



貴陽學院

本科毕业论文

题 目： 社会老龄化背景下老年人旅游产品开
发策略

学 院： _____

专 业： _____

姓 名： _____

学 号： _____

指导教师： _____

教师职称： _____

填写日期： 2020 年 月 日

摘要

我国现在正处于一个老龄化社会，我国的老龄群体巨大且群体人数在持续快速增加。随着人们经济的发展，追求幸福生活质量的思想越来越普遍，在这样的背景下，使得旅游日益成为老年人的主要休闲娱乐方式，越来越多的老年人选择结伴出游度假，老龄人口的迅速增长，为旅游业提供了巨大的消费市场，也为旅游业的发展提供了新的契机，本文从分析老年人的旅游产品需求、老年人旅游行为、政府部门、旅行社及景点对老年人旅游产品的优惠政策等各方面做出调查，通过文献分析以及问卷调查结果分析发现，如今市面上的旅游产品无法满足市场需求，缺乏针对性和安全性，也没有良好的品牌号召力等问题，通过问卷调查结果显示老年人在决定出游时，会更多参考配偶的意见或自己决定，获知旅游信息的渠道更多依赖于亲友推荐等口碑传播方式，对于旅游中的食宿条件线路安排和费用花销等也较为关注，存在安全因素或者自身身体欠佳等因素很容易影响老年人的出游决定，在旅游消费的档次和花费上，则以舒适的经济型为主，对于安全的保障性十分重视，并且更加愿意与亲友配偶结伴而行，老年消费者对于以往旅游消费中的服务、购物和餐饮评价整体评价都不是很高，在消费旅游产品时，更希望旅游产品能做到食宿舒适，交通安排合理，同时符合心理价位。根据这些调查结果做出建议与改善，研究针对老年人量身打造的适合老年人自己的老年人旅游产品的开发策略。

关键词：老龄化社会；旅游产品需求；旅游行为；老年人旅游产品；开发策略

Abstract

China is now in an aging society, China's aging group is huge and the number of groups continues to increase rapidly. As the people's economy grew, The idea of pursuing a happy quality of life is becoming increasingly common, In this context, Make tourism increasingly become the main way of leisure and entertainment for the elderly, More and more elderly people choose to travel together on vacation, The rapid growth of the aging population, Provides a huge consumer market for tourism, It also provides new opportunities for the development of tourism, This paper from the analysis of the needs of the elderly tourism products, the elderly tourism behavior, government departments, travel agencies and scenic spots on the elderly tourism products preferential policies and other aspects of the investigation, Through the literature analysis and the questionnaire survey results analysis, Today, the tourism products on the market cannot meet the market demand, Lack of pertinence and security, There is also no good brand appeal and other issues, The questionnaire results show that when the elderly decide to travel, Referring more to your spouse's opinion or to your own decision, The channels to learn tourism information rely more on word of mouth communication methods such as recommendation by relatives and friends, For the travel of accommodation conditions, route arrangement and expenses are also more concerned about, Safety factors or their own poor health and other factors can easily affect the travel decisions of the elderly, In terms of the level and cost of tourism consumption, A comfortable economy is mainly used, Attach great importance to the security guarantee, And are more willing to travel with friends and spouses, Elderly consumers for the overall evaluation of services, shopping and catering evaluation is not very high, When consuming tourism products, More hope that tourism products can do comfortable accommodation, Reasonable transportation arrangement, At the same time, it is in line with the psychological price. According to the survey results, suggestions and improvements are made, and the development strategy of the elderly tourism products tailored for the elderly is studied.

Key words: aging society; tourism product demand; tourism behavior; tourism products for the elderly; development strategy

目录

1 绪论	6
1.1 研究背景	6
1.2 研究目的	6
1.3 研究意义	6
1.4 研究内容	6
2 社会老龄化及老年人旅游产品相关概述	8
2.1 社会老龄化的概念	8
2.2 老年人旅游产品	8
2.2.1 旅游产品概念	8
2.2.2 老年人旅游产品开发	8
3 理论构思与研究方法	9
3.1 理论研究构思	9
3.2 调查问卷设计	9
3.3.1 调查对象的界定	10
3.3.2 问卷发放方式的说明	10
4 老年人旅游行为和旅游产品需求分析	11
4.1 调查样本的人口统计学特征分析	11
4.2 老年旅游者旅游前的决策行为分析	12
4.3 老年旅游者旅游中的购买行为分析	15
4.4 老年旅游者旅游后的评价行为分析	17
4.5 老年旅游者旅游需求分析	18
5 基于老年人旅游行为和需求的老年旅游产品开发策略	20
5.1 老年旅游产品开发原则	20
5.1.1 市场导向	20
5.1.2 以仙女山景区为例的创新开发	20
5.1.3 安全保障	21
5.2 老年旅游产品开发策略	21
5.2.1 重点舒适经济型老年旅游产品	22
5.2.2 适量开发高端老年旅游产品	23
5.2.3 着力提高老年旅游服务质量	23
5.2.4 创新老年旅游营销方式	24
5.2.5 全面提高老年旅游安全保障	24
结论	26
参考文献	27

