

文章编号:1005-9679(2018)03-0058-05

聚焦老年旅游需求的供给侧创新问题研究

——以上海地区为例

季战战 武邦涛

(上海交通大学 安泰经济与管理学院,上海 200030)

摘要: 随着我国人口老龄化进一步加剧,老年旅游需求服务迅速增加。但与此同时,老年旅游服务却不能满足老年旅游市场快速增长的需求。为了解决这一供、给不平衡问题,本文聚焦老年旅游供给侧创新,提出老年旅游供给侧创新发展的路径:一是构建老年旅游供给侧联动服务系统,二是针对性开发老年旅游产品,三是降低老年旅游成本,完善保障系统,四是注重老年旅游者的情感收获,形成全民敬老、爱老的社会氛围。

关键词: 老年旅游;供给侧;创新

中图分类号: F 592 **文献标志码:** A

Study on the Supply-side Innovation Problem of Focusing on the Needs of Aged Tourism —Taking Shanghai Area as an Example

JI Zhanzhan WU Bangtao

(Antai College of Economics and Management, Shanghai Jiao Tong University, Shanghai 200030, China)

Abstract: As China's population aging further intensified, the demand of elderly tourism services has increased rapidly. However, at the same time, the elderly tourism services can not meet the rapid growing demand of the elderly tourism market. To solve this problem, this paper focuses on the innovation of supply side of the elderly tourism, puts forward the path of innovation and development of the elderly tourism supply side. Firstly, this paper illustrates methods of building supply-side linkage service system of the elderly tourism. Secondly; it highlights the targeted development of the elderly tourism products. The third part is describing how to reduce the cost of old travel to improve the security system. Finally, it focuses on the emotional gain of the elderly tourists to establish universal respect and love for the elderly social atmosphere.

Key words: elderly tourism; supply side; innovation

0 引言

2016年,我国60周岁及以上人口为2.3亿,占总人口的16.7%。据全国老龄委办公室预测,2025年我国的老年人口总数将达到3亿,2050年将超过4亿。2016年,我国60岁以上老年人共出游8.24

亿人次,占全国旅游总人数的20%以上,且这一群体的出游意愿较平均水平更为强烈。随着我国经济社会的不断发展,伴随着老年人口数量的快速增长及旅游市场的日趋成熟,老年人的生活观念也在发生转变,越来越多的老年人选择旅游作为丰富晚年生活的主要方式。老年旅游市场潜力巨大,将成为

收稿日期:2017-10-30

作者简介:季战战(1992—),男,安徽亳州人,上海交通大学安泰经济与管理学院研究生,研究方向为旅游管理,E-mail: 975129414@qq.com;武邦涛(1954—),男,上海交通大学安泰经济与管理学院教授(博导),管理学博士,E-mail: btwu@sjtu.edu.cn.

未来旅游业的主力军。老年旅游需求快速增长的同时,我国老年旅游的相关配套服务却跟不上,在基础设施、景区规划、旅游产品等方面存在一定的问题,造成老年旅游“需求过剩,有效供给不足”的状况。老年旅游需求正由粗放型向精细型转变,如何整合老年旅游供给侧、满足老年人旅游需求,已经成为当前老年旅游的重要议题。

老龄化的社会现实使得老年旅游近年来受到学术界越来越多的关注。国外对老年旅游行为的研究主要集中在生理特征、环境因素及朋友的影响三个方面,Mayo & Jarvis(1981)将影响旅游者旅游决策的因素分为来自内在的心理因素和来自外在的社会因素两个方面^[1]。Sherman(2001)认为,男性老年旅游者较女性老年旅游者有更高的消费能力,且外出旅游较多^[2]。Dann & Graham M. S. (2001)指出,老年人的收入是老年旅游的主要影响因子,决定了老年人是否出游及出游方式、消费水平等^[3]。Crompton(1979)指出,老年人选择旅游目的地,主要影响因素是收入水平、旅游时间、旅游阅历^[4]。Jos PHD & Teaf(1985)认为,朋友的推荐会让老年人更容易信任旅游产品并购买,而且旅游满意度也更高^[5]。

