

“新老年人”引领消费新趋势



刚刚过去的“十一”黄金周,全国7亿多人出游。哪个年龄段的游客最舍得花钱?调查数据显示,不是人们印象中喜欢“买买买”的“80后”“90后”,也不是薪资处于职场高点的“60后”“70后”,而是“50后”,单次旅游人均花费达到了3640元。

在很长一段时间内,“节俭”是中国老年人的一大特征。从采买食材到置办衣物,从寻医问药到远行出行,老年人往往精打细算,在节约上下足功夫。老年人也热衷于储蓄,即使收入不错,也倾向于把钱存起来或购买安全性高的国债等。

不过,随着上世纪50年代和60年代初出生的一代人陆续退休,步入老年,中国老年群体高储蓄、少消费的特征悄然改变。收入不错、舍得花钱、追求品质,一批“新老年人”引领老年消费新趋势。

消费方式变了 “新老年人”是网络达人

与人们固有印象中的老年人不同,“新老年人”对网络的接受度

高,对电子产品使用熟练,继而深刻地影响其消费方式。

家住北京市朝阳区的刘阿姨刚退休两年。买菜是小区里老年人几乎每天必做的事。但刘阿姨很少出门上菜场、去超市。“附近的菜市场,环境脏乱差,路也不好走。去超市,买的多了又拎得累。我都是网上下单。”刘阿姨向记者展示手机中一款主打线上零售业务的应用程序。“你看,只要点开这个图标,蔬菜、粮油、水果、饮料、日用百货,应有尽有,都是品牌超市的商品。选好要买的商品类别和数量,当天内附近的物美超市就会派出工作人员送货到家。”

使用移动终端和支付软件消费,在电商平台进行线上消费,曾经是年轻人的“专利”,而今“新老年人”对其同样轻车熟路。目前,中国60岁以上网民数量已超过4亿人;超过六成的老年人会使用微信、支付宝等移动支付。阿里巴巴集团的数据显示,全国50岁以上的网上购物人群十分庞大,仅淘

宝天猫上就有近3000万人。

“新老年人”对新型电子产品的接受度也很高。2019年10月7日是重阳节,京东发布的重阳节消费大数据显示,智能手机、智能拐杖等电子产品位列搜索关键词的前几名。调查显示,44%拥有智能手机的55-65岁“新老年人”都是自行选购智能手机的。在京东平台上,老年商品销售额显著高于平台整体销售增速,呈现出高速增长的态势。

消费偏好变了 “新老年人”追求生活品质

不委屈自己,愿意为生活品质花钱,是“新老年人”消费的一大特点。

调查显示,中国每年老年人旅游人数已经占到全国旅游总人数的20%以上。途牛旅游网发布的《中国在线邮轮旅游消费分析报告》显示,2018年度中国邮轮旅游客中,有近三成是60岁以上的老年人。

“新老年人”时髦做候鸟老人。据了解,近年来,城市老人到农村体验田园生活、农村老人进城享受城市生活、北方老人到南方越冬、南方老人到北方避暑,已成为不少老年人提高生活质量和康养水平的一种新型生活方式。从南方的三亚、大理,到北方的烟台、威海,全国各地的“候鸟老人”现象都在增多。

“新老年人”对学习培训有热情。提起老年人的文娱活动,许多人会想到跳广场舞。调查显示,60岁出头的老年人比年龄更大一些的老年人更愿意学习那些学费高昂、学习难度大、学得周期长的技能,如运动、书法、绘画、乐器、瑜伽、外语等,并愿意为此付费。在抖音、快手等直播平台的页

面,越来越多的“新老年人”还当上了“主播”,引来大量“点赞”和“打赏”,许多老年人视频直播平台也应运而生。

如何对接新的消费需求 让“新老年人”花钱舒心又放心?

倡导理性、规范市场——中国老龄协会2019年4月发布的《需求侧视角下老年人消费及需求意愿研究报告》指出,老年消费行为容易受到求实心理、焦虑心理、融入心理、补偿心理、趋利心理等影响。老年人总体维权意识较弱,随着年龄增长,判断能力和逻辑思考能力都有所下降,一些不法商家趁机向老年人兜售假冒伪劣伪劣商品。对此,一方面老年人应注重理性消费、适度消费。另一方面,政府部门要有大力规范、净化市场,加强监管,打击各种假冒伪劣和市场欺诈。政府有关部门还应加强对养老产业和涉老行业的监管,建立健全相关制度,规范行业中的不正之风和不法现象,让消费市场中的老年人花钱花得放心。

提升品质、创新供给——不少60多岁的老年人抱怨,市场上针对老年人的商品和服务不少,但往往更符合七八十岁老人的需求。而刚退出职场不久的“新老年人”,身体健康状况普遍较好,在休闲娱乐、体育运动、外出旅游等方面的需求和中青年没有太明显的差异。专家建议,养老产业和其他涉老产业应更加细分,针对“新老年人”的特点和需求,力争精准服务:发展老年娱乐、老年旅游、老年体育、老年教育培训等新业态,创新老年康养模式,让他们花钱更开心、顺心。

