

老龄化背景下老年旅游市场的现状、挑战与发展路径

何佳奕

东北财经大学高等经济研究院, 辽宁 大连

收稿日期: 2025年2月8日; 录用日期: 2025年4月9日; 发布日期: 2025年4月17日

摘 要

基于中国老龄化加速和旅游市场发展的背景, 研究分析了老年旅游市场的现状、机遇与挑战。研究表明, 老年旅游市场在市场规模、政策支持和消费能力提升等方面展现出巨大潜力。然而, 市场亦面临产品同质化、服务质量参差不齐、安全与健康保障不足等挑战。基于调查数据的分析, 研究提出针对性的策略, 推出“工作再体验”“故地重相逢”等旅游服务方案, 同时开发了“百龄鸟”微信程序, 满足老年人个性化需求和情感诉求。政策引导、多方协作和创新实践共同推动老年旅游市场可持续发展。

关键词

老龄化, 老年旅游, “百龄鸟”微信程序, 服务创新

Current Situation, Problems and Paths of the Elderly Tourism Market under the Background of Aging

Jiayi He

Institute of Advanced Economics, Dongbei University of Finance and Economics, Dalian Liaoning

Received: Feb. 8th, 2025; accepted: Apr. 9th, 2025; published: Apr. 17th, 2025

Abstract

Based on the background of accelerated aging and the development of tourism market in China, the present situation, opportunities and challenges of the senior tourism market are analyzed. The research shows that the senior tourism market shows great potential in terms of market size, policy

support and consumption power improvement. However, the market also faces challenges, such as product homogeneity, uneven service quality, and inadequate safety and health protection. Based on the analysis of the questionnaire survey data, the paper proposes relevant countermeasures, including strengthening product innovation, improving service quality, optimizing information management platform and strengthening brand building. At the same time, it has developed the “Bailing Bird” WeChat program and launched a series of service programs, such as “work re-experience” activities and “reunion of old places” activities, to meet the personalized needs and emotional demands of the elderly. The senior tourism market has a huge space for development, and it needs policy guidance, multi-party cooperation and innovative practice to promote its sustainable development.

Keywords

Aging, Senior Tourism, “Bailing Bird” WeChat Program, Service Innovation

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着中国老龄化进程的加速和旅游市场的快速发展,老年旅游市场逐渐成为学术界和产业界关注的热点。根据国家统计局数据,截至 2022 年,中国 60 岁及以上人口已超过 2.8 亿,占总人口的近 20%。与此同时,老年人群体的消费能力显著提升,旅游需求日益增长,老年旅游市场展现出巨大的发展潜力。

老年旅游市场问题获得国内外学者的广泛研究。赵磊[1]发现,老年人的旅游动机包括健康养生、情感寄托、社交需求等。张亚枝[2]提出,老年旅游产品应注重个性化、情感化和健康化。叶盛[3]指出信息化管理平台和智能技术的应用能够提升老年旅游服务的效率和质量。尽管已有研究对老年旅游市场进行了多角度的分析,但仍存在一些研究不足:现有研究多集中于现象描述,缺乏对老年旅游需求的深层次理论分析;部分提出的服务方案缺乏实践验证,其可行性和效果有待进一步检验。基于此,本研究将以老年人的调查为依据,以老年人旅游需求为前提,注重对老年人旅游服务方案的设计,并在实施中进行改善优化,切实寻求满足新时代老年人需求的旅游方案。

2. 老年旅游市场的现状调查

研究以老年旅游者对象,采用线上问卷形式展开调查。问卷共设计了 29 道题,包括性别、年龄、职业背景、居住情况、旅游花费、旅游时间、旅游方式、旅游目的地选择、交通方式、旅游要求、旅游目的、旅游时间长度、出游次数、同行人员、进餐地点、兴趣点、作息习惯、健康状况、安全保障需求等。

2.1. 调查的基本情况

本次调查通过分层抽样法,确保每个子群体的样本都能得到充分的代表,共收集了 340 份有效问卷,调查对象及其调查的情况如下:

