

2018年中国老年人旅游市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国老年人旅游市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/340074340074.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、我国夕阳红旅游产业的发展现状

据权威社会学者的调查显示，我国在进入21世纪后，60岁以上人口占到了我国总人口的10%以上，已经正式步入了老龄化社会。随着老年人口的不断增加，在客观上就要求我国的夕阳红旅游产业要做的更好、更全面，以满足不断壮大的老年人群体，这也使得老年人旅游产业拥有了巨大的发展潜力。所以，一些捕捉到巨大商机的旅游商人纷纷开办了诸如“夕阳红旅行团”、“孝敬爸妈旅行团”或是“心不老旅行团”此类的旅游团体以吸引巨大的老年人市场。但是，由于老年人的年纪较大，并且社会经验、阅历也要比年轻人丰富得多，所以在运营针对老年人的旅游团体时，要格外注意目的地的选择以及出行计划的安排，但我国很多的旅游团体显然没有注意到这一点，运营方式的固化以及地点选择的失误使得很多老年人旅游团体不能够在巨大的老年人旅游市场中抢占先机。

图表：老年人旅游

图表来源：公开资料整理

二、影响我国老年人旅游市场发展缓慢且困难的因素

1) 开发老年人旅游产业的成本和风险较高，阻碍了商人进驻的脚步

老年人年纪较大，所以身体方面可能就会出现很多的不方便，也就对旅游团体的质量提出了更高的要求，例如，不能长途跋涉所以要有短时高效还安全的交通工具、运动强度不能过大所以景区的挑选就要更为严谨、对餐饮的要求也较高。但是景区一般人都会比较多，如果赶上了节假日更是人山人海，而且如果老人选择远途出行，在出行方式以及休息时间的安排上就更要仔细计划。这在一些方面也大大提高了老年人旅游产业的营销成本，给旅游团体的运营人带来了不小的压力。

在面对旅游产品利润较低问题的同时，阻碍商人进军老年人旅游产业的另一个巨大绊脚石就是，风险太大。在出行过程中，老人的身体或是利益一旦受到损坏，很容易会产生纠纷，使得旅行社的利益和名誉都在极大程度上受损。因此，很多商人即使看到了老年人市场中巨大的商机，也不会冒着巨大的风险耗费精力去开发老年人旅游产业。

2) 夕阳红旅游产品缺乏针对性，已成型的旅游行业管理不规范

老年人旅游市场与普通的旅游市场存有很多巨大的不同。首先，老年人对于食宿和交通的要求更高，例如，交通工具要更为舒适便捷，住宿环境要更加惬意，也对食品的卫生可口提出了更高的要求；其次，老年人身体素质普遍低下，他们所希望拥有的是节奏缓慢、轻松、更为休闲的旅行体验，所以这也就要求旅行社要在目的地以及时间的选择上注入更大的精力；最后，老年人的消费能力和程度较青壮年都要低一些，所以旅行社也就要在出行计划的安排上做调整，不能一味地将老人带到消费区购物。综上，由于这一系列的差异，一些已有的旅游团体都不愿意在自身上做太多太大的改变去迎合老年人的这一新型消费市场，而传统的旅游形式又不能满足老年人的出行需求，所以就出现了针对老年人的旅游团体少以及已有局

面。

之前我们提到，中国已经正式步入了老龄化社会，这无疑是一个蕴含着巨大商机的市场，也就吸引着很多良莠不齐的企业试图进军。然而，虽然有很多旅游行业商人试图进驻老年人市场，但是却缺少一个专门的管理机构来对这些企业进行统一严格的规范管理。所以就出现了老年人旅游行业内管理不规范、个体企业之间服务质量差异巨大的问题。一些管理不规范、规模小、资金少的旅游团体盲目追求低成本和高利益，就会利用老年人注重低价的心理，先是大肆宣传一些低价旅游产品来吸引老年朋友的注意，让更多的老年人选择他们的旅游项目，然而在真正出行的时候，他们却故意降低食宿标准与服务质量，甚至出现强制购物、对拒绝购物的老人恶语相向和利用文字游戏将老人们带到一些名不副实的虚假景区等恶劣现象。这种不良行为严重扰乱了老年人旅游市场的市场秩序，使越来越多人对老年人旅游行业失去信心，给老年人旅游市场带来严重的负面影响，甚至会给老年人的身心带来伤害。

