

在互联网、智能手机大行其道的时代，我们有各种为大家提供信息服务的产品：豆瓣、知乎、微博、得到等等，却没有一款专属老年人的。提到老年人，我们首先关注的是健康和生活便利，于是有了爱银发、银发助理等优秀产品，还有老年代步车、老年手机等生活辅助设施，以及各种脑白金脑黄金的保健品。解决了一些基本生存问题后，却少有人关心老年人的精神需求，似乎只要倡导“常回家看看”，就能让老年人生活幸福温暖，一年365天，过年回家7天，就算全部的节假日都回家陪伴老人，一共也最多只有20多天，剩下的300多天怎么办呢？

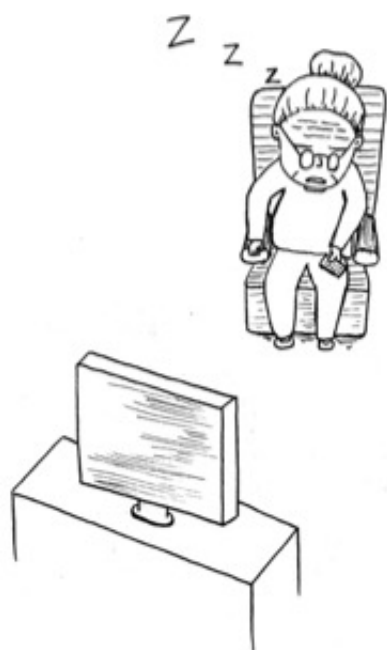
让我们先来看一下王奶奶的故事。



我叫王秀兰，今年70岁，
耳朵不好，轻度白内障，
每天3个药片2勺糖浆。



老头子走得早，只留下一本
画册，那是我们的青春，他
走了，青春也沉寂了。



我怕冷清，白天去人多的地方转转，晚上只有开着电视，虽然也听不太清楚，但家里有个声音心里踏实。



每周和孙女打电话，只有几句家常问候，人老了跟不上时代，她说的我也听不懂。





嗯嗯 知道啦奶奶!
我在忙, 先不和
您说话!



有时候攒了一堆话想跟她唠唠, 她又总是忙, 听到她嗯嗯啊啊, 我也就默默挂了。



老头子, 看着画册里我们一起走过的青春, 年轻真好! 想做什么就去做, 做不成也不怕, 人老了就不一样咯。最近孙女劝我学画画, 可我这个老人能学个啥?

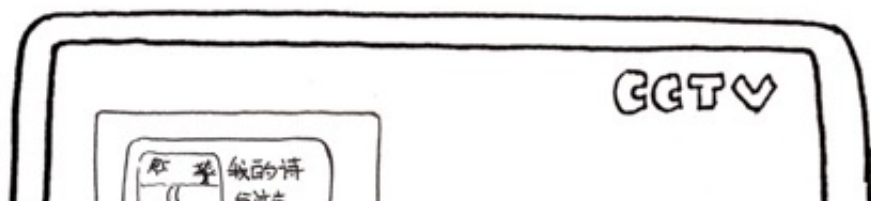
王

奶奶是我们的奶奶，也是我们正在老去的父母，更有可能是若干年后的你我。人上了年龄后身体出现很多毛病，药品成了日常，家人不在身边，平时仅靠电话和视频沟通，可两代人间毕竟缺少共同语言。长时间忍受孤独的老人慢慢变的唠叨，生活慢慢变的无趣，想做些什么又觉得“人老了就不中用了”，再也无法像以前一样想做什么就去做。但是人老了就真的不中用了嘛？

我们不信，身边可以看到很多心理状态很年轻的老人故事，而我们的产品希望用同龄人的真实故事来打动那些价值感缺失的孤独老人，让他们相信老年人也可以通过自己的行动重新找到生命的乐趣。下面来介绍一下我们的产品——老树新芽。









