

消费新时代： 当银发经济驱动市场繁荣

■本报记者 徐子涵

进入老龄化社会，银发经济成为最被看好的产业。其范畴不仅包括传统的衣食住行等实物消费，还触及了健康管理、医疗保健、护理康复、家政服务、养老金融等服务消费，甚至延伸至文化艺术、体育休闲、娱乐社交等新兴消费领域，形成了一个错综复杂、覆盖广泛的庞大产业链。

作为全国首个获得“长寿之乡”称号的地级市，丽水的老年群体无论在数量还是消费实力上，都不容忽视。根据去年8月发布的《2023年浙江省老年人口和老龄事业统计公报》，丽水市60周岁及以上老年人口占比为23.11%。

随着经济社会发展，丽水老年人的消费需求也发生着质的改变：从满足基本生活需求转向追求更高品质、更具个性化的享受型消费。从旅游度假到文化娱乐，从家居适老化改造到社交求学，丽水的老年群体正成为消费市场的重要力量，而这一变化，也是整个社会消费结构发生变化的明确信号。

个性化品质游 老年旅游市场的升级与蜕变

“温州、衢州、苏州；黄山、庐山、武夷山……”市民张大爷伸出手，罗列着近两年他旅行过的地方。2023年退休后，他有了更多时间享受个人生活，当老伙计们相互邀约报名参加旅行团的时候，他也开始参与其中。

3月16日，张大爷和老伴结束为期8天的北京之旅回到了丽水家中，这是他迄今为止出行时间最长的旅行。在这之前，他跟的都是短线旅行团，目的地也不远，大多在省内，有些就在丽水市周边。

旅行选择的变化始于去年5月。当时，电视剧《我的阿勒泰》热播，新疆的草原、雪山、旷野、森林震撼了无数人的心灵，其中也包括退休不满一年的张大爷。在一次晚餐后，他对家人宣布了他要去新疆旅行的决定。

“可能他一直都是远行的想法，恰好有这么个契机。”张大爷的儿子张溥回忆道，父亲是在刷完电视剧后第三天作的决定，“当时，他已经联系了旅行社，预交了报名费。”

在查验了旅行社资质并仔细了解相关旅游产品后，张溥为父亲升级了套餐——换成了全程有医护人员随行的品质团。

5月底，精心准备的旅程如期展开。为期7天6晚的行程途经阿勒泰、伊犁等热门城市，也包含可可托海、天山天池等知名景区。这趟新疆之旅让张大爷收获满满：“虽然有些累，但体验感特别好！”

和张大爷一样，热衷于以旅行方式丰富生活的还有家住市区滨湖苑的赵阿姨，近几年她每年至少出去旅游一回，“退休之后，空闲时间多了，一天到晚在家呆着不如多出去转转。”赵阿姨表示，旅游既丰富生活，又增长见识，“可不能只围着孩子灶台转。”

如今，越来越多丽水老人开始转变消费观念，愿意为丰富多彩的生活付费。丽水多家旅行社的数据也印证了这种现象：“无论是淡季还是旺季，老年人群体都是旅游市场的消费主力。”

有趣的是，跟团游这种省心省力的旅行方式已不再是丽水老人的唯一选择。我市一家旅行社负责人王燕告诉记者，老人选择跟团游时并非一味追求低价，而更注重安全和服务，“因此在设计老年旅游产品时，我们会将老年人的身体状况和个性化需求充分考虑进去。”

记者在采访中了解到，许多旅行社正积极开发银发旅游市场，推动老年旅游产品向个性化方向升级，如摄影旅游、美食旅游、怀旧旅游等，为老年游客提供更“走心”的旅行体验。

演唱会上 找到情感共鸣

很长一段时间以来，中老年群体都不是线下演唱会的传统观众群体。但互联网平台帮他们完成了亲临现场的“入市”教育，而这种教育很大程度上是通过情感浓烈的短视频切片完成的。

在网上，有一类播放与点赞量颇高的短视频内容，就是子女带着父母去看“偶像”的线下演唱会。这类视频中蕴含的个人情感，通过短视频切片反复传递，不断升级，成为一种感染力超强的公共情感。这种情感被互联网算法精准捕捉，转

化为实际的线下市场。

2023年年末，汤阿姨和丈夫在丽水市体育中心近距离感受了凤凰传奇的歌声，这是她第一次看演唱会。在此之前，她的文娱消费场景很少，一年到头连电影都看不了几场，大多数时间花在短视频上，刷一些广场舞、养生操之类的内容。

过去，她不理解子女的消费观，“花一两千元看演唱会，能开多少会员了！”但当她看到凤凰传奇出现在舞台上的时候，瞬间被身边观众激动的情绪所感染，不由自主地挥舞起荧光棒，跟着哼唱起来。整场演出结束后，她还情绪热烈的现场视频发到了朋友圈和抖音上，收获了不少点赞。

演唱会的票是儿子小吕为他们买的，位于内场，票面价1080元。拿到票的时候，她少不得又将儿子数落一通。但小吕不以为意，看到父母散场后的反应时，他觉得这钱“花得值”。

演唱会当天，小吕一步步指导，目送父母进入内场。来的观众有不少银发族，入场前，一对60多岁的夫妻请小吕帮忙调手机静音：“不能吵到别人。”

