

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

适老市场呈现繁荣景象



说数

□ 本期点评 董菲

近年来,人口老龄化趋势不断加速,积极发展银发经济既是老年群体的迫切需求,也对促进经济社会发展具有重要意义。目前,“银发族”正积极拥抱时代潮流,其消费结构从基本需求向健康、兴趣、体验等方向转移,消费升级趋势明显,庞大的市场需求为银发经济带来广阔的发展前景。

当下的老年人无论是生活方式还是心理状态,都表现出新特征。越来越多老年人被贴上了“潮”的标签,穿衣打扮愈发精致时尚。在老年群体中,设计师品牌服饰销量同比增长超20倍,突出时尚风格的渔夫帽、工装、贝雷帽等销量同比增长都超过了100%。

对于“银发族”来说,退休是生活状态重要转折点。各地基于共同兴趣而兴起的银发合唱团、骑行队、模特队、舞蹈团等纷纷涌现,老年人多元化社交需求带动了乐器、摄影、文旅、演出票务等消费增长。数据显示,“银发族”网购西洋打击乐器、西洋弦乐器的销量同比增长近1.5倍,网购摄影摄像、玩车改装、田径运动产品的销量同比增长也超过了50%。

银发消费的崛起还带动了适老产业飞速发展,适老市场呈现出日益繁荣的景象。目前,基于老年人生活需要研发的专用商品主要涉及医疗保健、鞋靴、服饰等品类,在家电家居领域,按摩器、平板电视、按摩椅、家具、家居日用品等适老型产品数量也在不断增加。

总体来看,在数字经济的浪潮下,“银发族”加速拥抱数字生活,日渐成为线上消费增长的重要动力。相关企业应加快适老化产品的研发,以满足银发群体的多元化需求。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



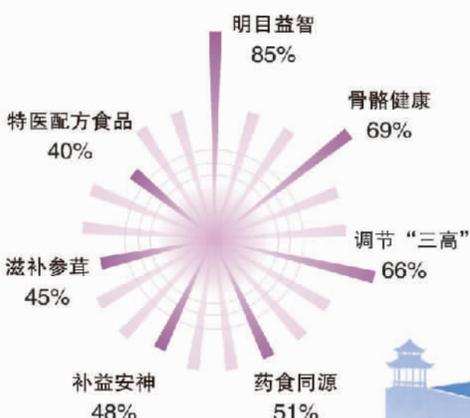
当前,老年群体的消费理念逐步趋向年轻化和时尚化。从时尚服饰到潮流电器,从生活服务到兴趣消费,老年群体的消费结构从基本需求向健康、兴趣、体验等方向转移,消费升级趋势较为明显。

