

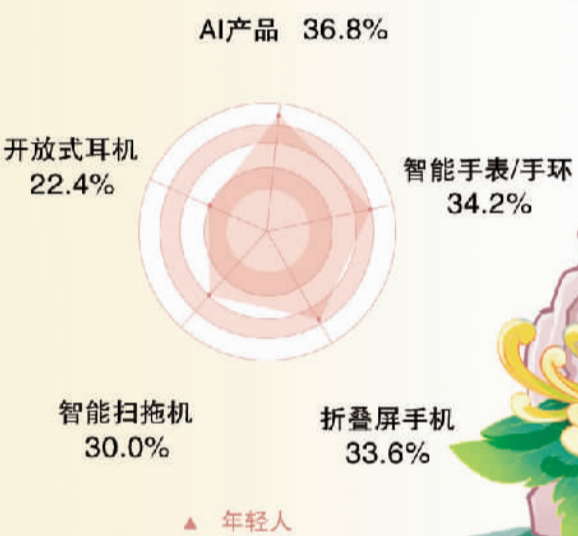
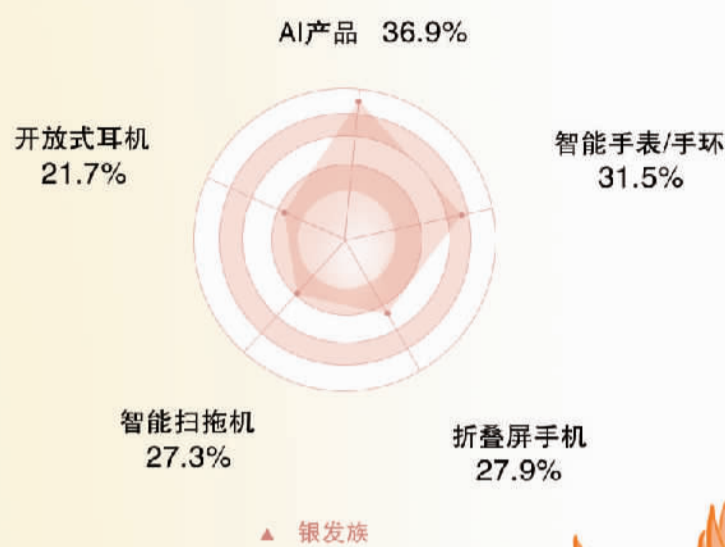
在这里读懂中国消费

银发族消费观念趋于年轻化



1 银发族消费趋势

银发族、年轻人关注的TOP5科技新潮产品(多选)
(注:银发族指60岁及以上人群,年轻人指35岁及以下人群)



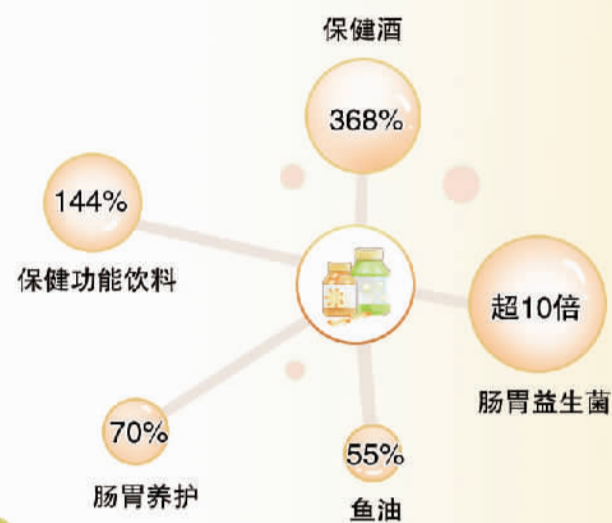
银发族线上消费意愿大幅增长,购物种类愈加丰富。数据显示,银发族健康意识不断提升,对营养保健、传统滋补、运动健身等品类的消费意愿越来越强,肠胃益生菌、保健酒成交额快速增长,壶铃、夹腿器、单杠、臂力器等健身器材的成交额增长均在100%以上。

