

中央广播电视总台研究院
CHINA MEDIA GROUP INSTITUTE

银龄阅读趋势报告 (2026)



目 录

前言：数据洞察银龄阅读新图景	1
一、银龄群体“看书学习”占比居全年龄段首位	2
二、银龄阅读“城乡共进”与“城市分化”并存	4
三、阅读“他力量”与付费“她意愿”双双凸显	6
四、退休教师群体引领终身阅读新风尚	7
五、高学历银龄群体构筑阅读中坚力量	9
六、银龄阅读正向数字世界加速跃迁	10
七、银龄有声阅读唤醒内容“声”命力	11
八、AI 赋能银龄智慧阅读新生态	14
九、银龄研学游让“读”与“行”深度交融	16
十、“社交”构建银龄阅读新场域	18
结语：让“银色书香”成为积极老龄化的底色	19

前言：数据洞察银龄阅读新图景

当前，我国人口老龄化加速演进，长寿时代全面到来。“十五五”规划纲要明确提出“人均预期寿命提高到80岁”的发展目标。截至2025年底，60岁及以上人口已达3.2亿，预计2035年将超过4亿、占比超30%，步入重度老龄化阶段。银龄群体健康生命周期的显著延长，使退休生活正在成为追求品质与自我实现的“第二人生”。

与传统银龄群体不同，正在步入退休年龄的“60后”经历了恢复高考、改革开放与信息技术革命三重历史机遇，受教育程度更高、知识积累更厚、财富储备更丰，对精神文化生活的需求也更加多元深厚。他们追求“活到老、学到老、读到老”的积极老龄化生命图景，正在重塑中国老龄社会的精神消费格局，也给“银龄阅读”市场带来历史性增量空间。

阅读是文脉的赓续，崇文尚读早已融入中华民族的精神底色。新时代以来，阅读更从个人兴趣上升为国家行动——“全民阅读”已连续13次写入国务院政府工作报告，全国“全民阅读活动周”也从2026年起正式设立。而银龄阅读作为全民阅读的重要组成部分，同样迎来历史性政策窗口。自2026年2月1日起正式施行的《全民阅读促进条例》明确要求“全民阅读设施管理单位应当考虑老年人阅读需求和特点，提供适老阅读内容，优化适老服务标准，为老年人提供阅读便利”。政策红利与时代需求双向共振，银龄阅读正从“补充项”跃升为全民阅读议程的核心命题。

为精准把握银龄群体阅读需求的新特点、新趋势，中央广播电视总台研究院与财经频道《美好生活大调查》栏目联

合推出《银龄阅读趋势报告（2026）》。报告对 97063 名受访者开展线下入户问卷调查，同步对 23700 名受访者进行线上问卷调查，样本覆盖全国各省份城乡地区。报告中的全部数据及图表，若无特殊说明，均为 60 岁及以上受访者选择某一类选项的人数占比。报告从城乡分布、行业背景、学历层次等维度深入拆解银龄群体阅读行为，细致描摹银龄阅读画像，追踪银龄阅读的新载体、新模式与新趋势，旨在以翔实的“总台数据”和深度的“总台观察”，为推动银龄阅读、建设书香中国提供有价值的参考依据。

一、银龄群体“看书学习”占比居全年龄段首位

“蹉跎莫遣韶光老，人生唯有读书好”。大调查针对“工作日的休闲时间您通常做什么”进行了调查，在包括参加培训、逛夜市/商场、聚餐/夜宵、手机娱乐、看书学习、美食料理、棋牌游戏、陪伴家人、运动健身、游景点、观影/追剧、逛博物馆/美术馆/展览馆、养生/美容、公益/慈善的 14 个选项中，有 32.23% 的受访者选择了“看书学习”，也就是说，超三成的中国人在休闲时间与书香为伴。

其中，60 岁以上银龄群体是全年龄段中“看书学习”占比最高的群体。有 34.67% 的银龄群体选择了“看书学习”，高出全年龄段平均水平 2.44 个百分点。而且，银龄群体连续三年保持了全年龄段领先的优势，并实现了每年占比均有小幅增长。



银龄群体对学习的热情，正迅速转化为强劲的消费力。大调查数据显示，2026年有23.12%的银发族计划为“学习培训等教育支出”增加消费，在该群体的消费预期中高居第五位，占比超过传统刚需“医疗服务”1.79个百分点。

按照2025年底3.2亿银龄人口规模计算，对应银龄教育有7400万左右的潜在消费群体。《2025-2030年中国老年教育行业市场调查分析及未来发展趋势预测研究报告》也印证了这一趋势，2025年中国老年教育市场规模预计突破800

