

設計視角下中國老年旅遊群體 酒店健身需求研究

許桂蘋¹ 吳越²

- (1. 上海工程技術大學藝術設計學院, 上海;
2. 萊斯特大學計算和數學科學學院, LE1 7RH)

摘要:龐大的喜歡旅遊的“新老人”群體, 成為中國旅遊產業發展銀髮經濟的重要機遇, 而酒店健身如何滿足中國老年旅遊群體的需求, 是本文側重探討的問題。以中國老年旅遊群體為研究樣本, 結合文獻分析、問卷調查和深度訪談, 通過對老年群體旅遊酒店中健身行為的分析, 挖掘出該群體對於酒店健身時心理放鬆、生理安全 and 社交便利的潛在需求, 針對這些需求提出了健身環境及設備通用化、城市特色健身項目智慧化和健身娛樂設備本土化的設計理念, 並以酒店健身環境的通用性、健身設備的數位化和健身器材的集成化進行了設計探索, 旨在為酒店健身房的設置提出有益參考, 對推動銀髮經濟有所借鑒。

關鍵詞:老年旅遊群體; 酒店健身; 潛在需求; 設計理念; 設計探索

中圖分類號: F592

A Study on the Design Perspectives of the Hotel Fitness Needs for Seniors' Tourism Groups in China

Xu Guiping¹ Wu Yue²

- (1. Shanghai University Of Engineering Science, school of Art and Design, Shanghai;
2. University of Leicester, school of Computing and Mathematical Science, LE1 7RH)

作者簡介: 許桂蘋, 上海工程技術大學藝術設計學院副教授; 吳越, 萊斯特大學計算和數學科學學院在讀博士。

Abstract: This paper focuses on how hotel fitness can meet the needs of China's elderly travellers, a major opportunity for China's tourism industry to develop a silver-haired economy. Based on the Chinese elderly tourism group as the research object, this paper reviews the literature, collects data through questionnaire survey and in-depth interviews, analyzes the fitness behaviour of this group in tourism hotels, and identifies the needs for psychological relaxation, physical safety and social convenience in the enjoyment of such fitness facilities. To address these needs, this study suggests the generalization of fitness environment and equipment, smart digitalization of fitness equipment with urban features, and the localization of fitness equipment. This study also explores the generalization of fitness environment, smart digitization of fitness equipment and the integration of fitness equipment, with a view to providing useful reference for the setting of the hotel fitness facilities and promoting the silver economy.

Key words: elderly tourism groups; hotel fitness; potential demand; design concept; design exploration

1 問題的提出

隨著經濟快速增長和人民生活水準提高,我國實現了從旅遊短缺型國家到旅遊大國的歷史性跨越,“十二五”期間旅遊業已經全面融入我國國家戰略體系,成為國民經濟戰略性支柱產業。經濟發展過程中的人口老齡化現象,也成為我國當前無法回避的現實。第七次全國人口普查資料顯示,在我國 14.11 億人口中,60 歲以上人口佔比 18.7%,而這其中 60~69 歲的低齡老年人佔比 55.83%,接近 1.5 億。中國人口與發展研究中心的專家認為,銀髮經濟的大力發展,不僅可以提升老年人福祉,還將成為擴大內需、促進經濟增長的積極動力,而“十四五”期間也恰是我國發展銀髮經濟至關重要的戰略機遇期。

中國社會科學院國情調查與大資料研究中心、騰訊社會研究中心等多個單位聯

合,於 2018 年 3 月共同發佈的《中老年互聯網生活研究報告》顯示:中老年人參與最多的集體活動是運動健身和旅遊,比例分別為 70.1% 和 67.4%。2021 年 ACSM 全球健身行業趨勢調查 20 強顯示(臧恒佳,2021),第九個趨勢就是老年人健身計劃,老年人已成為不容忽視的健身群體。既喜歡健身又熱衷旅遊的中國老年人,在旅遊途中住進了擁有健身房和游泳池作為標配的星級酒店,對於酒店健身環境和健身設備是否滿意?有何期待?本文試圖從設計學視角來探討中國老年旅遊群體的酒店健身需求,以作為酒店挖掘銀髮經濟潛在增長點的參考。

