

# 这么潮的父母 你GET到他们的重点了吗?

记者 徐文燕

这个重阳节,你给父母送了什么礼物?如果你还是一如以往,拎着些保健品回去,你是否发现,父母脸上的表情越来越“淡定”了呢?这可能意味着,你没有get到父母真正想要的。

今年重阳节前夕,阿里巴巴发布最新的《银发族消费升级数据》,为我们描绘出新一代“银发族”形象。看完这些数据,也许你会惊讶,这到底是时代变化太快,还是我们太不了解自己的父母?

阿里的这份数据研究了淘宝天猫、支付宝、阿里健康、口碑、飞猪、优酷上50岁以上中老年人的消费行为,数据显示,银发族消费越来越多被注入精神层面的需求——爱美、爱出境游、涉猎新的健身形式等,银发族消费升级趋势明显。

他们一年在数码产品上花费千元,购置4次运动装备,平均2个月买一次化妆品,爱广场舞也爱高尔夫,觉得掏手机买单的姿势比掏钱包更帅,注重养生但也喝奶茶……



## 紧跟消费潮流

肖桂香今年61岁,不过她跟儿媳几乎无差,两人走在大街上,经常被路人误认为是姐妹。

肖阿姨非常注重保养,她1米65的个子,婀娜挺拔,皮肤紧致,牙齿不蛀不掉,平时出门都会化个淡妆。

肖阿姨维持体型的秘诀就是跳舞,从交谊舞、拉丁舞、排舞、秧歌,到如今堪称“广场舞制霸”,肖桂香“舞龄”已达35年。

她爱旅游,爱探索,喜欢尝试新鲜事物,从第一批QQ、第一批微信“玩家”,到淘宝第一批“剁手党”,她带领身边400多个姐妹紧跟着互联网潮流。

肖阿姨的手机下载了很多新潮好玩的APP。她用新生代内容资讯APP“趣头条”看新闻,“平安好医生”是她经常光顾的APP。

我们身边,像肖阿姨这样的新银发族群体正在不断庞大。

## 银发族也爱美

爱美之心,银发族有之。淘宝天猫上6成女性银发族有化妆习惯,且银发族年均购买化妆品6次。另外,银发族过去一年在购置新衣上花费了1500元。盘点其搜索服饰的热门词汇,“新款”首当其冲,其次是“洋气”“百搭”等概念,令人意外的是,“AJ”(Air Jordan)、“小白鞋”等年轻人的潮流也出现在了银发族的视野中。此外,阿里健康数据显示,银发族医学美容支出是去年的4.4倍。抗衰老、除皱产品、水光针等医美项目成为热门。

## 拍照和丝巾仍是银发族标配

银发族旅游消费支出是去年的2.8倍,这反映了银发族对于生活品质更多关注。除了牙齿,医疗器械、体检也较去年增长了一倍以上。



## 爱旅游喜拍照

太阳、沙滩、绿树成荫……这几天,林阿姨的朋友圈里都是她在东南亚旅游的美照,前几分钟还是双手举着一条丝巾迎风飘扬的靓丽身影,紧接着,又是一张戴着太阳镜嘟着嘴巴的自拍。

在宁波,像林阿姨这样爱旅游,喜欢拍照的老年人越来越多。

和忙碌的上班族或者学生党相比,银发族有钱又有闲,可以尽情游遍山水。而近几年,国内游已经无法满足银发族越来越潮的消费需求,境外游开始火热。飞猪数据显示,银发族最钟情的境外旅游目的地是泰国、日本、马来西亚。而猎奇的南极游也迎来了年龄最大的游客——一位83岁的阿姨。境外流量、旅游用车、签证是银发族购买最多的旅游相关单品。

拍照和丝巾是银发族旅游标配。淘宝天猫数据显示,银发族过去一年在相机上人均消费4300元,较上一年增长42%。过去3年,银发族人均购买丝巾数量从2条增长到5条。阿姨披着丝巾美丽动人,大叔用自己的长焦单反按下快门,无疑是旅游的一道风景。此外,在银发族中,自拍杆的持有率也很高,每20个银发族中就有1人拥有自拍杆。

## 关爱身心健康

阿里健康数据显示,银发族相关种植牙、牙冠等口腔产品支出,2018年是2017年的2.8倍,这反映了银发族对于生活品质更多关注。除了牙齿,医疗器械、体检也较去年增长了一倍以上。

在运动健身消费方面,口碑数据显示,除了游泳、舞蹈、羽毛球等依然是银发族们的头好外,高尔夫球和健身也成为了他们的新欢。今年前9个月,老年人投入到高尔夫球和健身的支出同比涨幅均超70%。

## 银发族青睐境外游

银发族出境游支出是去年的2.8倍,这反映了银发族对于生活品质更多关注。除了牙齿,医疗器械、体检也较去年增长了一倍以上。



## 喜欢移动支付

支付宝数据显示,银发族们越来越喜欢移动支付,相比于2017年,使用移动支付的银发族翻了一番。在线下,使用支付宝扫一扫完成付款的银发族,更是足足增长2.5倍。相比于2017年,使用指纹支付或者刷脸支付等暖科技的银发族增长了20%。同时,银发族中的支付宝钻石、铂金会员用户数增长了159%,其中,银发族在钻石会员中占到了8.8%。

与此同时,不愿意凑热闹,足不出户的“技术宅”银发族也诞生了。相比于2017年,在家里动手指就完成水电煤等生活缴费的银发族增长了108%。而口碑数据显示,在刚刚过去的黄金周,银发族们通过手机点奶茶的订单数环比节前增长近84%。

## 60后是消费主力

阿里巴巴这份银发族数据显示,淘宝天猫的银发族3年来增长了1.6倍,各个年龄层呈现不同的消费特点,50岁+银发族占比最高,占7成,成消费主力;60岁+群体双十一购买热情最高,他们的双十一购物频次3年内翻了一番;70岁+群体化妆品、运动装备购买量增速最快。

消费主力是50岁+的银发族,他们正是由60后一代而来,没有经历过太多的艰苦时期,消费观念也更加开放,已经成为老年市场新的商机。

阿里数据显示,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44件。

