

中国银发经济市场概览：银发经济“加快崛起”， 文旅市场“热辣滚烫”

China Silver-Haired Economy Industry Overview: The Silver-haired Economy Is Surging, The Cultural Tourism Market is Booming

中国銀髪エコノミー産業の概要：銀髪経済が躍進、文化観光市場が活況を呈する

概览标签：银发经济，老龄化，老年消费，文旅市场

报告主要作者：张婷锐

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

01

银发经济辐射面积广、产业链长，所涉及的业态广泛且多元

- 银发经济是向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和。中国已迈入中度老龄化的社会阶段。随着人口老龄化趋势的进一步加剧，银发经济作为由经济社会结构及人口结构转型引领的新型经济产业，拥有巨大的增长空间。

02

老年群体的消费潜力和相关政策为银发经济注入活力

- 中国政府为培育经济发展新动能并推动银发经济持续增长，已出台一系列政策举措。这些政策是积极应对人口老龄化的重要战略部署，亦为银发经济提供了多重利好。银发经济多元化供给格局尚未完全成熟，在文旅休闲领域，符合老年人需求的旅游要素和旅游产品仍相对较少，这限制了银发旅游市场的进一步发展。

03

文旅消费有望成为银发经济的重要引擎

- 老年旅游业在老龄产业中占据重要地位。具备强烈出游意愿及强大消费能力的新一代老年文旅消费群体日益壮大，需求迅猛增长。“AI+文旅”、“品牌+文旅”及“IP+文旅”等模式有望进一步推动银发旅游市场的繁荣发展。

银发经济“加快崛起”，文旅市场“热辣滚烫”

中国人口老龄化进程加速，老年群体的庞大基数和新一代老年人口的增加，为银发经济带来了新的消费空间。银发人群的消费结构逐渐从日常生存型需求向追求悦己型和文化休闲型等精神消费层面转变，并在健康、文娱、适老化产品等多个消费领域表现出活跃态势。但在文旅休闲领域，产品和服务供给仍显不足，银发经济市场潜力尚未得到充分释放。

目录

CONTENTS

◆ 中国银发经济市场发展现状	08
• 市场规模	09
• 人口老龄化	10
◆ 中国银发人群消费特征及趋势	11
• 消费渠道线上化	12
• 消费结构多元化	13
◆ 中国银发经济发展驱动因素	14
• 消费潜力	15
• 政策利好	16
• 供需错配	17
◆ 中国银发文旅市场发展现状及趋势	18
• 银发文旅市场	19
• 湖北荆州老年文旅市场	21
◆ 方法论与法律声明	22

目录

CONTENTS

◆ Development Status of China's Silver-Hair Economy Market	08
• Market Size	09
• Population Ageing	10
◆ Consumption Characteristics and Trends of China's Silver-Hair Population	11
• Onlineisation of Consumption Channels	12
• Diversification of consumption structure	13
◆ Development Drivers and Constraints of China's Silver-Hair Economy Market	14
• Consumption Potential	15
• Policy Drivers	16
• Mismatch of Supply and Demand	17
◆ Development Status and Trends of China's Silver-haired Cultural Tourism Market	18
• Cultural Tourism Market	19
• Jingzhou Geriatric Cultural Tourism Market	21
◆ Methodology & Legal Statement	22

图表目录

List of Figures and Tables

图表1: 中国银发经济规模及其占GDP比重	09
图表2: 中国银发经济相关企业注册量及增速, 2018-2023年	09
图表3: 中国银发经济相关企业区域分布TOP10, 截至2024年1月	09
图表4: 中国60岁及以上人口数量及占比, 2018-2023年	10
图表5: 中国65岁及以上人口数量占比, 2022-2050年	10
图表6: 各省市60岁及以上人口数量占比, 截至2020年11月	10
图表7: 50岁以上银发人群人均触网时长	12
图表8: 50岁以上银发人群人均使用APP&小程序个数	12
图表9: 50岁以上银发人群线上消费行为, 2023.09	12
图表10: 京东平台银发族成交单量占比TOP10品类, 2022.01-08	13
图表11: 京东平台银发族成交单量同比增长TOP5品类, 2022.01-08	13
图表12: 京东平台银发族服务消费类及兴趣爱好类产品销量同比增长率, 2023.01-09	13
图表13: 中国老年人口消费潜力, 2020-2050年	15
图表14: 非基础领域消费人数占比, 2022.10-2023.10	15
图表15: 中国银发经济相关政策, 2021-2024年	16
图表16: 京东平台适老产品数量占比TOP10品类, 2023.01-09	17
图表17: 中国银发经济领域部分企业融资事件, 2023-2024年	17
图表18: 中国旅游人次及收入情况, 2018-2023年	19
图表19: 中国游客接待规模(按年龄分布), 2021年	19
图表20: 抖音旅游兴趣用户年龄分布, 2023Q1	19
图表21: 51岁以上银发旅游人群使用旅游服务类APP的月活跃用户规模TOP10, 2023年3月	20

图表目录

List of Figures and Tables

图表22: 51岁以上银发旅游人群使用出行服务类APP的月活跃用户规模TOP10, 2023年3月	20
图表23: 国庆假期部分省市接待游客人次及旅游收入, 2022年	21
图表24: 荆州市接待游客人次及旅游综合收入, 2018-2023年	21

第一章：银发经济市场发展现状

Development Status



发展现状



消费特征及趋势



发展驱动及制约因素



银发文旅市场

- 市场规模
- 人口老龄化

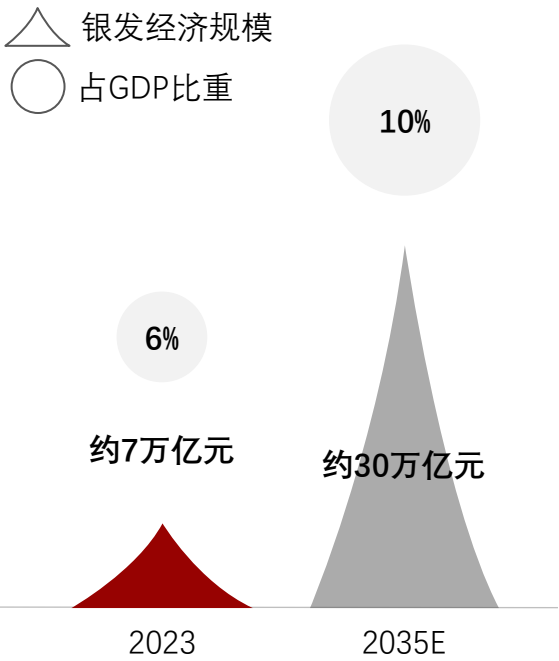
中国银发经济市场发展现状：市场规模

银发经济是向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和，包含“老年阶段的老龄经济”和“未老阶段的备老经济”两个方面。银发经济相关企业的注册量呈现出逐年递增的态势。

