

收入不错、舍得花钱、追求品质，以“50后”为代表的中国老年群体呈现出与以往不同的消费特征——

“新老年人”引领消费新趋势

本报记者 汪文正

刚刚过去的“十一”黄金周，全国7亿多人出游。哪个年龄段的游客最舍得花钱？调查数据显示，不是人们印象中喜欢“买买买”的“80后”“90后”，也不是薪资处于职场高点的“60后”“70后”，而是“50后”，单次旅游人均花费达到了3640元。

“50后”的年龄分布在60—70岁之间，已是传统意义上的老年人。在很长一段时间内，“节俭”是中国老年人的一大特征。从采买食材到置办衣物，从寻医问药到远近出行，老年人往往精打细算，在节约上下足功夫。老年人也热衷于储蓄，即使收入不错，也倾向于把钱存起来或购买安全性高的国债等。

不过，随着上世纪50年代和60年代初出生的一代人陆续退休、步入老年，中国老年群体高储蓄、少消费的特征悄然改变。收入不错、舍得花钱、追求品质，一批“新老年人”引领老年消费新趋势。

消费方式变了 “新老年人”是网络达人

与人们固有印象中的老年人不同，“新老年人”对网络的接受度高、对电子产品使用熟练，继而深刻地影响其消费方式。

家住北京市朝阳区的刘阿姨刚退休两年。买菜是小区里老年人几乎每天必做的事。但刘阿姨很少出门上菜市场、去超市。“附近的菜市场，环境脏乱差，路也不好走。去超市，买的多了又拎得累。我都是网上下单。”刘阿姨向记者展示手机中一款主打线上零售业务的应用程序。“你看，只要点开这个图标，蔬菜、粮油、水果、饮料、日用百货，应有尽有，都是品牌超市的商品。价格可能比菜市场高一点，但东西干净卫生、包装整洁。选好要买的商品类别和数量，当天内附近的物美超市就会派出工作人员送货到家。”

刘阿姨使用一款华为智能手机，而不是通常意义上字体和按键大但功能相对较少的老年手机。“人老了，眼睛花是正常现象。但我戴上老花镜后完全可以使用智能手机，而且现在的智能手机都可以自己调大字号。”刘阿姨介绍到这里有些自豪。她告诉记者，自己不仅经常线上购物，对于凑单、团购、返券、打折等省钱方式，也十分熟练。从水果到服装，她总能够以实惠的价格买到物美价廉的商品，有时候还会使用代购、海淘。

使用移动终端和支付软件消费、在电商平台进行线上消费，曾经是年轻人的“专利”，而今“新老年人”对其同样轻车熟路。



▲登山、攀岩、邮轮……调查显示，中国每年老年人旅游人数已经占到全国旅游总人数的20%以上，“新老年人”正成为旅游的主力军。
资料图片



▲江西省南昌市东湖区火神庙社区的俏奶奶街舞团成员多为“50后”，跳起动感十足的街舞来热情不输年轻人。
余霞摄（人民视觉）

目前，中国60岁以上网民数量已超过4亿人；超过六成的老年人会使用微信、支付宝等移动终端消费。阿里巴巴集团的数据显示，全国50岁以上的网上购物人群十分庞大，仅淘宝天猫上就有近3000万人。许多老年人选择线上平台购买食物和日用品，线上下单，送货上门，既轻松便捷，又让腿脚多多少少有些不便的老人省去不少麻烦。

“新老年人”对新型电子产品的接受度也很高。2019年10月7日是重阳节，京东发布的首重节日消费大数据显示，智能手机、智能拐杖等电子产品位列搜索关键词的前几名。调查显示，44%拥有智能手机的55—65岁“新老年人”都是自行选购智能手机的，没有参考配偶、子女和亲朋的意见，也没有借助他们代为购买。在京东平台上，老年商品销售额显著高于平台整体销售增速，呈现出高速增长态势。

消费偏好变了 “新老年人”追求生活品质

不委屈自己、愿意为生活品质花钱，是

“新老年人”消费的一大特点。资深驴友中有大量“新老年人”。“我从来觉得我不是老年人。”家住新疆维吾尔自治区克拉玛依市的余大爷出生于上世纪50年代，是一位退休石油工人。当“驴友”、驾驶四驱越野车、玩单反相机、做自驾游义务领队……余大爷的生活丰富多彩。刚过去的“十一”假期，余大爷就组织了驴友团游览了伊犁、博尔塔拉等地。在余大爷的书柜里，摆满了“长枪短炮”，有三脚架，有广角镜头，甚至还有专门用于摄影的无人机。余大爷的积蓄和退休金比较充裕，他说自己的绝大多数支出花在了这些“玩具”上。

