

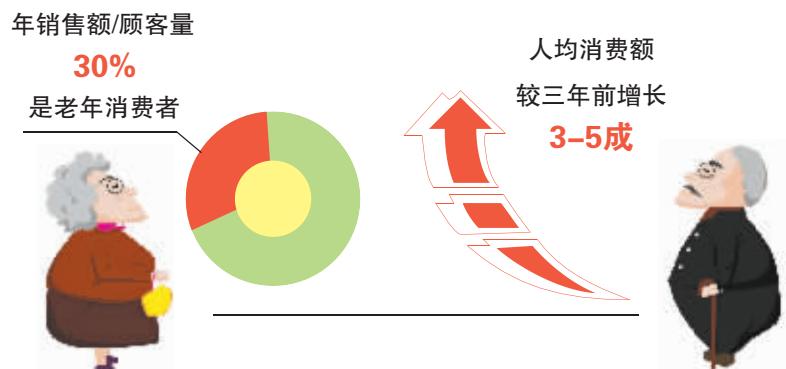
主管副总编辑 刘佳 主编 蒋梦惟 美编 贾丛丛 责校 刘凯晶 E-mail: news0518@163.com



在我国消费升级的背景下,老年消费者这一新兴的主力“买家”群体,也在不断创造出新的需求,为各行业带来大量新商机。日前,2019北京银发消费月正式拉开帷幕,每周3-4场、持续一个月左右的落地活动,集聚了全市30余家北京老字号、200余家品牌企业、数千家门店。北京商报记者走访了多个正在开展活动的企业后发现,今年,不少商家都不约而同地表示,近两年,北京老年消费者的消费习惯、消费方式、消费能力都出现了巨大变化,比如:他们开始更关注“网红”及“爆款”产品、挑选商品时更兼顾美观性与功能性、人均消费额也在短期内大幅提升等。就此,北京商报记者特意选择了近三年消费月活动中老年消费需求集中且出现明显变化的零售、健康服务以及居家养老服务行业三家企业代表,讲述他们眼中的银发消费新趋势。

需求悄然生变 北京老年消费市场鼎新

内联升60岁及以上老年消费占比



零售业:
新奇商品受追捧

有着百余年历史的北京老字号鞋企内联升,是伴随不少老北京人一辈子的品牌。如今,很多老年人外出购物时,都会念叨着要去内联升买双千层底。随着早年间和内联升一同成长的那批消费者逐渐步入晚年,老年人成了内联升不可忽视的重要客源群体。近几年,每年在内联升消费的顾客中,有三成左右在60岁及以上,加上还有不少子女代长辈来内联升买鞋,实际上,老年消费者每年为内联升贡献销售额比重至少在三成以上。”北京内联升鞋业有限公司副总经理程旭告诉北京商报记者。

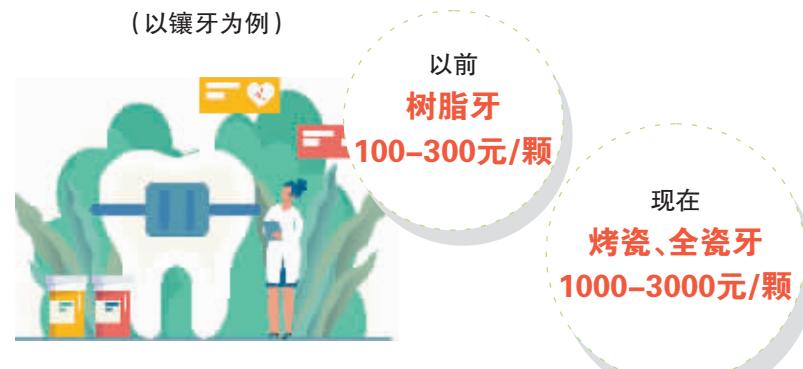
“不过,我们发现,近几年,老年人在购买服饰、鞋上的习惯和喜好出现了不小的变化。”程旭坦言,早年间,不少老年消费者在认准一个品牌后,就连续20-40年购买同一个品牌甚至同一个款式的鞋,进行持续性的消费,但近两年保留这种消费习惯的老年人已越来越少,品牌忠诚度逐步走低。

在程旭看来,由于电商以及抖音等网络社交平台的普及,现在的老年人与十年前老年人购物的习惯已大相径庭。根据日前阿里巴巴集团发布的《“十一”黄金周消费数据报告》(以下简称《报告》)显示,仅10月1日-3日,在淘宝上“爸爸秋冬外套”搜索量就环比上涨了136倍;“中老年妈妈秋装上衣”搜索量也环比提高64.6倍。“十年前,内联升上市一款新品,初期是相对困难的,因为很多老年消费者不愿接受新商品,而到了现在,不少中老年顾客不仅更关注‘上新’情况,甚至愿意购买一些好玩的周边商品,对于新品种类的接受度更高。”程旭表示,总体来说,早年间,老年人买鞋时,不太注重款式,只看性价比及舒适与否,而近两年老年人在选择产品时,更讲究与服饰的搭配、使用的场景,人均消费额也比三年前增长了3-5成。

