



做一个“积极老人”

## 银发经济：老人消费群体崛起

“购买力不足”“不舍得为自己花钱”正渐渐成为老年人消费的去时，他们正在从保守变得开放，消费结构从基本需求转为娱乐、精神和体验。

□ 记者 | 刘朝晖



从健康养生到旅行休闲，从饮食居住到潮流风行，各个消费层面上，老年人的身影都出现得越来越频繁。相比贷款也要消费的年轻人，和有钱但时间不充裕的中年人，有钱有闲的老年人群体正在成为消费市场的重要力量。

社交化、年轻化、智能化正成为“银发经济”的主要特征，那些健康尚可，有固定收入来源、有更多时间和更开放心态的老人，将追求“晚年幸福”作为目标，在生活上讲求高品质，消费行为与年轻人同步。

根据《中国老龄产业发展报告》预测，2014年—2050年间，中国老年人口的消费潜力将从4万亿元左右增长到106万亿元左右，占GDP的比例将从8%增长到33%左右，中国或将成为全球老龄产业市场潜力最大的国家。随着时代的飞速发展，具有较高消费能力的“新老年”群体已经崛起。

### 网购成老年人“新欢”

家住上海虹口区的刘大伯，晚饭后又一次打开了手机

上的“拼多多”软件，浏览一番后，他下单了一斤今年的龙井新茶。“家里的茶都是陈茶了，买点新茶尝尝鲜。”刘大伯说。

去年，儿子教会年近八旬的刘大伯使用淘宝和拼多多等电商购物平台软件，他从此爱上了网上购物，饮料、服装、食品都出现在他的订单里。价钱比市面实惠，快递送上门也很方便——是刘大伯对网购的最大感受。前不久，他甚至还“时髦”地看了一次直播，下单了一包安徽宁国的山核桃仁。“疫情期间我和老伴不太敢出门旅游，在网上买点土特产，也算旅游过了。”

记者在采访中了解，像刘大伯这样经常在网上购物的老年人，在上海并不是少数。虽然小辈会时常购买老人需要的商品送到老人家里，但很多老人还是希望自己动手。

随着智能手机和移动支付的普及，中老年群体逐渐成为数字化消费的生力军。《中国老龄产业发展报告》显示，城镇老年人在2018年线上销售额较2017年增长增速超30%，其中60岁以上的老年人成为拉动消费的全新增长点。从具体数据来看，60岁以上的老年人2018年线上消费较2017年增长超65%，高