

经济日报携手京东发布数据——

# 银发经济越来越火热

## 适老化改造重在改“里子”

林蔚

老年群体加速“触网”，银发经济日渐火热。近年来，我国网民的增长主体由青年向老年转化的趋势明显。数据显示，2020年以来，线上消费的新用户中增速最高的是银发族，超过2.6亿人组成的庞大银发市场商机不可小觑。

值得注意的是，老年人在使用互联网和电子设备时往往存在看不清、听不见、找不到、学不会的问题，极大影响了他们的使用体验。老年群体是数字时代的“慢跑者”，但不应成为被抛弃者。目前，在相关政策引导下，一批覆盖网购、出行等领域的适老化应用率先落地，给老年人带来了便利。

然而，当前的适老化改造大多集中在放大字体和简化操作等简单应用，主要还是根据现有标准化产品进行初级改造，并未能触及产品设计核心理念。同时，适老产品有效供给不足、产品及服务质量不高等短板突出。

此外，某些企业把适老化改造变成了收割老年用户的“利器”，诱导老年人沉迷、付费。

要想挖掘银发经济潜力，解决银发族的真正痛点是前提。适老化改造“面子”要改，重点是改“里子”，以老年人的权益保障为初心，扎实做好用户调研，在操作上做减法，在服务上做加法。摸准老年群体消费脉络，探索新内容开发，打造老年人专属数字化产品。

适老化改造要真正适老，还要针对老年人使用的各种场景全方位优化，在引入新技术新机制的同时，不能缺少人文关怀。唯有如此，才能帮助老年群体跨越数字鸿沟、更好享受数字时代的便利和乐趣，并产生更大、更持续的社会和经济效益。

### 说数



目前，线上老年商品  
数量是3年前的

**10倍多**

2020年  
银发族网购成交额同比增长

**37%**

网购频率同比增长

**13%**

2020年以来  
线上消费的新用户中  
增速最高的是银发族

\* 银发族指56岁以上群体