国内对老年旅游影响因素的研究主要集中在老年旅游市场产品的客观方面,包括老年旅游市场的现状及发展对策研究、老年旅游产品的开发、老年旅游决策、旅游偏好等内容。王家骏(1997)通过分析旅游目的地选择机会理论,发现旅游者的旅游预期、旅游偏好和目的地形象评价三个方面对旅游目的地的决策起着重要的影响作用^[6]。章杰宽(2011)将影响老年旅游消费的因素分为外部因素和内部因素,其中内部因素主要指老年人的自身条件,如旅游动机、身体状况、个人收入和身体状况,外部因素主要指老年人所处的社会环境和旅游环境^[7]。

纵观国内外老年旅游的相关研究,更多是从老年旅游者的角度出发,而对影响老年旅游满意度的因素,以及如何整合老年旅游供给侧,从而解决老年旅游需求和供给不平衡的问题,还有待进一步的研究。

1 当前影响老年旅游满意度的主要因素调查分析

2016年,上海市生产总值(GDP)为27 466.15亿元,继续排在全国首位。截至2016年底,上海60岁及以上户籍老年人口已达到457.79万人,占户籍总人口的31.6%,80岁及以上高龄老年人口为79.66万人,占60岁及以上老年人口的17.4%,占总人口的5.5%。预计到2018年,这一数字将突破500万。为了探究影响老年人旅游的因素及其重要性,本文基于主成分分析法对上海地区的老年人进行问卷调查。

通过对问卷调查所得数据进行分析研究,提出目前老年旅游存在的主要问题,并给出针对性的发展路径和建议,这对我国推进老年旅游产业有一定启示,可最终促进我国老年旅游业的持续健康发展。

1.1 调查对象与研究方法

本研究的对象为上海市年龄大于60周岁的居民。因此,在本研究的调查问卷处理中,凡是年龄在60岁以下的居民所填写的问卷,均视为无效问卷。调查问卷主要由两部分组成:第一部分为被调查者家庭各成员的性别、年龄、受教育程度、婚姻状况、工作状况、收入状况、健康状况及在过去的两年里有无外出旅游经历;第二部分为老年旅游者对旅游感受的评价,本部分问题采用李克特5级量表为每个因素打分,从非常重要到非常不重要共5个层次。其中,1表示完全不同意,2表示不同意,3表示一般,4表示比较同意,5表示完全同意。

1.2 数据统计与处理

1.2.1 描述性统计分析

由于调查对象的特殊性,本研究采用问卷调查的方式,大多数采用调查人员读问卷、被调查对象听答问卷的形式,对于部分调查对象理解有困难的问题,采取由调查人员进行解释,帮助他们完成问卷填写的方法。实验中,随机向老年旅游者发放问卷1 000份,回收有效问卷716份,占71.60%。具体情况如表1所示。

表1 被调查样本的基本情况统计(N=716)

项目	样本数	百分比/%
性别		
男	303	42.3
女	413	57.7
年龄		
60~65周岁	367	51.3
66~75周岁	232	32.4
76周岁及以上	117	16.3
身体状况		
很好	288	40.2
一般	357	49.8
较差	71	10.0
月收入情况		
3000元以下	124	17.3
3000~5000元	349	48.8
5000元以上	243	33.9

1.2.2 主成分分析

主成分分析是从数学的角度出发,利用降维处理的思想,把原来多个变量划为少数几个综合指标的一种统计分析方法。影响老年旅游满意度的因素是多方面的,本文选取产品与服务、情感收获、人际关系和旅游成本四个方面共计14项作为自变量,并利用主成分分析方法定量分析这些因素对老年人旅