2 研究現狀

2.1 中國老年群體出遊現狀

劉斌和楊釗(2020)指出,年齡在 50 歲或 55 歲(有研究稱 60 歲及 65)以上的老年

旅遊者,時間、經濟和健康水準都有較好的狀態,是旅遊市場中最具活力的群體之一:出遊時間長、淡季出遊特徵明顯。他們旅遊是為了追求幸福、懷舊和終身學習,旅遊中的行為更多表現在參與活動、豐富社交、增長見識、自我提升(Brookhart, et al., 2006),對旅遊產業帶來不可估量的價值。這與孔偉豔和曾紅穎(2022)的研究頗為一致:按照馬斯洛需求層次理論將老年群體的需要進行分類,旅遊可歸類為自我實現的需要,健身歸類為安全需要;還指出老人不喜歡“養老助殘卡”等稱謂的設置,這是老年人需求來自他人尊重的需要。

傳統旅遊業中的老年旅遊群體喜歡跟團遊,出遊目的地主要是自然風光和文化遺跡的觀光型和休閒型旅遊(Chen, et al., 2014; Głaḃinski, 2016)。隨著出生於上世紀60年代之後的“新老人”群體出現,他們有思想、有品位,有愛好、有主見,有追求、善社交,不服老、敢嘗試,在追求自我實現的需求中,老年旅遊市場也呈現多樣化、個性化的發展態勢(楊磊,2022)。

2.2 國內外酒店健身研究現狀

Loureiro 等(2013)研究了 Spa 酒店環境中的氣氛線索和參與,資料證實:放鬆是 Spa 環境中的核心情感,雖然酒店 Spa 也屬於健康旅遊的範疇,但與健身還不完全一致。Sukhu 等(2019)探討了酒店因素對客人滿意度和情感反應的潛在影響,發現品牌推廣中情感依戀的客戶比滿意的客戶更容易參與口碑,因此酒店需要更加關注情感依戀客戶,而不是滿意的客戶。在酒店健身中點燃顧客的情感記憶,產生情感共鳴和連結,

比讓客戶滿意更加重要。Zgolli 和 Zaiem (2017)研究了旅遊業中顧客與顧客間的互動,發現外向性和感知相似性有助於顧客間互動的發展,這種互動影響遊客的逗留欲望、滿意度及忠誠度,從側面證實了老年群體喜歡結伴出遊的社交屬性。

國內的荊超科(2010)對山東省高端酒店的健身服務品質進行了研究,發現高端酒店顧客體育健身服務品質的主要影響因素有交互服務品質、參與效果品質、活動環境品質、健身保證性品質和健身評價。王濟娟(2021)對青島證大喜馬拉雅酒店的服務品質進行了評價研究,指出要增強娛樂健身功能,向顧客提供綜合性健康娛樂體驗參與場景,可將娛樂健身活動內延伸至客房,外延伸至自然環境。也有基於管理視角從酒店健身中心的經營現狀,建議將健身中心不再作為酒店的附屬娛樂設施看待,而是作為酒店對外競爭產品(詩顯等,2022)。一些酒店健身空間設計上追求新潮和時尚,環境的空間佈局和色彩搭配都充滿了青春活力的氣息,但與老年群體相關性較弱。

國內外酒店健身相關研究都缺乏對老年旅遊群體的關注。但部分學者從其他場景提出一些設計方向,如針對社區場景和居家健身情境下的適老化產品設計(劉菲,2011;藍小燕,2020),也有基於遊戲化視角對老年人健身產品的設計研究(徐佳辰等,2021),還有些將數位化技術加持在健身娛樂產品上進行設計研究(沈鑫等,2022;仲藝,2019),這些設計雖然不是針對酒店健身產品的直接研究,但是對酒店健身設施設備的設計走向頗有啟發。