【据人民网】

美国安利公司亮相2019中国国际进口博览会

11月5日至10日,第二届中国国际进口博览会在上海国家会展中心举办,共有来自150多个国家和地区的3000多家企业参展。涵盖了互联网科技、装备制造、汽车、医疗保健、食品等多个领域。美国安利公司再度亮相第二届进博会,展区位于会展中心7.2号馆,属于“医疗器械及医药保健展区”。安利精选了10款纽崔莱进口产品,包括了补充每日所需基础营养素、帮助身体抵抗自由基的倍立健、卵磷脂维他命E片等产品参展。

据了解,本届进博会期间,上海国家会展中心设置了多个VIP休息室,用于接待莅临进博会的各界重要嘉宾。安利公司作为此次进博会的参展单位,主动提供“安利逸新空气净化器”设备,为提升展会品质助力。这一举动得到

了进口博览会承办单位中国国际进口博览会、国家会展中心的充分肯定和赞许。

看好中国健康产业前景

美国安利公司是全球性直销公司,已在世界100多个国家和地区开展业务。安利(中国)是美国安利全球的子公司,1995年进入中国市场,在广州建有美国安利公司海外生产基地,面积达14.1万平方米,产能超过450亿元人民币。受益于中国的改革开放政策,安利扎根中国,取得了稳健的发展。

随着中国国力增强,“健康中国”上升为国家战略,健康产业增长迅速。据安利(中国)总裁余放介绍,2018年中国膳食营养补充剂总体市场规模超过了4600亿元。基于中国

健康产业的广阔前景,安利此次参展展品,全部为纽崔莱营养保健食品系列,突出展示纽崔莱85年来坚持的“从种子到成品”的全流程质量管控体系,从选取物种、筛选种子、选择农场,到有机种植、采收、萃取、生产、包装,每一个环节都做到了可追溯。截至今年9月,近4年进口产品累计销售额达32.2亿元人民币。

搭上中国发展快车

连续两次参展进博会,安利(中国)总裁余放表示:“进博会的成功举办,展示了中国的营商环境持续优化,让企业看到了中国市场的广阔前景和无限潜力,安利持续加大了对中国市场的投资。”

2019年,安利将位于美国的家居科技生产线转移到了中国,年产

能超过1100万件;因为中国在数字化、移动互联网领域在世界的领先地位,安利还将全球数字创新中心、大数据创新中心落户在了中国,未来5年,将投入2亿美元用于中国市场的数字化建设。同时,基于中国移动社交电商、移动支付、物流体系建设逐步领先于世界发达经济体的平均水平,安利也将中国市场的成功经验、中国方案和中国智慧输出到全球市场。

【安利公司 供稿】



“双十一”购物就去苏宁易购

“双十一”全民狂欢购物节,仍旧是当下消费市场最火热的购物节点之一,很多消费者早早的就进入了消费准备状态。当然,为了今年的双十一能够有个好的收成,各行各业的商家也是早早的就开始准备了,今天带领大家走进苏宁易购,这家全国拥有15000多家全场景线下门店,线上线下双重融合的中国零售航母企业去一探究竟。

来到位于下关建设路的大理苏宁易购下关店,刚到门口就发现,位于店外立面的户外广告已经切换成双十一的画面,江疏影、杨洋、贾玲、沈腾一线明星阵容强

强联合代言。2019年,关注苏宁的人都会发现,这家企业今年的话题特别多,特别是在收购了万达百货和控股家乐福中国这两个大事件上,瞬间将苏宁整体品牌影响力拔高了很多。

进入店内,齐刷刷布展的吊旗和地贴映入眼帘,来到悦生活专区,销售顾问迫不及待的迎了上来,一番讲解让笔者对苏宁易购今年双十一的活动力度有了清楚的了解,单件满2999元送干湿两用拖把1把,单件满4999元送价值398元苏宁极物乳胶枕一对,单件满6999元送智能扫地机器人1台,单件

满8999元送空气净化器1台。跨品类套购满30000元送1.5P变频空调一台,优惠力度足以让您有购买的冲动。

苏宁易购滇西区域总经理董大华表示,“今年的双十一全民狂欢购物节,从集团总部到各地分公司再到门店,从线上到线下,商品的备货,促销资源的准备,都做了充分的准备工作,就滇西7地州来看,可谓万事俱备。”信心来源于强大的品牌实力和充足的价格资源,甚至可以实现全网比价,决心来自于终端对集团双十一活动强有力的执行力和广大消费者多年来

