

# 老年消费如何更友好

李万祥

## 市场瞭望

当前,涉老诈骗多发。不法分子以低价游、会员费、理财产品等形式,诱导老年人“汇款”“消费”“投资”的现象屡见不鲜。在加大反诈打击和宣传力度的同时,更为重要的是,要加快发展银发经济,补齐产品服务供给短板,满足老年人多元消费需求,营造友善适老消费环境,让老年人消费更放心,花钱更省心。

如今,已有不少企业布局老年市场。市面上的无障碍服装、智能助浴设备、中老年护肤等产品更加多元。针对健康服务、个人护理、医疗护理、营养保健、旅游出行、传统滋补等特殊需求,各类老年体验店、老年商场快速发展。电商也纷纷推出大号字体、语音导购的“长辈模式”。老年消费已成为提振消费的一个亮点。同时,银发经济发展不充分不平衡等现状也在影响老年群体消费潜力释放。日前,提请全国人大常委会审议的国务院关于加强和推进老龄工作进展情况的报告指出,老龄产品研发相对滞后,老年用品和相关服务标准体系有待健全,金融、人力资源等方面支持政

策有待完善,产业发展仍有很大空间。

老年人有消费需求,为何却不愿花钱、不敢花钱?除了消费观念的转变外,产品选择替代性单一、担忧产品质量安全、投诉监督渠道不畅通、诈骗案件时有发生等现状,难以保证老年人享受周到服务,导致他们对未来预期抱有不确定性。

进一步提升老年消费能力,促进老年消费升级,需要多措并举,让老年消费更友好。

首先,以扩大老年用品有效供给“助老”。与儿童用品一样,老年用品也有特殊需求。去年11月出台的《中共中央 国务院关于加强新时代老

龄工作的意见》明确,“相关部门要制定老年用品和服务目录、质量标准,推进养老服务认证工作”,旨在推进产业规范健康发展。从生活消费需求看,老龄产业的形态要注重发展绿色环保产业,满足健康医疗需求,提供高质量的传统产品,实现就近可及、买得到、买得起。从生产消费需求看,要注重开发能弥补老年人体力、身体劣势的技术产品,多提供低成本、具有高技术含量又方便使用的产品,满足老年人提高生活品质的需求。

其次,以推动老龄产业转型升级“适老”。作为银发经济中的重要环节,老年消费蕴含新机遇。截至去年底,全国60岁及以上老年人口达

2.67亿,占总人口的18.9%;65岁及以上老年人口达2亿以上,占总人口的14.2%。随着老年人口数量的不断增加,未来中国老年人口的消费潜力将不断上升。我们要进一步激发要素活力,培育新业态新模式,实施“养老服务+行业”行动,促进养老服务与文化、旅游、餐饮、健康、金融等行业融合发展。同时,要推动为老服务行业和领域进行适老化转型升级,为老年人提供友善服务。人工、纸质、现金等传统服务方式不能少,智能化服务创新也要更注重老年人视听感官特点,推动解决老年人“数字鸿沟”难题。

再次,以加强养老服务 and 产品质量监管“护老”。今年4月,全国开展打击整治养老诈骗专项行动,重点打击以提供“养老服务”、投资“养老项目”、销售“养老产品”、宣称“以房养老”、代办“养老保险”、开展“养老帮扶”等为名,实施侵害老年人合法权益的各类诈骗犯罪。目前全国法院执行的养老诈骗案件涉财产达20亿余元,帮助不少老年人维护权益、追赃挽损。针对鱼龙混杂的老年市场,市场监管等部门要加强监管,严厉打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品等违法行为,完善老年人维权机制,形成合力一起守护“夕阳红”。



在天津桂发祥直营店,消费者正在选购月饼。  
本报记者 商 瑞摄

## 河北邢台打出政策组合拳——

# 慢行太行山 文旅消费旺

本报记者 王胜强

## 消费正回暖

扎寨露营、民宿体验、古村休闲、红色旅游……随着行程卡“摘星”、跨省游恢复,河北省邢台市依托太行山旅游资源,开发多业态旅游产品,打出政策扶持、消费券激励、完善基建等“组合拳”,激发文旅消费活力。

邢台市西依太行山脉,境内太行山区自然景观美,生态环境好,旅游资源丰富,被誉为“太行山最绿的地方”。记者走进太行山旅游区分景点,看到文旅市场复苏明显,景区人气聚集渐旺,消费活力稳步提升。

### 传统景区开发新业态

“白天带孩子萌宠乐园射箭、骑马,到农耕体验馆观察作物生长,累了就采摘点水果回帐篷休息,体验真不错!”在邢台沙河市红石沟休闲生态农场,来自当地的游客齐旭明满意地说。

