

银发旅游市场调研及供给适应性建议

——以九江市为例

赵军凯*, 王燕华, 卢悠然, 曹 禹[#]

九江学院旅游与地理学院, 江西 九江

收稿日期: 2026年6月13日; 录用日期: 2026年7月6日; 发布日期: 2026年7月14日

摘 要

进入21世纪, 中国人口老龄化加剧, 银发旅游市场潜力巨大, 刺激银发经济快速发展, 给旅游景区带来了巨大的机遇和挑战。采用问卷调查法对九江市银发旅游市场进行调研发现: 银发群体旅游需求强烈, 比较偏爱自驾游, 中短途旅游行程最受欢迎, 倾向于文化底蕴、能深度参与体验的旅游产品, 要求旅游过程服务质量高、景区适老化设施有保障等, 并对九江市旅游供给侧提出了适老化建议。

关键词

银发旅游, 市场调研, 供给侧适老化建议, 九江市

Research on the Silver Hair Tourism Market and Suggestions for Supply Adaptability

—A Case Study of Jiujiang City

Junkai Zhao*, Yanhua Wang, Youran Lu, Yu Cao[#]

College of Tourism and Geography, Jiujiang University, Jiujiang Jiangxi

Received: June 13, 2026; accepted: July 6, 2026; published: July 14, 2026

Abstract

Entering the 21st century, the aging of the population in China has intensified, and the potential of the silver-haired tourism market is huge, stimulating the vigorous development of the silver-haired economy. At the same time, it brings significant opportunities and challenges to tourist destinations.

*第一作者。

[#]通讯作者。

文章引用: 赵军凯, 王燕华, 卢悠然, 曹禹. 银发旅游市场调研及供给适应性建议[J]. 服务科学和管理, 2026, 15(4): 706-715. DOI: 10.12677/ssem.2026.154081

A survey is conducted using a questionnaire to investigate the silver tourism market in Jiujiang City. Research has found that the silver-haired population has a strong demand for tourism, preferring self-driving tours. Short and medium-distance travel itineraries are the most popular. They tend to prefer tourism products with rich cultural heritage and opportunities for deep participation and experience. They require high-quality service during the travel process and guaranteed age-friendly facilities in scenic spots. And some suggestions for supply-side aging adaptation in Jiujiang City have been put forward in this paper.

Keywords

Silver-Haired Tourism, Market Research, Suggestions for Supply-Side Aging Adaptation, Jiujiang City

Copyright © 2026 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

全球人口老龄化不断加剧，银发经济逐步成为各国关注的焦点，进而银发旅游成为热门话题[1]。银发旅游是指以退休老年人为主要参与者的旅游活动，在发展中国家将年龄达 60 岁及以上定义为老年人[2]。国家统计局数据显示，2022 年中国 60 岁及以上老年人数量已达到 2.8 亿，占总人口的 19.8%，表明我国已经进入中度老龄化时代[3]。2023 年中国银发经济规模约为 7 万亿元，占全国 GDP 比例约 6% [4]。2024 年我国出台文件《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》支持银发经济发展，积极应对人口老龄化[5]。我国在人口结构发生重大变化的时代背景下，老年人的平均寿命延长，身体健康条件良好，老年人的旅游消费需求旺盛，银发旅游市场前景广阔。银发老人将成为中国旅游市场的主要客源，银发旅游市场潜力巨大，银发群体逐渐成为我国社会消费结构的主力军，依托老年人消费需求的银发经济，将会成为未来市场发展的方向。而江西作为旅游资源大省，银发旅游市场正面临需求与供给不相适应的结构性矛盾，适老化旅游产品设计与服务标准体系构建成为学界与业界关注的焦点[6] [7]。故，本文围绕九江市旅游业面临新的挑战和问题，展开对九江旅游企业银发旅游供给侧适应性体系的研究。