游满意度的影响程度。本研究首先运用 SPSS17.0 统计软件计算了老年旅游满意度影响因素测量变量的平均值及标准差,计算结果见表 2。

表 2 老年旅游满意度影响因素分析

因素	具体评价指标	均值	标准差
产品与服务	行程安排合理 X_1	4.07	0.762
	交通工具舒适 X_2	3.98	1.033
	旅游景点吸引力 X_3	4.11	1.358
	基础设施完善 X_4	4.03	0.744
	服务人员服务到位 X_5	3.74	0.763
情感收获	心情更加愉悦 X_6	4.23	0.695
	增长了见识 X_7	3.35	1.388
	受到了尊重 X_8	3.41	1.143
	周围人对我的看法发生了改变 X_9	3.01	1.377
人际关系提升	给他人留下好印象 X_{10}	2.93	1.324
	结交了朋友 X_{11}	2.65	0.981
	费用支出合理 X_{12}	4.34	0.514
旅游成本	精力支出合理 X_{13}	3.83	0.871
	旅游过程安全 X_{14}	4.56	0.442

如表 2 所示,由计算结果看,14 个测量变量的平均值为 2.65~4.56,标准差为 0.442~1.388。由于本研究所采用的是里克特五级量表,可以认为平均分值较高,标准差不大,分值的离散程度不高因此。在老年旅游满意度影响因素的重要性分析中,老年旅游者认为“旅游过程安全”最重要,均值为 4.56;其次是“费用支出合理”,均值是 4.34;第三是“心情更加愉悦”,均值为 4.23。

根据主成分分析方法的使用原则,因子分析前本文对老年旅游影响因素变量是否适合做因子分析进行统计检验。本文采用的检验方法是 KMO 检验和 Bartlett 检验。一般认为,KMO 值越接近 1,表明采用现有变量进行因子分析的效果越好,KMO 值大于 0.9 时效果最佳,KMO 值在 0.7 以上则可以接受,而 KMO 值在 0.5 以下不适合做因子分析。本研究中,KMO 的值为 0.712,大于推荐值 0.7,表明变量可用于因子分析。Bartlett 检验中,近似卡方值为 772.321,自由度为 46,显著性概率 $\text{Sig} < 0.001$,可认为相关矩阵不是单位阵。除此之外,一般认为在对公因子各项目数据内部一致性进行的克隆巴哈信度分析中,克隆巴哈系数大于 0.7 时可靠性较高。本研究中,产品与服务、情感收获、人际关系提升及旅游成本四项的克隆巴哈系数分别为 0.735、0.712、0.752 和 0.739,均大于 0.7,表明调查数据的评价指标体系具有较高的信度。

按照特征根大于 1 的要求,本文利用主成分萃取法将 14 个变量提取成 4 个公因子。为了提高因子分析的效果,本文使用方差最大化正交旋转法对

公因子进行旋转,并根据旋转成分矩阵得出因子负荷。根据“变量指标在所有的公因子中负荷量不得低于 0.4”的标准,将“周围人对我的看法发生了改变”删除。4 个公因子的累积贡献率为 77.83%,13 个变量中有 12 个变量的因子负荷值都大于 0.5,各变量的公因子方差比为 0.504~0.814,表明各变量的信息分别被公因子提取出的比例较高,各变量能被公因子说明的程度高。具体情况如表 3 所示。

表 3 老年旅游满意度影响因素因子分析

项目	因子负荷	公因子方差比	特征根	贡献率
公因子 1:产品与服务因子			4.235	35.43
行程安排合理 X_1	0.711	0.705		
交通工具舒适 X_2	0.658	0.633		
旅游景点吸引力 X_3	0.862	0.807		
基础设施完善 X_4	0.543	0.504		
服务人员服务到位 X_5	0.774	0.723		
公因子 2:情感收获因子			1.398	13.82
心情更加愉悦 X_6	0.843	0.809		
增长了见识 X_7	0.585	0.538		
受到了尊重 X_8	0.534	0.511		
公因子 3:人际关系提升因子			1.145	9.93
给他人留下好印象 X_{10}	0.483	0.474		
结交了朋友 X_{11}	0.650	0.618		
公因子 4:旅游成本因子			2.254	18.66
费用支出合理 X_{12}	0.683	0.667		
精力支出合理 X_{13}	0.562	0.541		
旅游过程安全 X_{14}	0.834	0.814		
累计贡献率/%				77.83

