



| 懂数据 更懂生意

电商银发人群深度研究

2025

CONTENTS

01 行业人群透视

02 典型品类总结

01

PART ONE

行业人群透视

解数「银发指数」用于量化评估不同品类下的银发经济价值

追踪
六大指标

执行
三大流程

基于解数模型底座

解数咨询
= 银发
指数

六大指标

1. 当前银发人群的渗透率： *人群分布等关键参数。*
2. 市场现有规模： *销售额等关键参数。*
3. 增长潜力： *同比增长率等关键参数。*
4. 供给丰富度： *品牌数和商品数等关键参数。*
5. 价格敏感度： *平均成交价等关键参数。*
6. 其他复杂变量： *声量因子、供应链成熟度等数据补正。*

三大流程

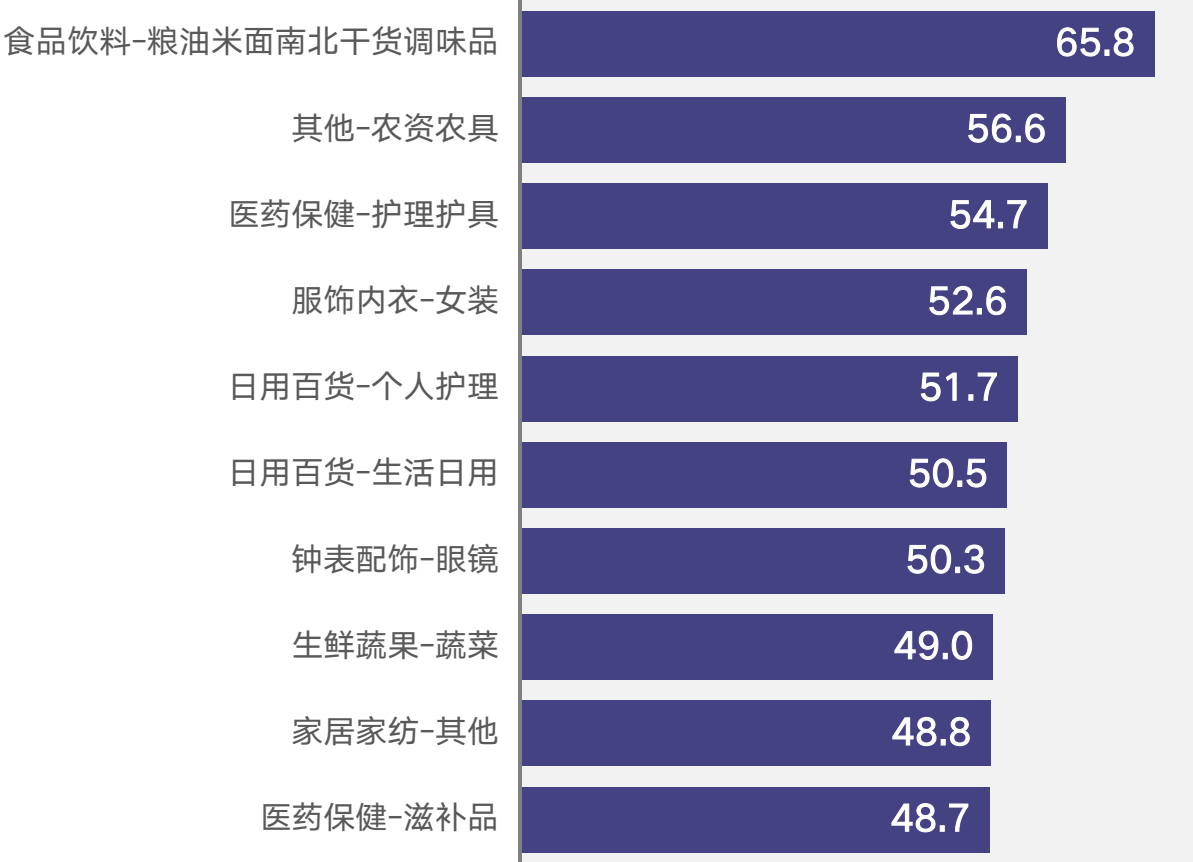
1. 标准化数据： 将解数数据库统计的银发数据六大指标进行标准化，消除量纲差异。
2. 确定权重参数： 根据每个指标的重要性赋予权重。
3. 计算综合得分： 将标准化后的数据乘以权重，得到银发指数。