对苏宁易购高度的认可。问到消费者朋友们最为关心的物流和售后方面的问题时,董大华介绍:“今年集团对线上双十一期间物流提出了明确要求,7天内必须发货,售后同样执行7天无理由退换货;对于线下,目前就滇西区域,除了较远的藏区香格里拉部分乡镇外,均能实现次日达,现在物流已覆盖区域的全部村镇,对于售后,现在滇西区域已经建设了很多‘苏宁帮客’网点,对于售后安装问题均能第一时间响应,甚至部分区域已经实现了送装一体。”

【叶林】

旅游纠纷成为消费投诉热点

近日,中国消费者协会发布第三季度全国消协组织受理投诉情况分析。三季度正值暑假,不少消费者选择外出旅游,相关旅游纠纷成为消费者的投诉热点。

消费者的主要投诉涉及多个方面,如消费者通过旅行社报名出游,如果报名人数不足,旅行社会因收客人人数不足取消行程,导致消费者不能按时出行。虽然旅行社应承担取消行程的违约责任,但是旅行社的违约赔偿金额一般比较低,不足以弥补消费者临时改期会付出的成本。还有部分经营者不遵守合同约定,未经消费者同意,擅自变更旅游行程安排,甚至不签署旅游合同,混淆是非,逃避法定职责。

景点及购物点的商品以次充好、价格虚高等问题严重,尤其是珠宝玉器、珍珠水晶、药材、保健品、工艺品之类商品比较突出。个别旅行社还存在违规安排消费者进入购物店的问题,并诱导、欺骗甚至强迫消费者购买质次价高的商品。

通过网络平台搜索知名旅行社,出游后才发现是山寨旅行社冒名的案例也格外引发消费者关注。今年春节期间(2月4日至10日),广东省深圳市消费者委员会

收到了26宗“港澳游”投诉,投诉对象全部涉及“野马”旅行社。在26宗投诉中90%的消费者是通过网络搜索获取旅行社信息,其中又有50%的消费者通过百度搜索“国旅”,页面出现了加V认证的国旅信息,消费者误以为该旅行社是“深圳市国际旅行社”(以下简称“国旅(深圳)”)而对其产生信任,而在行程中消费者普遍遭遇了“强制购物没商量”“原定景点被取消”和“食宿降级很无奈”等问题。

经过调查发现涉事旅行社均为假冒国旅的“野马”旅行社,该旅行社并未进行商事主体登记,而其持有的自称是“深圳市国际旅行社有限公司”所提供的合同、收款收据盖章等均是假冒国旅(深圳)的。

中消协提示消费者,选择跟团出游时,需注意所选择报名的旅行社是否具有经营许可证和营业执照,是否为正规的旅行社,在网上报名时也需谨慎辨别网络信息真伪。应签订正规书面旅游合同,合同中应明确团费所包含的项目、具体行程安排以及购物次数、自理费用项目等内容,消费者不要轻信旅游从业人员的口头承诺、低价团费等宣传。

【据人民网】

在线住宿平台服务规范发布

日前,国家信息中心分享经济研究中心发布我国在线住宿领域首个团体标准——《在线住宿平台服务规范》,旨在提升在线住宿服务水平,保障消费者权益,强化平台自律。这将引导行业发展,推动协同治理起到积极促进作用。

《规范》本着最大限度保护消费者权益的原则,对在线住宿平台以及平台内经营者的行为提出了具体要求,内容涵盖在线住宿服务的全流程,涉及基本行为规范、信息提供与审核、产品

信息展示、预订服务、经营者线上服务管理、评价管理、用户权益保护等方面。《规范》适用的对象包括开展在线经营活动的酒店、旅馆、客栈、民宿等各类住宿设施。

《规范》回应了社会公众广泛关注的热点问题,对搜索结果展示、产品和服务定价、先行赔付和快速理赔等提出了具体要求,强调“在同等交易条件下,平台上同一产品或者服务的价格应保持一致”。

【据人民网】

陈皮入馐 千滋百味

它其貌不扬,又皱又黑,仿佛经历过说不尽的沧桑,却是广东人珍藏的“宝”。俗话说广东有三宝——陈皮、老姜、禾秆草。它就是这三宝之首,陈皮。陈皮数新会陈皮最出名,它入药入馔皆可,是老人家中常备之物。它能派生出无数道广府料理,呵护广府人健康之余,还能满足口腹之欲,带来极好的味蕾享受。

陈皮理气健脾化痰有奇功。当广东人谈起陈皮时,绝大多数时候讲的是新会陈皮,它又被称之为“广陈皮”,这是历史贸易中给予它的称法,有别于其他省份所产陈皮。实际上,产陈皮的地区不止广东,云南、四川、江西等地也有。在宋代,广陈皮是南北贸易的“广货”之一。《本草纲目》载:“柑皮纹粗,黄而厚,内多白膜,其味辛甘……今天下以广中(即今新会)采者为胜。”它既有收藏价值,又有药用与实用价值。据《中国药典》记载,陈皮可理气健脾、燥湿化痰。

【据新华网】