1 绪论

1.1 研究背景

20 世纪 80 年代末，中国旅游业才形成了一些旅游市场的模式。然而，老年人旅游市场发展得非常缓慢，长时间以来受到的关注度也不高。另外，由于身体条件较弱，消费水平较低，安全保障需求相对较高，很多旅行社又考虑成本的问题，没有专门针对老年人的旅游产品，因此开发力度不大，随着经济收入的不断发展，老年人社会保障和追求幸福生活指数的越来越高，越来越多的老年消费者并不满足于在他们所居住城市的情景点玩耍，更多的老年旅游者都更愿意和亲人及朋友等结伴出行到更广阔的天地去看看，这使得老年人旅游受到更多的关注，因此，研究为老年人量身定做的老年人旅游产品的开发有了很大的意义

1.2 研究目的

老年人旅游产品开发就因站在老年人的角度考虑，老年人旅游目的、获得旅游信息的来源、旅游项目消费价格的期望值、影响出游的原因、偏爱哪种类型的旅游景点、选择旅行社及旅游产品时最关注的是什么方面等因素，本文从老年人旅游产品需求的基本特征入手，简单分析了老年人旅游产品的开发策略，从旅行社，景点等各方面做出调研，深入探讨我国老年人旅游产品的开发现状及存在问题，为了更好的提出具体的建议和改进措施，提高老年人旅游产品的属性。

1.3 研究意义

老年人旅游产品开发就因站在老年人的角度考虑，老年人旅游目的、获得旅游信息的来源、旅游项目消费价格的期望值、影响出游的原因、偏爱哪种类型的旅游景点、选择旅行社及旅游产品时最关注的是什么方面等因素，本文从老年人旅游产品需求的基本特征入手，简单分析了老年人旅游产品的开发策略，从旅行社，景点等各方面做出调研，深入探讨我国老年人旅游产品的开发现状及存在问题，为了更好的提出具体的建议和改进措施，提高老年人旅游产品的属性。要有针对性地开发老年旅游产品，自主开发具有老年旅游特色的旅游产品，提高服务质量，照顾好老年旅游服务的人文关怀。对目前现有的老年人旅游产品开发策略提供更适合当代老年人的对策帮助。

1.4 研究内容

本研究共分为六个部分。

第一部分为绪论，绪论主要介绍的内容是本文所研究的背景和研究的现状，说明了本文所研究的目的，明确表述了本文研究的意义。

第二部分为文献回顾。此部分内容对与本文所涉及：社会老龄化、旅游产品、老年旅游及老年旅游产品等相关概念进行了阐述。其次，阐述了旅游产品开发理论、以及对影响老年人选择旅游产品的因素进行初步的探讨。

第三部分为调研方法的设计情况的介绍，这部分主要提出的是研究理论基础以及研究方法，并且界定了研究的范围，以及研究调查的对象、如何发放问卷，介绍了问卷采用的分析方法以及被调查样本的基本情况是怎样的，然后对老年人旅游行为以及老年旅游产品的需求进行了分析，这一部分也是本论文的重点部分，

第四部分是以老年旅游者的旅游行为和旅游产品需求为基础进行的问卷调查，并对结果进行总结分析。首先介绍调查问卷的设计与发放回收情况，然后再利用问卷星、spss 等数据分析工具软件对搜集的数据进行统计、分析，并基于消费者行为理论、人口统计学相关理论，得出老年旅游者旅游前的决策行为、旅游过程中的购买行为、旅游过程后的评估行为的老年旅游者消费行为主要特征和产品需求。

第五部分是以前几部分的文献回顾以及问卷调查结果为基础，从老年旅游者的旅游行为和旅游产品需求方面，进行的老年旅游产品开发策略。本章内容是前四章内容的逻辑延伸，以问卷调查结果为基础，从老年旅游者实际情况出发。实证分析我国老年消费者在旅游前阶段的决策行为、在旅游中的购买行为、在旅游后评价行为的主要特征，问卷数据的处理和分析，从而初步得出老年人旅游产品需求因素，提出老年人旅游产品开发策略。

