

老年群体成直播间消费新力量

“咱家的衣服面料好，怎么揉搓都不会变形。”近日，在某电商平台的服装直播间内，主播展示着手中的服装。“70岁穿会不会显老气？”“裤长具体是多少？”“腰围是松紧设计吗？”……评论区中，类似的提问接连弹出。

数据显示，60岁以上银发网民网络购物使用率已达69.8%。曾经被认为与互联网“绝缘”的老年群体，正在加速拥抱数字消费时代。互联网营销师夏宇燕指出，这一转变背后，是整个中老年消费市场的变革。

需求：从“基础型”到“享受型”的跨越

据艾媒咨询《2024年中国银发消费趋势报告》显示，抖音中老年女装品类年增长率超230%，老人鞋市场规模预计在2027年将突破193亿元。此外，社交媒体中，一个名为“给妈妈买衣服”的小组汇聚了6.3万用户，这也反映出子女为父母选购商品的强烈需求。

夏宇燕介绍，如今的中老年消费市场早已突破传统边界。从基础的健康养生、养老服务，到文化娱乐、旅游休闲，再到智能化的生活设备，消费领域不断拓展。

“在消费偏好上，不同地域、不同生活背景的老年人展现出明显差异。”夏宇燕分析，生活在城市的银发族更注重款式和品牌，愿意为品质和个性化的商品买单，而乡镇老年群体则更倾向于高性价比的选择。

“在营销过程中，必须站在老年人的视角去理解他们的需求。”夏宇燕说，“老年人的消费决策往往更加理性，他们既看重产品的实用性，也渴望获得情感共鸣。因此，用他们熟悉的语言和方式进行沟通至关重要。”

夏宇燕举例说，在推荐服装时，比起时尚潮流的描述，强调面料的舒适度、洗涤的便利性，更能打动老年消费者。

针对老年人的不同需求，夏宇燕表示，商家应采取差异化策略。相对年轻些的老年人愿意尝试新鲜事物，追求生活品质，而年长些的老年人则更注重性价比和实用性。但无论是哪一类群体，都需要在消费过程中获得尊重和关怀，找回自我价值感。

趋势：从边缘到主流的逆袭

敏锐的商家早已捕捉到这一趋势，纷纷布局银发直播赛道。5月5日，“所有爸妈的幸福家”直播间正式开播，其背后正是头部主播李佳琦。首播当天，开播不到两小时，涌入超100万观众，当日吸粉超10万人。

观察发现，在细节设计上，该直播间也进行了“适老化”改造——放慢语速、放大字体，设置用眼提示等贴心服务；模特全部选用40岁以上中老年人，真实展示商品上身效果。

在另一个电商平台，在熟龄女装排行榜进行搜索，一家专注45~60岁女性的店铺表现尤为亮眼。该店铺过去30天内进行了49场直播，每场都能吸引大量新粉丝，其中4月27日单日新增粉丝过万。

与受众为年轻人的直播间相比，银发直播间更讲究“陪伴感”——主播和受众之间更像是聊天，即使不购物，也能获得陪伴感。此外，直播时节奏较慢，介绍产品时态度真诚，给老年人带来较好的观看感受。此外，也许是老年人使用手机领取优惠券并不熟练，主播需要不停地作出购物操作提示。

老年人热衷直播间网购的背后

《2024中国银发经济白皮书》显示，60岁以上

网民的线上支付率75.4%，年消费能力超7万亿元。

68岁的孙玉兰喜欢直播购物。“年轻时没机会打扮自己，现在网上啥都有，看到好看的丝巾、衣服，不买感觉对不起自己。”如今，她的抽屉里摆满了各种颜色的丝巾，每次戴上新丝巾出门，都能收获邻居们的夸赞，这让她重新找回了自信。

70岁的闫建国则通过直播间开启了“智能生活”。独居的他在观看一场智能小家电直播时，被主播介绍的智能养生壶吸引。这款养生壶不仅能自动煮茶、煲汤，还可以根据预设程序进行精准控温。收到养生壶后，闫建国按照说明书操作，很快就煮好了一壶胖大海菊花茶。现在，他每天都会变着花样煮不同的养生饮品，还通过直播间学会了不少养生食谱。“以前总觉得这些智能产品复杂，现在用起来才发现，生活真的方便太多了！”闫建国表示。

63岁的常丽丽同样在直播间找到了生活的新乐趣。退休后，她一直想学习绘画丰富生活，偶然刷到老年大学的直播间，不仅购买了适合初学者的画笔、颜料，还跟着主播的教学视频从零开始学习。