当《最炫民族风》的前奏响起时，整个体育场化作银光闪烁的星海。汤阿姨忽然理解了那些短视频里反复渲染的感动——此刻她不再是通过方寸屏幕旁观他人狂欢的看客，而是身处一个跨越年龄的共情场域。舞台上的声浪裹挟着记忆中的旋律，手机镜头里定格的每个瞬间，都在重构着这个群体对精神消费的认知。或许这正是数字时代最温暖的闭环：算法推送给中老年人的每一帧演出片段，最终都化作他们走向现实世界的人场券，在集体的声浪与光影中，他们找到了延迟多年的情感出口。

居家适老化改造 从“将就”到“讲究”

随着老龄化进程加快，老年人居家养老需求日益凸显。如何让老人们在熟悉的环境中安全、舒适地生活？居家适老化改造成为破解这一难题的关键。数据显示，超过八成老人选择居家养老。然而，传统住宅普遍存在门槛高、地面滑、卫浴不便等问题，老年人跌倒等意外事故频发。在此背景下，居家适老化改造逐渐从“小众需求”转变为“民生刚需”，催生出涵盖设计、施工、智能设备等环节的新兴产业链，持续激发银发消费市场活力。

家住碧湖新城的周爷爷今年76岁，因腿脚不便，家中卫生间曾是他最“危险”的场所。“以前洗澡因为地砖滑，每次都得儿子扶着。”去年，周爷爷的儿子通过社区宣传了解到居家适老化改造项目，随即申请了政府补贴，对全屋进行改造：卫生间安装了防滑地砖和淋浴座椅；走廊加装了扶手；卧室更换可升降护理床；客厅配备智能感应夜灯。如今，周爷爷不仅能独立完成日常起居，还能通过智能手环一键呼叫子女。“政府补贴了2万元的改造费用，很划算。”周爷爷感慨道，“现在家里处处是‘机关’，安全又方便，孩子们也放心多了。”

当前，我市正大力推进居家适老化改造项目。今年2月底，《2025年丽水市消费品以旧换新补贴实施细则》正式发布，包括家居在内的5大领域消费品以旧换新政策已全域启动实施。

今年消费品以旧换新居家适老化改造工作，主要围绕“如厕洗澡安全、室内行走便利、居家环境改善、智能监测跟进、辅助器具适配”五个方面功能，涉及70个种类物品。全市安排了1500万元资金为居住在丽水市域的老年人家庭提供适老化改造支持。

与2024年相比，2025年消费品以旧换新政策“加力扩围”。根据本地消费者购买偏好，今年我市增加了床架、床垫、桌椅、按摩椅、沙发等常用家居品类，按成交价的15%给予一次性立减补贴。

市民政局相关负责人表示，下一步将推动改造服务向农村延伸，并探索“家庭养老床位”模式，把专业照护“搬”进老人家中。

从“将就”到“讲究”，居家适老化改造不仅提升了老年人的生活质量，更重塑了居家养老的内涵。正如周爷爷所言：“房子还是老房子，日子却过成了新日子。”随着政策完善与技术革新，未来，更多老年人将实现“养老”到“享老”的跨越，在熟悉的家园中安度银发年华。

记者手记

静下心来回应 “夕阳红”的诉求

记者 徐子涵

银发经济正以不可忽视的力量重塑消费市场版图。采访过程中，记者深切感受到，老年人不再是传统印象中节衣缩食的群体，而是消费升级的“新势力”。他们的选择背后，既有对生活品质的追求，也映射出社会老龄化背景下产业转型的趋势。

退休后的张大爷将足迹从丽水周边延伸至新疆阿勒泰，赵阿姨每年至少一次“说走就走”的旅行——这些案例颠覆了老年旅游“低价走量”的刻板印象。旅行社负责人王燕告诉记者，如今的老年游客更看重安全、服务和个性化体验。摄影团、美食团、怀旧主题游等产品应运而生，折射出老年人对精神富足的渴求。与其说这是市场的升级，不如说是一场代际对话：子女通过支持父母旅行，传递着“你值得过更好的生活”的温情。

汤阿姨在凤凰传奇演唱会挥舞荧光棒的身影，成为银发族拥抱文化消费的缩影。这种转变，互联网短视频的“情感教育”功不可没——那些子女带父母看演唱会的片段，通过算法悄然叩开老年人的心门。当《最炫民族风》响彻体育场时，汤阿姨不再是屏幕外的旁观者，而是与年轻人共享狂欢的参与者。这种线上线下融合的消费路径，揭示了数字时代的情感赋能：技术不仅是工具，更是代际共情的桥梁。

周爷爷家中的防滑地砖和智能手环，是适老化改造的微观写照。政府补贴与市场创新双轮驱动下，改造从“补救式”安全防护转向系统性生活品质提升。民政部门提出的“家庭养老床位”构想，更是将专业照护嵌入日常空间。这一切的背后，是对老年人独立生活的尊重——养老不再是“将就度日”，而是“讲究生活”。

丽水的实践印证，银发经济绝非简单的“老年人生意”，而是社会资源再分配与价值观重构的过程。老年人消费力的释放，既需要市场提供精准服务，也依赖政策引导与代际支持。事实上，老龄化社会并非负担，而是孕育新机遇的土壤——关键在于，消费市场能否以更开放的眼光，回应“夕阳红”的物质与精神诉求。

本期策划主题

新消费时代的演进与前瞻

深度

丽水