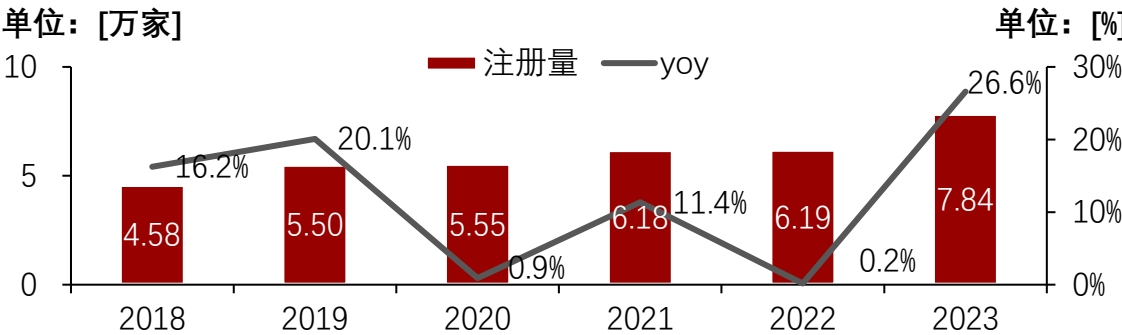
“银发经济”涉及领域



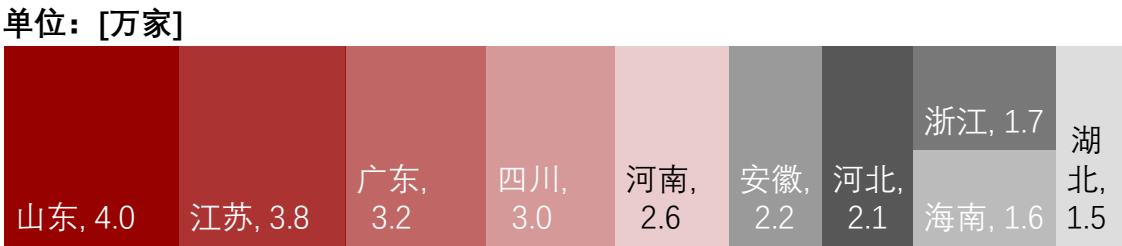
中国银发经济规模及其占GDP比重



中国银发经济相关企业注册量及增速*, 2018-2023年



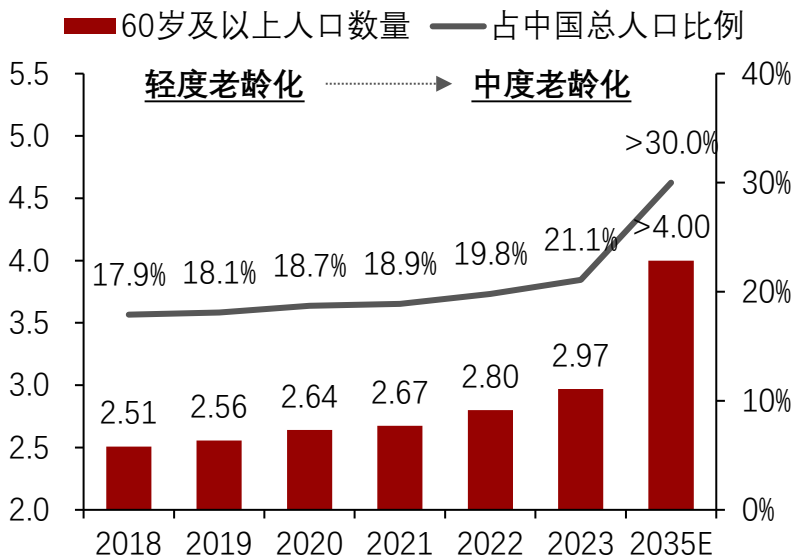
中国银发经济相关企业区域分布TOP10，截至2024年1月



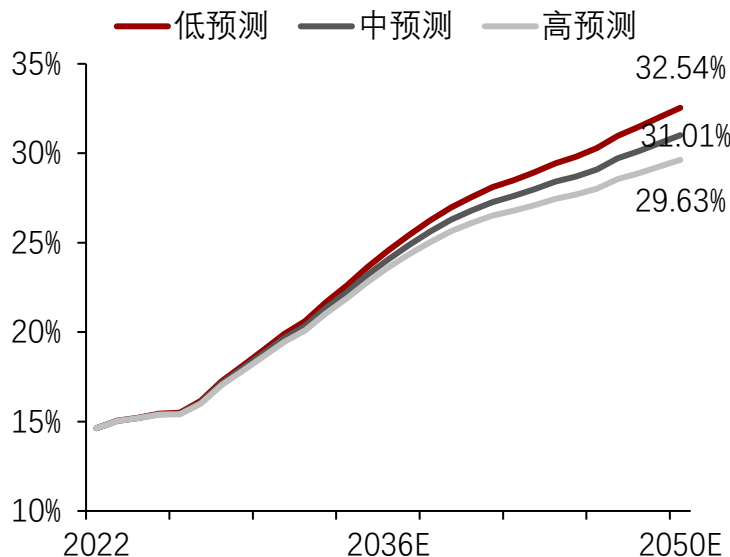
- ❑ 银发经济作为向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和，包含“老年阶段的老龄经济”和“未老阶段的备老经济”两个方面，辐射面积广、产业链长，所涉及的业态广泛且多元，涵盖了养老服务、医疗健康、养老金融、休闲旅游、养老日用品和老年房地产等诸多领域。2023年，中国银发经济规模约为7万亿元，占同期GDP的比重约为6%，预计到2035年，中国银发经济规模将达到30万亿元，占同期GDP的比重约为10%，银发产业有望成为未来经济发展的重要引擎之一。
- ❑ 中国银发经济相关企业注册量展现出逐年增长的稳健态势。企查查数据显示，截至2024年1月，中国银发经济相关企业存量达到约44.7万家。2023年，银发经济相关企业的注册量为7.84万家，同比2022年增长了26.6%，显示出银发经济市场的活力与潜力。在地域分布方面，山东、江苏和广东等省份现存银发经济相关企业的数量位居全国前列。在城市分布层面，北京以现存1.3万家银发经济相关企业的数量位居榜首，紧随其后的是成都和重庆，分别拥有1.26万家和1.13万家银发经济相关企业。

中国已迈入中度老龄化的社会阶段。随着人口老龄化趋势的进一步加剧，银发经济作为由经济社会结构及人口结构转型引领的新型经济产业，拥有巨大的增长空间。

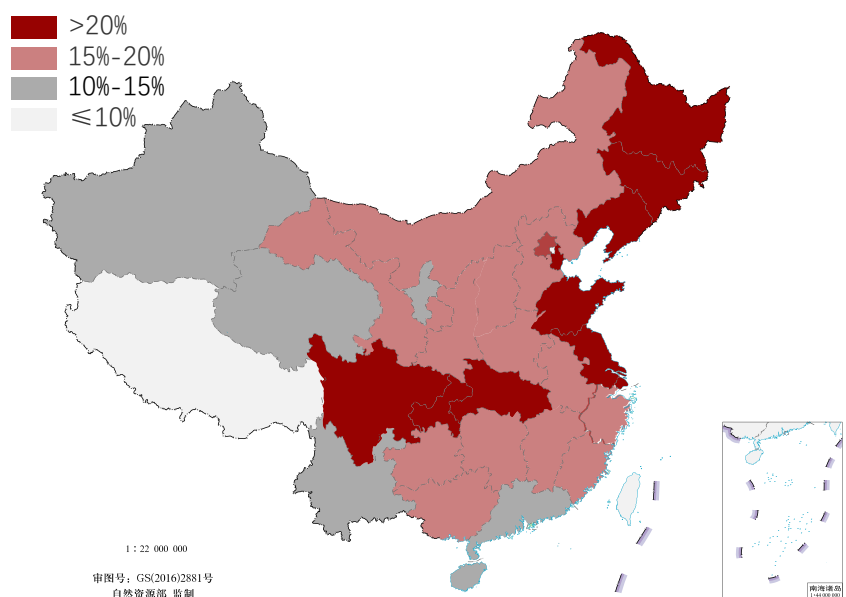
单位：[亿人]



单位: [%]