3 研究思路

3.1 研究樣本的確定

聯合國世界衛生組織對年齡段的新規定中,將 45 ~ 59 歲定義為中年人,60 ~ 74 歲才為年輕的老人。鑒於中國現行制度中法定退休年齡男性為 60 周歲,女工人為 50 周歲,女幹部及靈活就業人員等為 55 周歲,且部分特殊工種可提前 5 年退休,而退休人群又是極其喜歡旅遊的群體(高夏麗, 2020),因此本研究在對老年旅遊群體的設定中,將年齡段以 50 歲為老年起點進行劃分,10 年為一個階段。同時由於中國人口平均預期壽命已達 77.93 歲,因此年齡段設置至 80 歲以上便不再細分。本文對中國老年群體的研究均以此為基準。

3.2 研究資料獲取

本文對老年旅遊群體酒店健身需求的研究應用了文獻研究法、問卷法和訪談法,需求設計方向的探索主要採取了設計實踐法。

文獻研究:主要通過網絡資料庫獲得。如國家統計局、中國知網、國內網絡新聞等途徑來獲得諸如不同年齡段老年人口數量、老年旅遊習慣、酒店健身房情況等基礎資訊和研究現狀,為後續深入研究指導方向。

問卷調研:主要由四部分內容組成,分別是老年人鍛煉健身習慣、老年人外出旅遊習慣、老年人酒店健身意願和個人統計變數。問卷自 2022 年 5 月 16 日開始編撰,歷經兩次小數量發放進行內容修訂,最終於 2022 年 6 月 1 日通過問卷星網生成網路連

結及二維碼,由《產品調研與設計方法》課程所在兩個班級共 50 名同學進行滾雪球式發送:先由每位同學發送至個人祖父母及外祖父母,進行遠端指導填寫,之後再由老人轉發至自己的朋友圈子。

問卷於 2022 年 6 月 18 日終止收集,共收集問卷 201 份,其中 40 歲以下 12 人,40 ~ 50 歲 27 人,50 ~ 60 歲 72 人,60 ~ 70 歲 80 人,70 ~ 80 歲 6 人,80 歲以上 4 人,被調研對象來自河南、山東、上海、江蘇、雲南、四川等 20 個省份的城鎮,本研究僅針對 50 歲以上的 162 份問卷進行分析。有效問卷中,50 ~ 60 歲佔比 44.4%,60 ~ 70 歲佔比 49.4%,是旅遊健身的主要老年群體,覆蓋了本課題研究的絕大多數;其中男性 84 人,佔比 51.9%,女性 78 人,佔比 48.1%,男女比例相當。

訪談法:確定問卷同期完成了訪談大綱設計。針對老年人健身鍛煉設備設施問題、旅遊時所住酒店健身問題、旅遊過程中鍛煉健身期待等共 10 個問題,設置了開放式發問。訪談於 2022 年 5 月 28 日-6 月 10 日期間陸續完成,主要由同學按照大綱的問題形式,對其 50 歲以上親屬進行微信語音訪談之後歸類整理。但因近幾年來疫情影響,以及住酒店期間對於酒店健身設施的使用者較少,僅有四位老人的訪談具有建設性意見。之後於 2022 年 7 月 15 日補充了一名曾經的旅行社從業者訪談,對老年旅遊團、酒店健身設施等進行了深入瞭解。被訪談者基本情況如表 1 所示。

設計實踐法:在前述研究基礎上對老年旅遊群體酒店健身需求進行分析歸類,結合酒店健身空間、健身設備器材等的現狀分

析,探索潛在設計機會。將兩個班級共 50 名同學分為 16 個小組,每個小組自行選定老年旅遊群體酒店健身消費需求方向的相關設計探索,進行概念提取和草圖繪製,從“產品—環境—人”三大工業設計的核心視

角,對草案進行思路彙報,聽取大家的建議和意見,之後改進並 3D 建模,最後選擇設計視角新穎、對文中論點支持度高的案例進行展示。

表 1 被訪者基本資訊

被訪者	地區	性別	年齡	備註
伍先生	上海	男	68	退休,習慣每天慢跑 1.5 小時
李女士	鄭州	女	53	退休,每天廣場舞 2 小時,領隊
董女士	上海	女	64	退休,肚皮舞愛好者,組建業餘舞隊
徐先生	武漢	男	74	退休,攝影、旅行愛好者
侯女士	上海	女	41	曾有 10 年旅行社經驗的業內從業者

