



银发人群消费趋势报告

苏宁金融研究院·消费金融研究中心出品

01 数据中的老龄化现实

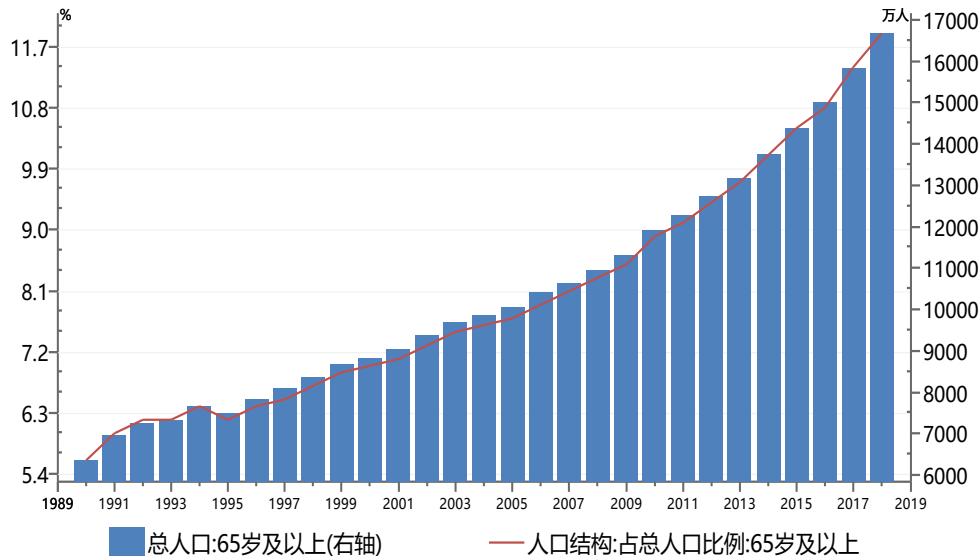
02 “银发经济” 潜力巨大

03 老年人消费新画像

04 “银发经济” 重点领域

◆ 我国老龄化程度已颇为严重

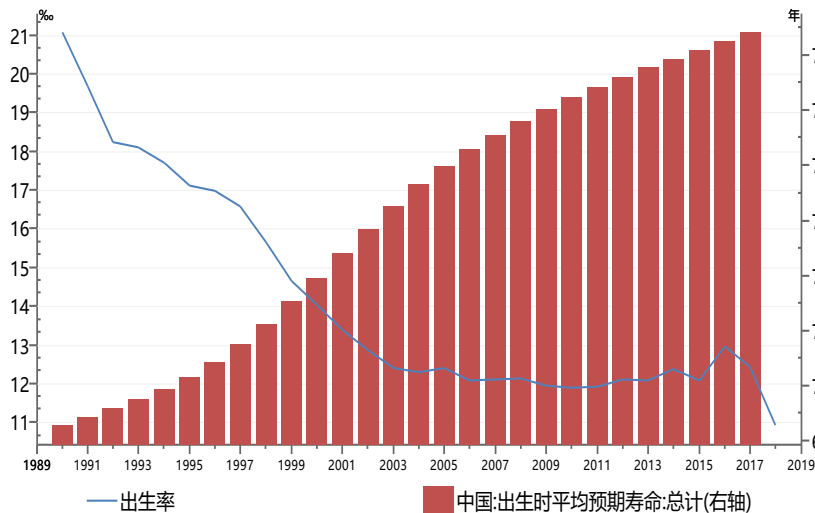
- 按照联合国的定义，一个地区如果65岁以上的老年人占比超过7%，就可以认为该地区进入老龄化社会；
- 早在2000年，我国65岁以上的老年人占总人口比例突破7%的基准线，而后逐年攀升，2018年达到创新高的11.9%，换言之，我国65岁以上老年人已有1.66亿；
- 同日本、英国等其他国家相比，我国老龄化进度更快。