>20%
 15%-20%
 10%-15%
 ≤10%



来源：中国政府网，育娲人口研究，头豹研究院

第二章：银发人群消费特征及趋势

Consumption Characteristics and Trends



发展现状



消费特征及趋势



发展驱动及制约因素



银发文旅市场

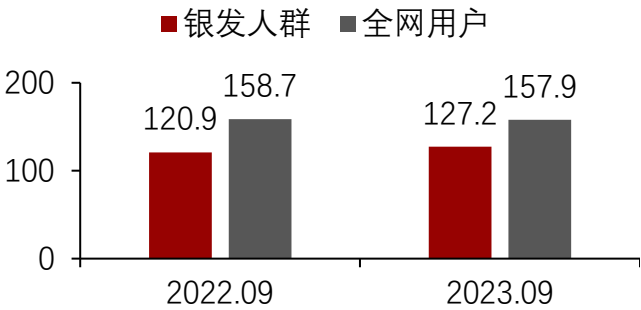
- 消费渠道线上
- 消费结构多元化

中国银发人群消费特征及趋势：消费渠道线上化

在消费渠道层面，银发人群的消费渠道日趋线上化，消费场景从单一的线下模式转变为线上线下结合的多元化模式，亦展现了其日益增强的数字化消费能力。

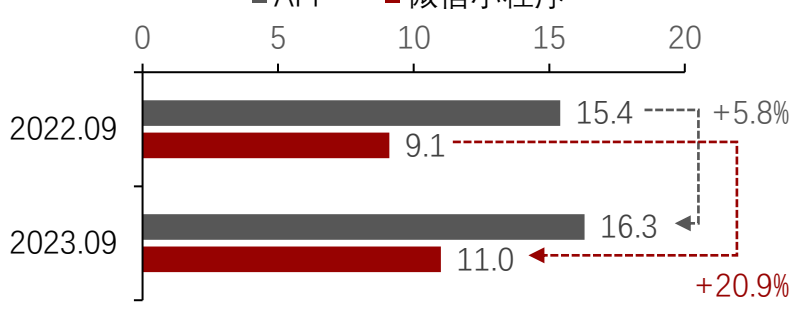
50岁以上银发人群人均触网时长

单位：[小时/月]



50岁以上银发人群人均使用APP&小程序个数

单位：[个/月]



分析师观点

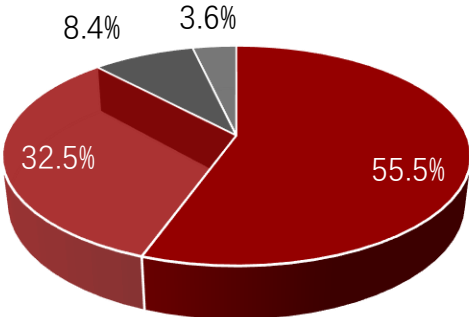
- 随着互联网技术的广泛应用，银发群体在数字经济领域的参与度显著增强，其线上消费水平实现了跨越式增长。这一趋势推动了银发经济的持续繁荣，亦标志着银发群体正加速融入数字化浪潮。据中国互联网络信息中心，截至2021年12月，中国60岁及以上网民规模达1.19亿，占网民整体的比例为11.5%，60岁及以上人口互联网普及率达43.2%。据QuestMobile数据，截止2023年9月，50岁以上的银发人群用户规模已达3.25亿人，全网占比达到26.5%；银发人群人均触网时长、APP和微信小程序人均使用个数，均呈现持续增长态势，前者已达到127.2小时/月，后者分别达到16.3个/月和11个/月。
- 随着适老化产品市场升温，银发族的消费潜力不断释放，其较为强烈的消费意愿和足够的支付能力成为激发消费潜能的重要支撑力量。天猫数据显示，2019-2021年，线上市场中50岁及以上银发群体的消费金额CAGR达到39%；2022年，天猫适老产品搜索量同比上涨超过200%。据京东数据，2022年，“银发族”网购用户数量、成交单量分别为2018年的1.8倍、3倍。此外，2023年9月，50岁以上银发人群千元以上消费能力占比较去年同期增加了1.6%达到44.5%，中高端消费意愿占比较去年同期增加了2.4%，进一步凸显了银发人群的线上消费能力和消费意愿在不断提升。

50岁以上银发人群线上消费行为，2023.09

单位：[%]