解数「银发指数」大模型

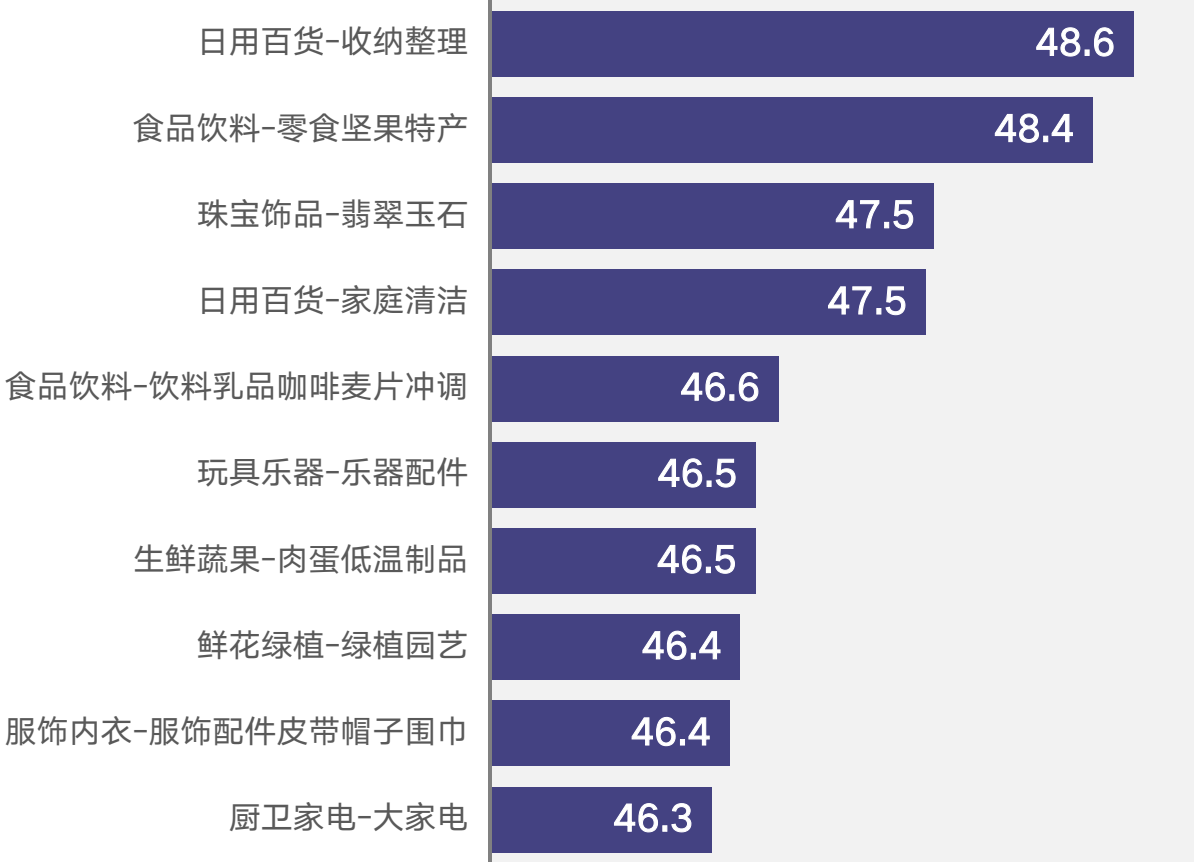
据解数的2024年银发指数，对当前抖音电商行业进行排序（一）：

「银发指数」越高，该品类的银发经济价值越大

「银发指数」TOP1~10品类



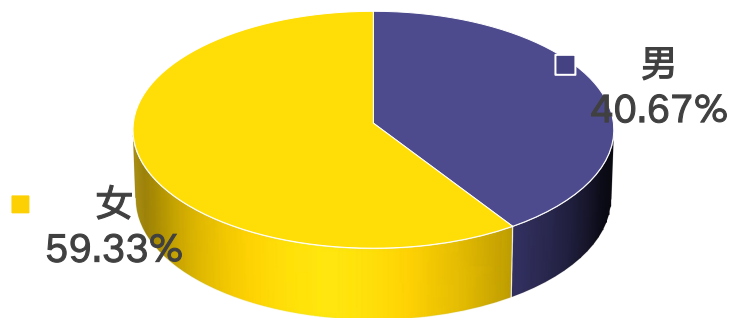
「银发指数」TOP11~20品类



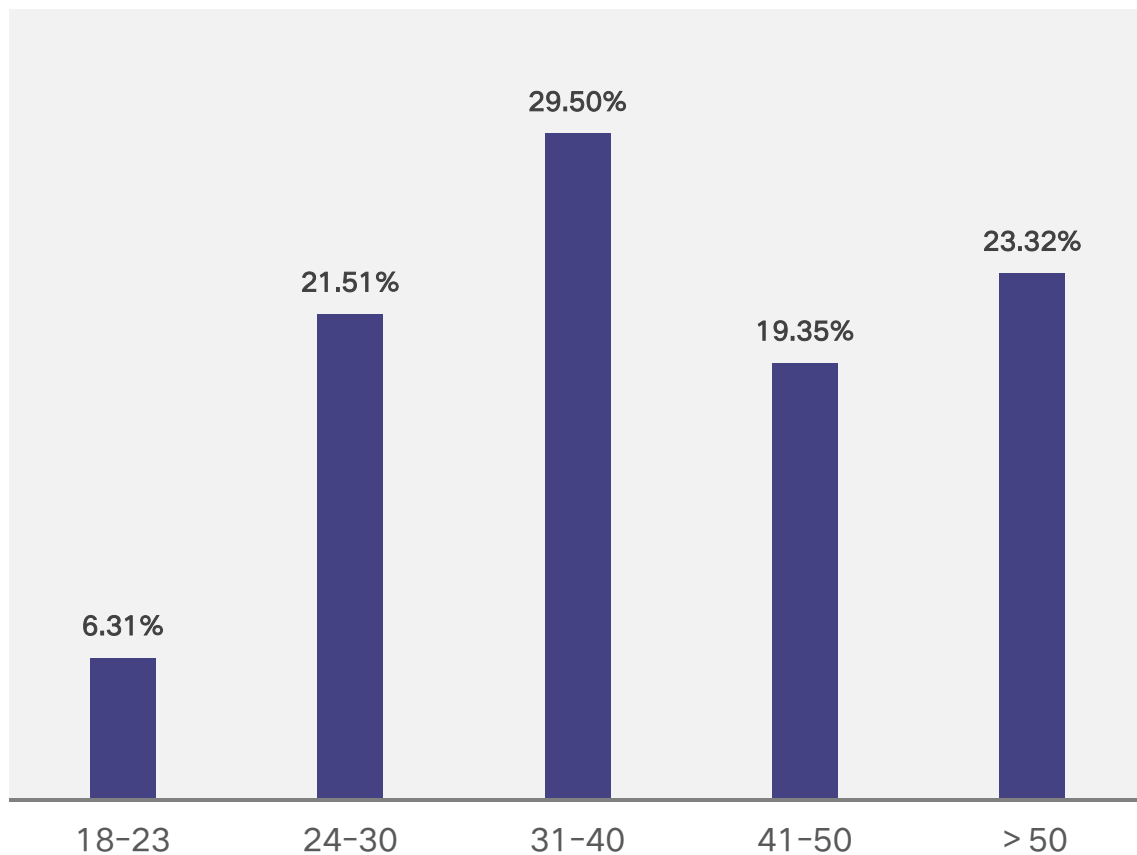
TOP1 食品饮料-粮油米面/南北干货/调味品

2024年人群分布

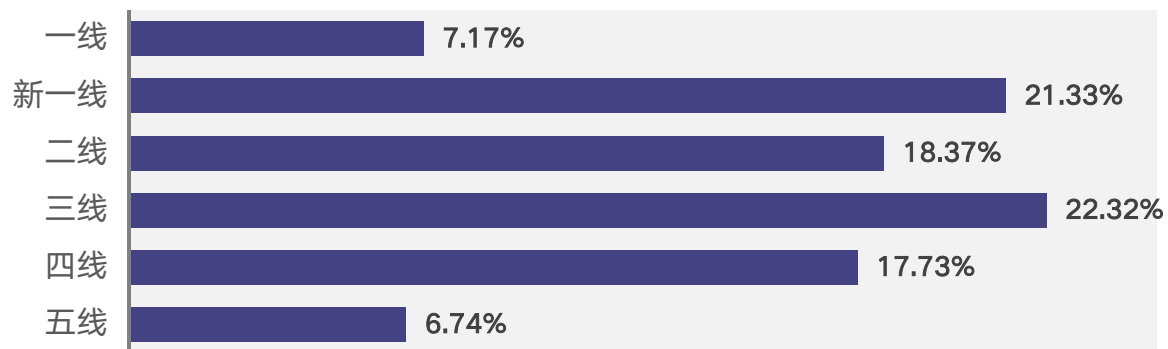
性别分布



年龄分布



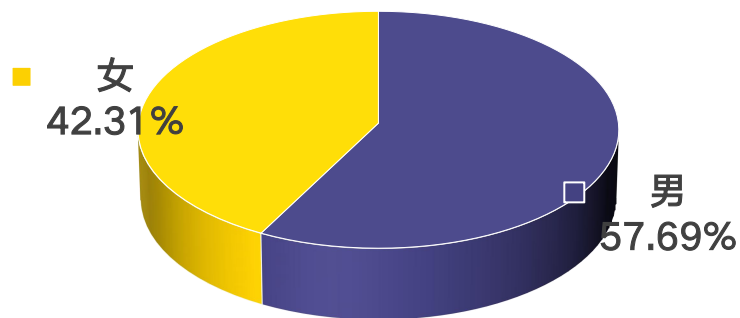
地域分布



