

北京老年旅游消费画像： 50% 游客人均消费超五千

老年消费需求日新月异,其中,近年来旅游异军突起态势显著,带动了市场格局快速更新。在日前举办的北京老年旅游工作总结会议上,老年旅游市场调研与发展趋势研究课题组披露了最新版的《北京老年旅游发展报告》(以下简称《报告》)。

据《报告》抽样调查结果显示,目前北京老年旅游市场呈现出四个特点,即老年群体人均旅游消费高速增长;近半数的老年消费群体仍然“钟情”旅行社类的线下门店等消费渠道,候鸟式养老需求快速上涨。不过,《报告》也提出,目前北京老年旅游市场专业性产品供给尚有不足。业内也认为,供给端应进一步优化产品配置结构,提供更加多样化和有针对性的旅游产品及旅行路线,促进老年旅游市场发展。

出游次数、花费实现双增长

《报告》提出,北京市老年人具有一定经济能力,且愿意花费在旅游项目上的额度较高,个人旅游支出集中在2000-20000元不等。其中,用于旅游消费的支出在5000-20000元/年的受访老年人占比高达54.58%。北京商报记者对比发现,在前一年的《报告》中,只有三成多受访老年人每年愿意为了旅游花费5000-10000元。可以看出,近两年,北京市老年消费者在旅游方面的支出金额增长较快,消费力不断增强。

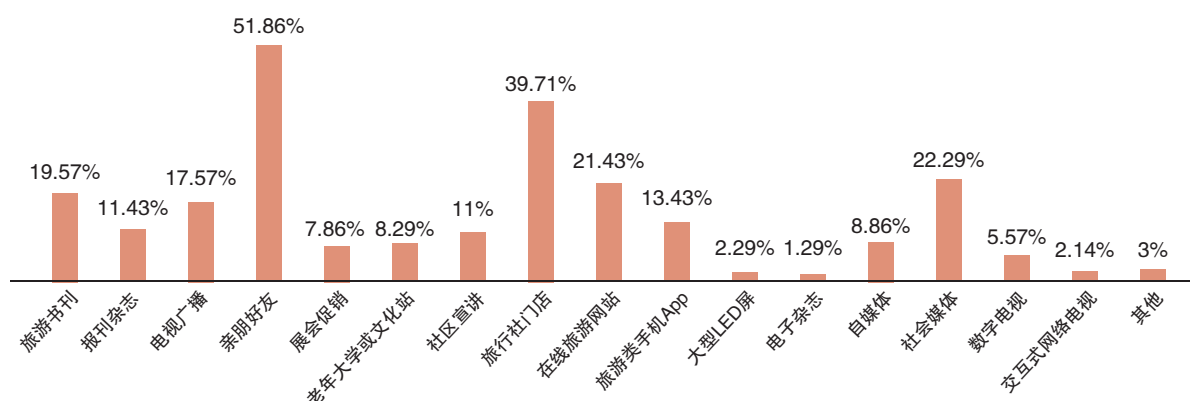
具体来说,据资深老年旅游专家、北京财贸职业学院旅游与艺术学院教授王琦分析称,旅游活动中老年人比较重视交通、住宿、餐饮这三个环节,愿意且实际支付最多的费用主要集中在这三个方面。同时,老年人出游最担心的因素是安全性

和吃住条件。因此,旅行社及相关产业应当在老年人旅行吃住方面多下功夫,提升老年游客的安全感和体验感。

消费与需求往往呈现正相关性。中国老龄研究中心副主任党俊武表示,随着经济水平的不断发展,老年消费群体的旅游意愿和需求也在不断提升,文化旅游已经成为老年群体的一种生活方式。据《报告》抽样调查数据显示,近95%的老年人有过1次以上的旅游经历,而去年发布的相关数据中,在参与调查的老年人中,年平均游玩1次以上的老年群体占比为86.25%,一年的时间增长了近一成。具体看来,其中,参与问卷调查的老年人出游次数在1次以上的占比达73%,旅游次数在4次及以上的达22.57%。