- 1) 性别: 男性 113 人, 占比 33.33%; 女性 227 人, 占比 66.67%。
- 2) 年龄: 50~55 岁 100 人, 占比 29.17%; 55~60 岁 50 人, 占比 14.71%; 60~65 岁 113 人, 占比 33.33%; 65~70 岁 57 人, 占比 16.67%; 70 岁以上 23 人, 占比 6.25%。
- 3) 退休前工作所在机构的所有制性质: 机关团体事业单位 100 人, 占比 29.17%; 国有及国有控股企

业、集体企业 113 人，占比 33.33%；私有企业及其他类型单位 127 人，占比 37.5%。

4) 退休前职业：管理人员 113 人，占比 33.33%；专业技术人员 100 人，占比 29.17%；办事人员 19 人，占比 5.56%；商业、服务业人员 57 人，占比 16.67%；军人 19 人，占比 5.56%；其他 34 人，占比 9.17%。

5) 旅游花费：在接受调查的老年人中，50%的人能接受的人均日花费范围为 201~500 元，20.83%的人能接受 501~1000 元/日的花费，另有 20.83%的人能接受高于 1000 元/日的花费，仅有 8.33%的人能接受低于 200 元/日的花费。

6) 旅游时间：54.17%的老年人喜欢在工作日旅行，29.17%的人喜欢在法定假日旅行，16.67%的人喜欢在寒暑假旅行，没有人选择在周末旅行。这可能与老年人的作息习惯有关，他们更倾向于避开旅游高峰期，选择在工作日出行。

7) 旅游方式：50%的老年人喜欢与朋友结伴旅行，20.83%的人喜欢自助游，16.67%的人喜欢参加旅行社包价旅行，12.5%的人选择其他方式。这表明老年人在旅游方式上更倾向于与朋友结伴或自助游，对旅行社的依赖程度相对较低。

8) 旅游目的地：79.17%的老年人喜欢选择自然景观作为旅游目的地，66.67%的人喜欢人文景观，58.33%的人喜欢大众旅游景点，66.67%的人喜欢小众旅游景点。此外，还有 29.17%的人喜欢选择曾工作地作为旅游目的地。这表明老年人在旅游目的地的选择上具有多样性，既喜欢自然景观和人文景观，也喜欢大众旅游景点和小众旅游景点。

9) 交通方式：75%的老年人喜欢乘坐火车高铁出行，66.67%的人喜欢乘坐飞机，37.5%的人喜欢乘坐汽车，33.33%的人喜欢乘坐轮船。这表明老年人在交通方式的选择上更倾向于火车高铁和飞机等快速、便捷的交通方式。

10) 旅游要求：95.83%的老年人对旅游的舒适度有较高要求，62.5%的人对旅游是否感兴趣有较高要求。这表明老年人在旅游过程中更注重舒适度和兴趣度，对旅游产品的品质和服务质量有较高要求。

11) 旅游目的：83.33%的老年人旅游的目的是为了放松心情，75%的人是为了开阔眼界，41.67%的人是为了拜访老友，37.5%的人是为了结交朋友。这表明老年人在旅游目的上具有多样性，既注重身心健康，也注重社交和情感体验。

12) 旅游体验：70.83%的老年人平均旅游时间为 5 天到一周，16.67%的人为一周到十五天，20.83%的人为三天之内或十五天以上。在旅游体验方面，老年人对旅游产品的满意度较高，95.83%的人表示若旅游体验感良好，愿意推荐旅游网站给亲戚朋友，并二次选择相同旅游网站。

2.2. 调查的基本结论

结合问卷数据的情况，研究发现老年人旅游具有如下特点。

2.2.1. 市场规模与增长潜力

随着中国老龄化进程的加速，老年人口数量不断增加，老年旅游市场具有巨大的市场规模和增长潜力。根据问卷调查结果，60 岁及以上老人占据了样本的较大比例，且普遍具有较高的旅游意愿和消费能力。因此，老年旅游市场将成为未来旅游业的重要增长点。