4 老年旅遊群體的酒店健身需求分析

4.1 資料中的結果發現

問卷資料顯示,每年旅遊 1~2 次成為四分之三以上老年群體生活的常態;大部分老年人選擇與伴侶、子女或朋友、同事結伴出遊,樂意旅途中有年輕人;在出遊時間上,有 48.1% 選擇 2~3 天,30.2% 選擇 4~6 天,6 天以上佔比 14.8%,這與中國老齡產業協會於 2021 年初發佈的《中國老年旅遊產業發展現狀和趨勢研究》報告較為一致。放鬆心情(84.6%)、欣賞風景(74.7%)和休閒娛樂(53.1%)是主要的外出旅遊目的,感受不同文化(18.5%)、懷舊(15.4)和獲取知識(12.3%)等是附帶旅遊目的。

在旅遊酒店選擇中,中高端星級酒店比例最高(59.2%),接近六成人選擇 300~1000 元人民幣每晚的價位,這與老年遊客偏愛旅遊淡季跟團出遊有較大關係,旅行社統一安排的團遊產品,可以優惠價格提供更

好的服務。住過酒店的老人中,70.4% 表示酒店提供健身場地,63.6% 表示願意在旅行途中保持運動健身習慣,但 48.1% 表示從不使用酒店內健身器材,41.9% 表示偶爾使用一兩次,僅 9.2% 的人每次都使用酒店健身器材。當提及對配備有 VR 眼鏡的 3D 健身設備使用意願時,超過 80% 的老年旅遊群體願意嘗試新興健身設備,表明老年人對智慧科技諸如 VR 有一定的好奇心。但有一半人不瞭解 VR 眼鏡的使用方法,且對 VR 和健身器材搭配使用有著安全問題(54.3%)、視力問題(36.4%)等多方面擔心。

訪談發現,老年群體健身喜歡選擇社區免費公共器材,或跑步、廣場舞等不需要設備的運動方式。他們認為健身房現有器械操作看不懂,專業詞彙不明白,圖示講解複雜,如果不具有一定的訓練基礎,上手存在較大風險,所以更傾向於選擇悠閒的、輕量的、中低強度的健身器材和鍛煉方式,日常生活中對健身房敬而遠之。酒店健身房中器械與商業健身房的差別不大,無法激發老

年群體走進酒店健身中心去的欲望。部分人還提出,太極拳這種形式的中國傳統鍛煉方式,不需要去健身房,而類似乒乓球的運動場所在健身房又不常見。但配備有泳池的健身房,老年群體則會辦專門的游泳卡,約著同伴一起去游泳。

老年群體鍛煉的主要目的除了強身健體預防疾病外,還有休閒娛樂和促進人際交往。當前健身房中以年輕群體獨立鍛煉模式為主,無法滿足老年群體的社交需求,如果有可以共同參與的健身專案,老年人也期待與年輕人一起鍛煉,找回自己年輕時的狀態。日常健身房內密集的器械、年輕人集中專注的自我鍛煉,對老年群體造成了一定的心理壓迫感,缺乏互動和安全的情感滿足。酒店健身房內雖然鍛煉人員較少,但器械也各自獨立,缺乏可以協作或互動的鍛煉設施,也很少有服務或指導人員,更增加了老年群體對於陌生環境的疏離感。

喜歡跳舞的女士們,則表示酒店健身房的舞蹈室並不多見,有時有瑜伽室,但空間不大,伸展不開。何況出去旅遊,舞蹈服、泳衣之類非必要服裝也未必會隨身攜帶。但是如果是舞蹈隊的姐妹們一起出去旅遊,還是可以秀一秀的。旅行社從業多年的專業人士侯女士則稱,老年旅遊之前確實以團為主,根據地區不同會對酒店級別有所要求,如江浙滬地區的老年人一定會要求四星五星級酒店,只有掛牌的高檔酒店才有健身房,老人出遊一天下來很累,基本上沒有精力了,很少去健身房。侯女士說感覺酒店健身房主要還是給商務人士準備的,去酒店健身房的年輕人也不多。

