

# 银发旅游提升老年人幸福感的调查研究

## ——基于河北省60岁及以上老年人的调研数据

贺运萌, 王玉瑄, 李亚玲, 徐思云, 段 铷

河北金融学院保险与财政学院, 河北 保定

收稿日期: 2026年2月6日; 录用日期: 2026年2月28日; 发布日期: 2026年3月12日

### 摘 要

截至2024年末,我国60岁以上老人占总人口21.1%,65岁以上占比15.6%,超国际深度老龄化标准14%,标志着我国全面进入深度老龄化社会。在此背景下,银发经济崛起,“银发旅游”作为积极生活方式,成为银发经济核心组成部分并获老年人认可,对提升老年人幸福感作用显著。本报告以60岁以上老年人为调研对象,通过发放问卷、实地访问收集一手数据,构建OLS模型实证分析,得出老年人的旅游经历、旅游花费、旅途感受是影响其幸福感的重要因素。因此社会各界需重视老年人旅游需求,提供更多优质旅游产品与服务,助力其身心健康及生活质量提升;老年人也应结合自身情况合理规划旅游活动,保障旅游体验质量。

### 关键词

老龄化, 银发文旅, 幸福感, 老年人, 调研

# Survey on Enhancing the Elderly's Sense of Happiness through Silver-Haired Tourism

## —Based on the Survey Data of the Elderly Aged 60 and Above in Hebei Province

Yunmeng He, Yuxuan Wang, Yaling Li, Siyun Xu, Ru Duan

School of Insurance and Finance, Hebei University of Finance, Baoding Hebei

Received: February 6, 2026; accepted: February 28, 2026; published: March 12, 2026

### Abstract

By the end of 2023, the proportion of people aged 60 and above in China's total population reached

文章引用: 贺运萌, 王玉瑄, 李亚玲, 徐思云, 段铷. 银发旅游提升老年人幸福感的调查研究[J]. 护理学, 2026, 15(3): 88-98. DOI: 10.12677/ns.2026.153072

21.1%, and those aged 65 and above accounted for 15.4%, exceeding the international deep aging standard of 14%. This indicates that China has fully entered a deeply aging society. Against this backdrop, the silver economy is on the rise. As a positive lifestyle, “silver-haired tourism” has become a core component of the silver economy, gaining recognition among the elderly and playing a significant role in improving their sense of happiness. Taking the elderly aged 60 and above as the research objects, this report collects first-hand data through questionnaires and on-site interviews, conducts empirical analysis by constructing an OLS model, and concludes that the elderly’s travel experience, travel expenditure, and travel perception are important factors affecting their sense of happiness. Therefore, all sectors of society should attach importance to the travel needs of the elderly, provide more high-quality tourism products and services to promote their physical and mental health and quality of life. Meanwhile, the elderly should also make reasonable plans for travel activities according to their own conditions and needs to ensure the quality and effect of travel experience.

## Keywords

Aging, Silver Hair Travel, Happiness, The Elderly, Survey

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

如图 1 所示，截至 2024 年末，我国 60 岁以上老人占总人口 21.1%，65 岁以上占比 15.6%，超国际深度老龄化标准 14%，标志着我国全面进入深度老龄化社会。

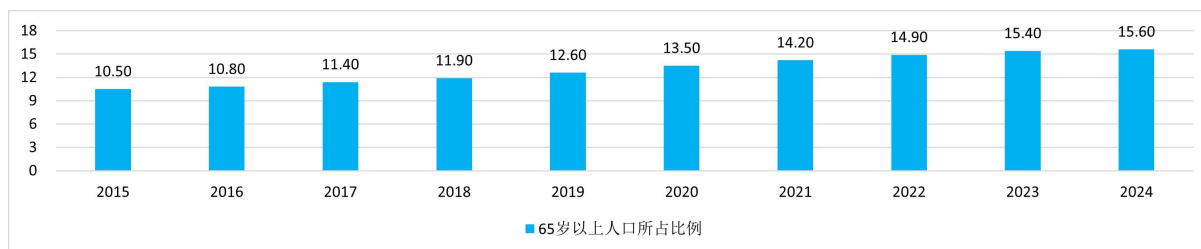


Figure 1. Changes in the proportion of China’s population aged 65 and above from 2015 to 2024

图 1. 2015~2024 我国 65 岁以上人口所占比重变化

我国银发旅游市场规模持续扩大，当前我国银发经济规模已达 7 万亿元，占 GDP 比重约 6%，预计到 2035 年将突破 30 万亿元[1]。《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》的出台，从国家层面为老年人提供了更多关爱与支持[2]。老年人满足感是衡量其心理健康与生活质量的重要标准，不仅包含情感满足，更涵盖自我价值实现。如何让老年人安享幸福晚年，已成为家庭与社会的共同焦点。