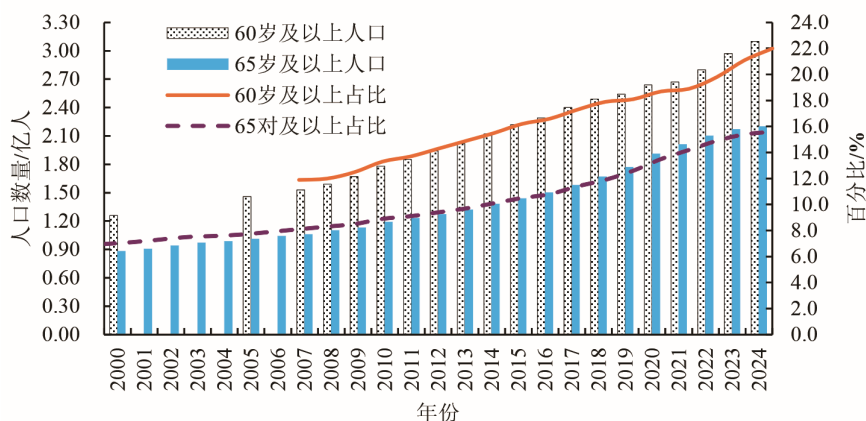
2. 银发旅游市场消费潜力巨大

中国老年人数量急剧增长加速了银发旅游市场的发展，银发旅游成为一个有巨大需求潜力的市场[8]。我国老年人相较其他年龄段的人普遍拥有更高的经济水平、更多的休闲时间以及更强烈的旅行欲望，他们在休闲活动上的消费已经超过了其他年龄段的人。他们的旅游期望推动了传统的观光式旅游向更注重品质和新鲜感、追求休闲和体验的银发旅游转变。因“康养旅游”兴起“康养产业”，把“康养”理解为健康生活、养身养心养性养生，显著推动其他相关行业经济的发展[9]。休闲度假为主要动机的旅游活动对老年人的健康有显著益处，能提高老年人的生活质量和幸福感。根据国际银发经济学会的定义，银发经济涉及多个方面，包括养老与健康服务、老年日常消费品、金融保险、文化娱乐、住宅环境、科技创新、就业与人力资源，以及相关的衍生与交叉领域[10]。因此，大力发展银发经济是区域经济发展的选择，更是旅游业高质量发展的上佳选择。

2.1. 老年人口数量急剧增加，刺激银发旅游需求增长

根据我国第七次人口普查数据(2020 年)，步入老龄阶段(60 岁以上)的人口达 2.64 亿，占总人口数量

的 18.7% [11]。我国在 2000 年就步入人口老龄化社会(图 1)。由图 1 可以看出: ① 2000 年以来, 我国 65 岁及以上人口占总人口数比例逐渐增大, 年平均增长率为 3.89% (线性方程为 $y = 0.3634x - 720.96$); 并且有分阶段增长、增长率逐阶段增大的特征, 其中 2001~2009 年平均增长率为 2.79%, 2010~2016 年平均增长率为 4.13%, 2017~2024 年增幅较大为 4.92%。② 60 岁及以上人口占总人口比例也呈现逐渐增大, 年平均增长率为 4.25% (线性方程为 $y = 0.512x - 1015.3$), 增幅年际变化较前者均匀。③ 2020 年以后, 我国老年人口增长速率突然增大, 表明我国未来老年人绝对数量增加, 人口老龄化比例更大。我国老年人口蓬勃增长之势, 必将为银发旅游市场注入源源不断的活力。



注: 人口数据来源于国家统计局。

Figure 1. Chinese elderly population and proportion during 2000~2024
图 1. 2000~2024 年中国老年人口数量及占比

随着我国老龄化程度不断增加, 老年群体对旅游的需求日益增长。2024 年, 国铁集团共组织开行旅游列车 1860 列, 为历年最多, 运送游客超 100 万人次, 其中老年游客占比接近 80%, 成为主要客源[12]。可见, 老年人口数量显著增加, 消费升级趋势明显, 尤其是文旅消费意愿不断增强、需求持续增长, 为银发经济注入庞大的消费体量。