值得注意的是,程旭还提到,近几年,内联升仅靠多年来的口碑进行品牌宣传、产品推广的效果已经不够了,现在不少老年消费者都愿意在网上下单买鞋,因此实体店就必须承载更多的体验性功能;“千店一面”不仅对于年轻消费者,对于老年人来说,也不再具有吸引力。因此,未来内联升可能会在实体店中提供更多的场景,不再执着于将所有的店面面积都用于销售,而是通过一些体验环节增加与消费者的互动性。”

其实,内联升所感受到的改变,只是老年消费新需求之于零售业的一个缩影。面对日新月异的新市场,有老年用品零售企业向北京商报记者坦言,老年消费体量快速扩容,但供给端面临的竞争也越来越强,很多原先不专注做老年产品的企业也纷纷增设了面向中老年消费者的品类,快速提升产品功能性和科技含量,同时注重设计与时尚感,甚至增加多种增值服务、开设新的销售渠道,已经成为不少企业的“标配”了。

维乐口腔老年消费变化



健康医疗:
预防服务更“受宠”

与日常生活必需品类似,在服务领域,居老年消费者“刚需”首位的莫过于健康医疗服务了。根据《报告》,10月1日-3日,去体检机构进行全面检查的40岁以上中老年消费者数量同比提高了近两倍;前往医疗美容机构进行口腔护理、医美手术的中老年人也同比增加近两倍。北京商报记者调查发现,在近几年的北京银发消费月活动中,与医疗、健康相关的讲座等活动格外受到老年人们的关注。

北京维乐口腔市场部相关负责人告诉北京商报记者,前些年,老年人对于民营医疗机构信任度并不高,而且,虽然老年人缺失牙、牙周病等问题相对集中,后者发病率高达95%以上,但只要未到牙疼难以忍受的地步,或者牙齿缺失致无法保证日常饮食,不少老年人还是不愿意花钱去医疗机构治疗口腔疾病、配义齿的,而选择定期检查、洗牙等口腔疾病预防服务的老年消费者数量更是少之又少。

“近几年,我们明显感觉到,60岁及以上人群对于医疗健康服务的消费观有了较大变化:每年1-2次洗牙、定期进行口腔检查的老年消费者数量明显增加;有镶牙、配假牙等需求的老年人也不再‘唯低价是取’,而是更注重美观、功能性与耐久度。”上述维乐口腔负责人举例称,前些年,在医生提出镶牙的建议后,不少老年人会毫不犹豫地选择价格相对便宜的树脂牙,单颗费用仅为100-300元,而这两年,主动提出使用烤瓷、全瓷甚至进口材料的老年消费者越来越多,其中烤瓷和全瓷牙单颗收费分别在1000元左右、3000元左右。该负责人表示,整体来看,仅在维乐口腔,近两年老年消费者人均消费额就提升了至少50%。

美年大健康健检部经理张京华也直言:“我们发现老年消费者对于体检服务的需求正在从大而全的检查向更加精细化的检查转变。”她举例介绍,早年间,老年消费者大多愿意选择价格相对便宜、项目相对较多但是比较传统的体检项目,而随着老年人对自己身体健康的重视程度不断提高,消费升级现象在体检行业十分明显。现阶段,不少老年人开始主动寻求核磁共振、胃镜、肠镜等精密、细致的体检项目。张京华告诉记者,对于企业来说,这一消费模式的改变,除了要求企业配备更专业的体检队伍、医疗设备外,更要求供给端尽快配备更多的附加、配套服务项目,比如接送高龄老人等,以提高对老年消费者的吸引力。

诚和敬老年服务消费新趋势



截至9月底 增设旅游业务线收入200余万元

居家养老:
更愿为专业服务“买单”

相较于其他行业来说,居家养老企业则更专注于老年消费者这一群体,而它们也总能第一时间发现老年人消费需求、消费习惯的各种细微变化。

作为社区居家养老服务集成的平台,北京的养老服务驿站上大多介入了助餐、助浴、康复理疗、理发、修脚等多项服务。前几年,老年人普遍还是更愿意选择那些相对简单的服务类型,比如传统的老年餐、上门理发、助洁、修脚等,但近两年,老年消费者开始更多地留意起了驿站中更专业的康复医疗服务,亦或是能满足其文化娱乐层面消费需求的老年旅游等。”北京诚和敬养老服务有限公司执行董事张帅告诉北京商报记者,随着失能、半失能老人人数增长,我国大量小型规模的家庭中,老年人护理成本长期居高不下,护理服务需求增速较快,与此同时,医疗机构又很难充分全面地承担老年人的康复护理服务,养老机构中相关服务供给又不足,形成了失能、半失能老人长期护理服务供需失衡的局面。