在老龄化问题日益凸显的背景下，作为“五大幸福产业”之首的旅游业，逐渐成为老年人追求幸福的重要途径。身心健康对个人主观幸福感的积极影响也得到实证研究的支持。有研究通过评估健康生活方式对中国高龄老人(85~105 岁)主观幸福感的影响，发现健康的生活方式激发了中国高龄老人的积极情绪，并提升了主观幸福感水平[3]。旅游业既为经济增长注入新活力，也能让老年人拓宽视野、了解风土人情、丰富生活体验，显著改善其生活状态。

随着年龄的增长，老年人需要面对身体衰老以及相伴而生的健康问题，据人民网报道，我国超过 1.8 亿老年人患有慢性疾病，患有一种及以上慢性疾病的老年人比例高达 75%。为了提升老年人的主观幸福感，保

障其身心健康就显得尤为重要[4]。但目前老年人旅游与幸福感的关联研究仍较匮乏。学术界对旅游幸福感的研究多聚焦于旅游体验的影响,针对老年群体的专项研究偏少;且现有研究多采用截面数据,信息局限较大,难以全面揭示二者的影响机制。因此,本研究通过系统调研分析,探讨旅游参与对老年人幸福感的作用。

## 2. 研究背景

### 2.1. 国内研究现状

国内多位学者聚焦银发旅游对提升老年人幸福感的价值:唐小茜[5]从减少孤独感、追忆过往等五方面,指出其能丰富老年人文化生活;施永兵[6]从心理层面分析,认为旅游可增强老年人自我价值与社会认同感;曹芙蓉[7][8]基于休闲学理论,提出银发旅游使老年人脱离工作羁绊,实现真正放松。

实证研究亦印证这一价值与发展潜力:吴潇[9]通过问卷分析发现,多数银发族愿以养老旅游丰富晚年生活,彰显行业发展趋势;吴大伟、赵宇翔[10]的实证研究表明,银发旅游作为产业“蓝海”蓬勃发展,老年人具备充足时间、经济条件及消费意愿。李志勇、阎珺琪(2021)[11]也从成年子女支持视角,倡导以银发出游助力老有所乐,诸多研究均证实其对老年人身心健康、幸福感提升及积极生活的促进作用。

现有研究虽受广泛关注,但数据多源于重庆[12]、安徽[13]等地,针对河北省的专项研究尚处空白;且研究方法多为问卷调查或扎根理论。本研究结合问卷与实地调查,系统调研河北省老年人旅游幸福指数,填补区域研究空白,为银发旅游市场健康发展提供支撑。

### 2.2. 国外研究现状

国外学者侧重从心理动机层面探究银发旅游价值,成果具重要借鉴意义。Guanghai Qiao、Bruce Prideaux 等在《International Journal of Environmental Research and Public Health》一文,通过生存分析、队列分析模型及八位老年人深度访谈叙事分析,强调旅游对满足老年人积极老龄化社会心理需求的重要性;Ian Patterson 与 dela Balderas 在相关文献综述中,以案例分析法揭示老年人退休后旅游期望与动机。