银发族、年轻人成交额增长TOP5品类

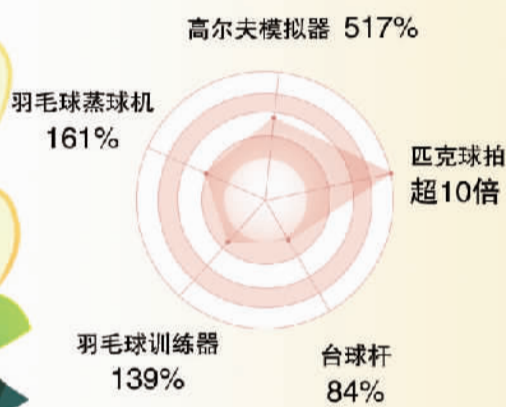


2 银发族消费多元化

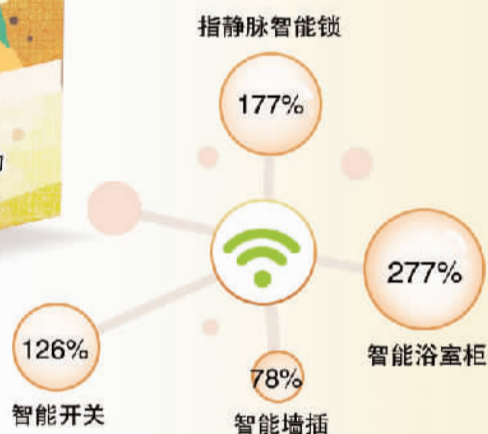
营养保健品成交额同比增长



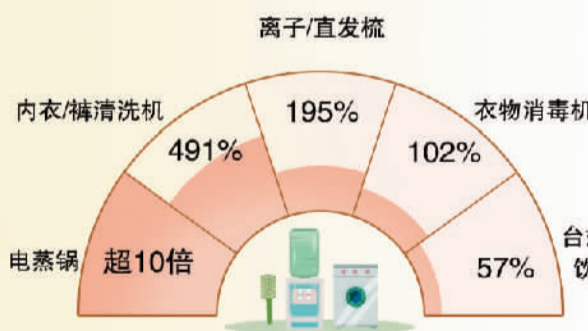
球类产品成交额同比增长



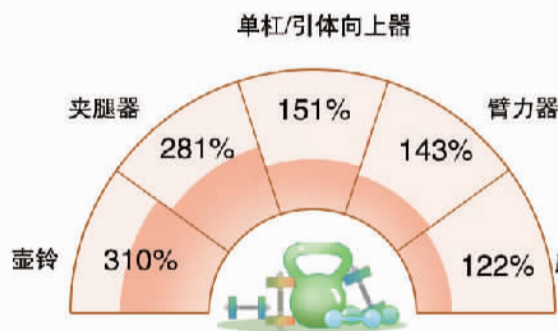
智能产品成交额同比增长



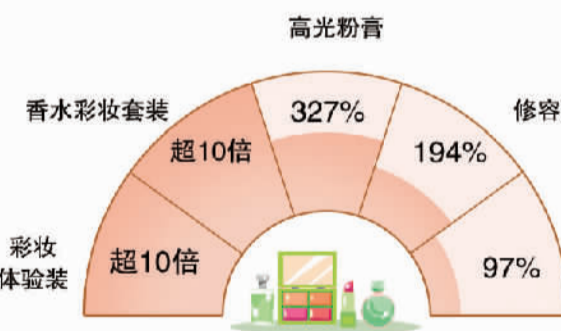
家电产品成交额同比增长



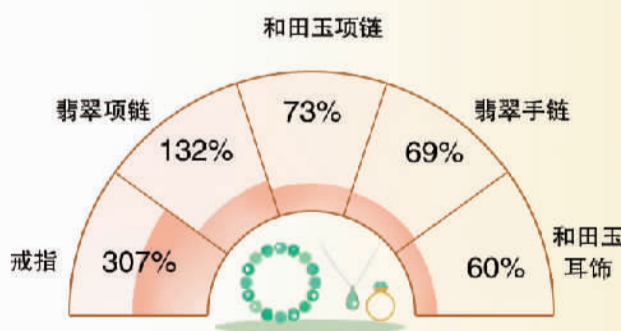
健身器材成交额同比增长



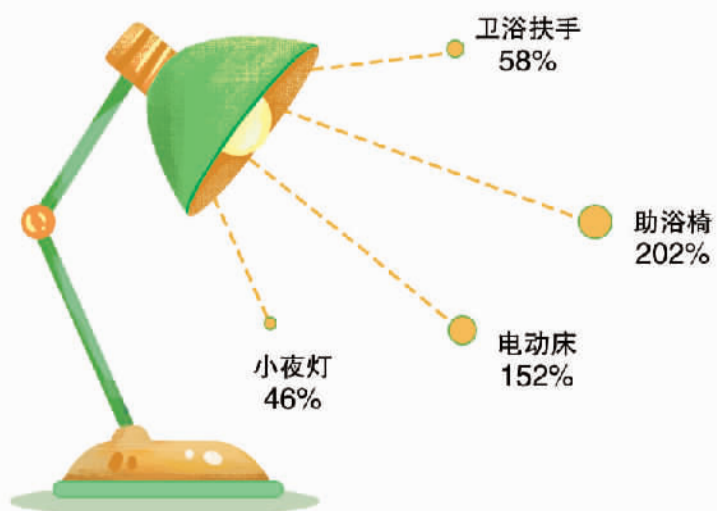
美妆护肤品成交额同比增长



珠宝首饰成交额同比增长



适老产品成交额同比增长



说数

本期点评 曹凤娟

国家统计局数据显示,我国60岁及以上人口中60岁至69岁的低龄老年人口占比过半。他们的受教育水平、消费实力、接受新事物的能力普遍较强,在消费观念、消费支出上与年轻人越来越相似。年轻人的消费观念也在推动银发族生活方式改变和消费结构变化,两类人群的消费边界不断消融。