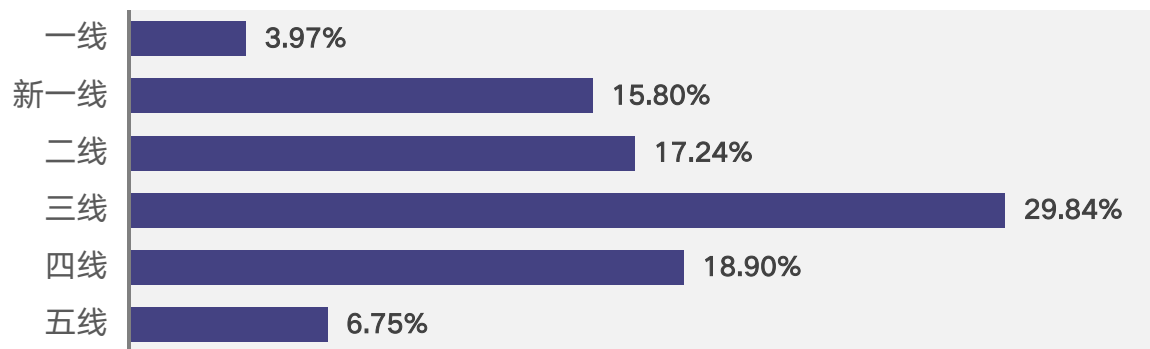
TOP2其他-农资农具

2024年人群分布

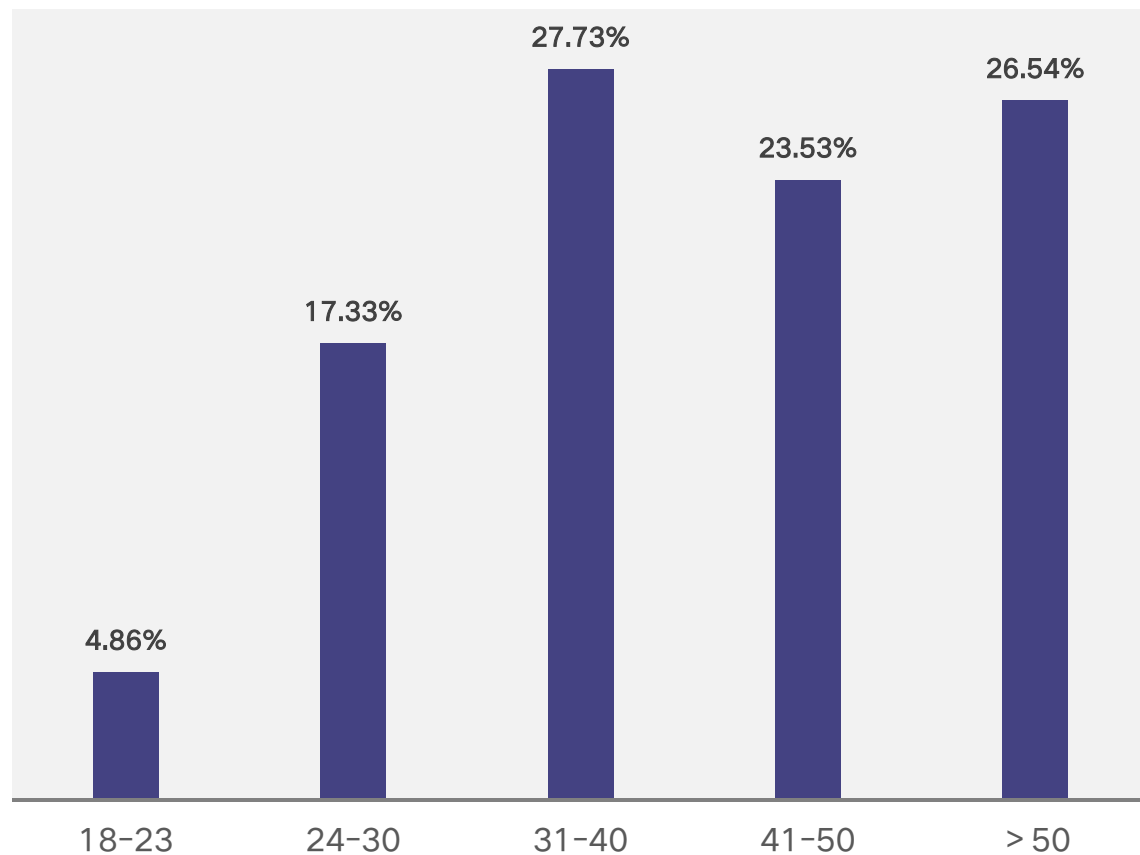
性别分布



地域分布



年龄分布



高「银发指数」行业人群分布规律总结

银发人群的消费分布受品类属性（刚需性、健康相关性）、城市线级（低线主导）、性别需求（女性偏好生活类，男性偏好工具类）及年龄分层（年轻人偏好新兴品类）共同影响

1. 品类属性与银发人群占比显著相关

健康与日常必需品：与健康、基础生活相关的品类（如粮油调味品、生鲜蔬菜、滋补品、家庭清洁）在50岁以上人群中的占比普遍较高（>50岁占比多超过15%）。

2. 低线城市是银发消费主力

