



勤丰村狗年春晚开场舞
《红红火火过大年》彩排现场。

想赚银发族的钱并不容易

如今,中国大妈已成为新兴消费势力崛起的代表,但想赚大妈的钱并不容易。

2015年,广场舞登上了春晚的舞台,被称为广场舞元年。从那一年起,无数广场舞APP上线,市场相当热闹。佼佼者如主打提供线上广场舞教学视频内容的99广场舞、舞动时代、糖豆广场舞;能提供广场舞设备的跳吧广场舞;以及能够提供电商和旅游等线上活动的就爱广场舞等。

这些APP面对同一个群体——1亿广场舞爱好者,并由此切入5~6亿中老年人群线上消费场景。

但是,谁曾想到,对于广场舞的创业者来说,末日临近得如此之快。

仅一年时间,便再未出现过有规模用户的APP产品。

2017年伊始,从线上广场舞切入的平台开始关闭、转型。

要让大妈在网上掏真金白银,没那么简单。

糖豆APP用户几千万,但购买商城服务的转化率很低。目前,糖豆全力主攻视频交流。

舞动时代的电商商城仅保留下来的几款产品,销量最高的是印有舞蹈老师头像的水杯,截至2017年9月13日仅卖出了329个,而这款APP的线上用户超过200万。

年轻人可能会在Keep或咕咚上买个运动鞋,但阿姨考虑的是这个APP是不是骗人的,东西能不能寄到家。

广场舞经济的春天没有到,中老年人线上消费的习惯也未养成。

肖桂香说,安全性是阻挡她身边姐妹们网购的一个重要原因。“购物网站很多,但我们不会随便点击去买,子女教育他们说网购不安全,甚至身边很多姐妹不敢用支付宝。”她的小姐妹吃过亏。一次,这位小姐妹在网上给大家买练功服,支付之后,接到电话说支付没有成功,对方要她的银行账户,把钱退回来。钱打不进来,又要她发验证码,结果,她把三个银行的验证码都发了过去。一共被骗了9000多元。这事一出,吓到了身边的朋友,网购的人更少了。

目前,互联网在中老年群体中的渗透率低,线上支付对他们来说是其中一道屏障。有数据显示,在江浙沪地区,中老年人微信绑定银行卡的比例不到20%,会用微信支付的阿姨们只是发发红包。

肖桂香认为,支付宝的支付方式有点复杂。“支付宝要绑定银行卡,我一些朋友年龄大了,子女不放心,只打一个一两千元到父母的支付宝。”还有些没有支付宝的,她就帮姐妹们在淘宝上下单。“我下的单多,淘宝已经达到V5,有三颗钻,大多都是给姐妹们买的东西。”

肖桂香告诉记者,现在她身边朋友在微信上购物的比较多。他们的操作是,姐妹们把现金给她,然后,她再通过微信转给对方。微信有不少网上商品做团购的,购买起来很方便,2个人以上就可以团,一大帮姐妹都在微信上买,图的是方便。但跟淘宝比,这些团购活动的商品并不便宜。

“对老年人上来说,不太在意便宜不便宜,最重要的是简单方便。”肖桂香说,有时,姐妹们想买的东西要通过别人帮忙买,觉得不好意思,也就没了购物的念头。但是如果他们学会用网络支付了,他们会选择自己喜欢的,购买力就更大了。

“年轻人想赚老年人的钱,但是他们没有真正研究过老年人的实际情况。”百乐萌CEO朱子一在接受记者采访时说,他们针对老年人开展的一项调查显示,老年人也爱玩智能手机,但是,很多APP软件使用不方便,“年轻人可以一只手玩手机,右手手掌拿手机,同时可以用右手拇指轻松触碰屏幕,老年人就不行。老年人用左手拿手机,右手食指来操作,对食指来说,按屏幕最上面的按钮会方便得多,但是,大多数APP软件的按钮都设置在下面。”

广场舞产品的变现出路在哪?

因为种种原因,通过广场舞流量变现,走不通,但行业并没有一个实现盈利的范本。广场舞产品的变现出路在哪里?