“新老年人”正成为旅游的主力军。他们身体还比较好，八九十岁的病痛尚未到来，四五十岁时的负担又已经卸去，这个年龄段被许多老年人称为“第二童年”。同时，这些老年人经济上有一定积蓄，时间上能避开法定节假日高峰期出游，也激发了其旅游热情。调查显示，中国每年老年人旅游人数已经占到全国旅游总人数的20%以上。途牛旅游网发布的《中国在线邮轮旅游消费分析报告》显示，2018年度中国邮轮游客中，有近三成是60岁以上的老年人。中青旅

一位从事邮轮票务代理的工作人员告诉记者，在歌诗达、皇家加勒比等大型邮轮公司的邮轮上，最常见的游客群体就是60岁左右的老年人。

“新老年人”时髦做候鸟老人。66岁的郭大爷退休前在黑龙江省伊春市工作。独生子女远嫁后，郭大爷就和老伴在海南省三亚市买下一套距海岸线仅有数公里的商品房。这是郭大爷退休后最大的单笔支出。“老家冬天太冷，我心脑血管都不好，冬天待不住。”郭大爷这样说起到南方买房的初衷。他在东北的老朋友们，一到冬天有不少人到海南来，“买得起房就买，买不起就租。”据了解，近年来，城市老人到农村体验田园生活、农村老人进城享受城市生活、北方老人到南方越冬、南方老人到北方避暑，已成为不少老年人提高生活质量和康养水平的一种新型生活方式。从南方的三亚、大理，到北方的烟台、威海，全国各地的“候鸟老人”现象都在增多。

“新老年人”对学习培训有热情。提起老年人的文娱活动，许多人会想到跳广场舞。调查显示，60岁出头的老年人比年龄更大一些的老年人更愿意学习那些学费高昂、学习难度大、学得周期长的

技能，如运动、书法、绘画、乐器、瑜伽、外语等，并愿意为此付费。在抖音、快手等直播平台的页面，越来越多的“新老年人”还当上了“主播”，引来大量“点赞”和“打赏”，许多老年人视频直播平台也应运而生。

让“新老年人”花钱 舒心又放心

“新老年人”为何呈现出与以往老年人有明显反差消费特征？

专家指出，这部分老年人出生于新中国成立后，求学就业多数赶上了恢复高考和改革开放的春风，退休后又正是中国从“富起来”走向“强起来”的好时代。医疗和养老保障水平不断提高。他们往往有一定的积蓄，文化程度较高，并已经养成了比较现代化的消费习惯。

2018年中国老龄科学研究中心发布的《老龄蓝皮书：中国城乡老年人生活状况调查报告》显示，与2010年相比，2015年60岁以上的老年人经济自评“很宽裕”比例提高了0.2个百分点，“比较宽裕”提高了3.5个百分点，“基本够用”提高了1.8个百分点。另一项调查则显示，2016年中国老年人存款余额超过17万亿元，人均存款近8万元。

“新老年人”有闲也相对有钱，而且普遍子女较少，基本完成了买房、子女教育的大块支出，愿消费、敢消费就成为顺理成章的事。这背后也是中国老年群体消费观趋于豁达、理性、现代化的折射。

如何对接新的消费需求，让“新老年人”花钱舒心又放心？

倡导理性、规范市场——中国老龄协会2019年4月发布的《需求侧视角下老年人消费及需求意愿研究报告》指出，老年消费行为容易受到求实心理、焦虑心理、融入心理、补偿心理、趋利心理等影响。老年人总体维权意识较弱，随着年龄增长，判断能力和逻辑思考能力都有所下降，一些不法商家常趁机向老年人兜售假冒伪劣商品。对此，一方面老年人应注重理性消费、适度消费。另一方面，政府部门要有大力规范、净化市场，加强监管，打击各种假冒伪劣和市场欺诈。政府有关部门还应加强对养老产业和涉老行业的监管，建立健全相关制度，规范行业中的不正之风和不法现象，让消费市场中的老年人花钱花得放心。

