



掘金

“银发经济”

02 调查

【动态】

运动需求升级,中老年人爱上“云健身”

关注“美彤形体有氧运动”直播间后,长沙市民邓女士陆续购买了二三十样小玩意。“有运动袜、运动鞋,课间休息时老师也会推荐藕粉、黑芝麻糊等等,东西都不贵。”邓女士介绍,直播间每天开播时间是上午9点和下午3点,每次直播2小时。

3个月的跟练,邓女士惊喜地发现,尽管体重没有明显变化,但精神状态变好了,“线上跟练很方便,瑜伽、有氧运动随便切换,主播的开播时间也契合老年人的运动习惯。谁说中老年妇女只能跳广场舞、交谊舞呢?”

正如邓女士所言,瑜伽、有氧等曾被打上“年轻人”标签的运动,在“云健身”的加持下受到越来越多中老年人的喜爱。三湘都市报记者走访发现,长沙不少健身房、瑜伽馆开设了适合中老年人的团课,有的还会定期直播。

在长沙市开福区湘江中路的一家社区型瑜伽馆就开设了针对中老年人的晨练课程。馆长魏先生介绍,前来健身的中老年人占比已达到60%，“瑜伽既能强身健体又能修心养性,不会过度消耗体能,受到中老年人的喜爱。”

魏先生表示,课余时间他也会接团课、瑜伽馆的一对一私教授课,60分钟的肩颈理疗课上,40岁以上的女性用户占比甚至达到了90%，“中老人在瑜伽课程上的付费意愿和能力都较强,而且不挑课,她们更多是想培养固定的健身习惯。”

此外,踏入健身行业超20年的姚宁,2021年也在抖音上创立了账号“40+健身列车”,专为40岁以上人群提供塑形、减脂方案。64岁的他,能在16分钟内连续做190个立卧跳,每次直播,姚宁都会重复关键点的讲解,并放慢语速、调整语调,让大家听得明白,练得清楚。

“中老年人的忠诚度更高,在直播间的停留时间也更长,2022年直播间中老年用户的停留时间在18分钟左右,远高于平台上的头部主播。”谈及将中老年人设为目标客群的原因,姚宁坦言,中老年人尽管在直播间刷礼物、互动的频率更低,但对运动爱得更加纯粹、更加专注、付费意愿也更强。

“1米63的姐妹体重超重了15斤,跟我们一起健身,尝试把体重减下去。”2月2日15时,抖音“美彤形体有氧运动”直播间准时开播,30分钟后,直播间实时在线人数突破1万人,主播在休息空当推荐一款25元/3双的运动袜,顷刻间便售出上千组。

2020年以来,疫情加速了银发族融入数字生活的步伐;智能手机、移动网络的规模性普及,更扩大了银发族的生活半径。放眼中国,养生食品、中老年兴趣学习平台、品质服装、社交软件都开始做更加细分的老年人市场,以期从5.4万亿元的市场中分一杯羹。

中老年人群整体“触网”完成,时髦的银发族都在玩什么?

■文/图 三湘都市报全媒体记者 黄亚苹 实习生 盛涛 丁欣

万亿级市场,时髦“银发族”玩啥

直播间“云健身”、社区瑜伽馆锻炼、电商平台专区购物……



市民邓阿姨正在跟着直播间的“形体老师”练习。

【数据】

银发经济规模万亿级 市场大有空间

在2022年第五届进博会虹桥论坛上,国家发改委社会发展司司长欧晓理曾给出一组数据:2020年,中国银发经济总规模约5.4万亿元,占全球银发市场比重的5.56%,与中国老年人口占全球老年人口20%以上的比重而言,市场发展大有空间。

面对银发经济的广阔市场,头部电商平台、初创型消费公司都开始针对老年人市场进行优化和布局。2020年末,淘宝在特价版基础上为老年人推出“省心版”;2021年,天猫首次上线“长辈会场”,银发族可从首页显著入口进入会场;拼多多上线老年专区,主要销售柴米油盐、居家用品等复购率更高的品类。

此外,支付宝“蓝马甲”联合省卫健委(省老龄办)、省发改委等在推出“湘助”计划,往后,长沙地区超60岁的老人遇到生活难题,只需在支付宝上输入“湘助”或拨打95188暖洋洋热线,就能得到手机缴水电煤费、医院挂号、智能手机使用教学、帮忙挂号买药等志愿服务。

“为老年人服务,最重要的是用老年人能听得懂的语言沟通。”2022年初,谢斌注册成为“蓝马甲”志愿者,其所在的长沙知仁社会工作发展中心组成蓝马甲志愿服务队,深入长沙大街小巷,切实帮助老年人解决生活所需,“这半年多,社工们在长沙超50个社区进行公益讲座,向老年人普及反诈知识、智能手机使用等小知识。”

对谢斌而言,一个明显的感受是,老年人希望在广场舞、下棋、书法之外培养更多、更独特的爱好,舍得为爱好花钱但常常没地方花,“比如在老年人群体中使用频率很高的图文创作分享应用‘美篇’,老年人打赏、开会员的次数都很高。”

【思考】

银发经济成热潮,蓝海如何深耕?

在十三届全国人大常委会第三十六次会议上,全国人大社会建设委员会主任委员何毅亭指出,我国银发经济发展不充分,市场有效供给不足,“与日本等发达国家相比,中国老年用品产业处于起步阶段,产品种类相对匮乏,行业间发展不均衡。面向老年人特定需求的适老化、个性化、智能化产品较为欠缺。”

晚年孔子说自己“不知老之将至”,但一个人口老龄化社会却不能“不知老之将至”。中国人口老龄化速度快,在适老化改造成果渐次开花的阶段,如何发展老年用品市场,让每个终有一老的人都无“老顾之忧”?

2022年12月,中共中央国务院印发的《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》提出,发展银发经济,推动公共设施适老化改造,开发适老化技术和产品。相比停留在套路盛行、产品低劣、价格战泛滥等刻板印象的中老年市场,如今的银发经济已升级成囊括健康管理、家政服务、教育培训、健身休闲、智能产品适老化改造等方面,产品空间广阔。

人民网研究院相关主题研讨会与会专家指出,银发经济不是完全竞争性的经济,需要政府在必要时弥补市场机制的不足,建立有利于发展银发经济的运行机制和政策环境,搭建促进银发经济发展的平台。如,鼓励企业进行自主性适老化产品与服务的研发、生产和销售网络拓展、国内国际品牌打造,政府在税收、补贴、用地、审批及信息平台建设等方面给予支持。

“银发经济的核心逻辑是健康、快乐和爱。”京东消费及产业发展研究院院长刘晖在接受媒体采访时表示,想让银发一族高质量养老,需要全面升级老年人居家、健康、线上线下、精神生活及时尚生活等多维度商品和服务能力,“打造全场景适老新标准和一站式关爱方案,以此培养养老用品市场消费信心,形成良性循环。”

