破產。印度已經被棉花深度綁定，沒有了種糧食的能力。接下來的30年，全球棉花價格持續下跌，印度主要產棉區出現了慢性饑荒。



每一次棉花價格的暴跌都伴隨著餓死人的饑荒，每隔幾年就來一次，印度有600萬到1000萬人死於饑荒。

第21章 題外話：血腥骯髒的歐洲 資本三百年（第2節）

4、邪惡的鴉片煙

英國人同中國進行貿易要明顯落後於荷蘭、葡萄牙等國。直到1635年，英國探險家才跨越大洋來到中國。並在1699年與廣州地方官吏達成協議，開始得以和中國進行大規模的貿易往來。

從1760年到1840年間，英國對華輸出商品貿易總額增長了10倍以上，但是在1800-1840年這40年內，英國對華貿易總額出現了增長滯漲的情況。

一方面，中國輸出的商品主要是絲綢、茶葉以及瓷器，這些東西在歐洲各國極受追捧，進口量與日俱增。1830年，英國進口中國茶葉3000萬磅，到1840年時，已經高達5000萬磅，茶葉稅甚至反過來成為英國最重要的財政收入之一。另一方面，英國對華貿易卻沒有什麼亮點，中國本身就是紡織品和手工藝品大國，英國人的羊毛製品、棉紗織品、自鳴鐘、鋼琴等工業產品嚴重缺乏競爭力。再加上中國只認真金白銀，英國人必須從西班牙等國的貿易中賺取白銀，然後拿到中國購買商品。

在十八世紀中葉以後，英國對華貿易的逆差每年都在200萬元左右，大量的白銀流入中國。在整個十八世紀，英國因購買中國商品而流入中國的白銀達到了30890萬元。