

要 闻

# 银发经济，只是“看上去很美”？

## ——浙江老年消费市场调查

### 调查与思考

■ 浙江老年报记者 赵培希 徐雨阳

越来越多的康养文旅基地在乡村拔地而起，“适老化改造”成为城市更新的关键词，培训机构开出“银发AI课程”……近年来，针对老年群体的消费项目层出不穷，银发经济成为热词。

据中国社会福利与养老服务协会等发布的《银发经济蓝皮书：中国银发经济发展报告（2024）》显示，我国银发经济规模在7万亿元左右，到2035年，有望达到30万亿元。作为较早面对“老龄化浪潮”的省份，浙江也在今年出台《关于发展银发经济增进老年人福祉的实施意见》。

然而，热闹之下，许多消费者和商家感叹“政策热，市场难”“雷声大，雨点小”，银发经济“叫好不叫座”。当前，浙江老年消费市场发生了哪些新变化？银发经济这一万亿级市场能够激起多少涟漪？近日，记者走访老年群体、银龄产业企业，并进行问卷调查，看银发经济的变局、困局与破局。

### 变 局

#### 新趋势能否激起更多市场涟漪

输入“以‘温州的春天’为题，写一篇文章”，DeepSeek 上立即跳出一篇散文。近日，在温州市委老干部局举办的公益AI课上，71岁的“学生”靳国辉跟着老师学会了使用DeepSeek的基础操作。

眼下，老年人AI课程如雨后春笋般在各地出现，既有社会公益性质的免费培训，也有不少针对性收费课程。“越来越多的老人想学AI、追潮流，这对我们而言就是新市场。”在杭州从事教育培训行业多年的李孟军并不避讳谈“钱”。近期，他准备试水推出一个“有性价比又实用”的老年人AI特色课程。

如今，银发经济不再只是轮椅、养老院、保健品的代名词，而是涵盖多元领域的消费场景。

记者调查发现，当前老年人消费需求增量最集中的三大领域为：健康管理、文娱体验、智能产品。消费偏好也呈现三大特征：品质优先、功能创新、场景多元。

这一转变的背后，是大批60后“新老人”带来的“新理念”“新习惯”，进而产生的新需求。在记者回收到的千余份调查问卷中，有73.5%的老年受访者“希望享有更加新潮的生活方式”，其中60后群体更加聚焦“体验度”和“舒适度”。57%的老年受访者表示，愿意为提升生活品质而付费。有明确旅游、学习等消费计划的占比达43%。

另一方面，老年人消费的数字化转型趋势也相当明显。数据显示，当前我国线上老年大学注册用户突破5000万，抖音老年版日活用户超1.2亿。

今年72岁的江先生是一名来自嘉兴的旅游爱好者，也是一名摄影达人。“我自费在网上学习摄影课程，还报名参加旅行社组织的研学游，用镜头记录各地人文风情。”江先生说。

“现在不仅仅是大城市，在小城市里，智能保健产品同样受到老年群体欢迎，新潮的养生服务也比较受欢迎。”温岭市瑞人堂药店的经营者告诉记者，店内的智能手环等产品在老年群体中销量不错，他们还常来咨询中医美容、养颜抗衰等项目。

从轮椅、养老院、保健品“老三篇”到健康管理、文娱体验、智能产品“新三样”，现象之变的背后是理念的悄然变化——从被动养老到主动享老，当前，老年群体正逐步展现出以“悦己”“自我”为主导的价值取向和行为趋势。

“老年群体主体意识的增强，让他们更加注重在消费过程中实现自我表达。这种变化使得消费需求呈现出多层次、差异化的特点。”杭州市社科院社会学研究所副所长陆文

#### 疑问

坐拥万亿级市场规模，银发经济为何“叫好不叫座”？银发消费力如何有效激发？

#### 调查

- 老年群体的消费需求有何新变化？
- 银龄产业转型升级发展面临哪些机遇与挑战？
- 银发经济的核心困境是什么？供需矛盾如何破解？

#### 思考

- 银龄产业突围，不仅要洞察消费者的真实需求，更要锚定需求强化产品核心价值，创新制定差异化商业战略。
- 政策举措需从强化普惠性保障、推动标准引领与资源整合三方面着力，助力老年人“能消费、敢消费、愿消费”。
- 银发经济也是人文经济，既要满足老年人的美好生活需要，更要赋予他们尊严、活力与价值感。

