

# 银发留学 正在悄然兴起

当“退休”成为一场延迟多年的“开学典礼”，一群50岁到80岁的老人正背起书包，飞越重洋，在意大利佛罗伦萨的素描教室、日本京都的茶道工坊、西班牙巴塞罗那的语言课堂里，重新定义“老年”。他们不是去观光打卡，而是以学生身份沉浸式学习。这股悄然兴起的“熟龄留学”热，不只是对青春遗憾的补偿，更是中国新一代活力老人对精神丰盈与自我价值的主动追寻。当热情撞上制度空白与社会偏见，这场圆梦之旅仍需更多理解、支持与系统性回应。

## 节奏停摆，催生群体觉醒

当下，以“60后”“70后”为主体的部分“新老年”不再满足于含饴弄孙或社区休闲的传统退休生活，而是选择背起书包，远赴海外，重启学生身份。这股潮流，折射出规模日益庞大的“新老年”群体对精神世界与自我实现的炽热追求，也对现有的社会观念、市场服务与公共政策提出了新的挑战。

“退休那一刻，冲击很大。身体和头脑都没觉得自己老，但熟悉的社会节奏突然停摆，有一种强烈的不适应和空虚感。”56岁的字文莉坦言。

退休后，这位前资深媒体人和国际教育机构创始人发现，“面向自己这代‘60后’‘70后’人的选择太有限了”。字文莉走访多家老年大学，发现课程内容偏向基础，更像是“复刻”式的教学，而非启发创造。“比如只教怎么画一个大寿桃，却不讲为什么这样画，学了也画不出别的。”在她看来，这与他们这代人“通过知识改变命运”、渴望深度学习和思维更新的内在需求格外脱节。“我们不是只需要打发时间，我们想找回价值感，甚

至探索第二职业的可能。”

转机发生在2024年年底。字文莉在短视频平台分享了自己关于“退休者申请留学”的感悟，意外收获了很多关注。由此，“字老师退休留学俱乐部”（后更名为“熟龄学习俱乐部”）应运而生。字文莉将自己定位为“分享者”与“引路人”，以近乎公益的方式，为“55后”至“70后”为主的群体链接国际国内的教育资源。

从需求到实现的破冰之旅阻力重重。字文莉首先尝试在国内寻找

机会，但咨询了多家高校后发现，面向50岁以上人士的常规进修或学位项目几乎是空白，她不得不将目光投向海外。

字文莉飞往十多个国家，与院校洽谈，设计课程，甚至考察住宿，同时借助自媒体账号，吸引更多有志者加入。从2025年3月找到第一个合作院校开始，不到一年时间，她的俱乐部已服务了数万名会员，完成了十多个班级的海外学习项目，学员最大年龄83岁。

## 探索个性化服务，市场回应初显

随着“熟龄留学”需求日益显现，市场捕捉到这一趋势并给出积极回应。记者从相关机构了解到，面向50岁以上人群的海外学习项目的咨询量和关注度稳步提升，逐渐成为成人教育领域一个富有潜力的新方向。

从业者反映，这一代寻求海外学

习的“熟龄人群”往往具备共同特征：拥有相对充裕的经济条件和开阔的人生视野，但外语实际交流能力有限；他们的学习目标具体而多元——有的为未来海外探亲或团聚做准备，有的不满足于浅层观光而向往沉浸式文化体验，也有的是将学习视为一种有深度、有陪伴的“知

识型旅行”。

面对这些新需求，市场的适应性调整已然启动。部分语言学校和教育机构开始设置节奏更舒缓的班级，设计融合本地文化的工作坊与探访活动，并在住宿等后勤安排上更注重舒适与便利。这些尝试标志着服务思维开始从“无差别”向“适

龄化”与“个性化”转变。

目前，市场上真正贴合年长者学习习惯、社交需求与生活保障的一站式解决方案仍不多见。未来的服务创新，需更深层地超越“语言学习+观光”的简单组合，进一步设计出能提供深层学术满足、温暖社群支持与周全生活保障的整合式体验。

## 观念与制度面临现实考题

“熟龄留学”是中国社会养老观念向“发展参与型”演进的一个信号。复旦大学老龄研究院院长彭希哲分析，当前步入退休生活的“活力老人”，主要是伴随改革开放成长起来的“婴儿潮”一代，他们不仅拥有相对丰厚的资产积累和更高的平均受教育水平，其生活观念也更为自主和多元化。“当人均预期寿命稳步增长，

退休后可能还有二三十年的健康生活时间，传统‘学习、工作、养老’的三阶段人生规划模式，确实需要被重新审视和构建。”

个体层面日益高涨的“老有所学”“老有所为”诉求，与社会观念及制度体系的调整速度形成落差。彭希哲谈到，在观念层面，家庭内部乃至社会舆论对于老年人“折腾”出国

读书，依然存在诸如“不安分”或“没必要”的隐性偏见。更深层次的制约则源于制度设计，我国现行高等教育体系主要服务于学历教育和青年就业，向退休人员开放的系统性、非功利性学习通道非常有限。尽管各类老年大学在持续普及，但课程设置大多仍侧重于兴趣娱乐，与“技能更新”“社会再融入”等目标的衔接不够紧密。

推动包含老年教育在内的银发经济健康发展，需要“需求牵引”与“供给创新”双轮驱动。彭希哲认为，可着重于顶层设计与环境营造，探索鼓励普通高校向社会开放部分课程资源的机制，完善支持老年人灵活就业的政策与法律保障框架，引导市场提供更多元、更优质的产品选择。

（半月谈 袁全 陈潇雨）

公益广告  
泉州晚报社

骏马奔腾迎瑞气  
文明守法护畅安

春风得意  
马不停蹄

中共福建省委文明办  
福建省公安厅交通管理总队