



银发经济大有可为

的付费能力和自我满足付费意愿，对实现个人成长的需求也更高。有数据显示，除了必备的生活支出外，这部分人群更偏好追求精神满足，近六成中老年人群每月在精神需求类的产品或服务方面有支出，包括旅游旅居（30.4%）、社交娱乐（25.5%）和文化教育（24.0%）。

一个叫“铼铍科技”的企业，其主要业务是提供包括音乐创作、练习、教育软件、智能乐器、乐器智能硬件等，企业主打产品为“自乐班”APP，该产品在苹果APPstore发布后，在音乐付费类应用榜上取得了排名第一的成绩。据2023年的公开报道，该APP用户三年达到20多万人，且60岁以上银发用户占到70%以上。该APP能在“新老人”群体中撬开广大的市场，根本在于让乐器学习变得简单，同时分享和互动功能较完善。自乐班可以概括为线上虚拟乐器和社区，社区恰是社交意愿强烈的银发一族最易聚集的地方。

一批专门服务中老年女性的银发文娱创新企业也脱颖而出。比如糖豆广场舞教学APP，这个以广场舞内容服务切入的中老年社区抓住老年人群娱乐生活需求，找到差异化用户定位，瞄准银发“新流量”群体，抓住广场舞爱好者垂直细分人群，在流量红利衰竭背景下，取得

快速增长。

《2024女性旅行消费洞察报告》显示，2023年以来，50岁以上中老年女性出行订单增速最快，高达205.6%。携程方面表示，越来越多的中老年女性愿意通过旅游融入目的地生活，穿越热带雨林、体验登山和滑雪、自驾走遍全国几十个城市，了解当地人文历史。

西南交通大学国际老龄科学研究所所长张雪永表示，可以从两个维度认识银发经济：其一是由于增龄导致身体机能衰减，带来以照护为核心的需求，即老有所养、老有所医的需求；其二是低龄健康的老年人，追求老有所乐、老有所学、老有所为引起的需求。张雪永称，前者是被动的需求，而后者的主动性，是激发银发经济市场活力的关键因素，是庞大的增量市场。

银发经济具有三个特征：复合型、综合性经济，比如上门护理的同时也需要提供生活服务和陪伴服务；慢经济、长经济，刚开始比较难吸引客户，而一旦吸引之后，客户忠诚度非常高，需要企业脚踏实地深耕；体验经济、信任经济，需要投入感情才能赢得客户的信赖。银发经济市场广阔，企业既要找到自己的精准客户，也要找到客户的精准需求，以此创新商业模式，就能在银发经济这片蓝海逐浪成功。📌