3) 消费观念落后，无法给老年旅游市场带去足够的活力

由于我国老年人的消费习惯形成的年代比较靠近新中国成立之初，而那时我国经济还不是很发达，很多家庭连解决温饱都是问题，更谈不上去接受什么旅游这样的享受型消费形式，加之受到我国勤俭节约持家的传统观念影响，我国大多数老年人的消费观念都十分保守。相比较于旅游，更多的老人会选择把钱的旅游团体针对性不强、不能符合老年人口味的尴尬存起来以备不时之需或者是留给孩子们，甚至会有一些老人认为旅游就是一种浪费钱的行为，完全没有必要。所以这就无法给老年人旅游市场带去足够的活力。

同时，现在很多老人都面临着变成“空巢老人”的问题，由于是单独居住，所以一旦外出旅行就会有房度假旅游屋空置时间太久、家里没人害怕遭盗窃等担忧。而老人相较于出门旅行，更偏向于选择守在家里看家。这也就造成了虽然中国老年人群体巨大，但是在空巢老人的阻碍下，能够没什么顾虑选择出门旅行的老年人却并不多的局面。

三、对于老年人旅游市场整顿与开发的一些建议

1) 国家完善相关政策，对旅行团体的利益和老年消费者的利益做到双方保障老年人旅游市场存在的

高风险等问题，对于消费者和旅游团体来说都不是好的现象，此时，就需要政府出面来进行中间调节。政府可以出台相关政策来保护双方利益，例如，明确规定责任制度，即在旅途中若老人不慎受伤，明确双方应负责任，如若是老人自己不遵守旅行团规定而受伤，则老人即消费者一方负主要责任，但若是因为旅行团没有尽到应尽责任而导致老人受伤，则旅行团方面负主要责任，并对老人进行赔偿。

另外，政府也可以颁布相关的赏罚政策。对优秀的、起到表率作用的老年人旅行团体进行表扬与奖励，可以通过对他们的发展进行补贴等方式进行。而对于那些投机取巧、不认真服务老年人消费者的劣质旅游团体，就要大力进行打击，并把结果公开公布，在整个老年人旅行行业中起到警示作用。

最后，还要大力进行老年旅游的安全知识普及与教育。众所周知，在旅游行业，不管

是普通的旅游项目还是老年旅游项目，首当其冲的都是要做好安全保障。而老年人属于社会的弱势群体，自我保护与抵抗能力都较弱，所以就更要从自身和旅行社两方面都做好安全意识的培训，从主观和客观两方面减少旅行中意外的发生。旅行社方面可以在招募成员的时候就详细了解一下老人的身体状况以及有无哪些家族病史，同时若是成员中有高龄老人的话，建议旅行团一定要随团配备专业的医护人员，以应对突发状况。而在老年人群体方面，政府可以通过电视广播等媒体平台进行旅游安全意识教育，使老年人自身就提高旅游安全意识，能更好地在出行途中保护好自己，减少不必要的意外发生。

2) 根据老年人的服务需求开发针对老人的旅游计划，同时相关部门做好管理制度，规范市场

由于老年人对于旅游的服务需求相较于年轻人有很大的不同，所以就要求老年人旅游团体要在适合老年人的新型旅游项目上多下工夫，最大限度上满足老年群体的服务需要。比如，在选择出行目的地时，尽量按照老年人的喜好选择一些环境优美、宁静雅致的自然山水风景区，而避开一些喧闹的大都市，而在娱乐项目的选择上，可以组织老人们参与当地的一些民风民俗体验或者是歌舞表演的欣赏，而对于探险、冲浪、漂流等年轻人多喜欢的项目就尽量避开。同时，老年人旅游项目开发者应当认识到，老年人旅游项目也要针对老年人的年龄段进行细分，例如，以七十五岁作为分水岭，六十到七十五岁为低龄老人，在针对这个年龄段的老人进行策划时，可以适当的加入进去一些类似于爬山、远足等运动性较强的活动，而针对七十五岁以上的高龄老人进行旅游策划时，就要将主要立足点放在老人的身体状况上，项目的娱乐性可以适当减少，更多的是让老人舒适的完成这一次旅游出行，以老人的身体不出任何问题为基本原则，尽量将活动策划为游船、坐车游玩观赏等不需要体力的活动。最后，要想从最根本上抓住老年人的旅游趋向，就要真正到老年人群体中去采集意见，所以老年人旅游团体应当充分做好市场调查，针对不同的年纪、不同经济状况、不同岗位和不同消费观念，做出全方位、多角度的旅游行程安排，从而得到更多老年消费者的青睐。