三线、四线城市占比突出：大部分品类的消费集中在三线（普遍占比20%-25%）和四线城市（15%-18%），而一线城市占比普遍低于10%（如粮油调味品一线占比仅7.17%）。

3. 性别差异显著

女性主导品类：女装（女性占比90.16%）、家庭清洁（71.25%）、收纳整理（75.26%）等品类女性占比显著高于男性。

男性主导品类：农资农具（男性57.69%）、乐器配件（男性68.28%）、大家电（男性55.14%）等品类男性占比较高。

4. 年龄分布与品类需求分层

50岁以上人群偏好稳定性：粮油调味品、滋补品等品类银发人群占比较高，反映其对日常刚需和健康管理的重要

银发基础人群画像总结

年龄范围

50岁以上，以60-75岁“活力银发族”为主力消费群体。

城市分布

三四线城市占比最高（如粮油米面、护理护具在三线占比25%-28%），一线城市银发消费更注重品质（如滋补品、智能设备）。

性别比例

女性占比显著更高（女装、护肤品女性占80%-90%），男性在工具、保健品领域消费突出。

消费能力

客单价中等偏高。

银发六大核心人群

标签类型	特征描述	典型品类需求
健康管理型	关注慢性病预防、营养补充，消费理性且复购率高	滋补品、低糖食品、血压计、钙片
居家实用型	重视产品耐用性、易操作性，偏好解决日常痛点的设计	防滑家居用品、一键式家电、适老化卫浴
节俭性价比型	价格敏感，倾向基础功能款，但对促销活动响应积极	粮油米面、基础款服装、平价日用品
时尚悦己型	一二线城市为主，追求得体时尚，愿意为品质和设计溢价付费	中高端女装、抗衰老护肤品、轻奢饰品
家庭关怀型	消费决策受子女影响大，购买兼顾自身和孙辈需求（如童装、教育产品）	祖孙同款服饰、健康零食、智能教育设备
科技尝新型	熟练使用智能设备，愿意尝试适老化科技产品	智能手环、语音助手、远程医疗设备