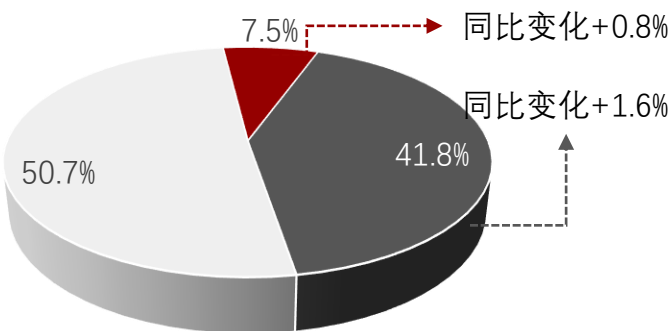
线上消费能力

- 1-999元
- 1,000-1,999元
- 2,000-2,999元
- 3,000元及以上



线上消费意愿

- 高
- 中
- 低

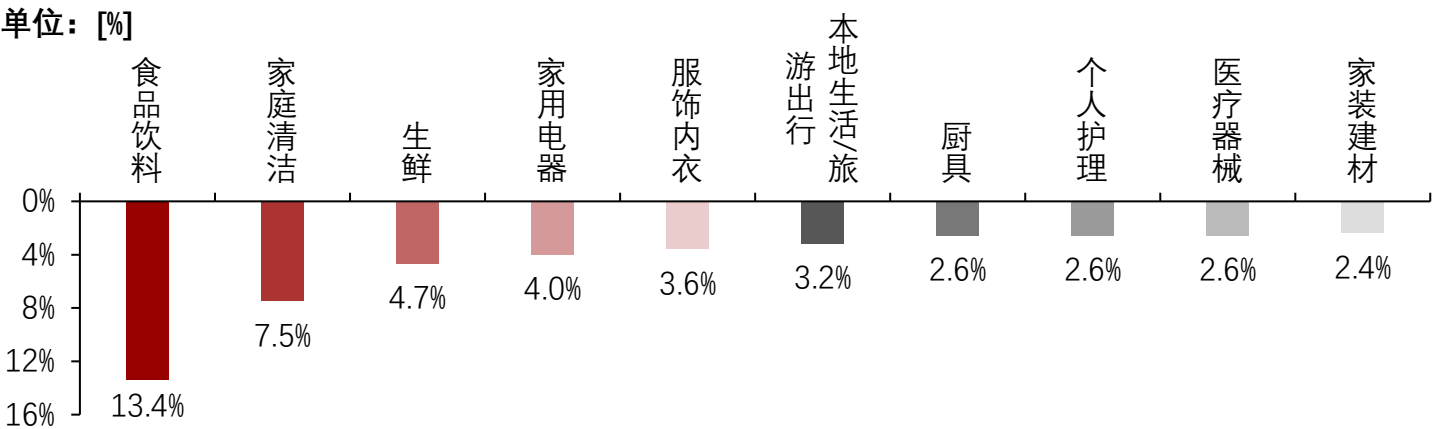


来源：QuestMobile，天猫，京东，头豹研究院

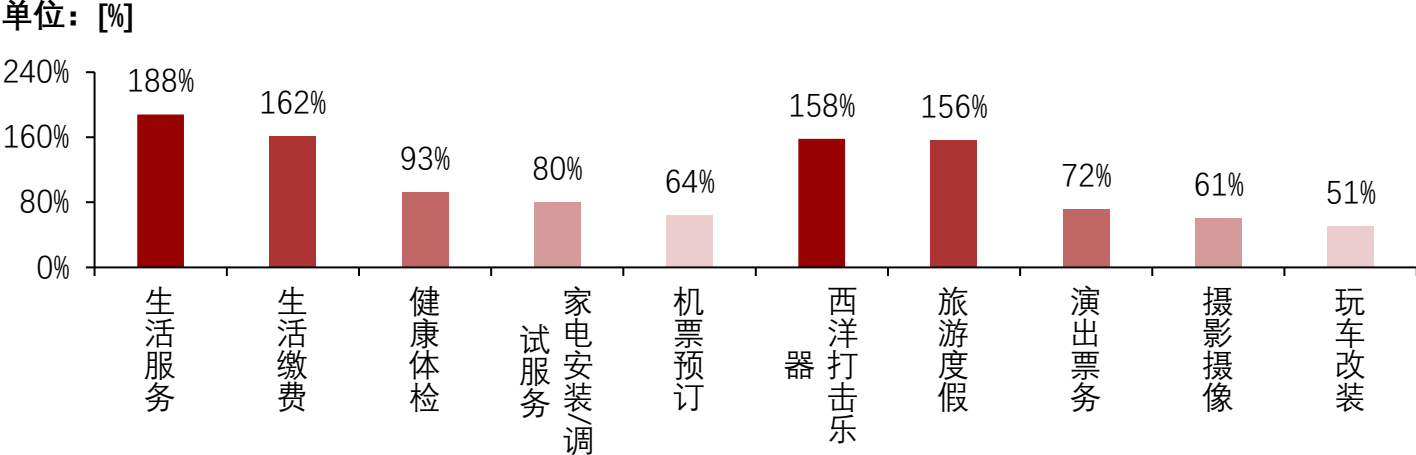
中国银发人群消费特征及趋势：消费结构多元化

银发消费正由基础养老服务体系及基本生活需求的满足，向多元化、差异化的高层次消费需求转变，从产品消费向服务消费升级。

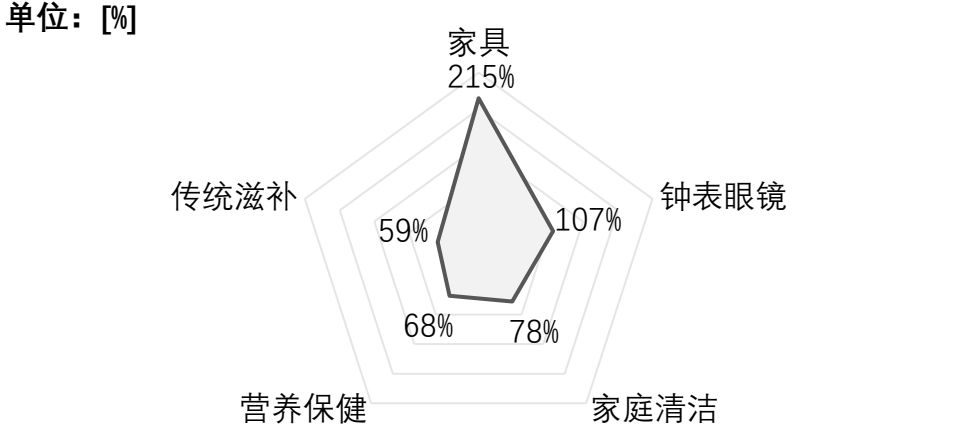
京东平台银发族成交单量占比TOP10品类，2022.01-08



京东平台银发族服务消费类及兴趣爱好类产品销量同比增长率，2023.01-09



京东平台银发族成交单量同比增长TOP5品类，2022.01-08



银发人群的消费结构逐渐从日常生存型需求向追求悦己型和文化休闲型等精神消费层面转变，并在健康、文娱、适老化产品等多个消费领域表现出活跃态势。养老产业不再局限于康养、医疗等核心领域，逐渐拓展至非刚需的服务消费与社交文娱等领域。2022年，食品饮料、家庭清洁等家庭必备品类成为银发族线上购物的热门选择。2022年1月至8月，京东平台上银发族在家具与家庭清洁品类的购买量实现了显著增长，同比增长率分别高达215%和78%。2023年前三季度，京东平台数据显示，银发族对旅游度假、演出票务等产品的购买量亦实现了显著增长，同比增长率均超过150%；适老服饰中的设计师品牌销量同比增长率高达2,069%。此外，银发族对适老化及便携化产品展现出极高的青睐度。据京东平台数据显示，2023年前三季度，适老家电中的料理机产品销量实现了1,698%的同比增长，表明银发族对于能满足其特定需求、兼具实用性与便捷性的产品有着较为强烈的购买意愿，银发消费市场的升级趋势亦愈发显著。