2.2.2. 消费能力的提升

随着经济的发展和社会的进步，老年人的消费能力不断提升，他们对旅游产品的品质和服务质量有更高要求。问卷调查显示，超过半数的老年人能接受人均日花费在 201~1000 元之间的旅游产品，这表明老年人在旅游消费上具有一定的经济实力和支付能力。因此，旅游企业应针对老年人的消费需求和特点，开发更多高品质、个性化的旅游产品，满足他们的旅游需求。

2.2.3. 旅游产品的多样化

老年旅游市场的旅游产品日益多样化,涵盖了自然景观、人文景观、大众旅游景点、小众旅游景点等多种类型。问卷调查结果显示,老年人在旅游目的地选择上具有多样性,既喜欢自然景观和人文景观,也喜欢大众旅游景点和小众旅游景点。因此,旅游企业应针对不同老年人的旅游需求和偏好,开发更多多样化的旅游产品,满足他们的个性化需求。

3. 老年旅游服务方案的设计

为了更好地服务老年人旅游的旺盛需求,设计适合老年人的旅游服务方案,真正让老年人在旅游中感受到老有所养,老有所乐。

3.1. 老年旅游服务方案设计的基础

老年人旅游需求是开展方案设计的前提,而这种需求通常可以从老年人身心特点以及社会交往的需求来进行。

一是老年人的心理。老年人在进入晚年阶段常常经历“老化心理”和“社会角色丧失”的过程。心理学家埃里克森[4]指出,老年人在晚年阶段通常处于“完整性对绝望”的状态,他们更加关注回顾人生的意义以及和外界的联系。因此,老年人常常希望通过旅行回顾自己的人生经历,寻找情感寄托。根据积极老龄化理论[5],老年人希望保持活力和社会联系,通过旅游这种活动满足自我效能感和社会参与感。因此,设计旅游产品时,应注重激发老年人内在的活力和参与感。

二是老年人的社会交往。社会交往理论[6]认为,老年人在旅游中不仅希望享受休闲,还希望与他人进行有意义的互动。因此,在设计旅游产品时,需要特别注重为老年人提供丰富的社交机会,比如跨代旅行、团体旅游等。根据角色理论[7],老年人在退休后常常失去曾经的社会角色,这可能导致身份认同的危机。为了帮助老年人找到新的社会角色,旅游产品可以通过特殊的尊重服务(如优先登机、专属接待等),增强老年人的自尊感和归属感。

三是老年人的健康需求。老年人更关注旅游中的安全保障和健康管理,这不仅是物理需求,更是心理需求的一部分。健康心理学[8]表明,老年人在旅行中的身体健康问题会直接影响其情绪和心理状态。因此,旅游产品应提供全面的健康保障,如医疗顾问、健康饮食和无障碍设计等。

3.2. 老年旅游服务方案的设计

老年人旅游服务方案的设计以重现青春记忆和搭建情感纽带为核心,满足老年人日益多样化的精神文化需求,帮助老年人实现社会参与与自我价值的再发现。为了更好地服务和满足老年人的旅游需求,研究设计了两个典型的服务方案。

3.2.1. “工作再体验”活动

“工作再体验”活动通过线下场景的还原与角色扮演,让老年人回到自己职业生涯中的重要节点,重温工作中的成就与激情。

(1) 场景还原

在真实的办公环境或生产场地中搭建还原老年人工作记忆的场景。例如,为曾在工厂工作的客户设计“重回生产线”活动,让他们再次穿上工装,操作熟悉的设备。

对于曾从事教育工作的客户,可在当地学校安排一场模拟课堂,邀请学生共同参与,帮助其重新体验讲台上的辉煌时刻。

(2) 角色扮演

结合参与者的过往经历,设计一日角色扮演活动。例如,邀请曾担任公务员的老年人参与模拟的文

件审阅和公务会议；对曾经的医务工作者，则安排他们参观医院并参与现场的科普义诊活动。

活动中配备专业指导人员，确保参与者能够顺利融入情境，同时体验到熟悉且深刻的职业记忆。

(3) 仪式感设计

在活动中加入如“荣誉回顾”“贡献颁奖”等仪式性环节，通过展示参与者的工作成就、发表感言等方式，提升活动的情感价值和记忆深度。

3.2.2. “故地重相逢”活动

“故地重相逢”活动通过组织老年人回到曾经的工作单位、成长地或其他重要场所，帮助他们重拾青春记忆，同时为同事、战友或老友的相聚提供契机。

(1) 回访工作单位

联合地方企事业单位，为老年人安排单位回访行程。例如，在老客户的曾任职场所举办“重回岗位”活动，由单位负责人讲解企业发展历史和变化情况，组织老员工参观熟悉的办公楼、车间、实验室等场所。