第六部分是本次研究的结论，主要对本次研究的结论进行了讨论和分析，对本次研究的局限性进行分析，以及对今后的研究展望。

2 社会老龄化及老年人旅游产品相关概述

2.1 社会老龄化的概念

根据国际上的标准,对于年龄在 65 岁及以上的人口,人口数量超过了 7% 就代表进入了老龄化社会,如果人口数量达到了 14%的比例,就代表进入了深度的老龄化社会,如果人口数量高于了 20% 的比例,就会被认定已经成为了超老龄化社会。在《人口老龄化的成因、影响及解决对策》一文中,作者林宇姗,对于人口老龄化的概念做出描述:人口老龄化是一个国家的人口的年龄比例向年龄高的一个阶段的倾斜现象,常常表现出的是老龄化人口越来越多,老年人的数量越来越高,人口年龄的中位数上升,人类的预期寿命越来越高。 [1]

2.2 老年人旅游产品

2.2.1 旅游产品概念

旅游产品可以用 4AS 来表示,即 4 个以字母 A 为首字母开头的英文单词:Attraction,为当地的旅游资源;Access,这个英文代表的是当地的交通运输设施、交通服务;Amenities,代表的是当地的客房、餐饮、娱乐、设备和生活设施和辅助的服务; AncillaryService,为当地旅游组织提供的一些相关服务(比如旅游问询服务中心)。 [2]

2.2.2 老年人旅游产品开发

要积极创新老年旅游产品,老年旅游服务既不属于应该由政府提供的纯公共产品,也并不属于应该由市场提供的私人产品,因为它是准公共产品,应该由政府和社会来协同管理,要根据老年旅游细分市场需求,去创新旅游产品,为不同层次的老年旅游消费群体,提供更加多样的有安全保障、个性化和差异化的服务和产品。 [3]

3 理论构思与研究方法

3.1 理论研究构思

旅游者对旅游产品的需求是旅游者对旅游产品的一种感知,是与产品相挂钩的,它基于旅游者的个人主观判断。既然是个人的主观判断,就应该通过问卷调查,由受访人根据自己以往旅游经历,自身对旅游产品的需求做出回答,再通过数据分析,得出结论。假设老年人在选择旅游产品时产品需求包括景区医疗条件的需求、本地特色文化需求及娱乐设施需求等。以下问卷将对这些因素进行认证,如果受访人的选项“重要”“非常重要”等赞同类的选项,统计比例之和占到一半及以上的,就可以说明在该项调查当中,消费者对其感知程度较大,可以视其为可参考因素。

3.2 调查问卷设计

本次研究所需要的所有数据,都是采用问卷调查的形式来获得的,调查的设计通常包括内容的选择、问题的提出、回答和指标的确定。其中,内容的选择、问题的提出、回答是问卷的基本情况。本次研究中问卷的主体部分为老年人旅游行为以及老年人旅游需求因素的调查,共 29 道题,每道题都有一定的针对性。这部分是要求受访人根据自己以往旅游亲身经历,自己的旅游需求来做出回答,具体问题的设置根据上文对于(1)调查样本的人口统计学特征分析、(2)老年旅游者旅游前的决策行为分析、(3)老年旅游者旅游中的购买行为分析、(4)老年旅游者旅游后的评价行为分析、(5)老年人旅游需求分析共分为五大部分。

划分原因如下:

关于调查样本的人口统计学特征分析,由于男性消费者和女性消费者存在着一定的性别差异,受教育程度更高的消费者以及收入更高的消费者对于旅游产品档次及类型的偏好可能存在较大差异,为了使调查结果更加全面、更有说服力因此需要进行此类分析。由于老年消费者在旅游前中后三个阶段都会面临不同的影响因素,这些影响因素都可能影响着老年消费者对旅游产品的选择结果,比如在购买前会征询他人的建议,旅游建议参考的咨询对象会影响老年消费者的选择结果;另外获知旅游信息渠道不同也会有所影响,各种旅行线路的旅游产品没有将产品的营销宣传放到老年消费者获取信息渠道最有效的地方,就会使旅游产品的销量大打折扣;旅游关注的因素的着重点不同往往要求旅游产品的开发具有多样性和