各年龄段购买适老产品占比

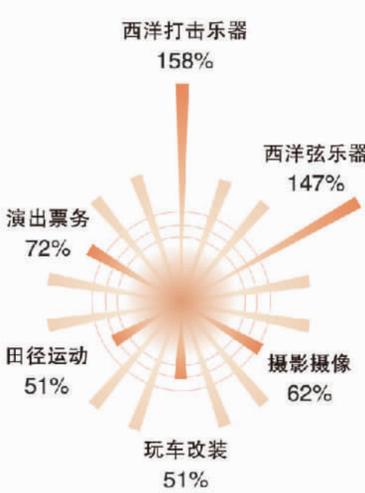


2 银发消费持续升级

营养保健品销量同比增长



兴趣爱好类产品销量同比增长

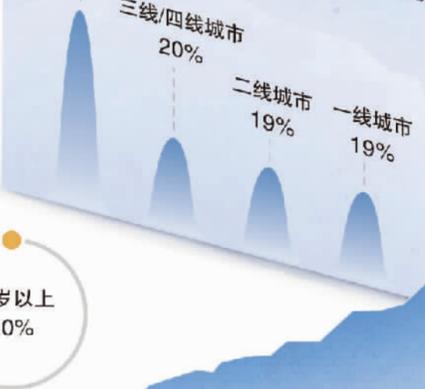


1 整体情况

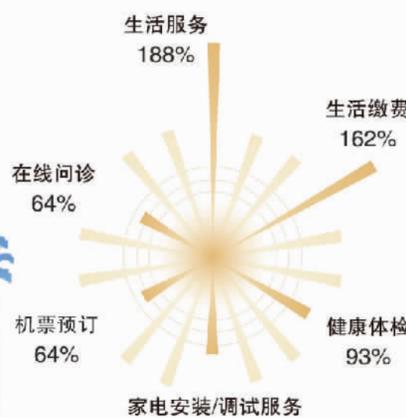
银发族消费增速TOP5品类



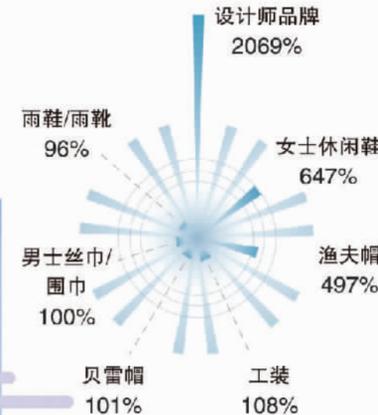
各区域适老产品销量占比



服务消费销量同比增长



适老服饰销量同比增长

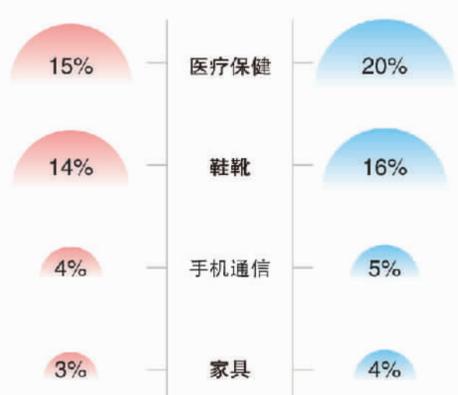


适老家电销量同比增长

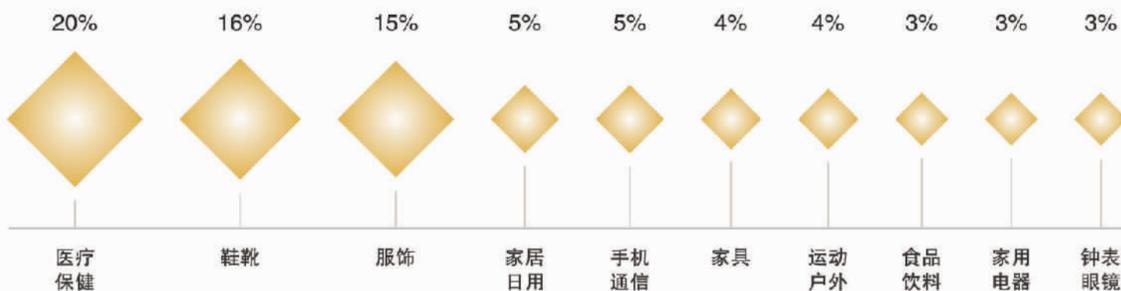


3 供给侧看银发消费

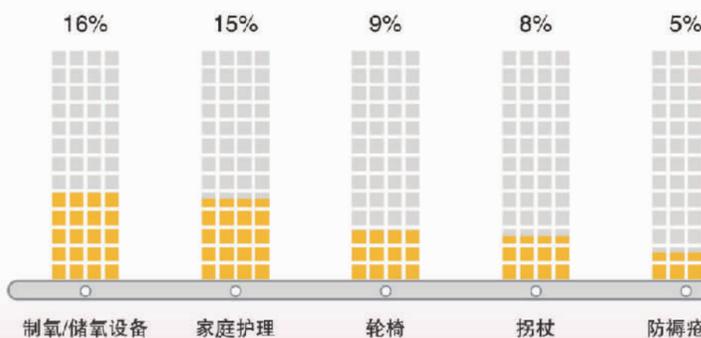
适老产品数量占比



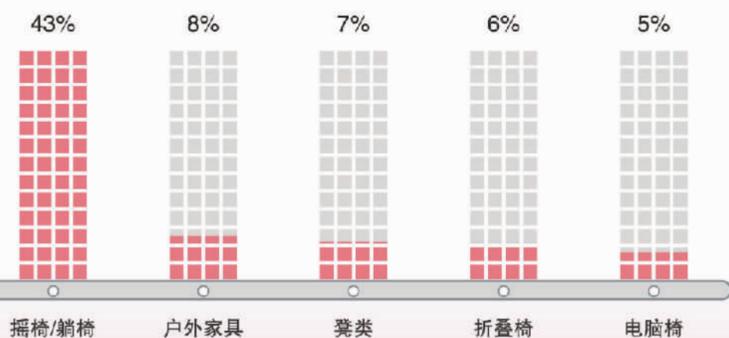
适老产品数量占比TOP10品类



医疗保健适老产品数量占比TOP5



家具适老产品数量占比TOP5



从供给侧的变化趋势来看,2023年1月份至9月份,医疗保健、鞋靴、家具、手机通信等品类的适老产品数量占比,较2022年同期有不同程度的增长。此外,在刚需和改善需求的双轮驱动下,适老家具产业也获得了高速发展。



更多内容 扫码观看

数据周期: 2023年1月份至9月份