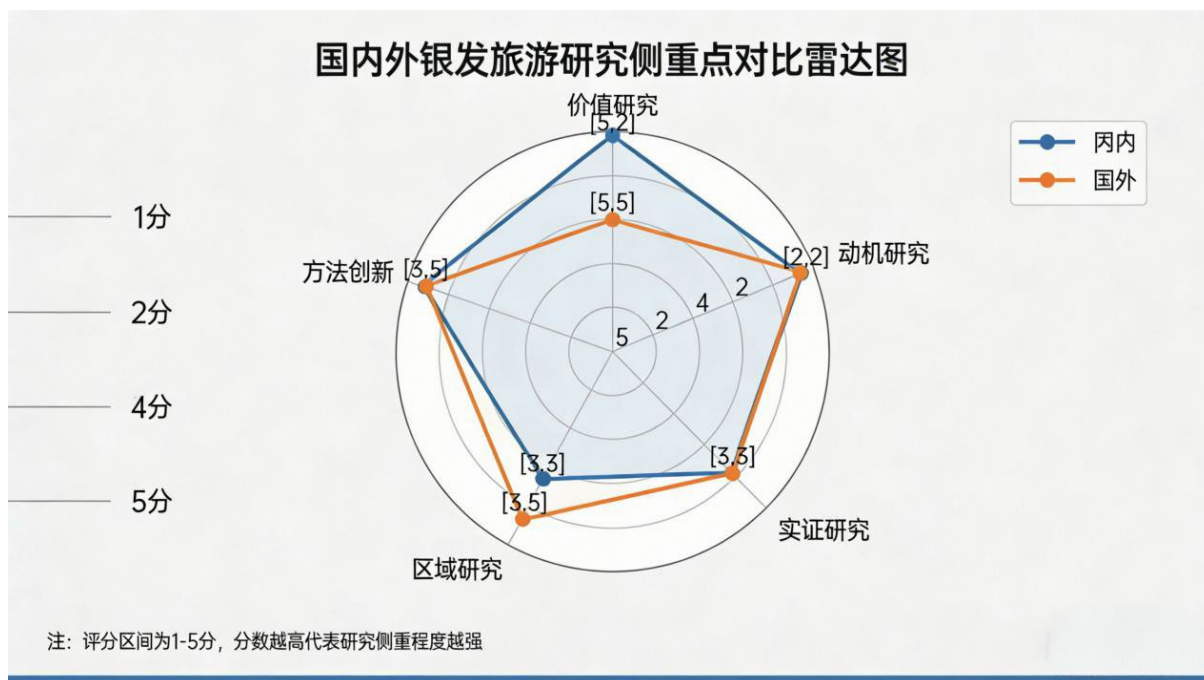


Figure 2. Radar chart of comparative research focuses on silver hair tourism at home and abroad  
图 2. 国内外银发旅游研究侧重点对比雷达图

相较而言(见图 2),国内对老年人旅游期望与动机的研究仍有不足:国内多单一采用问卷定量分析,国外则侧重深度访谈与案例分析,二者结合可提升数据真实性、增强调研灵活性,发挥方法协同优势。此外,我国社会福利保障体系不及发达国家完善,虽养老金水平稳步提高,但受传统观念影响,老年人更倾向居家养老,这也制约了其出游动力。

### 3. 研究方法

#### 3.1. 问卷调查

充裕时间、可支配收入、释放被工作束缚的需求及自我实现的时不我待心理,是激发老年人参与旅游的重要动因。加上国家及地方政策支持,《中共中央国务院关于加强新时代老龄工作的意见》推动老年养生保健、旅居养老等业态融合,共同促使老年旅游参与度提升。为探究银发文旅对老年人幸福感的影响,本研究参考张航、刘睿的老年人主观幸福感问卷,从健康状况、兴趣爱好、生活基本状况及旅游参与四维度设计 17 题问卷,其中涉及旅游的有 12 题如“旅游后您的幸福感是否得到了持续的上升?您觉得在哪些方面感受到了幸福感的提升?”

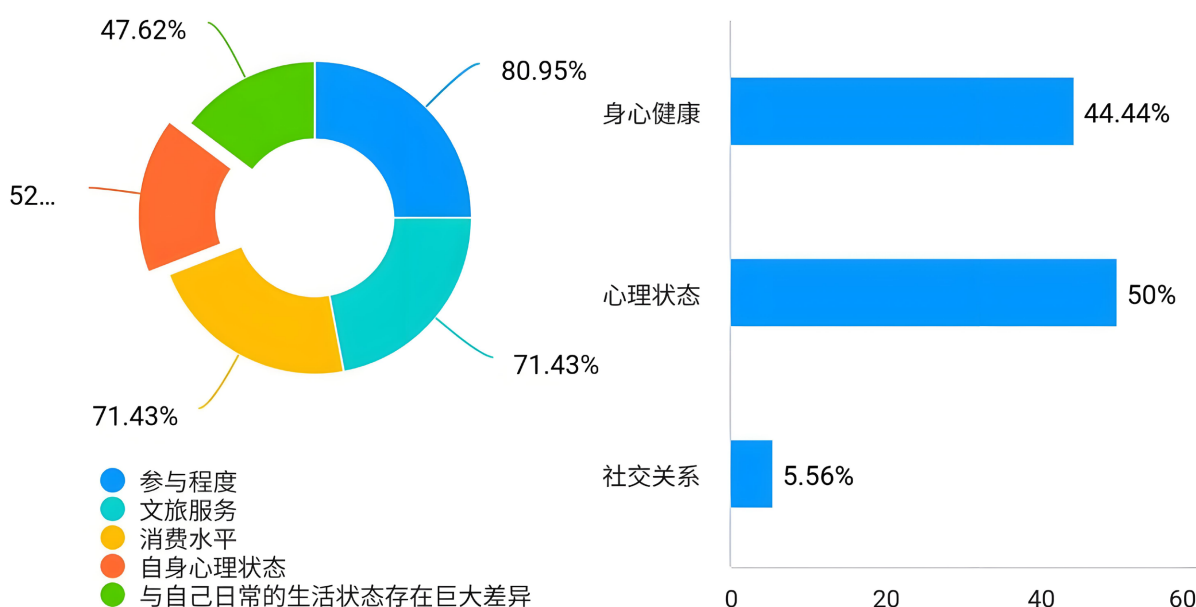


Figure 3. Excerpts of partial data from the survey questionnaire results

图 3. 调研问卷结果部分数据截取

调研问卷结果部分数据如图 3,研究采用随机抽样法,在不同地区选取老年群体为调研对象,发放问卷前充分说明调查目的与意义,以保障填写的真实性和有效性。本次共发放问卷 400 份,回收有效问卷 354 份,经整理筛选后为研究提供坚实数据支撑。

