

# 上海老年人旅游行为特征及市场开发策略探讨

侯国林, 尹贻梅, 陈 兢

(南京师范大学 地理科学学院, 南京 210097)

**摘要:** 老年旅游者 是旅游市场的重要组成部分。论文阐述了老年旅游市场开发的 意义和必要性, 分析了上海老年人出游的条件和旅游行为特征, 在此基础上探讨了上海老年旅游市场的开发策略。

**关键词:** 上海; 老年人; 旅游行为; 开发策略

中图分类号: C913.3 文献标识码: A 文章编号: 1000-4149(2005)05-0048-05

## Characteristics and the Behavior of the Elder Tourists and Strategies of its Market Development in Shanghai

HOU Guo-lin, YIN Yi-mei, CHEN Jing

(College of Geographical Science, Nanjing Normal University, Nanjing 210097)

**Abstract:** The elder tourists are important component of tourism market. After stressing the significances and necessities of developing the market, this paper describes the travel conditions and their behavioral characteristics of the elderly in Shanghai, which is the base of discussing the strategies of developing this aspect of tourism.

**Keywords:** shanghai; the elder, travel behavior; development strategy

### 一、引言

按国际通行标准, 一个国家或地区 60 岁以上人口达到总人口的 10%, 或 65 岁以上人口达到总人口 7% 时, 这个国家或地区即进入了老龄化。当今世界, 全球老龄化现象日益严重, 西方许多国家早已进入了老龄化阶段, 而中国正面临着日益严重的老龄化问题, 到 2000 年, 人口普查显示, 我国总人口 12.43 亿, 60 岁以上的人口 1.3 亿, 占总人口比例 10.45%, 中国正式进入了老龄化社会<sup>[1]</sup>。人口老龄化将使相应的社会福利问题变得日益严重<sup>[2]</sup>。推动“老年经济”的发展, 提高老年人的生活质量, 是当代社会必然面对的重要议题。

在此情况下, 发展老年旅游成为一种明智的选择。加强老年旅游市场的研究和开发, 对于旅游目的地市场开拓, 繁荣“老年经济”和提高老年人生活质量, 丰富老年人生活, 保持老年人身心健康, 创造“老有所乐”的社会环境, 具有积极的社会现实意义。

收稿日期: 2004-12-07

基金项目: 江苏省哲学社会科学研究“十五”规划基金项目成果(批准号 04SHB003)

作者简介: 侯国林(1975-)男, 江苏如皋人, 南京师范大学地理科学学院讲师, 博士生, 研究方向为旅游行为、旅游管理与规划。

## 二、上海市老年人出游条件分析

### 1. 老龄化程度高，老年人基数很大

上海是我国最早进入人口老龄化的城市之一。据第五次人口普查资料，2000年上海市60岁及以上户籍老年人口为243.3万人，占户籍人口总量的18.41%；随着人口平均预期寿命的不断提高，未来50年上海进入老年人口的总量将呈高速增长的态势。以户籍人口为例，据预测将从2001年的248.06万人增长至2042年最高峰时的527.45万人（见图1），增幅高达112.68%<sup>[3]</sup>。所以上海老年旅游市场空间巨大，大有潜力可挖，发展上海老年旅游也将成为旅游业的必然趋势。

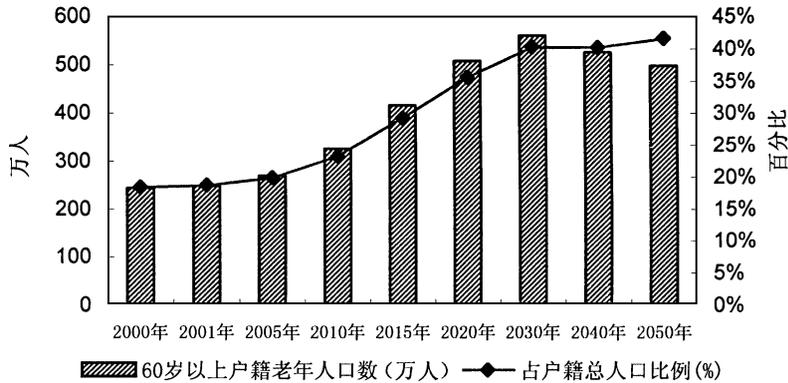


图1 2000~2050年上海市老年人口数量及其变动预测

### 2. 具有稳定的、较丰裕的可支配收入

上海经济已达中等发达国家标准，人民生活水平位于全国前列，老龄群体的可支配收入也在不断增加，具备较好的经济条件。一般老人有固定的退休金，儿女多已参加工作，经常定期给予老人一定的经济补贴。随着上海社会养老保险制度改革的深入，老年人收入呈现逐步增加趋势，推动老年人旅游消费正由节俭型向小康型转变。另外许多子女会直接购买旅游产品，作为礼物赠送给父母，在精神和物质两方面，鼓励和推动老人外出旅游。

