

—— 大数据带你走进老年人的“生意经”

# 2021年 中国银发经济洞察报告

2021年6月

Mob研究院出品

©2021 MobTech. All rights reserved.





# 前言



## 研究定义

### 何为“银发经济”

根据世卫组织定义，60岁以上人口为老龄人口。本报告主要研究60岁以上使用移动智能手机的老年群体，并且将为他们服务的经济定义为“银发经济”



## 研究方向

### “银发经济”研究方向

本报告从银发族移动应用行为入手，对线上银发经济进行分析，挖掘线上银发经济的市场机会点



## 研究意义

### “银发经济”研究意义

在人口老龄化日益严重的今天，银发人口接近总人口的1/5，他们有闲有钱，银发经济市场前景广阔。深入洞悉银发族人群特征，释放消费潜力，有利于扩大内需

# CONTENTS 目录

1

中国银发经济市场总览

2

银发经济移动应用市场分析

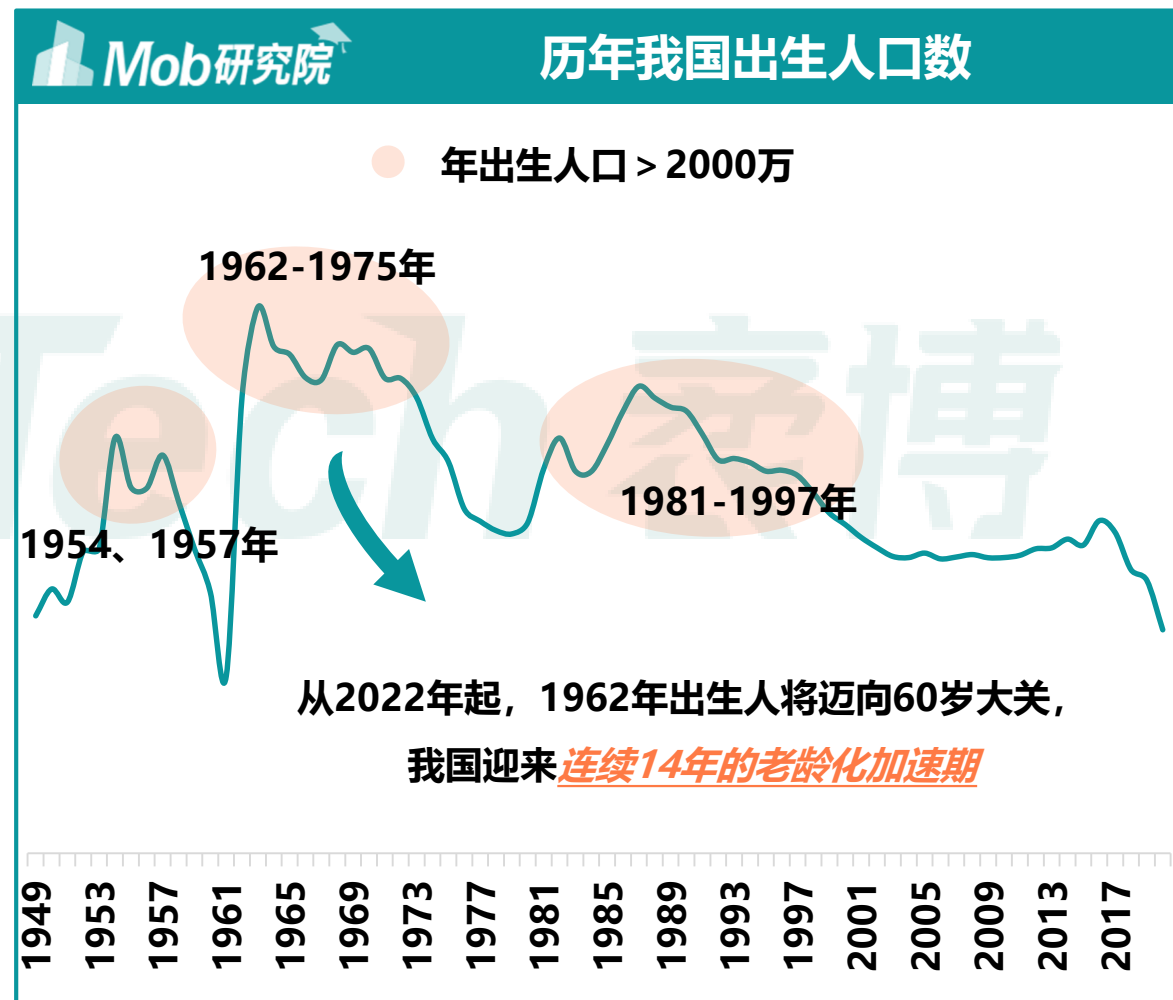
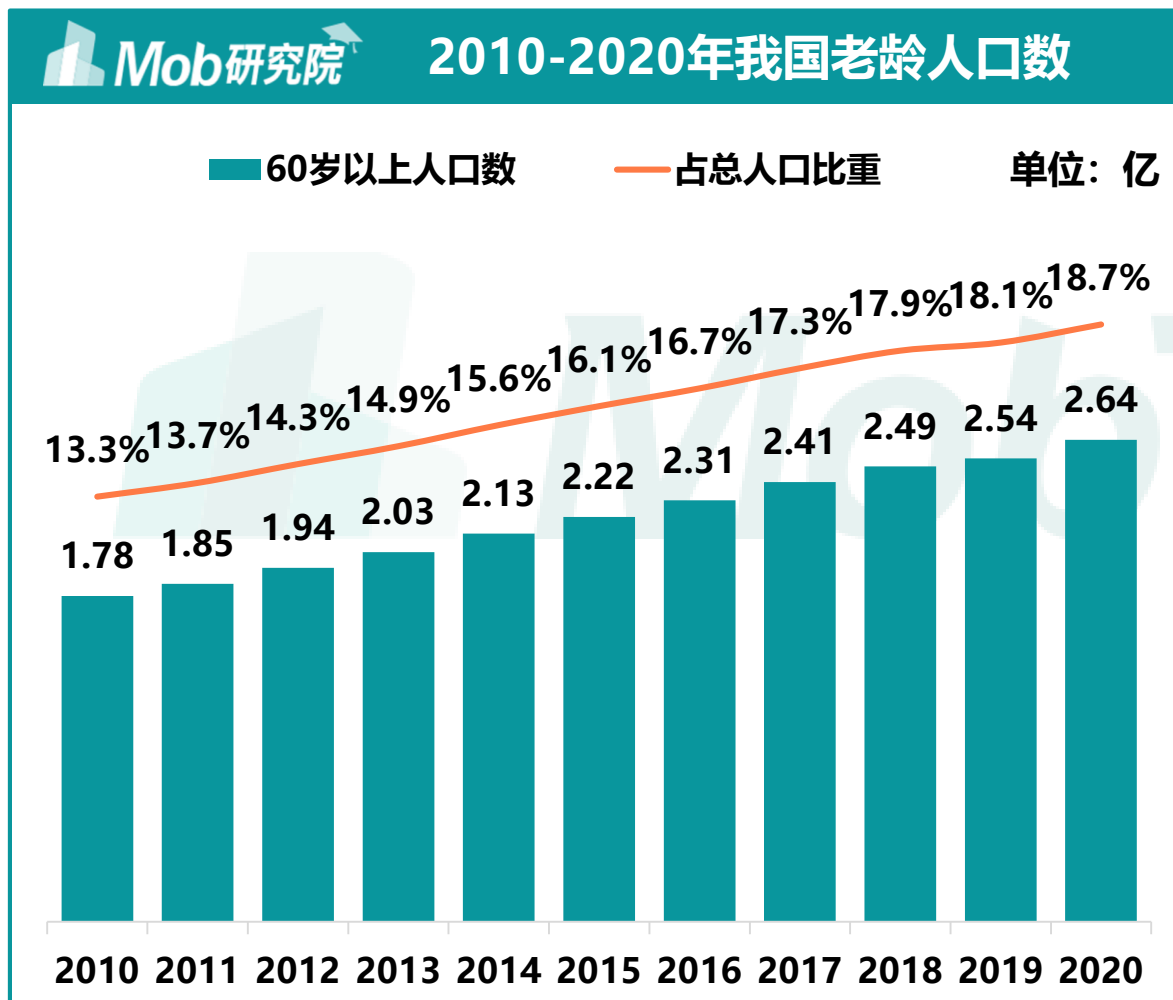
3