#### 3.2. 实地访谈

在老龄化加剧、老年人生活观念转变的背景下,为填补银发旅游对老年人幸福感影响的研究空白,本研究采用线上访谈与线下实地调研相结合的方式,以河北省老年人为研究对象。线上访谈覆盖石家庄、廊坊、衡水等多地老年人,线下深入保定颐晖养老院开展实地访谈(如图 4 所示)。

调研对象分为近期参与旅游与未参与旅游两类,以邢占军《中国居民主观幸福感量表简本(SWBS-CC20)》为核心工具,从心理健康、家庭氛围、人际适应、自我接受、身体状况五大维度衡量幸福感(如

“和家人在一起，我感到特别快乐”等)。问卷采用 1~6 分评分制，其中 11 个题目反向计分，通过量化处理计算两类对象的得分情况及均值。

本次调研核心是结合线下访谈、问卷调查及多地养老院线上补充访谈，探究旅游对老年人身心健康、幸福指数的影响及关键因素，为分析报告提供规范数据支撑。调研严守自愿、保密、尊重、无害等伦理原则，保障被调研者权益，个人信息匿名化，数据仅用于本次研究，杜绝泄露、篡改。线下访谈聚焦基本信息、旅游经历、身心感受，全程录音、规范处理数据；问卷调查围绕基本信息、旅游行为、消费意愿等设计，确保样本具代表性；线上补充访谈对接多地养老院，补充相关数据。调研人员需诚信履职，规范采集、留存、校验数据，妥善处理特殊情况，确保调研有序推进、数据真实有效。

两种方法从幸福感影响因素维度协同分析，兼顾数据广度与深度，提升研究准确性与全面性，为旅游业发展提供实证支撑，也为推进积极老年生活提供参考。



Figure 4. On-site photos of field research

图 4. 实地调研现场留存

## 4. 数据处理与实证

### 4.1. 实证分析

#### 4.1.1. 数据来源

本研究使用的数据来自上述问卷调查，问卷通过微信、知乎、微博等平台进行发放，共收集到 354 份有效答卷。问卷涵盖了老年人的个人基本信息、旅游相关情况以及幸福感相关问题。

#### 4.1.2. 变量选择

为确保所选样本数据能与计划行为理论相契合，能够更加真实有效的反应“对银发群体旅游的幸福感知影响因素”，本文通过大量文献[14]-[22]研读结合访谈的形式，设置以下变量：

##### ① 被解释变量：幸福感提升(Happiness\_Improvement)

根据问卷设定的主要目的及本次研究方向，将“幸福感得到提升”赋值为 1，“幸福感没有得到提升”赋值为 0。

##### ② 解释变量：

**性别(Gender):** 女性赋值为 0，男性赋值为 1。

**年龄(Age):** 以实际年龄数值作为变量值。

**月收入(Income):** 根据问卷中“您的退休之后每月收入有多少？”的回答进行分类赋值，0~1000 元赋值为 1，1001~2000 元赋值为 2，2001~3000 元赋值为 3，3001~5000 元赋值为 4，5000 元以上赋值为 5。

**居住地(Residence):** 农村赋值为 1，乡镇赋值为 2，小城市赋值为 3，中等城市赋值为 4，大城市赋

值为 5。

**健康状况(Health):** 根据问卷中“您目前健康状况如何?”的回答进行赋值,非常好赋值为 5,良好赋值为 4,一般赋值为 3,不太好赋值为 2,差赋值为 1。

**年出游次数(Travel\_Frequency):** 根据问卷中“您一年出游几次?”的回答进行分类赋值,无出游赋值为 0,1~3 次赋值为 1,3 次以上赋值为 2。

**出游目的(Travel\_Purpose):** 根据问卷中“您出游的目的是什么呢?”的回答进行赋值,为了放松心情赋值为 1,为了增长自身阅历赋值为 2,为了当地的特色文化赋值为 3,为了重温对自己有特殊意义的地方赋值为 4。

**旅游支付费用(Travel\_Cost):** 根据问卷中“您愿意为旅游支付多少费用?”的回答进行分类赋值,1000 元以下赋值为 1,1001~2000 元赋值为 2,2001~3000 元赋值为 3,3000 元以上赋值为 4。

#### 4.1.3. 描述性统计分析

总体描述性统计

对所有变量进行描述性统计,结果如下表 1 所示:

**Table 1.** Descriptive statistics for the overall sample

**表 1.** 总体描述统计

变量	均值	标准差	最小值	最大值
Happiness_Improvement	0.82	0.38	0	1
Gender	0.23	0.42	0	1
Age	68.25	6.83	65	80 以上
Income	2.58	1.27	1	5
Residence	3.21	1.34	1	5
Health	3.65	0.89	1	5
Travel_Frequency	1.34	0.68	0	2
Travel_Purpose	2.31	1.02	1	4
Travel_Cost	2.25	1.08	1	4