超五成游客仍“钟情”线下渠道

参与问卷调查的老年人获取旅游信息的来源

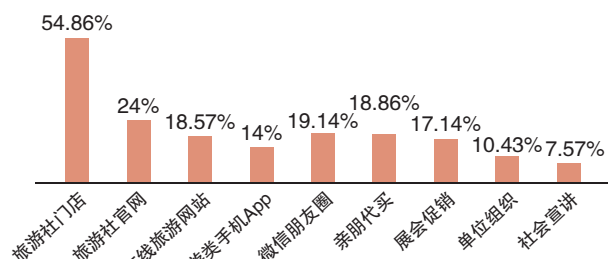


随着老年旅游市场的快速扩容,多样化的信息及传播渠道也进入了老年消费群体的生活。不过《报告》课题组相关负责人表示,即使当前老年消费群体在购买旅游产品前会通过线上App等新媒体手段对旅游产品进行了解和甄选,但最终仍然主要靠线下门店确定购买意向、实施购买行为。《报告》调查结果也显示,受访北京老年群体的相关旅游信息主要来源于线下旅行社,旅游商品也多在线下门店购买。

党俊武表示,老年游客更偏向线下模式,是因为在与旅行社服务人员实际沟通交流中可以直接获得老年人比较在意的一些旅游行程细节,线下渠道更让老年人觉得可靠,信任度较高。同时,这也体现出了北京老年人的消费行为特征,是需要详细了解旅游产品内容,当面与旅行社服务人员对接。

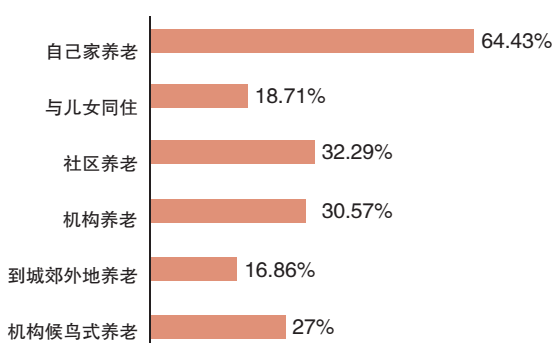
与此同时,多名老年旅游企业负责人也向北京商报记者表示,为迎合老年旅游消费特性,线上门店正逐步强化通过一对一的“定制”服务来满足老年群体

参与问卷调查的老年人购买旅游产品的渠道

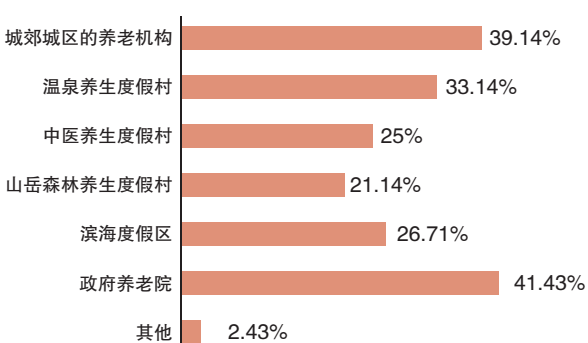


的消费需求;这种需求不只是针对个体,还可能是小型群体,这些老年人需求往往比较明确,具体到出行目的地、预计观光景区、预计旅行用时、理想的出行方式,以及期待的服务模式等都希望有专人面对面地进行介绍和服务”。王琦表示,因此,旅行社及相关服务产品在对接端需要提供更加个性化的服务,以及多样化的产品供给,在丰富信息供应内容的同时降低信息获取及掌握难度,从而提高老年游客的线上接受度。

