



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国老年旅游市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国老年旅游市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/278475.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

调查显示，国内老年游客中，出游率持续增加，从1997年的4.3%，到2002年的7.5%，年均增幅达到11.8%；出游天数稳中有升，从1997年的7.3%，到2000年的7.9%；每次出游花费增加迅速，从1997年的581.4元，到2002年的646.5元，年均增幅达到2.2%。入境老年游客中，每年来华的老年游客比重大致维持在5.9%的水平，但是由于入境游客的数量增加，所以老年游客数量还是呈现增加态势的；人均天花费有明显增加，从1999年105.08美元/人天到2002年的132.43美元/人天，年均增幅达到8.1%。老年游客的增长和老年旅游消费的增长已经明显超出了3%的年增幅，因而表现出了良好的发展势头。

老年旅游引起旅游企业的重视，以上海为例，为了方便银发人旅游，上海600多家旅行社中已有近百家旅行社开辟“银发旅游”，专设“老年部”的有20多家，专业从事老年旅游的旅行社也有五六家。不少企业针对老年市场的特点进行了规范运作，如《老年旅游质量规范》、《老年旅游合同》、《老年旅游操作标准》，这些都是企业自律的宣言书，同时也表明规范运作的决心。行业协会对老年旅游也非常重视，如中国旅游协会、中国老年学会、上海旅游协会、上海老年学会或成立机构或发文对老年旅游予以支持，社会舆论更是从关心老年人的角度对老年旅游给予了极大的关注。

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：

第一章 2013-2016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

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 2013-2016年中国老年旅游产业的政策环境分析

2.1 2013-2016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

2.2 2013-2016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 2013-2016年中国老年旅游市场发展现状分析

3.1 2013-2016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
- 3.2 2013-2016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 2013-2016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

4.2 2013-2016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

4.3 2013-2016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 2013-2016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 (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 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
 - 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 2016-2022年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 2016-2022年老年旅游市场发展预测

11.4.1 2016-2022年中国旅游业总收入预测

11.4.2 2016-2022年老年旅游市场规模预测

11.4.3 2016-2022年老年旅游消费潜力预测 (AK WZY)

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：《国务院关于加强发展养老服务业的若干意见》

图表目录：

图表：2012-2016年七国集团GDP增长率

图表：2012-2016年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表：2015年全球及主要经济体制造业和服务业PMI

图表：2015年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数

图表：2013-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2013-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2013-2016年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表：2013-2016年房地产开发投资增速（累计同比）

图表：2014-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2014-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2014-2016年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表：2014-2016年房地产开发投资名义增速（累计同比）

图表：2012-2014年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2012-2014年我国农村居民人均收入实际增长速度

图表：2013-2016年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

图表：2013-2016年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表：2014-2016年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表：2014-2016年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

图表：2013-2016年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表：2013-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2013-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表：2014-2016年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表：2014-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2014-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表：典型的旅游出行链

图表：2015年入境旅游者构成

图表：2015年旅游外汇收入构成

图表：2015年度全国旅行社数量一览表

图表：2015年度全国旅行社财务状况表

图表：2015年度全国旅行社国内旅游组织接待情况表

图表：2015年度旅行社国内旅游组织人次排名前十位的省份

图表：2015年度旅行社国内旅游接待人次排名前十位的省份

图表：2015年度全国旅行社出境旅游组织情况表

图表：2015年度旅行社出境旅游组织人次排名前十位的目的地国家和地区

图表：2015年度全国旅行社入境旅游外联接待情况表

图表：2015年度旅行社入境旅游外联人次排名前十位的客源地国家和地区

图表：2015年度旅行社入境旅游接待人次排名前十位的客源地国家和地区

图表：2015年度三大旅游市场人次数比较

图表：2015年度三大旅游市场人天数比较

图表：2015年度全国旅行社组接指标排序表

图表：2015年度全国旅行社主要经济指标排序表

图表：本轮《旅游法》立法大事件

图表：大理女性老年游客构成情况

图表：大理男性老年游客构成情况
图表：大理女性老年旅游者偏好分析
图表：大理男性老年旅游者偏好分析
图表：大理老年女性游客旅游目的分析
图表：大理老年男性游客旅游目的分析
图表：影响老年旅游者出游原因
图表：国内老年游客旅游动机分类量表
图表：国内老年人旅游动机调查
图表：旅游子行业盈利成长能力比较
图表：2016-2022年中国国内旅游收入预测
图表：2016-2022年老年旅游市场规模预测
图表：2016-2022年老年旅游消费潜力预测
略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278475.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数

名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。