亿元，同比增长 18%，2030 年将达 2960 亿元。¹尽管截至 2024 年末，全国老年大学已经突破 10.5 万所²，但是北京、上海、广州、杭州、成都等多地仍出现“一座难求”的盛况，热门课程上线即“秒空”。

银龄群体在阅读与学习上的“双高”表现——参与度高、付费意愿高，是中国“建设全民终身学习的学习型社会”的有力写照。这不仅是人口结构变化带来的市场机遇，更折射出当代银龄群体积极、开放、追求品质的崭新面貌。为他们提供更丰富、更便捷、更优质的学习产品与服务，将成为开拓银龄市场、提升银龄福祉的关键方向。

二、银龄阅读“城乡共进”与“城市分化”并存

大调查发现，从城乡维度来看，无论是城市还是农村，经常“看书学习”的银龄群体占比都不输于其他年龄段。这一发现本身已具有重要意义：阅读，是银龄群体跨越城乡边界的共同精神底色。

具体来看，城市银龄群体中经常看书学习的人数占比为 34.31%，农村为 32.79%，两者相差仅 1.52 个百分点。这样微小的差距，打破了“农村老人不读书”的刻板印象。究其原因，一方面，近年来农家书屋、流动图书馆等公共文化服务深度下沉，为农村银龄群体的阅读创造了条件；另一方面，随着智能手机普及，有声读物等低门槛数字阅读形式正在跨越城乡壁垒，成为农村银龄读者接触阅读的重要通道。城乡共进，是银龄阅读当前最显著的宏观底色。

但当视线从“城乡之间”转向“城市内部”，我们发现

¹ 《银龄群体解锁付费学习新场景》，大众日报，
<http://paper.dzwww.com/dzrb/content/20250723/Articell10006MT.htm>

² 《绘好老有所学新图景》，光明网，
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1837134078185340093&wfr=spider&for=pc>

了数据差异。数据呈现出“城市能级越高，银龄阅读参与率越高”的规律。一线城市银龄群体中经常看书学习的人数占比高达40.26%，比二线城市高出4.9个百分点，比三线城市高出7.47个百分点；直辖市的占比为38.52%，领先省会城市1.59个百分点、领先地级市5.02个百分点。头部城市的集聚效应，远比城乡差距更为突出。

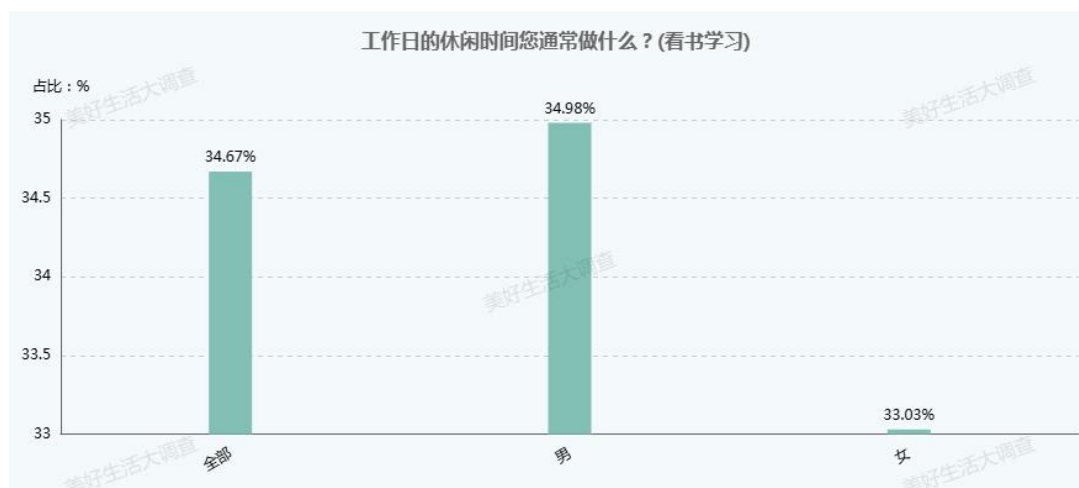


这一分化的形成，可能反映出头部城市在公共图书馆网络、社区阅读空间、老年大学资源等方面的供给密度，与二、三线城市之间存在系统性的落差。与此同时，头部城市银龄群体的教育水平普遍更高，具有更强的阅读习惯积累和更旺盛的精神消费意愿。供给侧与需求侧的双重集聚，共同推动了头部城市阅读率的持续领跑。如何将一线城市、直辖市已

