

针对55岁以上人群的营销 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 55岁以上人群的就业情况、动态收入来源、家庭结构和家庭责任。
- 每周线上和线下的休闲、购物及娱乐活动。
- 55岁以上人群参与线上互动和消费的情况。
- 各品类的购买决策过程和关键决策者。
- 送礼情况，包括收到小辈赠送的礼物和期待小辈赠送的礼物。
- 55岁以上人群认为值得花更多钱的家电功能或设计。
- 55岁以上人群对消费、社交参与、家人以及朋友的态度。

2021年，55岁以上群体占总人口的27.1%，这意味着中国是处于老龄化中的社会。这为品牌提供更多改善养老水平的产品和服务提出了挑战并带来了机遇，因为养老服务需求较高且尚未得到满足。

50多岁或60多岁的消费者是充满好奇心的成年人，而不是老派的老人家。70%的60后被访者表示，他们的着装风格经常改变，高于Z世代（59%）和90后（60%）。此外，只有18%的55岁以上被访者表示，他们一般不会去吃西餐或不熟悉的菜系。

在社交参与方面，基于社区的渠道和服务正在成为市场中“黑马”。几年来的居家或待在当地的体验，实际上激发了他们对线下体验中面对面的人际互动更强的渴望。55岁以上群体的线下休闲娱乐需求值得品牌更多关注。

虽然55岁以上群体表现出活跃的一面，但关键是要认识到另一方面“空巢”家庭的问题，这些空巢老人需要更多帮助。缺乏代际支持的老一辈更可能感到孤独，并需要情感支持。在面向55岁以上群体营销时，品牌需要开始构建更包容的营销战略，并重新思考其产品的功能和设计。



“中国的中老年人口正在快速增长，而对于老年人的刻板印象需要打破。事实上，55岁以上人群是一个复杂的消费者群体；他们是现代且独立的消费者，越来越适应数字工具和渠道，同时也极为依赖人际关系来维持积极的生活方式以及培养目标感和社交联结。”

— 甘倩，高级研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告定义

综述

- 议题与洞察
- 以轻松的方式重新定义适老化产品
 - 数据1: 松下XQB100-UALTS洗衣机，2021年
 - 数据2: 满足中老年消费者情感需求的机器人示例
- 鼓励低龄老年消费者的现代消费习惯和参与度
 - 数据3: 天猫银发摩登计划，2022年
- 亲子关系和谐则生活幸福
 - 数据4: 中国移动推广新式家庭观念的活动，2023年
 - 数据5: 大疆创新推广无人机作为送给父母的礼物，2017和2023年
- 市场综述
- 中国的老龄化社会拥有尚未开发的潜力
- 政府鼓励延迟退休和退休后再就业
- 需要为安度晚年和不确定性做好积极的准备
- 基于社区的渠道和服务日益渗透
- 渴望多元化以实现丰富多彩的老年生活
- 养老偏好考虑方面发生了巨大变化
- 我们的观点

市场因素

- 中国已进入了拥有巨大未开发潜力的老龄化社会
 - 数据6: 人口结构，2021年
 - 数据7: 动态人口结构，2011-2021年
- 政府鼓励延迟退休和退休后再就业
- 需要为安度晚年和不确定性做好积极的准备
 - 数据8: 对经济状况的信心，2020-2023年
- 基于社区的渠道和服务日益渗透
 - 数据9: 日用品购物渠道，2021-2023年
- 渴望多元化以实现丰富多彩的老年生活
 - 数据10: 风格喜好的持久度（按年代区分），2023年
- 养老偏好考虑方面发生了巨大变化
 - 数据11: 偏好的养老方式（按年代区分），2023年

营销活动

- 天猫通过直播电商挖掘中老年KOL的潜力
 - 数据12: 天猫银发奶奶们的直播“我们老有趣了”，2023年

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 安慕希利用爱的话题重新连接年轻人与长辈
数据13: 伊利安慕希“214真爱来电”宣传活动，2022年
- 餐厅和咖啡馆在中老年人和罹患精神疾病的群体中寻找价值
数据14: 星巴克在墨西哥开设了专门由中老年人运营的门店，2019年
数据15: 忘不了餐厅雇用具有认知障碍的老人们为消费者提供服务，2022年
- 智能家居品牌面向中老年人推广生活助手的价值
数据16: 小度微电影《老杜》，2022年