安排与现役员工的互动活动，例如座谈会、工作经验分享等，让老年人感受到他们经验的传承与价值延续。

(2) 家乡故地重游

组织针对性强的怀旧旅行活动，例如参观参与者的母校、家乡地标或历史遗址。通过专属讲解员讲述当地历史变迁，唤起参与者的情感共鸣。

可在参观过程中安排互动环节，如老同学见面会、纪念植树仪式等，为活动注入更多意义和乐趣。

(3) 主题重聚活动

为老战友、老同事等特定群体策划“青春再聚首”主题活动。通过策划重聚晚宴、照片墙展览或回忆录视频放映，帮助他们在故地重逢中分享青春故事，深化彼此的情感联结。

活动中特别设置“时光留影”环节，邀请专业摄影师记录重逢时刻，赠送参与者具有纪念意义的照片或相册。

3.3. 服务方案的组织

为确保活动效果和服务质量，“百龄鸟”将与地方政府、离退休干部管理部门及相关单位开展深度合作，共同推进活动的落地实施。

(1) 联合地方离休办

与地方离休干部管理部门合作，定期组织针对离退休老干部的主题活动。借助其渠道优势，大规模开展“工作再体验”活动，例如为曾在国企工作的老员工策划“工厂回归日”活动。

针对特定群体(如老战友、老教师)，设计定制化活动线路，并由离休办协助筛选和邀请合适的参与者。

(2) 与旅游企业及景区合作

联合红色旅游基地、文化遗址和特色景区，为“故地重相逢”活动提供服务支持。通过定制专属导览和特色互动项目，增加活动的文化深度与参与感。

引入个性化服务，例如专属讲解、全程陪同服务、适老化设施等，提升活动的细节体验。

(3) 专业团队支持

配备专业活动策划和执行团队，包括场景设计师、讲解员和医疗陪护人员，为老年客户提供安全、舒适、贴心的活动体验。

在活动前期充分了解参与者的个人经历与需求，设计个性化服务方案，确保活动内容能够精准触动其情感需求。

4. 老年旅游服务方案案例及实施

基于当地特色资源，结合湖南浏阳的历史文化底蕴、自然风光以及工业特色，团队初步设计了两条创新性旅游线路，分别为“老友重相聚”路线和“工人追梦计划”路线，邀请到浏阳烟花厂的退休工人初体验两条路线。

