Mob研究院

人群洞察系列第二弹—1亿“银发人群”来袭

2019“银发人群”洞察



MOB研究院出品



前言

Mob研究院

研究定义

研究定义

Mob研究院定义的“银发人群”指的是：45岁以上使用移动智能手机设备的中老年人群

研究对象

研究对象

移动端“银发人群”用户规模与各领域（游戏、社交、电商等）市场及各个区域情况

研究意义

研究意义

在我国人口老龄化逐渐趋于严重的今天，银发人群是一个无法忽视的庞大群体，这部分群体蕴含着无数商机，当前还是一个蓝海市场，值得重点关注和挖掘

目录

1. “银发人群”发展现状
2. “银发人群”用户画像
3. “银发人群”各领域App洞察
4. 北京“老炮儿”vs 上海“老克勒”
5. 未来发展趋势—“银发经济”崛起



01



“银发人群”发展现状

“银发人群”用户规模

世界卫生组织最新标准，45-59岁为中年人，60岁以上为老年人，本报告将45岁以上移动端网民作为“银发人群”主体和研究对象，据MobTech大数据，当前“银发人群”接近1个亿

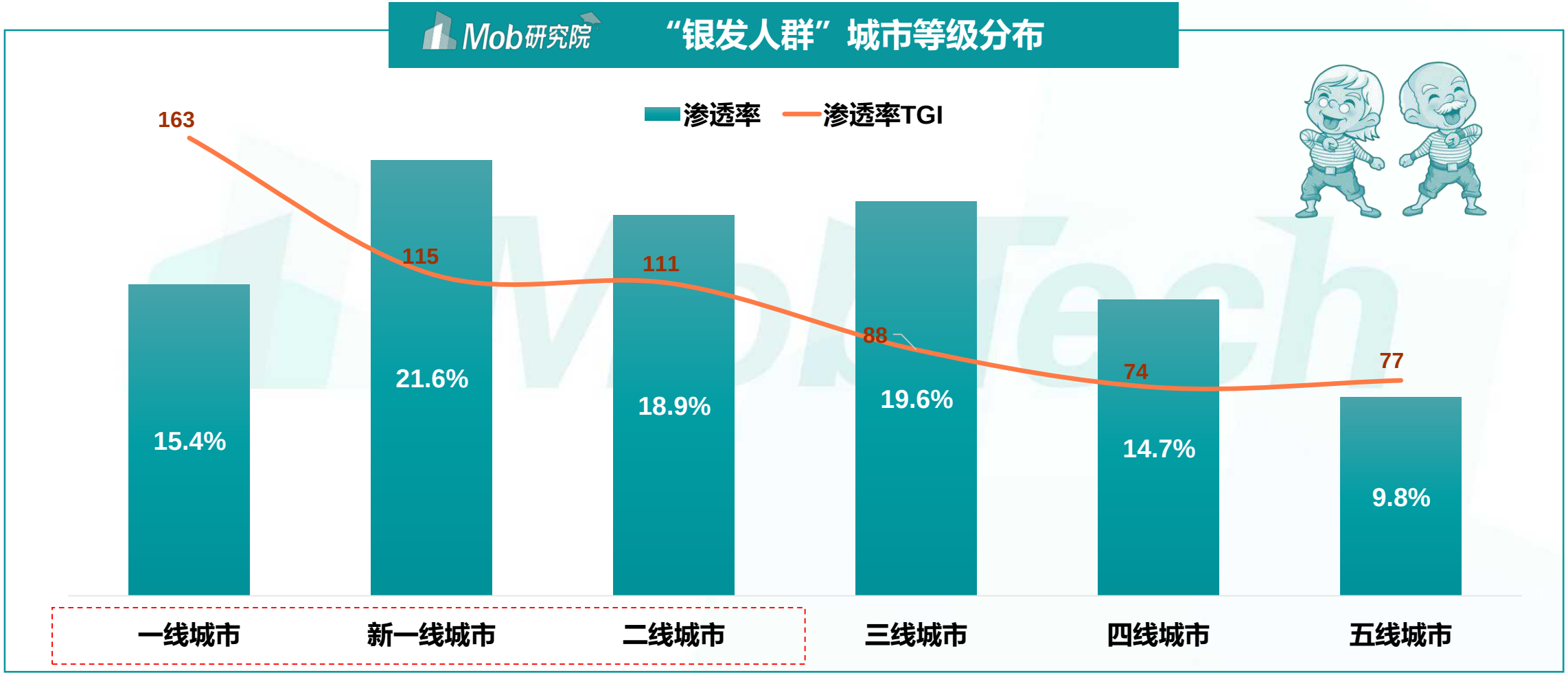
中国“银发人群”移动端用户规模



Source：MobTech，2018.7-2019.7

“银发人群”城市等级分布

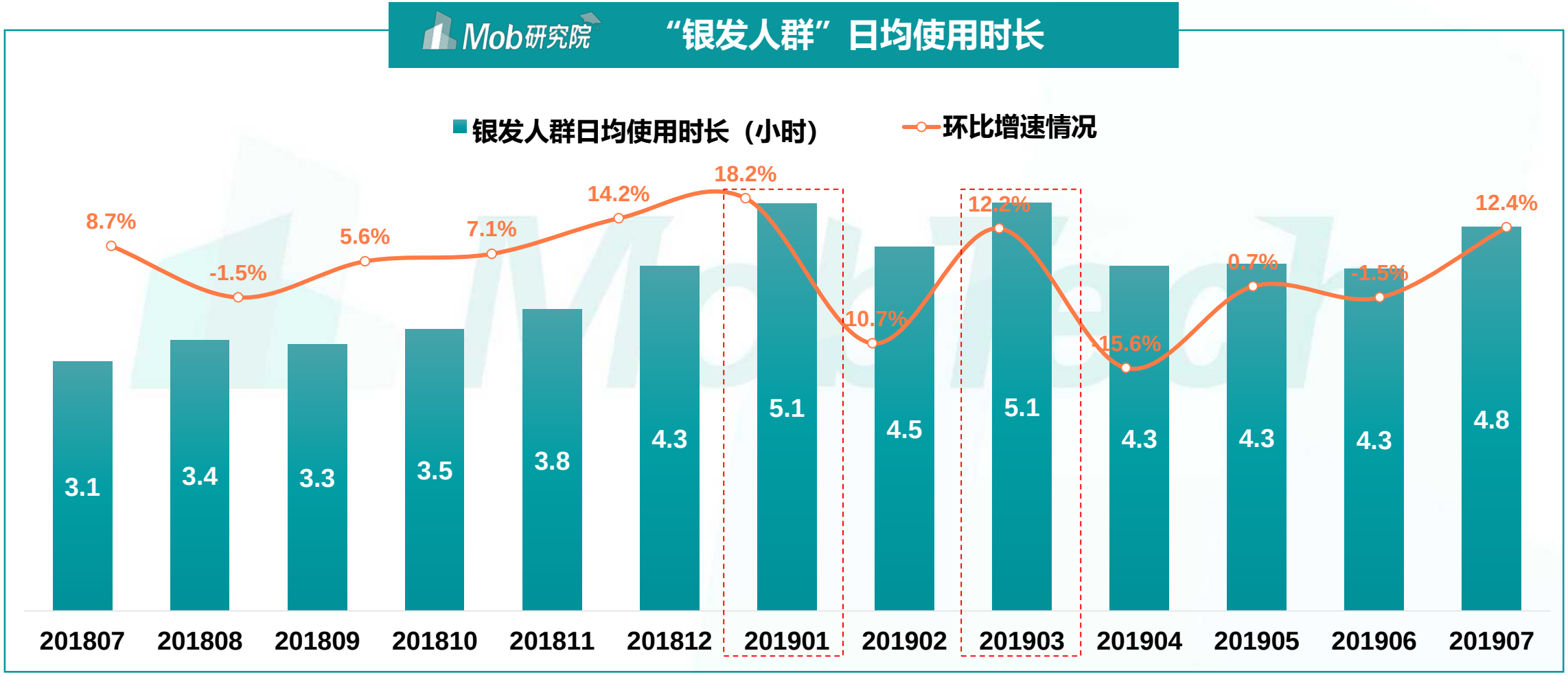
二线城市及以上的银发人群占比超过半数，这部分人群在移动互联网的用户行为更为活跃，表现出更为强烈的用户偏好属性