新产品趋势

- 养老AI机器人ElliQ了解用户的童年，打造出数字“回忆录”
数据17: ElliQ陪伴机器人，2022年
- 家电突出安全和保健功能
数据18: 美的安全警报热水器，2021年
数据19: 松下健康马桶，2020年
- 中老年专属旅游不仅针对老人，也面向子女推广
数据20: 途牛爸妈专属旅游产品
- 帮助中老年人寻求新兴与科学解决方案的社区商店
数据21: 解唐忧实体店，2023年

就业与收入

- 中老年人在劳动力中占比尚未明显增加
数据22: 退休状态（按年龄和按城市线级区分），2022 vs 2023年
- 二线及以下城市退休的中年人口拥有更多多元化的收入来源
数据23: 收入来源和平均个人月收入（按退休状态和城市线级区分），2023年
- 提前退休的女性能更灵活地享受自由
数据24: 退休状态（按性别和年龄区分），2023年

家庭结构与家庭责任

- 超过60%的被访者与子女同住
数据25: 居住情况（按年龄区分），2023
- 三线城市有更多老年夫妇家庭
数据26: 家庭结构（按年龄和城市线级区分），2023年
- 约40%的被访者为年轻一代提供经济支持
数据27: 家庭责任（按部分家庭结构区分），2023年

线上与线下活动

- 尽管短视频正在兴起，但电视仍然是最有效的触点
数据28: 线上与线下活动，2023年
- 中老年男性比女性更活跃地进行网上购物

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



- 数据29: 外出买菜与网上买菜（按性别和年龄区分），2023年
- 帮助子女照顾孙辈的祖父母对健身有更多需求
- 数据30: 部分娱乐活动——每周至少3天（按部分家庭结构区分），2023年

线上互动与消费

- 即使是在线上受访者中，也只有半数会主动在网上表达自己的喜好
- 数据31: 线上互动与消费（按性别区分），2023年
- 三线或以下城市的55岁以上群体在线上互动更活跃
- 数据32: 部分线上互动与消费（按城市线级区分），2023年
- 从子女处获得帮助的55岁以上群体对新兴的购物方式更熟悉
- 数据33: 部分线上互动与消费（按居住情况区分），2023年

购买决策

- 中老年消费者在购买大件商品时需要帮助和指导
- 数据34: 购买决策，2023年
- 一线城市的55岁以上群体对做出重大购买决策更有信心
- 数据35: 购买部分品类时的购买决策（按城市线级区分），2023年
- 60-65岁男性展现出改善外观的意愿
- 数据36: 购买部分品类时的购买决策（按性别和年龄区分），2023年

收到过的和期待小辈赠送的礼物

- 服务和体验需求容易被忽视
- 数据37: 收到过的和期待小辈赠送的礼物，2023年
- 更多二、三线城市的55岁以上群体收到红包/现金和时尚产品作为礼物
- 数据38: 部分收到过的以及期待小辈赠送的产品（按城市线级区分），2023年
- 高收入者收到的食品/土特产与其的期待值差距较小
- 数据39: 部分收到过的以及期待小辈赠送的产品（按家庭月收入区分），2023年

有价值的家电功能

- 为健康检测和安全功能付费的意愿最高
- 数据40: 有价值的家电功能，2023年
- 无论收入如何，女性都对健康/安全功能有很高的需求
- 数据41: 部分有价值的家电功能（按性别和家庭月收入区分），2023年
- 互动功能和人体工学设计更吸引三线或以下城市的55岁以上群体
- 数据42: 部分有价值的家电功能（按城市线级区分），2023年

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

态度和观念

- 可持续发展意识、社会参与度以及对关系的依赖程度日益增强
数据43: 态度和观念，2023年
- 55-59岁女性更前卫，而55-59岁男性更倾向于保守
数据44: 态度和观念（按性别和年龄区分），2023年
- 低线城市女性对保持年轻的容貌有着强烈的追求
数据45: 态度和观念（按城市线级区分），2023年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。