典型银发经济App洞察



# 现阶段，我国老龄人口超2.6亿

当前我国处于轻度老龄化阶段，2022年起将进入14年的老龄化加速期，“未富先老”成为一大难题

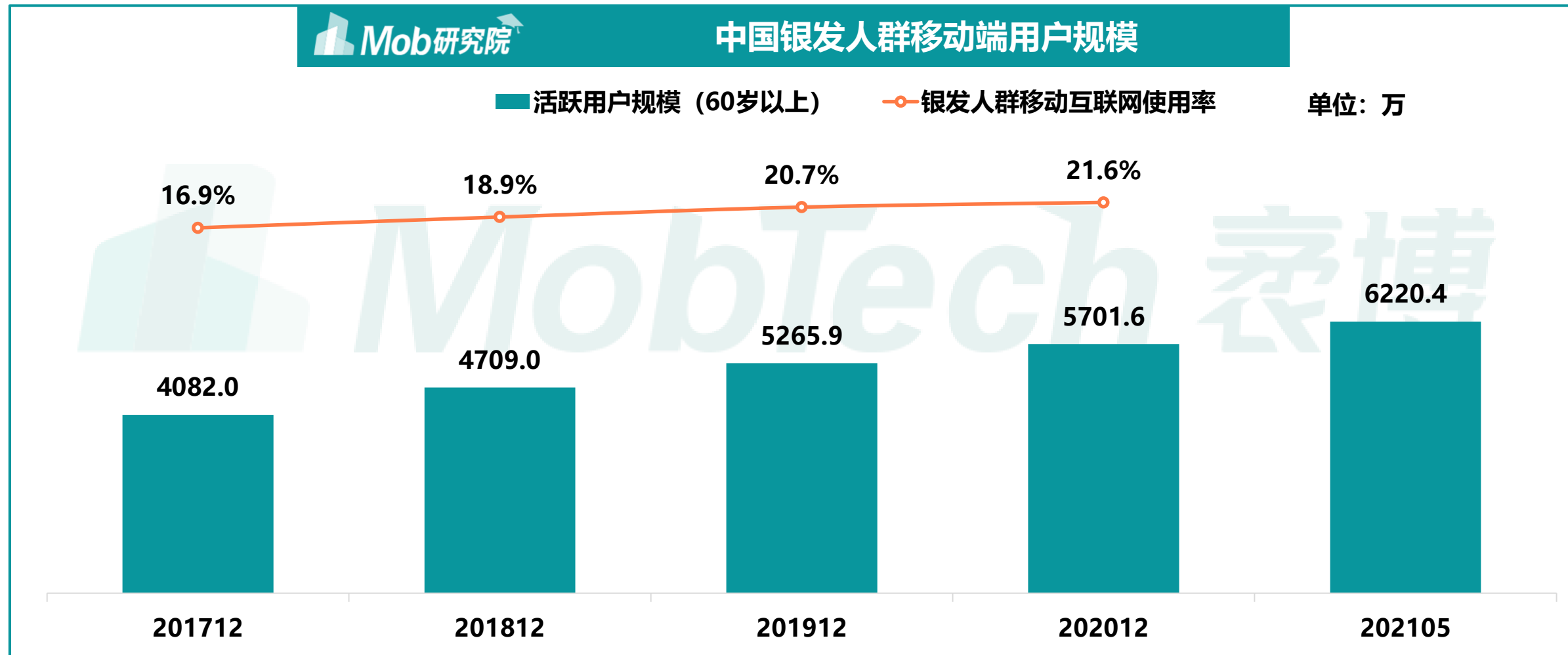


注：根据联合国规定，60岁以上人口占全国人口比例超10%为轻度老龄化社会，超20%为中度老龄化社会，超30%为重度老龄化社会，超35%为深度老龄化社会

Source: 国家统计局

# 银发用户规模超6千万，为移动互联网重要增量来源

银发人群移动互联网使用率超20%，他们为移动互联网“价值洼地”，仍有很大的空间待挖掘

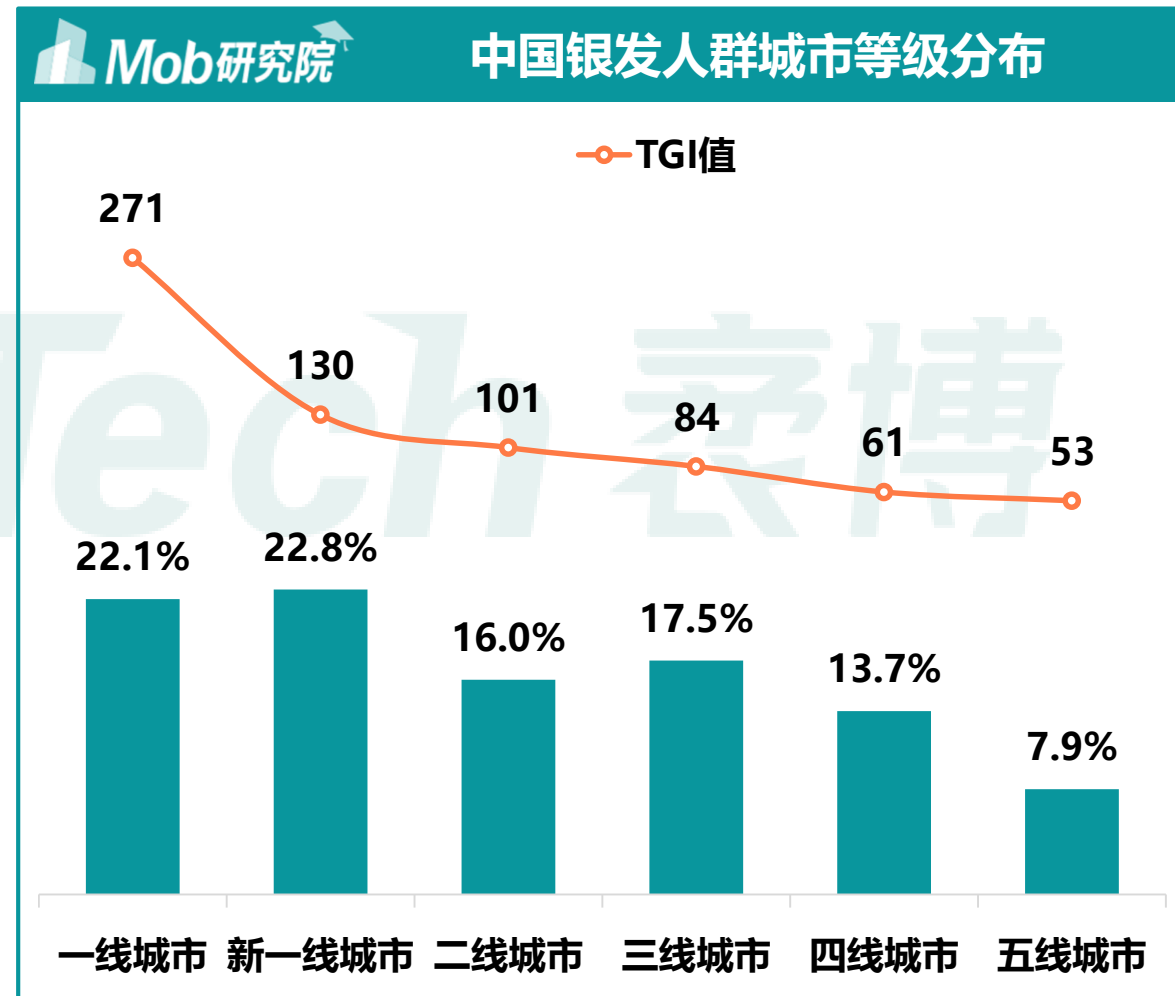
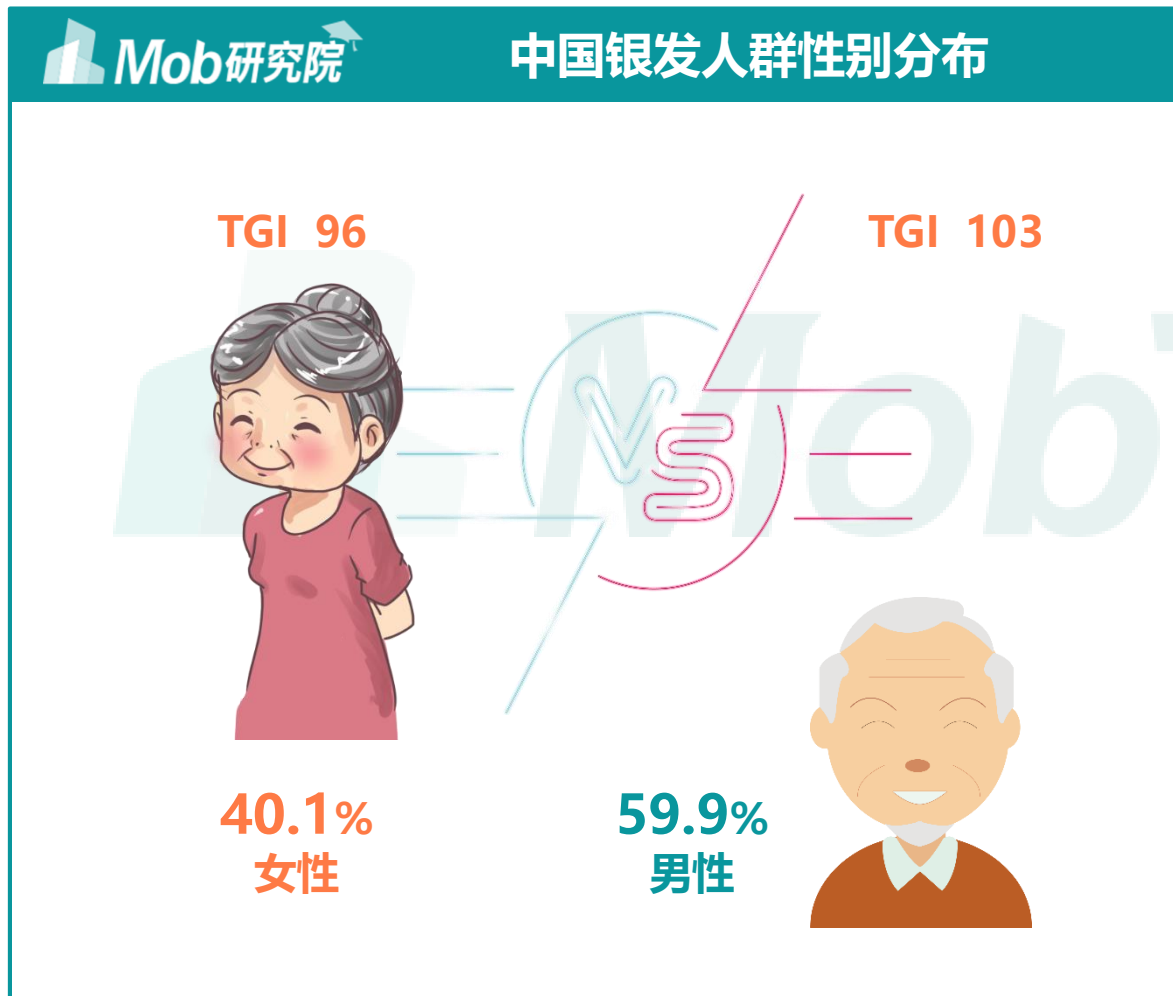


注：银发人群移动互联网使用率=银发人群（60岁以上）活跃用户规模/银发人群（60岁以上）总人口数

Source: MobTech, 201712-202105

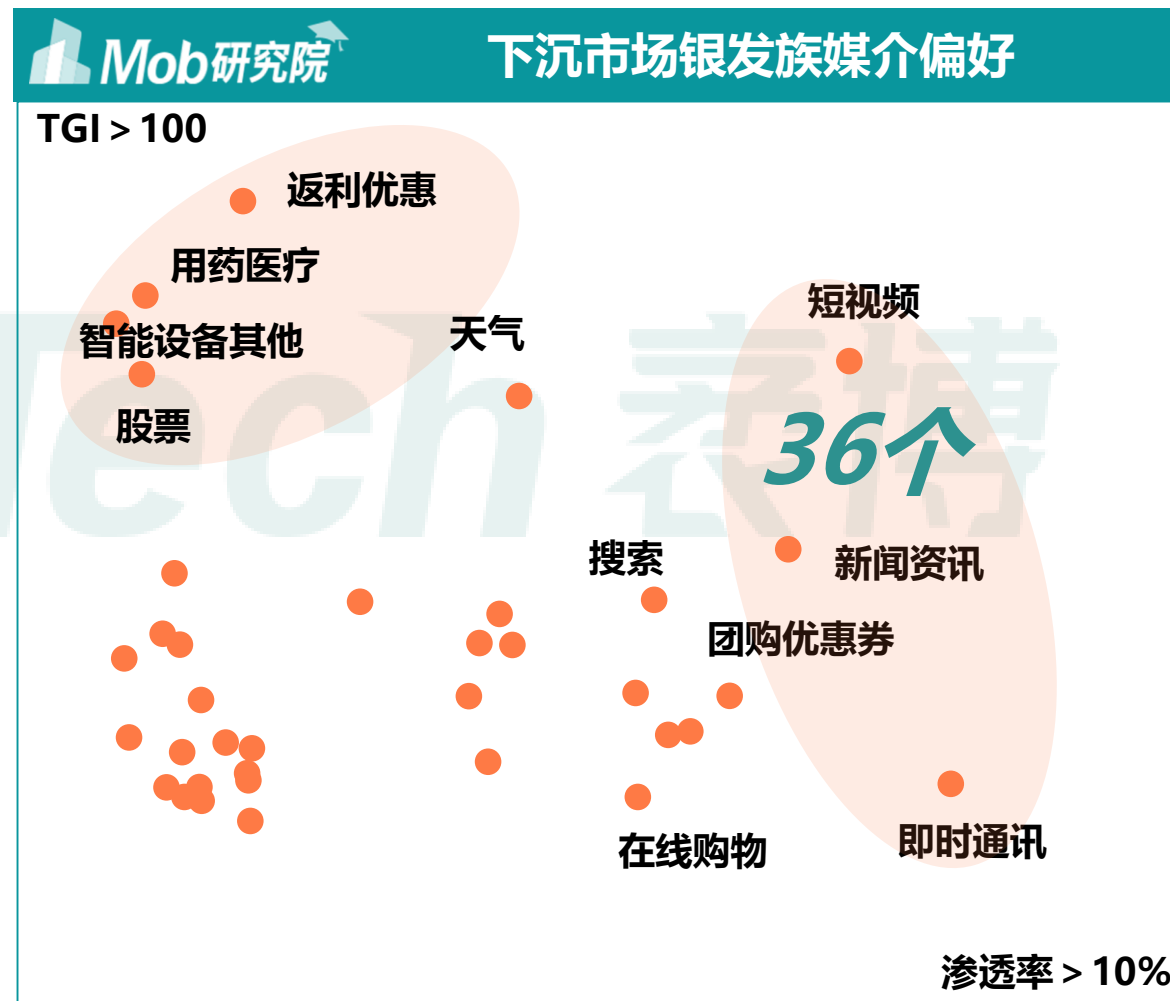
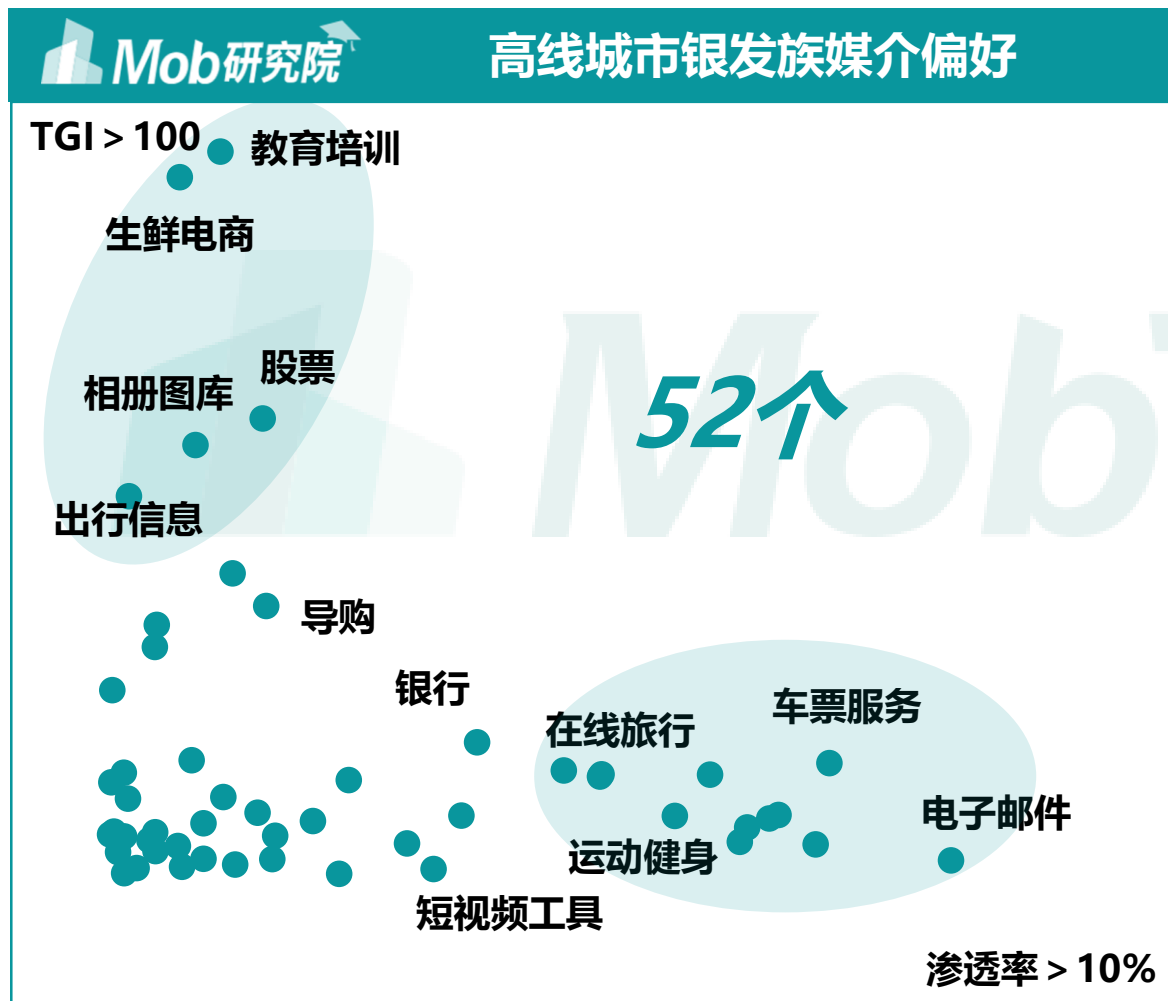
# 都市银发族“冲浪”热情高

