

新民·环球

本报国际新闻部主编 | 第 593 期 | 2018 年 10 月 18 日 星期四 本版编辑:张 颖 编辑邮箱:xmhw@xmwb.com.cn

瞄准可支配收入最多群体 专门研发产品帮助独立生活 银发市场藏“金矿” 美国企业抢先机

文 / 雨农 享言

10月17日是重阳节,也是“中国老年节”。截至2017年底,中国60岁及以上老年人口有2.41亿,联合国预计到2030年,全球65岁以上人口将达到10亿人,这是人类历史上头一遭,50岁以上的人口数量超过了17岁以下。日益庞大的老年市场以及随着养老金增加而可支配收入可观的老年人群体正成为商家的必争之地。

设计剃须新品 适应老人需要

知名剃须刀品牌吉列公司一直致力于将剃须定义为一种成年礼。该公司每年向数百万刚满18岁的男性邮寄免费剃须刀,并附赠“欢迎成年”的卡片。但近年来,该公司开始看到一个新现象:儿子开始用刮刀为他们年迈的父亲剃须。

许多像吉列一样的传统品牌,多年来一直烦恼于年轻客户流失,但他们回头却发现,美国增长最快、最有钱的人群——65岁及以上的老人是潜力最大的市场。如何从中“淘金”,正成为许多品牌努力研究的新动向。

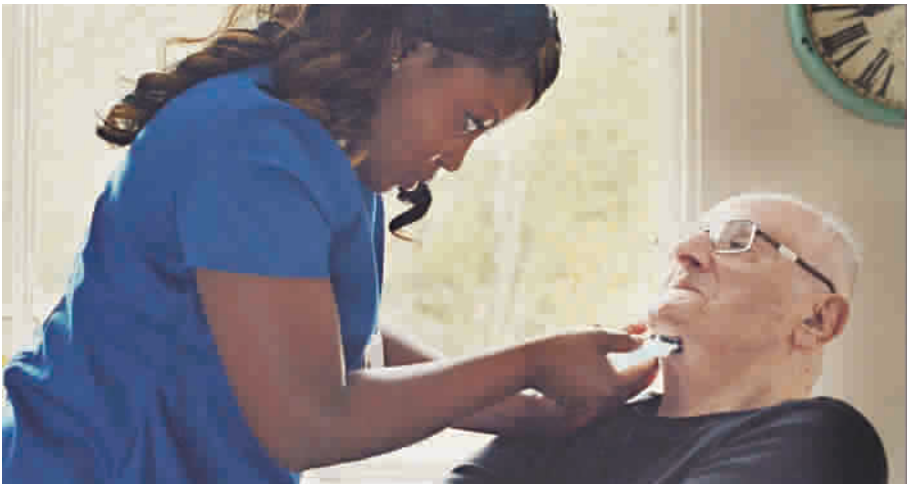
对罗德岛樱桃山庄园养老院的看护员阿曼达·格拉索来说,每次给老人刮胡子是件混乱的苦差事。“他们喜欢用剃须刀,但是刀片刮到皮肤,会造成不适,他们就使劲推开我的手,这样更容易伤到他们。”

吉列的设计师马特·霍奇森注意到这个现象。“我们之前所有产品的设计出发点都是自己剃须,所以刀片是向内的。当看到看护员为卧床老人刮胡子时,我得到了启发,因为一旦反方向使用剃刀,它就不再那么舒适了。很明显,我们需要一些全新的设计。”

经过三年的观察、设计和测试,吉列推出了一款专供护理人员为老人剃须的剃须刀。这款产品有一个超宽手柄,让看护员可以像拿画笔一样保持剃须刀竖直,使用起来更加顺手。刀头也采用了特殊设计,剃掉的胡须不会粘在刀片之间,而是直接落入暗盒中,这样就免去了清洗刀头的麻烦。此外,新款剃须刀设计为一次性使用,比可重复使用的剃须刀更卫生,也更容易回收,因此深受养老院等护理机构的欢迎。

零售商店举措 方便老人购物

的确,日益壮大的老年人群是一个潜在的“金矿”。根据美国退休人员协会的数据,预计到2050年,美国的老年人数量将增加近一倍,而这些50岁及以上老人的消费额预计将增加58%,达到4.74万亿美元。相比之下,25至50岁人口的支出预计将增长24%。



▼美国连锁超市在货架上添置了放大镜,方便老年顾客购物
◀生产厂家开发出专供护理人员为老人剃须的剃刀,深受养老院欢迎
本版图片 GY



适合老年骑手的三轮摩托车

“零售商也开始意识到这里有很大的机会。”商业资讯顾问乔治安娜·班德说:“很长一段时间以来,他们都专注于想吸引年轻客户,但看看统计数据就会发现,‘婴儿潮一代’仍控制着美国70%的可支配收入。”

电子商务分析公司科适信息公司的首席营销官丹尼·希弗曼说:“老年市场已成为淘金热点,无论你是发刷制造商还是高技术公司,都应考虑如何满足人口老龄化的需求。”

