

当前,以“60后”为代表的“新老人”群体正显现出消费能力增长、消费结构升级等趋势,而这也意味着新的生意机会。掘金银发经济新蓝海,省内不少消费场所开始开设老年人体验课程,并且配备了“无障碍”进入商场的通道、无障碍停车位……

■三湘都市报全媒体记者 卜岚 通讯员 李晓琦 张若涵

# 瞄准新蓝海,商场掘金银发经济

## 老年群体消费结构升级,商家纷纷布局适老化消费场景



### 02 线下

#### 配置更人性化的服务设施

银发经济,带来金色机遇。

国家统计局公布的数据显示,截至2023年末,中国65岁及以上人口超2.1亿,占全国人口的15.4%。我国老年人口基数大,而老年人多元化、差异化、个性化的需求,现阶段尚未得到有效满足,其中蕴含巨大的发展潜力。据统计,目前我国银发经济规模在7万亿元左右,到2035年,银发经济规模将达到30万亿元左右。

“银发族”基数大、需求旺,万亿产业前景广阔。不少商家也开始在银发经济领域发力,加快商场的适老化改造,提供更温馨的服务。

今年5月,全国60家银泰百货将无障碍设施和服务信息接入高德地图,用户搜索目标商场时,在高德地图主页可看到红色提示“该商场提供无障碍服务”,并发布具体的无障碍设施和服务,便于出行规划。

“我们商场每层均设立专门的无障碍洗手间,除了有常规的无障碍设施,还带有报警按钮,老人在如厕期间遇到困难可随时呼叫工作人员。此外,在商场停车场中,无障碍停车位就设于电梯旁,工作人员也会第一时间关注停车情况,及时提供帮助。进入商场后,老年顾客还可以根据需要,在三楼免费租借轮椅。”长沙北辰三角洲大悦城相关负责人介绍。

为了让老年人在购物之余能有更多空间休息,永旺梦乐城长沙星沙购物中心在商场内部设有70处休息区,还打造了全长约500米的开放式绿意盎然休闲空间。一方面为老年人提供了舒适的休憩空间,另一方面也分散人流,使空间被均衡而合理地运用。

9月12日,记者走访发现,长沙泊富国际广场也为银发群体提供了一系列适老化服务。商场每层楼中部都设有休息纳凉区,同时配备了无障碍洗手间与无障碍电梯,为老年群体购物消费提供保障。



长沙河西王府井推出的“无龄空间”正在举办中老年人活动。受访者供图

#### 为银发一族提供商业服务

随着银发经济的发展,中老年人群也成为购物中心的重要消费力量。

在长沙奥克斯广场,今年60岁的林奶奶表示,自己就住在商圈步行15分钟的距离范围内,由于该商场内休闲娱乐和餐饮配套齐全,自己白天闲暇时很乐意来此逛街,她也经常能看到附近社区的其他中老年顾客。

为了吸引老年消费者,不少商场为银发一族提供了丰富的商业服务。比如今年9月,河西王府井打出“探索晚年新天地”的口号,开设了形体形象、法律、摄影等一系列“无龄空间课程”,期待与消费者共同打造“人生老手,开心顽童”的老年生活。

“无龄空间是我们河西王府井联合咸嘉湖街道一起打造的,以关注、关爱“新老人”情绪价值及真实需求为主线,围绕‘老有所乐、老有所学、老有所为’的活动宗旨,开展零售与养老融合的全新社会实践。”河西王府井营销部负责人龙诗梦介绍,目前该课程已有80人报名,而且是完全公益性质的,从年龄来看,以50岁以上的中老年为主。

谈及开设课程的初衷,龙诗梦坦言,长远来看,银发经济是一片蓝海,需求潜力大、增长快,可以成为新的经济增长点,“以我们商场去年的百货消费画像为例,中老年人的消费客单最高,消费实力最强,消费占比也在逐年增长”。

除了多样的服务,不少商场也纷纷发力,开展以老年群体为主题的促销活动。

重阳节临近,喜盈门范城就推出了非遗游园会活动,其间将上演非遗火壶表演。非遗火壶表演是国家级非物质文化遗产之一,通过将烧好的木炭放入两边的铁网,抖动产生火花,形成震撼的“火树银花”效果,寓意着驱疾避祸、百家安宁,表达对老年人友好的祝福。

#### 中老年垂直百货遍地生花

“银发市场”正在被重视和“看见”,国内外各路资本、各行各业纷纷布局老年产业,希望寻求新的利润增长点。

根据天眼查数据,我国目前有超28万家企业的名称或经营范围含“养老、老人、老年”,且这类银发相关企业近年来年注册量逐年上涨,这其中也涌现了不少进驻商超的百货门店。

“我们是一家专注于中老年鞋服及生活用品的银发品牌,截至目前,在全国已拥有3200多家专卖店,其中不少门店入驻各大商场,比如在长沙的印象汇、凯德广场等各大商场均开设了线下门店。”凯德广场足力健门店的工作人员介绍。

除了大型商场,普通商超也更重视银发群体。比如长沙家润多超市(赤岗店)开设了专门的老年人服饰店——阿福中老年服饰专卖店,凭借中老年服饰的垂直性和商品的物美价廉,吸引了不少老年群体前来购买。门店也常常会为中老年顾客提供茶水,开展促销活动,是老年人社交休闲的好去处。

“在超市买完菜就可以逛街了,很方便!”9月12日10时,64岁的周女士正在该店内试穿运动衣,“快到重阳节了,这个商场还有促销活动,挺划算的,我在这已经买了好多次了。”

#### 链接

#### 追求品质成老年消费新特点

CIC灼识咨询联合量子之歌发布的调查报告显示,中老年消费者在购买产品时最看重的是质量。在日用品、医养服务、保健品等各领域,质量成为他们选择的关键因素。特别是45—64岁的中老年消费者,他们对品牌更加关注,这提示厂商在保证产品质量的同时,也需加强品牌建设。

“消费年轻化和时尚化趋势明显,追求品质、享受型消费已经成为老年消费的新特点。部分老年人越来越注重化妆、衣着等展示型消费。”业内人士指出,对于商场而言,中老年用品市场逐渐成为具有巨大潜力的细分市场。

该业内人士认为,虽然老年消费成为新风口,但商业从业者对他们仍有误解,认为老年人的消费能力有限。而且市场仍处于起步阶段,产品质量参差不齐,缺乏有辨识度的品牌。即便是部分商场想要布局银发商业空间,也常常面临招商难、产品选择少等困难,“因此,商场不仅需要硬件配套上下功夫,还需要丰富百货的垂直分类,来满足各方需求。”