二线及以上城市的银发族们有闲有钱，对新鲜事物接受度更高，整体占比超六成



# 都市银发族触网行为更为广泛

二线及以上城市银发族触网行为更为广泛，涉猎的移动应用更多，高渗透率高TGI应用类别超52款

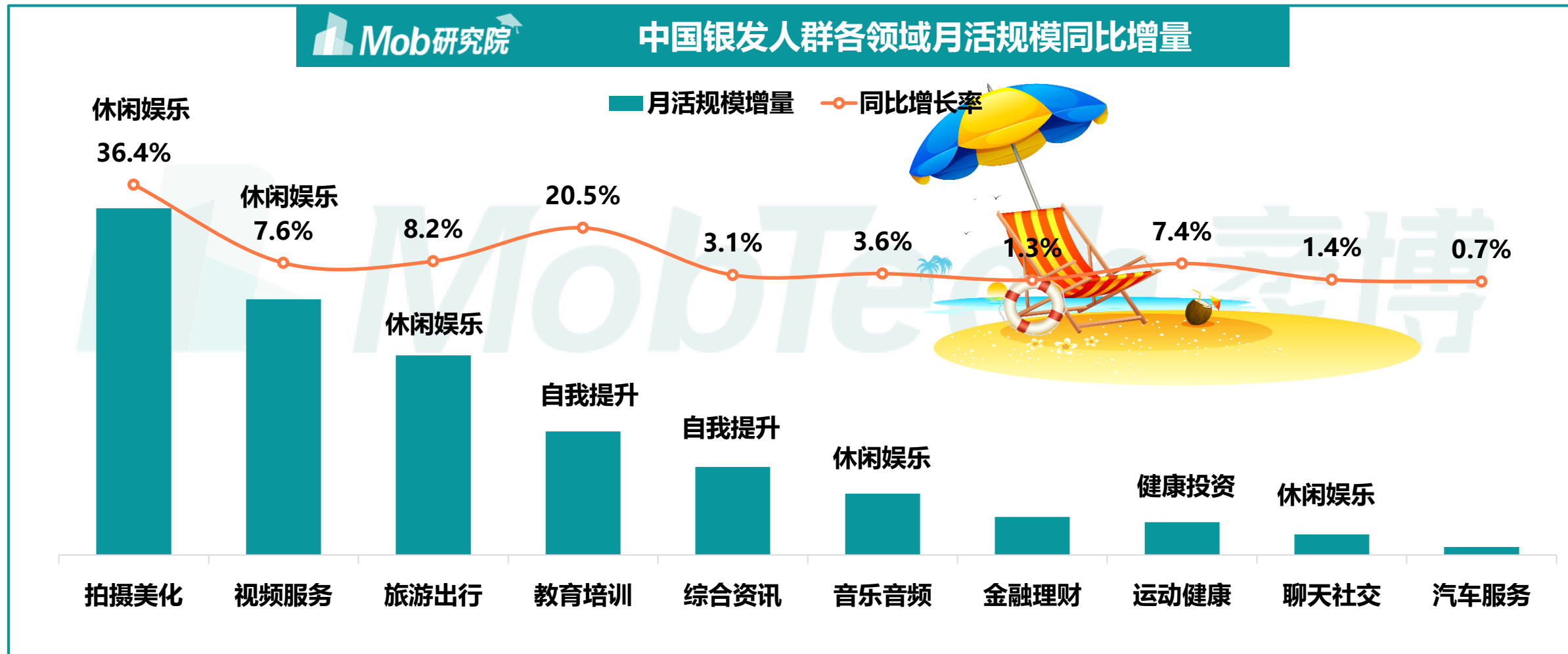


注：高线/都市为二线及以上城市，下沉市场为三线及以下城市

Source: MobTech, 202105

# 拍摄美化类应用增量最高

银发族们有闲有钱，自由洒脱。拍摄美化、视频服务、旅游出行等娱乐类应用同比增量最高



Source: MobTech, 202005、202105



# CONTENTS 目录

1

中国银发经济市场总览

2

银发经济移动应用市场分析

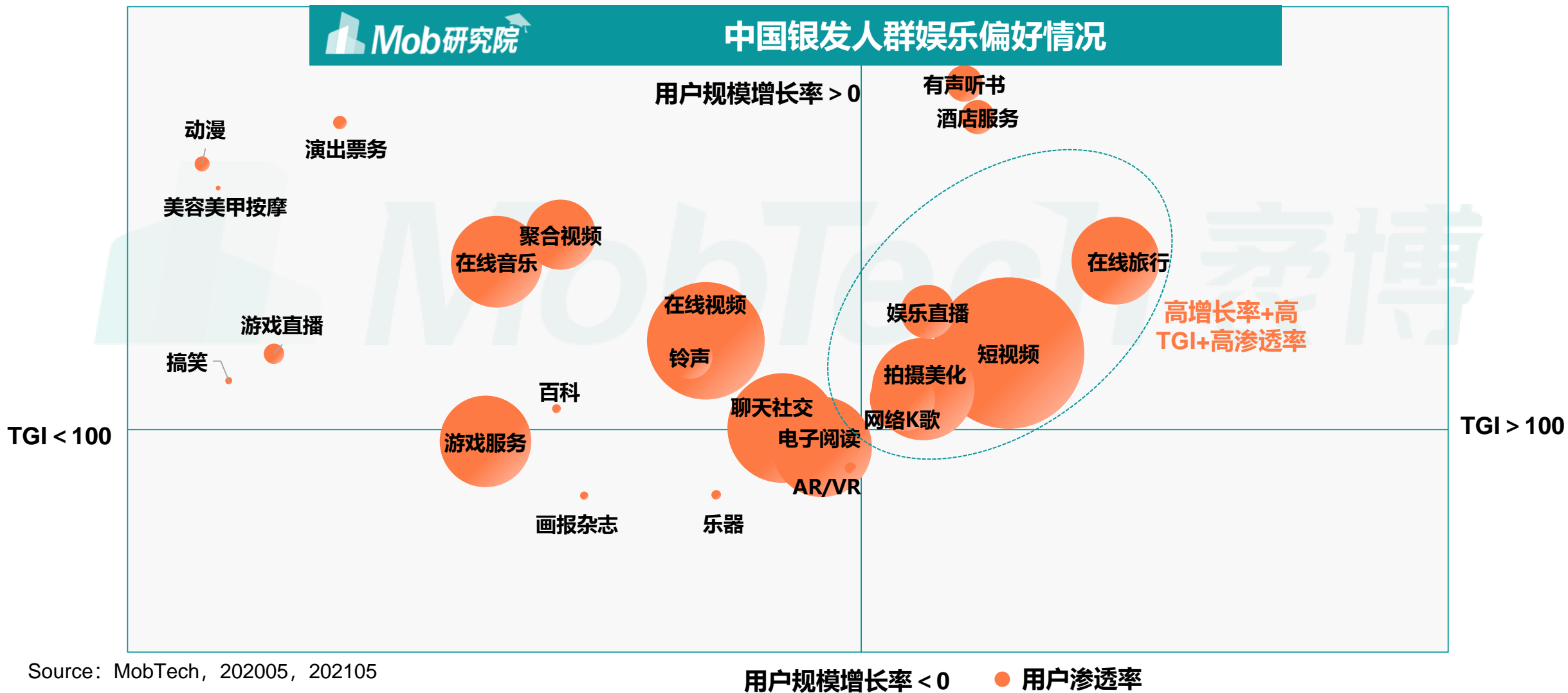
3

典型银发经济App洞察



# 休闲娱乐—短视频、旅游、拍摄美化类应用出圈

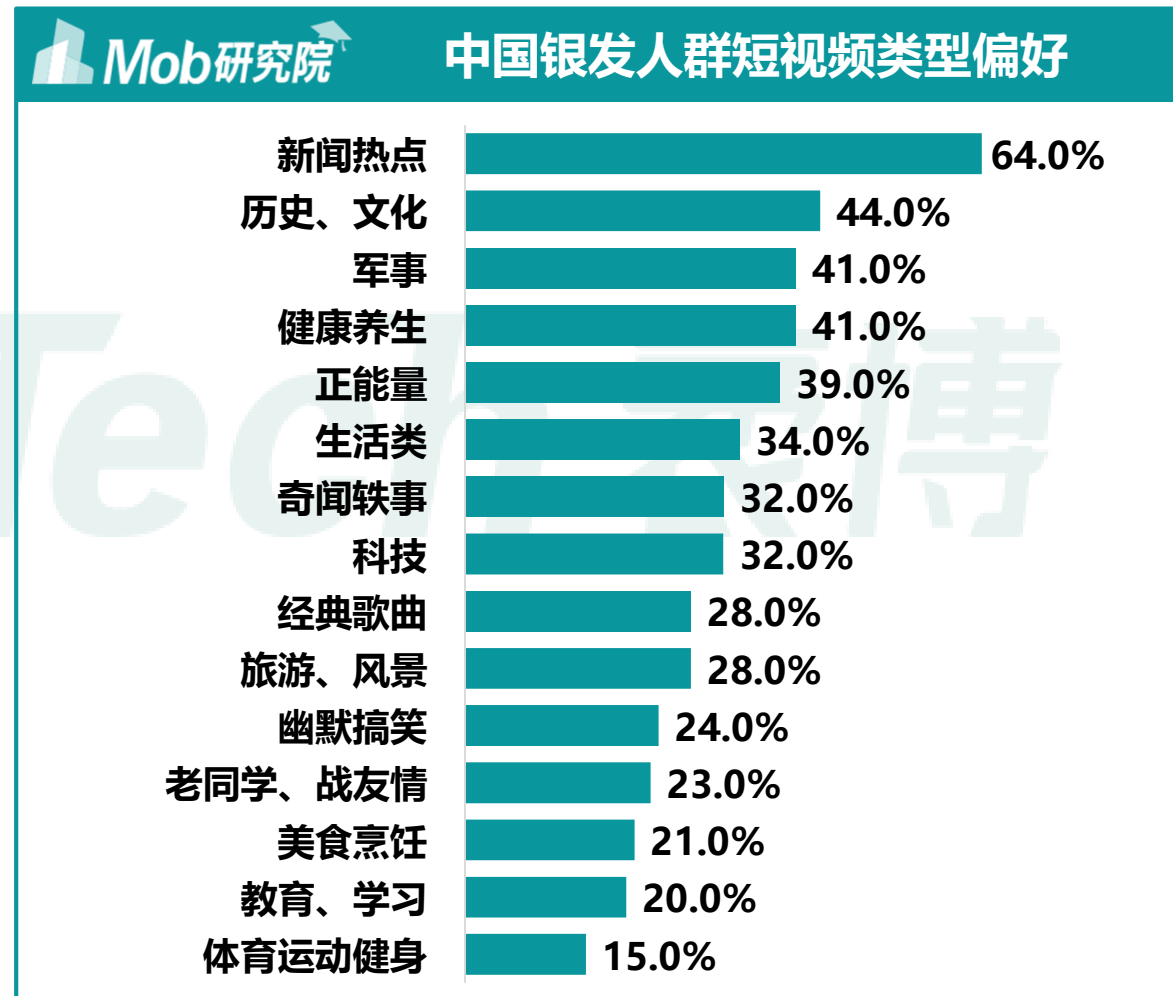
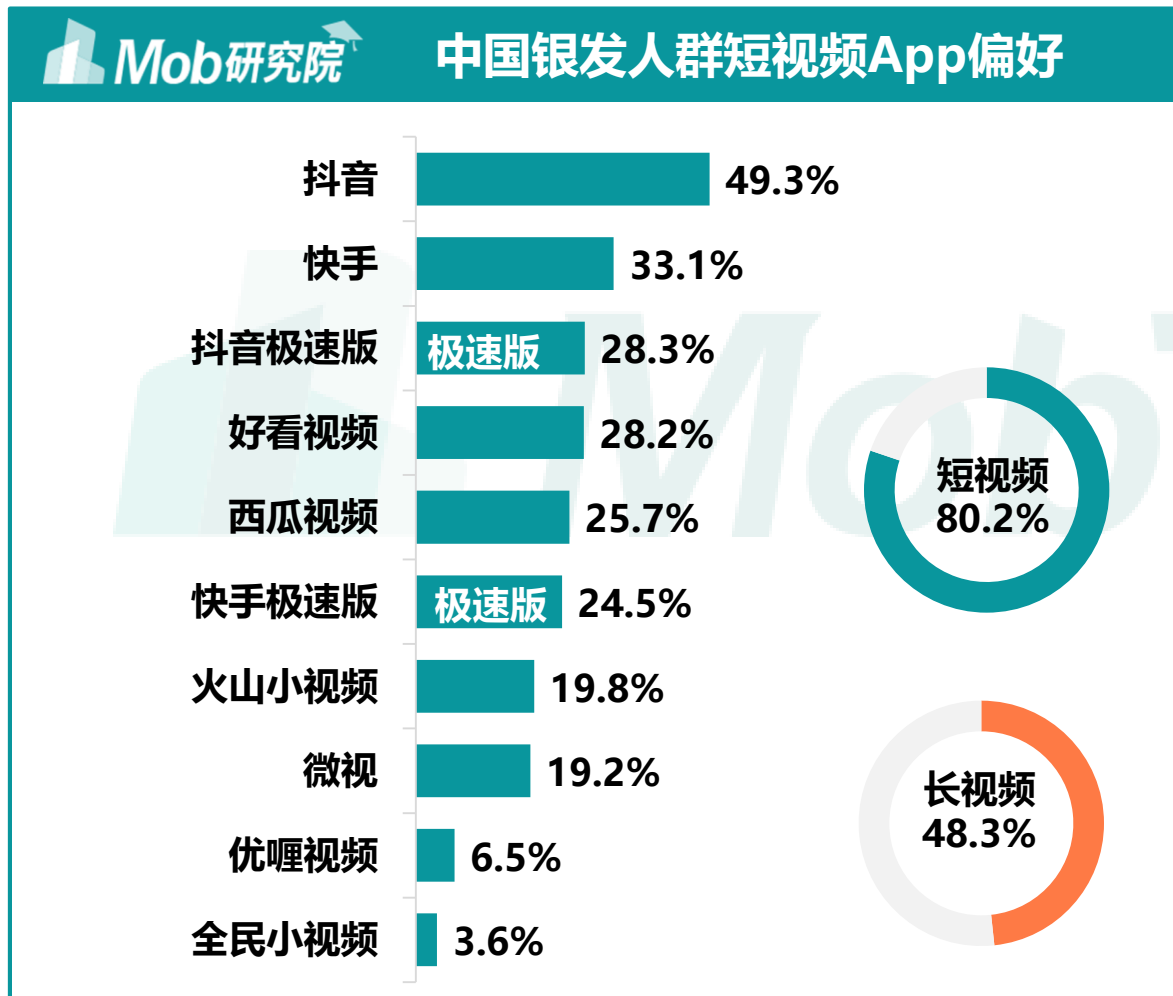
在线旅行、短视频、拍摄美化这三类App受银发族青睐，呈现高增长率、高TGI、高渗透率趋势