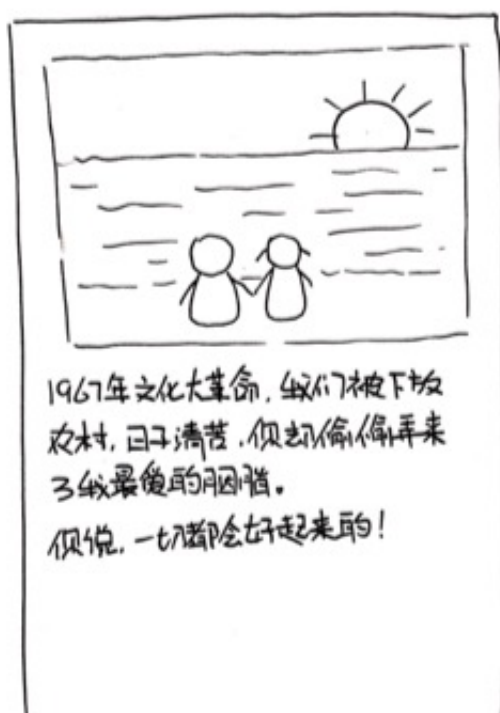
我们的产品有三大模块：听故事、讲故事、社区互动。

- 听故事模块提供各种老年人的真实故事，为照顾老年人，我们提供听音频和读文字两种方式。

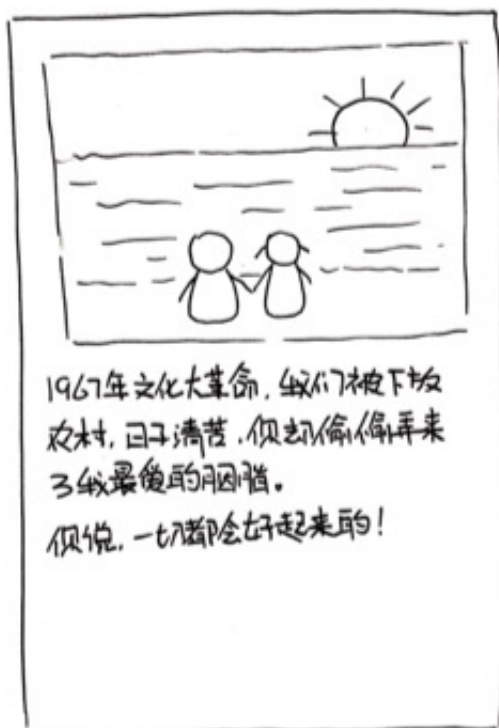
- 讲故事模块激励老年人讲出自己的故事，获得价值感，同样为了照顾老年人，我们的产品支持文字输入和语音输出，还提供多种方言识别，更有故事小助手提供故事模板、错字修正等高级功能。
- 最后是社区互动模块，可以给心动故事点赞，收藏对自己有用的故事，留言和故事作者进行互动。



这个“齐白石奶奶”厉害呢，和我差不多年龄，她都可以画，要不我也试试？



我翻出老头子的画册，每天照着画一点，有一幅让我忆起我俩的恋爱趣事，我把画和故事发到网上，居然收到很多赞！



还有很多网友留言：

“好美的故事，好想知道后面发生了什么？”

“王大姐画的不错呀，加入我们老年画画小组吧！”



老头子，你看，这是我最近刚学的画，我还加入一个画画小组呢，我要把你未画完的青春续上！





对了，孙女现在可崇拜我啦！每周都缠着我给她讲咱俩的故事。



以前呀，觉得这把年纪了还能做点啥？现在是想做就去做，因为在“老树新芽”，有一群老人一起创造自己幸福的晚年生活！



我叫王秀兰，今年70岁，耳朵不好，轻度白内障，每天3个药片2勺糖浆。

还有一枚和生活热恋的红唇。



王

奶奶从我们的故事库中读到一位年龄相同的老太太学画画的故事，觉得“同样都是70岁，别人可以，为什么我不试试看？”，然后尝试临摹老伴留下的画册，在画画过程中，往事仿佛老电影一般浮现，于是她把自己和老伴在文革时代的爱情故事po到网上，收获了很多网友关注，甚至加入了一个老年画画小组。