4.2 老年旅遊群體酒店健身需求總結

越來越多的中高檔酒店開始配置健身房,但酒店健身房的利用率非常低,無論對於普通顧客還是老年旅遊群體,酒店健身房不能吸引顧客的主要原因有以下幾點:

a. 酒店健身房通常作為附屬設施進行標準配置,重設備輕環境,千篇一律,同質化嚴重,很少有酒店特色。酒店健身房通常不是住宿選擇的重點,所以酒店經營者在健身房的配備上以合格為標準,未將其列入市場競爭的關鍵點,也就不可能產生吸引顧客的亮點。

b. 酒店健身房與商業健身房的佈局、器材都較為類似,面向的顧客以年輕群體單獨訓練為主,以力量型為主的訓練設施具有明顯的西式特徵,對於中國顧客的青年群體、中老年群體間以及每個群體內的差異化需求無法廣泛覆蓋。

c. 酒店健身房中缺乏符合中國式運動習慣的場地或設備,無法滿足中國老年群體喜歡社交的運動行為。在人口密集的中國,一向注重團隊意識和集體觀念,即使是健身操或者太極拳此類個人可以進行的健身活動,中國老年群體依然喜歡相約組團進行,流行於中國各個廣場的中老年自發型舞蹈——俗稱廣場舞,即是實證。

中國老年群體數量之龐大,中國傳統文化影響之深厚,以希爾頓酒店將健身器材搬進客房內的方式,來吸引中國老年群體恐怕行不通。總結前文可以發現,中國老年旅遊群體酒店健身的需求主要有以下幾點:

a. 心理上的放鬆感。酒店健身房要避免像普通商業健身房那樣,不必將各種器材

密集擺放,也不必刻意追求設備的高大上和空間的潮、酷、炫,將運動空間設計的自然、輕鬆、親和,營造一種日常沙龍聚會式的運動氛圍,反而能夠使中國老年人卸掉心理包袱,敢於走進健身空間。

b. 生理上的安全感。健身房內迎面而來的運動器械,以其複雜、厚重及不夠安全的視覺感知對中國老年群體造成了一種生理上難以承受的畏懼感,也正因如此老年群體對於健身房的泳池接受度要顯著高於運動器械。因此健身器材的人性化再設計很有必要。

c. 社交上的便利性。結合中國傳統文娛活動,增加具有中國文化特色的、中國老年人擅長的協作性設備,讓出遊的老年人可以在活動中增進感情交流,提升老年群體健身活動的社交屬性。因此可進行具有中國特色的健身器材設計。

隨著遊戲化健身和資訊化時代的加深,結合城市品牌和城市形象的政府塑造,基於以上中國老年旅遊群體酒店健身需求,本文提出以下設計探索方向:

a. 健身環境及其器械設備的通用性設計。健身環境包容性的提升,健身設備安全性和易用性的增強,環境的精細化、器械的人性化,都將使健身活動更加容易接近。當老年群體步入新環境時能夠在生理上感覺安全,心理上感覺放鬆,他們才會願意深入其中。

b. 城市特色健身專案的智慧化體驗設計。城市特色健身項目的真實體驗,如滑雪、衝浪等,通常具有危險性和專業性,且體驗經濟成本較高,對價格敏感度高。而對看重旅途健康安全的老年群體而言,以虛擬模

擬的智慧化體驗模擬真實場景,是一種另類健身的嘗試。

c. 健身設備社交性、娛樂性的本土化設計。協作性健身設備,有助於增強老年群體間的社交,娛樂化活動有助於保持他們的頭腦健康,本土化的中國式文體活動,更容易使老年群體產生情感上的連結和共鳴,喚醒記憶中的熟悉感,吸引老年群體參與其中。