Source: MobTech, 202005, 202105

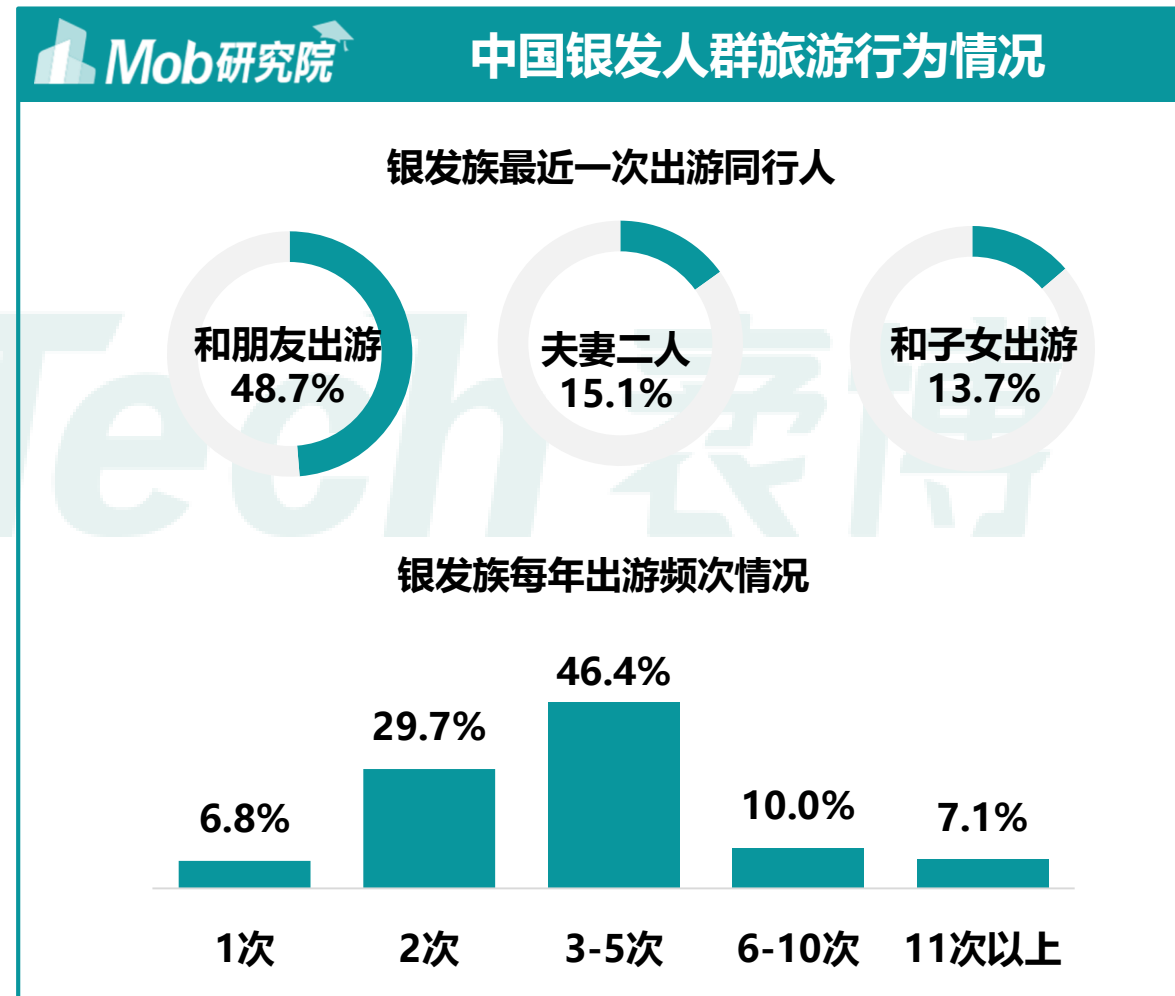
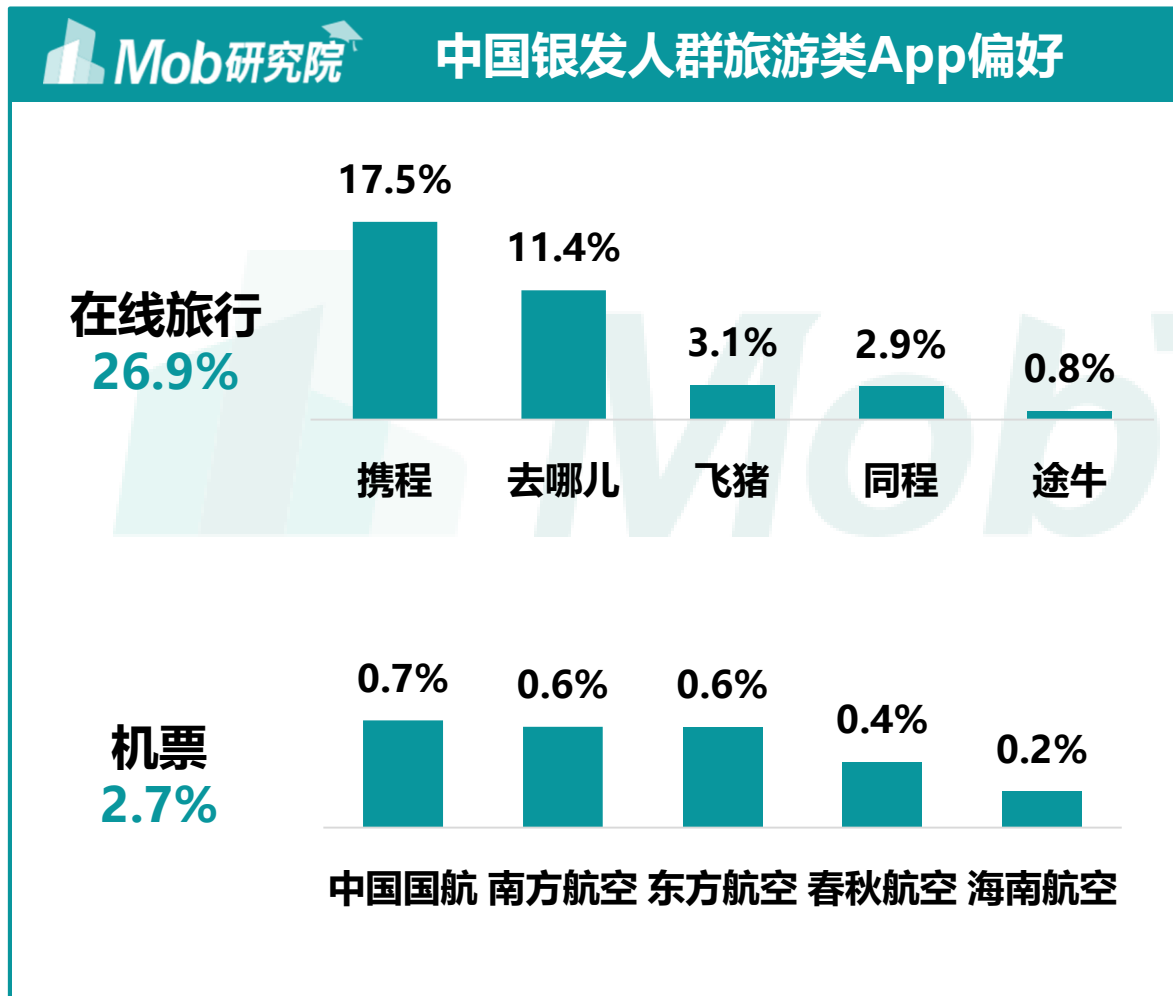
# 短视频—渗透率超八成，看新闻为核心需求

银发族为短视频达人，使用率超八成，且人生阅历丰富的他们，偏好新闻热点、历史文化、军事内容



# 旅游出行—出游频率高，携程为线上订票首选

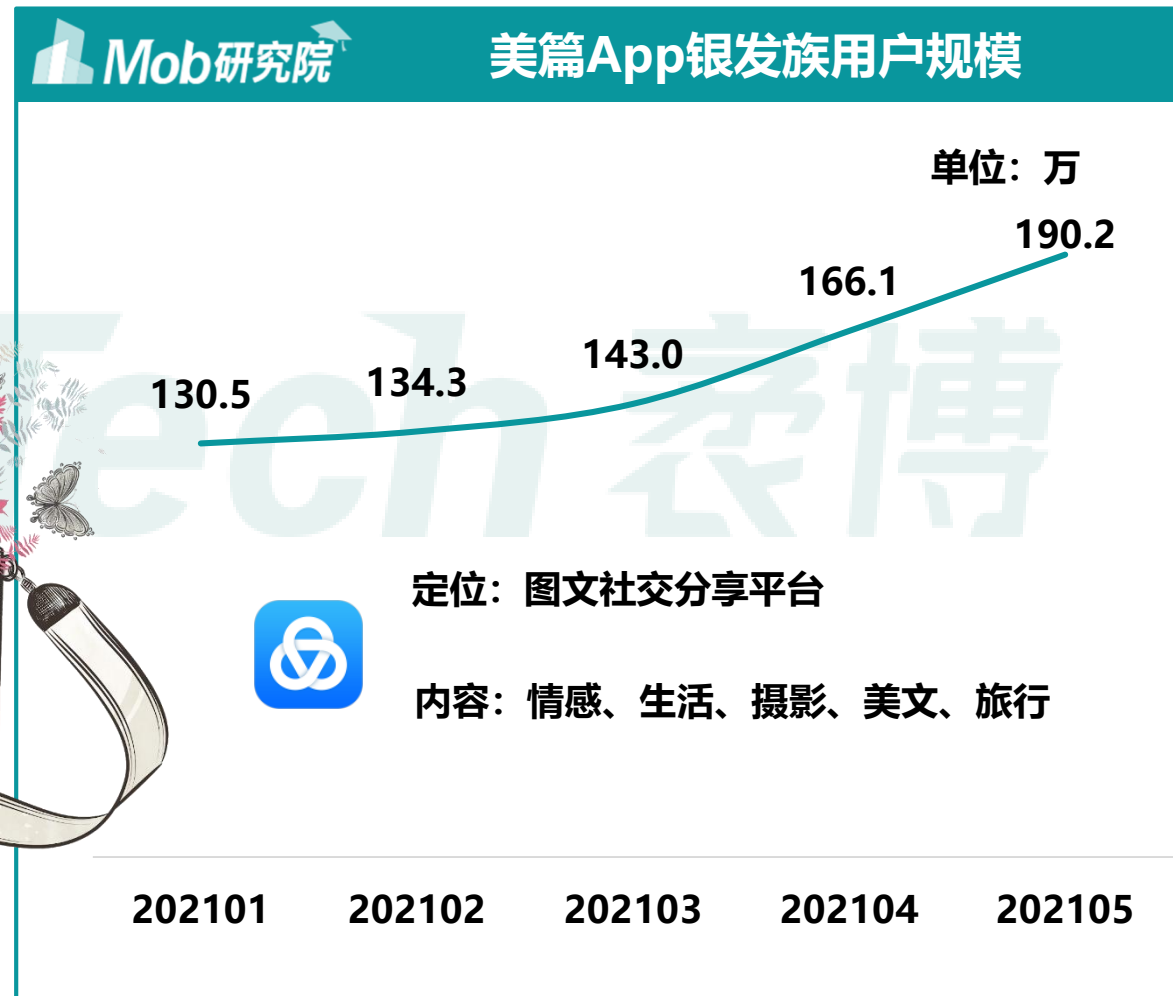
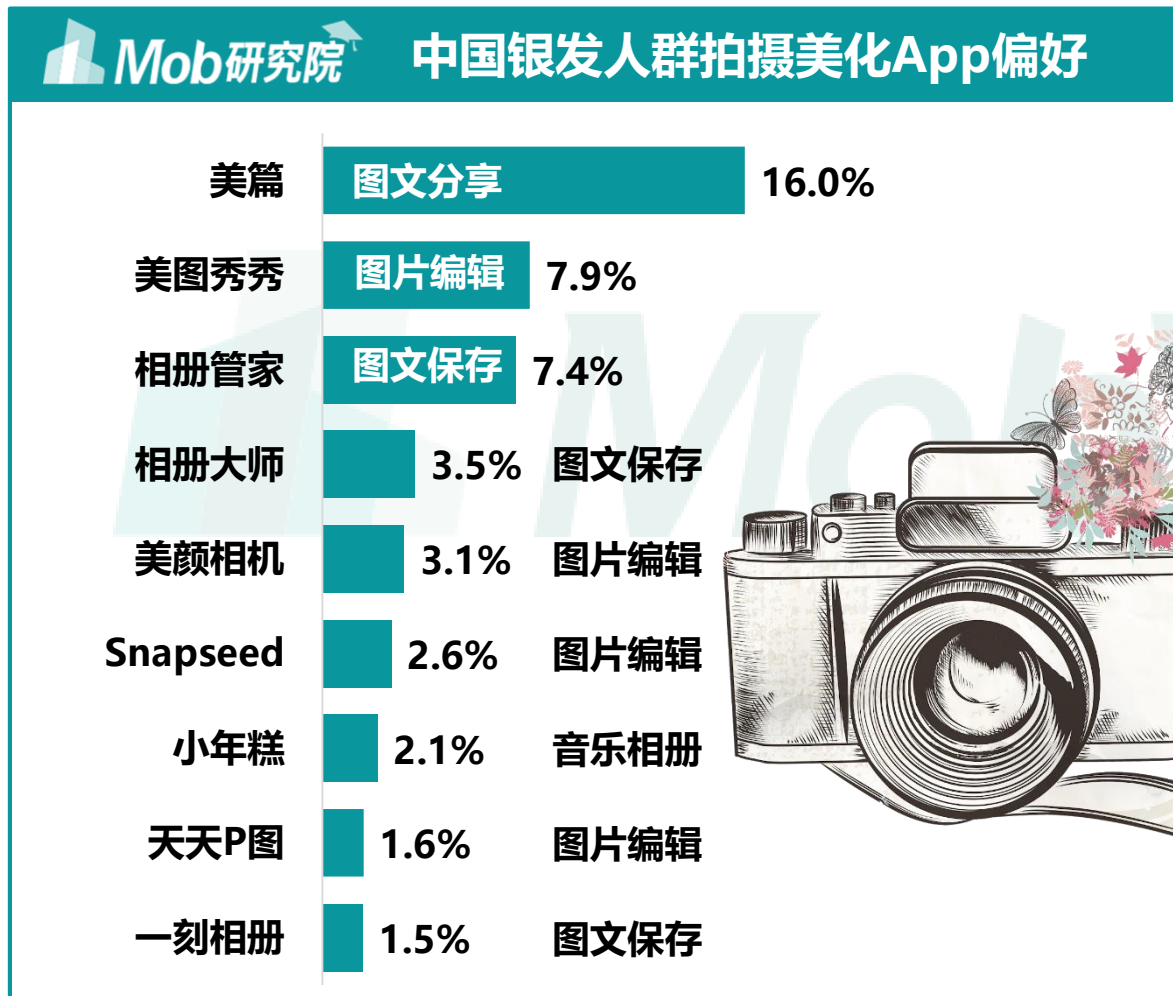
有闲有钱的银发族们，每年出游3-5次，近三成人会在线安排旅游行程，信赖国航、南航



