

期待更丰富更便捷 聚焦山区海岛老人消费新需求



图据AI生成

林雨尘

连日来,本报聚焦“银发族”消费需求、消费现状等分别在线下线上展开调查,引发热议。作为该群体中更具特殊性的群体,山区海岛老人的消费呈现怎样的趋势,又有怎样的消费需求?

近日,本报针对以上问题面向山区海岛老人展开调查,回收有效调查问卷600余份。



扫码看视频

服务类型相对单一 居家养老上门服务期盼多样化

在本次调查中,超九成受访者目前处于居家养老状态(包括独居、仅与配偶同住或与子女同住)。然而,体验过日间照料、陪同就医、心理疏导等养老服务的受访者占比均只在两成左右。不少人表示,体验过的养老服务类型相对单一,生活照料服务、医疗健康服务、精神慰藉服务等距离老人需求还有一定差距。

59岁的受访者戴联芬表示,因为长护险,87岁的母亲每月都能享受10次左右的助浴、理发等上门养老服务。“希望频率更高一些,或者如果能有有偿购买的服务项目就好了。”戴联芬说。

适老化产品供给有待补充 期待更多适老化体验

近年来,助行器、大字版电子产品、智能穿戴设备等适老化产品层出不穷,但其在山区海岛的供需存在明显失衡。

调查显示,有22%的受访者需要智能化日用辅助产品,21%的受访者需要康复训练及健康促进辅具,也有13%的受访者表示“囿于生活环境限制,从未使用过适老化产品”。“外骨骼机器人最近很火,我很感兴趣但不知道上哪体验。”一位大爷说。

采访中,不少老人呼吁,居住环境的适老化改造力度不够,希望拥有更多适老化体验。

日常生活需求为消费主体 文化消费途径有待拓展

当下哪些消费需求仍未被满足?笔者发现,山区海岛老人的消费需求更集中在衣食住行等基本生活方面。“食品、保健品”与“老年服装”类目是受访者的首选,合计占比超60%。不少受访者呼吁:“多建一些老年食堂,就餐方便一些。”

在此选项下,消费需求排行第二的是精神文化类。山区海岛地区相对不便的交通条件,也导致文化消费渠道相对有限,有42%受访者表示希望多一些精神文化类产品,例如地方戏曲演出、兴趣课程等。

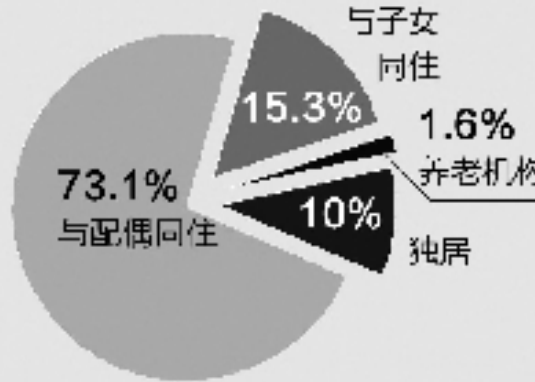
银发经济消费调查 (二)



制图「伦枫」



您的居住状态:



您使用过哪些适老产品 (多选)



您使用过哪些养老服务 (多选)