全美各地的零售商已经采取措施,使硬件设施对老年购物者更友好,希望吸引更多喜欢到实体店购物、且品牌忠诚度更高的老年人。例如大型连锁超市CVS在货架上添置了放大镜,Target超市则将药品标签上的字体放大,其他商场在店里使用更明亮的灯光和防滑地板。一些生活用品制造商则开始研发针对老年消费者和看护人员的产品,比如可伸缩手柄的梳子、三面刷头的牙刷以及能监测是否跌倒的鞋。就连以酷炫著称的哈雷摩托,也开发适合“时髦老人”驾驶的摩托车。它和另一家小型摩托车生产商联合开发的Tri Glide三轮摩托车配备六速变速箱、功率更大的远光灯以及更大的行李箱,以适应老人的视力和长途旅行的需要。

作为一名狂热的摩托车手,格

雷迪·霍华德50年来一直骑着哈雷、载着妻子芭芭拉从北卡罗来纳到肯塔基。但是随着年龄增大,腿部和其他身体器官的疾病使74岁的他对重型机车有点力有不逮,他询问妻子:“乖乖回家宅着,还是换辆三轮摩托继续环游美国?”芭芭拉毫不迟疑地选择了后者。

同是骑手的摩托车经销商史蒂芬说:“婴儿潮一代的男人正在变老。不想因为膝盖不好、眼睛不好、糖尿病或者其他什么健康问题停下来,我们想继续摇滚。”63岁的他计划骑行前往北卡罗来纳州。

高新科技企业 也来抢分蛋糕

选择居家养老的美国人对于家用监测与报警系统的重视程度越来越高,使得众多公司在这个领域的研发中一掷千金。

80岁的南希·德拉诺平时喜欢和朋友一起看电影、看戏以及外出晚餐。作为一名独自生活的退休护士,她知道对于老人来说,跌倒造成的伤害是致命的。因此,当儿子罗杰斯与她谈起在家里安装远程监控系统时,她毫不犹豫地答应了。

随着整个房子主要监控点安装柜式传感器、床下传感器、智能恒温

器和摄像头后,罗杰斯可以随时掌握母亲的状态:是四处走动还是在睡觉,厨房里煮着的菜是否会烧焦,前后门是否上锁,空调温度是否适宜,必须吃的药是否都服用了……罗杰斯说:“这让我们俩都安心多了。”

除了各种传感器,德拉诺还有一部美国很多老人爱用的“吉特巴”手机,这款拥有超大屏幕、超大按钮的手机,让老人在紧急情况下发出警报更加方便。德拉诺还选择每月支付45美元接入Alarm.com提供的健康系统,这比雇用家庭健康助理或搬进养老院要便宜得多。

亚马逊Alexa智能家居系统则给独居老人卡罗尔·史密斯带来了很方便。“当我看书遇到生词的时候,我只需要问,‘Alexa,这个词是什么意思’;安静的时候,我可以要求Alexa放一首歌。我是个篮球迷,但现在不能熬夜看比赛了。不过第二天早上,我会问Alexa比分是多少。”

养老护理成本过高以及养老市场巨大潜力,吸引了众多高科技企业的目光。亚马逊、谷歌、苹果等公司纷纷将语音辅助、互联网社交、健康数据监测、远程医疗、可穿戴技术等各个领域的新思路与专门针对老年人生活的应用程序配对,努力迎合“身老心未老”的人群营造“受监控的独立生活”。

相关链接

宝马改造装配线 适应“超龄”员工

据《福布斯》杂志报道,截至2019年,美国50岁以上的劳动力将占据总劳动力的25%。全世界都面临劳动力老龄化的趋势。是解雇他们还是帮助他们更好地工作,成为一个难题。

位于德国巴伐利亚南部的宝马汽车公司不得不面对一个严峻的现实:2007年至2017年,劳动力的平均年龄从39岁上升至47岁。宝马公司表示,将致力于保证忠诚员工的就业,而不是解雇或者让他们退休用年轻人取而代之。

2007年10月,公司开展了一项名为“2017年生产线”的实验计划。在变速箱生产线上配备了38名“超龄”员工,模拟十年后的工人年龄结构。

一开始,工厂管理层怀疑那些老龄员工能否完成生产计划,但是结果却让人意外。短短三个月内,生产线效率成功地提高了7%,缺勤率减半,不合格率降至0。这些变化并不昂贵,而是由许多微小的变化积累产生:更舒适的座椅、可以调节个人高度的工作台、木质地地板提供了更好的绝缘和缓冲等。一系列小变化使工作场所更适合老人的人体工程学,使工作更有成效。

智能手表锁定 老年用户群体

在上个月的苹果年度产品发布会上,人们惊讶地发现,此次推出的智能手表广告片,主角是居家养老的老人。

研究表明,老一辈人对智能手表并不太感兴趣。使用智能手表的65岁以上老人仅占该市场的4.6%。与此同时,美国卫生部最新统计,在过去10年中,因跌倒而死亡的老年人数量急剧增加。

考虑到退休老人可观的可支配收入,苹果公司果断将销量不甚理想的智能手表锁定老年用户群体,广告中不仅强调能实时监控佩戴者是否跌倒,还与心脏监测程序、与医生共享数据等功能集合在一起。即便是年轻人收看广告,也会让他们产生“给父母买一块”的念头。