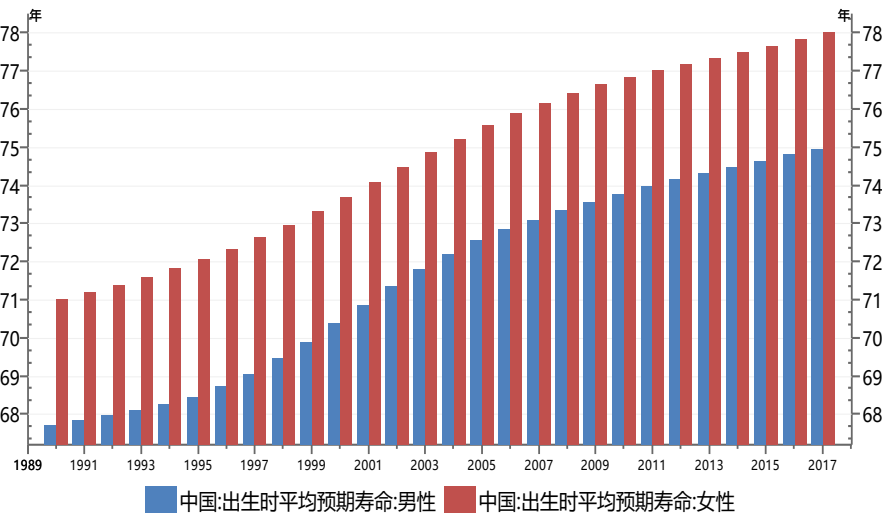
数据来源: Wind, 苏宁金融研究院

◆ 未来老龄人口规模将会继续增加

- 一方面，我国人口出生率明显走低，从1990年的21.06‰降至2018年的10.94‰；另一方面，我国人口整体平均预期寿命在延长，从1990年的69.29岁升至2017年的76.41岁，男女均提升明显。
- 所以，未来我国老龄人口将继续增加。根据联合国《2050全球人口展望报告》预测，2050年我国人口年龄中位数将由2015年的37岁升至49.6岁；世界银行同样预测，2050年我国65岁以上老年人比例将达到26%。



数据来源: Wind, 苏宁金融研究院

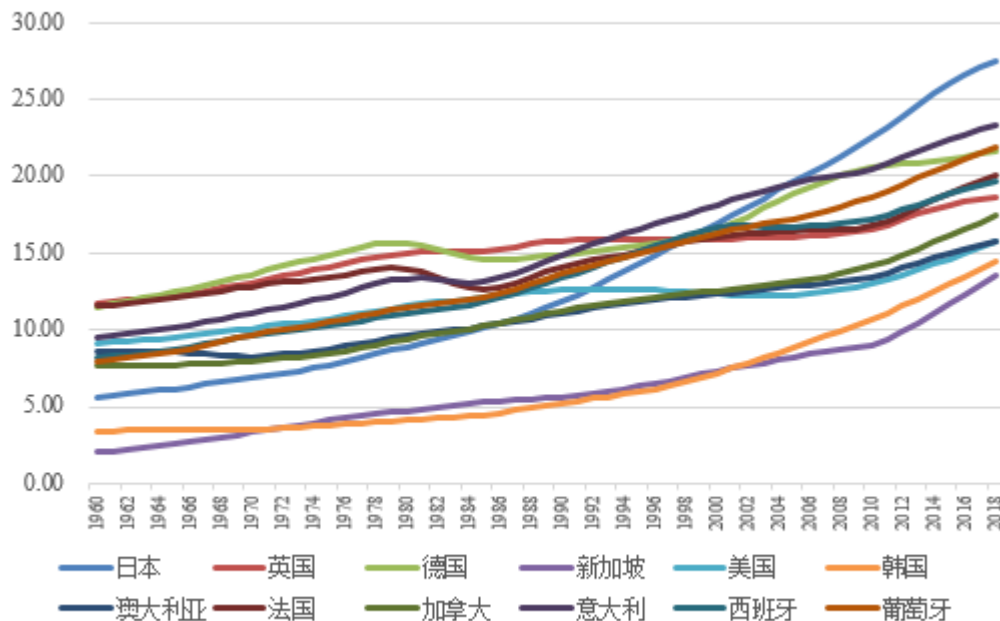


数据来源: Wind, 苏宁金融研究院

◆ 老龄化是普世规律

- 不仅我国，世界上很多国家都在面临着人口老龄化日益加剧的境况；
- 自上世纪90年代开始，全球主要国家纷纷步入老龄化社会，其中以日本的老龄化最为严重；此外，德国、意大利、葡萄牙、西班牙、美国、韩国、新加坡等国家的老龄化程度也较为严重；
- 可以说，老龄化是经济社会发展的必然趋势，而如何应对老龄化，是需要思考的问题。

主要国家65岁以上人口占比（%）



数据来源：wind，苏宁金融研究院

◆ “银发经济”的新机遇

- 虽然老龄化的日益严重会掣肘国民经济的可持续发展，但也有积极的一面，比如“银发经济”的潜在机遇；
- “银发经济”是指围绕老年人群体展开的一系列消费行为与经济现象，随着老年人口规模的逐渐增大，老年人也渐渐成为了消费的主力军。