荣注意到，面对快速崛起的银发市场，企业也敏锐捕捉到了这些变化，加速从产品设计到营销策略的全面转型，及时抢占新趋势下的新市场。

最明显的是智能科技、适老化改造、老年金融等新兴赛道。陪伴机器人、健康管理AI、普惠养老贷……一系列适老产品的出现，正在重新定义养老体验，填补服务缺口。

前段时间，杭州市西湖区文三未来科技体验中心内，前来尝鲜外骨骼机器人的老年人络绎不绝，这里是杭州智元研究院新推出的“踏山”麓部助行外骨骼线下体验点。

“近两年，我们逐步将应用场景从医疗、机构向个体家庭延伸。”研究院工作人员告诉记者，目前，外骨骼机器人已进入正式量产阶段，随着供应链完善，预计未来几年在养老等领域将会迎来一个小爆发期。

新业态的竞争正在起势，传统养老产业也在积极探索多业态融合的发展路径，迭代升级打造自己的转型样本。

“如今，单一的医疗、养老体系难以满足老年人对品质生活的需求。”湖州鑫颐太湖椿养老社区负责人告诉记者，该社区以“复合式”为卖点，集医疗、商业、休闲于一体。入住的老人不但能享受陪诊、送餐、慢病管理等全方位服务，在社区学院学习声乐、茶艺、书法等特色课程，还能邀请好友前来度假休闲。

“无论是商家的场景创新，还是传统模式的转型升级，本质上是对新趋势的敏锐追逐。”有专家认为，如果供需双方能完美匹配，老人能获得品质服务和心理满足，商家能盈利，这无疑将是一场共赢。

### 困 局

#### 万亿市场为何“叫好不叫座”

老人有需求，商家有意愿，看起来美好的局面之下，现实却很骨感。记者在调查中发现，当真正面对市场的检验，万亿级银发经济的发展却面临重重挑战。

总体而言，现象有三：需求变现难，产业同质化，政策难抵达。

先看需求变现之困，即消费需求与付费意愿的不平衡。

记者通过问卷和走访发现，眼下老年人的消费需求和支付意愿其实不成正比，产品的实际消费转化率并不高。相应的，这种支付能力的制约会导致商户难以在成本控制与价格定位之间寻找平衡点。

绍兴一家家装公司负责人算了笔账，“一套全屋适老化改造成本约3万至5万元，但老人预算普遍在2万元以内，定价无法提高，利润空间只能一再压缩。”他表示，政府的适

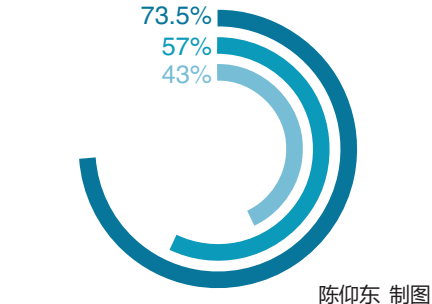
#### 我国银发经济规模

2024 年 7万亿元左右

2035 年 有望达到30万亿元

据《银发经济蓝皮书：中国银发经济发展报告(2024)》

在记者回收到的千余份调查问卷中，有**73.5%**的老年受访者“希望享有更加新潮的生活方式”，其中60后群体更加聚焦“体验度”和“舒适度”。**57%**的老年受访者表示愿意为提升生活品质而付费，有明确旅游、学习等消费计划的占比达**43%**。



老化补贴政策也并不是长期性的，因此公司不敢大规模投入研发。

而老人的心态也很容易理解。今年62岁的雷程(化名)阿姨家住上虞，退休前在银行工作，有一定经济基础。但今年刚刚抱上孙女的她，“总想着给儿子儿媳补贴一点”。“毕竟我和身边的姐妹都是工薪阶层，大家虽然有很多想给自己花钱的地方，但考虑到下一代，我们肯定能省则省。”雷阿姨表示，现在有很多免费公益项目同样能学到东西、满足兴趣，“为什么非要花钱呢？”