2.2. 政府持续支持, 提供政策保障

我国政府部门对老龄化非常重视: 2021 年 11 月, 《中共中央 国务院关于加强新时代老龄工作的意见》¹要求发展适老产业; 2022 年 2 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》指出发展壮大老年用品产业、老年产品智能化升级等²; 2024 年 1 月, 《国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》³指出, 加快银发经济规模化、标准化、集群化、品牌化发展, 培育高新技术产品和优质服务模式, 让老年人晚年实现美好生活; 2025 年 1 月, 商务部、文化和旅游部、国铁集团等 9 单位印发《关于增开银发旅游列车 促进服务消费发展的行动计划》⁴, 指出增加银发旅游列车服务供给、强化适老化设施保障、提升银发旅游列车服务水平、优化银发旅游列车发展环境等, 提升适老化服务水平, 更好满足银发群体旅游服务需求等等。可见, 我国政府政策持续支持银发旅游事业, 将会为银发旅游市场带来巨大的发展潜力, 保障银发经济繁荣发展。

¹https://www.gov.cn/zhengce/202203/content_3635523.htm

²<https://www.mca.gov.cn/n152/n166/c45259/content.html>

³https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202401/content_6926088.htm

⁴https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202502/content_7003345.htm

2.3. 消费潜力巨大，激发银发经济迅速发展

银发经济拉动内需和促进经济增长的潜力巨大，将成为旅游产业的新增长点。老年人喜爱的康养旅游产业作为银发经济的重要组成部分，发展势头强劲。2020 年我国康养旅游人次超过 1 亿，占旅游总人次 10% 左右，康养旅游收入近 5000 亿元，占当年旅游总收入近 5% [13]；2025 年 1~5 月，江西武宁县接待康养旅游人次突破 50 万，银发经济总产值达 16 亿元，带动就业 1.5 万人 [14]。2024 年，我国银发经济呈现爆发式增长态势，涵盖养老服务业、老年用品消费、老年金融、健康、文旅等银发相关产业。中国国家铁路集团有限公司预计，到 2027 年完成设计 100 条以上铁路银发旅游精品路线，银发旅游列车开行规模达到 2500 列以上 [15]。可以窥见，中国未来银发旅游消费潜力巨大，必将激发银发经济蓬勃发展。

3. 九江市银发旅游市场调研

随着我国人口老龄化进程的加快，银发旅游市场正迎来前所未有的发展机遇。在此背景下，九江市作为江西省重要的旅游城市，拥有庐山、鄱阳湖、石钟山、红色革命胜地等丰富的旅游资源，具备发展银发旅游的独特优势。

3.1. 问卷调查设计

3.1.1. 调查目的与方法

本次调查采用线上问卷调查方式，被调查者可利用智能手机的小程序(问卷星)作答，操作简单，方便老年人随时随地作答；也可以利用电脑打开网络查看问卷，线上作答。

问卷的排序题选项平均综合得分利用(1)式进行计算，计算方法为：

$$Z_j = \frac{\sum_{i=1}^n P_{ij} \omega_i}{N} \quad (1)$$

式中： Z_j 表示选项 j 平均综合得分； P_{ij} 表示选项 j 排序为第 i 位的被选频数； ω_i 为选项排在第 i 位的权重； N 表示做本题参与问卷调查的总人次； i 为参与调查者将选项排序的位次， $i = 1, 2, 3, \dots, n$ ； j 为第 j 选项的原排列次第， $j = 1, 2, 3, \dots, m$ ， n 和 m 为该题的总选项个数， $n = m$ 。其中， ω_i 按(2)式进行赋值，计算方法为：

$$\omega_i = n - i + 1 \quad (2)$$

3.1.2. 调查对象选择

调查对象需满足：首先，在九江市生活且身体健康的老年人，熟悉本地旅游景区、旅行社运作和政府相关政策；其次，有参加旅游活动的经费，除了日常消费外，还有可以灵活支配的资金；第三，有空闲时间，能为自己追求“诗和远方”的旅游提供良好条件。因此，项目组选择了九江市老年大学的部分学员作为调查对象。

