

银发消费热情高涨呈新趋势 向“悦己消费”转变 乐于体验新技术



图据AI生成

本报记者 赵培希
通讯员 吴捷 陈敏
视频 韩承乙

街头商超里,老年用品店数量渐增;旅行社“夕阳红”线路火爆;电商平台上,养生食品、文娱产品等纷纷被加入老年人的购物车……眼下,“银发经济”已成为消费市场的关键增长极之一。拥有丰富阅历和稳定消费能力的银发群体,正展现出独特而多样的消费需求与价值取向。

“银发族”买买买有什么新变化?近日,本报围绕此话题展开问卷调查与街头采访。调查结果发现,“悦己消费”正成为银发消费新风向。从注重健康养生到追求精神文化的满足,从依赖传统购物方式到逐步融入数字化生活,银发群体的偏好呈现三大特征:品质优先、功能创新及场景多元。

突破“节俭型”传统认知 愿意为品质养老买单

被动养老到主动享老转变,当代“银发族”正突破节俭型消费传统认知。

在回收的150余份有效调查问卷中,多数受访者年龄在60-79岁间,月收入在5000-10000元不等,月平均消费支出在2000元以上。其中,近7%的受访者月平均消费支出超过8000元。

李女士最近迷上康养旅居,报名了前往云南的银发旅游专列。“心情好了,身体才会好。”李女士说。

为兴趣买单,“银发族”也乐在其中。记者在采访中了解到,近几年,越来越多居民到老年大学就读,社区开展的银发课堂也是场场爆满。

老年人成“智能控” 适老化产品受欢迎

当被问及“哪些消费需求亟需被关注?”不少受访者表示,自己更倾向选择居家养老。因此,很需要适老化的出行工具与家居设计。

陈大爷患有心脏病,平日通过智能手环监测心率。前段时间,儿子给他买了一款智能拐杖,能定位,可双向通话。“让生活方便,也使我们能跟上时代步伐。”陈大爷对新装备赞不绝口。

还有受访者呼吁,家庭安全监测等适老家居产品固然新颖,但日常生活中,换灯泡、搬重物等便民服务也必不可少,自己同样愿意为这些项目消费。

线上线下齐发力 “一站式场景”获期待

调查显示,网购与线下消费人群比例差距甚微,分别为43.3%与56.7%。

72岁的姚大伯正努力跨越“数字鸿沟”。他发现,一些电商平台、线下商超会推出银龄专区,但并不普及。“平时还是在抖音商城、淘宝漫无目的地刷。”

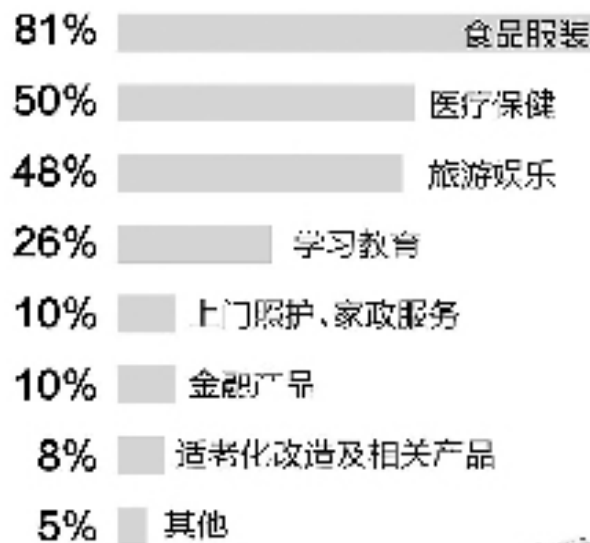
除了网购,线下“一站式”消费场景也是许多老年人的心之所盼。今年,上城区“银发时尚金街”亮相。“就在家门口,买东西不用东奔西跑,也不怕网上买的质量不好。”77岁的李大伯直言。

“银发经济”消费调查



1 (多选题)

生活中,你在哪类领域消费最多?



2 (多选题)

你觉得当下哪些消费需求难以满足?



扫码看视频