经成熟的银龄阅读生态，向二线、三线城市有效延伸，或许是下一阶段银龄阅读工作最值得认真对待的结构性命题。

三、阅读“他力量”与付费“她意愿”双双凸显

从性别维度来看，有 34.98% 的男性银龄群体选择在休闲生活中经常“看书学习”，超出女性银龄群体 1.95 个百分点，小幅领先。但是，女性银龄群体在学习上的“消费意愿”却远超男性。大调查发现，2026 年打算在“学习培训等教育支出”上增加消费的女性银龄群体占比 25.23%，高出男性群体达 4.17 个百分点。



这一数据对比的背后，是银龄女性精神需求的加速觉醒，越来越多的女性开始将时间与金钱重新投向自我成长。她们在职业年龄段被压缩的兴趣正在退休后以“教育消费”的方

式重新被拾起。《中国老年教育发展报告（2019-2020）》也佐证了这一趋势，老年大学在校学员的男女比例约为 3:7。³这一差异背后，与老年大学的课程结构密切相关。当前主流课程仍以舞蹈、书法、声乐、健身、乐器、美术等文化艺术类为主，这类课程更加契合女性对审美与兴趣的追求，部分班级甚至出现“女士专场”。

不过，不管是男性还是女性，在“看书学习”和“教育支出”上的数据都比上一年实现了增长。这意味着银龄阅读学习的热情提升，并非某一性别的局部现象，而是整个银龄群体共同呈现的趋势性特征。一些老年大学也在主动拓展课程类型，尤其希望吸引更多男性参加，陆续上线了 AI 应用、计算机操作、视频剪辑、航模、无人机等偏科技类、实践操作性强的课程，男性学员的参与度已经稳步提升。

银龄阅读“男女共进”的大势已成，性别差异则提示着市场精耕的方向。内容供给方与服务运营者需要真正读懂“他的书单”“她的需求”，为不同性别的银龄读者提供更具针对性的产品与服务，银龄阅读市场的潜力才能被更充分地激活。

四、退休教师群体引领终身阅读新风尚

哪一行业背景的银龄群体对“看书学习”最为热衷？大调查给出了明确答案：“专业服务/教育/培训”行业的银龄群体以 45.40% 的占比，在 11 个大类行业中遥遥领先，成为银龄阅读的主力群体。该行业的银龄群体涵盖退休教师、科研人员、律师、会计师等多元岗位，其中最具代表性的是退休教师。教师的职业本质就是“与书为伴”，数十年的备课、

³ 《越来越多女性来到老年大学》，《文摘报》，
https://epaper.gmw.cn/wzb/html/2021-10/26/nw.D110000wzb_20211026_4-02.htm

教学、教研工作，让阅读从职业需求内化为终身阅读习惯。



现在，越来越多的退休教师华丽转身成为银龄教师、银龄领读人、银龄作者等新的社会身份，为个人阅读注入更强动能。2023年，教育部等十部门联合发布了《国家银龄教师行动计划》，明确支持银龄教师参与普通高等教育、职业教育、基础教育、终身教育和民办教育等多个领域。截至2024年末，全国性的银龄教师服务管理平台已吸纳约18万名教师入库⁴，他们以持续阅读更新知识体系，在教学传帮带、阅读推广等领域发光发热。不少退休教师更实现了从“读书”到“写书”的精彩跨越，将阅读积累转化为创作成果。

2026年总台“春晚等着你”活动邀请的“玉珍奶奶”王玉珍，就拥有14年中小学教师从业经历，70岁时出版了首部作品《我恋禾谷》，作家梁晓声在阅读后说，她的文字是“真正的人世间”。玉珍奶奶在采访中透露，她一直很喜欢阅读，列出的常看书单包括《狂人日记》《祝福》《阿Q正传》《四世同堂》《百年孤独》等经典文学作品，并且随着身份的转换，她的阅读视角也愈发深入，不仅看故事的热闹，

⁴《激活银龄教师力量》，中国政协杂志，
https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA30DIxNDA5Ng==&mid=2649556061&idx=1&sn=996e5d3c048d8ea4d63006e739f3f575&chksm=8600704ee25b26f7dd80c28317e11f1e3cfe983c2597ca20c06981eac92099bdb565b6ebab25&scene=27