实证结果表明,老年人对旅游产品与服务、旅游成本及旅游过程中的情感收获三个方面关注程度均比较高,这也从另一个角度折射出当前老年旅游供给侧存在的 key 问题:一是缺乏有针对性的旅游产品,在产品与服务因子中,旅游景点吸引力和服务人员服务的因子负荷较高,老年人对旅游产品和服务的期望与市场所提供的有一定差距;二是旅游成本过高、保障力度不够,在旅游成本因子中,旅游过程中的安全是老年人最关注的方面;三是未能充分考虑老年旅游的社会效益,政府、旅游企业目前还更加注重老年旅游的经济价值,尚未从老年人的情感收获出发,让老年旅游成为解决人口老龄化的有效手段,从而让老年人通过旅游感到老有所养、老有所乐。

2 聚焦于老年旅游需求的供给侧创新路径与对策建议

本文的研究发现,旅游产品与服务、旅游成本及旅游过程中的情感收获三个方面是影响老年旅游者旅游满意度的主要因素,老年旅游市场还存在缺乏有针对性的旅游产品、旅游成本过高、保障力度不

够、未能充分考虑老年旅游的社会价值等方面的关键问题。未来随着老年旅游市场的不断发展,老年旅游市场将会实现更大范围、更深层次的发展。为了提升老年人的生活质量、促进老年旅游市场的发展,政府、行业协会和企业应该围绕影响老年旅游的主要因素形成合力,共同推动老年旅游事业的发展。结合现有研究结论,本文针对目前老年旅游行业发展存在的问题,从老年旅游供给侧创新的角度提出对应的发展路径,希望能够对老年旅游的发展提供一定参考和借鉴。

第一,构建老年旅游供给侧联动服务系统。旅游业的发展依赖于良好的生态环境、稳定的社会环境和一定的经济基础,以及人们对自然资源和人文资源强烈的保护意识,需要政府、行业协会、企业协调发展,共同努力。在国家将旅游产业定位为国民经济的战略性支柱产业的背景下,各级政府需要把握顶层设计和总体规划,制定各个层面的老年旅游供给侧创新发展战略,还要制定并实施引导老年旅游企业创新发展的相关政策,根据企业的实际需要进行政策扶持。通过制定和实施激励政策,为老年旅游企业的发展营造良好的政策环境;规范市场,通过制定法律法规,形成健康的市场竞争机制;促进联动发展,通过建立相关的区域合作机制,形成区域联动发展态势;通过政府公共服务宣传平台,对国家形象和城市形象进行宣传,扩大社会对老年旅游发展进程的关注和支持。

旅游行业协会作为非营利的民间组织,行业特点明显,具有很强的专业性。加强行业协会的建设,发挥其协调功能、信息功能、沟通功能,可以为老年旅游发展发挥其独有的作用,包括制定新的行业规范、行业标准,以老年旅游行业服务的标准化、规范化提高行业服务质量,在倡导服务特色的同时,不断提高标准化服务水平。此外,旅游行业协会还能够发挥旅游企业和政府间的纽带作用。一方面,及时准确地掌握旅游企业开展老年旅游过程中的重点、难点及瓶颈问题,积极向政府主管部门献言献策,为旅游企业排忧解难。另一方面,行业协会应及时向旅游企业传达政府有关老年旅游创新发展的新政策和举措,使旅游企业能够迅速落实,充分发挥新政策和举措的效用。

企业是旅游业的“细胞”,老年旅游供给侧创新过程的研究开发、投入和执行只能由企业来完成。企业应把握老年旅游者的个性化需求特点,与时俱进,不断丰富产品文化内涵,增加产品制造过程中的技术含量,推出有企业特色的品牌产品。在市场推广方面,要运用新思路、新渠道,结合线上、线下等多种营销手段,进行有效的市场推广,以品牌引导消费