02

PART TWO

典型品类总结

银发指数TOP1~10典型品类成交简况

银发指数排名	类目	直播销售额占比	视频销售额占比	商品卡销售额占比	品牌数	商品数	平均成交价	预估销售额	销售额同比
1	食品饮料-粮油米面南北干货调味品	61.65%		30.02%	2.2万	83.4万	25.92	250亿~500亿	+39.79%
2	其他-农资农具	50.48%		34.98%	1,749	17.6万	22.42	10亿~25亿	+57.38%
3	医药保健-护理护具	57.00%		33.32%	1,291	2.5万	66.28	25亿~50亿	+310.09%
4	服饰内衣-女装	82.82%		14.91%	2.3万	2325.2万	122.36	5000亿~7500亿	+28.37%
5	日用百货-个人护理	65.20%		29.31%	1.9万	121.4万	40.9	750亿~1000亿	+48.01%
6	日用百货-生活日用	53.64%		36.85%	1.7万	105.5万	21.94	250亿~500亿	+41.89%
7	钟表配饰-眼镜	67.98%		28.18%	1,921	17.3万	42.29	25亿~50亿	+25.47%
8	生鲜蔬果-蔬菜	71.41%		23.42%	5,380	47.3万	20.57	75亿~100亿	+43.95%
9	家居家纺-其他	77.48%		20.55%	1,850	28.7万	24.66	10亿~25亿	+7.46%
10	医药保健-滋补品	77.95%		18.66%	9,295	36.4万	88.49	100亿~250亿	+24.62%

银发指数值得关注品类总结

- **滋补品**（银发占比16.65%，销售额100亿，同比增长24.62%）；
- **护理护具**（银发占比12.29%，销售额25亿，同比增长310.09%）。

01

高潜力品类

- **智能设备和家电、女装**银发占比仅8.57%，但类目总销售额高达5000亿，反映“低调但刚需”；
- **智能设备和家电**银发占比7.12%，但类目销售额同比增长56.98%，预示科技渗透加速。

02

反差需求

食品饮料-粮油米面/南北干货/调味品-食用油**典型产品**



四川农家传统压榨菜籽油
销售额1000w~2500w
平均成交价¥59.85



善百年低芥酸菜籽油食用油
销售额1000w~2500w
平均成交价¥440.38

卖点主打：
健康成分、
古法工艺。

服饰内衣-女装-中老年女装**典型产品**



中老年人女装奶奶冬装棉衣外套
销售额1000w~2500w
平均成交价¥202.06



YAYA/鸭鸭时尚气质妈妈装羽绒服
销售额1000w~2500w
平均成交价¥398.96

卖点主打:

加绒加厚、
传统中式&新中式、
银发时尚，打破“老年装=过时”
的刻板印象。

医药保健-护理护具**典型产品**



济寿堂腿部电加热艾灸长裤
销售额1000w~2500w
平均成交价¥285.16



康逻辑电动护理床
销售额500w~750w
平均成交价¥2,333.28

卖点主打:

老字号、
电动适老化、
智能适老化。

优秀的银发产品需要关注 银发人群的核心需求

懂数据 更懂生意

银发人群的三大核心需求

健康
安全

便利
适老

尊严
情感

围绕技术创新、场景融合、精准运营构建差异化壁垒，企业可在银发经济万亿蓝海中抢占先机。

银发经济未来需求趋势

健康品类精细化

从泛保健向精准营养（如糖尿病患者专属食品）、康复护理（术后居家照护设备）延伸。

适老化设计升级

由“功能适配”转向“情感化设计”（如怀旧元素家电、代际互动产品）。

服务型消费崛起

服务型消费崛起：健康管理订阅制（如月度营养套餐）、居家适老化改造咨询。

解数介绍

ABOUT US

解数咨询是首家专注于电商行业大数据挖掘及分析的调研机构。服务于消费品行业在电商领域全品类全平台品牌孵化、营销及管理。

解数咨询从数字化聚焦电商领域，致力于用专业的数据能力和丰富的电商经验，帮助企业提升电商经营能力，对电商全平台、全品类、全品牌实施覆盖，服务品牌、机构超300家，提供全新视角洞察消费行业，同时也服务了众多知名消费品基金及上市服务机构。