当王奶奶开始行动起来，发现一切都不一样了，生活开始变的丰富有趣，从等待陪伴变成主动获取快乐。

这就是王奶奶的故事。

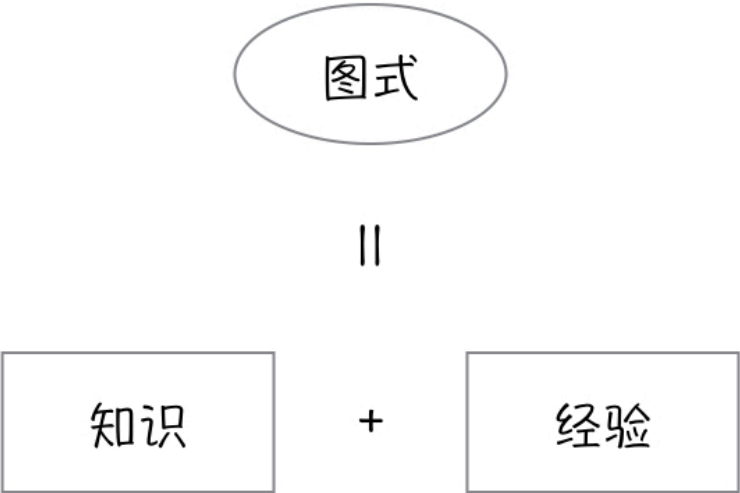
为什么做一款讲故事的产品？ 故事能否引发行动？

看到这里我相信大家会有几个疑问。我们为什么要做一款讲故事的产品？故事能否引发行动？

解答这个问题之前，我们先来讨论一下“什么是故事”？故事不仅仅是童话寓言，不仅仅是哄小孩子睡觉的把戏，我们每天的生活和行为都构建在一个个故事之上，我们相信书本里有更好的智慧，于是我们努力读书；我们相信手里印着毛爷爷头像的纸张能够换取更好的生活，于是我们好好赚钱。故事能够让我们发现新生

活，让我们去欣赏去学习去探索。

那么问题来了？故事是怎样让我们重新发现生活？



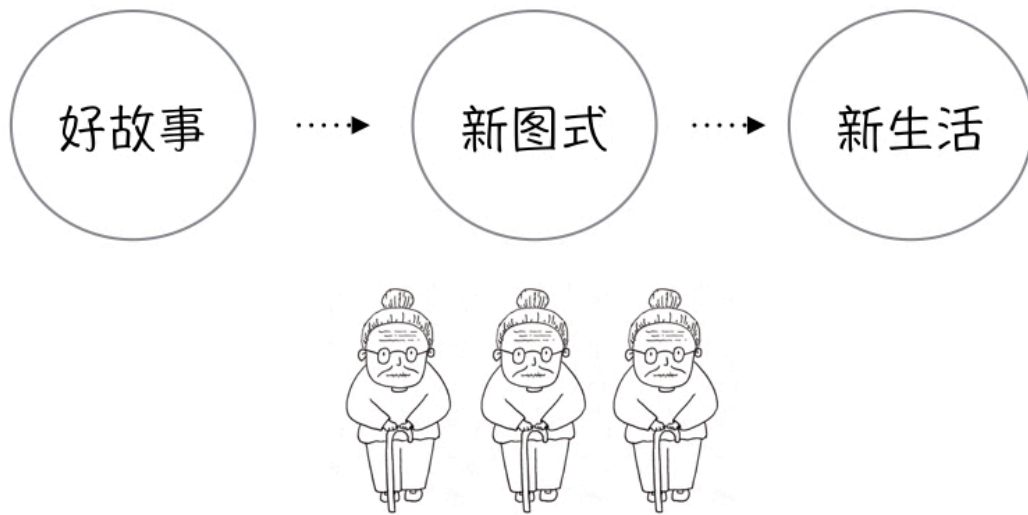
图式是人脑中已有的知识和经验的网络，影响相关信息的加工过程。换句话说，图式是我们认知这个世界的方式。而好的故事给我们一个新的图式，一个全新的视角。