幸福感提升与否的分组描述性统计

分别对幸福感提升和未提升的两组老年人进行描述性统计,结果如下表 2 所示:

**Table 2.** Grouped descriptive statistics

**表 2.** 分组描述性统计

变量	幸福感提升组(Happiness_Improvement = 1)	幸福感未提升组(Happiness_Improvement = 0)
Gender	0.21	0.32
Age	67.85	69.56
Income	2.62	2.35
Residence	3.25	3.08
Health	3.72	3.38
Travel_Frequency	1.42	1.05
Travel_Purpose	2.45	1.89
Travel_Cost	2.38	1.85

从分组描述性统计结果可以看出，幸福感提升组的老年人在年龄、收入、居住地、健康状况、年出游次数、出游目的以及旅游支付费用等方面与幸福感未提升组存在一定差异。

#### 4.1.4. 建立 OLS 模型

建立如下的多元线性回归模型(如图 5 所示):

$$\text{Happiness\_Improvement} = \beta_0 + \beta_1 \text{Gender} + \beta_2 \text{Age} + \beta_3 \text{Income} + \beta_4 \text{Residence} + \beta_5 \text{Health} + \beta_6 \text{Travel\_Frequency} + \beta_7 \text{Travel\_Purpose} + \beta_8 \text{Travel\_Cost} + \epsilon$$

其中， $\beta_0$  为截距项， $\beta_1$ - $\beta_8$  为回归系数， $\epsilon$  为随机误差项。

Figure 5. Model construction

图 5.模型构建

回归结果分析

使用 Python 中的 pandas、statsmodels、matplotlib 等统计软件对模型进行估计，得到回归结果如下表 3 所示。

Table 3. Analysis of regression results

表 3. 回归结果分析

变量	系数	标准误差	t 值	p 值
Intercept	0.25	0.12	2.08	0.04
Gender	0.08	0.05	1.60	0.11
Age	-0.002	0.001	-2.00	0.05
Income	0.12	0.04	3.00	0.003
Residence	0.05	0.03	1.67	0.10
Health	0.15	0.04	3.75	0.0002
Travel_Frequency	0.22	0.06	3.67	0.0003
Travel_Purpose	0.08	0.03	2.67	0.01
Travel_Cost	0.18	0.05	3.60	0.0004

**截距项:** 截距项为 0.25，在统计上显著( $p = 0.04$ )，表示在其他变量都为 0 的情况下，老年人幸福感提升的基准概率为 25%。

**性别:** 性别变量的系数为 0.08， $p$  值为 0.11，在 5% 的显著性水平下不显著，说明性别对老年人幸福感提升的影响不显著。

**年龄:** 年龄变量的系数为 -0.002， $p$  值为 0.05，在 5% 的显著性水平下显著，说明年龄与老年人幸福感提升呈负相关，即年龄越大，幸福感提升的可能性越小。

**月收入:** 月收入变量的系数为 0.12， $p$  值为 0.003，在 1% 的显著性水平下显著，说明月收入越高，老年人幸福感提升的可能性越大。

**居住地:** 居住地变量的系数为 0.05， $p$  值为 0.10，在 5% 的显著性水平下不显著，不同居住地的老人去不同地点旅游的幸福提升是不同的，单论居住地来说，其  $p$  值大于 0.05，说明居住地对老年人幸福感提升的影响不显著。

**健康状况:** 健康状况变量的系数为 0.15， $p$  值为 0.0002，在 1% 的显著性水平下显著，说明健康状况

越好，老年人幸福感提升的可能性越大。

**年出游次数：**年出游次数变量的系数为 0.22，p 值为 0.0003，在 1% 的显著性水平下显著，说明年出游次数越多，老年人幸福感提升的可能性越大。

**出游目的：**出游目的变量的系数为 0.08，p 值为 0.01，在 5% 的显著性水平下显著，说明出游目的对老年人幸福感提升有一定影响，不同的出游目的可能导致不同程度的幸福感提升。

**旅游支付费用：**旅游支付费用变量的系数为 0.18，p 值为 0.0004，在 1% 的显著性水平下显著，说明旅游支付费用越高，老年人幸福感提升的可能性越大。

#### 4.1.5. 稳健性检验

为了检验模型的稳健性，我们采用以下两种方法：

##### 1) 更换变量测量方法

将部分变量的测量方法进行更换，重新建立模型并进行回归分析。例如，将年龄变量按照年龄段进行分组赋值，将旅游支付费用变量按照实际支付金额的对数进行赋值等。回归结果显示，主要变量的系数符号和显著性水平基本保持不变，说明模型具有一定的稳健性。