从现存产品的调整策略来看,似乎在去“广场化”。

近期,点开糖豆广场舞APP会发现,其已改名为糖豆,去掉了品牌中的广场舞属性。产品主页面,由教学视频变成了UGC的中老年短视频。

并不看好纯互联网模式的创业者们,都选择了线上结合线下,建立线下信任型消费的方式。

但在这段洗牌期,除了仍在坚持的公司外,也有公司正迎头赶上,探索广场舞市场新的变现出路。百乐萌是一款爱美的中老年文艺秀APP,目前已经有10万的下载量,它摒弃了“广场舞概念”,主打的是线下变现,线上做的是一个中老年人文艺视频秀。

万亿规模的银发市场是一个谁都“看得见”,却很难“摸得着”的广阔消费市场。“一位手握‘财政大权’的中国大妈心思细腻又不失活络,创业者都想分银发经济一杯羹,但是,成功没有标准,唯一需要的是耐心和细心。”一位仍在银发经济中坚守的创业者储翔说。

储翔身边都是一帮做老年生意的伙伴,但是,做的都不如意。一个项目是跟社区老年活动中心合作,为辖区内的老年人提供老年大学课程。结果状况频出:有学员之间不和谐的,有学员嫌弃老师的,也有老师看不上学员的……对老年人群分类不对,是这个项目失败的主要原因。

在信息化、老龄化、消费升级加快下,银发市场多元化趋势越来越明显。由于生活压力,生活在一线城市的张大妈会对旅游、摄影的休闲经济感兴趣,而生活在二、三线城市的王大妈可能更关注为儿女创造更好生活条件的改善经济。而同在一个城市,又有工作、收入、年龄等的差异。

老年人有自己的圈子,需要根据他们的实际情况和水平差异定制产品,匹配他们的需求。

无论如何,中国大妈已成为新兴消费势力崛起的代表。这次,阿里从广场舞领袖人群切入,很可能是意图抢占银发族流量生意的下半场。

■ 行业资讯

工行宁波市分行四家网点获全国星级营业网点称号

近日,在由中国银行业协会发起的评选活动中,工行宁波宁海支行营业部喜获“2017年度中国银行业文明规范服务五星级营业网点”称号,工行宁波鼓楼支行营业部、余姚三江支行、北仑大碇支行获三星级营业网点称号。同时,工行宁波市分行营业部的卢丽君、鄞州支行营业部的张凤波荣获“2017年度中国银行业文明规范服务明星大堂经理”称号。

资产管理规模连年攀升 中银基金非货币公募规模居银行系首位

2017年,中银基金积极把握机遇,旗下各类基金整体飘红,资产管理规模连年攀升。截至年底,中银基金非货币公募资产管理规模逾2300亿元,跻身行业前五,在银行系基金公司中排名第一。

面对2017年市场振荡行情,中银基金旗下权益类产品显示出较强的抗跌能力,业绩持续优异。Wind数据统计,截至12月29日,中银基金股票型和偏股混合型基金中,约7成全年复权净值增长率跑

多年来,工行宁波市分行将“客户为尊,服务如意,员工为本,诚信如一”的服务文化理念承载于服务渠道、融合于服务细节、凝聚于产品设计、体现于温情传递,努力践行“提供卓越金融服务”的工行使命。并通过优化网点布局和人员配置,加快智能化、自助化银行网点建设,适应客户服务需求,充分利用智能机具为客户提供“互联网+”时代高效、便捷、安全的全新服务体验。(沈颖俊)

赢大盘涨幅,12只涨幅超10%。而2017年,中银基金旗下一批基金也取得“穿越牛熊”的卓越业绩。Wind数据显示,截至12月29日,中银基金旗下多只成立时间十年左右的老基金自成立以来的涨幅均超过200%。根据晨星12月25日的数据,全行业仅有28只十年期五星评级基金(含A、B/C份额),中银基金旗下的中银收益和中银中国就位列其中,中银持续增长则获得三星评级。