

## “银发经济”潜力凸显

# 线上消费应让老人更“顺手”

### 与时俱进

#### “银发族”带动网络新消费

如今,在一拨拨年轻群体奏响“理性消费”的乐章时,越来越多的“银发人群”加入了“网购大军”。随着我国适老化改造及信息无障碍服务成效的逐渐显现,不少老年人开始融入数字社会,他们的购买热情日益高涨,成为推动网络消费大潮前行的重要力量。

晚上20时,62岁的董阿姨准时在抖音直播间跳起健身操,休息间隙她熟练地打开购物车,把前几天在直播中给自己选的运动鞋下了单。“上班时总觉得时间不够,退休后却发现每一天都被拉长。面对平淡且规律的日子,网络购物打开了我退休生活的‘另一扇窗’,跟着慢慢去学,逐渐就成为生活的一部分了。”董阿姨告诉记者。

其实,像董阿姨这样的退休老人很多,网络也逐渐成为他们获取外界信息的一个“新世界”。同时,他们在生活中更加注重健康与舒适的消费趋势也为商家提供了新的发展商机。

### 发展迅速

#### “银发族”消费力稳步提升

清华大学五道口金融学院副院长、金融学讲席教授田轩在接受采访时表示,随着我国网络普及率的提升,电商、短视频、直播等平台的迅速发展,我国老年网民及网络消费者比例大幅度提升,由此催生出“银发经济”的新态势。

唯品会数据显示,近两年,“银发族”的消费力正在稳步提升,以今年“双11”为例,“银发族”购买的女式羊毛衫数量同比增长30%以上,钙片在老年群体中的销量同比增长28%,枸杞销量同比翻倍,购买耳机数量同比增长51%,运动背包数量同比增长53%,羽毛球鞋数量同比增长2倍以上。

在当前电商环境下,“银发经济”呈现出多样性。田轩分析,衣食住行、医药健康、社交娱乐等都是重要方面。老年消费者有一定消费能力、更多可支配时间,更加注重产品性价比,在电商环境下,不同消费需求的老年群体催生出非常多的细分市场领域和服务场景。同时,电商平台在此基础上不断引导、培育、丰富老年

曾经被视为“保守”的银发一族,在线上消费市场中的表现越来越活跃,成为不可忽视的力量。

市场需求,促进“银发经济”发展与升级。

天猫家装适老产业负责人吴梅玲表示,“银发族”的消费支出预期几乎未受经济环境影响。50—59岁的“银发人群”保持正常心态状态,预期支出与之前持平。而60岁以上的“银发人群”更为乐观,有持续增加支出趋势。虽然“银发族”消费习惯一贯务实节省,但值得关注的是,运动户外和健康保健正成为年长一族的新刚需。

### 亟待完善

#### “银发经济”还存在不少制约

虽然“银发经济”有着巨大的发展潜力,但目前还存在不少制约。田轩表示,我国“银发经济”处于快速发展期,相较于巨大的市场需求,目前产品、服务的差异化、丰富度不足,市场尚未得到充分挖掘。

63岁的太原市民程阿姨最近为网络退货犯了难,前不久她趁“双11”在网上买了件保暖内衣,到家后发现不合身,可一想到退货流程就望而却步。“之前没遇到过需要退货的情况,这次真把我难住了,只能向孩子们求助。”程阿姨说。

如何引导电商平台不断完善适老化改造,让老年人可以跟上“数字时代”,像年轻人一样自如网购,是目前仍需努力的方向。对此,浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林在采访中指出,电商平台要切实关照老年人退货维权难的问题,建议开通语音电话等传统方式,畅通维权渠道。

2022年发布的《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》中明确提出,持续推进互联网网站、移动互联网应用适老化改造,优化界面交互、内容朗读、操作提示、语音辅助等功能,鼓励企业提供相关应用的“关怀模式”“长辈模式”,将无障碍改造纳入日常更新维护。

“没有不会用App的老年人,只有不好用的App。”盘和林建议,电商平台要针对老年人网购不方便的点进行改进,诸如推出适老化的App显示界面,未来甚至可以考虑引入AI大模型来改善老年人购物体验。

“电商平台应深入研究不同群体老年人的真实需求。”田轩说,关注老年群体在社交、休闲、娱乐、出游、终身学习等多方面的精神文化需求,深挖更多细分领域需求,推动线上、线下结合的消费场景与服务。同时,严守法律与道德底线,适应并引导老年消费者提升智能终端使用、防诈骗、理性消费等能力与意识,营造良好的消费环境,始终保持诚信经营,行稳致远。

### 创新完善

#### “适老”或成电商下一致胜点

近几年,在适老化方面,各大电商平台正在着手创新完善,助力“银发族”享受数字化时代的便捷购物生活。

以唯品会为例,他们在App内推出长辈版,将字体、行间距等可感知项目进行调整,并增加更多操作指引。在安全方面,在App中取消了部分广告信息,只保留核心栏目,使老年人上网安全得到保障。此外,还增加了读屏、代付等功能,长辈一键将订单支付页面发送给子女代付,减少复杂支付流程。

“银发族”在“双11”等购物节中的消费行为正在成为新的趋势。他们不再是被忽视的群体,而是成长为消费市场中的重要力量。对于电商平台和企业来说,如何抓住机遇,真正满足老年人的需求和期望,或许才是未来需要面临的重要挑战。

据人民网

## 速读

### 上了年纪 这些麻烦会找上脚

汇养生 ▶▶03

平均年龄超过70岁  
“时尚奶奶”玩转直播、美妆  
只要心不老  
生活永远是甜的



潮生活 ▶▶07

手段隐蔽性好  
附带伤害性低  
多款“软杀伤”招数  
反制无人机袭击

军迷吧 ▶▶08

