

# 2017-2022年中国老年旅游市场动向调研及发展定位研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国老年旅游市场动向调研及发展定位研究报告》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/wentiule/285282285282.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

近年来，随着人口政策的调整，我国人口结构逐渐进入老龄化阶段。随着生活水平和  
社会环境的改变，60岁以上的老年人过着“有钱、有闲”的日子。他们为排解老年寂寞、维护  
社交关系等原因选择出行，老年旅游市场逐渐受到关注。（一）出行人数增多 根据国家统  
计局数据显示，截止2015年底，我国60岁以上的老人已经达到了2.2亿人，占总人口的16%  
左右，老龄化速度比较快。

老年人口数量的增长预示着老年市场的逐渐兴起。随着整个社会享乐意识的改变，老  
年人的出游意愿也逐渐提升。根据调查显示，占总人口约15%的老年人有出行意愿的人数比  
例达到87%，表明绝大多数老年人将出游作为自己休闲度假的方式，老年旅游市场发展潜力  
无限。

资料来源：互联网，中国报告网整理

### （二）旅行特征分析

因老年群体生理特性与心理需求，造就了老年旅游群体与其他群体的不同，他们旅游的特点  
可以概括为：出行时间长，年均出行次数多，单次出行人数多。

#### 1、出行时间长

根据调查显示，60岁以上老年人出行多会选择8至15天中长期旅行。比重占总人群的43%，  
接近7成老年人在出游时选择8天以上旅行。因此表明老年人拥有更多的时间用于旅行，中  
长期旅行更能满足他们的需求。 资料来源：互联网，中国报告网整理

#### 2、出行次数多，年均出游次数达到2次以上。

因老年人拥有大量的空闲时间，同时出行意愿较强，因此他们出行的年均次数较多，可达两  
次以上。接近2成老年人每年出行3次以上。并且旅行多集中在景色与气温较适合的春秋两季  
。其中，大部分人会选择在旅游目的地停留7至15天。

资料来源：互联网，中国报告网整理

出行人数多，以多人出游为主。

老年人出行与其他人群最大不同点是以多人组团出游为主。这与他们的出行需求有着密切的  
关系。大部分的老年人组团出行是为了增加亲友感情而出行，这类人群交往对象一般仅限于  
同行老人，他们结伴人数较多，更愿意自由组团出行。

根据以上数据可以得出老年人旅游市场参与人数正在增多，需求在争夺，老年旅游市场发展  
潜力无限。随着老年人使用互联网产品频次的逐渐增加，加上老年人受教育程度的提升、追  
求个性化体验意愿提升等因素的影响，老年自由行将会成为老年旅游市场中不可低估的发展  
力量。

中国报告网发布的《2017-2022年中国老年旅游市场动向调研及发展定位研究报告》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。

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。报告目录\REPORTDIRECTORY

第一章中国老年旅游产业的市场环境分析1.1经济环境1.1.1全球经济形势1.1.2中国经济现状1.1.3国民收入情况1.1.4居民消费情况1.2社会环境1.2.1大众化旅游时代来临1.2.2老年人旅游好处多1.2.3旅游交通不断改善1.2.4出境游限制不断放宽1.3需求环境1.3.1老年人口不断增多1.3.2具有旅游消费需求1.3.3具备消费物质基础1.3.4我国旅游消费价格1.4产业环境1.4.1我国旅游业运行现状1.4.2我国旅行社发展情况1.4.3我国旅游业环境状况1.4.4对老年旅游业的利好

第二章中国老年旅游产业的政策环境分析2.1中国旅游业的政策背景2.1.1近年旅游业政策综述2.1.2旅游业重点政策解读2.1.3我国旅游业发展规划2.2中国老年旅游业的政策分析2.2.1国家政策导向2.2.2相关政策扶持2.2.3行业标准规范2.3我国老年旅游的标准化分析2.3.1必要性及重要性2.3.2标准化的内容2.3.3标准化的保障措施

第三章中国老年旅游市场发展现状分析3.1中国老年旅游市场的现状3.1.1市场迅速兴起3.1.2市场增长态势3.1.3产品特点分析3.1.4影响因素分析3.1.5行业发展动向3.2中国老年旅游市场的特征3.2.1地域集中性强3.2.2短线游比重大3.2.3费用来源多样化3.2.4休闲养生受青睐3.2.5中意淡季出游3.3我国老年旅游发展的制约因素3.3.1老年人的身体状况3.3.2老年人的收入水平3.3.3社会变革的压力3.3.4老年人的消费观念3.4我国老年旅游产业存在的问题3.4.1行业规范方面3.4.2市场供需方面3.4.3医疗保障方面3.4.4旅游产品方面3.4.5旅游服务方面3.5我国老年旅游产业的发展建议3.5.1政府加强组织领导3.5.2开展卫生保健服务3.5.3完善国家养老制度3.5.4规范老年旅游市场3.5.5加快服务体系3.6优化老年旅游发展环境的建议3.6.1社会环境方面3.6.2消费环境方面3.6.3政策环境方面

第四章老年旅游主要目的地市场分析4.1老年旅游的主要目的地概述4.1.1国外旅游目的地4.1.2国内旅游目的地4.2老年出境游市场分析4.2.1老年出境游市场现状4.2.2老年出境游市场特点4.2.3欧洲为主要目的地4.2.4出境邮轮游受欢迎4.3国内老年游主要目的地分析4.3.1海南4.3.2桂林4.3.3大理4.3.4福建4.3.5广东4.3.6青岛4.3.7重庆武隆4.3.8长沙4.3.9青海

