

2020-2026年中国老年旅游 市场评估与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国老年旅游市场评估与市场需求预测报告》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.cction.com/report/202007/173024.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

根据国家统计局数据，2017年年底我国 60 周岁及以上老年人口已达2.4 亿，占总人口的 17.3%。2016 年全国老龄办发布的《中国养老产业规划》显示，到 2035 年，老年人口将增加到 4.18 亿。根据全国老龄工作委员会预测，中国老年产业的规模到 2020 年和 2030 年分别将达到 5 万亿元和 22 万亿元。未来 10 到 15 年将是养老产业快速发展的黄金时代。

在中国人口老龄化态势日趋明朗的背景下，银发群体已成为休闲旅游消费市场上的重要力量，发展老年休闲旅游产业对于提升老年人晚年生活质量、满足其对美好生活的需要提供了有效的途径。2011-2017年我国老龄化现状分析

中企顾问网发布的《2020-2026年中国老年旅游市场评估与市场需求预测报告》共十一章。首先介绍了老年旅游相关概念及发展环境，接着分析了中国老年旅游规模及消费需求，然后对中国老年旅游市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国老年旅游面临的机遇及发展前景。您若想对中国老年旅游有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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：

第一章 2016-2019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 2016-2019年中国老年旅游产业的政策环境分析

- 2.1 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019年中国老年旅游市场发展现状分析

- 3.1 2016-2019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

中国旅游业的大发展直接孕育并推动了中国老年旅游业的发展。近年来，中国老年旅游产业发展较快，老年旅游需求强劲，老年旅游人数增加，老年旅游产品较丰富，专业老年旅游企业和老年旅游目的地景区日益增多，老年旅游市场交易活跃，老年旅游市场逐渐扩大。2017年，我国老年旅游市场达到11857亿元，较2016年同比增长15.68%。2009-2017年我国老年旅游

市场规模

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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2020-2026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

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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026年老年旅游市场发展预测
 - 11.4.1 2020-2026年中国旅游业总收入预测
 - 11.4.2 2020-2026年老年旅游市场规模预测
 - 11.4.3 2020-2026年老年旅游消费潜力预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/173024.html>