当我们年轻的时候，拥有的图式比较狭隘，碰到新环境往往无法适应，于是我们被迫调整自己，接受新的图式。而老年人活了一辈子，他们认为自己的图式已经能够解释这个世界，如果你给出的图式不能够很好的替代他原有的图式，老年人是不愿接受的，毕竟改变是痛苦的，而大脑是吝啬的。

那么有没有人能够给出老年人容易接受的图式呢？

有的，答案就是同龄人或者说同类。没有经历过老年危机，没有得过关节硬化骨质疏松白内障，没有长过老年斑的年轻人，讲的再有理始终站在自己的视角，而老年人之间的沟通更加顺畅，因为他们能够把看似难以理解的“新思想”翻译成老年人能懂得的语言，比如我奶奶劝别的老人去运动，说的不是“运动有益身体健康”而是“保重好自己的身体能够不给子女添麻烦”。

其实不管是不是年老，在同龄人、同类人之间总有更容易接受的图式，再举一个例子，现在很火的直播，很多人认为花30分钟看别人吃饭睡觉难以忍受，但如果有人说，研究直播内容能够探索用户心理了解不熟悉的人性，你是不是对直播有了一些兴趣，愿意去看一看？这就是运用能够理解的图式引发改变的方式。



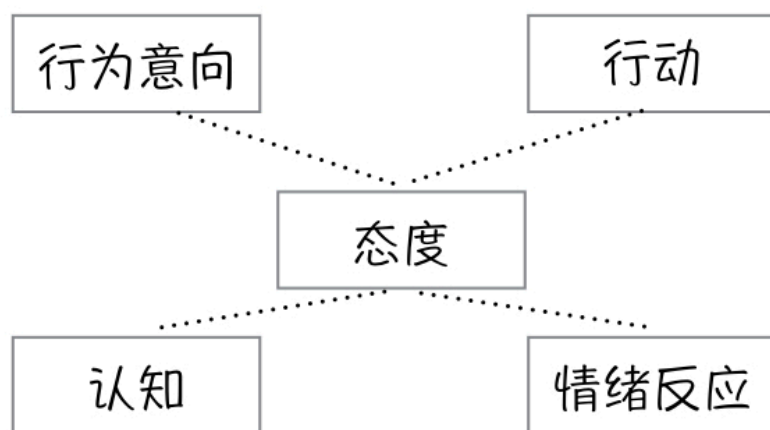
讲到这里，关于为什么讲故事，故事能不能引发行动，我相信大家已经有答案了。好故事是发现生活的新图式，而同辈人更容易给出易于接受的新图式。

这是老年人需要的吗？

这时，一定会有人怀疑，我们想的是老年人需要的吗？我们以为的痛点是否是真实老年人的痛点呢？接下来，请让我讲一个真实的故事。我奶奶80岁了，其实就是上面王秀兰奶奶的原型，“开着电视心理踏实”这句也是奶奶的原话。今年回家过年，我决定改变点什么，于是用7天时间我教会了我80岁的奶奶画画，一开始奶奶非常抗拒，“那是你们年轻人干的事，我都一把年纪了还折腾个啥？”，然后我在网络上找了各种类似梵高奶奶的故事，甚至随便找了很多图骗我奶奶说你看人家也80岁才开始学啊！之后奶奶有点动摇说试试看，于是我马上买了一本手绘花的书，并且教会奶奶画画最基本的几个步骤。



第一张是当时我教奶奶的画，我回到上海之后，奶奶每周都会传我2-3副她的画，第二张是这段时间奶奶传给我的画，我把它拼在一起了。现在奶奶每周和我视频的时候除了“你要吃好穿好玩好”之类的唠叨之外，还多了很多画画的话题，她自己也会说“嗯，有个事情做挺好的。”。