3.1.3. 问卷设计思路

问卷按老年人基本信息、家庭情况、旅游愿望和对九江本地景区旅游服务、设施、保障及智慧旅游的期望四个方面展开调查。其中基本信息主要是了解老年人的身体状况、经济收入等情况；家庭信息主要是了解老年人的家庭条件，如老伴、子女等情况；旅游愿望主要是了解老年人是否具有“诗和远方”的旅游意愿；此外，还设计了老年人对本地景区的印象、意见或建议等问题。如果对设定选项有不同意见或具有建设性建议，问卷增设了填空题目，可方便输入文字表达具体意见。

3.1.4. 调查过程说明与问卷的信效度分析

调查问卷的发放和回收是通过问卷星进行的。由九江市老年大学的任课教师把问卷通过微信推给学

员，任课教师利用课堂时间给学员讲解本次调查的目的和意义，希望全班学员都参与调查，再利用课堂3~5分钟时间让学员完成问卷的填写。据了解，老年大学的学员都表示愿意参与调查，并希望把他们的真正想法反映出来，公开发表，能真正地推动政府对银发旅游重视起来，使当地景区能给予优惠政策。

线上问卷填写提交之后，课题组成员查看问卷星调查结果。本次设定只要题目都做完即可认为是有效问题卷，共收到109份有效答卷，并做了效度分析。由于课题组设计的题目答案基本上都不是相对于一个标准的程度，不能分析问卷的信度，因此本次问卷调查就没有进行信度分析。效度用于检验问卷题目设计是否合理，即问卷题目和对应的维度设置是否合理。本问卷的效度分析是通过因子分析(探索性因子分析)方法进行分析 and 验证。利用SPSS软件对问卷进行KMO (Kaiser-Meyer-Olkin, KMO)和Bartlett's球形检验。结果显示(表1)， $KMO = 0.569 > 0.5$ ，Bartlett球形检验结果 $P < 0.001$ ，说明问卷具有良好的结构效度，亦即本次调查问卷题目设计合理。

Table 1. KMO and Bartlett's test results for the questionnaire
表 1. 调查问卷的 KMO 和 Bartlett 检验结果

检验项目		值
取样的 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)适切性度量		0.569
Bartlett 球形检验	近似卡方	413
	自由度 df	120
	显著性 P	0.000

3.2. 结果与分析

3.2.1. 基本情况分析

调查发现，受访者以女性(占80%以上)、已离退休(占86%以上)、中等教育水平(高中/大专占比68.8%)为主，普遍拥有稳定退休收入(90.8%)，健康状况整体良好(健康占比87.2%)，下一代独生子女家庭近90%。他们多数认为子女孝顺(孝顺占比达90%以上)，多数不与子女同住，外出活动相对比较自由。说明绝大多数老年人具有外出旅游的良好条件，即身体健康、具备较强的消费能力和可自由支配的时间等，是银发旅游市场的核心客群。

3.2.2. 旅游行为偏好明确

调查发现想外出旅游占比达到99.1%，有较强旅游愿望的达89.0%，整体呈现比较强烈的外出旅游需求。自驾游是多数老年群体出游的首选方式，其占比达到43.1%，凸显对行程自主性的重视。7天左右中短途游(占58.7%)最受欢迎，年均期望出游2次以上占86.2%。数据显示，自然风光生态观光游的综合得分最高为4.54，表明它是最想参与的旅游类型；历史古迹和文化遗址次之，综合得分为2.33；绿色康养旅游、红色文化游和研学深度游的得分较低，可能是对游客知识背景和人生阅历有一定的要求，说明该类型的细分市场有待培育(图2和表2)。总之，九江市老年群体旅游行为偏好较明显，即对行程设计具有较高的自主性，自驾和中短途旅游居多，以中档次旅游消费为主。

3.2.3. 对旅游品位要求高

(1) 旅游过程服务高质量 选择已经提前安排好旅行行程且需“满意服务”的达到65.1%，而希望能参与设计自己旅游行程所需服务的占49.5%；希望景区设施齐全达到57.8%，希望景区设有专门为老年人服务的设施或服务点和智慧安全提醒的共占45.9%(图3)。可见，银发群体对旅游行程中的服务质量要求较高，对景区适老化条件和服务要求较苛刻。