如今大多数人能活到70岁，这部分老年消费者在社会中的比例逐渐增加，他们比过去更加富裕，健康状况也更好，参与工作的时间也将更长，因而他们会花钱，也愿意攒钱。

——热拉尔·弗朗索瓦·迪蒙，法国巴黎索邦大学

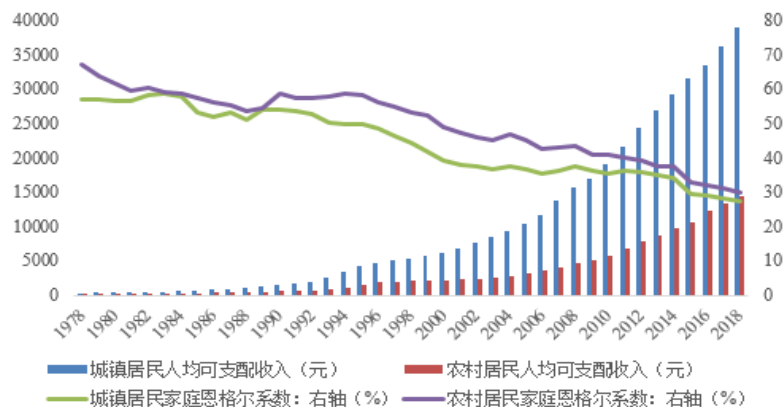
瑞士信贷银行的调查指出，在几乎所有发达国家，60岁以上消费者的人均消费额超过了25岁至64岁年龄层平均水平，未来20年，老年人的可支配收入将大大增加。

美国政府的一项调查显示，“婴儿潮”一代（二战之后的1946~1964年间）出生的老人，每年的消费额比其他年龄层多4000亿美元。

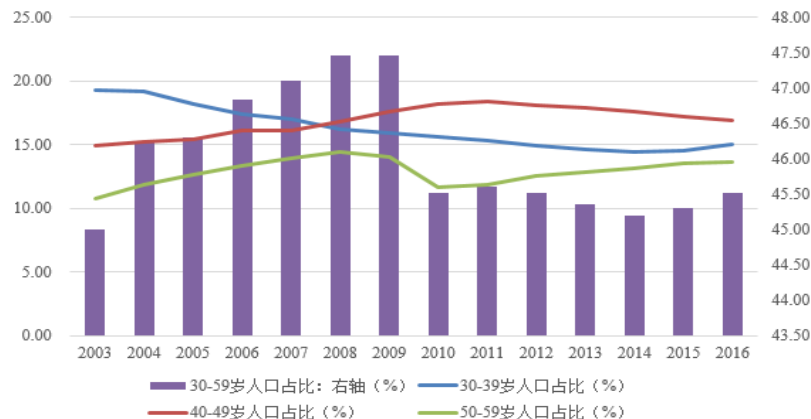
02-潜力巨大的“银发经济”

◆ 我国“银发经济”前景

- 居民收入持续上涨，恩格尔系数逐年下降，为“银发经济”的发展打下了坚实基础，而30~59岁的高净值人群占比稳中有升，将在未来为“银发经济”注入源源不断的动力；
- 根据全国老龄工作委员会发布的《中国老龄产业发展报告》，2014~2050年间，我国老年人口的消费规模将从4万亿增长到106万亿元左右，占GDP的比例将增长至33%，成为全球老龄产业市场潜力最大的国家；
- 国家社科基金测算结果显示，2050年我国养老产业规模或将达到219500亿元，2015~2010年的年均增速高达11.5%。



数据来源：Wind，苏宁金融研究院



数据来源：Wind，苏宁金融研究院

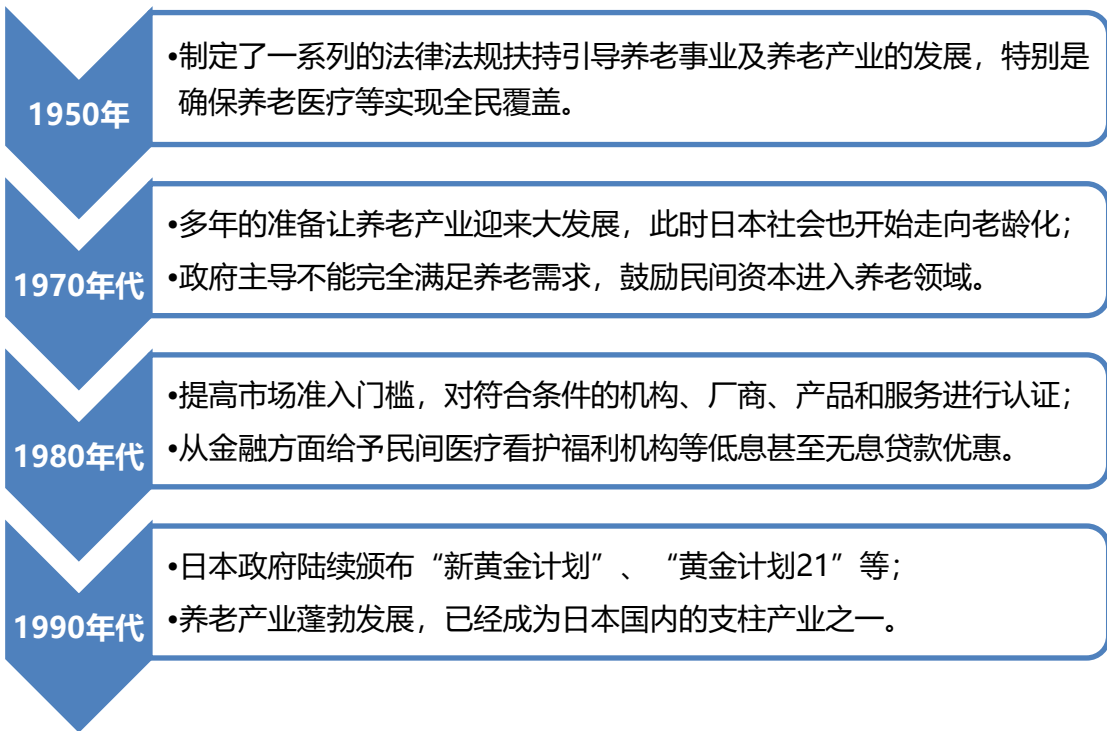
02-潜力巨大的“银发经济”

