

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

夕阳群体撬动朝阳产业

说数

□ 本期点评 陈瑶

近年来，我国老年群体消费能力和消费需求不断增强，呈现出巨大潜力和广阔发展空间。然而多年来，消费市场一直把年轻群体作为消费升级的主力军，产品研发主要围绕年轻群体，“银发族”的需求却被忽视了。人们对老年人不爱花钱、消费能力弱等印象应该改变了。

从人口数据来看，我国老年人口内部年龄结构相对年轻。比如首批享受到改革开放红利的“50后”“60后”，有着较好的经济基础，愿意通过消费来提高生活品质。消费趋势显示，近年来，老年人的消费观念正在改变，表现出时尚感增强、兴趣广泛、网络社交活跃、网络购物频繁等特征。

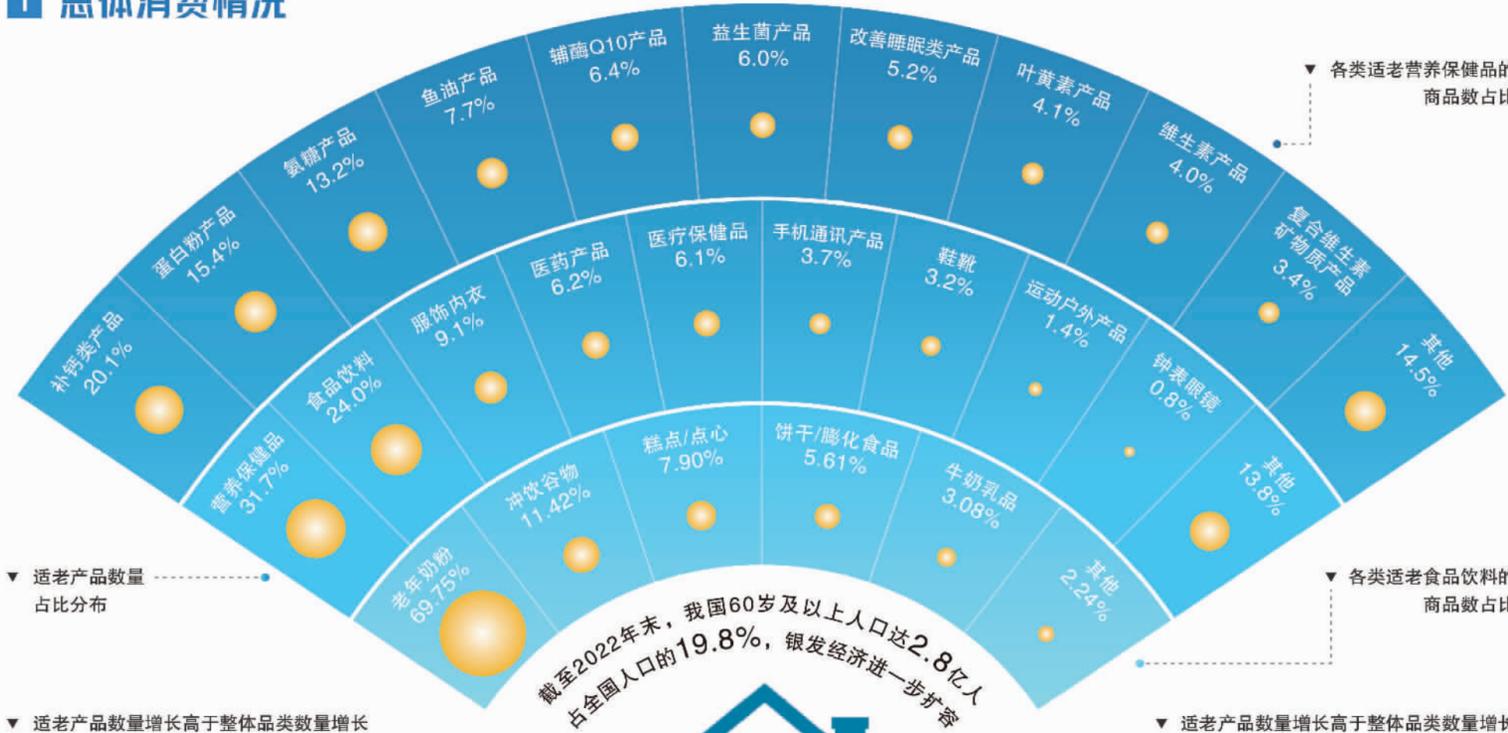
当前，“银发族”消费升级趋势明显，但市场供给相对不足，使得老年人消费的基础需求与升级型需求都没有得到很好满足。产品方面，近年来家庭适老化改造需求逐渐激发出来，需要更多专业的卫生间、浴室、台阶等适老安全设施，以及对老年人友好的居家物件；服务方面，家庭结构改变带来的独居老人增加，将产生大量生活、健康护理等服务需求，创造新的就业机会。此外，老年人对生活品质的追求逐渐提升。消费数据显示，美容、旅行、智能设备、娱乐、数字化消费等正在成为银发经济的新增长点，为相关企业带来广阔发展空间。

发展银发经济，既是关爱老年群体、提高人民生活品质的要求，也是实现高质量发展的重要内容。发展银发经济，要创新适老化产品供给，打造更友好的适老消费环境，更好地服务老年消费者，满足老年群体的差异化需求，让他们老有所养、老有所乐、老有所为。