Table 2. Comprehensive score for sorting tourism destination scenic area types
表 2. 旅游目的地景区类型排序综合得分

选项内容	按旅游目的地景区受喜爱程度排序位次占比/%					综合得分
	第 1 位	第 2 位	第 3 位	第 4 位	第 5 位	
A. 看自然风光，生态观光游	89.22	6.86	3.92	0	0	4.54
B. 历史古迹和文化遗址	18.75	64.07	14.06	1.56	1.56	2.33
C. 红色文化游	11.43	5.71	37.14	34.29	11.43	0.87
D. 研学深度游，体验参与式旅游	3.23	12.90	12.90	45.16	25.81	0.63
E. 绿色康养旅游，如温泉疗养，医疗旅居等	2.56	25.64	35.90	5.13	30.77	0.94

注：旅游目的地受喜爱程度排序位次占比是选中某选项排序位次总频次与参与排序总人次的比值；综合得分是利用公式(1)和(2)计算而来。

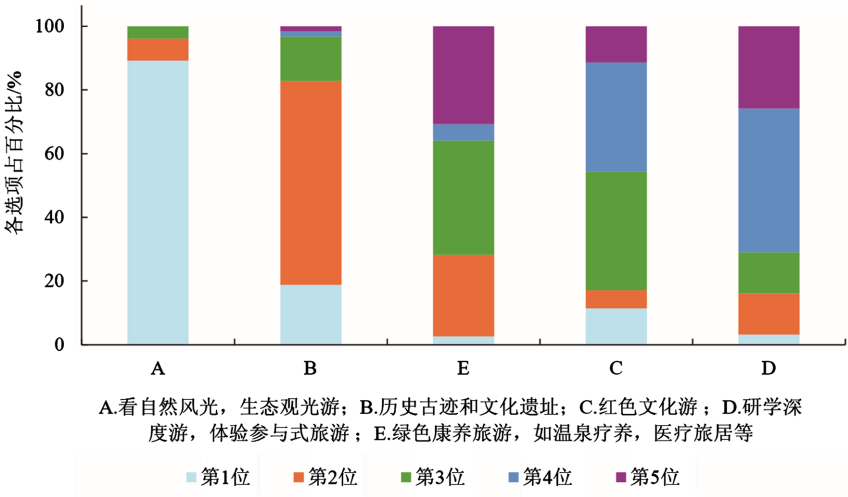


Figure 2. The rank of tourists' preferences for types of tourism
图 2. 游客对旅游类型偏好情况排序

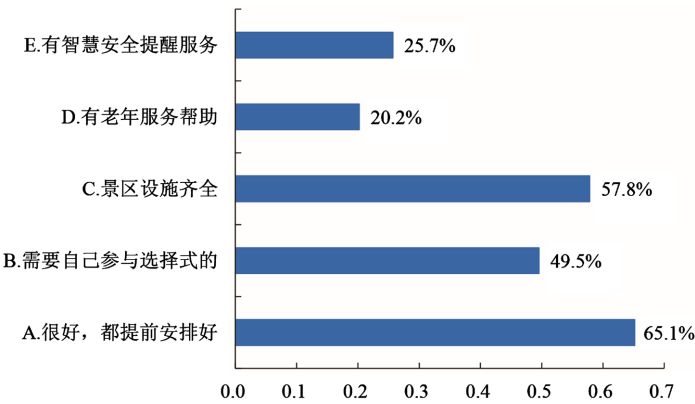


Figure 3. The experience of travel service for your desire (Multiple-choice question)
图 3. 您希望的旅行服务体验(不定项选择)

(2) 景区安全措施有保障 调查显示(表 3)，对景区各关键路口提供老年人专用通道、道路设置车流

与人流分离、卫生间设置无障碍设施、卫生间干净，无异味的支持率均在 50%以上。尤其是对景区卫生条件的要求非常严苛，支持率最高，达到 71.6%，并且还补充留言，如：“要多设卫生间”“景点环境需干净卫生”“洗手间环境要干净”“增加女厕蹲位”等。此外，还有 39.5%支持景区要设置医疗服务站和老年人就医服务，与附近甲等医院无障碍连接等。

