

# 解锁银发族多彩账单里的新消费范式

“种草”、打卡、自拍剪辑短视频；唱歌、旅行、玩转各种电子产品……如今，这样的体验已经不再只是年轻人的专属。在上海最繁华的商圈，爷叔和阿姨们用日程满满的体验，写出了银发人生的另一种答案。

这里是上海繁华的南京东路，在这座商场里的七八两层楼，超过7000平方米的空间专为银发一族服务。这里不仅有购物，还有健康、学习、社交、出行等一系列场景。

老年电动代步车，比较方便地折叠，就可以比较方便放到车的后备厢里面去了。

出乎所有工作人员预料，商场自开业以来，销售最好的品类竟然是各类智能乐器。

什么是电影感？什么是中心点构图？Vlog课堂上，银发族学得认真仔细。国学课堂上，叔叔阿姨吟诵国学经典以修身养性。不远处的自由活动区，两位阿姨则结为互助伙伴正在学习古琴。

消费者高阿姨所说的会员，是繁花里599元一年的会员卡，这里的银发族人手一张。因为可以上全年20多种兴趣课，也因此商场成了会员的社交场域，有人一泡就是一天。

出门左转有餐厅，右转有银发旅游咨询，再往前走还能看场脱口秀。在这个集“衣食住行、吃喝玩乐”于一体的体验生活空间，银发族不仅是“消费者”也是“共创者”。在这里，商品是道具，体验即演出，银发一族则是主角。

多元体验驱动消费银发商业

体的流量账本

提到银发族的消费，很多人都会想到“只买对的，不买贵的”。而如今，为体验付费、为心动买单，银发族的消费也越来越追求实用性之外的感受。他们的账单里究竟写着怎样的变化？

姚天辰是上海百联繁花里的负责人。一年前，他管理的繁花里还只是一个面积不大的商店。开业后，他们发现空间远不能满足银发族的需求，于是门店迅速从500平方米扩展到7000平方米。在这里，各类课程为银发族提供学习体验，琳琅满目的商品提供价值体验，社交场域则提供情绪体验。而让运营方惊喜的是，三者之间还能形成有效联动。

姚天辰介绍，比如说课程里面有教烘焙的，有教健康养生的，他们上完课之后就对线下的一些食品低GI的（低血糖生成指数食品）特别感兴趣。

目前，繁花里给所在商场带来的日均客流达3000人。口口相传的信任使得高黏性会员人数也增长迅猛，目前已经有近1500名银发会员。

从“吃喝玩乐”到“诗和远方”银发族的多彩账单

这1500人中就有彭女士。彭女士退休已有10年，柴米油盐之外，她的消费账单和她的日常生活一样多彩而充实。

上海居民彭华表示，她退休之后，一直在做的就是旗袍走秀，每个星期要训练1到2次，有时候还会有演出。

彭女士把旗袍社团生活称为

自己的“主业”，通过服装体验美、通过演出体验价值感。此外，在老年大学学习走秀、跳舞、弹钢琴，还有每月定期的游泳锻炼。彭女士说，退休生活开启了一段真正属于她自己的黄金时光。

而在日常的半径之外，旅游是彭女士的另一种“生命充电”方式。

彭华表示，2025年走了几个地方，新疆的独库公路，从南疆进，北疆出，周边的两日游三日游性价比很高。国外去了西班牙和葡萄牙，一共13天。

和彭女士一起出游的朋友很多来自一家她常去的俱乐部。在这家俱乐部里，她和朋友们可以待上一整天。正在给她拍照的是俱乐部运营负责人钱子卿，钱子卿曾经从事银发族节目的制作。三年前，他嗅到商机，和朋友一起开了银发俱乐部。

一百元玩一天老年“聚”乐部撬动银发生意大账本

钱子卿介绍，这家门店四十几间包房，基本上可以满足，人均100多元在这里就可以聚上一整天。一室一厅的独立的包房，和自己的朋友们可以在包房里面吃饭、唱歌、打牌，这个是属于独乐乐。出了房间也可以和不认识的朋友们，大家一起众乐乐。他们的公共空间里面，提供了专业的影视级的布景，还有专业的舞池灯光，下午还有驻唱的歌手表演。

两餐饭加一天的聚会娱乐，每个人的花费不到150元。

在银发社交的需求催生下，

钱子卿和朋友在不到三年的时间里，开了4家线下门店。目前，4家门店平均每天服务银发消费者超2000人，每家门店月收入超200万元。对俱乐部来说，扣除餐饮和乐队演出等运营成本，利润其实相对微薄。在平日聚会的产品之外，运营团队也在围绕银发族的需求开发新的体验。

线下门店积累客户资源，以一日聚会产品为主，多日旅游、下午茶、酒店产品、电商销售为辅，形成业务矩阵，实现互补性交叉补贴，最终构建银发人群的服务生态。

由浅到深由通用到精准银发体验新范式加速演进

这些创新业态不仅是在“服务老人”，更是在运营“人生新阶段的生活方式”。它出售的不是商品，而是“被需要”的社会连接和“被看见”的情感满足。从提供服务到价值共创，市场边界正在发生怎样的变化？当银发遇上体验，消费的新范式又将如何重构？

银发族的消费力有多强？在四川，主打移动星级酒店的“熊猫专列”旅游列车，自运营以来竟有高达75%的旅客为60岁以上的“银发客人”。而在福建霞浦的滩涂之上，中老年摄影团超过了八成，带火了“摄影+康养”的旅游模式。

专家：人均预期寿命增长“银发+体验”将有更大市场空间

随着科学技术的发展和人们生活品质的提升，中国人均预期寿命已经达到79.25岁。专家表示，更

长的生命周期也为“银发+体验”带来了更广阔的市场空间。

复旦大学老龄研究院院长彭希哲表示，老龄社会要逐渐过渡到长寿社会，长寿就是百年人生。这个时候，人们就会重新思考我未来的生活怎么样，他就希望能够体验更多的东西。

从买产品到买感受，体验后的信任感成为银发消费的重要动因。从“餐厅”到“俱乐部”，从“养老院”到“综合为老服务中心”，从卖“一张床位”到出售“品质生活方式”，银发消费的场景也在发生显著变化，由“单一”走向“复合”。

“十五五”规划纲要提出，扩大老年教育资源供给，发展老年大学，满足老年人精神文化需求。在上海，“市一区一街镇”三级老年教育网络不断完善，上海老年大学已累计提供100万个学习名额。

专家：银发教育兴起身份体验映射精神追求

在相对基础的课程之外，国内一些高校也开始开发老年留学项目。无论是短期的“康养游学”，还是重返校园的深度体验，银发教育的悄然兴起，映射了“新老年”群体的精神追求。

彭希哲表示，我们可以把它理解为三个层次，体验经济，第一个身体体验，比如说康养旅居运动理疗。第二种是情绪的体验，陪伴、社交、兴趣。第三层实际上就是身份的体验，我是在学习，我是在旅行，我还在工作，我是有品质地生活，这是一种老年人自我认定的一种身份。

# 故乡福园

National Memorial Park

National Funeral Home

7482 Lee Hwy., Falls Church VA 22042

## 清明节期间有特别折扣

欲知详情请电：张真 Cassy  
手机：703-937-7299

风景风水之好胜于大华府地区任何墓园。交通方便，位于495环线内。园陵享有永久免费妥善维护。