

# 30万亿元大市场,来了! “银发经济”:夕阳红蕴藏新蓝海

记者 尚美玉 王镜

延伸阅读

## 阿里研究院发布观察报告 精神情感类消费 成银发消费新热点

近日,阿里研究院发布银发消费态势观察报告(以下简称“报告”)。报告基于淘天、淘宝闪购、飞猪、大麦4个平台2025年1-11月的消费数据,对银发人群(50岁以上)的消费结构特征、消费热点以及所面临的供需挑战进行了系统分析。

报告预测,到2035年,银发人群日常生活消费占比将从57%降低至47%,精神情感消费占比则有望从24%跃升至35%。适老类产品、专业服务和高品质精神产品,将成为银发经济高质量发展的新引擎。

报告显示,以品质引领型为代表的银发消费群体呈现出一些新趋势、新空间。在日常生活类消费中,以居家布艺、卫浴、卧室家具及厨房餐饮具等为代表的居住类消费成为最大单项开支。在健康保障类消费中,内调中药、OTC及处方药、海外医药与保健食品稳步增长;康养仪销量增长超150%,医学美容销量增长超60%,具备跌倒检测、健康监测功能的智能手环与手表销量分别增长200%和350%,智能健康器械同比增长400%。

值得注意的是,精神需求类消费成为银发消费的新热点,呈现文化消费升级、旅游出行成为高阶享受载体、情感科技催生新赛道等三大突出特征。数据显示,智能玩具销量同比增长超200%,AI陪伴机器人销量增长200%。

报告建议,为进一步促进银发经济,应构建“基础保障+增量激发”的双轮驱动模式,对基础民生型群体应重点完善兜底性的医疗和养老保障,对品质引领型则应聚焦供需错配领域,精准发力。如在日常生活领域,建议重点支持适老化改造与效率升级,进一步扩大防跌倒卫浴设备、无障碍厨房改造等家居适老产品的供给。在健康保障领域,建议强化科技赋能与养老人才培养。在精神需求领域,建议对定制化适老旅游线路、剧场演出、老年教育课程等服务消费实施阶梯补贴,并将AI陪伴机器人、智能玩具纳入创新补贴目录,建立品质认证体系,加速释放精神消费高增长潜力。

彭曼

## 3 “适老更适己” “夕阳居”更有“幸福感”

数据显示,2025年我国银发经济规模接近10万亿元。过去十年,我国适老化产品种类从不足千种跃升至万余种。银发经济这片蓝海,蕴藏着巨大的潜力亟待挖掘。

“坐着洗澡搓澡,方便极了,也不担心滑倒”。这是家住青岛市崂山区70岁的陈斌的“舒心事”。随着人口老龄化进程加快,居家适老化改造成为破解老年人“养老难”、激活银发经济的关键抓手。青岛立足老年群体实际需求,以2025年适老化改造政策为指引,深耕“一户一策”精准改造,联动中国康湾建设,让适老化改造真正落地入户,惠及民生,用细节守护老年人的居家安全与晚年幸福。

在适老化改造政策中,青岛摒弃“一刀切”改造模式,坚持“上门摸排、按需定制”,贴合老人生活习惯、解决实际难题。青岛市崂山区70岁的陈斌、冯月香夫妇,是该政策的直接受益者。青岛维京建设科技有限公司主动对接,工作人员多次上门走访,结合夫妇二人身体短板,量身定制了专

业改造方案。

“适老化要适己化”,陈斌的一句话,道出了改造的核心。原本计划安装在浴室的扶手,他试过后发现浴室需求不大,便调整安装在门口鞋凳旁,“穿完鞋,手扶着扶手,起来能省不少力气,非常安全也方便”;在卫生间马桶旁边,他也安装了一个扶手,直言“如果没有这个扶手,起来很困难”。

另外,夫妇二人还借助补贴购置了欧姆龙电子血压计和血糖仪。“以前就想买,因为听说过这个品牌,但价格相对较高,就犹豫了,去年适老化有补贴,非常惠民,在其他改造的同时,也一并购买了这款血压计。”

谈及2025年青岛的适老化改造补贴政策,夫妇二人满心感激。“对我们普通退休工人来说,三五千的退休金,以前也知道有适老化这些东西,但还是犹豫,这次听说有补贴,力度也大,我们索性购置了好几样,非常实惠,也非常方便。”陈斌说,真心体会到了政府对老年人的照顾和帮助,打心底感谢党和政府。

