

# 老年生活报



老年生活报

全国助老服务热线  
0532-66610000

## 银龄志愿者,奉献希望之光

在我们身边,有这样一群特殊的志愿者。他们告别了职场的忙碌,却未曾停下奉献的脚步;他们心怀热忱,以“银龄行动”为舞台,用行动诠释着奉献的意义。12月5日,是第39个国际志愿者日,让我们一同走进他们的世界,感受这份温暖和力量。

(详见2版)

## “银发力量”入选2024十大流行语

12月2日,《咬文嚼字》编辑部发布2024年十大流行语,数智化、智能向善、未来产业、city不city、硬控、水灵灵地×××、班味、松弛感、银发力量、小孩哥/小孩姐入选。

### 智能时代带来流行语

今年,“数智化”、“智能向善”、“未来产业”都是和智能时代相关的流行语。同时,人工智能给社会治理和伦理等方面带来的隐患和风险,也引发广泛关注。

智能向善入选十大流行语,背后有科技向善、算法向善等一系列相关词语“正在流行”,“智能”正在成为这个时代的潮流。

### 关注“年轻”和“银发”

以00后为代表的年轻一代和老年人都在社会中产生不可忽视的力量。00后是巴黎奥运会挑大梁的中坚力量,而他们面对压力甚至委屈时轻松自如、爽朗应对,这就是“松弛感”火遍全网的直接原因。

如今,社会鼓励孩子表达自我、探索未知,孩子们得到了更多发挥潜能的机会。有“小孩哥”11岁能造“火箭”,有“小孩姐”14岁创下奥运纪录。他们年纪虽小,却拥有非凡才能,成年人自叹不如,便在“小孩”后加上“哥/姐”称呼他们。“小孩哥/小孩姐”便成



海南国家雨林康养基地,老人在进行康复锻炼。

为热词,广为传播。

老年群体成为社会发展更为重要的推动力量。如今,越来越多的老年朋友参与到志愿服务、文化教育等活动中来,继续在社会中发挥积极作用。“银发力量”“银发经济”“银龄行动”“银发浪潮”“银发市场”等众多“银”族语词,因此得以广泛流行。

### 外国博主造词

“city不city”的入选引发了一些争议。不过,“city不

city”是一个外国人用他的母语词放到中文结构中制造的词,非常有时代特征。中国实行144小时免签政策后,许多外国旅游博主前来旅行,视频在网上热度居高不下,给西方世界展示了一个可能和他们想象中不太一样的中国,这个词在社会价值和时代价值上都比较重要,所以最终入选。

### 立足词语看社会

在流行语征集、投票过

### 链接 每月花129小时上网

## 活跃银发网民接近3.3亿

第三方数据统计机构QuestMobile近日发布《2024银发人群洞察报告》。数据显示,今年9月银发人群月活跃用户已达3.29亿,月人均使用时长129小时,同比增加5.3%。

报告显示,与全网平均数据相比,银发人群在短视频、社交、资讯、电商等领域时

长占比突出。根据统计数据,短视频、即时通讯、综合资讯、综合电商位居银发人群使用时长前四位,占比分别达35.1%、25.2%、11.3%、6.7%。

数字阅读、移动购物渗透率也在持续提升。其中,银发人群在数字阅读领域的活跃渗透率达26.4%、在

程中,不同年龄层对流行语的感知关注重点不同。70后关注“人工智能”“银发力量”,80后90后更关注小孩哥小孩姐,“松弛感”各年龄层都很关注,从00后开始,各年龄层投票比例逐渐增高,在70后中达到第一位,这或许与80后、90后是职场中坚力量,更能感受到“班味”有关。

“新词新语表达的含义,很多时候要结合具体语境。”《咬文嚼字》总经理王敏提醒大家,有些流行语词要结合语境才能表达出真实含义,例如“松弛感”表面看是“松松垮垮”的含义,但结合巴黎奥运的语境,这个词今年流行开来,表现的是00后运动员在赛场上“不紧张”“从容应对”的姿态。“银发力量”的流行也是如此,银发一族社会关注度越来越高,和我国人口老龄化的社会背景关系密切。杨宝宝

移动购物领域的活跃渗透率达82.1%、在金融理财领域的活跃渗透率达49.1%。

在地域分布方面,报告显示,超六成银发人群活跃在三线及以下城市,其中北方地区银发人群线上更为活跃。从时间维度来看,银发人群不仅在白天展现出较高的活跃度,在深夜零时也依然有超30%的用户在线活跃。鹿杨

### 桑榆热评

## 读懂90岁老人 看演唱会背后的需求

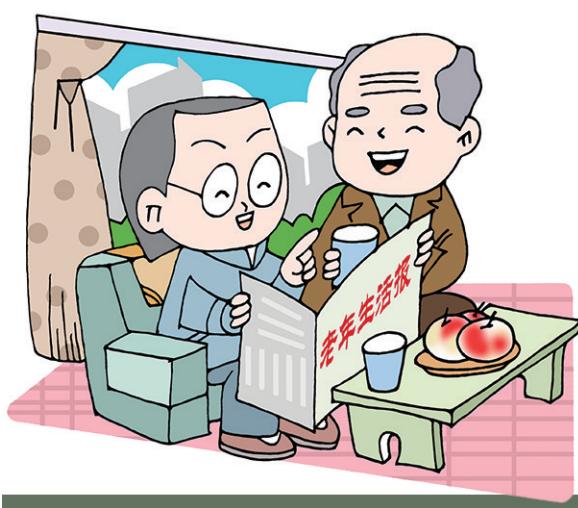
银发群体正在成为文旅消费主力军。社交媒体上,很多年轻人讨论如何帮父母抢演唱会门票,“90岁老奶奶看演唱会”冲上热搜。

新老人有新需求。他们不满足于基本的生活需求,更多地表现出兴趣爱好更丰富、出游意愿更强烈等精神需求。今年,国务院办公厅发布《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》明确提出“丰富老年文体服务”“拓展旅游服务业态”的要求。近年来,政府在“老有所乐”上持续用力,加强基础设施建设、完善公共文化服务体系,不断丰富老年人的精神文化生活。

创新内容形式。我国50岁以上中老年网民规模达3.25亿,刷短视频、看微短剧已成为“银发冲浪族”的重要娱乐方式。要鼓励创作更多能给老年群体提供情感共鸣和心灵慰藉的文艺精品。

解决需求痛点。如在体育消费领域,数据显示,我国46岁至59岁人群运动健身比例最高,紧随其后的是60岁以上人群。这部分人群需要更加专业、适老的体育运动用品,也需要更多趣味性、轻量化的体育赛事。

发展银发经济是机遇也是挑战。只有深入了解新需求,从内容到形式,从线上到线下,不断丰富产品供给,提高服务质量,才能在竞争日益激烈的银发市场中行稳致远。姜天骄



# 2025《老年生活报》

### 欢迎订阅▶

一年的温馨陪伴 ····

★每周一、三、五出版 ★彩色印刷 ★



99  
元

欢迎订阅2025年度《老年生活报》 全国各地邮局网点和青岛报业集团各发行站点皆可办理订阅手续

订报咨询热线:0532-82933711 82880022 邮局征订电话:11185

关注老龄热点 · 详解政策法规  
科学保健益寿 · 重温历史岁月