Source: MobTech, 202005、202105, 携程数据

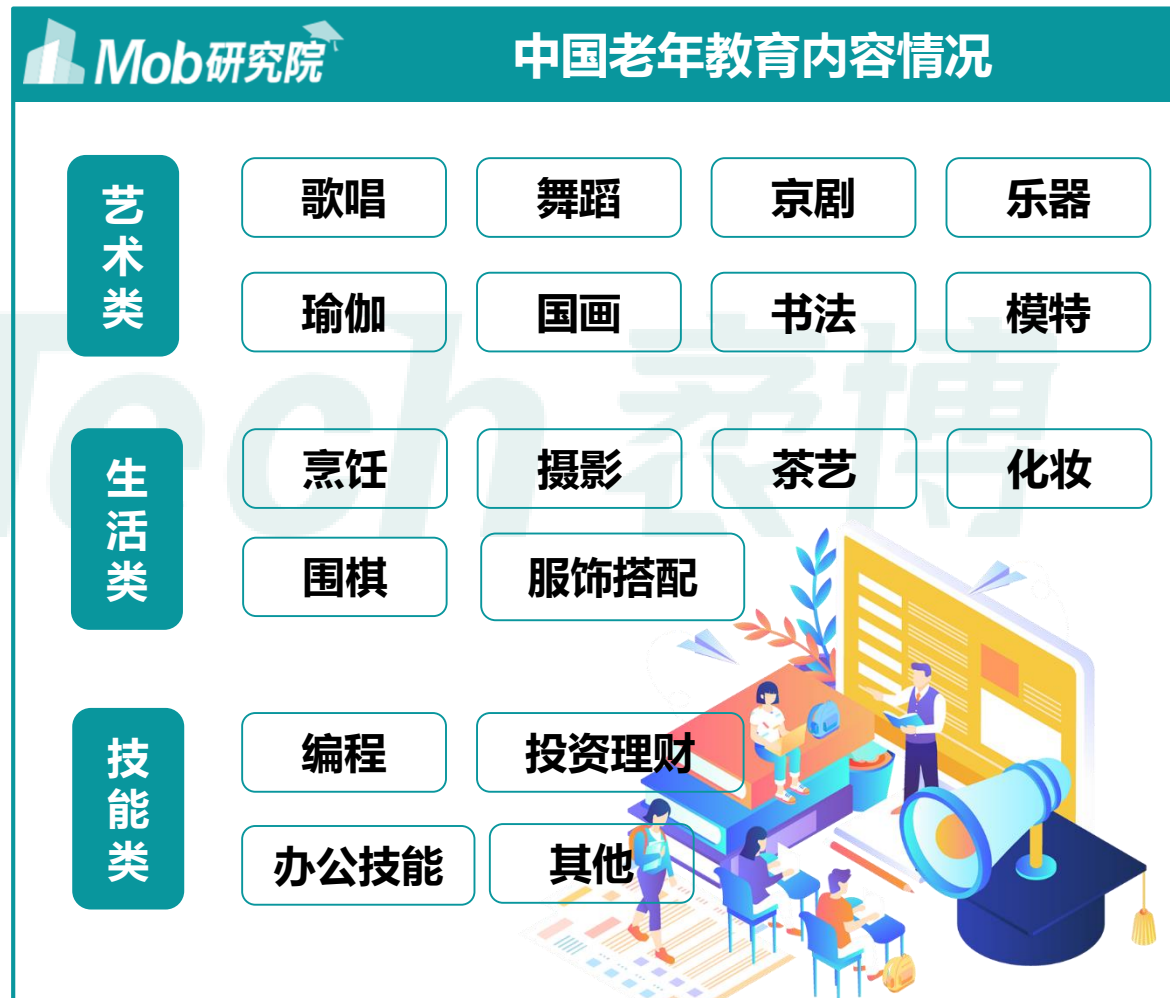
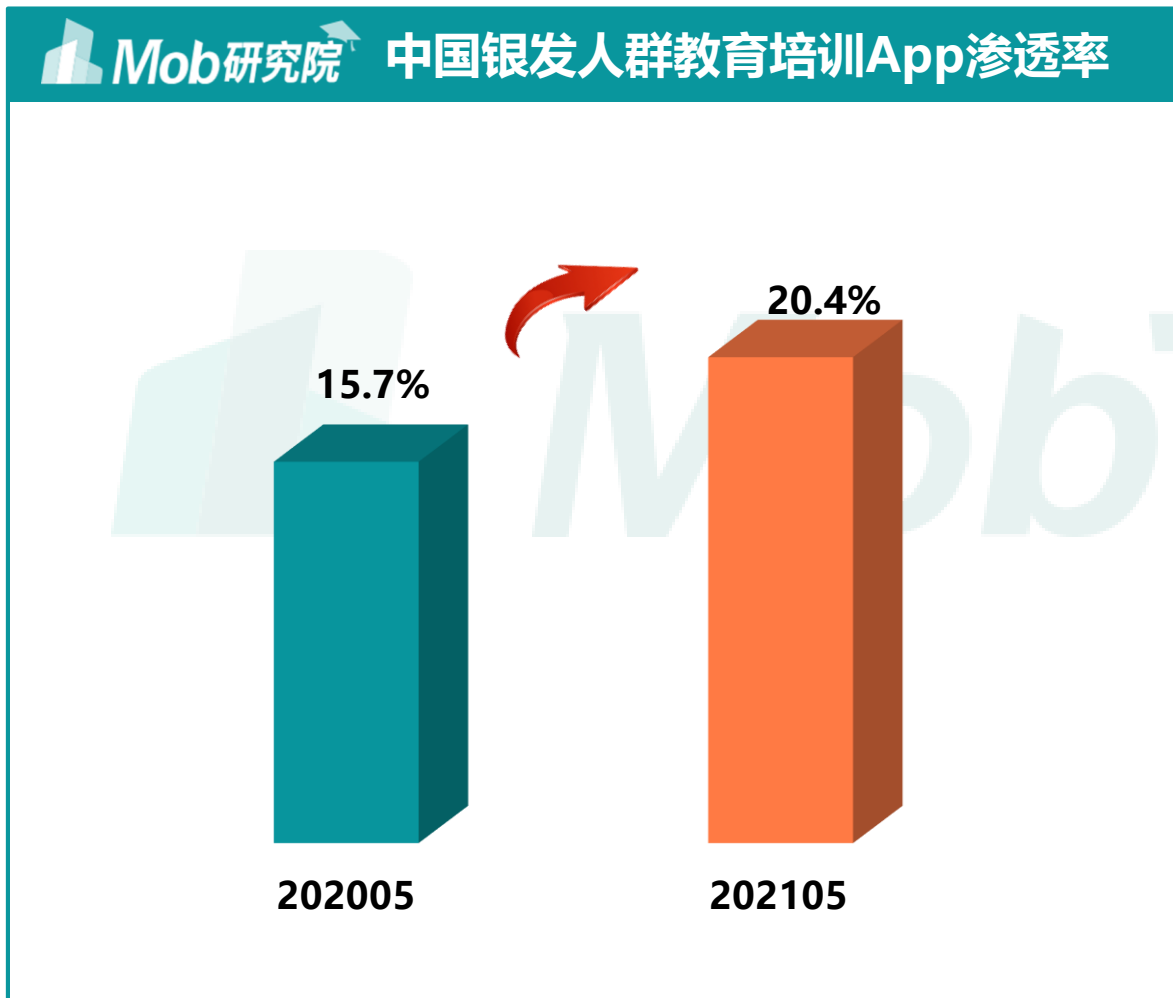
# 拍摄美化—图片社交类应用受欢迎，美篇App成新宠

老年人对于图片社交需求更高，相较于工具型的美图秀秀App，图文社交平台美篇使用率更高



# 自我提升—两成银发族在线“深造”，涉猎广泛

超两成银发族使用教育类App且呈增长态势，老年教育内容广泛，以满足兴趣爱好和提升技能为主



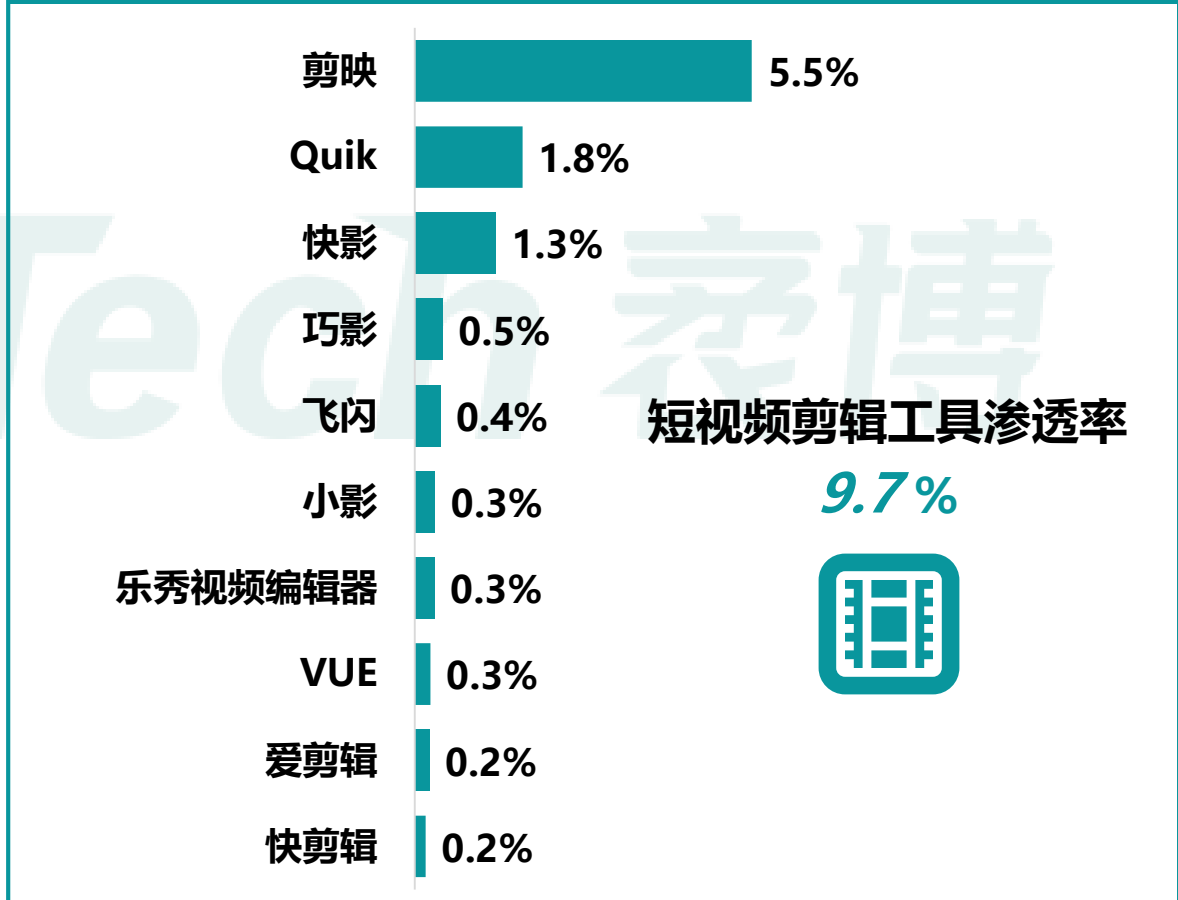
# 自我提升—老年KOL正当红，“斜杠老年”出道

银发族争当“斜杠老年”，60出道不嫌晚，“我是田姥姥”、“只穿高跟鞋的奶奶”粉丝数破千万

## Mob研究院 中国头部银发族KOL情况

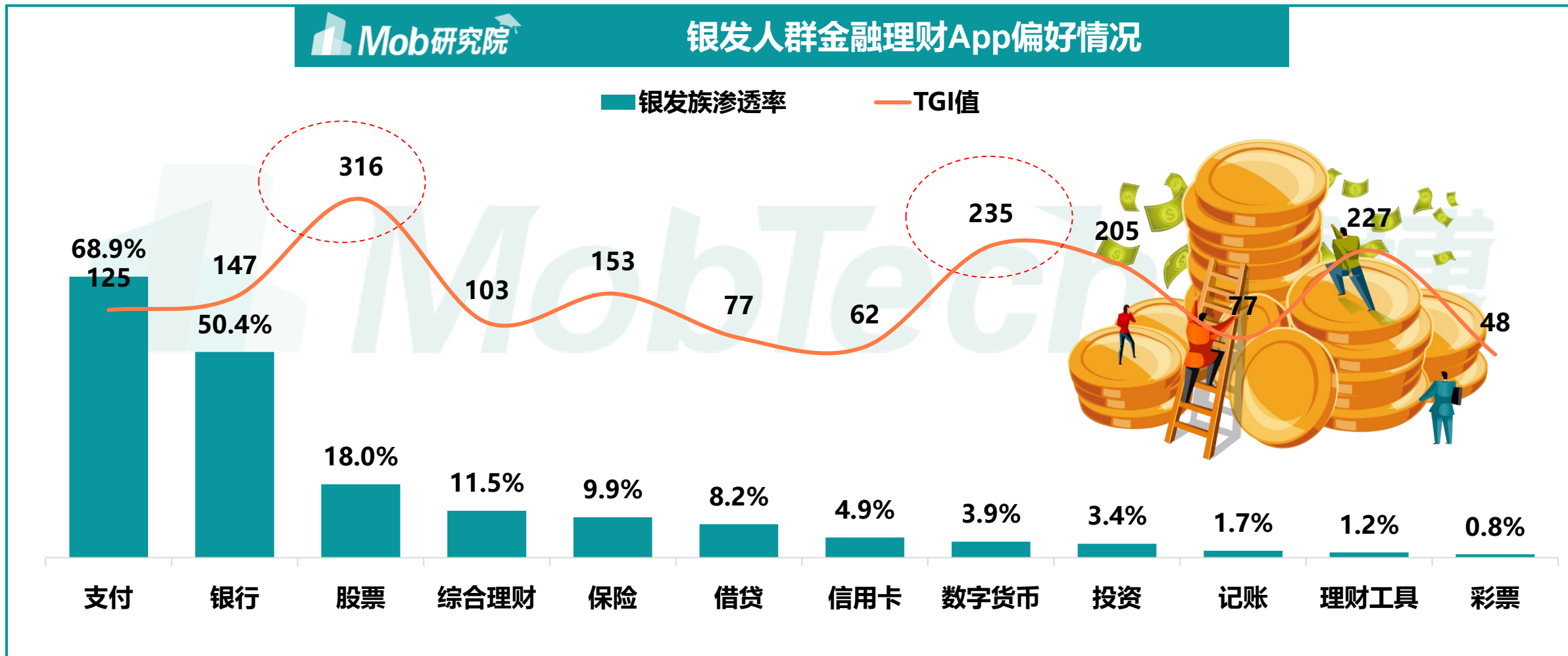
KOL	内容类别	抖音粉丝数/万
我是田姥姥	生活搞笑	3372.1
只穿高跟鞋的奶奶	时尚剧情	1612.2
末那大叔	时尚剧情	1372.3
济公爷爷·游本昌	情感励志	1094.5
小顽童爷爷	恩爱老夫妻	709.1
蔡昀恩	生活搞笑	675.6
罗姑婆	生活搞笑	642.5
时尚奶奶团	时尚剧情	380.9
爷爷等一下	恩爱老夫妻	306.4
姑妈有范儿	时尚剧情	289.1