基於上述三個方面的設計探索,本文進行了如下設計實踐。

5 設計實踐

5.1 酒店健身環境的通用性設計探索

諸多學者曾針對老年群體提出了適老化產品概念(周明等,2017),但從公共環境或物品的設計視角來看,通用性設計理念更為適合酒店健身環境。一則在於老年人僅是酒店的一類消費人群,適老化的設計對於其他顧客而言,與常規產品的差異頗為明顯,適宜老年群體使用的產品是否會引起其他人群使用的不便,值得商榷;二來通過前文得知,老年群體存在一定的不服老心理,不願意自己是被特殊照顧的那類群體,並且願意與年輕人在一起以使自己的心態更年輕。同時,適老化設計走向通用性設計,猶如早些年間的“殘疾人通道”而今都稱之為“無障礙通道”,是一種社會文明進步的體現,反映的是社會對民眾普遍的尊重和應有的關愛,而不是將某些群體進行特殊對待,這樣在減輕老年群體心理負擔的同時,也避免適老化產品無法適宜年輕群體的尷尬。

通用性設計的定義於1970年被羅奈爾得·梅斯教授提出,20世紀90年代北卡羅

來納大學創建通用設計中心,正式公佈了通用設計的7大原則:公平性、靈活性、易操作性、易感知性、寬容性、省能性和空間性(孫文濤等,2021)。其中公平性、靈活性、易感知性強調了產品對於使用人群的通用性,易操作性與寬容性強調了產品在功能使用上的通用性,省能性和空間性強調了產品使用環境的通用性。本文將通用性設計理念貫

穿於酒店健身環境的設計:不僅是為老年人設計,是為人類的共同設計。本研究中小組之一設計了適宜不同群體無設備或輕設備健身的環境(圖1),屬於靈活性較強的健身空間,新中式的室內環境風格、現代建築材料與燈具的設計應用,與外部環境融於一體,使消費者心理和生理上接納度都較好,體現了環境的通用性設計。



圖1 酒店新中式健身空間設計

正如用戶體驗之父唐·諾曼談到適老化設計時說的那樣: The very best designs will help the elderly, but also be adapted by everybody else; “Make the things so successful, that everybody wants them.” 通用設計具有良好的包容性,以一種平等與尊重的姿態接納個性化與差異化的存在(孫春曉,2019),設計師設計產品時並不是單獨面向這一群體,而是在方便特殊用戶的同時使普通用戶更加便利,這將極大地降低老年群體與年輕人一起健身時的心理障礙。

5.2 酒店健身設備的數字化設計探索

智慧化和數位化時代的來臨,衝擊著每一位民眾的日常生活,老年群體也無法避

免。老年群體對於VR超過80%的嘗試意願表明,智慧化和數位化於老年群體而言,不再是高不可攀的高科技,而是生活的有益補充。老年群體旅遊的主要目的是放鬆心情、休閒娛樂和感受不同文化,城市酒店可結合地域特色,在酒店健身氛圍和健身項目中,帶給遊客別樣的文化感知,這對於城市品牌的傳播和酒店美譽度的提升有所裨益。結合當前智慧技術,以遊戲化健身產品引導遊客群體領略城市風情,是一條值得嘗試的途徑。本研究中小組之一提出了以VR眼鏡與慢走機結合用於欣賞城市風光的概念,對於一些有慢走散步習慣的老年遊客群體,或是繁忙的商務出差人士,沒有足夠的時間走遍城市景點,在短暫的運動時光中能夠從

健身設備上更全面地瞭解城市景象,也可成為城市形象的有效傳播手段。

對於一些特色城市如海濱城市,特定健身項目可以給顧客更為深刻的印象。如西班牙胡安卡洛斯酒店健身設施中的馬場,成為顧客對於該酒店最為深刻的記憶(荊超科,2010)。本研究中小組之一利用 VR 技術結合海濱城市特色,提出了 3D 帆船健身專案的設計概念(圖 2)。此類實際健身項

目危險性高、金錢花費大、技能掌握耗時長,在普通健身環境中難以達成,而如果將虛擬實境技術結合健身運動項目進行開發,作為特色體驗健身活動,應用於青島、大連等海濱城市的酒店健身中心,既可以作為對城市特色運動的一種精神文化傳播,也將會吸引遊客沉浸式體驗日常難以一見的健身活動,增強顧客對於酒店的記憶。



