

# 男士爱打扮 小城很时髦 银龄消费花样多

## 性别： 老年男性更会穿

在本次调查中,受访者对服饰类的需求明显高于食品类,占比为35.74%;对老年鞋的需求占比又高于服饰类,为45.51%。

然而,爱打扮并不是阿姨们的特权。对老年服饰和老年鞋消费需求的“头名状元”,都被老年男性包揽。

具体来看,在老年服饰方面,需求最高的是月收入在3001-5000元的男性,其次是月收入5001-8000元和8001-10000元的男性。而在老年鞋的需求中,需求最高的依次是月收入5001-8000元、8001-10000元、3001-5000元的男性。这两块领域,女性都只排在第二。

为什么会出现这样的现象?我们可以从另一个选项中一见端倪。在退休后仍想要就业的选择中,男性略高于女性,但男性学历越低,对介绍工作的需求越旺盛。而女性则相反,学历越高越有发挥余热的需求。女性本科学历的样本中,选择人力资源开发服务的为9.93%,而同等学历下,男性为7.16%。

专家分析,和老年女性相比,老年男性的社交场景更多,参与社会公共事务的几率也更为频繁,因此有着比较强烈的个人形象管理需求。

## 教育程度： 学历越高越爱“折腾”

受教育程度不仅会影响生活方式,也会影响对养老服务和老年产品消费的接受度等。

家用智能适老辅具是能够帮助老年人在衰老过程独立生活的安全、便携式用品,在接受能力上,高学历群体更容易接受智能适老产品。

比如对家务机器人,本科及以上学历老人有超过40%的人愿意接受,而初中及以下学历的不到25%。对情感陪护机器人的接受程度,学历产生的影响也差不多。而在被问及康复训练及健康促进辅具的需求时,需求占比同样随着学历的升高而增加。



## 地域：小城老人很时髦

城市越大,消费观念越开放?未必。

为方便统计,“浙江城市老年人消费需求调查”将杭州、宁波划为一线城市,温州、金华、嘉兴、绍兴为二线城市,台州、湖州为三线城市,丽水、衢州、舟山为四线城市。在这四类城市中,四线城市的表现有点吸引眼球。

受访者对适老化环境改造产品和服务的需求主要集中在一线和四线城市的老年群体。对住房环境改造产品的需求比例,一线城市最高,为50.7%,但紧随其后的并不是二线、三线城市,而是四线城市,比例为45.98%。对无障碍通道、电梯的需求比例,四线城市为40.36%,超过三线城市的

35.57%。安装/搬运/维修等体力活、老年食堂和打扫卫生,分别占据各线城市生活照料服务的前三名,只是在一线和四线城市中需求程度更高。对这三类服务的需求比例,均为一线城市第一,四线城市超过二、三线城市,排名第二。可见四线城市生活照料服务需求,比二、三线城市更旺盛,消费需求的差异并不以城市大小为顺序。

为何会出现这样的现象?专家认为,当前网络发达,四线城市的养老公共服务水平可能相对滞后,但老人能通过手机接受到各类新鲜资讯,他们也非常渴望感受潮流前沿的生活方式。

## 收入：钱包越鼓越爱溜达

老年人的消费当然也受收入的影响。例如,收入越高,越偏好旅游。在选择老年旅游需求时,月收入3000元以下的老人中,有旅游需求的占34.35%,月收入3000-5000元的则为46.53%,月收入5001-8000元的为56.28%,月收入8001-10000元的是64.53%,月收入10000元以上的则高达67.66%,呈一个明显的上升

曲线。对健身休闲的偏好,月收入3000元的受访者对这类需求比例为59.88%,月收入3000-5000元的样本占比64.31%,月收入5001-8000元的占68.58%,月收入8001-10000元的是71.65%,月收入10000元以上的占比高达73.62%。而支出相对较少的娱乐活动,则是收入越少的占比越高。



本报记者 张伟群

从“浙江城市老年人消费需求调查”结果中,通过一串串翔实的数据,我们看到了鲜明的老年消费群体画像:年龄、性别、收入、学历、健康状况、受教育程度、高频使用场景……每一个点,都影响着消费潮流涌流的方向,都可能成为激发银龄消费行为的隐形因素。



本版图均据CFP