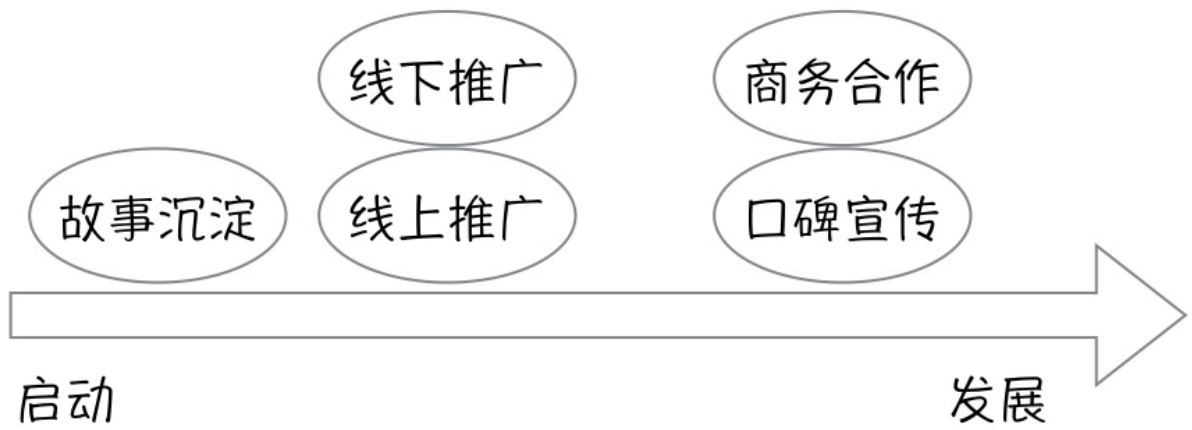
这是我奶奶的故事，我们相信这个故事并不是一个个例。产生行动仅仅是第一步，行动产生之后意味着什么？是否还有更深远的意义？

这是《态度改变与社会影响》中的态度系统，“态度、认知、情感、倾向性和行为在一个有机系统里，任何一个部分的改变都可能引起其他部分的变化。”也就是说，一些积极的行动能够改变老年人自我限定的思维定势，从而获得更好的世界。老年人是人类群体中活的时间最长的生物，如果打破思维定式相信会出现很多有趣的事情。

我们的产品就是希望利用老年人的真实故事给出认知这个世界的新图式，撬动老年人的最小行动，从而改变老年人等待陪伴、难以改变的现状，一旦行动产生，孤独、缺少存在感、缺少价值感等一系列问题都能得到解决。



解决了关于用户痛点的问题，我们来聊一聊用户定位、客户定位和推广计划。中国渐渐步入人口老龄化已是不争的事实，然而我们的目标用户并不是所有的老年人，我们仅仅服务65-80岁，已退休在家，子女不在身边，健康状况和财产状况良好，内心孤独寂寞，但心中还有一丝丝对生活的热爱的老年人。我们相信这同样是拥有巨大潜力的市场。而客户是我们的金主，我们的第一目标客户还是我们的用户，我们会提供一些高级付费功能，并推出一些老年兴趣培训。第二客户是一些优质广告商，我们会接入一些老年生活便利产品的广告，但会拒绝一些比较有争议的保健品广告，保障老年人的利益。另外，我们还可能还会和一些知名制片厂商合作，将故事改编成电影电视剧，当然我们的用户也能够从中获取一部分收益。



最后谈谈我们的推广计划：产品初期会寻找一些携带正能量的老人作为种子用户，把他们的故事编辑进故事库。完成故事沉淀之后会开始做市场推广，有线上线下两种，线上在电视广播中投放广告，线下和老年服务社区合作进行地推。另外还有一个渠道是口碑传播，老年人圈子相对狭窄，跟风现象也比较严重。除此之外，我们会和市面上比较成功的老年产品合作，解决老年人安装和使用app的问题，比如银发助理。

老树新芽

老年生活方式的倡导者
用故事续写青春 唤出春天的新芽



以上就是我们的产品，老树新芽，老年生活方式的倡导者，用故事续写青春，唤出春天的新芽。再次感谢大家参加这次路演，希望我们能一起为孤独无聊的老年人做一点事情，也是为未来的我们做一点事情。