(3) 旅游产品需有文化底蕴 调查显示银发群体对传统的观光打卡式的旅游产品兴趣不大，他们追求有创意设计的，对景区能“拍照打卡、设计美观、简朴、有怀旧风格的旅游产品和娱乐设施”甚是青睐，支持率达 65.1%(表 3)。可见，银发游客对能参与文化体验、有互动活动、又具有深度旅游体验的新兴旅游产品的较为满意。

Table 3. Your expectations for the aging-friendly hardware facilities and software services in local scenic spots in Jiujiang City

表 3. 您对九江本地景区硬件设施和软件服务的适老化期望

选项内容	小计/人	所占比例/%
A. 各关键路口提供老年人专用通道	56	51.4
B. 各景区入口有指导老年人利用智能手机的工作人员	45	41.3
C. 景区道路设置车流与人流分离	76	69.7
D. 步行道路设置无障碍设施	49	45.0
E. 卫生间设置无障碍设施、卫生间干净，无异味	78	71.6
F. 景区要设置医疗服务站和老年人就医服务点， 就近甲等医院无障碍连接	43	39.5
G. 拍照打卡设计美观、简朴、有怀旧风格的设施	71	65.1
H. 有汽车充电桩	36	33.0
I. 休闲娱乐设施	46	42.2

注：表中统计的是不定项选择的结果。

3.3. 问题与挑战

虽然银发旅游市场潜力巨大，却因安全顾虑与行业限制屡屡受挫。旅行社设限、保险缩水、适老化服务欠缺，让银发旅游群体频频碰壁。调研发现，当前旅游市场供给与老年人需求不匹配的核心矛盾制约行业高质量发展。特别是在数字化、智能化浪潮下，老年旅游产品创新性明显不足。

以九江市旅游景区为例进行说明：第一，产品同质化严重。多数线路集中于传统景区观光，缺乏针对健康、文化、科技融合的创新产品。如庐山及其周边风景区，外地游客不了解具体情况，无法确定旅游行程安排，对银发旅游群体来说自己的身体能否承受这个旅游行程的体能负荷是个疑虑。第二，服务质量不高。医疗配套参差不齐、行程节奏过快、适老化设施不完善。如多数景区没有无障碍通道、紧急救援响应滞后。第三，市场细分粗放。该区域目前的旅游景区未充分挖掘高龄老人、空巢老人、“高净值老人”等亚群体需求。而面对当前旅游市场存在的诸多问题，该如何应对成为当前九江市乃至全国旅游供给侧的严峻挑战。

4. 九江市银发旅游供给适应性建议

课题组根据调查结果，结合九江市主要景区切身旅游体验，提出具有九江当地景区适应性的建议和措施如下。

4.1. 适老化改造基础设施

九江市旅游景区基础设施适老化改造需重点解决硬件设施陈旧、缺失、数字技术适配不足等问题，并结合本地政府政策进行改造。面对更新改造所需建设资金庞大，为了缓解政府旅游的相关部门和企业

的压力，建议分批次、按轻重缓急逐步实施。在此前提下，本文提出需优先完善无障碍通道，增设第三卫生间的改造计划(表 4)。除此之外，旅游供给侧的硬件基础设施还包括道路交通系统、饭店住宿条件和公共区域设施等。如庐山三叠泉景区可以加装缆车方便老年游客；在景区的公共区域每 500 米设置休息站(配备血压仪、氧气瓶)等，方便银发游客休息。

Table 4. Suggestions for adapting hardware facilities in Jiujiang scenic spots to cater to the elderly
表 4. 九江景区硬件设施适老化建议

