

青年数字孝老现状与趋势报告

——基于互联网消费行为的分析

中国老年学和老年医学学会青年委员会 阿里巴巴集团

CONTENT

目录

01

研究概览

研究背景、研究设计、主要发现

02

老年用品和服务消费现状及趋势

规模、内容；青老差异

03

青年数字孝老现状与趋势

分队列、性别、地区、省份等

04

青年游子数字孝老现状

区域、省份；产品和服务轨迹图

05

结语与思考

结论、发展动能与发力点

研究背景

01

我国即将进入老龄社会，老年群体的需求日益丰富和多元

“七普”数据显示，我国60岁及以上人口有2.6亿人，占总人口比重达18.70%，预测显示，我国将于2021年底进入中度老龄化社会。加之，“新老年”群体的特征不断涌现，对于消费提出更高要求。

02

青年群体的孝老观念与行为是老年群体福祉的重要保障之一

在家庭中，青年承担着养老职责；在社会中，青年群体是老龄事业和产业的中间力量。在构建养老、孝老、敬老社会环境的背景下，洞察、把握和引导青年群体的孝老观念与行为具有重要意义。

03

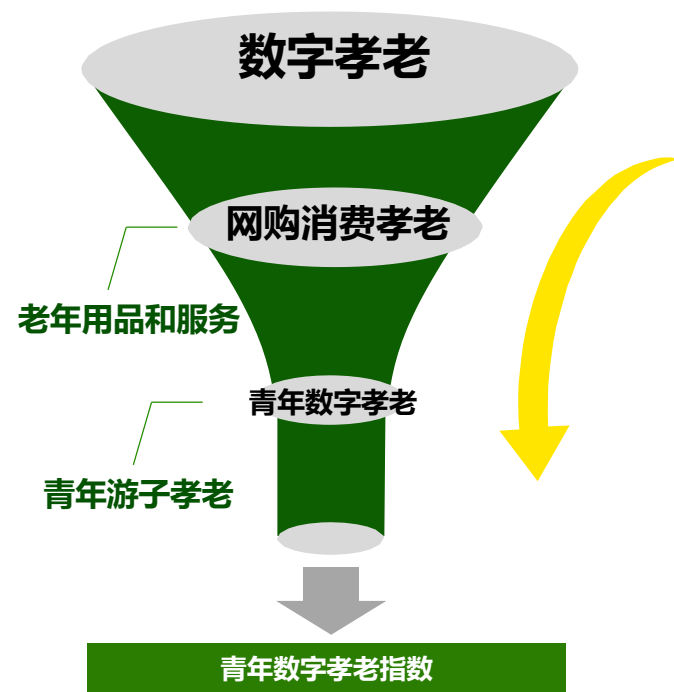
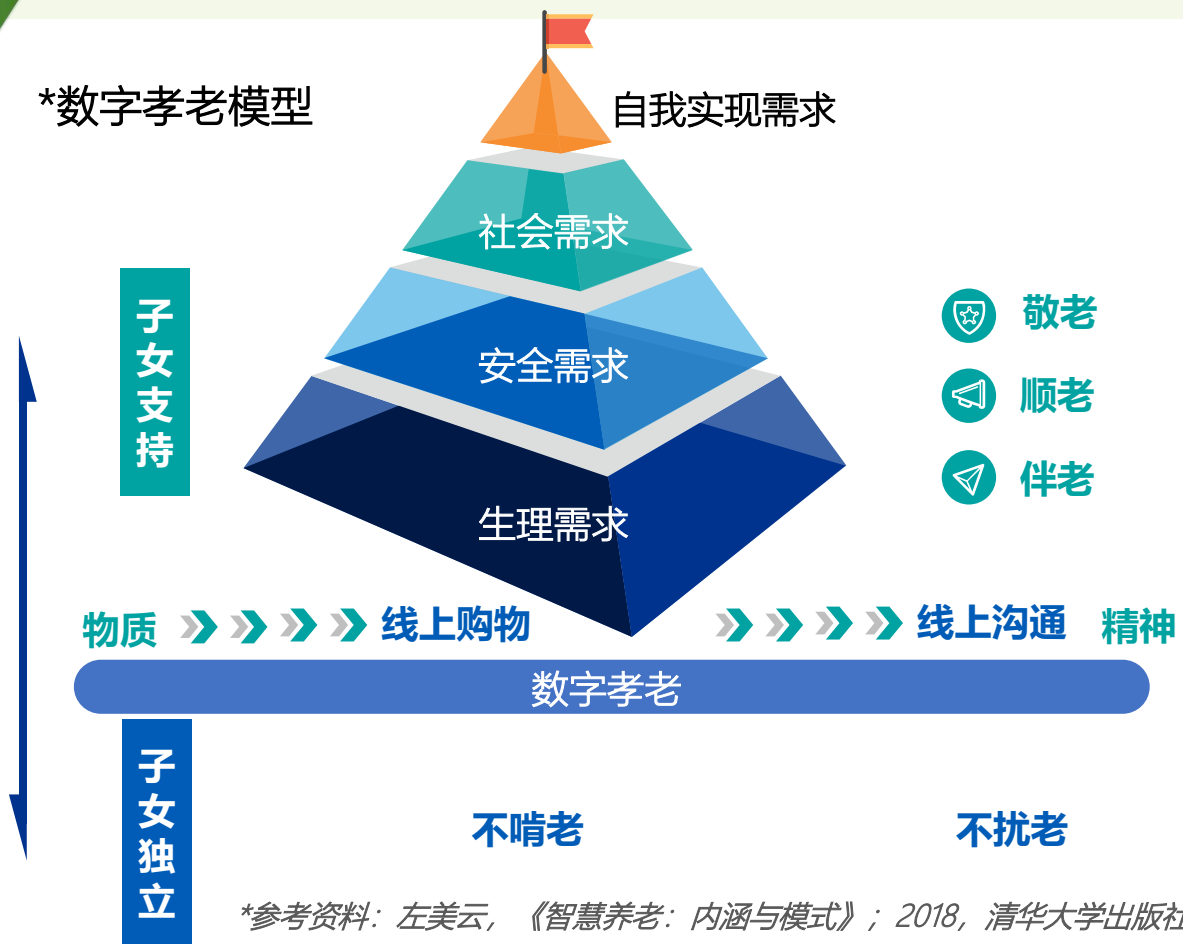
建设数字包容型老龄社会，确保老年群体共享数字红利