## Mob研究院 中国银发族短视频剪辑App偏好情况



# 自我提升—挣钱不懈怠，征战币圈、股市

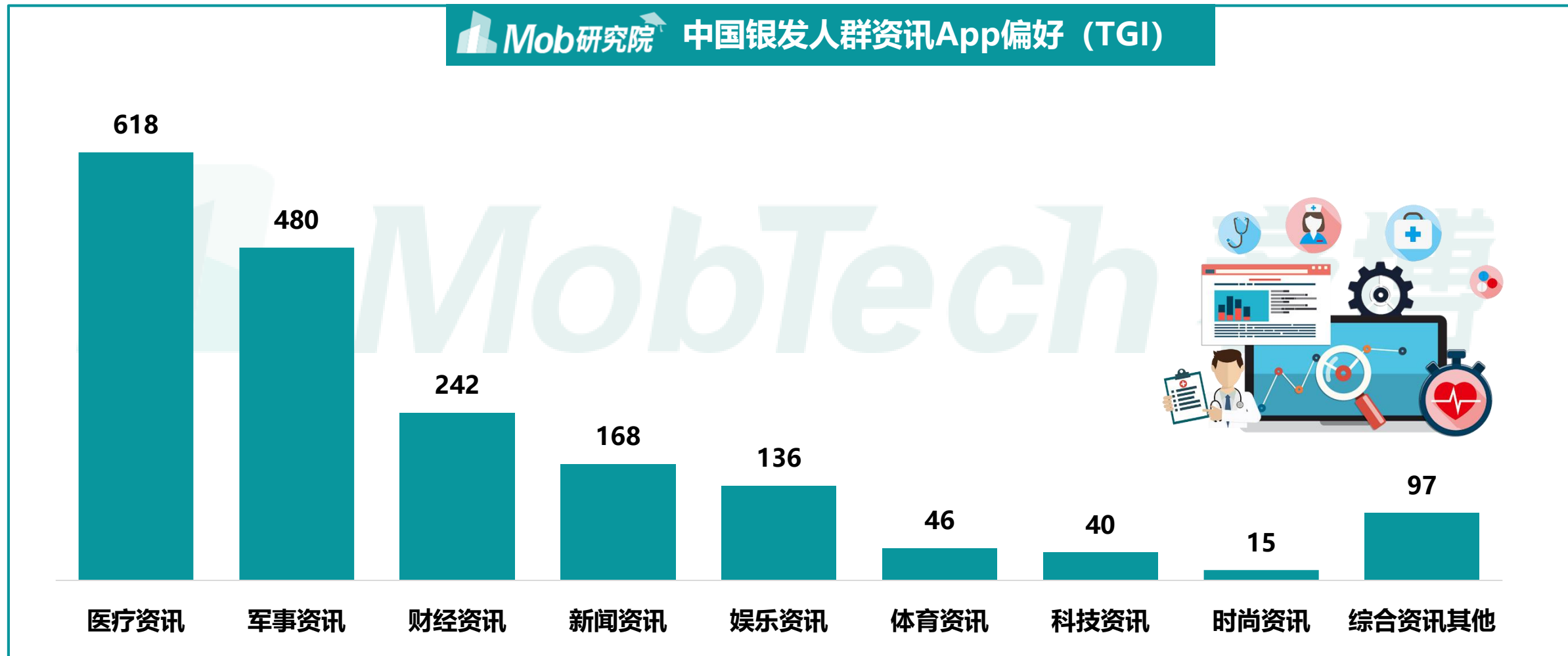
银发族有闲有钱，征战股市、币圈，对支付、银行、股票等金融理财应用偏好高于全体网民





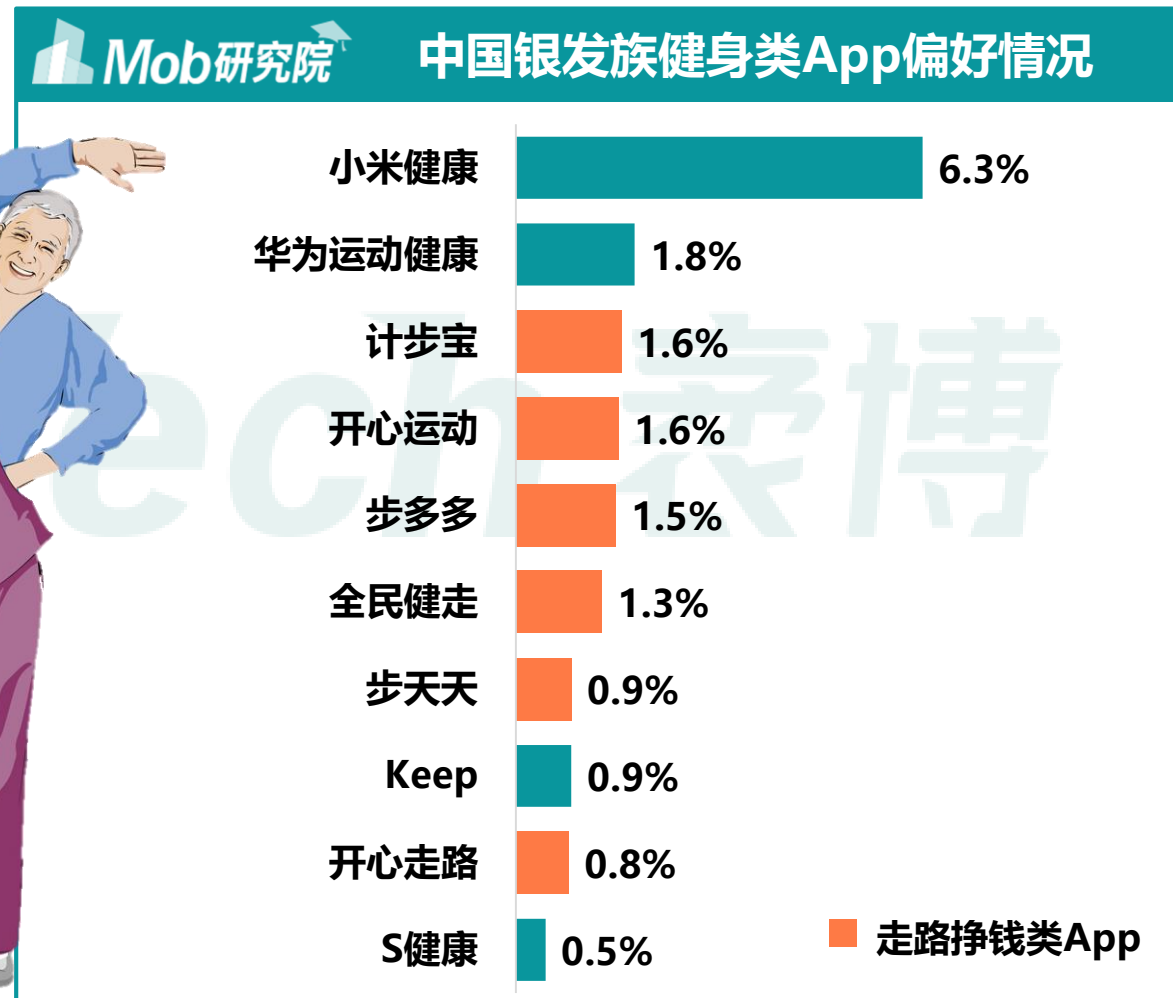
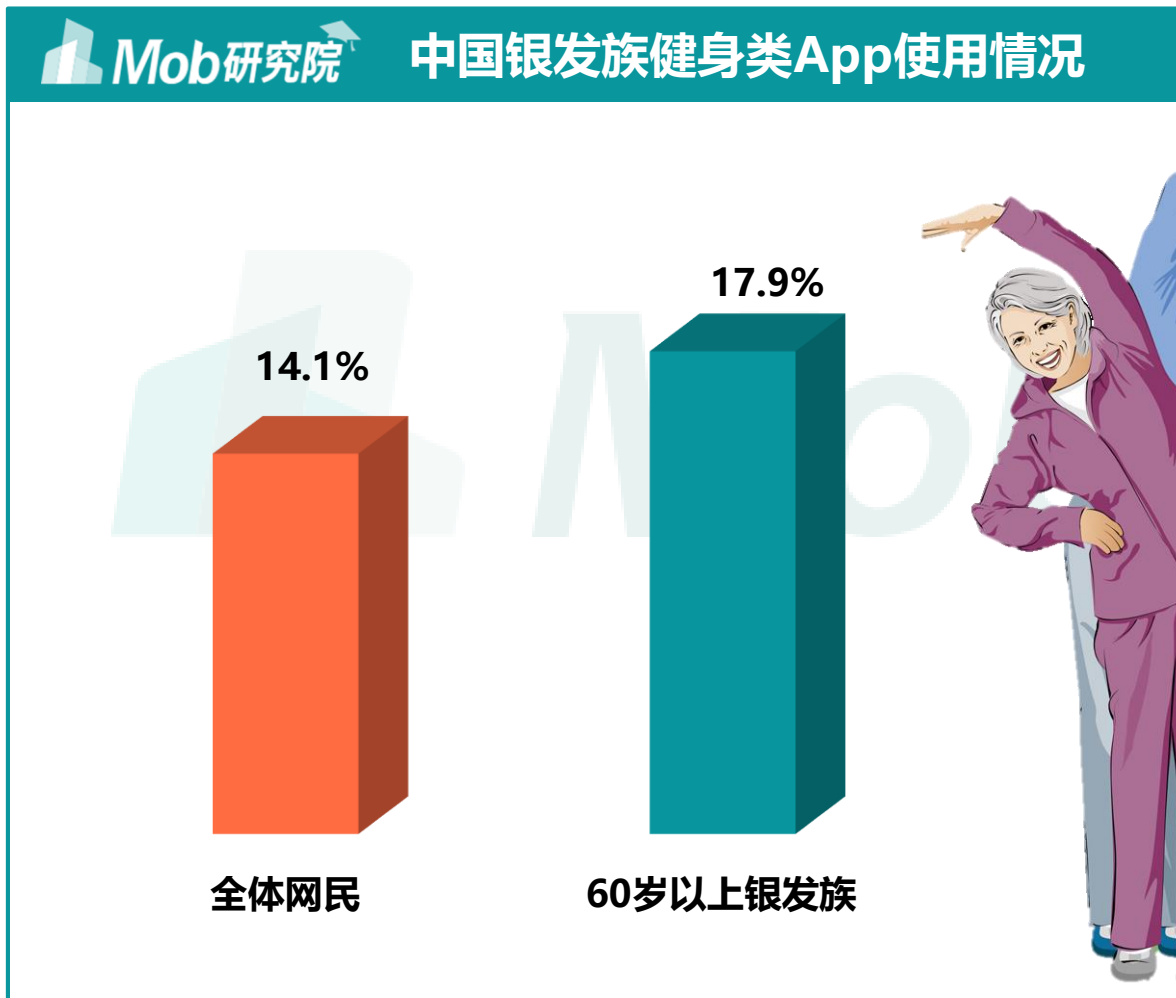
# 健康投资—银发族时刻关注医疗资讯

我国约有超1.8亿老年人患有慢性病，多种慢性病并存现象常见，并且他们对医疗资讯新闻较为关注



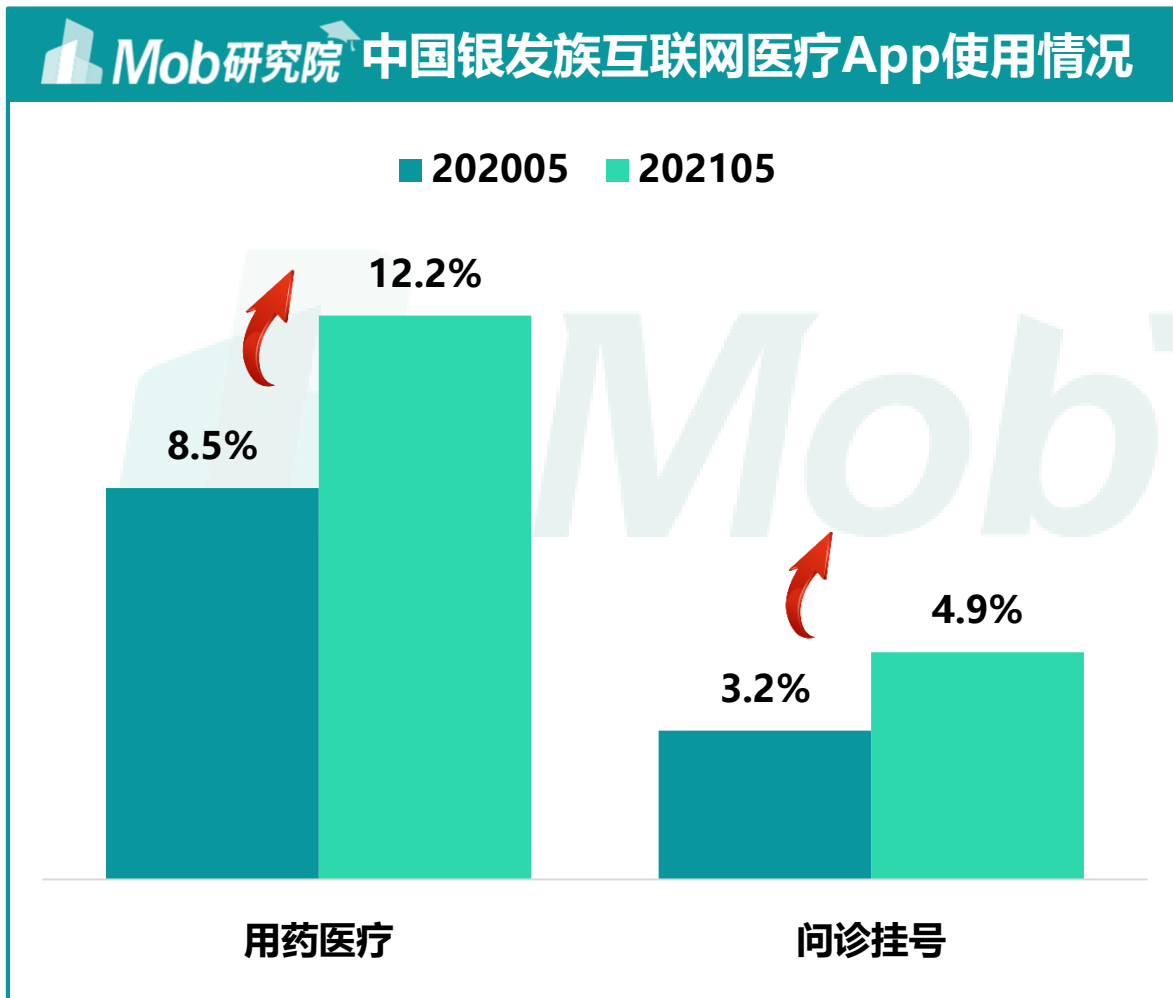
# 健康投资—近两成使用健身类App，尤其为计步类

与全体网民相比，银发族中使用健身App的比例更高，散步为他们的主流健身方式，偏好计步类App



# 健康投资—线上医疗意识增强，平安健康夺魁

银发族线上医疗意识增强，App使用渗透率上升，平安健康、健客网为他们最常用的线上医疗平台



Mob研究院 中国银发族互联网医疗App偏好情况

互联网医疗类	平安健康 (平安好医生)	3.5%
	健客网上药店	3.3%
	国家医保服务平台	1.4%
	微医	1.0%
	1药网	0.6%
	优健康	0.6%
	小荷	0.6%
	科瑞泰Q医	0.5%
	好大夫在线	0.5%
	爱康	0.4%
互联网医院类	北京协和医院	0.7%
	北京大学人民医院	0.4%
	上海中山医院	0.3%
	上海交通大学医学院附属瑞金医院	0.2%
	中国中医科学院广安门医院	0.1%