4.1. 案例 1：老友重相聚路线

这条路线聚焦于重温旧时记忆，适合老友相聚群体，旨在通过历史文化、自然风光与轻松休闲活动的结合，带给游客情感上的共鸣和放松身心的体验。

4.1.1. 路线的基本情况

本路线包括以下主要站点：

(1) 胡耀邦故居

文化体验：参观胡耀邦故居，了解这位伟大的改革者一生的奋斗与贡献，重温历史记忆。

互动活动：团队还设计了导览讲解、历史知识问答等互动环节，让游客在沉浸式体验中加深对历史的认知。

(2) 大围山国家森林公园

自然观光：游客可在大围山尽享大自然的秀美景色，徒步山林、采摘时令水果，感受“天然氧吧”的治愈力量。

亲友交流：设计了特色的“山野茶会”环节，游客可以一边品尝当地特色茶点，一边与亲友共叙旧事，增进情感联系。

(3) 浏阳体育场烟花表演

夜间活动：浏阳作为“中国烟花之乡”，烟花表演是其重要的文化符号。游客将在体育场欣赏到由专业团队精心策划的烟花秀，体验夜晚灯火与烟火齐舞的震撼视觉效果。

纪念仪式：可为老友团体或家庭特别定制“重相聚纪念烟花”，让夜空见证友情与家庭的温暖瞬间。

4.1.2. 路线的不足与优化

在浏阳进行了实践中，发现以下存在几点不足：

(1) 服务流程不顺畅：由于游客的年龄较大，一些流程如集合、出发和移动过程中出现迟缓，导致时间安排不合理，部分游客因体力问题而感到疲惫。

(2) 互动环节参与度低：历史知识问答和文化分享活动，部分老年游客对新技术和信息的接受程度较低，导致他们对互动环节的兴趣不高，参与度有限。

(3) 资源配置不均：在一些景点，因游客较多或资源有限，服务人员的安排不够充分，导致游客等待时间过长，影响整体体验。

为此，团队由此提出以下改进措施：

(1) 优化服务流程：增加服务人员，特别是安排更多的导游和协助人员，在集合和转移过程中提供帮助，确保每个环节都有专人负责，避免游客因行动不便而受到困扰。

(2) 调整互动活动：针对老年游客的需求，可以设计更为简单易懂的互动环节，比如增加历史故事分享、图片互动等形式，降低对高科技手段的依赖，同时根据游客的兴趣设置选择性活动。

(3) 加强资源配置：根据试点反馈，优化游客人数和资源配置比例，特别是高需求的站点(如胡耀邦故居、大围山)，增加服务人员或设置预定制度，避免游客过多导致服务质量下降。

4.2. 案例 2：烟花厂工作再体验路线

这条旅游路线的核心在于向烟花厂退休工人致敬，旨在通过深度的沉浸式体验，让这些曾经为烟花行业奉献一生的工人重回熟悉的工作环境，拾起记忆中的劳动时光，感受现代工厂的新气象和行业的发展变化。

4.2.1. 路线的基本情况

(1) 工厂回归仪式：尊重与感恩的开场

暖心欢迎：在烟花厂门口举行简短而庄重的回归仪式，员工代表为退休工人献上鲜花或纪念胸章，感谢他们为行业发展所做的贡献。

工厂历史展：设立“烟花厂发展史”展区，通过老照片、旧设备、历史故事视频等形式，带领工人重温工厂的峥嵘岁月。

昔日伙伴重逢：邀请其他退休工人一同参与，让他们有机会叙旧，分享彼此的故事。

(2) 现代工艺参观：见证行业的变迁

新旧对比展示：专设路线让退休工人参观现代化的烟花生产流水线，对比过去的手工艺与如今的机械化、智能化工艺，感受行业技术进步。

互动问答：为参观者提供与现任工厂技术人员交流的机会，分享经验并了解现代技术如何传承和创新传统手工艺。

(3) 手工烟花制作体验：回归劳动的快乐

再现熟悉场景：设置手工烟花制作体验区，还原工人们熟悉的操作环境和流程，让他们重新感受制作烟花时的专注与满足。

个性化作品：为每位退休工人提供特殊的“烟花创意体验”，制作带有自己姓名或特殊图案的小型纪念烟花，象征个人记忆与贡献。

安全保障：针对年长游客的特点，优化工作台设计，提供安全辅助设备，确保体验轻松且无风险。

(4) 纪念烟花燃放：点亮劳动记忆

特别设计：将退休工人亲手制作的烟花集中燃放，设计专属的烟花表演主题，例如“劳动者之光”或“工厂记忆”，用璀璨的烟花展现他们一生的辉煌贡献。

荣誉致敬：表演结束时，播放退休工人过往的照片与视频短片，结合烟花效果展现，向他们表达深深的敬意。

(5) 工厂生活再现：重温往日情谊

班组聚会：还原工人当年的班组氛围，组织他们围坐一起，品尝工厂时期的经典食堂菜肴或当地传统美食，分享劳动经历中的难忘瞬间。

故事传承：设立“工匠精神分享会”，邀请退休工人讲述当年的奋斗故事，与年轻工人交流，将工匠精神与劳动情怀代代相传。

4.2.2. 路线的不足与优化

在浏阳的实践发现，这条路线也出现一些不足之处：

(1) 体验环节的安全隐患：在手工烟花制作过程中，由于退休工人年纪较大，存在一定的体力和安全隐患，尤其是操作设备时，部分工人未能完全适应现代化的工艺流程。

(2) 情感需求未完全满足：尽管存在“工厂回归仪式”和“昔日伙伴重逢”等环节，但部分退休工人在活动中感到情感上没有得到充分的关怀，特别是在工厂历史展和现代工艺参观环节中，未能完全激发他们的情感共鸣。

