

中国正经历人类历史上规模最大、速度最快的老龄化进程。民政部数据显示,截至2024年底,全国60岁及以上人口已达3.1亿,占总人口的22%。中国人口与发展研究中心预测,在2025—2030年间,60岁及以上老年人口将呈快速增长态势,增至3.9亿人。一个属于“银发”的超级消费时代,正在加速到来。在2025年10月23日召开的党的二十届四中全会上,银发经济被进一步提升至国家战略层面。

值得注意的是,银发群体中,既有需要专业照护的高龄、失能老人,也有追求“享老”、注重生活品质的活力长者。银发消费不仅是促进民生改善的重要支撑,也是消费转型升级的重要方向。重阳佳节之际,聚焦老年人“买买买”的背后,有哪些新趋势?(摘编自《央视新闻》《第一财经》)

银发“买买买”有哪些新趋势

1 “悦己型消费”成为市场新引擎

最近,一种新型俱乐部——退休俱乐部(又称“银发俱乐部”)在全国多地兴起。

在北京一家退休俱乐部里,卡丁车、爵士舞、AI绘画等多元课程与活动,正吸引着越来越多退休人士参与。不久前,该俱乐部在北京组织了一场卡丁车极速体验。俱乐部成员乐先生在赛道上飞驰六圈后畅快表示:“和大家在一起特别开心,现在六十多岁了,怎么高兴就怎么过。”

这家俱乐部的创始人是一位90后。她最初只是想为自己的父母寻找“搭子”,没想到在社交平台发帖后,竟吸引了上万名老年用户关注。

目前,类似俱乐部已在全国多个城市落地,会员以50岁至65岁的退休人群为主。刚加入俱乐部不久的刘女士说:“参加学做咖啡、打鼓这些活动,既能充实时间,又能学到新东西、交到新朋友,特别开心。”

越来越多的老年人正主动为兴趣付费、为社交买单。从一门课程到一次旅行,“悦己消费”已成为不少老年人生活



快乐老人报旗下美时美刻旅行社组织的旅居活动

活的关键词。长者不再是理财保守、消费谨慎的代表,如今他们以一种“理性又不失讲究”的方式为自己投资。

根据全国老龄委数据,银发旅游人数已占全国旅游总人数的20%以上,老年旅游正在从小众市场向主流市场转型。旅游平台数据显示,今年以来,平台上老年游客预订的景区门票总量同比增长三成以上。同时,“银发旅游专列”已成为铁路沿线一道新的风景线,跑出了银发经济蓬勃发展的“加速度”。

在服饰消费上,银龄族“理性悦己”同样清晰。有调

研显示,73.6%的受访者将舒适实用放在首位,20.8%选择质量有保证。面料柔软、剪裁合体、方便打理、适应气候,构成了银发族的“高级感品质公式”。

数据显示,今年上半年,老年旅游服务、体育健康服务、文化娱乐活动销售收入同比分别增长26.2%、23.9%、20.7%。这些数字背后,是银发群体从“养老”到“享老”的观念转型,“悦己型消费”正成为推动银发经济高质量发展的新引擎。在城市中产阶层的银龄群体中,“有品质地老去”正在成为新的生活理想。

2 银发经济催生消费新业态

老年人不再仅仅满足于基本生活需要,而是日益追求社交、学习与自我价值的实现。这一转变正有力推动商业场景的创新与升级。

工作日上午10时,在上海南京路第一百货的8楼,10位银发学员正专注学习手机摄影和视频剪辑。如今,像这样上午学习“充电”、中午享受美食、下午欣赏演出的“商场一日”模式,已成为不少老年人新的生活方式。

“以社交带动消费,以消费促进社交”,商场运营方也在不断创新,探索更多适老服务新模式。在重庆,一家经营了28年的老商场转型为“银发主题店”,硬件设施改造升级的同时还设置“茶里江湖”

“怀旧供销社”等主题区,甚至引入老年大学分校。该商场负责人表示,如今很多老年人愿意为“社交+学习+怀旧”的组合买单,而非单纯购物。

除了在商场享受生活,越来越多老年人选择“走出去”,开启旅居养老新方式。河北秦皇岛北戴河的一家旅居康养中心,即便在淡季也迎来大批“银发考察团”。不仅有手工课、合唱团等丰富的社交活动,还有吃住行游一站式服务……开业不到两年,这家养老机构的人住率就翻了一倍。

“新银龄族”的走出去更敢尝新,也走得更远。根据去哪儿旅行近日发布的《2025“新银发一族”飞行报告》,截至目前,55周岁至70周岁的



长沙快乐老人同城聚定义消费新业态

“新银发一族”今年乘坐飞机打卡了全国255个城市,国际机票的订单量更是同比增长19%。“银发一族”还越飞越远,他们的足迹出现在南非、冰岛、埃及、阿根廷。

3 银发消费推动产品创新

在浙江义乌国际商贸城,商户王秀仕的店铺陈列着上百款象棋。她介绍,近两年,专门针对老年人设计的象棋供不应求。王秀仕说:“以前象棋棋子直径最大做到6公分,现在为了迎合老年人需求,象棋棋子直径做到7公分,字看得清楚,手感又好。”

除了象棋,不少商户也对玩具进行改造,以适应老年人的需求。比如有的弹力球就加装了腕带,让老年人使用起来更顺手。

不远处的一家店铺陈列着上百种益智类的玩具,店铺负责人介绍,他们公司做益智类玩具已经有二十多年时间了,不过这两年,公司在设计产品时,开始有意识地兼顾老年人的需求。该负责人举例:“比如拼接的益智类玩具,一方面可以锻炼老年人的手力、眼力;另一方面,拼接出来的花篮、彩球等成品,也符合老年人的喜好,有一定的观赏和实用的价值,因此,这类产品也越来越受到老年人的欢迎。”

在浙江省云和县,此前当地生产的木质玩具主要受众是儿童,但从去年开始,越来越多的企业将目光转向到了适老玩具上。

当地一家企业负责人表示,适老玩具相比儿童玩具尺寸更大,颜色更简单,主要是照顾老年人的视力和动手能力,“与‘银发经济’结合,让木质玩具这个传统行业找到了一个新赛道”。

4 老年人变成科技的主动拥抱者

北京68岁的王女士家里,最近多了几样新装备:浴室加了防滑垫和安全扶手,厨房装上感应灯,手机里还多了个AI健康管家AQ,“现在摔倒、吃错药、看不懂(体检)报告这些事,都没那么怕了”。

老年人正从科技的被动适应者逐步变为主动拥抱者。适老的智能穿戴设备、智慧养老平台、保姆机器人……正逐步融入老年人的日常生活,提供更多便利。

在深圳养老护理院,机器人能协助老人起身、散步;在社区养老服务驿站,老年人可以和机器人下棋,便捷租借外骨骼机器人、电动代步车等智能辅具;在社区数字食堂,“刷脸支付+营养云脑”系统通过AI算法为老人定制个性化餐单……

数据显示,今年上半年,智慧养老技术服务、老年智能与可穿戴装备制造销售收入同比分别增长33.7%和32.6%。科技正深度融入银发生活。

围绕银发群体的消费与服务正成为中国经济的下一个风口。