圖 2 海濱城市酒店 3D 帆船健身項目概念圖與使用示意圖

5.3 酒店健身器材的集成化設計探索

酒店健身中心對於高端酒店屬於標配,酒店健身理念也正成為一種趨勢,但在國內尚處於探索期。本研究中調研了上海半島酒店、上海靜安香格里拉酒店、上海新發展 jw 萬豪酒店、上海外高橋喜來登酒店和上海虹橋凱悅酒店等高端酒店的健身中心,發現個別具有游泳池的設置之外,酒店的健身器材無不採用力健 Life Fitness、星馳 Star Trac 或 Power Plate 等世界高端品牌。這些外來品牌高端酒店、外國品牌的健身器材,在最初設計中面向的是全球化無差別的受眾,還是更傾向於西方消費群體,本研究尚未可知,但僅從空間的室內佈局、健身器材

的設備類別上來看,與日常健身房並無太大差別。

如何在千篇一律的標準化酒店服務中融入中國城市和地域特色,結合一些對設備要求不高的中國傳統健身項目如太極拳,將中國式娛樂與健身專案相結合,是設計中值得嘗試的途徑。本研究中小組之一提出了將麻將桌與健身單車進行組合的設計概念(見圖 3),結合了中國傳統娛樂方式與現代健身理念,在老年群體經常成團出遊的情境下,既滿足了集體活動的娛樂社交,又進行了適當的腿部鍛煉,將趣味性與實用性相結合,可謂中西合璧,別出心裁,應用在以博彩著稱的中國澳門酒店健身中心,非常應景,但市場接納度尚有待進一步考證。

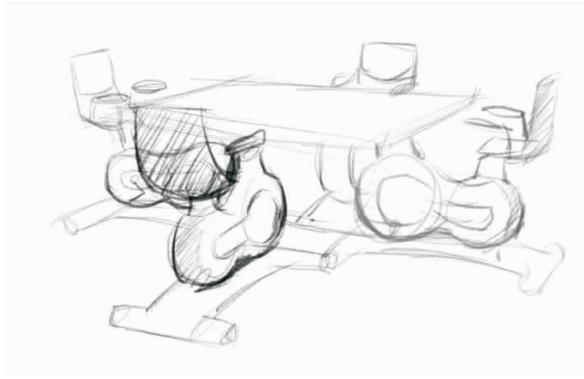


圖3 麻將動感單車手繪草圖與初步建模效果圖

6 結語

愛健身、善旅遊的中國“新老人”是旅遊產業中強有力的經濟增長點，智慧化的互聯網時代下，他們對生命旅途充滿了探索精神和嘗試欲望。隨著酒店健身中心的普及，當前在配置上大同小異、佈局上暗仄壓抑、操作上各自獨立的酒店健身房，對中國老年旅遊群體顯然不具備足夠的吸引力，如何獲得中國老年旅遊群體的青睞，必須關注到他們在運動中的多重基礎需求：心理上的放鬆、生理上的安全和社交上的便利，從馬斯洛的需求層次來看，這三種需求歸屬於安全和社交領域，屬於第二和第三層級較低的需求範疇。針對中國老年旅遊群體的這些需求，結合酒店經營的商業盈利和口碑傳播期望，本文從設計視角提出了健身環境及設備通用化、城市特色健身項目智慧化和健身娛樂設備本土化等設計理念，並提供了相應的設計概念以供參考。當然，要吸引顧客走進酒店健身房並持續產生經濟價值，可配合提供一些本地特色輕食、飲品的供應和服務；要給顧客留下深刻的良好印象，可結合地方特色舞蹈等活動的簡單培訓課程等，但這些已超出產品設計視角的範疇。中國老年旅

