

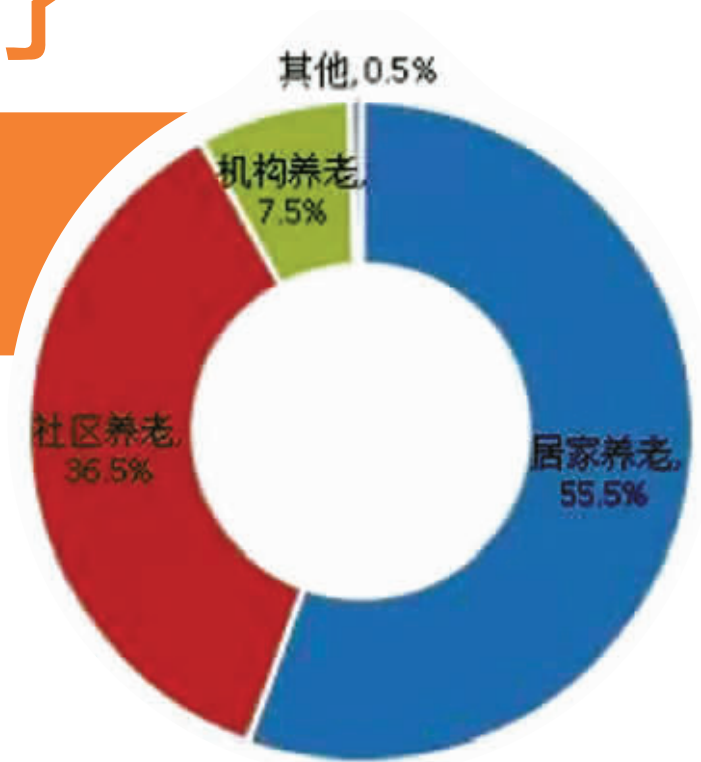
超九成老人想改造住房、超八成爱网购…… 银发消费新趋势来了

随着生活条件稳步改善，银发群体的消费观念与消费场景不断拓展，消费需求正发生深刻转变。从基础的衣食住行，到养生保健、文化休闲、适老化改造、智慧养老，品质化银发消费浪潮悄然兴起。7月21日，宁波市统计局发布的相关调查数据，为我们勾勒出这一群体消费需求的新图景。

1 居家养老占主流，适老化改造需求迫切

从养老意愿来看，超半数(55.5%)受访者倾向于传统居家养老，由家庭成员照料；36.5%青睐社区养老，即居住在家，由社区提供生活照料、家政服务、医疗保健等；另有7.5%选择机构养老，包括养老院、老年公寓等。

值得关注的是，高达92.9%的受访者表示有住房适老化改造需求。其中，“卫浴改造”“地面改造”“安全监测”位列需求前三，选择比例分别为33.4%、32.3%和29.2%。这意味着，围绕既有住宅的适老化改造市场正迎来爆发式增长。



受访者倾向的养老方式。

2 健康消费成大头，文化休闲参与度高

在非基础消费领域，“保健养生”以32.0%的选择比例位居首位。健康支出中，除基础医疗费用(42.8%)外，预防性健康体检(31.8%)、健康监测设备(26.0%)、中医理疗(21.6%)及保健品(21.1%)等疾病预防和健康管理服务同样占据重要位置。从年支出来看，健康领域花费在1000元-3000元的受访者最多，占35.4%；3000元-5000元占27.5%。

在保健品消费方面，21.1%的受访者有购买行为，其中81岁-85岁高龄群体消费意愿最强，占比达28.6%，高于平均水平7.5个百分点。

与此同时，银发群体的文化生活也日益丰富。调查显示，86.9%的受访者参与文化休闲和旅游度假活动，且收入越高参与率越高，月收入8000元以上群体参与率达93.7%。

在开支方面，33.9%的受访者年支出1000元-2000元，30.9%在1000元以下。活动形式多元，养生讲座、徒步等康养主题休闲活动(32.4%)和棋牌竞技等娱乐休闲活动(30.4%)参与率均超三成，戏曲电影等艺术展演(29.3%)、老年大学课程(27.6%)、合唱舞蹈等文体社交团体(26.7%)同样深受欢迎。



受访者住房适老化改造需求情况。

3 触网率持续攀升，智慧养老需求旺盛

线上消费已深度渗透老年人日常生活，84.8%的受访者有网购行为。分城乡看，城镇银发群体网购参与率为86.7%，高于农村的82.0%；分年龄看，低龄老人是主力，61岁-65岁群体网购比例最高达89.6%，85岁以上群体最低，为53.3%。

智慧养老设备需求同样旺盛，95.9%的受访者表示有相关需求。其中，便携式健康监测设备(59.9%)、安全监护设备(44.0%)、健康管理类可穿戴设备(39.5%)位列前三，家庭服务机器人(22.7%)等也受到关注。

4 供需错位与数字鸿沟仍待破解

尽管消费需求旺盛，但调查也揭示了若干突出问题。

在产品供给端，个性化及适老化消费品仍显不足。旅游消费中，“交通住宿设施缺乏适老化改造”(24.1%)、“行程安排不合理”(23.9%)、“旅游产品选择太少”(21.6%)及“高龄老人报团困难”(21.2%)等问题较为突出；网购领域，24.2%的受访者反映“缺少适合老年人的产品”。

市场环境方面，消费安全隐患同样不容忽视。保健品消费中，虚假宣传(46.4%)、产品质量参差不齐(48.1%)、价格虚高(41.9%)等问题明显；网购领域，29.4%的受访者认为存在不规范情况；旅游领域，“强制消费与诱导购物”(31.8%)、“收费不合理”(27.6%)等问题依然存在。

此外，“数字鸿沟”仍制约着银发群体消费潜力的释放。智慧养老设备方面，35.5%和27.2%的受访者分别表示“操作复杂不会用”和“需要安装多个APP较繁琐”；网购方面，“操作不友好”(29.6%)、“退换货麻烦”(28.2%)及“担心隐私泄露”(29.5%)等问题依然突出。从“想消费”到“会消费”“敢消费”，仍有较大距离。

对此，建议围绕健康养护、居家改造、休闲文旅等领域丰富分层分类的适老化产品供给；针对保健品、旅游、网购等重点领域开展专项整治，常态化开展反诈科普，守护银发群体消费安全。同时，加强数字技能培训和网络安全宣教，降低数字消费门槛，真正释放银发群体的消费潜力。

记者 王婧 通讯员 陶玲玲



受访者健康领域消费项目。