◆ 政策支持不断加码

发文日期	文件名称	发文部门	亮点
2017.2	三部委关于印发《智慧健康养老产业发展行动计划（2017-2020年）》的通知	工业和信息化部、民政部、国家卫计委	到2020年基本形成覆盖全生命周期的智慧健康养老产业体系，建立100个以上智慧健康养老应用示范基地，培育100家以上具有示范引领作用的行业领军企业等。
2017.3	关于印发《“十三五”国家老龄事业发展和养老体系建设规划》的通知	国务院	到2020年，居家为基础、社区为依托、机构为补充、医养相结合的养老服务体系更加健全。
2017.6	《关于制定和实施老年人照顾服务项目的意见》	国务院办公厅	发展居家养老服务，为居家养老服务企业发展提供政策支持，加大推进医养结合力度，鼓励医疗卫生机构与养老服务融合发展；倡导社会力量兴办医养结合机构。
2017.8	《关于运用政府和社会资本合作模式支持养老服务业发展的实施意见》	财政部、民政部、人力资源社会保障部	鼓励运用政府和社会资本合作（PPP）模式推进养老服务业供给侧结构性改革，加快养老服务业培育与发展。
2018.1	《关于进一步加强和改善老年人残疾人出行服务的实施意见》	交通运输部、住房城乡建设部、中国残联等7部委	到2020年，交通运输无障碍出行服务体系基本形成，无障碍出行服务水平、出行服务适老化水平和服务均等化水平明显提升，无障碍交通设施设备不断满足出行需要，无障碍交通运输服务的“硬设施”和“软服务”持续优化，老年人、残疾人出行满意度和获得感不断增强。
2018.4	《关于促进“互联网+医疗健康”发展的指导意见》	国务院办公厅	明确了支持“互联网+医疗健康”发展的鲜明态度，突出了鼓励创新、包容审慎的政策导向，明确了融合发展的重点领域和支撑体系，也划出了监管和安全底线。
2019.5	进一步促进社区养老和家政服务加快发展的措施	国常会	加大社区养老服务设施有效供给，放宽准入，引导社会力量广泛参与社区养老服务，按规定以财政补贴等方式，支持大范围开展养老服务人员培训，扩大普通高校、职业院校这方面培养规模，加快建设素质优良的专业队伍，优化财政支持养老服务业发展的支出结构等。

02 - 潜力巨大的“银发经济”