来源：经济日报，京东，头豹研究院

第三章：发展驱动及制约因素

Development Drivers and Constraints



发展现状



消费特征及趋势



发展驱动及制约因素



银发文旅市场

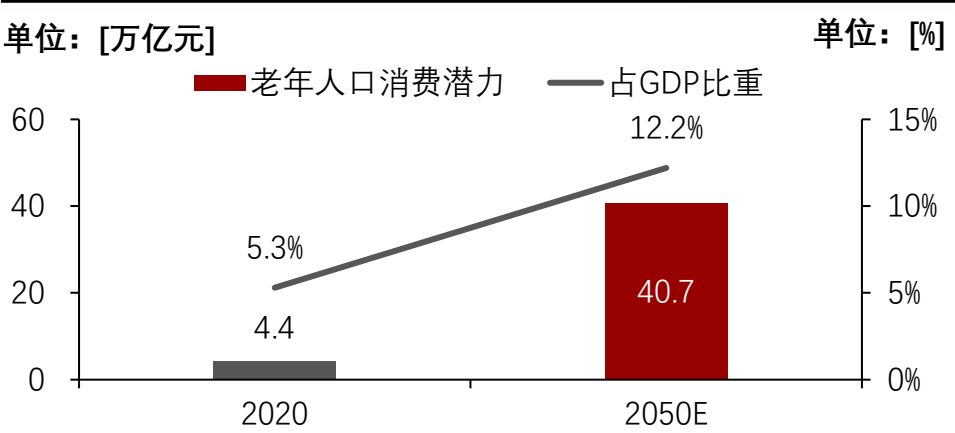
- 消费潜力
- 政策利好
- 供需错配

中国银发经济发展驱动因素：消费潜力

银发群体作为消费市场的重要增长引擎，凭借其相对丰厚的财富积累，展现出强大的消费潜力。中国老年人口的消费潜力将持续上升，为银发经济注入了新的活力。

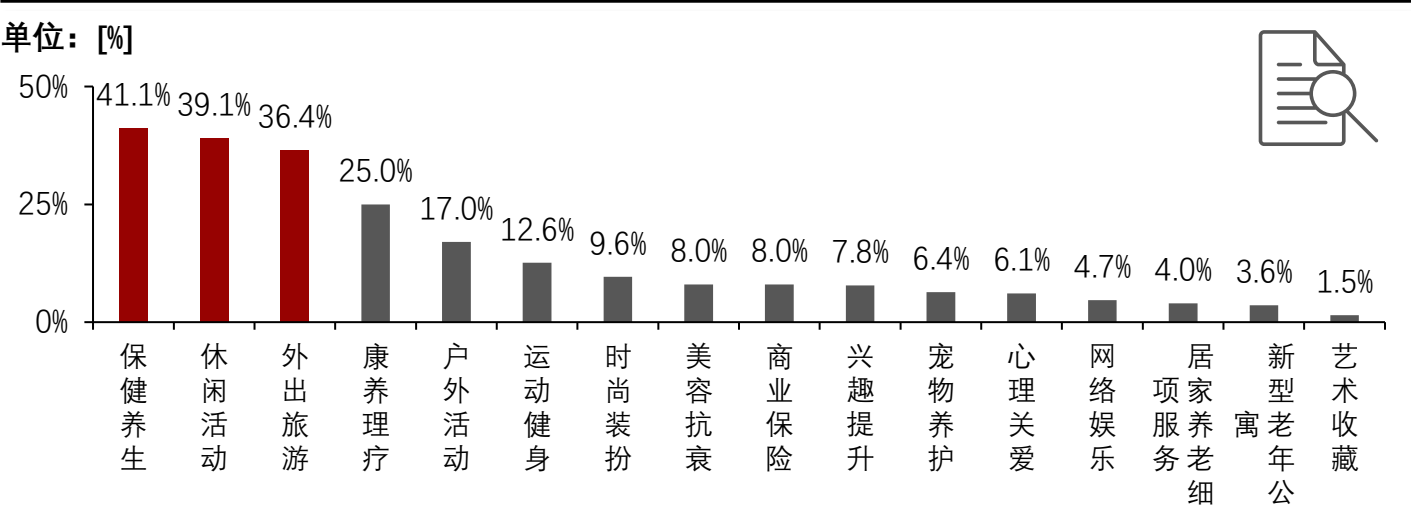
中国老年群体的消费潜力展现出巨大的增长空间，将为银发经济注入新的活力，推动相关产业的增长和创新。据中国人民银行调查数据显示，在财富能力方面，中国户主年龄为56-64岁的家庭户均总资产最高，消费潜力亦最大。据中国老龄科学研究中心，从2020年到2050年，中国老年人口的消费潜力将实现跨越式增长，从约4.4万亿元增至约40.7万亿元。这一显著增长有望形成经济发展的新增长点，亦预示着银发经济未来广阔的发展空间。预计到2030年，中国老年人口的消费总量将达到12万亿元-15.5万亿元，占GDP的比重将显著提升至8.3%-10.8%；而到2050年，这一消费总量有望跃升至40万亿元-69万亿元，占GDP的比重将攀升至12.2%-20.7%。

中国老年人口消费潜力，2020-2050年



来源：中国老龄科学研究中心，北京市统计局，头豹研究院
*数据来源于2023年10月北京市统计局对该市1,220位60岁及以上的常住老年人开展的问卷调查结果

非基础领域消费人数占比*，2022.10-2023.10



银发族在非基础性消费领域具有多样化的需求和较强的购买力。根据北京市统计局的调研数据，老年人在满足基础生活消费之余，更倾向于保健养生、休闲与旅游等方面的非基础性消费。截至2023年10月，约41.4%的受访者在近一年内进行了“保健养生”消费，39.1%的受访者参与了“休闲活动”，而36.4%则选择了“外出旅游”作为消费项目。在消费金额方面，超过半数的受访者（51.9%）其年度非基础消费金额超过5,000元，而有22.6%的受访者消费金额超过1万元，进一步体现了部分老年人在非基础性消费领域具有较强的购买力。对于未来一年的消费预期，72.5%的受访者表示将维持当前的非基础消费水平，而有12.1%的受访者则表示计划增加在非基础消费上的投入，这表明60岁及以上的老年人在该领域的消费潜力尚未完全释放，仍有待进一步深入挖掘。

中国银发经济发展驱动因素：政策利好

中国政府为培育经济发展新动能并推动银发经济持续增长，已出台一系列政策举措。这些政策是积极应对人口老龄化的重要战略部署，亦为银发经济提供了多重利好，助其驶向更为广阔的市场空间。

中国银发经济相关政策，2021-2024年

2021年12月国务院印发《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》

该《规划》以扩大养老服务供给、健全老年健康支撑体系、创新融合发展多业态为老服务、使老年人更好地适应并融入智慧社会等为发展目标。政策明确提出要大力发展银发经济，在京津冀、长三角、粤港澳大湾区和成渝等区域，规划布局约10个高水平银发经济产业园区，扩大老年文化服务供给，促进养老和旅游融合发展。

2024年1月国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》

该《意见》是中国首个以“银发经济”命名的政策文件，亦是推动银发经济发展的纲领性文件。政策明确要加快银发经济规模化、标准化、集群化和品牌化发展，丰富老年文体服务，培育银发经济经营主体，拓宽消费供给渠道，鼓励开发家庭同游旅游产品并扩大旅游保险覆盖面，组建覆盖全国的旅居养老产业合作平台，以拓展旅游服务业态并培育旅居养老目的地。

2024年3月交通运输部办公厅印发《2024年适老化无障碍交通出行服务扩面提质增效工作方案》

该《方案》强调要扩大出租汽车电召或网约车“一键叫车”服务覆盖面，基本实现地级及以上城市全覆盖，打造20条城市轨道交通运营服务品牌线路，优化站车环境，推动出入口和换乘设施优化改造，为包括老年人在内的各类群体提供安全便捷温馨的乘车环境和服务，进一步巩固适老化无障碍交通出行服务成效。

2022年6月贵州省人民政府印发《“十四五”贵州省老龄事业发展和养老服务体系规划》

该《规划》强调要大力发展银发经济，发展康养旅游并培育老年用品产业，到2025年建成集休闲旅游、度假养生、康养养老于一体的健康养老基地50个，康养旅游项目30个，建成国家健康旅游示范基地1个，省级健康旅游示范基地10个，明确要深化改革、综合施策，推动老龄事业和产业协同发展。

2024年3月广州开发区管委会 广州市黄埔区人民政府印发《广州开发区（黄埔区）促进银发经济高质量发展若干措施》

该《方案》明确提出要大力完善银发经济基础设施，积极争创国家级银发经济产业园，推动银发经济产业集群发展，扩大银发经济示范应用，大力探索银发经济标准制定，并优化银发经济发展环境。

2024年4月中共福建省委 福建省人民政府印发《关于加快推进“福见康养”幸福养老服务体系建设的若干措施》

该《措施》提出了完善居家社区养老服务网络，发展公办养老机构和普惠养老服务和促进银发经济创新发展等举措。政策强调要发挥民营经济和“数字福建”的优势，挖掘老龄化社会新红利，坚持创新驱动的发展路径，积极完善养老金融产品体系，依托纺织鞋服和食品等产业基础，培育具有全国影响力的老年用品产品，为银发经济注入新动能。

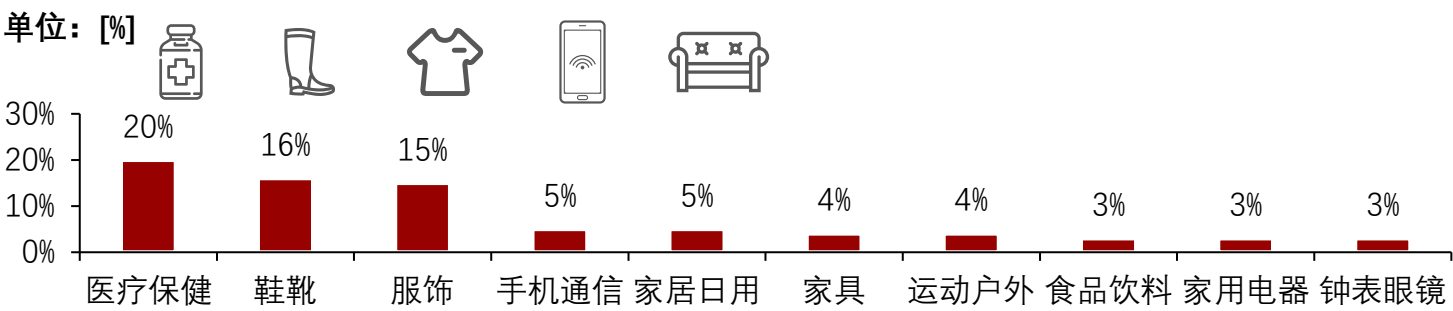
□ 中华人民共和国国务院、相关部委及各省区市针对老年人群体推出的一系列经济措施和政策，旨在从金融和经济的角度全面深化对银发经济的支持与引导，通过促进供给与需求的双重发力，推动银发经济实现健康可持续发展。在供给端，政策通过扩大产品与服务供给，培育并壮大具有潜力的产业，精准聚焦老年群体的多样化需求，从而满足其日益增长的多元化、个性化需求，从而为社会经济发展注入新的增长动力，有效缓解人口老龄化对社会和经济带来的压力。在消费端，中国老年人口构成了一个庞大且稳定的消费群体。通过制定针对性的政策，可有效促进这一消费市场的扩大与发展，进一步释放银发经济的消费潜力。这有助于提升国内消费水平，亦能为相关产业提供更为广阔的市场空间，实现产业与消费的良性互动。

