# 市场细分与老年人特征研究

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2025-06-22

*3.1ZARA背景介绍ZARA品牌隶属于西班牙Inditex集团，是一家集团子公司，主营服装业。Inditex集团于1974年创建。它在全球53个国家拥有近2100多家分店，是西班牙的老大，全球排名第三的服装零售商，是欧洲乃至世界最具研究价...*

3.1

ZARA背景介绍

ZARA品牌

隶属于西班牙Inditex集团，是一家集团子公司，主营服装业。Inditex集团于1974年创建。它在全球53个国家拥有近2100多家分店，是西班牙的老大，全球排名第三的服装零售商，是欧洲乃至世界最具研究价值的时装品牌。

ZARA公司始终坚持一条雷打不动的原则，那就是坚持几乎所有的连锁店都由自己拥有和运营，同时前期投入大量资金进行物流体系的自行建设以及工厂的建造，这样做的目的就是为了能在紧紧抓住客户端需求的同时掌控好整个生产过程，全部都由自己公司负责，将大大方便信息的传递与交流，能够更加快速地响应市场的需求，为顾客服务。一般企业不会有这等魄力和远见来费很多资金自己一手抓，都选择外包，但是快时尚的定位又必须是能够快，所以不得不服ZARA的战略确实很超前，真不愧是快时尚行业的鼻祖。

只需要短短15天，也就是两周左右的时间，ZARA就能让门店的服装款式更新一遍，如此高效的周转率真是让人佩服其供应链的强大

一、研究综述

（一）研究背景

近年来，社会以飞速的趋势发展，经济的增长、医疗水平的保障及人们休闲方式的增多、心理状态的改变，都促使我国进入了老龄化社会并且趋势不断加深。马斯洛需求理论曾讲到，人们基本生理需求得到满足后，便会去寻求尊重、归属等更高层次的需求。因此，旅游等休闲方式已经成为满足老年人自我实现需求的新的生活方式。同时，生活水平的提高、思想观念的与时俱进也促使更多的老年人迈出家门，追求更高的生活质量。

（二）国内外研究综述

1.国外研究综述

人口老龄化程度不断加深，老年旅游市场也在进一步推进，国外的学者对此研究较早，可包括以下几个方面：老年旅游者消费行为及心理研究；市场细分研究；老年人出游动机研究。其中大多是基于现实发展的老年游客需求及市场的研究，并总结出老年旅游市场潜力无穷、有特殊需求等总体特征。[1]

西莫、布雷利和西尔发现，老年人旅游参与度与健康、教育成正相关，与年龄成负相关，还与性别、出游群体等因素有关。[2]托马斯和巴茨认为享受更高的生活质量是老年人出游的动机[3]；荷恩曼等人提出增加知识、休息放松、健身和探亲访友是最主要的动机[4]。Aliza

F,Abraham,Pizam在对以色列老年旅游限制因素的研究中，发现了年龄、社会的参与度、受教育程度、宗教信仰、性别、收入、婚姻状况、过去的旅游经历

个因素，同时还揭示了限制因素不是在任何时间都有效的，限制因素的轮番出现与生命周期还是密切相关的。[5]

2.国内研究综述

从现有的文献来看，我国学者的分析集中于老年旅游发展现状及改善措施、产品开发、老年游客消费特征等方面。[6]近几年，少数学者逐渐将视角转向老年人消费行为、旅游偏好及其影响因素等,运用实证研究方法从旅游者角度深层次探讨老年人旅游的相关内容。

姜立英按照老年游客消费水平及旅游动机来划分，将老年旅游市场划分为高端与低端、团队与散客、亲情、宗教、观光与养生等目的的旅游等。[7]

余颖等研究了老年游客的消费特征、旅游动机和旅游偏好的关系[8]；包亚芳得出老年游客主要目的为学习知识、增长见识、社交需求、猎奇心理，其中“猎奇心理”是对出游最有影响力的因素

[9]。

（三）研究方法

1.文献资料法

通过对文献、资料的搜集，对国内外老年游客的出游目的、动机、行为等进行分析，找出其共同的特征。

2.实地考察法

主要通过问卷调查法，通过对玄武区有代表性地区55岁以上老年人进行调查，了解其年龄段出游分布率和出游需求。

3.归纳分析法

运用归纳分析法，对文献查找到的资料和问卷调查的结果进行统计及归纳总结，指出南京市玄武区老年游客在不同年龄层下对食、住、行、游、购、娱等方面的特殊需求，给旅游产品的完善提供理论基础。

（四）研究意义

1.理论意义

随着我国人口年龄结构的变化，老年人口在总人口的比重一直在上升，老年人特殊的生活方式、心理特征、健康状况等使老年群体日益成为旅游市场新的经济增长点。但实际上，我国老年旅游的发展仍处于初步发展阶段，我国学者多利用定性研究方法对老年旅游发展现状、线路设计、游客消费行为等进行研究，但笔者发现目前老年旅游产品多同质化、质量低，依照老年旅游者自身不同需求设计的相关旅游产品又少之又少，无法更好的开发老年旅游市场。基于此，笔者以玄武区老年人作为研究对象，在分析老年旅游的现状动机、旅游决策、细分市场等相关概念的基础上，提出玄武区老年游客市场细分及其特殊需求的新思路。

2.现实意义

目前，国内外老年旅游市场的开发已经初具雏形，其后续发展必将给我国经济及社会的进一步持续健康发展带来不容小觑的意义。更重要的是，老年旅游市场的开拓必须考虑老年旅游者的健康水平、收入水平、闲暇时间充裕与否、文化素质的高低等因素。要注意解决好老年旅游产品“风险大、利润薄”的问题，目前老年旅游市场份额较低，旅行社对老年旅游产品的开发不能真正满足老年人需要。而随着老年人口的基数不断增加，发展老年旅游对其身心健康及晚年生活也大有益处。

二、市场细分与老年人特征研究

（一）市场细分理论

1.定义

市场学家温德尔最早提出市场细分概念，他以企业为分析原型，认为应该根据消费者不同而采用不同的组织形式、生产不同类型的产品。因此，旅游市场如同企业，应根据不同旅游者的类型、特点开发不一样的旅游产品。

市场细分化不是像市场分类一样以商品作为划分对象,而是把消费者当做划分对象,根据其差异性，把整个市场分为不同的消费者类型群,每个细分部分都是由需求和行为特征大致相同的消费者组成。[10]

2.现有老年旅游市场细分

根据年龄划分为70岁以上的中高龄老人市场和70岁以下的低龄老人市场。通常，70岁以下低年龄层老年人的健康水平要优于高龄老人,同时这些人大多在90年代以后、经济发展较好的时候退休,家庭经济水平较高，思想观念也与时俱进，新鲜事物也能接受得更快。

按照旅游出行形式可分为团体、散客、自由组队等形式。老年旅游基本采取团体形式，由旅行社统一安排导游人员带领出行，以质量高、休闲放松为标准。其中，老年旅游者更需要详细的保障计划以保障其出行安全，这是不同于其他年龄层旅游的一个最大的特点。

按照交通方式的不同可分为汽车、游轮、高铁、飞机等旅游市场。根据不同出游时间的需求、身体健康状况的把控，从而选择不同的出行方式。

按照旅游距离的长短可分为短距离、国内和境外旅游。老年人因其身体原因，最常见的形式是短距离旅游。

按照旅游动机及目的可分为纯观光、探亲、休闲、社交、养生等旅游市场。老年人会根据不同的旅游动机及偏好去选择自己喜爱的旅游目的地。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！