◆ 以邻为鉴：日本“银发经济”发展历程及主要领域



资料来源：苏宁金融研究院

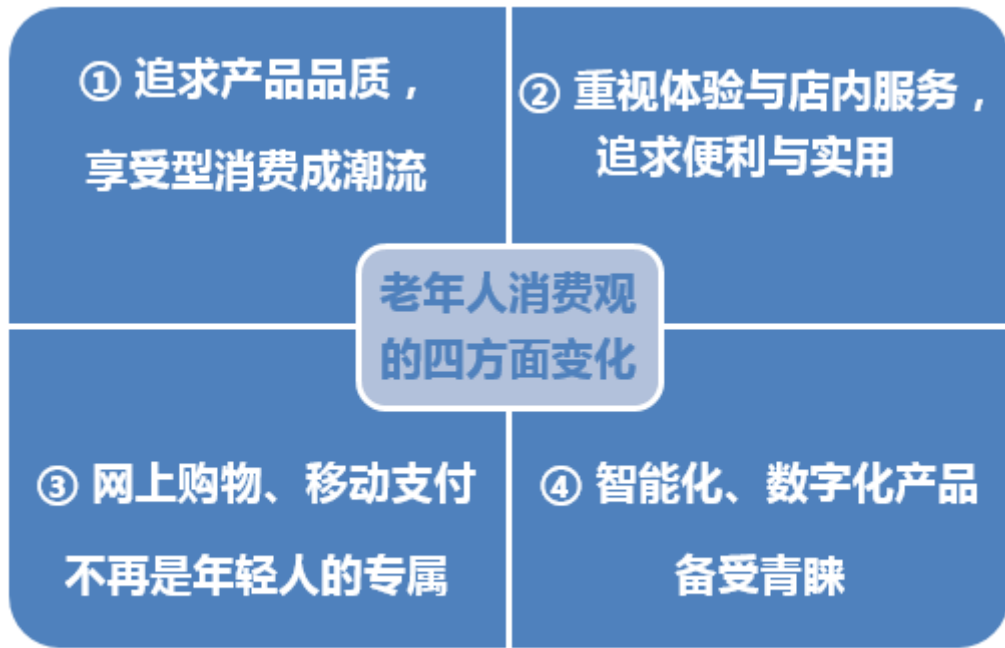
02 - 潜力巨大的“银发经济”

◆ 日本政府很早就开始布局“银发经济”

发文年份	文件名称	亮点
1950	《生活保护法》	明确提出国家责任、无差别平等、最低保障等理念。据此，日本政府遍设养老院，重点救济无依无靠的贫困老人。
1958	《国民健康保险法》	确保养老、医疗实现全民覆盖。
1963	《老年人福利法》	这是“福利六法”体制（指“儿童福利法”、“身体障碍者福利法”、“生活保护法”、“精神障碍者福利法”、“老年人福利法”、“母子及寡妇福利法”）的第五部法律，也是专门针对老年人的一项法律，被誉为“老年人宪章”。
1974	“收费养老院设置运营指导方案”	日本厚生省（现厚生劳动省）公布，对养老机构的属性、设施标准、人员配置、服务标准和优惠贷款制度等做了明确规定，并要求养老机构每年都需向相应的政府部门提交报告，接受其行政指导和监督。
1980年代	“银色标志”制度	政府提高养老市场准入门槛，并开始导入“银色标志”制度，成立由消费者和厂商代表及学者等组成的“银色标志认证委员会”，对符合条件的养老机构、老龄产品和服务及其厂商进行认证，并将相关信息向社会公开。
1988	修改相关法律，提供金融扶持	日本政府对社会福利及医疗事业团体法进行大幅修改，为民间兴建或经营具有医疗、看护功能的福利设施提供低息，甚至无息贷款，并给予税收优惠。
1994	《推进老年人保健福利10年战略》	主要包括充实地区服务、支援老年人自立、综合实施痴呆症老年人对策、促进社会参与等内容。
1997	《护理保险法》	从2000年4月起实行“护理保险制度”，护理服务分为居家护理服务和设施护理服务两大类。仅居家护理服务的种类就多达14种。
1999	《今后5年老年人保健福利政策的方向》	日本厚生省、大藏省（现财务省）、自治省又共同制定被誉为是“黄金计划21”的新政策。这一基本方针规定：要建设充满活力的老年人形象；维护老年人尊严；支援自立；建设互助地区社会；提供利用者满意服务等。

◆ 老年人的消费观念已不同以往，且正在发生四方面变化

- 随着人口寿命的延长与消费水平的提升，即便是年龄超过65岁并已退休的老年人，在生理上与心理上都不再同传统意义上的“老年人”相同；
- 他们拥有一定的财富和比以往更开放的心态，仍然保持着旺盛的精力；
- 同时，商品经济的成熟，为具有消费能力的老年群体提供了更多的选择，老年人的品质消费时代来临。



资料来源：《2017中国老年消费习惯白皮书》，苏宁金融研究院

◆ 追求产品品质，享受型消费成潮流：

- “便宜”已经不再是老年人的首选，他们的消费需求正在向高水平、高层次和多元化的方向发展，表现为追求品质的享受型消费特征，比如，越来越多的老年人愿意在旅游与养生理疗上增加投入；
- 此外，部分老年人的心态也在趋于年轻化和时尚化，消费观念逐渐向年轻人靠拢，他们比以往更加注重化妆、衣着等方面的展示型消费。

◆ 重视体验与店内服务，追求便利与实用：

- 老年人普遍认为店内体验会影响他们的消费决策，因为在店内能够看到商品实物，购买起来会更放心也更方便；
- 另外，由于老年人的精力、体力随着自身年龄的增加而有所下降，他们更喜欢在就近地点消费，追求便利和实用。在购买过程中，他们同样会看重商家是否提供方便、良好的购物环境和服务。

