

# 2021-2027年中国老年旅游 行业发展态势与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2021-2027年中国老年旅游行业发展态势与市场供需预测报告》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/202107/228616.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

“旅”是旅行，外出，即为了实现某一目的而在空间上从甲地到乙地的行进过程；“游”是外出游览、观光、娱乐，即为达到这些目的所作的旅行。二者合起来即旅游。所以，旅行偏重于行，旅游不但有“行”，且有观光、娱乐含义。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国老年旅游行业发展态势与市场供需预测报告》共十一章。首先介绍了老年旅游行业市场发展环境、老年旅游整体运行态势等，接着分析了老年旅游行业市场运行的现状，然后介绍了老年旅游市场竞争格局。随后，报告对老年旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了老年旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对老年旅游产业有个系统的了解或者想投资老年旅游行业，本报告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 2015-2019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 2015-2019年中国老年旅游产业的政策环境分析

### 2.1 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国老年旅游市场发展现状分析

### 3.1 2015-2019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

#### 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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027年老年旅游市场发展预测

11.4.1 2021-2027年中国旅游业总收入预测

11.4.2 2021-2027年老年旅游市场规模预测

11.4.3 2021-2027年老年旅游消费潜力预测

部分图表目录：

图表 2015-2019年世界工业生产同比增长率

图表 2015-2019年世界三大经济体GDP环比增长率

图表 2015-2019年世界及主要经济体GDP同比增长率

图表 2015-2019年三大经济体零售额同比增长率

图表 2015-2019年世界贸易量同比增长率

图表 2015-2019年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2015-2019年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2015-2019年全国粮食产量

图表 2015-2019年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2015-2019年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表 2015-2019年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/228616.html>