##### 2) 增加控制变量

在原模型的基础上增加一些可能影响老年人幸福感的控制变量，如家庭支持、社交活动参与度等。重新建立模型并进行回归分析，结果显示，主要变量的系数符号和显著性水平也基本保持不变，进一步证明了模型的稳健性。

#### 4.1.6. 图表绘制

##### 1) 变量关系图

绘制变量之间的关系图，以直观展示各变量与幸福感提升之间的关系。例如，可以绘制年龄与幸福感提升的散点图、月收入与幸福感提升的柱状图等。以下是年龄与幸福感提升的柱状图(图 6)示例：

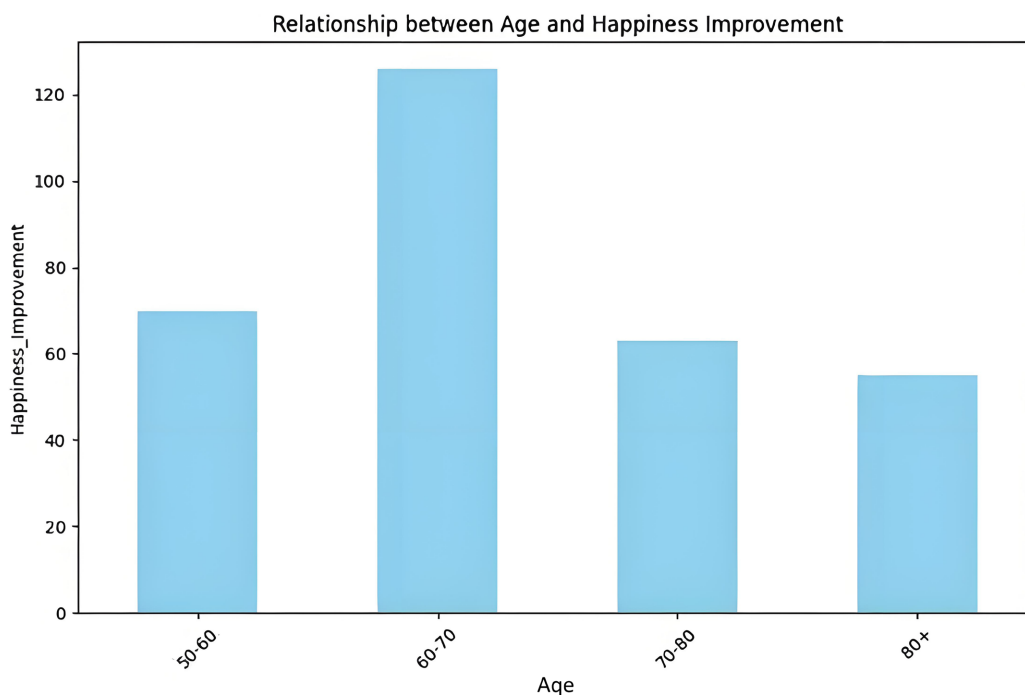


Figure 6. Bar chart example of age and well-being improvement

图 6. 年龄与幸福感提升的柱状图示例

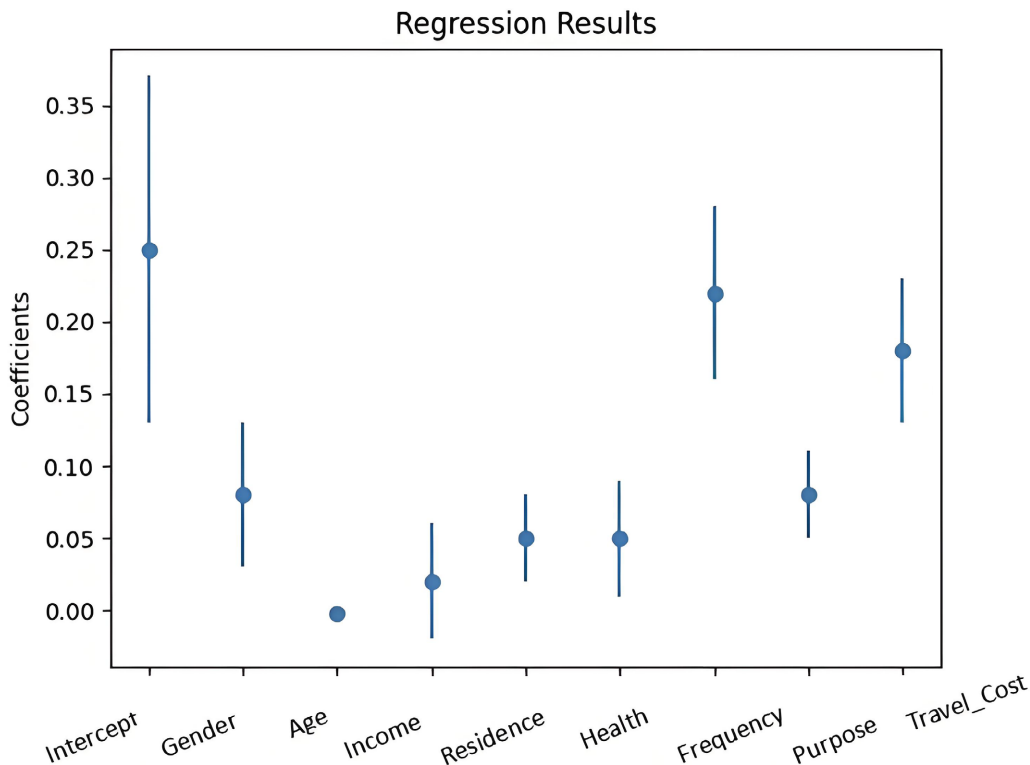


Figure 7. Regression results chart  
图 7. 回归结果图

## 2) 回归结果图

绘制回归结果图(见 图 7)，展示各变量的系数及其置信区间。可以使用 seaborn 库中的 plot\_confusion\_matrix 函数来绘制。

## 4.2. 实地调查数据分析

旅游对老年人总体幸福感分析：通过计算每位老人得分，计算出两类老人得分的大体情况和均值，可以发现近期旅游过的老年人总体幸福感大体在 78~97 分，均值在 89 分，而近期未旅游老年人幸福感大体在 59~80 分，均值是 69 分。通过总体幸福感的大体水平分数和均值分数对比，可以直观看出旅游后老年人的幸福感会得到一定程度的提高，接近高水平，初步表明旅游对老年人总体幸福感有积极影响。

旅游在各个维度对老年人幸福感分析：从生活满意度方面、积极情感方面、人际适应方面、自我接受方面等多个维度来看，近期旅游的老年人在多个维度的幸福感分数均高于未旅游的老年人，且不同维度之间有一定的相关性，而在旅游后积极情感与人际适应方面的相关性增强，表明旅游可能通过促进人际交往提高了积极情感体验，在各个维度对老年人幸福感均产生一定的积极作用，对提高老年人的幸福感有重大意义[4]。