◆ 网上购物、移动支付不再是年轻人的专属：

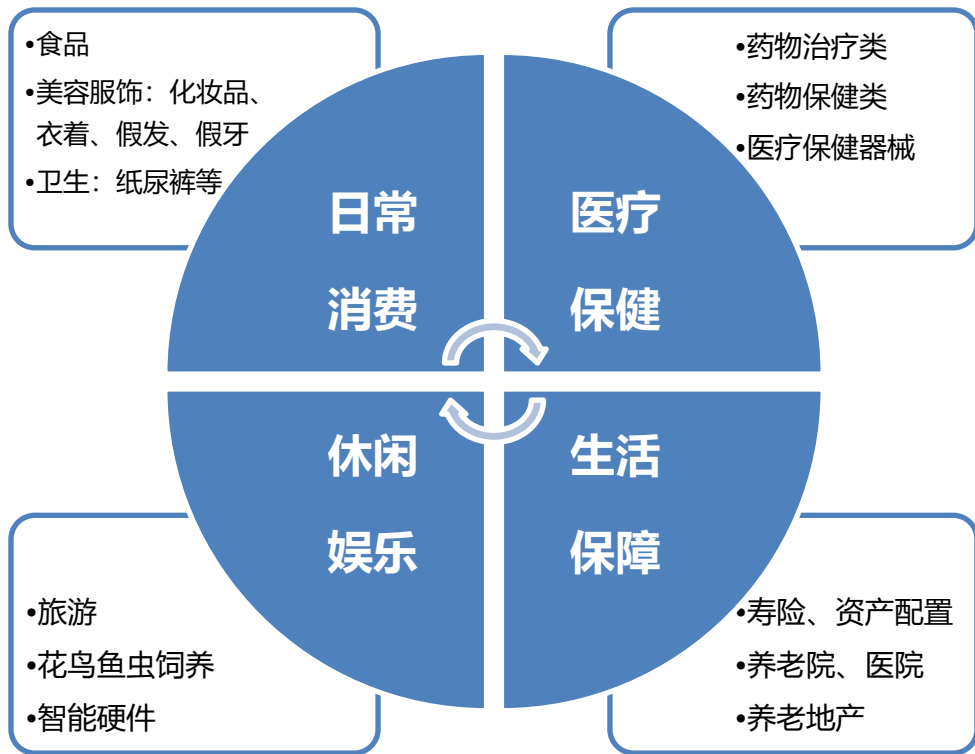
- 社交媒体的兴盛与移动支付的便利，也在潜移默化地影响着老年群体的消费思维模式，他们渐渐不再拘泥于传统的现金支付或刷卡支付，而是更加愿意尝试网上购物和移动支付；
- 中国互联网信息中心数据显示，老年网民群体快速增长，60岁以上网民占比约5%，预计未来还会继续增长。

◆ 智能化、数字化产品备受青睐：

- 鉴于老年人的生活能力逐渐弱化，他们越来越需要适合自己的智能化产品的辅助；
- 根据《2017中国老年消费习惯白皮书》的调查数据，老年人对身体健康数据监控、智能远程呼叫等数字化产品感兴趣程度较高；
- 值得注意的是，在老年人最感兴趣的数字化产品之中，一半以上是与健康相关的。

◆ “银发经济” 机会多多

- 随着经济社会的不断发展，不同年龄层次的老年人在衣、食、住、行、游、购、医、娱等方面，对消费产品和服务质量有不同的要求，这便形成了一个规模庞大、结构多元、丰富多彩的“银发经济”市场。