来源：中国政府网，国务院，交通运输部，头豹研究院

中国银发经济发展制约因素：供需错配

银发经济多元化供给格局尚未完全成熟，产品和服务质量有待进一步提升。在文旅休闲领域，符合老年人需求的旅游要素和旅游产品仍相对较少，这限制了银发旅游市场的进一步发展。

京东平台适老产品数量占比TOP10品类，2023.01-09



中国银发经济领域部分企业融资事件，2023-2024年

公司名称	融资时间	企业简介	融资金额	融资轮次	投资方
顶佳医疗	2024.02.22	数字化智慧养老解决方案提供商	数千万元	Pre-A轮	王阿禅
遇服科技	2024.02.19	养老机构数字化转型及智慧康养服务提供商	未透露	战略投资	悦心健康
一键到家	2024.02.08	中国首家养老O2O数智化平台	1,600万元	天使轮	龚文龙（领投）
元生智能科技	2024.01.05	居家养老消费电子品牌	千万元级	天使轮	云从科技（领投）、松山湖天使基金、清荣创投等
小诺家护	2024.01.02	智慧康养平台，茵诺医疗于2023年推出的子品牌	未透露	战略投资	未透露
颐家养老	2023.12.28	中风康复护理服务品牌	数千万元	B轮	国创振德（领投）
乐启程旅游	2023.04.09	会员制旅游平台，以社区家庭为主要客户群体	3,000万元	Pre-A轮	爱库资本（领投）

分析师观点

- 银发经济展现出广泛且多元的发展态势。但在文旅休闲领域，产品和服务供给仍显不足，市场潜力尚未得到充分释放。据魔镜洞察，2022年天猫平台上银发经济相关店铺数量与商品数量分别实现了30%和37%的增长。据经济日报携手京东发布的数据，以满足老年人生活需求为核心的适老产品主要集中在医疗保健和鞋靴服饰等领域。在供给端，2023年前三季度，医疗保健、鞋靴、手机通信品类的适老产品数量占比较2022年同期均有所增长，分别达到20%、16%和5%。尽管休闲体验类、康养旅居类旅游产品受到老年人的青睐，但市场上针对银发人群的文旅产品和适老化服务仍相对不足。此外，在“银发旅游”领域的发展中，仍需关注旅游产品的价格问题。
- 银发文旅相关项目尚未成为资本市场的投资焦点，银发文旅市场的发展潜力和空间尚未得到充分的挖掘和利用。中国银发经济的投资热点集中在智慧养老服务以及与养老紧密相关的泛科技领域，而高品质银发旅游产品的供给仍显不足，这成为制约银发旅游市场进一步发展的关键因素。据AgeClub，2023年上半年老年市场相关的融资事件共计25起，其中医疗及健康管理、康复护理及辅具、养老照护服务三大类别占据了绝大多数，共计19起，而文旅相关融资案例仅有一例。此外，银发旅游市场目前尚未孕育出领军企业，这在一定程度上限制了其市场规模的扩张和市场影响力的提升。