遊群體是新時代的新老人，需要新高度的新理念才能獲得消費滿足，這是一個值得深度探討的跨學科課題。

參考文獻

- [1] Brookhart, M. A., Schneeweiss, S., & Rothman, K. J., et al. (2006). Variable selection for propensity score models. *American journal of Epidemiology*, 163(12), 1149-1156.
- [2] Chen, W. Y., Wang, K. C., & Luoh, H. F., et al. (2014). Does a friendly hotel room increase senior group package tourists' satisfaction? A field experiment. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(8), 950-970.
- [3] Głębinski, Z. (2016). Analysing the tourism activity of seniors by applying the method of participant observation. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 33, 55-70.
- [4] Loureiro, S., Almeida, M., & Rita, P. (2013). The effect of atmospheric cues and involvement on pleasure and relaxation: The spa hotel context. *International Journal of Hospitality Management*, 35(12), 35-43.
- [5] Sukhu, A., Choi, H., & Bujisic, M., et al. (2019). Satisfaction and positive emotions: A comparison of the influence of hotel guests' beliefs and attitudes on their satisfaction and emotions. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 51-63.
- [6] Zgolli, S., & Zaiem, I. (2017). Customer-to-

- customer interaction in tourism experience: Moderating role of nationality. *Arab Economic & Business Journal*, 12(1), 44-56.
- [7] 國家統計局. 第七次全國人口普查公報(第五號). http://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202105/t20210511_1817200.html.
- [8] 高夏麗. 老年旅遊的發生機制及旅遊體驗的意義建構——基於活動理論的視角. *雲南民族大學學報(哲學社會科學版)*, 2020, 37(3): 116-123.
- [9] 荊超科. 山東省高端酒店體育健身服務品質的研究. 碩士論文. 山西師範大學, 2010.
- [10] 孔偉豔, 曾紅穎. 關注老年知識份子需求 撬動銀髮消費市場——基於焦點小組訪談的老年知識份子需要層次分析. *宏觀經濟管理*, 2022(7):74-81, 90.
- [11] 劉 斌, 楊 釗. 國外老年旅遊研究進展與理論體系——兼論人文主義地理學研究老年旅遊的思路框架. *人文地理*, 2020, 35(6):18-25+131.
- [12] 劉 菲. 養老社區戶外空間健身產品設計. 碩士論文. 中央美術學院, 2011.
- [13] 藍小燕. 老年居家健身產品的適老化設計研究. 碩士論文. 南京理工大學, 2020.
- [14] 詩 穎, 丁乙欣. 全民健身背景下高星級酒店健身中心的發展——以 AMC 框架為視角. *蘇州市職業大學學報*, 2022, 33(2):72-76.
- [15] 沈 鑫, 丁肇辰. 新老人群體居家健身數位化產品設計研究. *設計藝術研究*, 2022, 12(2):19-23.
- [16] 孫文濤, 姚怡揚, 陶紅莉. 基於通用設計的老
年人輔助出行產品開發研究. *綜合運輸*, 2021, 43(2):89-94.
- [17] 孫春曉. 基於通用設計理念的家用備忘系統設計. 碩士論文. 瀋陽航空航天大學, 2019.
- [18] 王濟娟. 青島證大喜瑪拉雅酒店服務品質評價研究. 碩士論文. 石河子大學, 2021.
- [19] 徐佳辰, 沈 傑. 遊戲化視角下老年人健身產品設計研究. *設計*, 2021, 34(23):68-70.
- [20] 楊 磊. 應對人口老齡化, “新老人”定義新生活. *國際線上*. <http://talk.cri.cn/n/20220526/c3355c63-3fdb-4985-2745-9ca12c2142c8.html>.
- [21] 中國社會科學院社會科學研究所, 騰訊社會研究中心, 中國社會科學院國情調查與大資料研究中心. 中老年互聯網生活研究報告, 2018. <https://max.book118.com/html/2018/0326/158764473.shtml>.
- [22] 臧恒佳. ACSM 調查 2021 年全球健身趨勢. *健與美*, 2021(3):30-39.
- [23] 仲 藝. 資訊時代下國內老年人健身娛樂類產品的設計研究. 碩士論文. 大連工業大學, 2019.
- [24] 中老產協旅遊委, 中國老齡產業協會. 中國老年旅遊產業發展現狀和趨勢. 貴州網路廣播電視臺, 2021 年 1 月 2 日. <https://www.gzstv.com/a/cd8354fc614f4d8d8e7505f22d5de2c7>.
- [25] 周 明, 李亞軍. 面向中國特色養老服務的
產品交互適老化設計研究. *藝術百家*, 2017, 33(1):233-234.