一块绿地,一顶帐篷,一桌美食,三五家人好友一起赏景……“我们带了帐篷,准备在这里露营过夜,三四百元就能尽兴地玩上一天一宿,很享受在这儿的亲子时光。”齐旭明说。

“自5月底恢复开放以来,游客逐渐增多,旅游消费逐步复苏。”红石沟旅游公司经理孙叶军介绍,7月景区民宿入住率达80%以上,实现环比增长。为满足各个年龄段的旅游需求,景区在游乐场内增设了卡丁车、漂移汽车等激情互动娱乐项目,建设了400米跑道的标准跑马场,同时还推出露营节、3D灯光节和门票优惠等系列措施,激发人们的出游意愿。

为拉动太行山文旅消费活力、提振民众文旅消费信心,聚力“文旅+消费”深度融合与创新发

展,邢台市研究制定《关于支持规范休闲露营地建设的实施意见》,谋划40个营地项目,投资900万元的天梯山梦畔野奢帐篷营地建设、投资1000万元的抱香谷项目建设和投资5000万元的浩盛情生态小镇一期项目建设等已完工。邢台市文旅部门与中国建设银行邢台分行合作开展暑期旅游惠民活动,从8月1日起发放200万元优惠券,用于旅游景区、星级酒店、民宿、旅行社、乡村旅游经营单位等文化和旅游消费领域。

河北南官市的李燕然是第一批抢到旅游消费券的游客,随后就带着女儿来到信都区路罗镇大峡谷景区。“一张通票55元,包括门票35元、缆车10元、观光车10元,我们抢到了20元的优惠券,两人再掏90元就够了,性价比很高。”李燕然说。

经营大峡谷景区的景趣旅游有限公司董事长宋育增对太行山旅游行业发展信心十足:“大峡谷景区6月3日开业以来,日均客流量和零售额都呈上升态势,7月日均游客1000人次,月收入近50万元,环比增长230%。依托政府助企纾困措施,我们将加快景区内设施建设与餐饮发展,拉动二次消费。”

随着景区有序开放,周边的民宿客栈客流逐渐复苏回暖。“工作日入住率达到70%,假期更是火爆,周末都是满房状态。”信都区路罗镇象外客栈的负责人郝庆国告诉记者。

### 古村落催热慢旅行

在邢台沙河市的太行山深处,有一座始建于明朝永乐年间的古村落——王硎村,至



图① 邢台市信都区小茂廖村民宿。

邱洪生摄(中经视觉)



图② 游客在邢台市信都区大峡谷景区游览观光。

邱洪生摄(中经视觉)

今已有600余年历史。走进王硎,依山而建的古石楼群,透着岁月的痕迹、历史的沧桑。

太行山古村落吸引了越来越多的游客前来观光打卡。“在城市待久了,就想出来走走。中午在村里的农家乐品尝当地特色美食,人均一天吃住花费100元左右。”近日,居住在沙河市区的海洪带着一家6口人自驾来到王硎村游玩。

绿缘酒家是王硎村第一家集休闲、吃、住为一体的农家乐。“最近住宿、吃饭的人日益增加,7月份的营业额差不多有8万元,比上个月高出3万多元。”农家乐经营者王延平说。邢台市市民赵红潮闲暇时喜欢约上三五好友去王硎村,“古村落有着独特的风土人情,漫步其中,仿佛时光回溯,慢节奏的生活状态很舒服”。

近年来,慢旅行的理念逐渐深入人心,王晓宁和身边的很多朋友一样,愈发喜欢去远离城市喧嚣的古村落旅行。太行山旅游区分村落古朴、绿色的颜值与内涵成为新的旅游消费点。

“人流正在慢慢增加,消费正在复苏。”王香鱼的金梭姐妹土布店是王硎村有名的土布店,主要售卖纯手工的太行土布、千层底土布鞋,游客还可以在这里免费体验织布的乐趣。据悉,刺绣、剪纸、荆编等具有当地特色的手工艺品销量也在稳步提升。

“景区里的饭店、民宿均已正常经营,从6月份开始逐步回暖,7月份渐趋正常,近期民宿入住率已达80%。”王硎村党支部书记王天印表示,太行山旅游消费整体呈稳步上升趋势,接下来将进一步加强传统古村落保护与利用,挖掘文化内涵。

### 红色旅游持续圈粉

太行山里红色旅游资源丰富。近期,邢台太行山红色旅游线路受热捧,位于邢台信都区的中国人民抗日战争纪念馆6月份共接待游客1.6万人次,7月份接待游客5.3万人次,日接待游客数稳步上升。

11岁的徐浩尹是河北省邯郸市的一名小学生,特意趁着暑假和父母一起来邢台旅游,“爷爷奶奶常常给我讲抗大革命前辈的故事,这次专程到抗大纪念馆参观,聆听红色故事,追寻红色印记,向革命前辈致敬”。

邢台市信都区浆水镇的抗大陈列馆是全国爱国主义教育示范基地,也是李保国干部学院的现场教学点。抗大陈列馆副馆长侯少伟表示,6月份以来,进馆游客逐渐增多,每名讲解员每天至少讲解15场次。“我们将继续深挖红色资源,将老故事讲出新内涵,加强参与互动,丰富红色文创,增强游客深度文化体验,多方面推动太行山红色旅游融合发展。”