更会关注写作的门道。

退休教师群体的阅读故事，不只是一个行业样本，更是银龄阅读最具说服力的价值证明。当阅读深入一个人数十年的职业生命，它就不再是消遣，而是一种无法切断的精神需求。这种深度阅读习惯的持续延伸，正在生产出超越个体的社会价值——他们既是银龄阅读市场最稳定的消费主体，也是阅读文化向下传递的重要节点。随着全国银龄教师队伍在教学传帮带、阅读推广中持续发光，在“读书”“写书”“教书”的多元角色转换中，实现了个人知识价值与社会服务需求的高效对接。从这个意义上说，如何更好地服务和激活退休教师等高阅读素养群体，不仅是银龄阅读市场的增量机遇，更是整个社会阅读生态良性循环的重要一环。

五、高学历银龄群体构筑阅读中坚力量

从文化程度维度分析，银龄群体的阅读参与度呈现出鲜明的学历梯度特征。“大专及以上学历”学历银龄群体“看书学习”的占比最高，达到39.50%，高出“中学及中专”人群5.89个百分点，高出“小学及以下”人群9.3个百分点，领先优势十分显著。据第七次全国人口普查数据，我国60岁及以上银龄群体中，拥有高中及以上文化程度的已达3669万人，占比13.90%。⁵随着我国银龄群体受教育水平的持续提升，银龄阅读的整体规模将不断壮大。

我们应当看到，教育程度在很大程度上决定了一位银龄个体能从阅读中获取多少价值。高学历银龄群体是阅读的主力，也是内容反馈的重要来源；而低学历银龄群体的阅读行为更多停留在被动接收层面，他们的需求很容易被忽视。真

⁵ 《第七次全国人口普查主要数据结果新闻发布会答记者问》，国家统计局，https://www.stats.gov.cn/sj/sjjd/202302/t20230202_1896483.html

正的银龄阅读普惠，应当向教育程度更低、数字能力更弱的银龄群体延伸。因此，未来需要系统性地降低他们的阅读门槛，弥合阅读鸿沟，真正让优质内容跨越知识与数字的屏障“飞入寻常百姓家”。



六、银龄阅读正向数字世界加速跃迁

前文提到，大调查针对“工作日的休闲时间您通常做什么”进行了14个选项的调查，60岁以上的银龄群体在“看书学习”一项上占比34.67%。如果进行选项上的横向对比，我们会发现，“看书学习”在银龄群体的休闲活动中排名第二，而排名第一的是“手机娱乐”，以45.47%的占比遥遥领先。这意味着，对于当代银龄群体而言，手机屏幕已经成为最主要的休闲入口，而阅读可能正在以“数字化”的形式融入银龄群体的生活。

“数字化”对银龄群体的渗透，还体现在消费端的持续扩张。大调查发现，2026年接近四分之一（24.70%）的银发族打算在“电脑/手机等数码产品”方面增加消费，较上一年预期消费增加了2.38个百分点。这一数字背后，是银龄群体对数字生活的主动深入，他们在用真实的消费意愿为自

己的数字生活持续“升级配置”。

这种主动拥抱的姿态，让银龄群体在“网络阅读”上的新趋势不容忽视。《2024 中国网络文学蓝皮书》数据显示，2024 年我国网络文学用户规模达 5.75 亿人，其中 60 岁以上老年阅读群体占比已超 10%。⁶在网络文学平台上，不少银发族沉浸其中，甚至像年轻人一样熬夜追更，其旺盛的需求不仅催生了“银发网文”题材创作热潮，更带动了网络文学改编的银发微短剧流行。

更值得关注的是，这批读者中有一部分人完成了“从消费内容到生产内容”的角色转换。例如，银龄创作者沈东生用手机“敲字”创作《上海人吃泡饭》，用沪语真情讲述一生经历，不仅引发银龄读者的深度共情，更吸引大批年轻读者在线“向爷爷催更”。两代人的阅读情感在一部作品里交汇，形成了当下网络文学生态中最动人的代际共鸣之一。这说明，银龄创作者完全有能力穿透代际壁垒，成为数字阅读生态中的内容供给者，而非只是被服务的消费对象。

可以预见的是，随着“60 后”群体加速步入退休年龄，这批拥有丰富数字使用经验的新银龄用户将持续涌入，银龄数字阅读市场的体量与质量将同步提升。对于平台运营者和内容生产者而言，银龄读者的数字化迁移既是已经发生的事实，更是仍在加速的趋势。谁能更早读懂这一群体的数字阅读需求，谁就掌握了下一个内容消费蓝海的入口。