专业性，另外同理产品档次类型的偏好、旅游制约阻碍的因素、对土特产的需求、景区便携的医疗条件的需求、平均的旅游花费、旅游的方式、老年消费者对老年旅游需求核心特点等方面的因素都会影响着老年消费者对旅游产品选择的选择结果，为了使问卷更加有条理，在设计问卷问题时将所有的消费者在购买旅游产品之前决策阶段的问题归为一类，将老年旅游者在购买旅游产品时的购买行为分析类的问题归为一类，将老年旅游者在旅游后对旅游产品的感知评价归为一类。最后一部分根据上文的文献分析，总结出以往学者对于老年人旅游需求的研究结论，大致是有哪些需求，根据这些需求设置问题，并归类与第五部分老年人旅游需求分析中。

3.3.1 调查对象的界定

选取年龄阶段在 50-59 岁、60-70 岁以及 70 岁以上的三个阶段的老年人作为调查对象。为了使其更具逻辑性、说服力和更适合收集数据，因此，调查对象的界定是曾经自主旅游过或者购买过旅游产品的老人。

3.3.2 问卷发放方式的说明

本研究样本是曾经自主旅游过或者购买过旅游产品的老人，调查问卷的发放的形式是通过网络发放，通过老年旅行社的帮忙在老年微信旅游群和家中老人的知青、同学微信群中寻找适合的对象填写问卷。因为问卷设置只允许填写完完整的问卷，才可以提交成功，因此，本次调查过程中收集到的调查结果理论上都是有效且完整的。样本统计共有 269 份。

4 老年人旅游行为和旅游产品需求分析

4.1 调查样本的人口统计学特征分析

通过对问卷结果进行统计和整理,对受访人群的人口统计学特征进行了一个初步地分析。性别比例是相对平衡的,其中受访者男性为 109 名,占比达 40.52%,女性为 160 名占比达 59.48%。如图 4.1 所示,其中 50-59 岁占 40.89%,60-70 岁占 34.94%,70 岁以上占 24.16%。

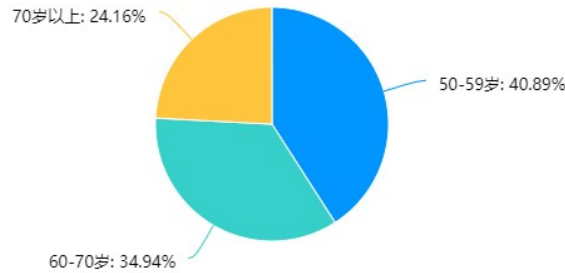


图 4.1 受访者年龄分布图

由于受访者多出生于曾经坚苦的岁月,由于历史的原因,那个时候的人大多觉得吃饱肚子就是头等大事,在教育方面意识比较淡泊,为生计奔波,因此大多数人的受教育程度普遍较低,如图 4.2 可以看出,大部分老年人为初中及以下学历,占比高达 72.49%。高中(中专)学历占 15.61%,同时还有占比为 11.9%的被调查者读过大学(大专),甚至读过硕士,这使得受过更高教育的人群对旅游产品的偏好会有所不同。

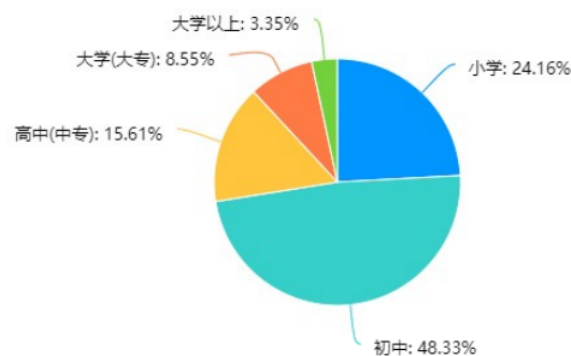


图 4.2 受访者受教育程度分布图

结合图 4.3 所示,受访的老年人收入都在 800 元至 1500 元之间的比例为 31.23%,在 1501 到 2500 元之间的有 20.07%,总体在 2000 元左右上下浮动。

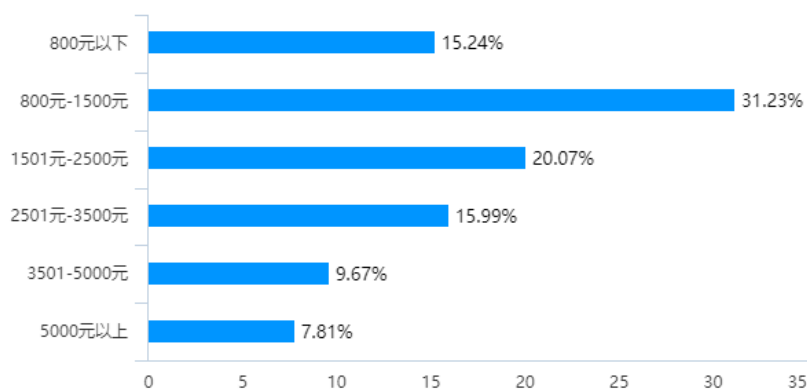


图 4.3 受访老人月均可支配收入分布图

绝大多数老年人表示自己的身体状况很好，如图 4.4 所示，普通占比为 18.59%，表示觉得自己的身体状况很好和比较好的比例一共占到了 87.7%。有 19% 的老年人身体状况比较差。从总体来看，身体状况较好的老年人都很意愿出游，要比身体状况较差的老年人的出游意愿更加强烈。

