



养老

北京城市副中心报

4

2025年10月29日
星期三



本版编辑 陈节松 校对 彭师德 刘一 沙澎洋 绘制

本版摄影 唐建



副中心养老调研报告

重阳礼包与银发消费 是什么让老人乐意掏钱？

本报记者 冯维静

又是一年重阳节，通州区潞城镇养老服务中心菊花飘香，66岁的周桂英和老姐妹们围坐在一起，分享着“重阳礼包”——有直播间抢的低糖糕点，也有社区发放的艾草锤。“你们年轻人喜欢双十一，我们重阳节活动也不少。刷脸取餐，家里安装智能照护设备，体验适老化产品，报名春晚海选，节目可多了！”她指尖划过智能手环上的心率数据，展示刚到货的养老新装备。随着消费新方式的不断开展，通州36万常住老人乐享晚年的形式也越发多样。

通州区调查队专项调研显示，过去三年通州区纯老年家庭消费年均增长6.2%，高于全体居民5.1%的增速，银发消费市场潜力持续释放。老年群体的消费观念已从传统的“养老”转向“享老”，从“功能性消费”过渡到“体验式消费”，需求愈发多元且自主。在这个过程中，多部门各领域都在为银发经济保驾护航。

观念转型：

从“能省则省”到“为需买单”

今年初，通州区调查队聚焦银发经济，对全区70个社区的382名60岁及以上老人开展专项问卷调查。数据显示，过去三年通州区纯老年家庭消费年均增速达6.2%，从消费结构来看，医疗保健需求成为绝对主导。59.2%的受访者将医疗保健列为主要消费领域，远超食品烟酒、生活用品、居住等其他支出类别。不过，老人在消费时并不盲目，而是秉持理性务实的态度，更倾向于选择性价比高的产品和服务。调研显示，80.3%的受访者在购买商品和服务时最看重价格，69.2%会重点关注质量，12.3%会优先考虑品牌。

老年人到底在买什么？怎么买？近期，记者也对通州5家养老机构开展了234份调查问卷。结果显示，老年食品类（如易消化粗粮、营养代餐等）以78.63%的占比成为老人每月消费频率最高的品类，健康保健类（如慢病管理仪器、体检套餐等）紧随其后，占比达42.31%。“消费决策自主化”成为显著特征——无论是健康消费、线上消费还是精神消费，老人主要围绕自身需求做选择，即便参考儿女建议，最终也会以自己的判断为准。而且，老年人在购买服务时，以“品质安全有保障”为选择原因的比例最高，其次才是“价格实惠”。

生活服务类（如家政清洁、上门理发等）和老年教育类（如健康知识课程、书法绘画班等）消费占比均为38.89%，休闲旅游类（如短途康养游、公园年卡等）占比39.32%，文化消费正成为银发经济的重要增长点。在基层老年协会的组织下，北苑街道老年大学书画班“一位难求”，72岁的李阿姨正专注绘制《重阳登高图》：“老年协会帮我们对接了课程，每周两节课，30块钱学会画画还交了新朋友，日子充实又开心。”公园景区的非遗手作、传统糕点市集上，老人们在协会志愿者的引导下体验剪纸、挑选重阳糕。80岁的张奶奶亲手剪的菊花剪纸特别受欢迎，让她特别开心：“协会组织的活动既热闹又有意义，比在家闷着强多了。”

老年消费中，线上服务需求增长显著。此次数据显示，52.8%的低龄老人偶尔网购，25.7%经常网购。网购对一些老年人来说接触比较少，更何况电商的各种“玩法”层出不穷，学习网购的过程中，老年人不约而同地提到了找“外援”。有四成左右的老人会找子女帮忙，尤其涉及礼品、出行等不熟悉领域的消费，会更多参考意见，或优先考虑子女喜好，听从建议。70岁的周阿姨网购日用品时虽坚持“自己选才顺手”，但也会参考儿女推荐的靠谱店铺。正是这种自主与参考结合的消费心态，为老年人消费增加安全保障。

同时，为应对线上消费风险，老年协会也联合社区民警每月举办反诈讲座，帮助老人提升“自主避坑”能力，遇到不确定的商品还能找协会志愿者查资质。



赛道拓展：

破解银发经济“成长的烦恼”