解数咨询
官方视频号



解数咨询
官方公众号



业务合作
请联系

解数咨询部分报告目录

美妆护肤

品牌拆解：

《眉笔--三资堂》、《美白--美斯蒂克》
《彩妆--毛戈平、YSL、彩棠》《美容仪--极萌》
《美妆王者：珀莱雅》《定妆喷雾--柏瑞美》
《彩妆--UODO优沃朵》
《定妆喷雾--BABI》《涂抹面膜--造物者》
《护肤--宫芙》《沐浴油--贝德玛》
《美妆抖音--谷雨、HBN、娇润泉、卡姿兰、方里》
《洗发水--KONO》《护肤--可复美》
《美妆--唐魅可TOMMARK》
《乳液面霜--仁和匠心、肌肤未来》
《美妆--唐魅可》《护肤彩妆--兰蔻、欧莱雅》
《美容工具--尔木萄、健美创研》
《面部彩妆--雅诗兰黛、卡姿兰》
《美妆护肤--欧诗漫、至本》
《防晒--Mistine、安热沙、美康粉黛》
《面膜行业--米蓓尔、瑗尔博士、蒂佳婷》
《美妆--科颜氏&HBN&谷雨》
《面部彩妆、彩妆套装、男士彩妆--3CE、华伦天奴、左颜右色、Blank Me 半分--》
《面部彩妆、粉饼、双十一复盘--花西子、FUNNY ELES方里、PASSIONAL LOVE恋火》
《Into you》《彩棠》《花西子》《HBN》《祖玛珑》
《修丽可》

行业分析：

《24年年度复盘-美妆》《双十一大促总结》
《2024年精华行业分析（美国站）》
《2024上半年美妆行业数据复盘》
《美妆出海东南亚市场研究》
《2022年海外美妆行业及品牌复盘》
《美妆护肤行业2022年双十一复盘》
《防晒行业调研》
《抖音彩妆护肤分析报告》《以油养肤行业分析报告》
《彩妆行业2022半年度复盘》《护肤行业2022半年度复盘》
《复盘2021，瞭望2022美妆新风口》
《2021美妆品牌营销战果复盘》
《千瓜数据x解数咨询：小红书内容营销数据洞察白皮书》
《2021年8月彩妆报告》《卸妆市场调研报告》
《2021年8月护肤报告》

食品饮料

品牌拆解：

《甄磨坊》
《食品王者：认养--头牛》《纯奶--隔壁刘奶奶》
《咖啡--四只猫》《健康轻食--谷本日记》
《水果罐头--林家铺子》《月饼--美心、稻香村》
《预制菜--叮叮懒人菜、锋味派、西贝》
《驼奶及驼奶粉--原始黄金、谷掌柜》
《小笼包--头厨》《食品冲饮--暴肌独角兽》
《健康食品--七年五季》《饮料--农夫山泉、IF》
《肉类&卤味零食--王小卤、脱骨侠》
《保健食品--宝石肌、健安喜》
《螺蛳粉--好欢螺、臭宝、食分辣》
《咖啡--瑞幸、SINLOY、G7coffe》
《益生菌--wonderlab、life space、江中》
《中式糕点--yotime悠享时&皇家尚食局&御茶膳房》
《食补粉粉--内问、南方黑芝麻、江中食疗》
《速溶咖啡豆/粉--美好回忆、oatly》
《低温乳制品、低度酒--悦鲜活、每日鲜语、Oarmilk吾岛、梅见、RIO锐澳》《奶酪博士&小鹿蓝蓝》
《认养--头牛》《薄荷健康品牌拆解》
《元气森林》《隅田川》《小鹿蓝蓝》

行业分析：

《2024年度复盘-食品》《2024年度复盘-保健品》
《低度潮饮酒趋势及品牌打法》
《低温乳制品行业分析报告》
《咖啡麦片冲饮行业2022年半年度复盘》
《月饼行业报告》《雪糕行业发展趋势》
《预制菜行业调研》《低度酒行业调研报告》
《保健食品行业报告》《零食2021年7月数据报告》
《冲饮2021年7月数据报告》《零食2021年5月数据报告》
《食品饮料行业商机洞察》《零食2021年6月报告》
《2021年6月饮料行业数据报告》