问题类型	具体表现	解决建议
硬件设施不足	无障碍通道覆盖率低、第三卫生间少、休息区不合理、导航标识不清导致迷路	增设防滑台阶、语音警示系统，按间隔设置智能温控休息区，完善全景导览图厕所标识等
智慧设备适配不足	智能设备界面复杂，老年游客操作困难，依赖人工服务	开发大字体、高对比度标识，提供语音播报、AI 互动问答，保留人工售票窗口，关键地点增设志愿者服务人员等
改造实施困境	老旧景区因空间限制改造难，新设施设计与需求错位	引入第三方评估，开展示范案例评选，动态调整设施布局等

4.2. 创新“多元主题”与“沉浸体验”旅游产品

围绕九江市的“山江湖城村”创新银发旅游主题产品，打造主题产品分层级开发。首先，主打生态旅游，推出观光休闲自然风光欣赏产品。如重塑庐山景区(包括庐山、秀峰、三叠泉、石门涧等)、庐山西海(柘林湖)形象，设计鄱阳湖湿地观鸟摄影、湖口石钟山听“水撞石钟鸣”体验游、庐山牯岭镇云海漫步等生态旅游产品。其次，推出国学文化类旅游产品。如打造“白鹿洞书院国学体验游”“浔梦琵琶亭”“探访浔阳楼与水浒英雄之渊源”“游大美九江，品九派诗廊”等文化 IP。第三，推出行程结构优化深度体验式产品。采用“3 + 2”弹性模式(3 日核心行程 + 2 日自选项目)，配备随队医生和电动接驳车。3 日的核心行程即是吸引游客主要游览核心景区如庐山风景名胜区、鄱阳湖湿地、庐山西海等，2 日的自选项目即主要在庐山周边游览，如白鹿洞书院、琵琶亭、锁江楼、浔阳楼等小景点。

4.3. 推动银发旅游服务体系升级

建议制定地方性标准，如出台“九江市老年旅游服务规范”文件，规定慢节奏旅游行程、餐饮(低盐低脂菜单)、住宿(防滑设施、紧急呼叫设备)等硬性要求；明确提出随队医疗配置，要求 50 人以上老年旅行团配备持证医护人员，与当地公立医院建立急救绿色通道；开设“老年旅游服务”定向培训班，推行“导游 + 医护”双证上岗制度，提供银发旅游的专业服务水平；对于连续 3 年安全无事故带老年银发旅游团的导游给予一定的业务补贴、就业优惠等政策，激励导游提升专业服务水平。

4.4. 争取政策支持与市场推广

4.4.1. 争取政府政策支持

建议建立市场准入与退出机制：定期发布“九江市银发旅游诚信企业名单”，对投诉率超过一定限额或发生重大事故的企业取消资质及政策优惠，限期整改等；建立动态评估机制：九江市文旅局每年对景区、旅行社的适老化服务进行星级评分，未达标者限期整改或降级等；建立联合执法与风险防控：九

江市文旅局联合公安、卫健部门重点打击“低价购物团”“伪养生项目”，建立跨区域线索共享平台；建立投诉快速响应机制；开通“0792-银发旅游专线”，接受群众的监督，实行限时响应，典型案例处理公示等。

4.4.2. 创新营销推广策略

充分发挥电视、广播、报纸等传统媒体广告传播的优势。可以与《中国老年报》《江西日报》、中央及地方卫视等电视台、广播公司、报纸等媒体合作，设计并投放专题广告传播，使传统媒体精准触达银发游客。

建议数字化智能传播途径和方式：第一，开发微信小程序，进行扩散传播。第二，制作小视频宣传。制作银发旅游小视频宣传片，利用网络、微信、抖音等，以及通过社区老年活动中心、老年大学等场所宣传。第三，设计时间换金钱有奖活动。在抖音、微信视频号发起“我们的九江时光”挑战赛，鼓励上传旅行短视频和照片，与旅行社、宾馆或酒店合作设置达到一定的关注点赞量，可以获得免费住宿券奖励；另外对于身体较好的老年人在旅游过程中可以参与志愿者服务活动，设计一定的服务时间，可以获得宾馆免费或者优惠的早餐、停车或者住宿券等奖励等等。