民政部门表示，尽管银发经济势头向好，但在拓展新赛道的过程中，仍面临诸多“成长的烦恼”。一方面，老年人消费需求日益多样化、个性化；另一方面，市场上不少产品和服务供给相对滞后，无法完全满足老年人高品质生活需要，“买不到、买不好、买不安心”等问题依然存在。

为此，有养老专家建议，要通过研发创新、精准服务等方式优化银发经济供给，针对老年人的特定需求开发专属产品，如智能健康监测设备、适老化家具，提供个性化的健康管理服务、康复护理服务等。

针对这些痛点，通州区多部门协同发力，从顶层设计到落地执行，全方位破解老年消费难题。今年，通州区民政局召开老龄工作联席会议，研究通州区关于发展银发经济、增进老年人福祉的实施方案，40个养老服务单位、22个街乡养老工作负责人，还有社区老年人代表都来了。

“我觉得现在老年产品不少，但适合我们半失能老人的不多。就说助行器吧，有的太沉，我自己挪不动；有的轮子不灵活，在运河边的石板路上总打滑。”67岁的马大爷说。还有老人提出：网购APP“字体小、按钮密，眼神不好总点错”；一些养老小家电（如养生壶）预设了多种复杂烹饪模式，但老年人常用的“保温”“煮水”等基础功能，却需要在多档选项中翻找才能启动，便利性有待提升。

针对这些问题，区民政局从顶层设计到落地执行，研究制定《通州区关于发展银发经济增进老年人福祉实施意见》（征求意见稿），在产品端，引导企业研发“轻量化、智能化”老年用品，有针对性地解决助行器适配性、APP适老化等问题。“比如针对马大爷反映的助行器问题，我们会引导企业研发轻便、防滑的款式；针对刘阿姨提到的APP操作难题，会推动平台优化适老界面，增大字体、简化步骤。这些工作目前都在推进中。”区民政局相关负责人介绍。

深层破局：

多方联动共助银发经济

针对老人提出的银发经济与社区养老服务结合的建议，民政部门也在持续改善服务端供给，推动养老机构“连锁化、标准化”运营。比如马驹桥镇养老服务中心提供24小时专业照护、康复理疗和营养配餐，通过政府补贴减轻老人负担，多措并举获得老年人认可，入住率达84%。目前，全区已建成7家区域养老服务中心、196家养老服务驿站、211家养老助餐点，每日助餐量约1.8万人次。

同时，相关部门也在为银发经济补充更多的专业人才，比如目前较为紧缺的养老护理员、康复治疗师、健康照护师等，以及适老化改造、智慧养老、老年文体等领域人才，让更多专业人才力量支撑服务银发业态。

而且，通州区注册的涉老企业达1447家，涵盖医疗器械、智能养老、康复辅具等多个领域，形成了多元化产业生态。发展银发经济，需协同发力，进一步打通产业链，激活产业发展新潜能。

目前，通州区正以老年协会三级体系建设破题，通过搭建“适老化产品体验圈”“社区养老服务对接点”，引导老年人从“被动接受”转向“主动消费”“参与供给”。协会定期组织适老化产品体验活动，让老人亲身感受智能助行器、便捷厨具等产品的实用性，再对接相关企业提供精准供给。同时，收集老人对养老服务的需求建议，反馈给社区养老驿站和助餐点，推动服务优化升级，在供需间形成良性循环。

此外，京津冀协同发展也在不断拓展养老新空间。比如依托与秦皇岛市养老服务战略合作协议，推广“冬南夏北”旅居养老模式，推介优质康养项目，让京籍老人享受跨区域养老服务。

今年“敬老月”期间，通州区共开展政策宣传、关爱帮扶、健康促进等六大主题活动，其中健身操舞、创意大赛、讲故事大赛、趣味运动会等老年精神文化类活动将覆盖全区22个街乡，进一步激活银龄文化消费潜力。同时，区检察院、区民政局、区司法局开展“银龄无忧 法治护航”普法活动，通过专题讲座、互动咨询等方式，增强老人的法律意识与反诈能力。为持续深化“政-企-社”联动模式，通州区计划推出更多优质老龄文化活动和银发经济产品，让文化消费惠及更多老年人。