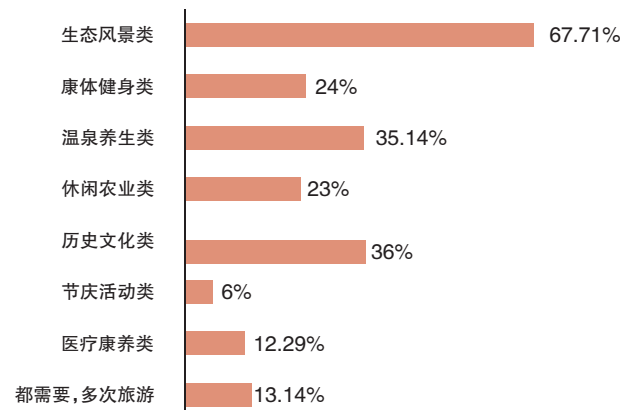
参与问卷调查的老年人愿意选择的养老方式



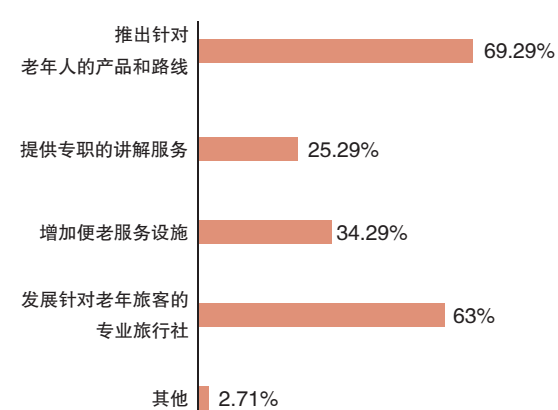
参与问卷调查的老年人愿意选择的养老目的地



参与问卷调查的老年人最感兴趣的旅游项目



参与问卷调查的老年人认为北京老年旅游待提升的内容



候鸟式养老需求爆发

实际上,除了消费量的快速扩容,北京老年人对于旅游产品的多样化需求也在不断升温。近年来,旅居养老(又称“候鸟式养老”)这类新产品在老年人中快速普及。《报告》抽样调查数据显示,近三成的受访老年人提出,愿意选择机构进行候鸟式养老。

“其实,候鸟式养老主要分为两种,一种是以短期度假、旅游为主的需求,另一种则是以月为单位,每年都有较长一段时间在异地居住避暑、避寒的方式。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院高级研究员王兴斌介绍。此外,据专家分析,候鸟式养老需求的出现也与老年人愈加灵活且充足的出行时间有关。《报告》抽样调查数据显示,超过一半的受访老年人表示会视情况而定出游时间,与去年相比,选择半个月及以上出游时长的受访老年消费群体的比重也有所增加,这也与实地调研中反映出的旅居市场受到老年人青睐相吻合。

“虽然目前有很多地区都在规划建设相关项目,各种形式、规模的康养小镇纷纷落地,但这些旅游目的地的建设与老年旅游市场、老年消费群体之间对接得还不够紧密。”因此,王琦表示:在建设旅居目的地的过程中,投资方应更针对老年消费者进行规划,比如设计更加便捷的路线方案,即包含线路安排、目的地预订、行程设计等在内的一站式服务,建立完善的宣传及推广体系,才是未来老年旅游市场应该着重建设的重点。”王琦称。

党俊武还提出,目前,旅居养老模式在我国已有几年的经验,总体来看取得了一定的进展。他建议,南北方城市可以通过建设旅游小镇共享资源信息、“冬病夏治”等方式实现优势互补。

产品结构待优化

北京老年旅游市场不断扩大,但同时也存在专业产品供给不足等问题。据《报告》抽样调查数据显示,近七成老年人都提出,旅游企业应加大力度推出针对老年人的旅游产品和路线;同时,还有63%的受访老年消费者表示,市场上还需要发展更多针对老年游客的专业旅行社。据《报告》相关负责人介绍,目前市面上可以搜索到的大多数旅游产品,很少有将受众群体直接定位为老年消费者的。同时,企业针对老年群体的旅游产品投入的宣传则更少,也在一定程度上导致了具有消费需求的老年人无法对接相应的产品。”该负责人表示。

不过,也有多位专家表示,企业在拓展老年旅游业务时也需要理性、谨慎看待快速发展的老年消费新需求。王琦提出,目前老年消费群体旅游的需求的确扩大了,未来市场也将会越来越大,但扩大的需求到底是在总量还是在多样化方面,或者是在品质上,都是企业需要进行细分和考量的重点内容。

同时,党俊武也表示,旅游企业想要“拿下”老年旅游市场,不能只注重大量堆积上线旅游产品,应该在配套服务、信息对接等方面加码。党俊武认为,绊住老年人旅游消费的因素,除了相关旅行产品开发程度不够以外,还有日常生活中的一些细节部分,如宠物照料托管等。对此,党俊武表示,对接旅行社可以尝试通过产业联动的模式,与家政公司、看护行业等联合开发相关产品,保证老年群体出行没有后顾之忧。另外,党俊武还提到,为更好地掌握老年消费群体的细化旅行需求,供给方可通过调研、考察等方式,将受老年人欢迎的热门目的地、旅行途中的互动活动、娱乐项目进行总结,开发相关的路线及产品。

北京商报记者 肖玮 实习记者 杨卉