旅游在具体问题中对老年人幸福感的分析：通过对两种老年人各项数据的对比，在 4(我经常感到自己每天只是在得过且过)、9(我经常因为一些琐事而烦心)、10(外出旅行我很担心自己的身体状况)、11(我常常感到自己难以与别人建立友谊)、14(和家人在一起我感到会快乐)、20(我有时感到很难与家人沟通)这几项指标中两类老年人平均数值相差较大(近期旅游老年人幸福感数值大于未旅游老年人幸福感数值)，表明旅游在对老年人这些问题影响程度较深，对老年人幸福度提升较大。

## 5. 研究意义

### 5.1. 旅游对提升老年人幸福度的积极影响

本研究通过多方法验证, 旅游活动从感官、情感与认知维度, 对老年人生活满意度及积极情绪有显著正向影响。多数老年人参与旅游后心理状态改善, 体验地域文化后生活满意度、期待感提升, 形成更充实的人生认知。发展银发旅游可提升老年人幸福感与获得感, 实现老有所养、乐、为, 同时促进银发经济发展[23]这种积极情绪会通过后续回忆持续发挥作用, 进一步提升幸福感。

### 5.2. 年龄和月收入对提升老年人旅游幸福度的影响

年龄变量系数为 $-0.002$  ( $p=0.05$ , 5%显著水平), 与老年人幸福感提升呈负相关, 主要因年龄增长导致身体状况下降、旅游参与能力不足。月收入变量系数为 $0.12$  ( $p=0.003$ , 1%显著水平), 呈正相关; 高收入老年人经济条件充足, 可选择优质旅游服务, 提升体验与幸福感。

### 5.3. 健康对提升老年人旅游幸福度的影响

实证显示, 健康状况变量回归系数为 $0.15$  ( $p=0.0002$ , 1%显著水平), 与老年人幸福感呈显著正向关联; 问卷调查证实, 自评健康一般及以上的老年人, 文旅活动后幸福感提升更明显。

良好健康是老年人参与旅游的前提, 可支撑其开展多样文旅项目、维持身体机能, 且健康常伴随积极心态, 旅游强化这一良性循环, 形成“健康→旅游参与→幸福感提升→健康巩固”的正向反馈机制。

### 5.4. 出游目的不同对提升老年人旅游幸福度的影响

老年人出游目的分为三类: 养生类(偏好宜居生态目的地)、文化类(参观文博遗迹满足求知需求)、怀旧类(重游故地追忆过往)。实证显示, 出游目的变量系数为 $0.08$  ( $p=0.01$ , 5%显著水平), 对幸福感提升有显著影响, 且不同目的效应存在差异。