的需求。同时,在开展老年旅游时,要具有风险管理意识,必须重视创新项目的可行性研究,进行投入与产出的风险测评,将创新风险保持在可控范围。此外,还需建设企业文化。企业文化的建立要从企业负责人开始,实行由上而下的推动。通过企业文化的建设,使企业全体成员具有共同的价值观,树立一致的服务理念,形成一致的高效行为,营造浓厚的服务氛围。企业应通过管理模式的优化和组织变革,充分发挥各层管理职能部门人员的潜能,为老年旅游活动形成有力的支持和保障。值得指出的是,企业间要重视协作与战略联盟。协同发展是开展老年旅游的有效形式,要打破企业各自为政、沟通不畅、注重竞争而忽视合作的局面,形成协同发展、利益共享的新态势。

第二,有针对性地开发老年旅游产品。老年旅游者作为一个特殊群体,对旅游产品和服务的关注程度与其他旅游群体不同,有着特殊的动机和需求,不能简单地用其他旅游人群的标准来开发老年旅游产品。有针对性地开发老年旅游产品具体可以围绕以下几个方面开展。

一是建立现代信息服务系统。目前,老年旅游需求呈个性化、散客化。在“互联网+”时代,必须重视旅游与信息通信产业的融合发展,老年旅游供给侧必须以信息技术的应用引领创新发展活动。以引导与满足旅游消费个性化需求为宗旨,以需求与供给信息为纽带,促进游、购、娱、吃、住、行等旅游要素供应的整合,充分运用现代信息存储、网络传输与智能应用技术,打造具有能够为老年旅游者提供全方位、多层次、点对点的旅游个性化服务体系及网络平台、网络通道和个人终端,构建并形成有中国特色的老年旅游业服务新体系和新业态,为释放老年旅游服务能力、培育新业态发挥建设性作用。

二是发展文化旅游。我国悠久的历史所积淀的中华文明为文化旅游的发展奠定了得天独厚的基础。人文旅游资源具有极大的挖掘和创新开发空间,而自然资源则是以保护为主。文化精品具有寓教于乐的功能,有利于老年人树立正确的价值观、人生观、世界观,增加正能量。我国多民族在漫长历史进程中所形成的丰富的文化积淀,各地富有特色的民风、民俗、餐饮等文化的展现,有利于解决当前普遍存在的老年旅游产品同质化、低水平竞争等问题。满足老年旅游者新奇特的旅游心理需求的同时,通过旅游产品文化内涵的丰富与高水平全方位的服务,带给老年旅游者有益于身心健康的愉悦体验和运动,为老年旅游者提供在旅游活动中获取科学文化知识、提高科学文化素养的机会。

三是发展老年医疗旅游。医疗旅游是将旅游和健康服务结合起来的一种新型的旅游形式。老年旅

游者可以根据自己的身体情况结合医生的建议,选择合适的游览区,在旅游的同时进行有效的健康管理。老年医疗旅游的发展路径主要有两方面:一方面以治疗为目的,如外科手术旅游、保健与温泉旅游、牙齿(护理)旅游等;另一方面以养生、康体、休闲为目的,注重人与环境的和谐,适度科学开发温泉、森林、山岳、草原等自然资源,以丰富的旅游资源和怡人的旅游环境发展老年休闲、养生旅游。老年旅游不仅仅局限于动态型的外出游玩,还可以根据时令和自然资源的不同,建立老年医疗旅游基地,推出静态型的时段性老年医疗旅游产品。

四是发展老年体育旅游。体育旅游是旅游与体育融合的新型旅游方式。我国拥有丰富的传统体育文化资源,以武术为代表的传统体育项目更是博大精深,武术门类极多,既能强身健体,又能自我防卫,具有广泛的群众基础。对传统体育文化资源进行合理、科学的开发,将有效提升老年体育旅游的吸引力,特别是对国际游客的吸引力。旅游产品在设计时要让老年人在旅游的同时进行康复保健、锻炼身体,以武术、健身气功等传统体育文化资源为内在契合点,形成老年体育旅游的系列品牌产品体系。充分利用大型赛事、体育热闻的带动效应,打造老年体育旅游产品的精品,建立品牌,发挥品牌溢价。这既是对发展我国旅游和体育产业的有力推动,也是立足中国、面向世界,提升文化软实力,弘扬中华优秀传统文化国际竞争力的有效途径。