提升品质、创新供给——不少60多岁的老年人抱怨，市场上针对老年人的商品和服务不少，但往往更符合七八十岁老人的需求。而刚退出职场不久的“新老年人”，身体健康状况普遍较好，在休闲娱乐、体育运动、外出旅游等方面的需求和中青年没有太明显的差异。专家建议，养老产业和其他涉老产业应更加细分，针对“新老年人”的特点和需求，力争精准服务；发展老年娱乐、老年旅游、老年体育、老年教育培训等新业态，创新老年康养模式，让他们花钱更开心、顺心。



夜经济点亮乡村

►夜色降临，山西省运城市盐湖区东郭镇的炭山根景区迎来了一天里最热闹的时候。小吃街、游乐场、茶馆、酒吧……五颜六色的灯光下，人们尽享乡村夜生活。夜经济的繁荣，不仅丰富了游客的消费选择，也成为乡村旅游的一张新名片。

图为10月19日，游客在炭山根景区内用餐。
新华社记者 杨晨光摄

►图为10月19日，商户在炭山根景区内制作饮料。
新华社记者 杨晨光摄



一根铜管折射的民企活力

本报记者 王俊岭

很多东西看上去不起眼，却反映出一个经济体的真实功力。空调、冰箱中常用的铜管，就是窥测这种实力的一个窗口，也折射出当前中国中小企业在细分市场上的活力。

当记者来到宁波金田铜业（集团）股份有限公司的厂区内时，一幅现代化的金属加工工业生产图景呈现眼前：一条条生产线整齐排列，铜合金板带、铜合金管棒、阴极铜、钎焊磁性材料等各类产品在经过高度自动化的机器处理之后被成捆成箱地生产出来。巨大的厂房内，看不到几个工人，也闻不到任何异味。如果没有人提醒，很多人都难相信这是一家新兴民营制造企业能拉出来的“架势”。

据了解，“铜”拥有良好的导热性、导电性和延展性，广泛应用于电气、轻工、新能源、机械制造、建筑工业、国防工业等领域，也是电缆和电气、电子元件最常用的材料。生产线上制造的铜产品虽然不大，但其中的学问却不小。拿一根小小的铜管来说，就可以分为光管、内螺纹管、水道管、保温管、波纹管、毛细管、外翅片管等多种类型的铜管，是空调、热水器、太阳能、医疗、高铁、电机、舰船、海水淡化、电子等诸多领域的重要基础零部件。

“金属加工制造业处于产业链的中游，利润率相对较低。如果自身技术和管理水平不过硬，就很难持续生存发展。”金田铜业副总裁郑敦敦告诉记者，金田内螺纹铜管具有尺寸公差均匀、组织性能一致性高、内壁高清洁度、耐高压、耐腐蚀等特点，性能上具有高效、低克重的特点，目前这些铜管是LG、三星、开利、美的、奥克斯、

海尔等一大批全球知名企业所需的优质材料。整体来看，金田铜业承担国家科技支撑和国家火炬项目13项，企业自主研发的多项铜金属加工制造技术填补了国内外市场空白。

在国内铜矿资源相对匮乏的背景下，如果没有足够的原料和市场，就没法把技术和产能优势发挥出来。据介绍，对于金田铜业这样处于中游环节的制造业来说，一方面从国外进口的废旧铜制品占据了铜原料的三四成，另一方面积极拓展海外市场也需要同步加大直接对外投资力度。这些都对这家民营企业提出了考验。

中国出口信用保险公司提供的出口信用保险成为了这家民营企业应对“走出去”考验的重要法宝。“曾经有一家国外企业本来已经和我们约定好了交货当天付款，但我们把货运到对方港口后，他们却因为资金不到位的原因迟迟不肯派人接货。我们便告诉对方这笔生意已经由中国出口信用保险公司承保了，如果对方违约可能会影响其今后与所有中国企业进行生意往来的信用。得知这一情况后，对方便按原计划交接了货物并支付了款项。与此同时，我们在海外投资设厂的过程中也得到了政府部门和中国出口信用保险公司的指导和帮助。”郑敦敦说。

如今，在金田铜业展示厅显眼位置，有一块有趣的牌子，中间是“欢迎光临”四个汉字，周围则是环绕着英文、德文、法文、日文、韩文、泰文、阿拉伯文等各种各样的外国文字。事实上，这些外国文字其实都是“欢迎光临”的意思。令人欣喜的是，随着企业竞争力的提高，这块牌子上的字正变得越来越多。