首先，要认清一个关键事实：人口多不等于消费力强。”浙江财经大学经济学院院长罗俊指出，银发族其实是一个被收入、健康、心理状态等严重分化的异质群体。大部分低龄老人尚有消费力，农村地区、高龄老人更多依赖家庭支持。这种支付能力的差异加剧了银发经济市场开发的复杂度——高端养老服务和基础生存型服务相对容易开展，而中间层的大众化品质服务则面临需求不足的困境。

二是产业同质化之困，即市场空间与模式创新的不平衡。

在供给端，一大短板是泛滥的同质化产品，加剧了行业“内卷式”竞争。

在银发经济最火热的旅游市场，记者注意到，各大旅行社推出的旅游线路、交通方式、服务内容大多千篇一律。从热门景点的打卡式游览，到购买旅游纪念品，产品行程与活动形式如一键复制的“万能模板”，老年人很难找到真正符合心意的旅游产品。

“一刀切的产品设计，完全忽视了老年群体内部的巨大差异。”浙江省旅游协会康养文旅分会副会长周晓波表示，当低价策略成为企业争夺客源的唯一手段，反而抑制了产品创新与服务升级。消费者也会在鱼龙混杂的市场里，渐渐筑起信任壁垒，商家极易陷入服务响应慢、推广效果差等困境。

此外，商家普遍存在“泛养老”思维，许多产品的出现仅源于商家“想当然”的推测，而非对老人现实生活场景、行为习惯、心理诉求的深度洞察。

例如市场上爆火的智能拐杖，因装有传感器，可实时监测心率，成为很多儿女的“孝心礼”。但实际上，超过50%的老年使用者觉得充电太麻烦，“用几次就闲置了”。

“一旦操作难度提升、体验感下降，老年人的消费惰性就会显现。”罗俊强调。

三是政策抵达之困，即举措出台与一线落地的不平衡。

供需端失衡，要靠政策入场调节。近年来，各地养老补贴、适老化改造举措等“消费红利”纷至沓来，虽然鼓励多、方向对，但记者发现，政策的落地效果却良莠不齐。

部分地方民政局工作人员反馈，近日面

向失能老年人发放的养老服务消费券，补贴力度很大，但当地家庭普遍反映线上领取电子消费券的流程过于复杂。

同时，还有企业跑了项目、拿了试点，但没有形成持续可盈利的商业模式，一旦补贴退场，项目立刻“无疾而终”。

此外，市场的规范化培育还有不足。老年群体是容易“被围猎”的重点群体，当前银发经济市场缺乏完善的服务标准和市场规范，产品标准化和服务规范化明显滞后，市场中的产品质量良莠不齐，欺诈行为层出不穷。

浙江工业大学社会保障与社会政策研究所副所长何钊表示，想要读懂老年人真正的养老需要，关键在于能够放下俯视视角，于细节中洞察本质，着力于差异化服务。不少基层工作者也提出，政策落地“更要考虑老年人的可操作性”。

### 破 局

#### 撬动增长的支点在哪里

从“概念火热”走向真正“有价有市”，银发经济的破局路径何在？

记者注意到，不少前沿企业已经开始布局从“粗放扩张”到“精准深耕”的二次转型：建立老年群体多维度需求图谱，根据不同年龄段、身体状况、收入情况的消费者，开发差异化产品，寻求客群层次与产品销路的新增量。

“是可行之举，但经营范围跨度过大，极易陷入产品‘杂而不精’的泥潭。”罗俊建议，企业并非要颠覆所有环节，而是找到那个能引发连锁反应的关键支点，即洞察消费者真实需求，锚定需求强化产品核心价值，创新制定差异化商业战略。

同时，银发经济是一场需要长期主义的深耕，政策举措需从强化普惠性保障、推动标准引领与资源整合三方面着力，助力老年人能消费、敢消费、愿消费。

陆文荣提出，要建立“需求导向”的资金分配体系：设立农村养老专项基金，弥合城乡消费鸿沟；针对具体消费场景提供定向补贴，优化领取渠道；完善长期护理保险制度，将智能护理设备等刚需服务纳入保险支付范围，重点辐射高龄失能老年群体；创新商业养老保险与投资工具，拓宽收入渠道。

让老年人敢消费，亟须营造专业化市场生态。六和律师事务所律师吕继雷认为，提高老年人的消费安全性，可考虑建立省级及以上的适老产品认证标准，编制产品目录与服务商黑名单，适时进行评估并动态调整。同时，培育一批“领跑者”企业，为市场提供政策咨询、信息交流、业务合作等服务，促进资源共享。