第三,降低老年旅游成本,完善保障系统。本研究发现,老年人对旅游产品的价格是比较敏感的。而且,旅游业本身是资金密集型行业,发展老年旅游,更需要大量资金。景区的观光缆车,专门的老年列车、专列,针对老年旅游者的酒店和饭店,强大的医疗团队和在线医疗设备等基础设施都需要大量的资本。国家应采取混合所有制、税收优惠及市场融资、建立专项基金等多种形式,保障老年旅游发展相关企业的技术研发与运营具有充足活力及金融资本的支持。首先,各级政府在财务规划上,应该不计回报地给出老年旅游的专项预算,保证老年旅游开发的持续进行。同时,减免老年旅游企业的税收,降低其前期的投入成本,通过财政贴息支持,提供政策性的优惠贷款等。其次,由政府出头建立相关的老年旅游基金,引导市场资本注入老年旅游市场,这样既能推动老年旅游的发展,又可以增加市场资本的流通,投资人也可以从中获利。然后,建立老年旅游医疗系统,为老年旅游配备专业的随团医生和先进的在线医疗设备,以应对突发状况。最后,还要建立老年旅游保险制度,解除老年旅游者担心出游时出现意外无法得到保障的后顾之忧。

第四,注重老年旅游者的情感收获,形成全民敬老、爱老的社会氛围。实现老年旅游生态、社会、经济效益的全面提升,需要社会的共同努力。首先,要改变管理观念,各级政府的主要领导群体,特别是政府旅游管理职能部门的人员,要通过深入学习思考,充分把握老年旅游供给侧创新特点及其对社会进步的巨大作用,转变只注重经济效益的观念,认识到老年旅游的创新发展,不但能够获取通常旅游经济带来的效益,还存在潜在的社会效益。应将老年旅游市场打造成为社会关爱老年人、提高老年人生活品质的重要内容,成为提高公民素质的重要平台,成为构建和谐社会的有力形式和举措。在老年旅游活动中应以公众喜闻乐见的方式,形成全民敬老、爱老的社会氛围,使老年人老有所乐、老有所养,养成健康文明的生活习惯,释放精神压力,提高生理和心理健康水平。

3 结语

本文通过调查发现影响老年旅游满意度主要因素依次是产品和服务、旅游成本和情感收获。进而,揭示了目前老年旅游供给侧不能满足老年旅游需求的主要表现:一是缺乏有针对性的旅游产品,二是旅游成本过高、保障力度不够,三是未能充分考虑老年旅游的社会效益。最后,针对现存问题,提出老年旅游供给侧创新的路径与对策:1. 构建老年旅游供给侧联动服务系统;2. 有针对性地开发老年旅游产品;3. 降低老年旅游成本,完善保障系统;4. 注重老年旅游者的情感收获,形成全民敬老、爱老的社会氛围。

参考文献:

- [1] MAYO E J, JARVIS L P. The Psychology of Leisure Travel? Effective Marketing and Selling of Travel Services[M]. CBI Publishing Company, 1981.
- [2] SHERMAN E, SCHIFFMAN L G, MATHUR A. The influence of gender on the new - age elderly's consumption orientation[J]. Psychology & Marketing, 2001, 18(10): 1073-1089.
- [3] DANN, GRAHAM M S. Senior tourism and quality of life[J]. Journal of Hospitality and Leisure Marketing, 2001.
- [4] CROMPTON J L. Motivations for pleasure vacation [J]. Annals of Tourism Research, 1979, 6 (4): 408-424.
- [5] DJOSE P H, TEAFF Ed D. Leisure sciences with the elderly[J]. PITMAN, 1985(2):26-31.
- [6] 王家骏. 旅游者对旅游目的地的选择——旅游决策行为研究 [A][D], 1997.
- [7] 章杰宽. 老年游客旅游决策影响因素之多元逐步回归分析[J]. 旅游研究, 2011.