（点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员）



1 总体消费情况



▼ 适老产品数量占比分布

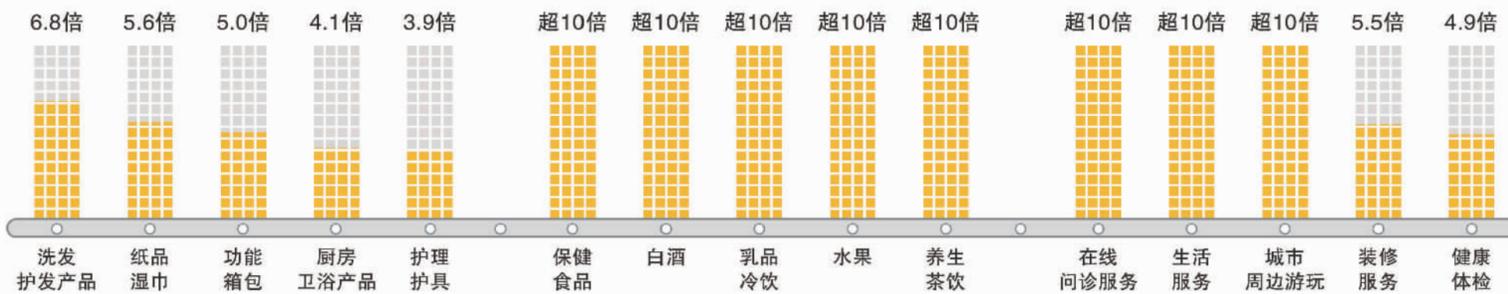
▼ 各类适老食品饮品的商品数占比



▼ 日常用品类适老产品销量增长情况

▼ 食品饮料类适老产品销量增长情况

▼ 服务类适老产品销量增长情况

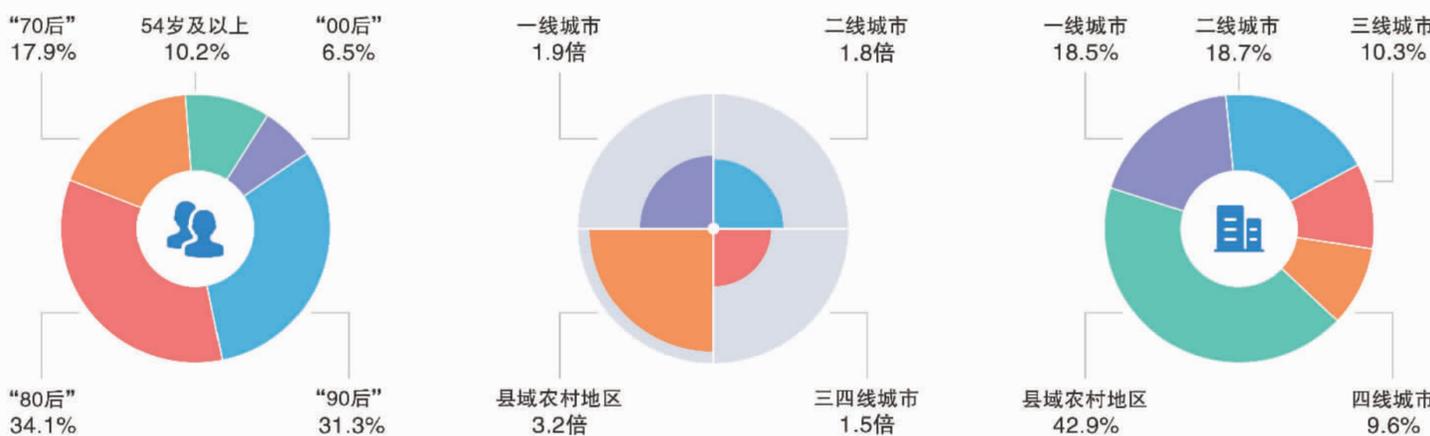


2 消费者特征

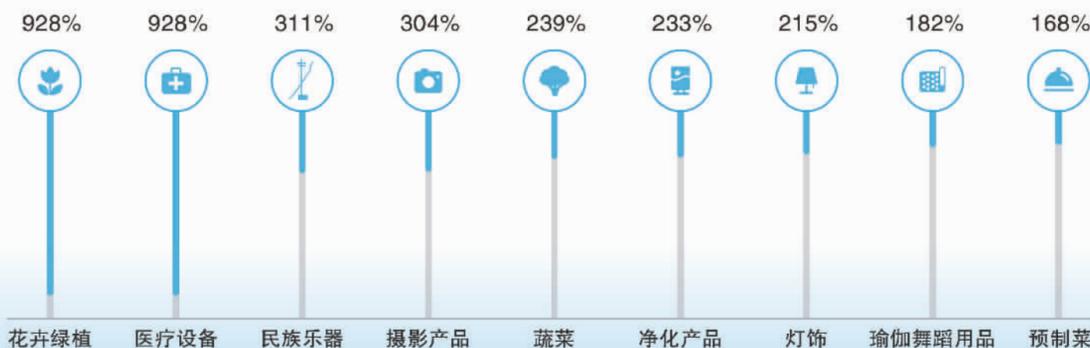
▼ 各年龄段消费者的适老产品销量占比

▼ 各地区适老产品销量增长情况

▼ 各地区适老产品销量占比



▼ 银发族消费偏好系数（消费偏好系数越高表明商品越受欢迎）



老年人在乐器、摄影、舞蹈等兴趣爱好类消费上投入较高，除了基础生活的便利需求及自身健康需求，精神需求正逐步成为银发消费的重要内容。休闲活动、兴趣爱好、文化社交等方面的适老产品消费已成新风口，需要更多企业加以重视。



▼ 适老产品销量增长情况 (2023年上半年比2019年上半年)



适老产品主要集中在“吃”上，营养保健、食品饮料的商品数占比达到56%。在适老产品供给方面，老年生活所需的家居电子产品、休闲娱乐产品等供给相对不足，在产品研发方面还有很大进步空间，在市场竞争上也存在着很多待开发的领域。



数据周期：2023年上半年