

2016-2022年中国老年旅游 市场深度调查与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国老年旅游市场深度调查与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/T61651NQN3.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

前言：

据悉,国内旅游人数从1984年约2亿人次到2014年国内旅游36亿人次，是1984年的18倍多。接待入境游客从1978年180.92万人次增长到2014年1.28亿。旅游业已经从接待型的事業，发展成为全民广泛参与就业、创业的民生产業。

目前，中国形成了国内旅游、入境旅游、出境旅游三大市场三足鼎立的格局。预计2015年全国旅游业发展预期目标为国内旅游39.5亿人次，增长10%;旅游入出境2.48亿人次，增长4.6%，其中入境1.28亿人次，与上年基本持平；出境1.2亿人次，增长10%。

中国旅游市场规模也在急速增长。据全球商务旅行协会独立研究显示，即便在全球经济放缓的大环境下，中国商旅市场依然呈现稳步增长态势。2013年中国市场商旅支出2235亿美元；2014年增速达到16.5%，2015年支出总额更可能超过3090亿美元，从而超过美国成为全球第一大商旅市场。据统计预测，2015年中国在线旅行预订市场交易规模将达到3630亿元。国家旅游局也预测表示，2015年中国将成为全球最大国内旅游市场。

近几年来，老年人对旅游需求越来越大，并正在呈快速增长的势头。而我国老年旅游市场一直隐而不旺，从我国旅游部门获得的反馈信息表明，目前我国老年旅游所占的比例份额明显较少，约为20%左右，老年人人均旅游消费还是比较低的。老年旅游需求大，但实际出行的少，研究其原因，主要是国内专门为老年人提供旅游服务的专业旅行社不多，大的综合性旅行社在开发老年旅游产品，提供旅游服务等方面远不能满足市场的需要；此外老年人行动缓慢等特点限制了老年人的出游以及现在有些人还保持“传统”的消费态度，致使老年旅游市场还不够活跃。

但不可忽视的事实是，越来越多的老年人开始加入到旅游者的行列中。业内人士称，随着人们生活水平的提高和老年人消费观念的转变，银发旅游将成为一个极具发展潜力的市场增长点，而旅行社争夺银发旅游市场的竞争也将更加激烈。为取得更多的市场份额，旅行社应根据老年人的需求特征及旅行习惯，细分其消费层次，开辟适合老年人的旅游线路，采取多种形式开发银发旅游市场，创造自己的特色品牌。

本老年旅游行业研究报告共十一章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。老年旅游行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国

国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了老年旅游行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国老年旅游行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国老年旅游行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章2014-2015年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

当前我国已进入大众化旅游时代，旅游消费经常化，日益成为老百姓一种常态化生活方式，旅游市场规模越来越大。2013年国内旅游人数达到32.5亿人次，2014年国内旅游人数达到36亿人次，预计到2020年国内旅游人数将达60亿人次。

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2014-2015年中国老年旅游产业的政策环境分析

2.12014-2015年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

2.22014-2015年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2014-2015年中国老年旅游市场发展现状分析

3.12014-2015年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

老年人旅游消费：二线城市增长最快规模最大

在不同层级城市，老年旅游消费的热度也呈现出显著差异，其中二线城市表现最为突出，其他层级城市则在平稳中呈现小幅度的浮动。CNRS-TGI数据表明，二线城市的老年旅游消费者规模最大，且增长幅度也是最高的。2011年，二线城市中有192万老年旅游消费者，而四年后，规模增至503万，几乎是前者的2.6倍。在旅游地的选择上，二线城市老年旅游消费者最爱去的地方是四川，其次是江浙一带。与此同时，二线城市老年旅游消费者平均每年用于旅游消费的支出达4500元左右，占到每年娱乐休闲支出的62%。

3.2 2014-2015年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 休闲养生类受青睐

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 加快服务体系建设

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 2014-2015年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
- 4.22014-2015年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
- 4.32014-2015年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2014-2015年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以组团为主
 - 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
 - 6.3.2劣势分析

6.3.3机会分析

6.3.4威胁分析

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2016-2022年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
 - 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
 - 1.1.1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2016-2022年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

11.42016-2022年老年旅游市场发展预测

11.4.12016-2022年中国旅游业总收入预测

11.4.22016-2022年老年旅游市场规模预测

11.4.32016-2022年老年旅游消费潜力预测（ZYXZX）

附录：

附录一：《中华人民共和国旅游法》

附录二：《旅行社条例》

附件三：《旅行社出境旅游服务规范》

附录四：《国务院关于加快发展养老服务业的若干意见》

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/T61651NQN3.html>