让老年人愿消费，要形成更便捷的服务体系。银发经济涵盖生活的方方面面，何钊建议，系统性地整合碎片化资源，链接各服务主体，搭建“一站式”融合消费场景。如山东济南的创新实验颇具启示意义，当地在100多个社区养老老服务站，集中覆盖生活辅助、养老照护、智能监测等2000多种产品，老人在家门口就能体验和购买，解决了“无处买”“不会用”的痛点。

此外，银发经济也是人文经济，既要满足老年人的美好生活需要，更要赋予他们尊严、活力与价值感。

“让银发消费生态从物理触达升级成心理便利。”正如养老产业一位深耕者所说，银发经济映射出我们如何看待“衰老”、如何设计“未来”、如何赋予每个人体面老去的能力。当银发群体从消费中获得能力维护、价值延续、尊严守护的回馈，这样的正向循环必将激发健康的市场活力。

例如，当大多数企业扎堆开发养老硬件时，宁波市奉化区关注到老年人在医疗管理方面的连续性与关怀性需求，于是在各大药房门店增设“银发服务角”，提供药品讲解、预防教学等服务，将“卖药”转化为“健康陪伴”。

“买的时候放心，用的时候舒心，跟姐妹分享的时候开心。”采访中，雷程阿姨的这句话，或许正是银发经济健康发展的最好注解。

### 第四届数贸会将集中亮相一批尖端成果

## 人工智能应用将是展会最大亮点

本报杭州8月25日讯（记者 李洁 戚喆 刘健）25日，记者从省政府新闻办召开的新闻发布会获悉，第四届全球数字贸易博览会将于9月25日至29日在杭州举办，目前各项筹备工作已基本准备就绪。

今年正值“数字中国”建设十周年与跨境电商综合试验区建设十周年。本届数贸会以“在数贸会看见创新未来”为主题，邀请阿联酋、印度尼西亚担任主宾国，陕西省担任主宾省。值得一提的是，数贸会已连续两年写入国务院《政府工作报告》，其国际影响力与平台专业性持续提升。

本届展览规模再创新高，总面积达15.5万平方米，目前已吸引来自全球的1671家展商参展，超过去年总量，其中国际展商360家，占比21.5%。本届数贸会采用“1+5+7”展览架构，设置1个主题展区，以及数字贸易5大细分领域（数字订购贸易、数字技术贸易、数字服务贸易、数字产品贸易和数据贸易）下的7个特色产业展区，系统呈现数字贸易生态全景。

浙江省国际经济博览中心主任李杨表示，人工智能应用是本届展会最大亮点。“我们重点打造人工智能前沿展示体系，在全馆范围内实现从技术研发、产业落地到产品应用的全链路呈现。”

主题展区把“C位”留给最出彩的企业和产品：DeepSeek生成式AI、宇树科技机器人等尖端成果将集中亮相；人工智能展区另设“智能体专区”，将带来30余款价格亲民的消费级智能体——智能眼镜、具身智能清洁机器人……让观众切身感受到AI不仅可赋能千行百业，也正走进千家万户。数字文娱、数智出行、丝路电商等展区也将用大量场景展示人工智能带来的新应用。

为了让观众“玩”起来，现场将举办机器人竞技、智能体互动演示等体验活动，并配套2025联合国数据马拉松中国赛启动仪式、“人工智能+”产业对接会等专业活动，促成实质合作。

本届数贸会尤为看重实效。李杨表示：“我们期待更好促进展商与专业观众之间的实际成交。通过‘数贸在线’平台提供全年运行的线上对接渠道，并在展商、专业客商及国际机构邀请方面较往届均有显著提升。”截至目前，预报名专业客商已达3.2万人，其中包括7700名国际客商。组委会已征集超过300项国际采购需求，并对“数贸在线”数字平台进行升级，实现商机匹配、全球开店等功能的全年化运营。

展会生态也更加多元。本届数贸会构建起“8+34+N”多元活动矩阵，预筹备发布80多项数字贸易专业成果。8场主题活动突出国际合作，打造“丝路电商日”“数贸非洲日”等品牌会议；34场产业、投融资和赛事活动聚焦医疗、基建、文娱等领域，新设数据智能、数贸创投等四大专委会，并首设“数贸创投日”，遴选出百个科创项目与百只基金精准对接。