(3) 纪念活动的个性化不足：纪念烟花的设计可能未能完全符合每位退休工人的个人经历和情感需

求，部分工人希望看到更具个人特色的回顾和致敬方式。

为此，团队由此提出以下改进措施：

(1) 增强安全保障：在手工烟花制作体验环节，优化工作台和操作环境，设置适合老年游客的辅助设备(如低桌、高椅等)，并提供必要的安全培训和指导。同时，对工作人员进行专门的安全培训，确保在体验过程中及时应对突发状况。

(2) 深化情感关怀：在参观历史展区时，可以增加一些老工人的亲身讲述和故事分享，使其更加贴近退休工人的情感世界。邀请退休工人分享他们的奋斗历程，并安排互动讨论，让他们在怀旧中感受到集体的温暖和尊重。

(3) 增加纪念活动的个性化设计：在烟花表演时，可以让每位退休工人提前定制自己专属的烟花设计，结合个人的名字或工作经历进行创作，增强纪念的意义。此外，还可以在纪念烟花表演后设置短片播放环节，回顾他们的历史贡献，增强情感认同感。

通过实践反馈，我们可以发现一些服务流程、体验环节和情感关怀上的不足。这些问题为我们提供了宝贵的改进机会。通过优化服务流程、调整互动环节、增强安全保障、深化情感关怀以及增加个性化设计，能够更好地满足老年游客的需求，提升他们的体验感和满意度。

5. 老年旅游 APP 的案例——“百龄鸟”

为了对接旅游市场数字化发展的需求，研究开发了微信小程序——“百龄鸟”，方便老年人通过手机开启旅游。

5.1. “百龄鸟”小程序介绍

“百龄鸟”微信小程序主要功能包括首页、订制页面、聚友界面及个人主页。

5.1.1. 首页

首页界面如图 1 所示，具体包括四个部分：



Figure 1. The “home page” module
图 1. “首页”模块

- (1) 顶部滚动展示：精心策划的活动轮播区域，定期更新，确保内容的新鲜度和吸引力。这里将展示即将到来的活动预告、特别促销或行业动态，为用户提供及时的信息。
- (2) 中部优惠券发放：设置一个显眼且易于操作的优惠券领取区域。定期发布各类优惠券和折扣码，鼓励用户进行消费。这个区域可以设计成动画效果，吸引用户的注意力，并提供简单明了的领取指南。
- (3) 底部推荐模块：利用大数据分析技术，根据用户的浏览和搜索历史，智能推荐个性化的活动和内容。这个模块将为用户提供更加精准和贴心的服务，增加用户的粘性和满意度。
- (4) 右侧客服帮助：设置一个易于识别和访问的客服支持入口。考虑到老年人可能对网络操作不太熟悉，这个区域应提供清晰的文字说明和直观的图标，引导用户快速获取帮助。

5.1.2. 定制

定制模块包括三个部分，如图 2 所示。



Figure 2. The “customization” module
图 2. “定制”模块

- (1) 我的计划：为用户提供一个个人化的计划管理区域。用户可以在这里收藏和管理自己感兴趣的计划。这个区域可以设计成一个动态的列表，显示用户收藏的计划数量、最新添加的计划等信息。
- (2) 热门计划：精选平台举办的各类热门活动，如学校再参观计划、军旅生活回忆录计划、工厂再参观计划等。每个活动都配有详细的描述和参与方式，方便用户了解和选择。这个区域可以设置为一个滚动的列表，展示最新和最受欢迎的活动。
- (3) 我的回忆：记录用户参与过的活动信息，并允许用户从家属端上传照片和视频。这个区域可以设计成一个时间轴，展示用户参与活动的历史记录。用户可以通过点击时间点，查看具体的活动详情和相关媒体资料。