据张帅一介绍,越来越多的老年人愿意选择驿站中提供的康复护理服务,更直接体现在了企业的收入层面,今年诚和敬驿站公司护理服务收入同比增长高达60%。与康复护理服务类似,还有更多居家养老的老年人,也开始愿意为按摩类服务“买单”。数据显示,今年诚和敬驿站公司康复理疗收入已达208.57万元,较去年全年增长190%。

值得注意的是,还有养老服务驿站负责人告诉北京商报记者,近两年他们发现,老年人正不断为驿站的服务供给提出更多新要求,其中,希望增加更多休闲娱乐活动的老年消费者格外集中,不少老年人建议驿站组织周边社区的邻居共同出游。《报告》也提出,目前银发族“爱旅游”的趋势已十分显著。而携程旅游相关负责人也向记者表示,随着消费不断升级,老年人对于自驾游的偏好正逐渐凸显,而且老年游客线上消费比重超出预期。根据携程发布的《老年群体旅游行为报告》显示,目前老年人已成为高频次旅游消费者,有65%的受访老年人每年出行3次以上。而且,超五成的老年游客选择独自或和朋友出游,比如与老同学、社区好友组成夕阳红旅游团等。

就此,张帅一介绍,今年5月诚和敬驿站公司应市场需求新增了旅游业务线。截至9月底,已实现收入200余万元。虽然这些变化给各行业带来更广阔的市场蓝海,但同时也让不少原本未充分重视老年需求的供应方急补短板,更激烈的竞争格局正加速形成。”有社区居家养老服务企业负责人告诉北京商报记者。

北京商报记者 蒋梦惟

• 相关链接 •

北京3000余家商超餐饮店实现刷养老卡享折扣

北京商报讯(记者 蒋梦惟)北京通-养老助残卡发行已近五年。日前,北京商报记者从北京市北京通养老助残卡服务中心获悉,作为一张“免费的公交卡和公园门票”,未来北京通-养老助残卡还将被赋予更多的福利优惠功能,将真正成为一张购物消费打折卡。据悉,目前在全市范围内持卡消费享自动折扣的商户已有3000余家,包括稻香村、庆丰包子铺、永和大王、大商超市&天客隆、顺天府、吉野家、东来顺等。

据介绍,北京市的北京通养老助残卡服务中心已构建了社会化折扣服务体系,实现养老助残卡刷卡自动折扣服务。持卡人购物后刷养老助残卡结账时,专用POS机会自动实现打折,不受产品限制也不受商家本身打折活动限制。

除了此前一直在进行的刷卡打折优惠活动外,10月11日-15日期间,北京市北京通-养老助残卡服务中心还联合北京农商银行、大商超市&天客隆,为持卡

人提供刷卡满减活动,在指定门店刷卡购物可享受单笔满200元立减20元等多项优惠。而且,活动结束后仍有长期优惠活动,刷北京通-养老助残卡仍能享受消费全场9.8折。据北京通养老助残卡服务中心最新数据显示,活动期间天客隆14个门店日均刷养老助残卡数量上升至1000多次,增长率超过60%。

公开信息显示,2015年,北京市民政局为全市80周岁及以上老年人发放北京通-养老助残卡,后续发卡人群逐步扩大到65周岁及以上老年人,2019年覆盖全市60周岁及以上老年人群,并持续为新增老年人制发卡,政策惠及人群达到近400万人。

北京通-养老助残卡作为北京为老服务的一个重要入口,承载多项政府优待政策福利,包括免费坐公交、免费逛公园、80岁及以上老年人每个月的居家养老服务电子券补贴等。北京通养老助残卡服务中心相关负责人介

□北京老年卡刷卡优惠“成绩单”

○全市持卡消费自动折扣商户:3000余家

○限时活动折扣:

10月10日-15日在指定商家刷卡单笔满200元立减20元等

○刷卡优惠活动成果:

限时活动期间,天客隆14个门店日均刷养老卡1000多次,

增幅超60%

绍,今后,北京市北京通-养老助残卡服务中心将联合更多企业、单位为持卡人提供打折福利、特惠产品,逐步将北京通-养老助残卡打造成北京市老年人专属的“福利卡”、“打折卡”。