“红色旅游受青睐,景区客流有明显回升,我们也根据游客需求及时调整产品供应,满足游客个性化需求。”邢台市文化广电和旅游局党组书记、局长冀胜利表示。在邢台市信都区浆水镇前南峪生态观光旅游区,商贩们向过往游客介绍自家的特色产品,愈发忙碌。

为对冲疫情对文旅行业造成的影响,做好文旅助企纾困,推进文旅行业恢复振兴,邢台市文旅部门出台《暂退旅游服务质量保证金工作实施方案》,为180家重点旅游企业暂退服务质量保证金552万元。

“我局对国家、省、市纾困企业的各项措

施进行了梳理,编制了《文化和旅游企业纾困解难恢复发展的一揽子措施》,结合包联帮扶活动,加大政策宣传解读力度,让辖区所有文化和旅游市场主体熟悉政策、掌握政策、用好政策,促进文旅行业恢复振兴。”冀胜利说。



邢台市信都区英谈村古村落一角。  
邱洪生摄(中经视觉)

随着中秋佳节来临,象征幸福团圆的月饼摆上了家家户户餐桌。五花八门形状、口味繁多的种类,吸引了消费者的“眼球”,更引爆了中秋节消费市场。

自8月以来,一款“天大”月饼在天津大学火爆销售。它是一个载体,承载着千年文化传统;它更是一种礼仪,传递着同窗谊、师生情。

9月6日,天津大学自动化学院2020级本科生王明辰在学四食堂西饼屋买到了这款“天大”月饼。天津大学校徽、标志性建筑、1895等文字印刻在月饼表面。王明辰表示,生活需要仪式感。在中秋佳节,与老师、同学们一起吃“天大”月饼,就是传递大学与学子、教师与学生、同窗挚友间的情感,更是延伸家校情怀,传承“实事求是”校训文化。

今年,“天大”月饼推出了广式Q芯莲蓉、广式Q芯紫薯、Q芯板栗等多款新品和4款礼盒,共19种口味。自8月18日线上线下销售以来,深受师生欢迎。

在校内,月饼传承着师生情怀、校园文化;校园外,中式月饼与欧式文化擦出新的火花。

9月6日,在天津市和平区金街星巴克臻选天津旗舰店,鲜花状的柚柚乌龙茶月饼搭配着纯正的美式咖啡,成为餐客们的下午茶首选。咖啡的浓厚纯正与柚子、乌龙茶的清香淡雅在舌尖混合,带来了中西合璧、时尚又传统的新感觉。天津市民张佳很喜欢这个感觉。“传统月饼都是五仁、枣泥那几种馅,油多高糖还有点腻。而海盐、柚子、乌龙茶、牛奶的月饼比较新奇,再配上杯美式咖啡很清爽。”张佳说。

星巴克已连续22年推出西式月饼,今年的主题突出“团圆”。星巴克臻选天津旗舰店经理李洁说:“今年,星巴克月饼采用减糖配方,甜度减少了25%。礼盒可以重复使用,变身相片框、展示盒、收纳盒等,低碳又环保。”

求新求变的月饼,还承载着老字号守正创新的梦想。9月6日,在天津市河西区洞庭路32号桂发祥直营店,一老一小正在为买月饼争论。60多岁的奶奶龙云生说:“还是买那个‘团圆家饼’,三斤的大月饼,一人吃一角,寓意团圆不分离,多有气氛呀!”而孙子唐辰越更想买杨枝甘露月饼。“我喜欢杨枝甘露这款,有奶香和芒果味,我要吃这个!”两代人不同口味、不同选择,折射出不同消费需求,这考验着月饼生产商应对市场变化的能力。

中华老字号“桂发祥”以生产“十八街”麻花闻名全国,企业对于老字号的传承发展、守正创新有着自己的理解。天津桂发祥十八街麻食品股份有限公司品牌总监徐燕青说,老字号坚守的是品质,分享传统美食,传递阖家团圆的美好氛围;而创新就是加快研发,新品迭出,满足消费者不断增长的新需求。

自8月以来,桂发祥散装月饼和礼盒月饼同步上市,特点就是不以名贵食材为卖点,做老百姓自己的月饼。桂发祥在线下62家直营店及商超推出18款礼盒和近40种散装月饼,其中2022年新增的生椰拿铁、桃桃姜茶、杨枝甘露、松茸牛肉等口味备受年轻消费者青睐。同时,桂发祥还将“嘎巴菜”“茶汤”等天津特色食品方便化、速食化,设计出津门风情、津门四季、津津海味—海鲜酥、吉祥面点一如意饼四款伴手礼,打造天津经典风味方便食品。

目前,天津市各级部门正在加紧巡查,强化监管,防止“高价月饼”反弹回潮。天津市场监管综合行政执法总队工作人员王敬华说,中秋国庆期间,天津市场监管部门将聚焦月饼等商品过度包装、价格虚高现象,开展为期2个月的集中整治。