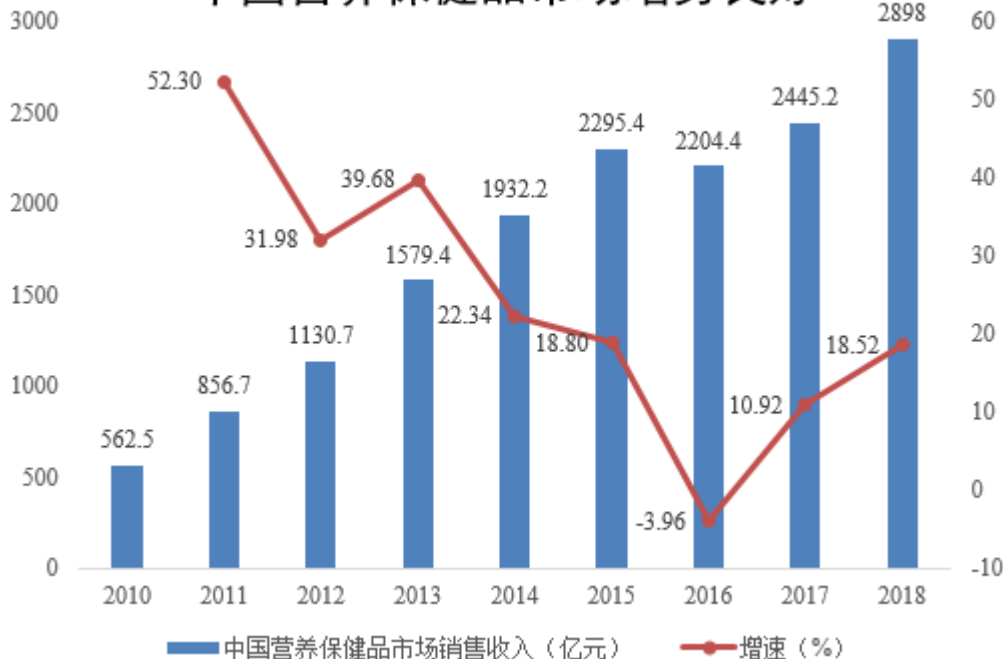


资料来源：苏宁金融研究院

◆ 重点领域之一：营养保健品

- 生活水平的提高，让老年人日益注重养生保健，营养保健品成为老年市场的热门消费品，2018年我国营养保健品销售收入接近3000亿元；
- 随着老年人数量的进一步增加，我国营养保健品市场将继续迎来大幅度增长；
- 建议重点关注：**预防骨质疏松的钙片、提高自身免疫力的氨基酸、富含维生素及矿物质的保健食品、针对中老年女性调养血气的保健品，以及糖尿病、心脑血管疾病相关的保健品，等等。**

中国营养保健品市场增势良好

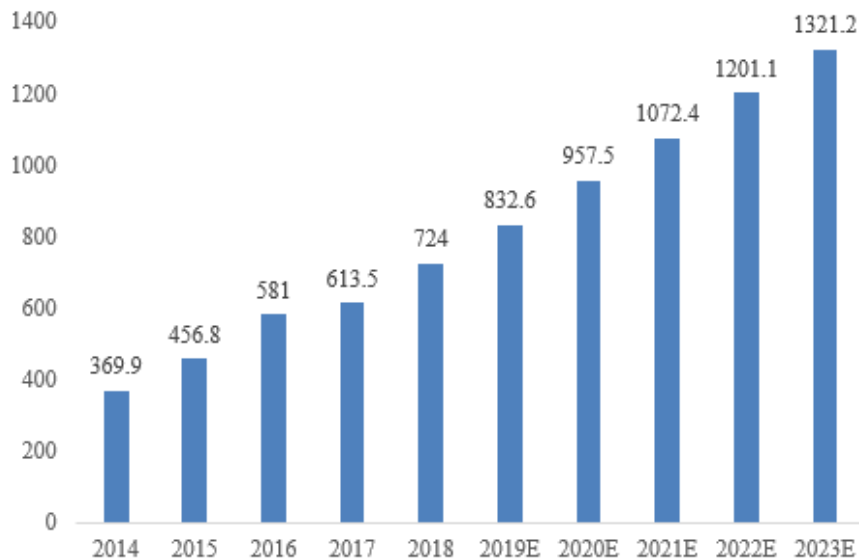


数据来源：前瞻产业研究院

◆ 重点领域之二：家用医疗保健器械

- 家用医疗保健器械实际是一种普及化的小型医疗保健器械，多为医用器械小型化、电子化、智能化的创新产品，具有一定预防、诊断、保健、治疗、辅助治疗、康复等作用，方便适用、安全可控，尤其适合老年人居家使用；
- 近几年我国家用医疗器械市场规模正日渐扩大，预计到2021年突破千亿；
- 建议重点关注：**制氧机、按摩椅、按摩仪、静脉注射、病人监护、家用超声药物雾化器、电子真空吸痰器、指脉血氧仪**，等等。

中国家用医疗器械市场规模（亿元）



数据来源：智研咨询

◆ 重点领域之三：旅游

旅游是老年人群
不可或缺的生活元素

- 老年人辛劳半生，退休后闲暇时间更为充裕，相应地会加大在旅游、文娱等精神方面的支出。

“量体裁衣” 地研发旅游产品

- 针对老年人的心理需求、身体健康特点、消费喜好等设计、包装有特色、富于吸引力的老年旅游产品，在医疗服务、行程设计、保险服务、导游讲解上予以相应配套。

对于“高净值”老年游客，要相应推出主题特色鲜明、文化内涵丰富、服务优质的旅游产品

- 在传统观光产品的基础上，推出疗养健身、保健理疗类型的旅游线路；针对老年人的摄影、绘画、垂钓等喜好，推出专题活动类的旅游产品；根据养老需求，推出异地居家式“候鸟型”养老旅游产品等等。