七、银龄有声阅读唤醒内容“声”命力

手机在银龄群体中的普及还催生了另一种阅读形态：有声阅读。银龄群体对有声阅读的需求是巨大的，他们多数存

⁶ 《去年营收 440 亿元！网络文学平台持续红火》，澎湃新闻，
https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_31014150

在视力退化问题，视觉阅读的体验持续下降，天然存在从“读”转向“听”的需求。有数据显示，银龄人群对“有声听书”的使用增量在千万以上⁷；在音频用户群体中，50岁以上的银发人群倾向于全天候收听音频内容⁸。这意味着，当互联网流量整体见顶时，银龄群体正为有声阅读市场注入最强劲、最确定性的增长动力。

然而目前市面上面向银龄群体的专属优质音频内容明显供给不足，本质上是“技术、内容、服务”与银龄群体真实需求的错配。在技术层面，当前主流音频产品多以年轻人为目标用户，界面设计、交互逻辑、功能设置非常复杂，银龄群体操作失败率高；在内容层面，“低质化”“单一化”问题十分普遍，很多平台缺乏权威信息，为追求流量不断推送“标题党”“虚假信息”，如伪科学养生内容、夸大疗效的健康讲座等；在服务层面，不少平台针对银龄群体的内容十分“碎片化”，缺乏持续陪伴感，例如，健康科普内容“今天发一篇，明天停三天”，无法形成系统的健康管理方案，降低使用黏性。

中央广播电视总台《中国电视报》为此做出了创新的尝试。这份40多年来以银龄群体为核心用户的报纸，背靠总台权威优质的信息资源，成为全国银龄群体最喜爱和信任的优质读物。在集中分析银龄有声阅读的痛点后，《中国电视报》于2026年“全民阅读活动周”期间正式推出“碰一下听报”项目。项目没有去开发APP，而是借助支付宝平台，在特定的NFC感应区碰一下，就能直接跳转音频界面，收听

⁷ 《在线音频如何挖掘中老年市场》，央广传媒，
http://www.cnrng.cn/xwzx1/hyzx/20240814/t20240814_526851508.html

⁸ 《探索“音频+”模式在终端实践中的无限可能》，央广传媒，
http://www.cnrng.cn/xwzx1/hyzx/20240531/t20240531_526725149.html

报纸和总台优质节目。



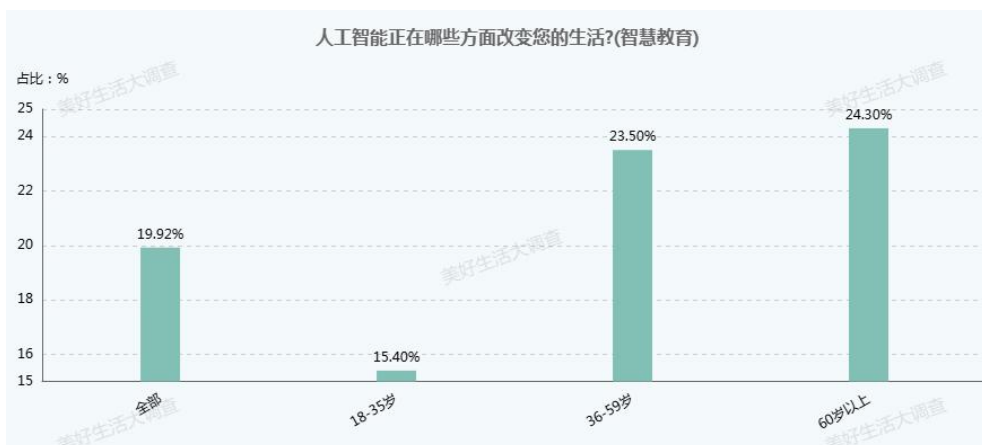
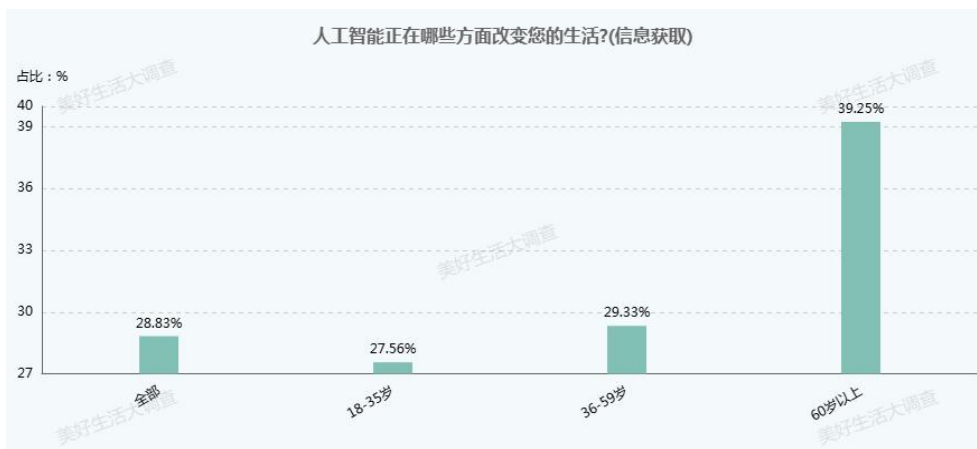
这是支付宝“碰一下”生态内首个适老的文化类小程序。项目将面向银龄群体发放可以随身携带的 NFC 芯片卡，在社区活动中心、养老院、老年大学、图书馆、商超等公共场所部署感应点，让“阅读”行为无缝嵌入到“活动间歇”“购物休息”等真实的生活片段中。小小的芯片卡，就是一个随身携带的、永不迷路的“文化入口”；遍布城市的感应点，则构成了一个无形的“阅读服务网络”，让阅读成为一种随时可及、伴随发生的文化生活方式。