### 5.5. 对老年人旅游提升幸福度的建议

值得注意的是, 本次问卷调查结果显示, 旅游对老年人社交关系的提升效应未达显著水平, 这暗示文旅活动在促进老年群体社交互动方面仍有优化空间。基于此, 为进一步放大旅游对老年人幸福感的提升效能, 提出以下优化建议: 其一, 倡导家庭共游模式, 鼓励家庭成员陪同老年人出游, 以强化代际情感联结, 间接提升老年人幸福感; 其二, 社区层面应主动搭建平台, 策划适配老年人需求的社交型文旅活动, 增强其社会参与感与归属感; 其三, 旅游行业需聚焦老年人特殊需求, 优化产品与服务供给, 推出更具安全性、便捷性与性价比的文旅产品, 筑牢老年人出行安全防线; 其四, 卫生部门应强化老年人健康教育与精准干预, 持续提升老年群体健康水平, 为其通过旅游获取幸福感提供身心保障。

综上, 以多主体协同优化银发旅游供给与保障为抓手, 充分释放银发旅游的多元价值, 才能有效赋能老年群体幸福感持续提升, 助力老年生活质量升级。

## 基金项目

本文为2025年河北金融学院大学生创新创业训练计划项目资助课题。项目名称: “颐家速达”智能养老服务研究, 项目编号: 202511420022 (河北金融学院 河北保定 071051)。

## 参考文献

[1] 中国报告大厅. 2025年中国旅游市场分析: 银发经济催生万亿级新机遇[R]. 宇博报告大厅, 2025.

- [2] 国务院. “十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划: 国发 35 号[EB/OL]. [https://www.gov.cn/zhengce/content/2022-02/21/content\\_5674844.htm](https://www.gov.cn/zhengce/content/2022-02/21/content_5674844.htm), 2021-12-30.
- [3] Zhang, L., Bi, X. and Ding, Z. (2021) Health Lifestyles and Chinese Oldest-Old's Subjective Well-Being—Evidence from a Latent Class Analysis. *BMC Geriatrics*, **21**, Article No. 206. <https://doi.org/10.1186/s12877-021-02121-0>
- [4] 蒋俏蕾, 陈宗海. 银发冲浪族的积极老龄化: 互联网使用提升老年人主观幸福感的作用机制研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(12): 41-48.
- [5] 唐小茜. 论发展银发旅游——让老年人老有所乐[J]. 长春教育学院学报, 2015, 31(5): 48-49.
- [6] 施永兵. 中国“银发旅游”发展策略研究[J]. 商业经济, 2018(10): 50-51.
- [7] 曹芙蓉. 旅游银发族的世界格局及其需求特征[J]. 旅游学刊, 2008(6): 36-42.
- [8] 曹芙蓉. 世界格局中的中国老年旅游[C]//中国老年学学会. 第八届亚洲大洋洲地区老年学和老年医学大会中文论坛讲演暨优秀论文摘要集. 北京: 北京联合大学旅游学院, 2007: 35.
- [9] 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.
- [10] 吴大伟, 赵翔翔. 银发出游助力老有所乐: 积极老龄化视域下老年人旅游信息行为的探索性研究[J]. 北京理工大学学报(社会科学版), 2022, 24(6): 146-158.
- [11] 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.
- [12] 韩毅. 银发旅游“潮”起来重庆准备好了吗? [N]. 重庆日报, 2025-11-25(013).
- [13] 肖业文. 安徽宣城宣州区: 推进适老改造守护银发群体[J]. 中国社会工作, 2024(5): 40.
- [14] 陈晶. 护好银发安康, 撑起颐养屏障[N]. 人民政协报, 2026-01-14(010).
- [15] 冯维静. 重阳礼包与银发消费是什么让老人乐意掏钱? [N]. 北京城市副中心报, 2025-10-29(004).
- [16] 李悦, 葛庆丰. 河南发力打造“银发健身圈” [N]. 河南日报, 2025-09-02(008).
- [17] 黄澜. 感知价值视角下电商直播对城市低龄银发群体购买意愿影响研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江传媒学院, 2025.
- [18] 福建省龙岩市老年大学课题组, 邓辉明, 戴桢. 关于老年大学助力银发经济高质量发展的调研报告[J]. 老年教育(老年大学), 2025(5): 21-25.
- [19] 罗丽莎, 滕俊磊, 肖湘雄. 人才下乡: 银发人才服务乡村振兴的集聚机制研究——基于湘潭市 H 镇的调研分析[J]. 长沙民政职业技术学院学报, 2023, 30(2): 31-35.
- [20] 赵红睿. 西部欠发达地区老年人数字融入问题研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 甘肃政法大学, 2023.
- [21] 职姝玮. 南昌市银发族金融产品消费行为调研报告[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西财经大学, 2016.
- [22] 徐守云. 适应老年特点丰富银发市场——关于无锡市中老年消费状况调查与研究[J]. 经济研究导刊, 2009(30): 160-162.
- [23] 姚延波. 银发旅游新趋势及适老化创新[J]. 人民论坛, 2025(20): 60-64.