对于老年人旅游行业水平参差不齐、管理不善以及行业秩序混乱等问题，建议有关部门可以通过制定统一的行业标准来解决。首先，可以制定统一的行业入门标准，由于老年人对于旅游行业的要求较高，所以建议设立一个入行最低标准，控制老年人旅游行业的最低水平从而提高行业的整体水平。同时明确老年人旅游行业的规章制度，对违反制度的企业及个人进行严惩。其次，也可以设立专门的老年人旅游维权上诉机构，针对老年人自我保护能力弱等劣势，有针对性的设立相关维权法案，让权益受到侵害的老年人有处可诉。

3) 针对老年人的消费习惯在宣传和定价等方面做出相应调整，使旅游产品更符合老年人人口味

进行科学而合理的定价。由于老年人的消费观念较为保守，相较于年轻人追求品质的旅游心理，更多老年人在旅游消费上追求的是性价比，所以老年人旅游团体就可以抓住老年人的这一旅游心理，在定价上稍作调整，将价位调整到老年人普遍所能接受的价格。同时，保证旅游产品的质量，做到建立起好口碑，不要贪图一时的暴利，依靠薄利多销同样可以创

造出丰厚的利润。

寻找有特色的景区或同相关的优质食宿方合 2018年1月作。与一定的食宿提供者合作可以有效降低老年人旅游团体的运营成本，同时也保证了旅行期间的食宿质量，客观上避免了因为酒店食宿不过关而产生的问题与纠纷。而在景区的选择上旅游团体也要多下心思，可以依据以下几点来进行挑选。首先，景区周边最好就有酒店可供休息，避免因频繁奔波而引起的不满与矛盾；其次，景区最好是山水相结合，可以营造出一种惬意的氛围；最后，旅游团体可以选择有温泉、氧吧等具有养生疗效的目的地，由于老年人的身体多需要调养，所以这样拥有养生氛围的景区一定可以得到老年人的青睐。

旅游团体所选择的宣传方式要依照着老年人的喜好来，比如在宣传过程中可以多加入休闲、生态、养生等字眼或是加大旅游目的在这几方面的宣传力度。老人消费追求性价比和安全感，所以旅游团体在进行宣传时，可以明确标出具体的食宿条件与具体价位，做到透明公开，老人觉得可以信任自然就会选择。在宣传渠道的选择上，旅游团体可以适当减少线上的宣传模式，转而更多的将宣传力度放在报纸、电视和广播上。

老年人旅游市场是一个充满了机遇与挑战的竞争环境，而我国逐渐步入老龄化社会的这一现状更是给予了老年人旅游市场一个巨大的推动力。客观环境已经形成，如何发挥主观能动性，在一众旅游团体中脱颖而出就是当前各大企业要思考和面对的问题。但是，只要真正做到了提高自己的服务水平，就一定会迎来发展的春天。

资料来源：公开资料，观研天下整理，转载请注明出处

观研天下发布的《2018年中国老年人旅游市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分

析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国老年人旅游行业发展概述

第一节 老年人旅游行业发展情况概述

一、老年人旅游行业相关定义

二、老年人旅游行业基本情况介绍

三、老年人旅游行业发展特点分析

第二节 中国老年人旅游行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、老年人旅游行业产业链条分析

三、中国老年人旅游行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国老年人旅游行业生命周期分析

一、老年人旅游行业生命周期理论概述

二、老年人旅游行业所属的生命周期分析

第四节 老年人旅游行业经济指标分析

一、老年人旅游行业的赢利性分析

二、老年人旅游行业的经济周期分析

三、老年人旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 国中老年人旅游行业进入壁垒分析

一、老年人旅游行业资金壁垒分析

二、老年人旅游行业技术壁垒分析

三、老年人旅游行业人才壁垒分析

四、老年人旅游行业品牌壁垒分析

五、老年人旅游行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球老年人旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球老年人旅游行业发展历程回顾