# CONTENTS 目录

1

中国银发经济市场总览

2

银发经济移动应用市场分析

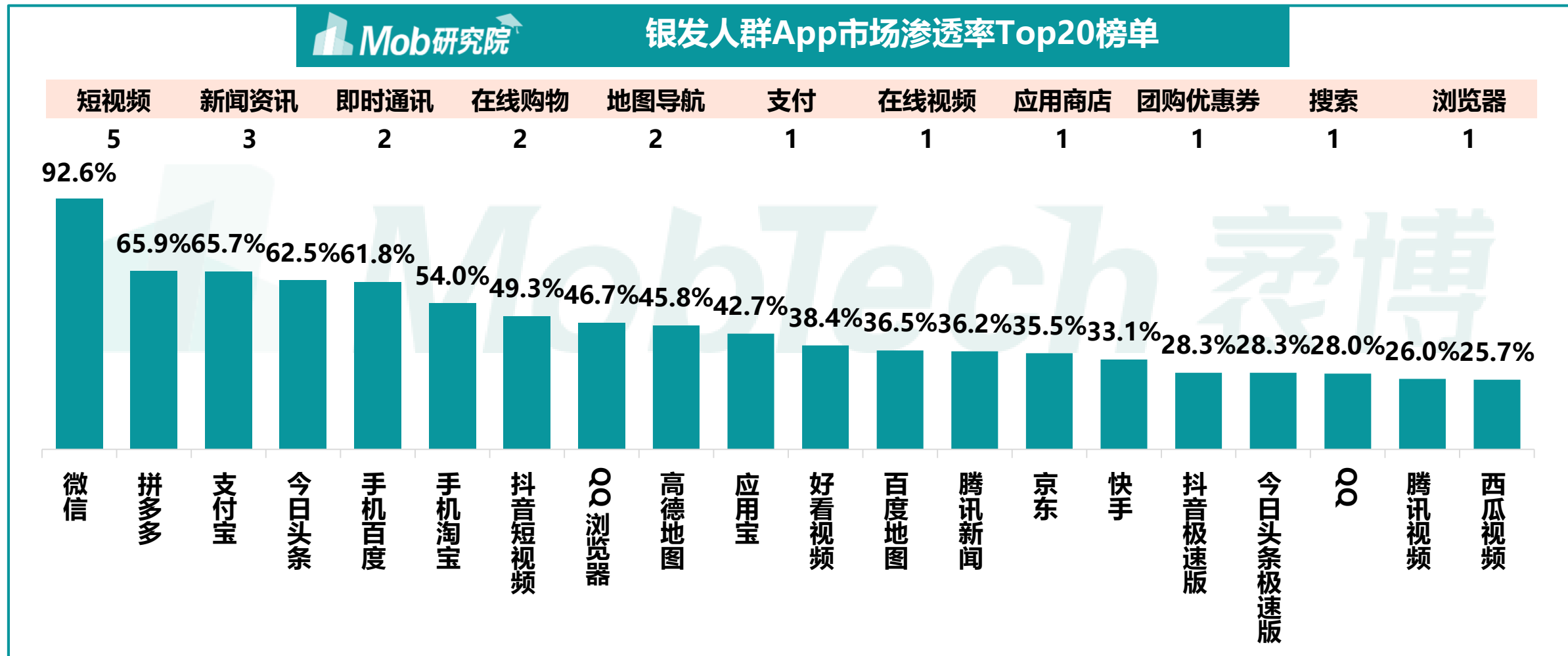
3

典型银发经济App洞察



# 银发族“心选”App榜单

微信一骑绝尘，稳居榜首，短视频、新闻资讯App榜上有名，Top20榜中分别占据5席、3席

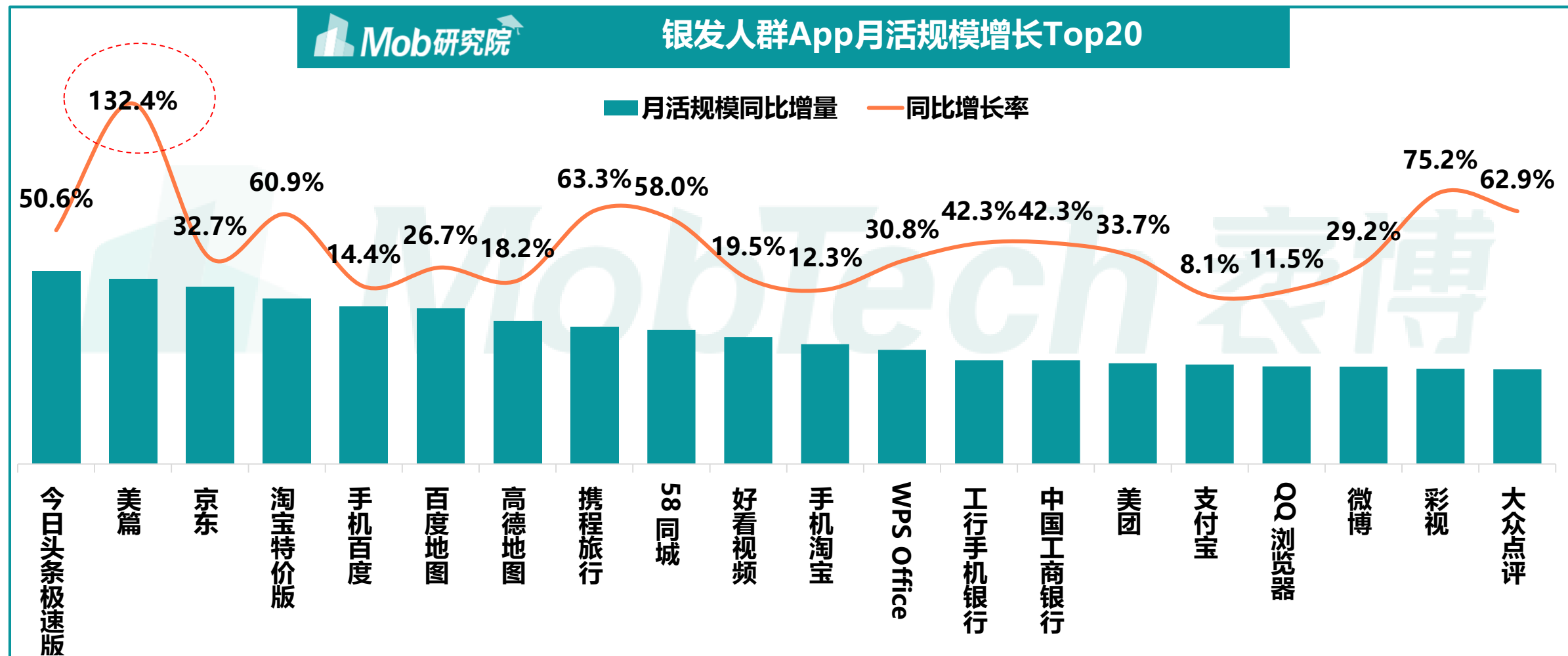


注：市场渗透率=某个App银发族活跃用户规模/银发族整体活跃用户规模

Source: MobTech, 202105

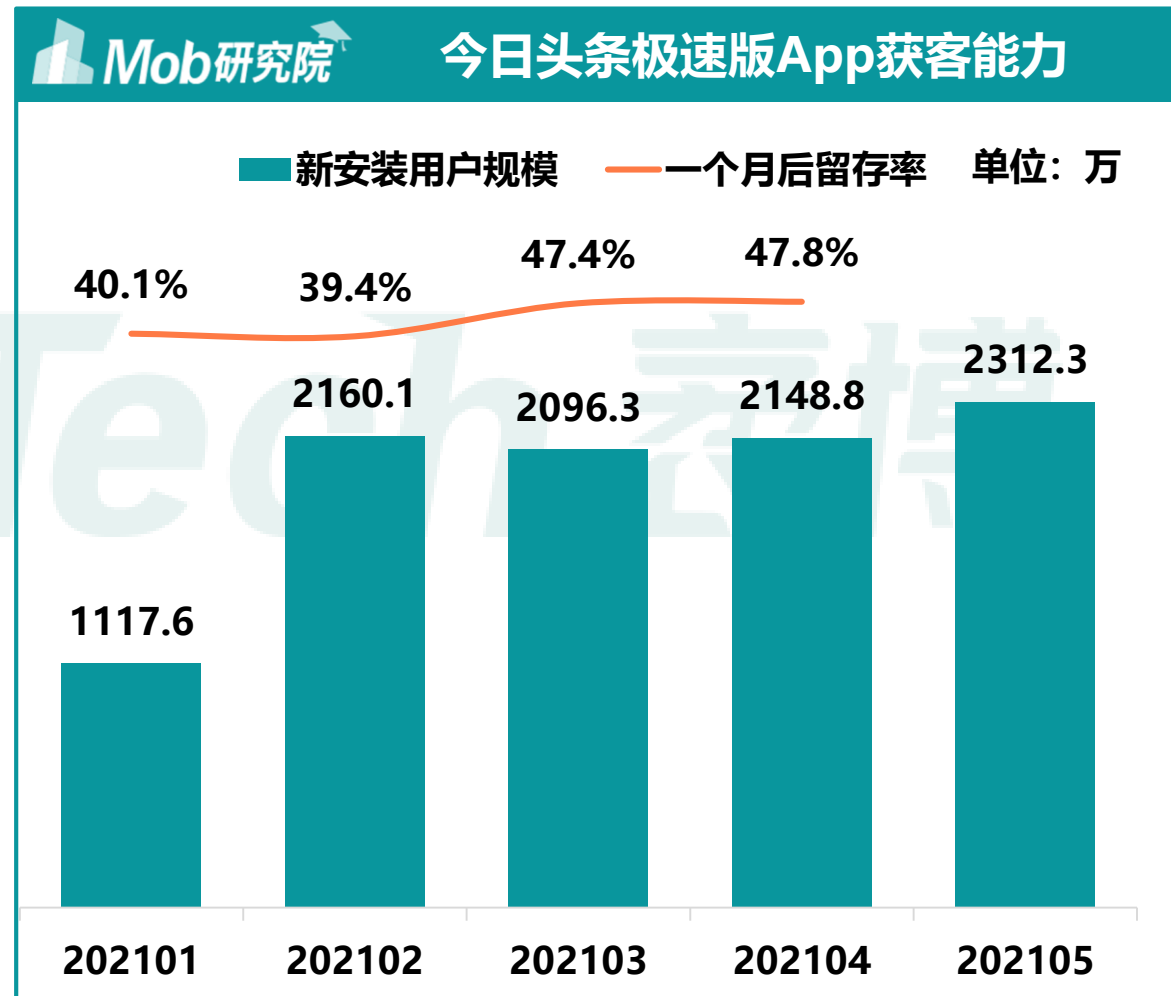
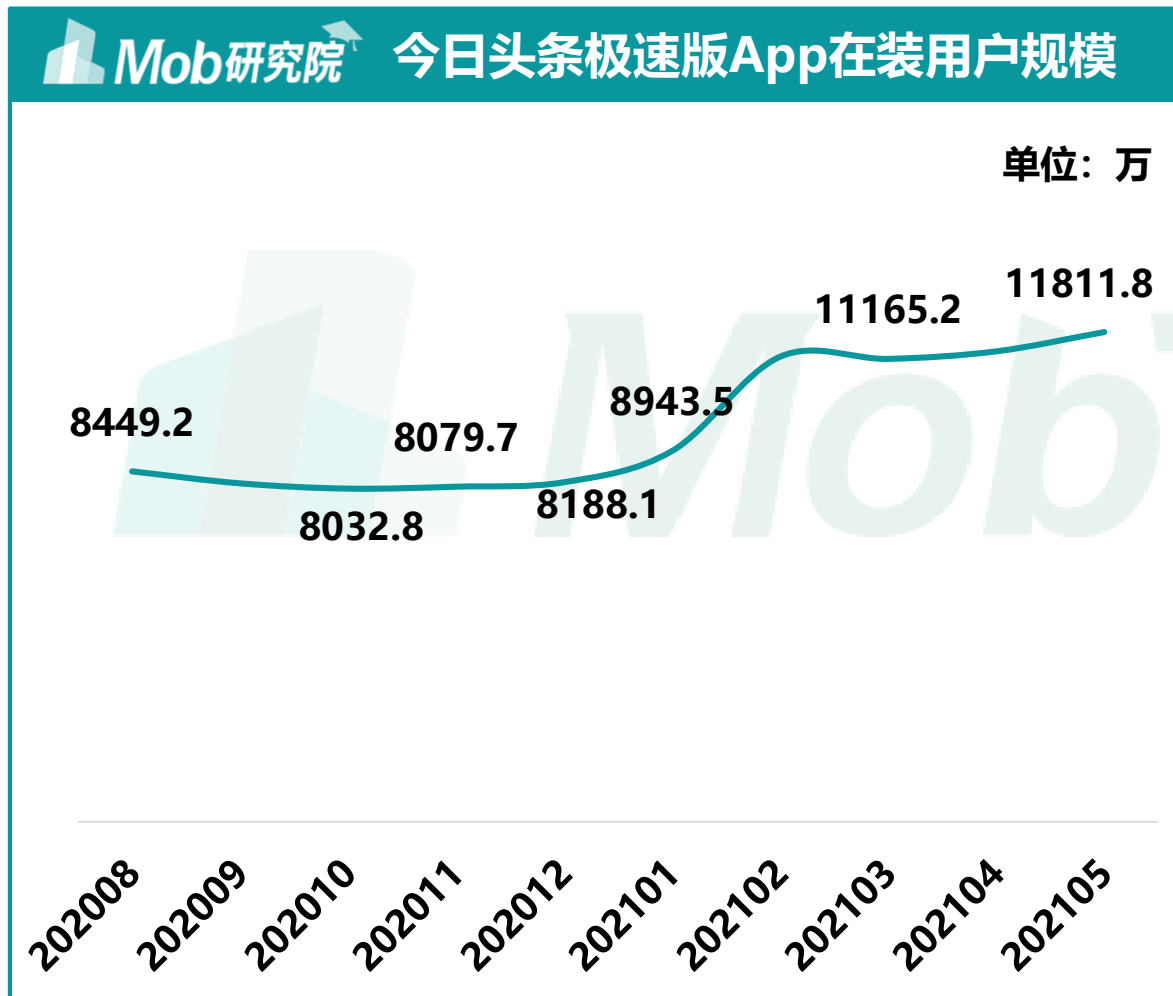
# 银发族“飙升”App榜单