“碰一下听报”是将国家级媒体的内容权威性、互联网科技公司的平台能力、社会公共机构的服务触点三者有机结合的全新模式。总台提供内容的“魂”，支付宝提供技术的“桥”，社区、养老机构等提供落地的“场”，这种“三位一体”为银龄有声阅读创造了一套轻量化、低成本、高可及性的基础设施。它让有声阅读变得“零门槛”，消除了扫码、搜索、层层点击等数字障碍，将银龄群体与阅读的入口简化

为一个最本能、最物理的动作——触碰。这种设计充分诠释了“让科技适老”而非“让老人适应科技”的理念，为其他银龄群体服务提供了极具示范意义的参考。

八、AI 赋能银龄智慧阅读新生态

在人工智能时代，阅读这项“传统”活动，也必然会在智能技术的驱动下，向更个性化、交互化、创造性的智慧形态跃升。大调查线上调查围绕“人工智能正在哪些方面改变您的生活？”设置了13个选项，数据发现，在银龄群体中排名第一的就是“信息获取”（39.25%），而且远超全年龄段平均水平高达10.42个百分点。他们对“智慧教育”一项也感受颇深，选择占比为24.30%，同样在全年龄段对比中位居第一。两项数据均指向同一个结论：在人工智能时代，银龄群体是知识获取与终身学习的核心体验者与需求方。



这一发现不难理解，当 AI 成为银龄读者的阅读入口，传统“看”或“听”的单向过程，将升级为可交流、可追问、可定制的互动式学习体验。在上海的嘉定南翔镇图书馆，就提供了智能机器人向导服务，向它发起提问不仅能带着读者一路导航精准找到目标书架，还能陪人聊天、播报天气预报甚至规划馆内路线。这样的服务让更多银发群体在阅读中收获方便与乐趣。

大调查还发现，在“您期待‘人工智能+’在哪些方面带来更大改变”的调查中，60岁以上群体在“内容创作”一项上的选择占比仅次于18-25岁的年轻人，这一数据显示出银龄群体旺盛的创作需求。AI技术的普及，正以前所未有的方式降低创作门槛、释放表达潜能，让银龄群体沉淀一生的智慧、经验与故事，得以被便捷地记录、梳理并广泛传播。

当下，银龄群体中流行写回忆录和传记就是这一数据的有力佐证。在惯常认知中，名人和公众人物才是回忆录和传记的主角，但如今越来越多的普通人意识到自己的人生同样独一无二、充满价值，他们想要成为自己人生故事的讲述者。网上出现了代写回忆录的新兴职业、教银龄群体写回忆录的培训项目，借助AI整理口述内容、打磨故事框架，这极大地降低了普通人撰写回忆录的成本，也满足了银龄群体对自己人生价值的重新确认。

银龄群体对AI的积极态度，实际上是他们在主动寻找自我赋能路径的集体表达。这批曾经历过信息匮乏年代的人群，对知识获取有着近乎本能的珍视，而AI恰恰提供了一种低门槛、高效率的内容触达方式，与这种珍视形成了精准的供需共鸣。未来，谁能在银龄阅读场景中将AI能力真正