母婴

品牌拆解：

《儿童洗发水贝德美》
《母婴王者BABYCARE》《奶粉--蒙牛一米八八》
《母婴护理--贝德美&一页》《母婴营养品--兰骑士》
《纸尿裤--佳婴》《奶粉--贝因美》
《婴幼儿营养品益生菌--信谊》
《婴幼儿营养品--AUTILI澳特力》
《婴幼儿奶粉--美素佳儿》
《婴幼儿营养品--Numans纽曼思、芯》
《婴幼儿营养品--健安喜、小小伞》
《婴幼儿营养品益生菌--BioGaia拜奥、BIOSTIME合生元》
《宝宝辅食--英氏、秋田满满》
《DHA--天然博士、ERICFAVRE》
《婴幼儿营养品--童年时光、健思敏》
《婴幼儿牛奶粉--飞鹤、君乐宝、a2》
《宝宝零食--babypantry光合星球、喵小侠、奶酪博士》
《婴儿手推车、学步车--好孩子、DearMom、amorhome》《bebebus》
《婴童水杯--taoqibaby、Potato土豆、GNAUHBABY皇宠》《babycare》
《婴童用品、婴童乳液面霜--Evereden安唯伊、Akasugu爱舒屋、new page--页》
《婴童用品&婴童护肤--爷爷的农场、戴可思&薇诺娜宝贝&艾维诺》《小鹿蓝蓝》《奥特曼玩具》
《戴可思》

行业分析：

《钙铁锌行业调研报告》
《2022年618个护市场调研》
《儿童水杯行业分析报告》
《婴幼儿辅食行业全域拆解》

宠物

品牌拆解：

《烘焙粮--鲜朗》
《宠物小家电--霍曼》《天然百利》
《猫狗主粮--凯瑞思》《狗主粮--比乐》
《宠物食品--卫仕》《猫主粮--喵梵思》
《全价猫主粮--蓝氏》《狗主粮--疯狂小狗》
《宠物食品--麦富迪》《猫零食--瓜州牧、麦富迪》
《猫砂--比亿奇、lorde》《全价猫主粮--醇粹、高爷家》
《猫、狗保健品--reddog红狗》
《猫狗药品--普安特、福来恩》
《狗主粮--伯纳天纯、比乐、纽顿》
《水族世界--SUNSUN森森、yee、疯狂水草》
《猫主粮--Orijen原始猎食渴望、诚实一口、江小傲》
《宠物--小佩宠物、霍曼、uah有哈》
《猫砂--petshy、福丸、鲜朗》《猫粮--凯锐思》
《宠物用品、猫主粮--阿飞和巴弟》
《宠物、猫咪--牡丹猫苑、Lauren萝伦、招财猫、》
《宠物用品-Pidan》

行业分析：

《2024年度复盘--宠物》
《双十一大促总结》
《2024年7月份宠物--犬粮品类》
《小萌宠大赛道，2000亿宠物市场机会点分析》
《2022年618宠物市场调研》
《“萌宠经济”中如何抓住行业机遇》
《解数咨询：宠物新浪潮下的入局态势及明星打法拆解》

其他行业

品牌拆解：

《戴森品牌调研报告》
《钟薛高、蕉下、高姿的夏日运营策略盘点》
《文陶行业&内外、Ubras数据研究报告》
《鸭鸭羽绒服》

行业分析：

《银发经济趋势前瞻》《电商银发人群深度研究》
《运动营养市场趋势数据洞察》
《厨房小家电行业分析报告》
《东方甄选抖播数据调研和拆解》
《2022年618大促复盘--个护行业分析报告》
《露营市场行业分析》《小红书品牌分析》
《抖音品牌运营分析》《快手平台品牌分析》
《罗永浩与“交个朋友”抖音直播账号矩阵拆解》
《拖鞋市场行研》《抖音崛起分析报告》
《冰墩墩---墩难求》《新国货品牌调研》
《2021年11月榜单》《2021双十一-白皮书》
《张杨带你看-2021年双十一-复盘》
《2021年618大促复盘之夜》
《2021年618前瞻报告》
《2020年双十一-类目top100数据监控》
《2020年双十一-白皮书规则解读&收割大全》
《2020年618大促复盘之夜》
《2020年618电商大促最全玩转指南》
《深挖抖音带货成绩单！新晋互联网电商品牌这么干没毛病》
《揭秘！李佳琦直播带货后单品追踪》

解数已更新278期，更多报告请扫码领取

扫码
领取





| 懂数据 更懂生意

2025