5.1.3. 聚友

聚友模块包括三个部分，如图 3 所示。



Figure 3. The “gathering friends” module
图 3. “聚友”模块

- (1) 活动介绍：推出母校再听讲、订制童年回忆录和恩师再拜访三个核心活动。每个活动都配有详细的介绍和参与指南，让用户了解活动的目的、内容和要求。这个区域可以采用图文结合的方式，提供丰富的信息展示。
- (2) 分支活动设置：为每个核心活动设置多个分支活动，如在订制童年回忆录活动下设置共品美食活动、重游故地活动以及重温“探险之路”活动等。每个分支活动都有独立的描述和参与方式，增加活动的多样性和趣味性。这个区域可以设计成一个可折叠的列表，方便用户查看和选择感兴趣的分支活动。
- (3) 进度跟踪：提供一个清晰的进度跟踪功能，让用户随时了解自己参与活动的进展情况。用户可以查看每个活动的完成度、剩余任务等信息，并根据进度调整自己的参与计划。

5.1.4. 我的页面

- 我的页面包括三个部分，如图 4 所示。
- (1) 模式切换：提供两种不同的模式选择，老年人模式和老年人家属模式。老年人模式注重简洁易用，提供大字体、高对比度的界面和简化的操作流程；老年人家属模式则提供更全面的功能，如查看已加入的计划进度、发起计划进度的管理和总回忆集的查看等。这个区域可以设计成一个明显的切换按钮，方便用户根据需要切换模式。
- (2) 计划进度查看：允许用户查看已加入的计划进度和自己发起的计划的进度。用户可以通过点击相应的计划，查看详细的进度信息和完成情况。这个区域可以设计成一个动态的进度条，展示计划的完成度和剩余任务。
- (3) 回忆集查看：提供一个总回忆集的查看功能，汇总用户参与过的所有活动信息。用户可以通过点击回忆集，查看详细的活动记录和相关媒体资料。这个区域可以设计成一个相册式的界面，方便用户浏览和分享自己的回忆。这个区域可以采用条形图或进度环的形式，直观地展示活动进度。



Figure 4. The “my” module
图 4. “我的”模块

6. 结论

随着我国老龄化进程加速，老年人口数量持续增长，对高质量和定制化服务需求增加。因此，创新旅游产品，发展养生、文化等主题性旅游项目，通过情感共鸣与文化关怀的创新服务模式，不仅提升了老年人的旅游体验，为老年旅游市场创造良好环境，同时进一步推动老年人福祉和旅游业的可持续发展。

参考文献

- [1] 赵磊, 潘婷婷. 我国人口老龄化对旅游业发展的影响研究[J]. 中国海洋大学学报(社会科学版), 2023(2): 74-87.
- [2] 张亚枝, 刘玉琴. 基于人口老龄化的旅游业创新思考[J]. 中国经贸导刊, 2012(30): 69-70.
- [3] 叶盛, 岳文赫. 当代中国老年产业发展前景分析[J]. 西部皮革, 2019, 41(2): 98.
- [4] Erikson, E.H. (1998) *The Life Cycle Completed (Extended Version)*. WW Norton & Company.
- [5] World Health Organization (2002) *Active Ageing: A Policy Framework*. World Health Organization.
- [6] Berkman, L.F. and Glass, T. (2000) Social Integration, Social Networks, Social Support, and Health. In: Berkman, L.F. and Kawachi, I., Eds., *Social Epidemiology*, Oxford University Press, 137-173.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780195083316.003.0007>
- [7] Biddle, B.J. (1986) Recent Developments in Role Theory. *Annual Review of Sociology*, 12, 67-92.
<https://doi.org/10.1146/annurev.so.12.080186.000435>
- [8] Sarason, B.R., Sarason, I.G. and Pierce, G.R. (1990) *Social Support: An Interactional View*. Wiley-Interscience.