### 3. 宽裕的闲暇时间

老年人在时间上是占绝对优势的。60岁以上的老年人口中绝大部分已退休在家，拥有足够的闲暇时间，可以从容安排外出旅游。日常宽裕的闲暇时间也为老年人开展游憩活动提供便利。据抽样调查，上海老年人自愿地用于身心享受和个人发展的余暇时间量占全部时间的21%<sup>[4]</sup>。

### 4. 旅游动机明显，具有强烈的旅游需求

上海是我国经济最发达的国际性城市，人们的生活方式和消费观念比较开放。随着社会消费层次和消费结构发生变化，老人消费观念也在更新，他们开始注重自我的生活品质和精神世界的充实。想去游览祖国的风景名胜，想去领略异地的风俗民情或探亲寻根，以化解老年生活的孤寂，增加与社会的接触和交流，弥补心理上的失落感。据统计，上海70%老年人有出游计划，半数以上每年都有出游计划，其中部分老年人有出境打算<sup>[5]</sup>。

### 5. 上海的区位优势

上海是全国海、陆、空交通枢纽，又是西太平洋地区重要的国际港口城市，交通和通讯非常发达。对于上海老年人来说，出游在交通上不存在任何的障碍。无论是国内游还是出境游，交通十分的快捷。上海处在旅游发达的长江三角洲地区，区域旅游业发展联动和区域合作密切，正在实现“无障碍旅游”，旅游业发展势头强劲。同时，该区旅游资源丰富。与上海邻近的苏州、无锡、常州、南京及杭州均为全国优秀旅游城市，有较多适合老年人的著名景点。对于老年人邻近的短途旅游既不会过于劳累，又可以领略旅游精品，加上这些城市深厚的文化底蕴，对老年旅游市场具有很大的吸引力。

### 三、上海老年人旅游行为特征分析

为掌握上海老年人旅游行为特征，我们在上海部分居民小区对老年人进行了问卷调查，共投放问卷300份，问卷全部收回，掌握了第一手资料，并结合有关文献，总结出上海老年人的旅游行为特征。

#### 1. 总体出游频率高，但呈现两极分化现象，出游时间长短适中

受身体状况和经济条件的影响，老年人的出游频度呈现两极分化的特点，身体和经济状况较好的老年人，出游频度高；反之，则低<sup>[6]</sup>。据调查，上海市62.6%的老人出游一年以上（含一次），属于所有人群中出游频率比较高的，但另有37.4%的老人两三年甚至更长时间才出游一次。

老年人一般不适合“疲劳战”，出游时间长短适中。从出游的时间长短来看，1~2天占19.9%；3~5天左右的占71%；超出一周的占9.1%。时间太短不能尽兴，时间太长身体又会无法承受。所以，3~5天的时间对老年人来说是比较合适的。

#### 2. 出游的目的以游览观光为主

总的来说，老年人消费观念仍然相对保守<sup>[7]</sup>。上海的老年人虽比较时尚，新奇的东西对他们有一定的吸引力，但接受新奇的东西并且参与其中还有一个过程。所以上海老年人出游目的多数以游览观光、健身疗养为主，具有“传统旅游”的特征（见图2）。在整个旅程中以纯旅游活动为主，购物活动少。

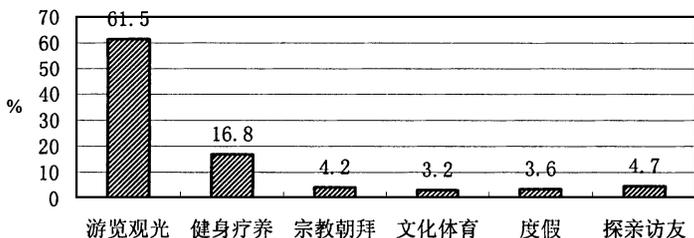


图2 上海市老年人的出游目的

#### 3. 出游花费特征

我国老年人大多有勤俭节约的习惯，上海市老年人也不例外，在外出旅游时十分注重物有所值，不太追求单纯的奢侈与豪华。上海市老年人出游花费多在1000元左右，消费在3000元以下的占82.7%（图3）。这表明虽然上海老年人的收入高于全国平均水平，且收入稳定，但老年人预算用于旅游的收入在社会上仍处于较低层次。而且老年人旅游主要是私人消费，从调查结果看，有68.1%的老人旅游费用是由自己支付的，11.5%的老年人的出游花费是由子女支付，只有20.4%的由单位支付，这也制约了老年人的旅游消费水平。