数字社会踏步而来，互联网消费日益成为各年龄群体的主流消费趋势，尤其是青年群体。数据显示，青年为老年人网络消费的代付订单呈暴涨趋势，支付亲情账号绑定数量涨幅明显，短视频日益成为老年人与子女沟通的重要渠道。如何建设数字包容型的老龄社会给我们提出了严峻挑战。



问题：考虑到青年群体的网络消费特征、人口流动特征与我国人口老龄化的深度发展趋势，网络会不会成为青年群体孝老的新渠道？它与传统孝老方式的关系是怎样的？**当前，我国青年数字孝老的现状及趋势是怎样的呢？**

研究设计



- 数据说明:**
- 1.老年产品和服务是采用关键词在阿里零售平台上进行筛选和抓取(2016.01~2020.12),比如包含老年相关的关键商品及服务,并排除明显属于其他年龄段的消费品类,服务类商品用“中老年体检服务”为主要代表。
 - 2.报告中的青年人是指出生于1980-2005年间的个体。

核心发现

一、总体趋势



网购老年用品和服务的订单量呈显著增长态势



健康需求诉诸网络的趋势明显



青年更关注老人基本需要，老人自购订单中高层次需要初现

二、青年数字孝老



90后、00后数字孝老指数增长态势明显



青年女性数字孝老指数远高于男性



青年数字孝老指数呈现“东中稳、西部降、东北升”的趋势

三、青年游子数字孝老



约四分之一青年游子通过网络寄孝心



东部地区和沿海城市青年游子数字孝老最活跃



老年用品和服务从人口流入地流向人口流出地的趋势明显



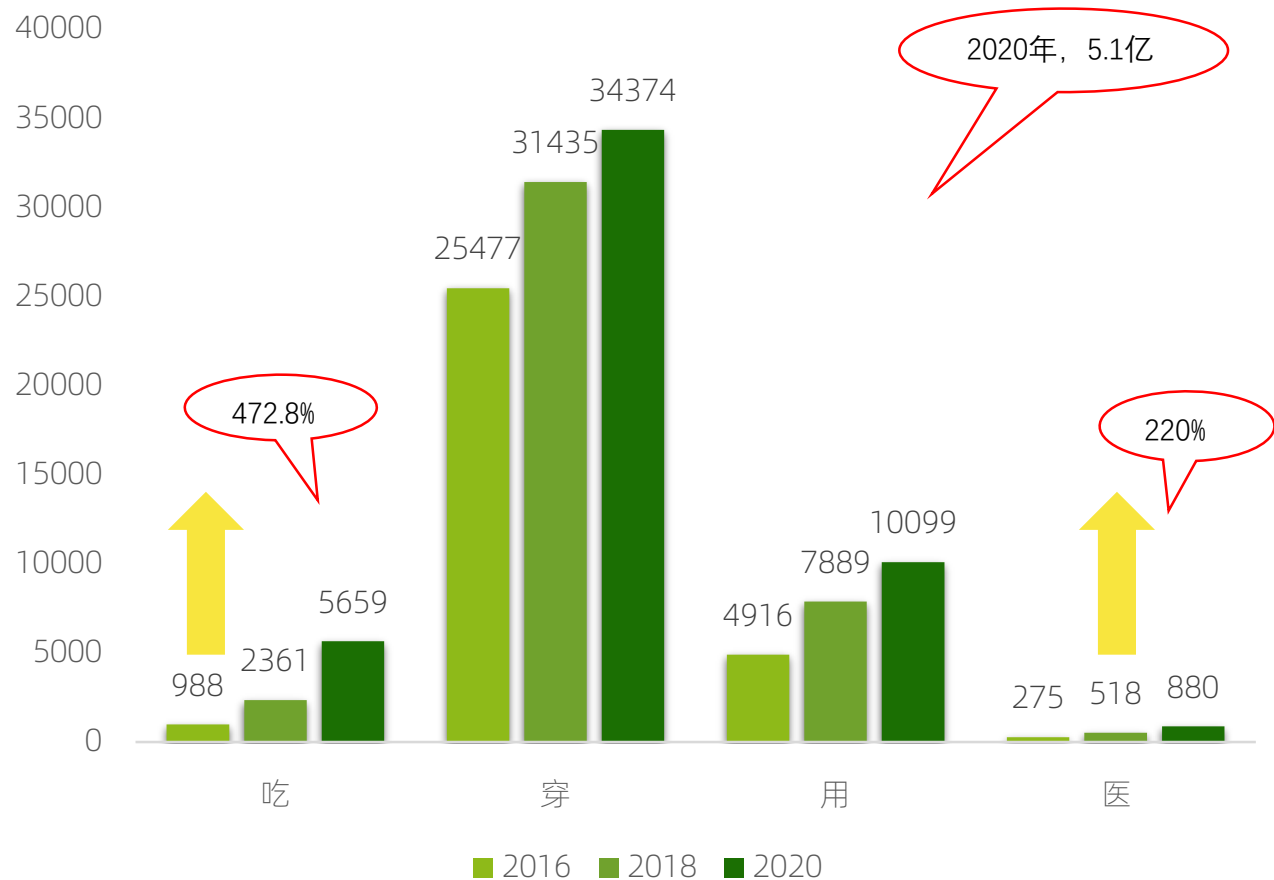
北京游子最多的牵挂在河北，广东游子的牵挂最丰富

第一部分

互联网渠道下老年用品和
服务消费现状及变化趋势

衣食用医的网络订单量均呈显著增长态势，食与医的增长势头最快

2016-2020年网购老年用品和服务消费订单量呈显著增长态势



“食”正在从传统向现代过渡 奶粉和维生素类保健品最受欢迎



健康需求诉诸网络的趋势明显

助听器、轮椅、助行器、体检等的订单量稳步上升



青年人订单Top 10

保暖——生理、安全需求



老人自购订单Top 10

时尚、美——社会需求



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37940