第二节 全球老年人旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲老年人旅游行业地区市场分析

- 一、亚洲老年人旅游行业市场现状分析
- 二、亚洲老年人旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲老年人旅游行业市场前景分析
- 第四节 北美老年人旅游行业地区市场分析
 - 一、北美老年人旅游行业市场现状分析
 - 二、北美老年人旅游行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美老年人旅游行业市场前景分析
- 第五节 欧盟老年人旅游行业地区市场分析
 - 一、欧盟老年人旅游行业市场现状分析
 - 二、欧盟老年人旅游行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟老年人旅游行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界老年人旅游行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球老年人旅游行业市场规模预测

第三章 中国老年人旅游产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品老年人旅游总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国老年人旅游行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国老年人旅游产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国老年人旅游行业运行情况

第一节 中国老年人旅游行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国老年人旅游行业市场规模分析

第三节 中国老年人旅游行业供应情况分析

第四节 中国老年人旅游行业需求情况分析

第五节 中国老年人旅游行业供需平衡分析

第六节 中国老年人旅游行业发展趋势分析

第五章 中国老年人旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国老年人旅游所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国老年人旅游所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国老年人旅游所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国老年人旅游市场格局分析

第一节 中国老年人旅游行业竞争现状分析

一、中国老年人旅游行业竞争情况分析

二、中国老年人旅游行业主要品牌分析

第二节 中国老年人旅游行业集中度分析

一、中国老年人旅游行业市场集中度分析

二、中国老年人旅游行业企业集中度分析

第三节 中国老年人旅游行业存在的问题

第四节 中国老年人旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国老年人旅游行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国老年人旅游行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国老年人旅游行业消费特点

第二节 中国老年人旅游行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 老年人旅游行业成本分析

第四节 老年人旅游行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国老年人旅游行业价格现状分析

第六节 中国老年人旅游行业平均价格走势预测

- 一、中国老年人旅游行业价格影响因素
- 二、中国老年人旅游行业平均价格走势预测
- 三、中国老年人旅游行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国老年人旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国老年人旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地老年人旅游市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区老年人旅游市场规模分析
- 四、华东地区老年人旅游市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析

三、华中地区老年人旅游市场规模分析

四、华中地区老年人旅游市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区老年人旅游市场规模分析

第九章 2016-2018年中国老年人旅游行业竞争情况

第一节 中国老年人旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国老年人旅游行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国老年人旅游行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 老年人旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国老年人旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国老年人旅游行业未来发展前景分析

- 一、老年人旅游行业国内投资环境分析
- 二、中国老年人旅游行业市场机会分析
- 三、中国老年人旅游行业投资增速预测

第二节 中国老年人旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国老年人旅游行业市场发展预测

- 一、中国老年人旅游行业市场规模预测
- 二、中国老年人旅游行业市场规模增速预测
- 三、中国老年人旅游行业产值规模预测
- 四、中国老年人旅游行业产值增速预测
- 五、中国老年人旅游行业供需情况预测

第四节 中国老年人旅游行业盈利走势预测

- 一、中国老年人旅游行业毛利润同比增速预测
- 二、中国老年人旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国老年人旅游行业投资风险与营销分析

第一节 老年人旅游行业投资风险分析

- 一、老年人旅游行业政策风险分析
- 二、老年人旅游行业技术风险分析
- 三、老年人旅游行业竞争风险
- 四、老年人旅游行业其他风险分析

第二节 老年人旅游行业企业经营发展分析及建议

- 一、老年人旅游行业经营模式
- 二、老年人旅游行业销售模式
- 三、老年人旅游行业创新方向

第三节 老年人旅游行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国老年人旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国老年人旅游行业品牌战略分析

一、老年人旅游企业品牌的重要性

二、老年人旅游企业实施品牌战略的意义

三、老年人旅游企业品牌的现状分析

四、老年人旅游企业的品牌战略

五、老年人旅游品牌战略管理的策略

第二节中国老年人旅游行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国老年人旅游行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国老年人旅游行业发展策略及投资建议

第一节中国老年人旅游行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国老年人旅游行业定价策略分析

第三节中国老年人旅游行业营销渠道策略

一、老年人旅游行业渠道选择策略

二、老年人旅游行业营销策略

第四节中国老年人旅游行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国老年人旅游行业重点投资区域分析
- 二、中国老年人旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/340074340074.html>