

55岁以上消费者的科技产品使用习惯 - 中国 - 2022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岁以上人群的科技产品拥有情况
- 55岁以上人群在不同科技产品上的活动
- 55岁以上人群可以通过智能手机独立完成的线上服务
- 55岁以上人群对科技产品与服务的态度
- 55岁以上人群使用科技产品与服务时遇到的主要障碍
- 55岁以上人群对自己和同代人的认知

鉴于中老年人口对数字生活抱有积极的态度，科技产品和服务在55岁以上人群中拥有巨大的潜力。同时，相关政策的发布助力品牌和零售商为满足中老年人需求的产品创新与开发进行投资。

虽然主要线上平台和数字服务供应商已经开始进行适老化转型，但复杂的页面和功能让中老年人仍难以使用。同时，很大一部分中老年人在学习使用科技产品时仍遇到困难，且担心信息安全问题。

因此，着重于字体和页面的视觉转变仅是第一步。简化操作流程、更好地保护个人数据以及改进用户体验是未来发展的必经之路。此外，品牌和零售商可以从中老年人最看重的方面着手，如健康管理解决方案、定制化娱乐内容，以及持续提供帮助的首选平台。



“55岁以上人群对科技产品与服务展现出积极的态度。随着人口愈发老龄化，科技企业在“银发经济”中有着巨大的发展潜力。除了视觉方面的转变之外，在操作流程、个人数据安全和改进用户体验方面的进一步适老化转型将更能引起中老年人的共鸣。此外，像健康管理解决方案等中老年人最看重的领域，也为品牌带来了机遇。”

—柴静彦，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

- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场
- 日益增长的老龄人口带来新需求
- 政策发布助力满足中老年人需求的科技产品/服务的发展
- 公司与品牌
- 适老化软件助力中老年人使用科技产品
- 满足中老年人需求的智能产品/服务
- 创新功能让更好地关照中老年人成为可能
- 中老年人的首选平台
- 助力中老年人探索互联网的工具
- 线上兴趣社群丰富中老年人生活
- 消费者
- 智能手机在55岁以上人群中已接近全面普及
数据1: 科技产品拥有情况，2022年
- 看视频是中老年人最热衷的线上活动
数据2: 在科技产品上的活动，2022
- 55岁以上人群积极适应后疫情时代
数据3: 使用线上服务的熟练程度，2022年
- 科技让中老年人有乐有忧
数据4: 科技产品的影响，2022年
- 更清晰的视界和简化的步骤对老年人友好
数据5: 科技产品/服务的使用障碍，2022年
- 55岁以上人群是脚踏实地的一代
数据6: 老年人对自身和群体的认知，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 对适老化科技产品/服务存在需求
- 健康管理是发展机遇

市场因素

- 日益增长的老龄人口带来新需求
数据7: 60岁及以上人口占总人口比例，中国，2015-2021年
- 政策发布助力满足中老年人需求的科技产品/服务的发展

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

新产品趋势

- 适老化软件助力中老年人使用科技产品
 - 数据8: 微信和支付宝的适老化模式，2022年
 - 数据9: 百度和携程软件的中老年模式，2022年
- 满足中老年人需求的智能产品/服务
 - 数据10: 京东健康家医守护星智能音箱，2021年
 - 数据11: 满足中老年人需求的小度智能音箱，2022年
- 创新功能让更好地关照中老年人成为可能
 - 数据12: MIUI面向中老年人的新功能，2021年
 - 数据13: OPPO Reno5智能手机的远程守护功能，2021年
- 中老年人的首选平台
 - 数据14: Papa app，美国，2017年
- 助力中老年人探索互联网的工具
 - 数据15: “银发守护助手”微信小程序，2022年
- 线上兴趣社群丰富中老年人生活
 - 数据16: 面向中老年人的兴趣社群软件，2021年

科技产品拥有情况

- 智能手机接近全面普及
 - 数据17: 科技产品拥有情况，2022年
- 智能音箱和可穿戴设备在中老年消费者中具有潜力
 - 数据18: 部分科技产品拥有情况，55-65岁人群 vs 18-49岁人群，2022年
 - 数据19: 苹果手表的适老功能，2021年
- 中老年女性青睐易用性
 - 数据20: 科技产品拥有情况（按性别区分），2022年

在科技产品上的活动

- 看视频是中老年人最热衷的线上活动
 - 数据21: 在科技产品上的活动，2022
 - 数据22: 抖音“老友计划”，2022年
- 用大屏来阅读
- 笔记本/台式电脑用于网上购物和投资理财；平板电脑可以开发更多使用场合
- 中老年男性社交活跃，而女性则热衷于用视频记录生活
 - 数据23: 部分在科技产品上的活动（按性别区分），2022年

使用线上服务的熟练程度

- 55岁以上人群积极适应后疫情时代
 - 数据24: 使用线上服务的熟练程度，2022年
- 中老年消费者向线上购物渠道转型
 - 数据25: 饿了么（左） vs 饿了么关怀模式（右），中国，2021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。

- 独立出行仍是大麻烦
- 富裕的中老年消费者能更熟练的使用线上下单和问诊服务

数据26: 使用线上服务的熟练程度（按家庭月收入区分），2022年

科技产品的影响

- 科技是保持年轻的秘诀
数据27: 科技产品的影响，2022年
- 信息安全是主要担忧
数据28: 腾讯手机管家“大字关怀版”中的防诈骗提醒，2021年
数据29: 科技产品的影响——“使我更担心信息安全问题”（按家庭月收入区分），2022年

科技产品/服务的使用障碍

- 视界更清晰是第一步
数据30: 科技产品/服务的使用障碍，2022年
- 简化操作步骤有助于让学习过程更愉快
数据31: 科技产品/服务的使用障碍（按部分对科技产品的态度区分），2022年
数据32: 百度地图常规版（左） vs 百度地图关怀版（右），2021年

老年人对自身和群体的认知

- 脚踏实地是最深层的品质
数据33: 老年人对自身和群体的认知，2022年
数据34: 现状（按性别和年龄区分），2022年
- “我比同代人更时尚新潮”
数据35: 老年人对自身和群体的认知——“时尚新潮的”（按性别和年龄区分），2022年
数据36: 科技产品拥有情况，所有 vs 对自己的描述是“时尚新潮的”，2022年

附录——研究方法与缩写

- 消费者研究方法
- 缩写

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



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)。