5. 结论与局限性

5.1. 主要结论

(1) 调研发现：银发老人整体呈现出外出旅游的需求，多数老年人比较偏爱自驾游，行程安排灵活性、自主性较强，成为出游的首选方式；对旅游过程的服务质量要求高，景区适老化设施有保障，喜欢有文化底蕴，能深度参与体验的生态旅游产品。

(2) 对九江市旅游供给侧的建议：适老化基础设施改造需优先完善无障碍通道，增设第三卫生间；创新“多元主题”与“沉浸体验”的旅游产品；推动银发旅游服务体系升级，制定地方性标准，提升专业服务水平；在依靠传统媒体精准触达的基础上创新数字化智能传播途径。提出平均综合得分公式。在计算调查问卷排序题选项平均综合得分的过程中，创新性地写出平均综合得分的计算公式，经过验证，与 SPSS 软件的计算结果一致。这是本文的创新点之一。

5.2. 局限性

本文的调查对象是文化程度较高的九江市老年大学学员，他们有较清晰的生活规划理念，稳定的经济收入，对于诗和远方的旅游活动也比较向往，这可能造成研究结果有失偏颇。

本文所提的建议和措施，希望能对九江市银发旅游发展具有价值。

致 谢

本文写作得到九江学院旅游与地理学院严宽荣老师指导；调研得到九江市老年大学月亮湾校区学员热情参与、严谨作答，并对景区建设提出诸多宝贵意见。在此一并表示感谢！

基金项目

九江市社会科学基金项目：九江市银发旅游供给适应性体系研究(25YB359)；江西省社会科学“十四五”(2025 年)基金项目：江西长征文化公园文旅国际化发展困境与纾解路径研究(25GL47)。

参考文献

[1] 李治国. 文旅市场需更懂银发族[N]. 经济日报, 2025-06-02(003).

-
- [2] 吴潇. 银发族养老旅游行为意向及影响机制研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南师范大学, 2019.
- [3] 国家统计局. 2023 中国统计年鉴[M]. 北京: 中国统计出版社, 2023.
<https://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/2023/indexch.htm>
- [4] 中华人民共和国人力资源和社会保障部. 银发经济蓝皮书: 我国银发经济规模约 7 万亿元, 2035 年有望达 30 万亿元[EB/OL]. https://www.mohrss.gov.cn/ltxgbj/zyjs/202412/t20241220_532876.html, 2026-06-04.
- [5] 中华人民共和国中央人民政府. 国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202401/content_6926088.htm, 2026-06-04.
- [6] 蓝灿. 银发旅游应“适老”而非“恐老” [N]. 广西法治日报, 2025-07-01(A03).
- [7] Kazeminia, A., Del Chiappa, G. and Jafari, J. (2013) Seniors' Travel Constraints and Their Coping Strategies. *Journal of Travel Research*, **54**, 80-93. <https://doi.org/10.1177/0047287513506290>
- [8] 李志勇, 阎珺琪. 成年子女支持父母出游的行为机制——基于扎根理论的探索[J]. 旅游学刊, 2021, 36(4): 46-57.
- [9] 朱宏佳, 朱创业. 银发经济背景下康养旅游产业高质量发展的米易实践[J]. 新西部, 2024(4): 69-74.
- [10] 徐建中. “文体康旅”融合格局下民航如何助力“银发旅游” [J]. 空运商务, 2023(12): 22-26.
- [11] 国家统计局国务院第七次全国人口普查领导小组办公室. 第七次全国人口普查公报(第五号)——人口年龄构成情况[EB/OL]. https://www.stats.gov.cn/sj/tjgb/rkpcgb/qgrkpcgb/202302/t20230206_1902005.html, 2026-06-04.
- [12] 英震. 挖掘银发旅游列车更大潜力[N]. 经济日报, 2025-03-31(005).
- [13] 董丽媛, 王建梅. 银发经济背景下康养旅游产业的发展研究[J]. 中国科技投资, 2025(10): 49-51.
- [14] 余慧琳, 金璐. 武宁县: “银发族”激发旅游新活力[N]. 九江日报, 2025-06-19(001).
- [15] 李心萍. 走进新下线的适老化旅游列车[N]. 人民日报, 2025-03-31(002).