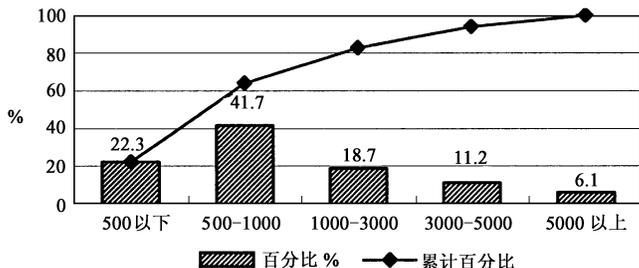


图3 上海市老年人出游花费

#### 4. 出游方式

对旅游目的地选择性很强，对出游活动安排比较慎重，会通过各种媒介对旅游目的地情况尽

可能详尽的了解，并力求提前安排好旅程中的每个环节。在出游方式上，18.5%老年人选择结伴出游，23.1%的选择单位组织，58.4%的老人会选择加入旅游团出游，并且与家人一道出游的占61.5%，这表明老年人出游安全、稳妥、有保障的要求很高，有组织的出游是老年人的首选。

在交通工具的选择上，上海市老年人出行仍以汽车、火车为主，两者占了74.9%，飞机、轮船占的比例相对较小（图4）。这符合国内旅游的行为规律：短途旅游一般选择汽车；中程、远程的一般选择火车；经济条件好的远程也会选择飞机；只有在有水运条件的情况下才有可能选择轮船。从交通工具的选择上，可以看出，上海市老年人出游以中短程为主，符合吴必虎提出的中国城市居民旅游目的地选择的距离衰减规律<sup>[8]</sup>。

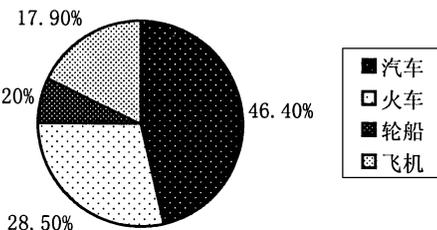


图4 上海市老年人出游交通的选择

#### 5. 追求返朴归真的自然环境，注重产品的文化内涵

大上海的拥挤、嘈杂、快节奏让老年人承受着很大的心理和生理压力，他们希望远离鳞次栉比的高楼，远离拥挤的人群和阻塞的交通，向往富于浓郁田野气息，原汁原味的乡村生活，希望呼吸纯净的空气，拥抱自然，与自然交流。上海老年人文化素质较高，他们也希望“老有所学”，看重景点的文化知识，爱听导游讲解，旅游行程中也喜欢讨论和研究他们感兴趣的民风民俗。

### 四、上海老年旅游市场的开发策略

#### 1. 做好老年旅游市场细分，开发富有老年特色的旅游产品

根据上海老年人的居住环境、收入、文化水平、兴趣爱好等自然和人文特征对老年市场进行细分，结合细分市场的特点，开发富有老年特色的旅游产品<sup>[9]</sup>。较好的卖点如：观光旅游，祖国的大好河山、独具魅力的历史文化，对老年人都有强大的吸引力，许多老年人都有在有生之年踏遍祖国河山的愿望；

生态疗养游，老年人要求到远离城市高楼、贴近自然的地方疗养的愿望日益突出，上海的一些旅行社与桂林、苏州、无锡等地老年服务机构及医院合作，采取定期与不定期相结合的方式，组团去山水风光怡人，且设施完备，有利于疗养的地方，让老年人深切体会“远离尘嚣”的疗养感受，大受欢迎；

体育锻炼游，对于身体好、爱运动的老年人，根据他们的体育偏好，奔赴旅游地，在玩中锻炼，在运动中放松身心；

游船观光游，利用上海“江尾海头”的独有水运优势，开发游船观光产品。目前上海旅游专船异军突起，上海老年对外交流中心与四川省轮船公司联袂合作，主打上海—重庆的长江沿线游，沿途可游览众多景点，航行途中还在船上为老年人安排各种娱乐活动。这种跨省市一线多游、食宿在船上收费低廉、迎合老年人游兴和节奏的旅游时尚，在沪上老年人人群中引起强烈的反响，是一个值得开发和完善的产品<sup>[10]</sup>。

#### 2. 组成旅行社联合体，优势互补，联网收客，产生规模效应，降低成本

老年市场对价格敏感，对服务要求高。我国目前的旅游市场，旅行社数量多、规模小，价格恶性竞争盛行，从而导致旅游产品质量下降、顾客投诉增多等一系列问题。旅行社实行联合，在优势互补的情况下，不仅可以更好地开发产品而且联网收客扩大了客源面，同时联合起来面对供应方，主动出击，与景点、交通、住宿、用餐等业务单位达成协议，降低成本，这样才能实现扩大规模、保证质量、赢得效益。目前上海已经有数家旅行社成立了一个“上海老年旅游联合体”，相信“银发游”将成为旅游市场一个独立的分支。