银发族正在跳出“社会时钟”,与年轻人在消费结构、运动喜好、旅行目的地以及精神世界等多方面愈发重合。在消费结构方面,银发族和年轻人在细分品类产生了更多交集,金银投资、黄金、和田玉、咖啡具、水果等品类在两类人群中的消费增长均显著。从运动方式看,银发族和年轻人票选的前5名中有4项重合,徒步、爬山、羽毛球、骑行等,是两类人群都偏爱的运动。从阅读喜好看,银发族、年轻人的书籍偏好前6名中有4类重合,分别为旅

游类书籍、热门小说、心理学书籍、文学著作。科技潮品方面,AI产品、智能手环、折叠屏手机、智能扫拖机、开放式耳机成为银发族和年轻人普遍关注的产品。这些特点,展现出当代银发族跨越数字鸿沟、关注自我投资、追求社交关系健康、期待个人价值提升、积极享受生活的崭新面貌。
中国互联网络信息中心日前发布的数据显示,60岁以上网民网络购物使用率已达69.8%。消费数据显示,银发族在家电、健身器材、美妆护肤品、珠宝首饰、智能产品、球类产品、营养保健品等方面的消费潜力不容小觑。特别是以“50后”“60后”为代表的新一代银发族,消费意愿和能力不断增强,消费需求日趋多元,消费观念已经从“捂紧钱袋子”逐渐转变为花钱买健康、买称心、买开心。未来,越来越多懂科技、爱时尚、有活力、重品质的老年人将为推动消费升级注入新动能。

消费数据周期:
2024年1月至9月
调研数据周期:
9月1日至9月15日



更多内容 扫码观看