

中老年人市场很大,但想让他们掏钱不易

记者 徐文燕



江浙沪“美龄族”服装模特精英秀。

号称“中国第一运动”的广场舞曾风投扎堆，广场舞大妈的消费能力被看作万亿级的蛋糕，追逐者如过江之鲫。

3年后的今天，第一批广场舞创业者大多折戟沉沙，时髦的“互联网+大妈”化学反应并不美妙。

全国排舞广场舞推广中心宣传部部长沈岩说，变现渠道有限，是目前所有以广场舞作为切入口的创业企业面临的最大问题。如果说年轻人这个流量，变现转换率是百分之十的话，老年人可能是百分之一。



九龙湖瑜伽大会。

40万年薪背后“舞动”的数字经济

广场舞大妈并非中老年人的全部。

周孟菊看得很透彻：40万元招募老年产品体验师，阿里巴巴很聪明，正是看中了老年人的巨大市场。

她拿自己最近的一次旅游举例。

前不久，周孟菊跟姐妹们去丽水旅游。两天一晚的行程，一行48人，坐的大巴车。吃、住、行、玩，以及买的特产纪念品等，一人少说花费1000元。旅途中，她发现旅游的大多以中老年人为主。

银发经济大有可为，不言而喻。

据统计，2015年60岁及以上人口达到2.22亿，占总人口的16.15%。预计到2020年，老年人口达到2.48亿，占总人口的17.17%。2025年，六十岁以上人口将达到3亿，马云看中的就是这群老年人的消费市场！

阿里数据显示，全国中老年“剁手军团”已十分庞大，仅淘宝天猫就有近3000万的中老年“剁手党”，其中，50岁~59岁临退休人群是主力军，占比高达75%。

去年50岁以上的中老年人网购人均消费近5000元，人均购买的商品数达到44件，购买力惊人。

这就是40万背后“舞动”的数字经济，是一个不容忽视的大市场。

其实，不少广场舞爱好者消费能力强，掌握着家里的财政大权，若能圈到这样一个群体，那就不仅仅是广场舞产品，延伸出去还可以开发购物、旅游、理财、养老、保健多个联动市场。

大妈们很难想到，她们跳广场舞居然会“+”出一个万亿元的市场。

事实上，从买黄金开始，中国大妈的举动总让人出乎意料。她们“迷”上网购，尤其喜欢大额海淘；她们喜欢下午最便宜的时段结伴占据各大KTV，还带上大爷……