来源：it桔子，企查查，AgeClub，中国旅游研究院，头豹研究院

第四章：银发文旅市场

Silver-haired Cultural Tourism Market



发展现状



消费特征及趋势



发展驱动及制约因素



银发文旅市场

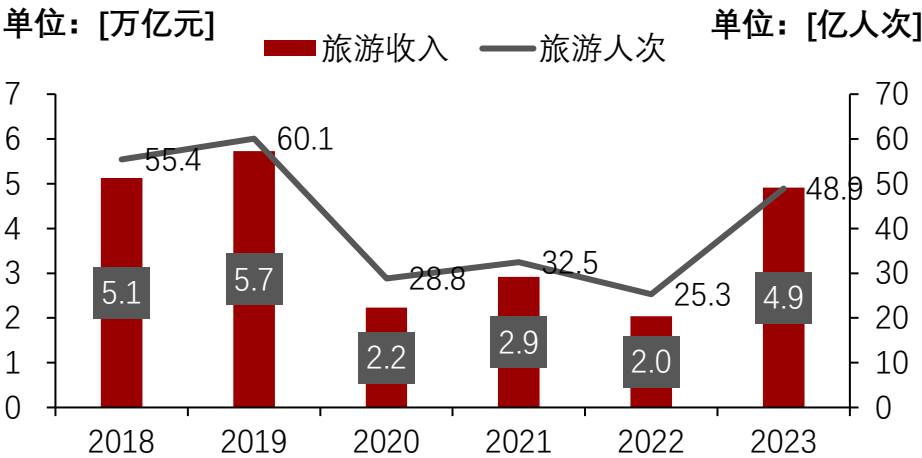
□ 银发文旅市场



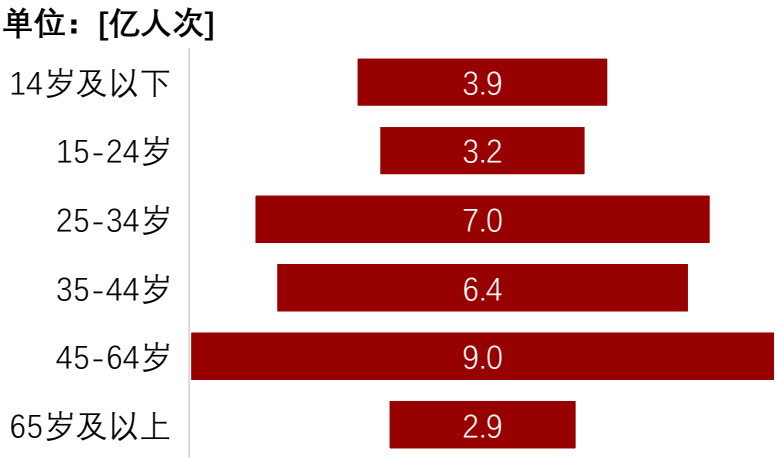
中国银发文旅市场发展现状及趋势（1/2）

老年旅游业在老龄产业中占据重要地位。具备强烈出游意愿及强大消费能力的新一代老年文旅消费群体日益壮大，需求迅猛增长，推动文旅消费成为银发经济的重要引擎。

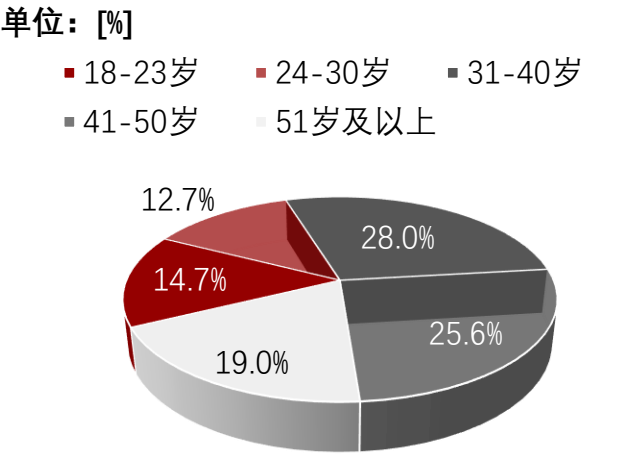
中国旅游人次及收入情况，2018-2023年



中国游客接待规模（按年龄分布），2021年



抖音旅游兴趣用户年龄分布，2023Q1

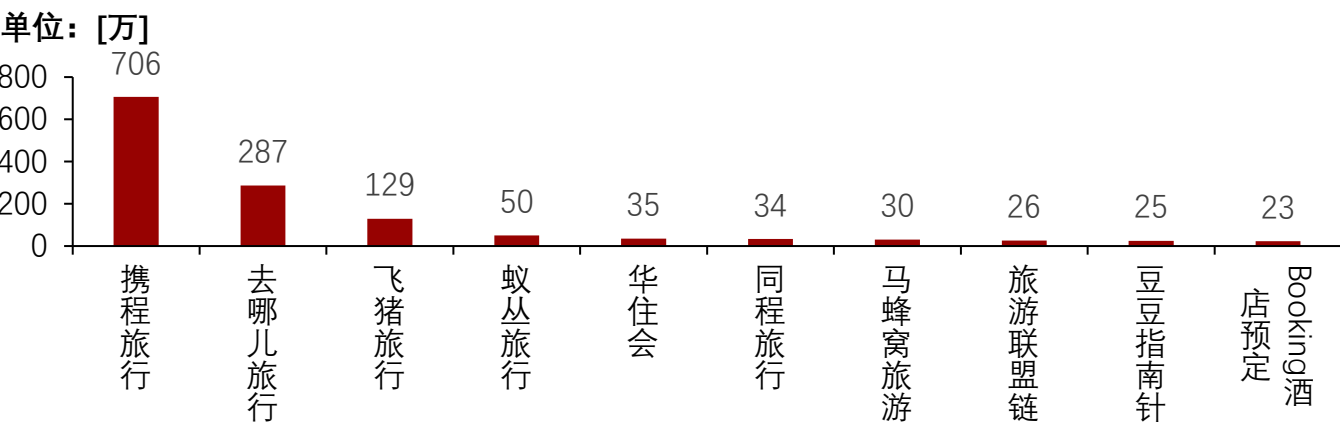


- ❑ **中国旅游市场展现出强劲的复苏势头。**2023年，中国旅游人次迅猛增长，达到了48.9亿，同比增长93.3%。游客出游的总花费实现了跨越式增长，约为4.9万亿元，同比上升140.3%。这一显著增长彰显了中国旅游市场的巨大潜力，亦体现了消费者对旅游消费的热切需求。进入2024年元旦假期，国内旅游市场继续保持繁荣态势。在3天假期内，中国旅游出游人次达到1.35亿，同比增长155.3%。这一期间实现的旅游收入达到797.3亿元，同比增长200.7%，进一步证明了中国旅游市场的活力和韧性。
- ❑ **随着老龄化社会的深入发展，老年旅游市场将持续扩大，为旅游业带来新的增长机遇。**根据中国旅游研究院数据，2020年，中国康养旅游人数达到6,750万人次；2021年，45岁以上的中老年旅游者合计出游11.9亿人次，占中国旅游客源市场的36.8%。全国老龄工作委员会的调查显示，2016-2020年，中国老年文旅消费年均增速达23%；2021年老年文旅消费已突破7,000亿元。根据巨量引擎的数据，2023年第一季度，抖音平台上的旅游兴趣用户主要集中在31-50岁的年龄段，而51岁及以上的银发群体亦展现出了对旅游的浓厚兴趣，成为旅游市场不可忽视的重要群体。2023年10月，携程发布的《2023银发人群出游行为洞察》报告揭示了老年群体旅游市场的显著增长。截至2023年10月15日，与去年同期相比，55岁以上人群的出游数量近乎翻倍，其中55至60岁年龄段成为消费主力军，出游人数占比达到60%，而61至65岁年龄段亦占据超过20%的比例；在出游方式上，跟团游仍深受老年人青睐，订单量占比近50%。此外，私家团订单量相较于2022年同期增长超过3倍，跟团游价格同比上涨超过三成，表明老年人对旅游的个性化和舒适度需求增加，并愿意为更好的旅游体验支付更高的价格。预计到2025年，中国老年国内旅游收入将达到1.14万亿元。随着人口老龄化的加速和银发经济的崛起，银发旅游市场正逐渐成为新的消费增长点。

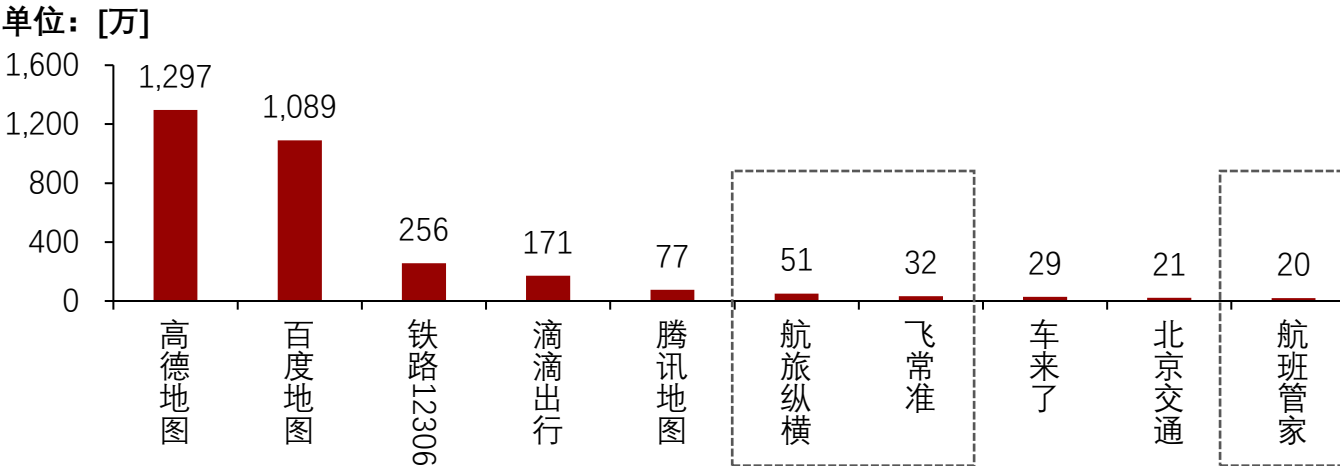
中国银发文旅市场发展现状及趋势（2/2）

随着旅游业的蓬勃复苏，旅游人群对OTA平台、酒店等旅游服务平台的依赖度日益加深，粘性显著增强。而“AI+文旅”、“品牌+文旅”及“IP+文旅”等模式有望进一步推动银发旅游市场的繁荣发展。

