



北京买买买订阅号

D1-D4

2018.10.12

总第163期 今日4版 每周五出版
联合主办 北京市商务委员会 北京商报社
主编 吴文治 执行主编 赵述评

透过黄金周看新老年消费

2018年国庆假期,北京消费市场繁荣,老年消费更是有了新走向。国庆黄金周期间,互联网企业与实体零售企业发布的国庆消费数据中,“银发经济”数据尤为抢眼,智能产品、潮流旅游地、高品质商品均频现老年消费者的身影。实际上,“银发经济”已经被视为推动经济增长的重要引擎之一,大量的利好政策驱动着老年消费力越发旺盛。“便宜”已经不再是老人的首选,消费需求正在向高水平、高层次和多元化的方向发展。

国庆期间老年消费夺目

社会多元化文化的发展及互联网技术的发展,老年群体不再是只忙着买菜做饭带孙子,互联网经济高速发展以及网购潮流的兴起让老年人的消费更加新潮。一些被“90后”消费带火的网红店也成为老年消费者聚集地。阿里公布的口碑数据显示,老年的餐饮消费同比增长16%,远超其他人群,有趣的是,网红奶茶店消费规模增长最快的是50岁以上人群,环比节前大增68%,同比上涨近三成。

根据阿里公布的支付宝数据显示,境外人均消费比去年同期增长30%,其中“60后”境外游消费人数增长最多为96%,一地多刷和小众目的地深度游成为新风尚,老年消费显然紧跟年轻人的消费步伐。随着电商的良性发展,老年人对手机依赖的逐步加深,参与网购的心理和物理障碍正被逐步打破。可见,潮流消费、网上购物、移动支付不再是年轻人的专属。实际上,老年人对网购的态度容易受社交圈的影响,多数是在“朋友圈”和家庭圈的带动下开始了尝试。

拥抱互联网的老年消费者群体日渐庞大,早已不局限在对实体商品的买买买,为自己购买金融保险也被提上议程。老年消费者更偏爱稳健型金融产品,在苏宁金融购买理财产品的用户中,2%是老年人,平均投入金额高达2.8万元。在苏宁金融购买保险产品的用户中老年人的比重达到7.6%,中高端医疗险、癌症医疗险和交通工具意外险最受青睐。

当家中的年轻人趁着国庆小长假纷纷出游时,留在家中的老人便需



要更贴心的家政服务。百姓网数据显示,国庆长假促使照看老年需求快速增长,从9月开始,招聘类目中家政、保姆相关岗位的需求量环比上月增长21%—27%,并于9月最后一周达到峰值。百姓网负责人对北京商报记者称,“十一”结束后医院陪护、养老陪护的需求依旧是高峰。

智能化引领新潮流

“重储蓄,轻消费”是中国大多数老年人的消费观念,所以很多老龄消费品上市之后无人问津,导致老龄消费品产品研发动力不足。在大部分消费者眼中,老龄消费品就是保健品与衣服、鞋子等产品,殊不知在中国老龄消费市场,智能而又新潮的商品正在复苏。随着智能手机的普及,老年人的信息获取愈发便捷,购买欲望有较大提升,老龄消费者对个性化、品质化、多元化的产品需求越来越强烈。

如今的老年人早已不是年轻人印象中的“科技盲”,老年人开始独自购买智能手机,也开始对科技智能产品逐渐加深了解,正蜕变成“科技党”。京东数据显示,老年人花费最多的智能产品为智能手机、智能电视、智能马桶盖、智能电饭煲、智能手环。智能产品的消费金额同比增幅最快的则是智能音箱、智能机器人和智能门锁,这三个品类的销售金额分别是2017年同期的

7.9倍、3.8倍和2.5倍。

鉴于老年人的生活能力逐渐弱化,更需要适合自己的智能化产品的辅助,智能化、数字化产品备受青睐。老年人对身体健康数据监控、智能远程呼叫等数字化产品感兴趣程度较高。值得注意的是,在老年人最感兴趣的数字化产品之中,一半以上是与身体健康相关的产品。

截至2017年底,我国60岁以上老年人口已达到2.41亿,占全国总人口的17.3%。人口老龄化成为当下高度关注的社会发展现象。另一方面,2010年,我国老年人的退休金总额达8383亿元,到2020年时将达到28145亿元。老年人的消费能力不断提高,加之近年来空巢率持续上升,使得上世纪50年代以后出生的人,到65岁以后将比年轻人更有消费力。目前我国老年用品和服务的市场需求为每年6000亿元,为老年人提供的产品和服务却不足1000亿元,市场空额巨大。

政策释放红利拉升“银发经济”

实际上,“银发经济”已经被视为未来推动我国经济增长的重要引擎之一,根据全国老龄工作委员会发布的《中国老龄产业发展报告》,2014—2050年间,我国老年人口的消费潜力将从4万亿元增长到106万亿元左右,占GDP的比例将增长至33%,成为全球老龄

产业市场潜力最大的国家。

庞大的市场空间,政策也在不断释放红利。在今年“2018北京老年消费月”活动上,聚集了多个行业的近200家优质企业,以商业、健康、餐饮、旅游、文化5个板块为主体,线上线下同步开展持续促销、体验试用、打折让利,为老年消费者带来更为多元化、便利化、品牌化的消费服务和体验。

除组织企业对老年用品等进行让利推广外,“2018北京老年消费月”还针对老年群体需求较大的上门护理、保洁、康养、外卖等“刚需”进行消费普及,介绍了通过线上渠道开展服务的领域和企业,让老年群体享受互联网带来的便利,引导老年群体的服务消费更加品质化。

值得注意的是,随着京津冀协同发展的深入推进,北京的老年人到天津、河北养老的新需求也逐步增加,随着医疗保险异地结算的实现,走出北京到外地接受旅居养老和候鸟式养老服务需求的老年人也是越来越多。追求品质的享受型消费已经成为老年消费的新特点,部分老年人的心态也在趋于年轻化和时尚化,消费观念逐渐向年轻人靠拢,他们比以往更加注重化妆、衣着等方面的展示型消费。

北京商报记者 王晓然 赵述评/文
宋媛媛/制表