## 4 从“基础保障”到“品质提升” 联动康湾让改造更具品质

作为青岛银发经济发展的核心载体,中国康湾建设为适老化改造注入了产业动能。依托康复大学资源和康复辅助器具产业国家综合创新城市优势,青岛将科技元素融入适老化改造,推动康复机器人、智能监测设备等新产品落地应用,让改造从“基础保障”向“品质提升”转变。

随着康湾建设的深入推进,青岛培育了一批专业化适老化改造企业和服务团队,完善了“产品研发—上门评估—

定制改造—后期维护”全链条服务,既提升了改造质量,也带动了相关产业发展,实现民生保障与经济发展双赢。

新春首场国常会明确提出:“要进一步释放银发消费需求,提升消费能力,发挥消费补贴等政策牵引作用,打造一批银发消费新场景、新业态。”银发经济,终究是关乎人的经济。它的温度,标定着社会文明的高度;它的活力,将开启未来经济发展的全新可能。



青岛一家银发俱乐部的成员外出研学游。

## 1 “不是没钱,是以前没地方花” 俱乐部模式填补市场空白

3月8日上午10时,位于青岛市崂山风景区青山渔村的山海文化驿站里,一群50多岁的“姐姐”们正围坐在一起喝茶、绘画。这个古色古香的两层小院集民宿、茶馆、文化沙龙于一体,成为不少中老年人一站式疗养的“圣地”。

“以前退休后天天在家看电视、刷视频,现在每天都想来这儿学点东西。”73岁的刘女士是市北区开开华彩俱乐部的常客。今年2月初,她通过短视频了解到这家俱乐部,“瑜伽、非洲鼓、旗袍走秀都能学,比在家里‘闷’着强多了。”

记者注意到,这种新型中老年俱乐部正在青岛悄然兴起。与公办老年大学“重授课、按学期报名”的模式不同,俱乐部更注重“娱乐+社交”属性。“我们的业务分为核心兴趣课、老友欢乐聚、思想艺术荟和同城主题

游四大板块。”开开华彩俱乐部校长阮文解释,机构采用线上线下双师模式——线上有北京总部的专业师资授课,线下有青岛的专职教师辅导,会员还能通过小程序预习、复习课程。

国务院常务会议指出,当前银发经济需要重点在需求释放和服务提质上着力。阮文的观察印证了这一判断:“很多老人即便不上课,也会来参加主题活动。他们需要的不只是课程,更是一个能重建社交圈的地方。”这家俱乐部去年在崂山开分店时,特意选在一家酒店二楼,因为可以利用酒店的厨房和会议空间。老人们在这里上完课,可以一起吃养生火锅、包饺子,“吃喝玩乐一整天,大概需要花费100块钱”。这种灵活的消费模式,恰好承接了老年大学覆盖不到的多元化需求。

## 2 从“一张床位”到“一种生活” 新场景催生消费增量

如果说俱乐部满足了日常社交需求,那么“游学”则成为银发族追求精神生活的更高层级。不少中老年群体不再满足于简单的观光打卡,而是将兴趣爱好与旅行深度结合,私人定制研学游成为新潮流。

“希望这次旅行能拍摄一些不一样的摄影作品,领略不一样的风景。”3月10日,71岁的李长乐,与4位爱好摄影的朋友一起,报了一个“丽江定制8日游”的私人旅游团,拍摄丽江的美景,这次花费预计每人6000元左右。李长乐是老年生活大学摄影班的学员,他经常外出研学,“去年去过6个地方,比如青海、甘肃等地采风,一个班20人左右吧。”像他这样,带着兴趣去“游学”的银发族不在少数。

供给侧的创新也在持续发力,精准匹配银发族的个性化需求。“我们会给老人安排好酒店、车辆,把时间把控好。另外,我们还建立了微信群,全程跟踪老人的行程,协调住宿、车辆、氧气瓶等各种资源,为老人们提供好服务。”据山东省老年国际旅行社负责人于静介绍,近来,越来越多的中老年朋友选择私人定制服务,旅行社根据不同的游客需求,提供多样化定制服务。

从单纯的住宿餐饮,到融合文化体验、社交互动、情感陪伴的综合性服务,银发消费的边界被不断拓宽。山海文化驿站可承载200人左右入住,淡季住宿费380元,旺季更高,但即便如此,这里的团建活动仍预订不断。



陈斌夫妇在测量血压。



老年朋友在山海文化驿站上课。