51岁以上银发旅游人群使用旅游服务类APP的月活跃用户规模TOP10，2023年3月



51岁以上银发旅游人群使用出行服务类APP的月活跃用户规模TOP10，2023年3月



来源：QuestMobile，商务部，头豹研究院

银发文旅消费场景

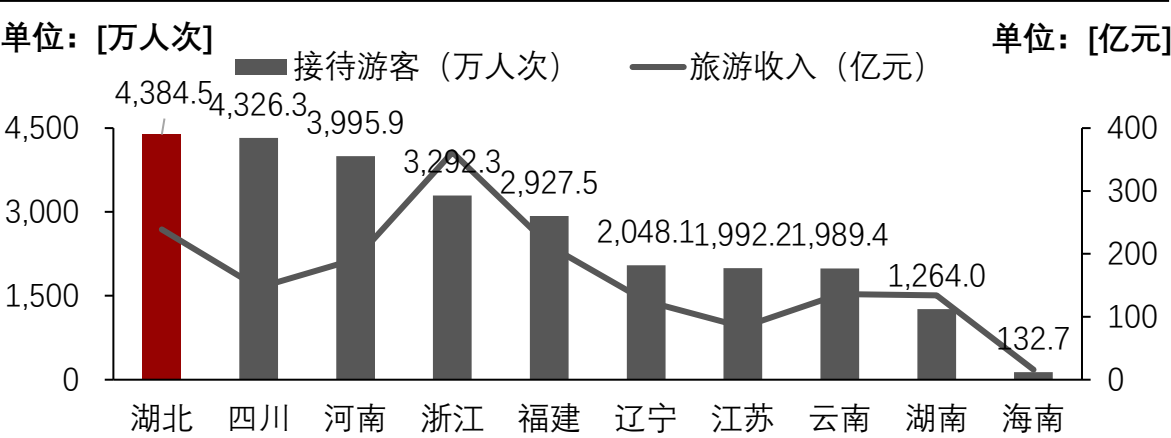


- 随着旅游业的蓬勃复苏，旅游人群对OTA平台、酒店等旅游服务平台的依赖度日益加深，粘性显著增强。2022年，中国在线旅游市场规模达到7,460亿元，同时吸引了4.22亿在线旅游用户。2023年上半年，中国在线旅游产品和景点门票销售额同比增长272.4%，在线文旅销售额亦实现了69.8%的同比增长。2023年3月，51岁以上的银发旅游者对旅游服务APP的使用时长达到了46.2分钟/月，同比增长了20.5%，显示出其对携程旅行、去哪儿旅行等在线旅游服务的强烈兴趣和高度依赖。银发人群在出行时较为依赖旅行工具、攻略类应用，并注重旅途的舒适性，因此多选择飞机出行。
- 数字鸿沟和适老化改造不足仍是银发族群旅游时面临的挑战。而优质的出游体验是银发旅游市场持续增长的关键驱动力。文旅部、工信部及国家卫生健康委办公厅联合发布了2023年“老年旅游典型案例名单”，共有20个案例脱颖而出，其中辽宁省、上海市、湖北省和广东省均贡献了2个典型案例，如南方航空APP设置了长辈版专区，简化界面操作并增加语音搜索和读屏功能，以满足老年人出行需求。通过“AI+文旅”、“品牌+文旅”及“IP+文旅”等模式，利用AI技术提供智能决策和线路选择，并智能监测和报警保障老年游客安全，或打造特色文化IP，与热门IP合作，创新消费场景和文旅体验，推动地域文化出圈，有望让银发族群享受更多旅游便利和乐趣，进一步推动银发旅游市场的繁荣发展。

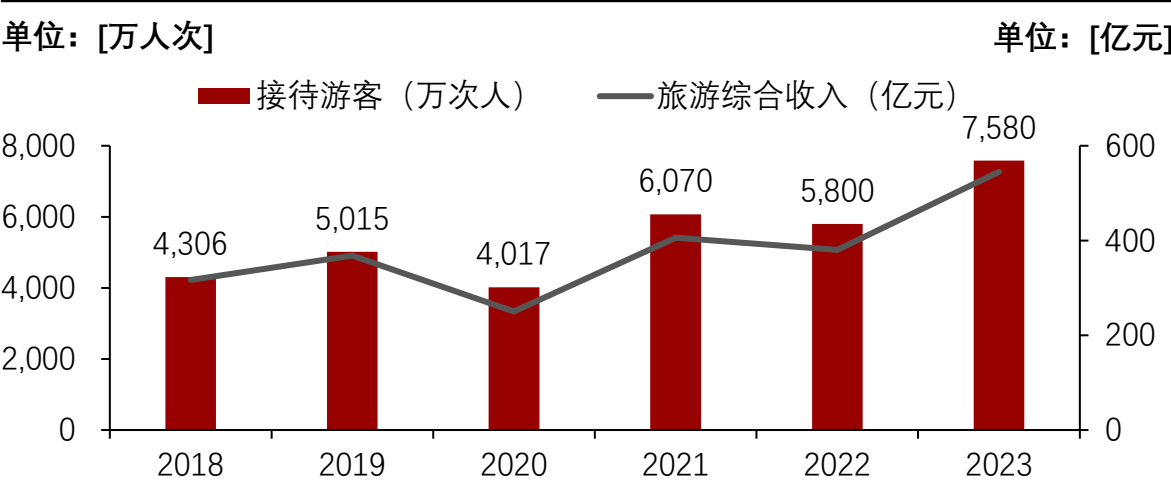
中国银发经济细分市场：湖北荆州老年文旅市场

荆州拥有5000年建城史和500年建都史，是国务院首批公布的24座历史文化名城之一，其文旅市场总体运行平稳，发展势头向好，但老年文旅市场在宣传推广和适老化文旅产品供给方面有待提升。

国庆假期部分省市接待游客人次及旅游收入，2022年



荆州市接待游客人次及旅游综合收入，2018-2023年



来源：荆州市人民政府网，荆州市文化和旅游局，头豹研究院

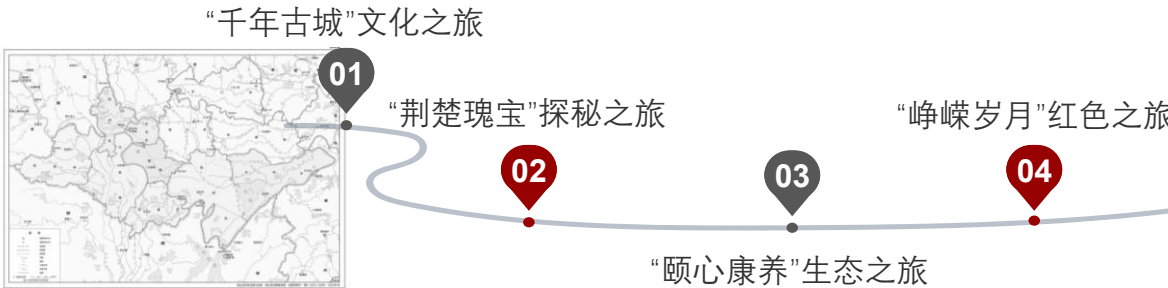
荆州老年文旅市场发展痛点

市场推广不足

- 荆州已连续两年成为电影频道M榜荣誉盛典的举办地，充分展现了其在文化艺术领域的活跃度与影响力。2024年3月，“与辉同行”湖北行第二站走进荆州，通过直播、文化讲解、特产带货，深度推介荆州文旅资源。然而，荆州文旅市场宣传不足，许多外地游客尤其是老年人对其了解有限。目前，上海、北京等城市仍为银发族热门旅游目的地，拥有成熟的旅游市场和丰富的银发旅游服务经验。相比之下，荆州在银发旅游市场的知名度和吸引力仍需提升。

适老化文旅产品供给不足

- 2023年1月至8月，荆州市成功签约20个文旅项目，总投资额达到217.5亿元；全市范围内文化和旅游领域的亿元以上续建及拟新开工项目总计34个，总投资额达到324亿元。尽管在文旅项目的数量和投资规模上取得了显著成果，荆州文旅市场在老年优待、路线规划、出行方式等产品方面供给不足，以及银发人群在公共文化参与活动方面的深度整合仍有待加强。中老年文旅业务亟待通过平台模式进行赋能，并加大适老化改造的力度，以更好地满足老年人的文旅需求。



方法论

- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究、砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。头豹通过深研19大行业，持续跟踪532个垂直行业，已沉淀100万+行业数据元素，完成1万+个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立、发展、扩张，到企业上市及上市后的成熟期，研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式、企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去、现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会跟随行业发展、技术革新、格局变化、政策颁布、市场调研深入，不断更新与优化。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

■ 商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

详情咨询

头豹研究院

咨询/合作

网址: www.leadleo.com

电话: 13080197867 (李先生)

电话: 13631510331 (刘先生)

@深圳市华润置地大厦E座4105室