嵌入，谁就能在这片加速扩容的市场中占据先机。银龄读者等待的，不是被“照顾”的产品，而是真正把他们视为主动学习者的智能工具。



九、银龄研学游让“读”与“行”深度交融

俗话说，读万卷书，行万里路。“读”与“行”的深度融合，是中国人追求知行合一的古老智慧，这一点在银龄群体身上有着突出的体现。

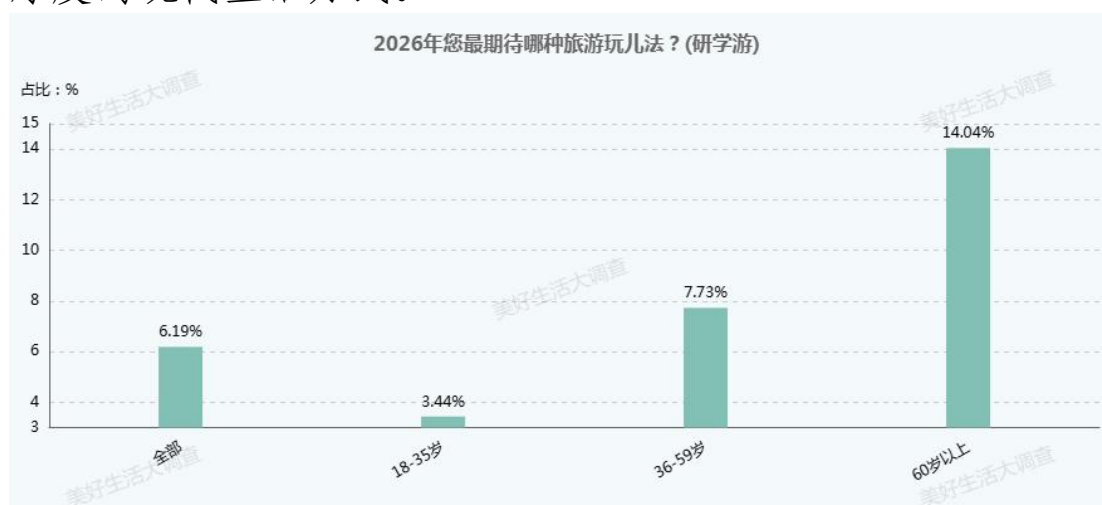
大调查数据显示，有超过三分之一（35.16%）的银龄群体计划在2026年增加“旅游”方面的消费。旅游，成为银龄群体消费预期中仅次于“保健养生”的第二大消费领域。更值得关注的是，银龄群体的旅游需求已从传统的走马观花式打卡，向深度文化体验升级。将“读万卷书”与“行万里路”深度融合的“研学游”，早已不再是学生的专属，成为越来越多银龄群体的出游新选择。大调查线上调查数据显示，在“2026年您最期待哪种旅游玩法？”的调查中，有14.04%的银龄群体选择“研学游”，占比大幅领先于其他年龄段。

《2024-2025年中国研学游经济市场动态监测报告》也印证了这一数据，2024年中国研学游市场规模达1791亿元，其

中银发族参与度同比上升 45%。⁹

近年，多地老年大学纷纷发力研学游市场，打造特色品牌与优质线路。例如，山东老年大学创立“耆鲁游学”工作品牌，联合山东港口集团推出“耆鲁游学—邮轮老年大学”，30 余位银龄学员搭乘国产大型邮轮“爱达·魔都号”体验特色的海上艺术游学；同步推出的“山西历史文化”之旅带领学员探访云冈石窟、应县木塔等文化地标，“金秋南疆”线路则聚焦边疆文化与民俗风情。与此同时，在银发出境游基础上衍生兴起“国际银发游学”热潮，银龄学员们赴日本、韩国、澳大利亚等国开展主题游学活动。

银发研学游的兴起，远不只是旅游市场的细分或老年教育的延伸，它深刻映射了老龄化社会背景下，银龄群体从“物质养老”向“精神富足”与“价值再造”跃升的内在需求。当“诗与远方”融入学习场景，“行路”成为“阅读”大地、深化认知、连接社会的沉浸式课堂，银发游学便从一种消费选择，演进为一种彰显年龄价值、促进社会参与、滋养生命厚度的现代生活方式。



⁹ 《老年大学也时兴游学！银发经济新项目亟待多方聚力破困境》，新民晚报，https://www.toutiao.com/article/7566150011008909833/?&source=m_redirect

十、“社交”构建银龄阅读新场域

理解银龄阅读，有一个关键维度容易被忽视——社交性。大调查在“您认为影响您幸福感的三项主要因素是什么”的问题中发现，有20.68%的银龄群体选择了“社会交往”一项，这意味着有多达五分之一的银龄群体将“社交”与“幸福感”直接挂钩。