◆ 重点领域之四：老年人日常消费

➤ 老人美容：

不少老年人的心态正趋于年轻化和时尚化，消费观念逐渐向年轻人靠拢，表现为对美容产品的青睐。不同于年轻人的美容需求，老人更多偏重抗皱、紧肤、滋润等日常护肤类产品，对于眼影、指甲油等彩妆类需求相对较小，整体偏重实用护理。

➤ 老人卫生：

老龄化问题将直接推动老人护理市场的快速发展，纸尿裤、护理垫等产品或将迎来高速增长期；

目前，我国成人纸尿裤的渗透率不到3%，整个市场仍处于初级发展阶段，空间巨大。

➤ 老人珠宝首饰：

父母年纪大后，子女会购买首饰珠宝等作为礼物送给父母，这也一直是国内老年人比较喜欢的礼物之一（可以传给下一代）；

近几年的母亲节等节日，黄金饰品销量大增。

➤ 老人假发：

步入老年，头发日益变白，脱发现象严重，从美观的角度，老人在假发方面的需求更多；

当前，我国假发制品行业呈现“生产在内，消费在外”的特点，以出口导向型为主，约80%以上的产品销往国外，国内假发消费市场潜力巨大。

◆ 重点领域之五：金融理财

- 老年人为了保障退休生活，避险需求强烈，对于收益相对稳定的资产配置意愿更强，老年金融理财市场将迎来发展；
- **养老保险或将迎来利好。**按照美国、日本的经验，保费增速与老龄化速度正相关，老龄化加速阶段保费快速增长，老龄化速度稳定下来后保费增速下降，这也预示着我国承保业务与养老保险的发展还有较长的黄金时间段。

养老保险产业链：保险+投资+健康养老服务



资料来源：中信证券研究部

◆ 重点领域之六：养老服务

- 我国养老服务需求巨大，前景广阔，但目前来看，政府主导的养老服务远远无法满足日益增长的老年人口的需求；与此同时，高端的社会养老机构又大幅度超出一般家庭的支付能力，导致资源存在浪费，“一床难求”与“空置率高”并存。
- 国务院总理李克强5月29日主持召开国务院常务会议，部署进一步促进社区养老和家政服务业加快发展的措施，其中特别提到：“**放宽准入，引导社会力量广泛参与。**”
- 未来，在**养老地产、医疗机构、社区养老看护、家政服务等领域**，社会资本将大有可为。

社会资本参与养老地产的三种模式

① 在普通住宅小区安装无障碍设施，增加小区卖点，吸引老年人入住

② 养老院式的老年公寓，呈连锁式发展

③ 养老社区，或依托社区建设各类养老居住产品

资料来源：华泰证券研究所

□ 苏宁金融研究院介绍

- ✓ 苏宁金融研究院是苏宁金服集团旗下的大型专业研究机构，于2015年11月在南京成立，下设战略管理与规划中心、互联网金融研究中心、金融科技研究中心、消费金融研究院中心、供应链金融研究中心、新产业与企业研究中心、投资策略研究中心、宏观经济研究中心、法律和政策研究中心等九大中心，办公地点位于南京、北京和上海。
- ✓ 秉承多元开放、价值共享的原则，苏宁金融研究院有效整合内外部优质资源，定期发布研究成果、举办苏宁金融论坛，与政府、同业、高校、智库等机构进行广泛合作，为政府、企业和第三方提供定制化研究咨询服务，发布专题研究报告，积极传递苏宁金融智慧，致力于成为在O2O零售金融、互联网金融、金融科技、消费金融、供应链金融、宏观经济、区域经济和产业发展等领域的一流智库。
- ✓ 目前，苏宁金融研究院建立了40多人的研究团队，在40余家主流财经媒体和自媒体平台开设专栏，月均发布原创文章40余篇、接受媒体访问200余次，并在主流财经论坛积极发声，成为在互联网金融、金融科技、消费金融、供应链金融、宏观经济、区域经济和产业发展等领域具有广泛影响力的一流企业智库。
- ✓ 更多信息，欢迎访问苏宁金融研究院官网<http://sif.suning.com/>。

❑ 版权声明

- ✓ 本报告为苏宁金融研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

❑ 免责条款

- ✓ 本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合苏宁金融研究院监测产品数据，通过苏宁金融研究院统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

❑ 联系我们

- ✓ 邮箱 sncfzx@cnsuning.com；微信订阅号：苏宁财富资讯（后台留言）

扫码关注，更多干货等着你

苏宁金融
SUNING FINANCE



扫码关注“苏宁财富资讯”订阅号，
获取更多干货，我们下季度再见~

全场景更普惠

谢谢观看

THANK YOU

全场景更普惠