近一年内，今日头条极速版银发用户增量最多，美篇银发用户增速最快



# 今日头条极速版：背靠大树好乘凉，用户规模破1亿

今日头条极速版为今日头条派生版App，其获客能力强劲，2021年用户规模突破1亿大关

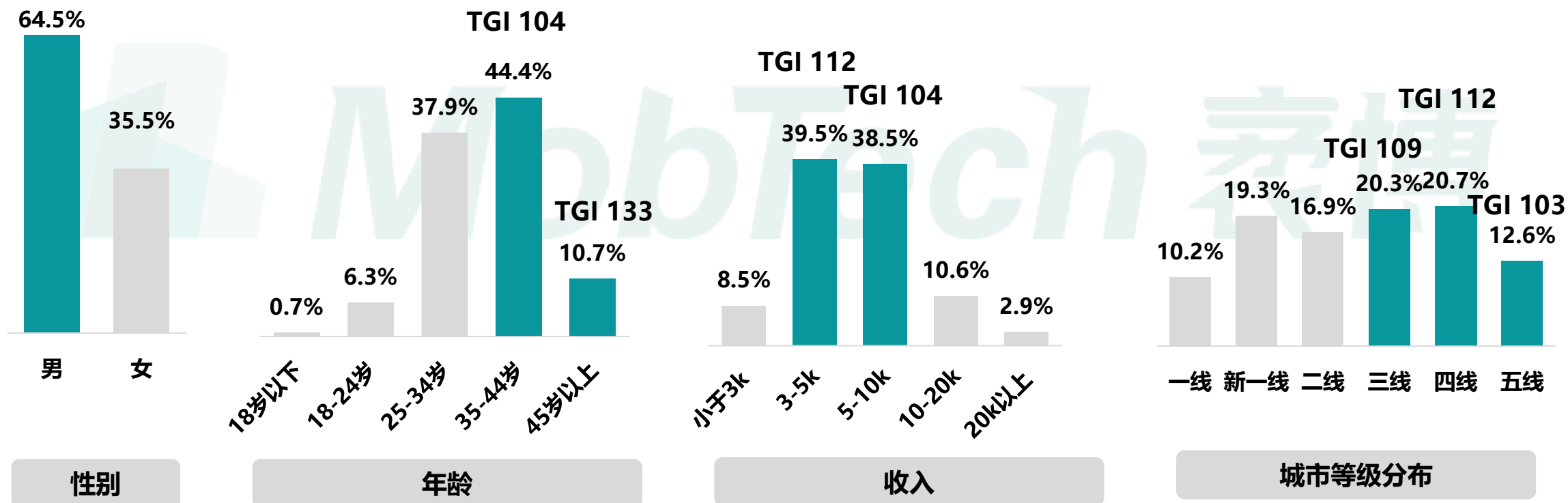


Source: MobTech, 202012-202105

# 今日头条极速版：下沉市场中老年大叔

男性为主，35岁以上占比近六成，月收入中等，集中在3-10K，下沉市场为大本营

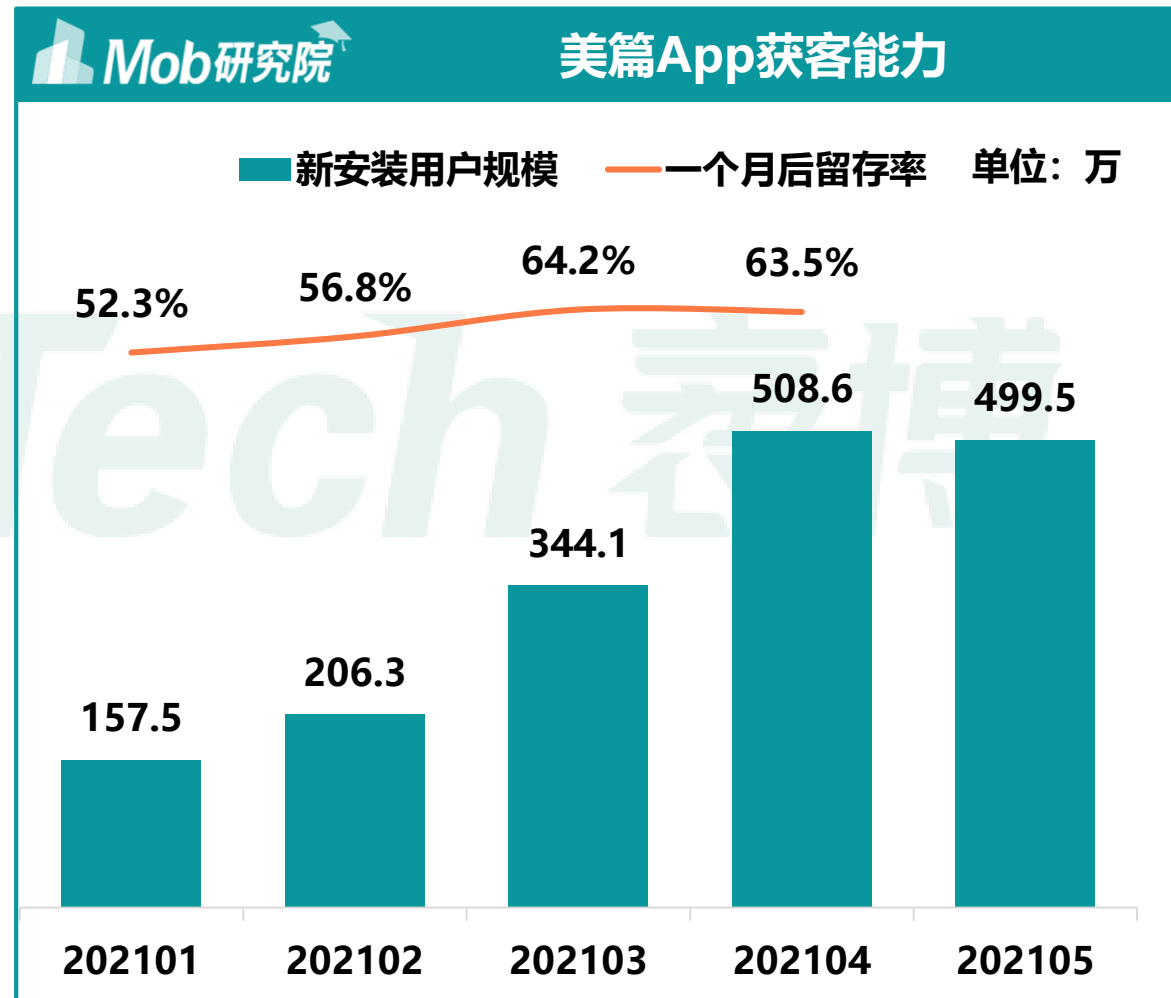
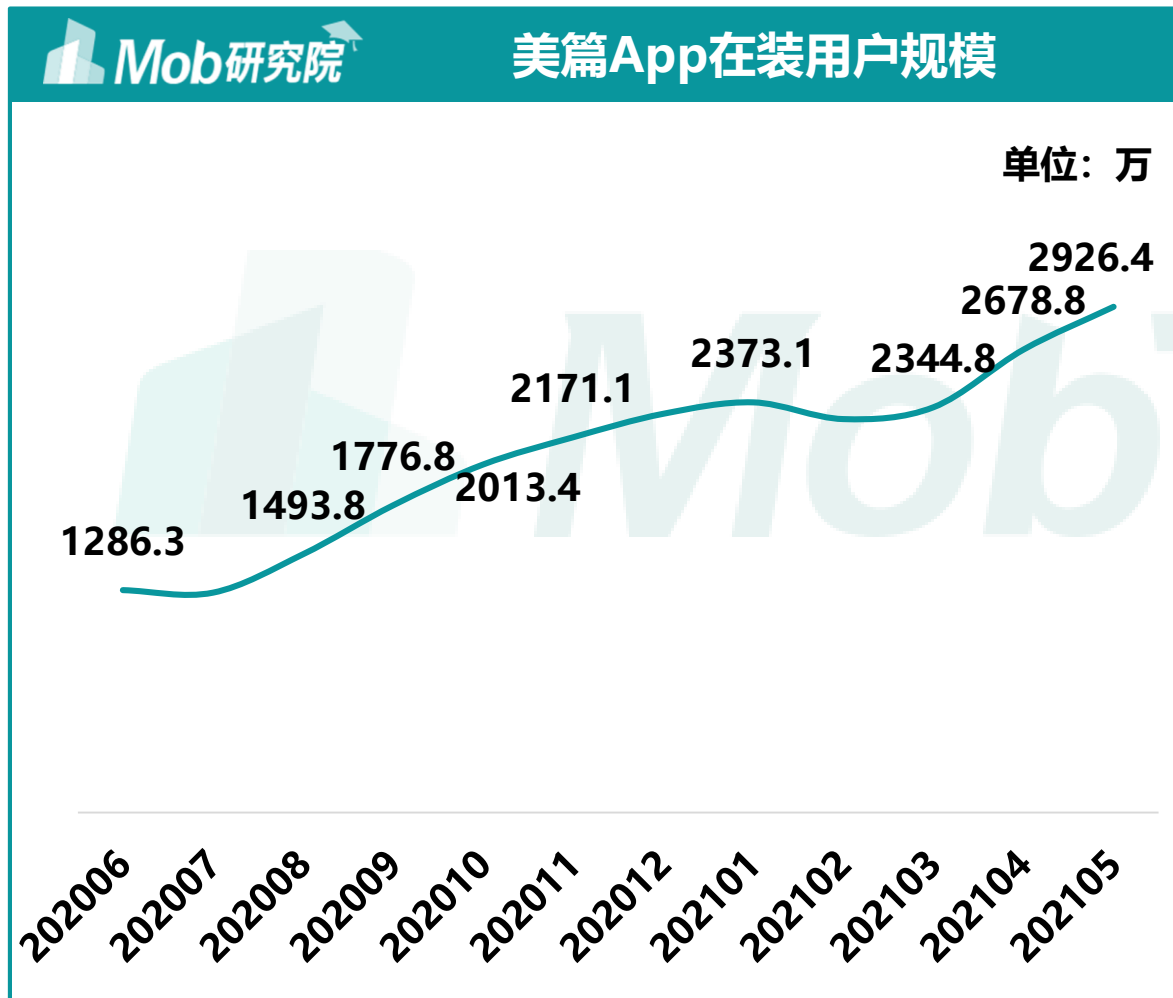
Mob研究院 美篇App用户画像





# 美篇用户表现：用户粘性强，规模近3000万

美篇用户规模呈增长趋势，整体接近3000万，且用户粘性强，一个月后新装用户留存率超60%

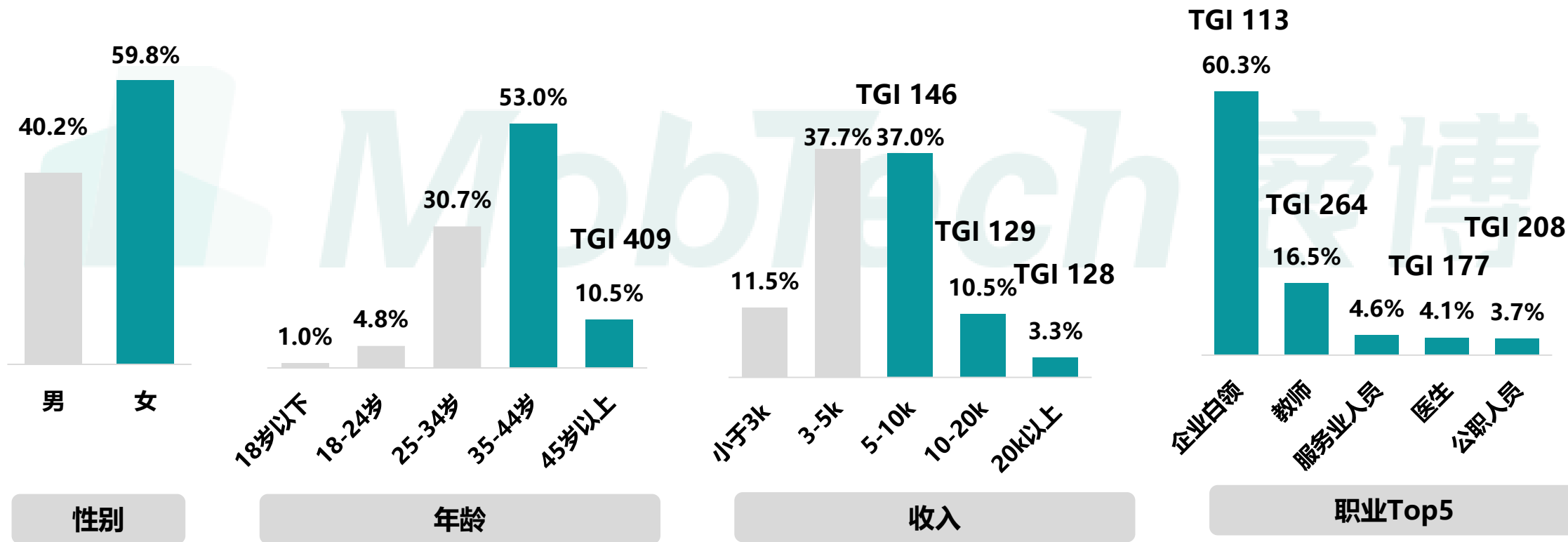


Source: MobTech, 202012-202105

# 美篇用户画像：中老年高净值人群

女性为主，35岁以上超六成，收入集中在5k以上，企业白领、教师、公职人员TGI突出

Mob研究院 美篇App用户画像



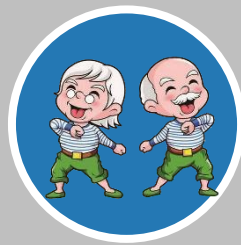
# 如何挖掘线上“银发经济”

需要精准定位老年群体用户需求和习惯，界面设计友好且兼容性强，可借助分享返现的裂变营销模式



## 选择一个好赛道

- ✓ 结合银发族的使用行为，**短视频、旅游出行、拍摄美化、金融理财、互联网医疗、走路健身等App**都为市场机会点
- ✓ 其中，短视频、电商返利平台在下沉市场银发族中更受欢迎，旅游出行、线上老年教育等平台在都市银发族中更受欢迎



## 精准的产品定位

- ✓ **垂直精准需求**：深入分析老年用户群体需求，精准定位产品，比如糖豆切入广场舞领域、美篇贴合老年人喜好的图片社交功能
- ✓ **返利、挣钱类推广营销**：老年人闲暇时间较多，对于分享返现的推广模式接受度较高，因此分享返现为较好的裂变模式



## 友好的产品设计

- ✓ **界面设计友好**：老年人有看不清字、打字速度慢、不会使用复杂功能等特点。因此在产品设计时，一定要掌握“简洁交互”的原则
- ✓ **App产品兼容性强**：部分老年人使用的手机为子女淘汰的机型，因此App产品的兼容性就显得尤为重要

# 报告说明

## 1.数据来源

MobTech报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

## 2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2020.5-2021.5

具体数据指标请参考各页标注

## 3.版权声明

本报告为MobTech制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。



全球领先的数据智能科技平台



关注我们

研究报告合作

周女士

zhoufang@mob.com