几个月下来，常丽丽已经能够独立完成简单的风景画。她把作品分享到朋友圈，收获了众多亲朋好友的点赞，还和直播间里志同道合的老年朋友组建了绘画交流群。常丽丽感慨道：“没想到在这个年纪，还能通过网购开启新的爱好，生活变得更有意思了。”

展望：银发经济的破局之道

据测算，目前中国银发经济规模在7万亿元左右，到2035年，银发经济规模有望达到30万亿元。

民政部等24部门联合印发《关于进一步促进养老服务消费 提升老年人生活品质的若干措施》提出，要有效激发养老服务消费活力，不断拓展养老服务消费新场景、新业态。

然而，这片蓝海并非风平浪静。夏宇燕认为，老年服务市场面临着诸多挑战。老年人的需求往往更加隐蔽和复杂，他们可能因为不善于表达或羞于启齿，而无法准确说出自己的真实需求，这就需要商家主动去观察、去挖掘。

比如，很多老年人因骨关节问题睡硬板床会疼痛，传统的后扣式内衣会给手部不便的老年人带来困扰，等等，这些细节都需要被关注和解决。

一份中老年人网络直播消费情况的调查显示，中老年人之所以热衷直播购物，逾六成(63.1%)是喜欢直播间的氛围以及和主播的互动，超五成(50.8%)则因喜欢和信任直播间里的明星或主播。

在业内人士看来，在营销过程中，建立信任是关键。“老年人对虚假宣传的容忍度很低，一旦遭遇过不愉快的购物经历，就很难再次选择。”夏宇燕说，“因此，诚信经营、优质服务是打开老年市场的金钥匙。”

据《三秦都市报》



养生妙方

夏季养生三宝：午睡、药枕和足浴

夏季养生重在养心，同时还要兼顾除湿、安神等，下面介绍三个中医养生的简易方法。

午憩养心阳 11:00~13:00 心气最旺，宜静不宜动。建议平卧或右侧卧位，闭目养神15~30分钟，避免贪凉久睡。

药枕驱暑湿 药枕是夏季特色养生方法，枕高以一拳为宜。建议每周晾晒药枕2小时以防霉变，每3个月更换药材以保证效果。

药枕配方：清热解暑方为荷叶30克、薄荷20克、菊花10克；驱湿醒神方为艾叶30克、薄荷20克、藿香10克。微波干燥(中火30秒)后研磨成粗粉或切细。将处理好的药材装入无纺布袋。药包与荞麦壳或炒决明子混合为枕芯。

足浴通经络 睡前温水泡脚，水温控制在38℃~42℃为宜，水位需过脚踝，时间15~20分钟最佳，能安神助眠，缓解暑热耗气所致的乏力。

足浴包配方：散寒除湿方为艾叶30克、生姜15克、紫苏叶20克；安神助眠方为夜交藤15克。

老年养生从享受“无用”开始

很多老年人在步入人生下半场后，受退休等因素影响，容易产生“无用感”，进而导致心理失衡，身体状况告急。

中医讲“药补不如食补，食补不如神补”，这里说的“神补”就是指情志养生。年老之后，情志较易发生改变，喜怒忧悲无常，会多疑烦躁。因此，日常要积极乐观、豁达开朗，使情志顺畅、气机调达。“无用之用，方为大用”这句人生哲理，在养生保健上同样受用。

做点“无用”之事 欲望越多，情绪就越容易被“拿捏”。对于身体机能处于衰退阶段的老年人来说，应少点功利心，可以将精力更多地放在养花、品茗、听戏等看似“无用”之事上，享受晚年生活，筑牢“健康心境”之基。

交点“无用”之友 朋友有真假，交情有深浅，人际交往过于复杂，容易将自身情感裹挟其中，进而影响心绪。对待“不为外物所累”的真朋友，可以敞开心扉，享受心灵陪伴；对待负面情绪多、三观处事有别的假朋友，要学会远离。

享点“无用”时光 动以养形，静以养神，动静结合才能形神兼顾。老年人如果身体情况允许，不妨来场说走就走的旅行，不要总想着“等有空了再说”，海边晒暖、登高远眺，都能缓解焦虑、舒畅身心。

理性看待“中药配万物”

阿胶奶茶、罗汉果拿铁、枸杞原浆面包、当归牛肉……如今，“光看名字就觉得很养生”的食品越来越多。然而，中药首先是药品，其成分是十分复杂的，而且没有一款药食同源产品可以人人适用。中药的专业性很强，每种食物的偏性不同，每个人体质各异，适合的配方也不同。大家要理性看待这类产品的养生效果，不能期待这些养生食品能替代药物的治疗。

据《辽宁老年报》