浙江省商务厅相关负责人表示，数贸会已成为浙江打造全球数字贸易中心的重要载体。2024年，全省数字贸易额突破8000亿元，连续六年保持两位数增长，呈现强劲发展态势。

据悉，本届数贸会还将举办“购在中国”全国数字消费季，发放专属消费券，让广大群众共享数字经济发展红利。

## 浙江制造业亩均税收持续增长

本报杭州8月25日讯（记者 夏升 通讯员 陈辉）记者25日从省经信厅获悉，今年上半年，浙江规模以上工业亩均税收达24.6万元，同比增长15.0%。随着“亩均论英雄”改革持续深化，浙江制造业亩均税收增长面上显著扩大。

分产业来看，高端制造业优势突出。上半年，浙江规上高端装备、高技术制造业、高新技术产业（工业）、数字经济核心产业亩均税收分别为26.8万元、36.7万元、30.3万元、32.8万元，是全省平均的1.1倍、1.5倍、1.2倍、1.3倍。其中，计算机、通信和其他电子设备制造业、仪器仪表制造业、医药制造业等产业表现稳健且增长较快。

分企业来看，优质企业引领示范明显。上半年，浙江亩均税收超30万元的规上企业，以8.3%的数量占比，贡献了41.5%的税收总额。如链主企业、单项冠军企业、专精特新“小巨人”企业亩均税收分别达61.0万元、46.5万元、29.9万元，是全省平均的2.5倍、1.9倍、1.2倍。

大型企业规模效应显著。上半年浙江大型企业亩均税收达58.0万元，是全省平均的2.4倍，用地为全省的14.8%，但税收贡献达全省的34.8%，是全省亩均税收持续提升的核心驱动力之一。

区域差距正逐渐缩小。当前，浙江11个设区市呈现“头部领先、中部稳健、尾部追赶”的格局。杭甬亩均税收稳居全省前列，呈“高亩产、低增速”特征，分别是全省平均水平的1.5倍和1.1倍，支撑作用明显。新兴地区增长强劲，7个地市亩均税收增速高于全省平均。其中，舟山市以50.87%的增速遥遥领先，丽水市和绍兴市增速也较快。

值得一提的是，上半年浙江山区海岛县亩均税收增速达16.5%，快于全省平均，发展动能显著增强。其中，缙云县、青田县、武义县等15个县（市、区）亩均税收增速高于全省平均，展现出较强发展潜力。

### 新疆生产建设兵团第一师阿拉尔市军垦文化展嘉兴开展 几代戍边人 多少英雄事

本报讯（记者 王晨辉 潮新闻记者 孔依群）8月25日，“军垦名城 塔河明珠”新疆生产建设兵团第一师阿拉尔市军垦文化开展展仪式暨招商推介会在嘉兴举行。

据悉，此次巡展以军垦文化为纽带，讲述70余年来几代三五九旅传人的动人故事，旨在贯彻落实第十次全国对口支援新疆工作会议精神，庆祝新疆维吾尔自治区成立70周年，持续深入实施文化润疆工作，加强浙阿两地交流合作，进一步弘扬兵团精神和胡杨精神、老兵精神，推介第一师阿拉尔市军垦文化、旅游等资源。

活动现场，歌舞表演《送你一束沙枣花》带着阿拉尔热情淳朴的气息登场，礼赞兵团人“献了青春献终身”的滚烫情怀；非遗舞蹈《刀郎麦西来普》用奔放的旋律、热情的舞蹈点燃现场，舞出新疆各族群众对美好生活的歌颂与期待。

此次军垦文化入浙开展活动，是继去年首展后的升级延续，通过构建“文化搭台、经济唱戏”新型合作模式——即通过“1+11+N”，辐射浙江全省11个地市，衍生出云端展览、产业洽谈、研学旅游等跨界业态，打造立体化的援疆合作生态圈。

### 较 量



8月25日上午，2025年全国青少年国际象棋锦标赛(团体)在绍兴柯桥开赛。来自全国的74支队伍近400名青少年棋手齐聚一堂，展开为期五天的较量。据了解，比赛按年龄分为U10、U12、U14、U16、U18、U20六个组别，采用九轮积分循环赛制。 通讯员 高洁 摄