而对于银龄读者而言，阅读往往与分享、交流、归属感深度绑定，一群人的共读、讨论与展示，能形成强大的“阅读场域”，有效对抗老龄化带来的社会疏离。当阅读成果得以被看见、被聆听、被认可，就可以满足银龄群体对自我价值再确认的深层心理需求。这种社交属性，也是驱动银龄阅读从“个人兴趣”迈向“群体风尚”的重要引擎。因此，推广银龄阅读，本质上也是在构建一种以书为媒的新型社交网络。

由中国老龄协会宣传部、中国出版协会主办的“全民阅读大会·银龄阅读论坛”，正是洞察并实践这一逻辑的典范。论坛构建出一个大型的社交阅读场域，将读书活动打造成一个有仪式感、有社群认同的文化品牌。比如，在第四届银龄阅读论坛中，来自银龄书院的老人在现场表演图书情景剧《木兰辞》，将书籍转化为动态的、可共同参与的戏剧创作。这种“阅读-改编-表演”的模式，将个人阅读理解转化为需要协作、排练、最终面向公众展示的集体项目，极大地增强了阅读的趣味性、成就感和社交黏性。银龄群体的诉求不只是“看书”，更是在寻找同频的人，在共同的阅读中确认彼此的存在感与价值感。

阅读，对银龄群体而言，是与世界保持连接的一种方式。

结语：让“银色书香”成为积极老龄化的底色

这份报告的所有数据与案例，让一个判断愈加清晰：银龄阅读的意义，已经超越了阅读本身。它是一个产业命题——3.2亿银龄人口、每年持续增长的数字阅读渗透率、尚未充分释放的内容消费潜力，共同构成了一个亟待认真耕耘的蓝海赛道。它是一个政策命题——从14部门联合发文到《全民阅读促进条例》施行，国家正在以前所未有的制度力度，将银龄群体的阅读权益纳入法治化保障轨道。它也是一个文明命题——一个社会如何对待银龄群体的精神世界，折射的是这个社会对人的基本尊重与“终身学习”理念的践行程度。

为此，我们几点思考启示。第一，在数字基建层面，应破除“泛银龄”思维，迈向全龄友好数字阅读。“银龄群体”是一个粗颗粒度的分析单位，同样贴着“银龄群体”的标签，60-69岁和70岁以上人群在阅读世界里的需求可谓天壤之别。前者需要的是内容的丰富与获取的便捷，而后者需要的是技术门槛的系统性降低和实时陪伴的现实介入。在未来的“终身学习”社会，我们需要构建“全龄友好”的数字阅读生态，让服务与内容无缝流转，每一个人都能获得优质的阅读体验。

第二，在内容供给层面，银龄群体需要更多优质的阅读内容与创作激励。银龄读者对养生健康、人文历史、革命文化、戏曲曲艺等内容有着强烈需求，但现有的阅读市场高度偏向商业畅销书等内容，针对银龄群体真实偏好的优质内容相对有限，亟待市场补足缺口。同时，我们也要鼓励银龄创作者的涌现，系统性地发掘、培育和支持银龄作家、学者、

行业专家，将他们沉淀一生的经验、技艺与人生体悟转化为书籍、课程、节目。这不仅是内容的丰富，更是对长者社会价值与精神财富的郑重确认，让银龄群体从文化的消费者，晋升为文明的传承者与共创者。

第三，在空间重塑方面，“阅读场所”可以编织成更有温度的线下人文网络。社区图书室、农家书屋、实体书店等线下空间，是触达数字能力薄弱的银龄群体的关键渠道，它们可以从静态的“藏书点”转型为动态的“文化客厅”与“社会连接器”。这些物理空间可以引入专业导读、主题沙龙、技艺工坊等服务，打造兼具学习、社交与文化体验功能的复合型银龄阅读场景，或可让这些阅读场所成为银龄群体重建社会角色、实现代际交流的温暖枢纽。

习近平总书记指出：“老年人是党和国家的宝贵财富。”让每一位银龄个体都能拥有触手可及的阅读资源、符合其需求的阅读内容、温暖有温度的阅读环境，这不是一道可选题，而是积极老龄化时代必须交出的答卷。

书香，不应该有年龄门槛。当每一缕“银色书香”都能自由飘散，汇聚而成的将是一个民族终身学习、全民向学的深沉气息，也是一个社会对生命全程报以温柔与敬重的文明底色。这正是积极老龄化最动人的风景。