第五章中国老年旅游市场消费行为分析5.1老年旅游者的特点5.1.1观光旅游为主5.1.2组团旅行为主5.1.3对导游要求高5.1.4消费水平较低5.2老年旅游者的一般心态5.2.1旅游是心理需要5.2.2健康安全是第一5.2.3消费强调经济实惠5.3我国老年人的旅游动机分析5.3.1身体健康动机分析5.3.2知识文化动机分析5.3.3探亲访友动机分析5.3.4宗教信仰动机分析5.3.5自我实现

动机分析5.3.6完善人生动机分析5.4老年旅游者的行为分析5.4.1决策行为分析5.4.2消费行为分析5.4.3购后行为分析5.5老年人出游特征的区域差异分析5.5.1研究样本及方法5.5.2区域性差异分析5.5.3一般性规律分析5.6影响老年旅游消费行为的因素分析5.6.1亲友因素5.6.2文化因素5.6.3经济因素5.6.4身心因素5.6.5商业环境因素

第六章中国老年旅游市场开发战略分析6.1老年旅游市场的开发策略分析6.1.1应有针对性6.1.2注重旅游特色6.1.3提供完善服务6.1.4重视特殊需求6.1.5引导旅游消费6.2老年旅游产品开发策略分析6.2.1研究产品特点6.2.2定制适用产品6.2.3开发特色产品6.2.4灵活设计产品6.3中小旅行社进入老年旅游市场的SWOT分析6.3.1优势分析（Strengths）6.3.2劣势分析（Weakness）6.3.3机会分析（Opportunities）6.3.4威胁分析（Threats）6.4老年旅游市场细分开发策略分析6.4.1根据旅游消费的梯度性细分6.4.2根据年龄段进行细分6.4.3新旅游产品的设计开发6.4.4新旅游产品的宣传和销售6.5老年旅游市场开发的文化策略分析6.5.1老年人对文化需求多样6.5.2观光旅游以文艺作补充6.5.3深度游以文化为主线

第七章中国老年旅游度假区开发战略分析7.1开发模式分析7.1.1候鸟式模式7.1.2居家式模式7.1.3疗养型模式7.1.4全产业链模式7.1.5农家休闲模式7.2典型案例分析7.2.1案例概述7.2.2项目思路7.2.3项目亮点7.2.4实施意义7.3开发策略建议7.3.1专业化与综合化结合7.3.2公益性与市场化结合7.3.3地产销售与多元经营结合7.3.4自主经营与合作经营结合

第八章中国老年旅游市场营销战略分析8.1老年旅游市场的营销方式8.1.1宣传营销8.1.2针对营销8.1.3目的营销8.1.4组合营销8.2老年旅游市场营销策略分析8.2.1市场调研8.2.2产品策略8.2.3价格策略8.2.4渠道策略8.2.5促销策略8.2.6服务策略8.3老年旅游广告开发策略分析8.3.1旅游广告的重要性8.3.2老年旅游广告的特征8.3.3老年旅游广告的开发

第九章中国老年旅游市场投资机遇分析9.1中国旅游投资市场概述9.1.1旅游业投资特性分析9.1.2我国旅游业投资现状9.1.3旅游业投资流向趋势9.2老年旅游市场的投资机遇9.2.1生活环境改善9.2.2传统观念转变9.2.3促进市场平衡9.2.4市场培育加快9.3老年旅游市场的投资机会9.3.1热点细分产品9.3.2强地域集中性9.3.3老年旅游保险9.4旅游市场投资决策分析9.4.1旅游投资的战略决策9.4.2旅游投资的项目决策9.4.3旅游投资效益的考量9.4.4旅游投资方式的选择

第十章中国老年旅游市场的投资风险预警10.1旅游业的壁垒10.1.1技术壁垒10.1.2品牌与网络壁垒10.1.3行为性壁垒10.1.4退出壁垒10.2旅游业一般投资风险10.2.1宏观经济环境风险10.2.2项目投资开发风险10.2.3自然等外部因素风险10.3老年旅游的投资风险10.3.1自身风险10.3.2环境风险10.3.3服务风险10.3.4收益风险10.4投资风险的防范10.4.1有效控制决策风险10.4.2有效控制市场风险10.4.3正确进行区位选择10.4.4正确面对政策风险

第十一章中国老年旅游市场前景及趋势分析11.1中国旅游业中长期趋势预测11.1.1市场消费趋势11.1.2产业转型趋势11.1.3产业政策趋势11.1.4区域结构趋势11.1.5国际市场趋势11.2中国老年旅游市场前景展望11.2.1面临形势分析11.2.2消费潜力分析11.2.3市场空间分析11.3中国老年旅游市场趋势分析11.3.1旅游消费趋势11.3.2旅游产品趋势11.3.3发展模式趋

势11.3.4旅游服务趋势11.4中国老年旅游市场发展预测11.4.1中国中国旅游业总收入预测11.4.2中国老年旅游市场规模预测11.4.3中国老年旅游消费潜力预测（GYZJY）图表详见正文  
特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/285282285282.html>