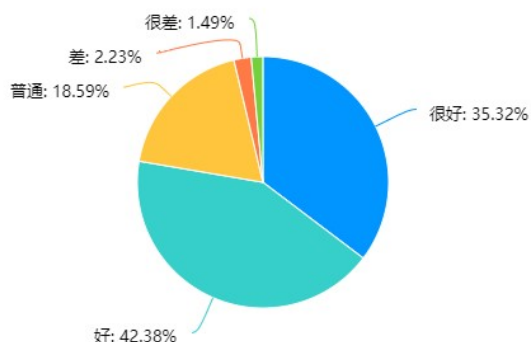


图 4.4 受访者身体状况情况图

4.2 老年旅游者旅游前的决策行为分析

通过调查显示，如图 4.5 所示，38.66% 的老年人在出游时一般是征求自己配偶的建议，约 36.43% 的人自己决定，只有 16.73% 的老人采纳子女意见。这一现象产生的原因是部分老人不与子女共同居住或者子女在外地，因此考虑子女意见的比例更少。

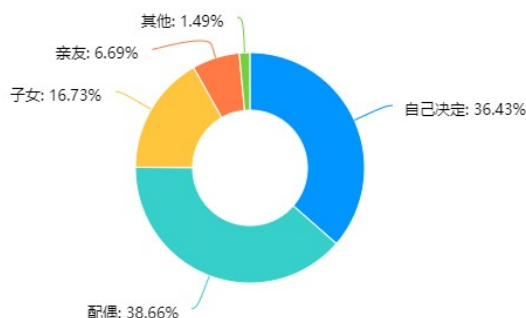


图 4.5 旅游建议参考图

如图 4.6 所示，由于大部分老年人的文化程度不高，接受新事物的能力较弱，对于网络不熟悉，更加信任传统的电视报纸等媒体，并且老年人觉得怕自己上当受骗，很多时候是通过朋友家人的介绍，或者咨询旅行社来获得旅游信息。通过亲朋好友的介绍获得的比例超过了二分之一，达到了 61.71%。而 43.87%通过咨询旅行社或旅行社宣传，28.62%电视广告获知旅游信息的，通过传单获得信息和电视比例几乎一致占 27.88%。但是随着会使用智能手机的老年人越来越多，朋友圈、今日头条等社交 APP 的网络营销宣传也成为一部分较前卫的老年人的信息获取渠道之一。

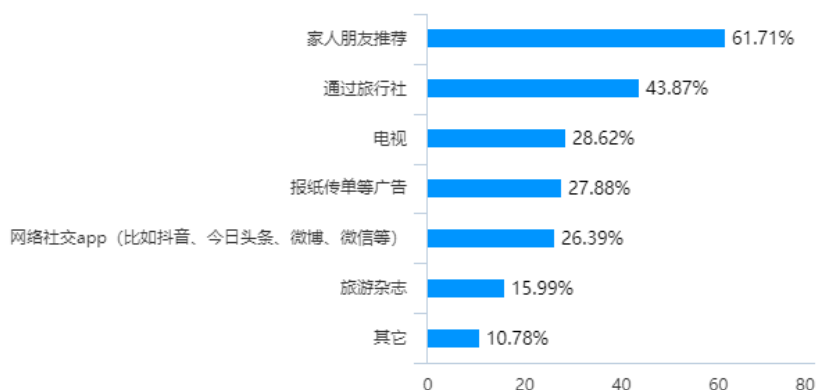


图 4.6 获知旅游信息渠道图

老年人出去旅游是出于哪些目的，通过图 4.7 所示，有 57.25%的老年人希望通过旅游的方式，获得身心上的放松，其次，有 42.75%是为了享受人生。与年轻人出去旅游大都追求新奇和交朋友的目的不同，老年人出游更多是放松和休闲，同时，还有较大比例的老年人出游在旅行的同时还希望去了解异地民俗风情、实现年轻时没有享受到的旅游休闲的梦想并借此增加与家人的感情。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/377142004160006130>