



跨越“数字鸿沟” 勇于尝试新事物

“银发族”渐成消费新势力

2023年,我国60岁以上老年人达到2.97亿,占全国人口的21.1%,进入中度老龄化社会。随着社会老龄化程度的不断加剧,银发群体的阵容越来越庞大,银发经济市场规模也持续上升。其中,健康相关的消费占比最高,已成为老年群体最突出的需求。医美、旅游、电商等方面的支出,也成为老年群体消费的重要部分。

■记者 张贞林 杨天娇



王小莉身穿滑雪服,骑在摩托艇上英姿飒爽,完全看不出已经60岁。(图由受访者提供)

接受数字消费和智能生活

1

在数字经济的浪潮下,老年人开始跨过“数字鸿沟”,加速拥抱智能生活,收获更加便捷、高效的消费体验。

“家里的电视机总是闪屏,找人修了好几次,这次干脆换新的。”早就想换电视机的金晓萍通过手机进入线上商城选品牌、比价格后,很快下单。第二天,工作人员就上门安装。“换上75寸的大电视,追剧更畅快了。”

住在天津路的金晓萍是一

位“60后新老人”,她家大门用的是指纹锁,音响可以语音呼唤,连她使用的手机也是跟得上时代潮流的最新一代苹果手机。“在移动支付时代,我购物更方便,刷一刷直播间,就可以下单。”金晓萍说,她在淘宝、抖音、京东这些主流购物平台都有账号,购物十分便捷。

“如今智能消费、智能生活不再是年轻人的专属。”金晓萍笑着说。

为美丽投资追求年轻态

3

一头精致的卷发,染着适合春天的栗棕色,化着淡妆,穿着风衣,这一身装扮,完全看不出来孙秀萍已经61岁。

孙秀萍的生活紧跟潮流,退休前,她经常在美容院做保养,刚退休的第一个月,她又去医院做了祛眼袋手术。

退休后的这几年里,孙秀萍先后做过祛眼袋手术、双眼皮手术和

文眉,看起来比同龄人年轻不少。

孙秀萍住在东岳路,每天出门前,她都要好好打扮一番,有时候连发色也会根据季节的变化而改变。“变美这件事情并不是年轻人的专属,我们虽然退休了,但是爱美之心不会变。”最近,孙秀萍开始考虑做第二次祛眼袋手术。孙秀萍说,在可控范围内为美丽投资,她觉得很值。

积极尝试新鲜事物

2

近年来,冰雪经济越来越火,也吸引了不少老年群体体验“尝鲜”。

60岁的王小莉家住五堰,退休后,她把自己的生活安排得满满当当。前不久,她在朋友圈里晒出的年前滑雪的照片羡煞旁人。照片中的她身穿滑雪服,骑在摩托艇上英姿飒爽,完全看不出已经60岁。

“我喜欢旅游、运动,更喜欢尝试新鲜事物。”王小莉说。与大多数老年人选择的退休生活方式不同,王小莉退休后并没有围着孩子和丈夫转。她有一群志同道合的朋友,经常组织一起

自驾游。

“我们一起出国游玩,一起自驾去西藏,去年上半年去了新疆,边走边玩,花了20多天;年底去了哈尔滨、漠河,花了7000多元买装备,体验滑雪,拍下泼水成冰的视频,还去了中国的最北边,看到了不一样的美景。”王小莉说,在这些年的旅行过程中,她尝试了许多新鲜事物。

“如今,孩子有了工作和自己的生活,我的母亲已经离世,到了退休年龄,就该好好享受生活。”每年两次的国内游,偶尔的出境游和说走就走的周边游,让王小莉的退休生活变得有滋有味。

“不舍得花钱”逐渐成为过去时

4

“随着银发时代的到来,老年群体对医美项目的需求出现明显增长迹象,祛眼袋、双眼皮手术、拉皮手术成为最受老年人欢迎的医美项目。”太和医院整形美容中心主任杨帆介绍,但受限于信息差及产品供给不足,当下老年群体的医美需求还未充分得到满足。

今年1月,国务院办公厅印发的《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》中便明确提出发展抗衰老产业,要“深化皮肤衰老机理、人体老化模型、人体毛发健康等研究,加强基因技术、再生医学、激光射频等在抗衰老领域的研发应用”。“不舍得花钱逐渐成为过去

时,越来越多老人愿意为自己和家人购买高品质产品和服务。”在汉江师范学院马克思主义学院讲师张玲看来,过去老年人口袋捂得紧,比较注重储蓄和节俭,这与上世纪三四十年代出生的老人成长的时代背景有关。但是,出生于1962年至1973年的这部分人,从2022年开始陆续跨入老年门槛,并将在今后10年全部进入老年阶段,他们也是我国恢复高考后,率先通过知识改变命运的一代,有较高的文化水平,消费观念新潮、开放,所以对新事物、新产品、新服务有更高的接受度,消费意愿也更强,“银发族”逐渐成为消费新势力。