#### 3. 采用灵活的促销手段

首先,老年期是心理成熟期,淡化了青年时的随意与冲动,表现为一种理性的预期<sup>[11]</sup>。他们见多识广,阅历丰富,多为理智型成熟型的购买者,所以促销要适度,实事求是,坚持诚信原则,以平实取胜。老年人对价格都较为敏感,做到合理定价,对中低端老年市场做宣传促销时,特别需要降低直观价格,让老年人首先从心理上愿意关注旅游产品。老年人好群聚、喜热闹,且易受相关群体的影响,“口碑”的作用十分明显<sup>[12]</sup>,因此,促销中要强调人员推销,强调对每位客人的优质服务,强调把优质服务贯穿于整个旅游行程中。注意宣传角度和宣传的有效性,旅行社应选择有利的时机和地点,比如在双休日、节日、清晨等时间在老年人集中晨练地、居民区、老年活动中心或俱乐部等地点开展老年旅游咨询活动,以传播相关信息。对老年旅游市场的促销还要注意与当地老年组织,如老年人服务中心、老年大学、老年报社、企事业单位的工会和退管会等保持较为紧密的联系,争取他们的支持和配合,这样可以积极有效地扩大促销的影响面和影响力<sup>[13]</sup>。

#### 4. 提供完善优质的服务

老年团队因其特殊性,服务要求专业化。根据老年人的体质和他们在旅游过程中所最担心的问题,提供给老年人的服务尤以安全和医疗保健为重中之重(图5)。所以老年团队的领队和导游应经过专门培训,具有一定的老年医疗保险方面的知识才可以上岗。特殊团队或重点团队可以从医院等医疗机构聘请专业医护人员随团。

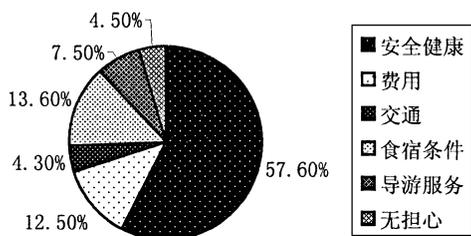


图5 上海市老年人出游最担心的问题

在行程上也应为老年人考虑周全,要与老年人的身体状况相适应,应尽量放慢节奏,以休闲、舒缓为主。

在食、住、行方面需细心安排。饮食上考虑到老年人的身体,做到饭菜清淡、松软、易消化,符合健康饮食。住宿要强调安静、整洁,可以根据具体情况安排午休,途中若有必要也可以安排短时间的休息。这样让老人休息好,调整好身体机能,以便顺利进入下一个旅程。行程中尽量以车代步,减少他们的劳累。在导游讲解上尽量满足老年人的好奇心和求知欲,还可以安排一些参与性强的活动。

#### 5. 结语

我国已步入老龄化社会,关注、关心老年人,提高老年人的生活质量,是全社会的责任。老年旅游在促进旅游经济繁荣、丰富老年人生活方面具有重要作用。上海市是我国较早进入老龄化社会的城市,分析上海老年人的出游条件、旅游行为特征,并制定相关的市场开发策略,对提高上海老年旅游市场的地位、满足上海老年人不断增长的旅游需求,具有重要意义,也对国内其他城市老年旅游市场的开发具有一定借鉴价值。

#### 参考文献:

- [1] 国家统计局人口和社会科技统计司. 2002 中国人口统计年鉴 [M]. 中国统计出版社. 2003 (1): 4- 6.
- [2] Hung Ng. S, McGreanor, T. Patterns in Discourse about Elderly People in New Zealand [J]. Journal of Aging Studies. 1999. Vo1. 13, No. 4, p. 473- 489.
- [3] 吴瑞君. 拉动老年有效需求, 促进上海老龄产业的发展 [J]. 人口与经济. 2003, 5: 50- 55.
- [4] 孙常敏. 城市老年人闲暇生活研究——以上海城市老人为例 [J]. 上海社会科学院学术季刊. 2000, 3: 126- 134.
- [5] 朱亚夫. “银发旅游”前景红火、消费小 [N]. 上海老年报. 2003年4月23日第971期, 第1版.
- [6] 魏立华, 丛艳国. 老年人口旅游空间行为特征及其对旅游业发展的启示 [J]. 人文地理. 2001, 1.
- [7] 金波. 对老年旅游市场的开发 [J]. 市场与人口分析. 1998, 3.
- [8] 吴必虎, 唐俊雅, 黄安民, 赵荣, 邱扶东, 方芳 [J]. 中国城市居民旅游目的地选择行为研究. 地理学报. 1997, 2: 97- 103.
- [9] 徐栖玲, 陈宏巨. 中国老年旅游市场营销策略浅析 [J]. 桂林旅游高等专科学校学报. 2001, 4: 11- 13. (下转第78页)