Source：MobTech，2019.7

“银发人群”使用时长

“银发人群”日均使用时长基本超过4小时，冬季使用时长明显提升，19年7月份日均使用时长达到4.8小时，同比增速超过50%

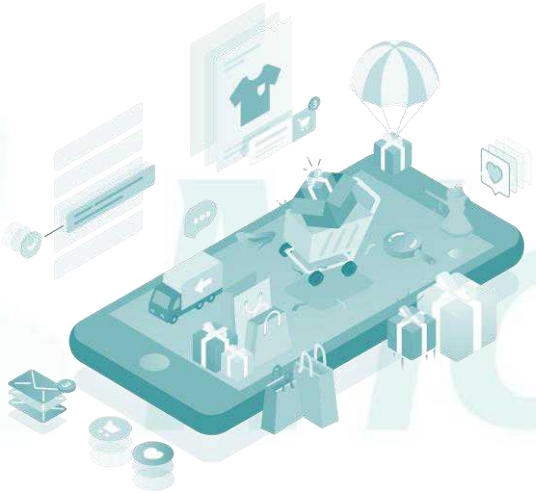


Source：MobTech，2018.7-2019.7

“银发人群”常用移动端应用

银发人群最常用的App中类型较为单一，系统工具类较多，可能反映了老年用户对于智能手机的不熟悉，面对手机上的新奇功能，不少老年用户会望而却步，其中微信雄据榜首

“银发人群”常用移动端 TOP10





Source：MobTech，2019.7

02

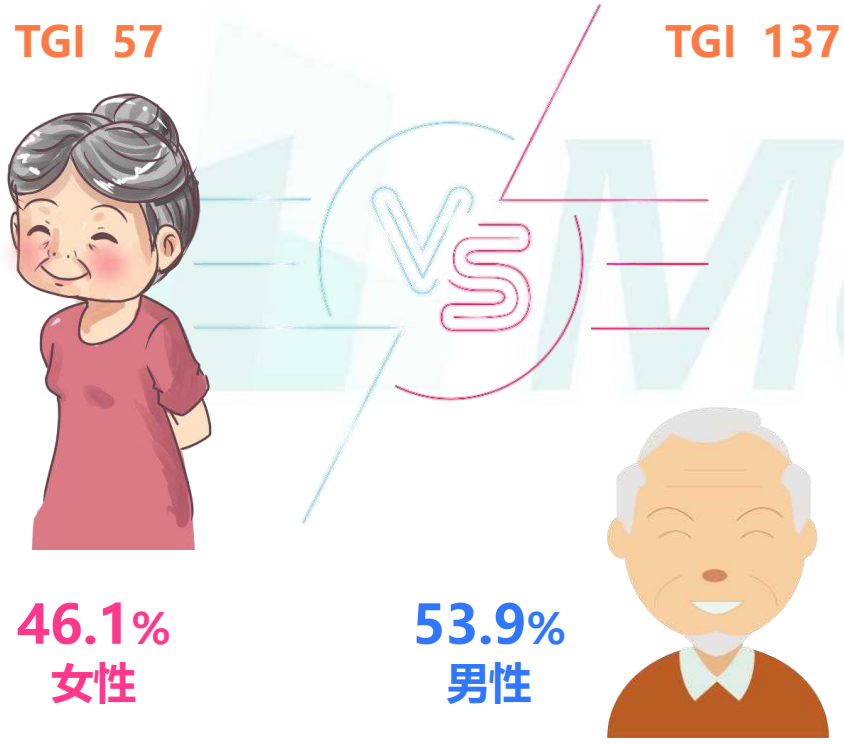


“银发人群”网民用户画像

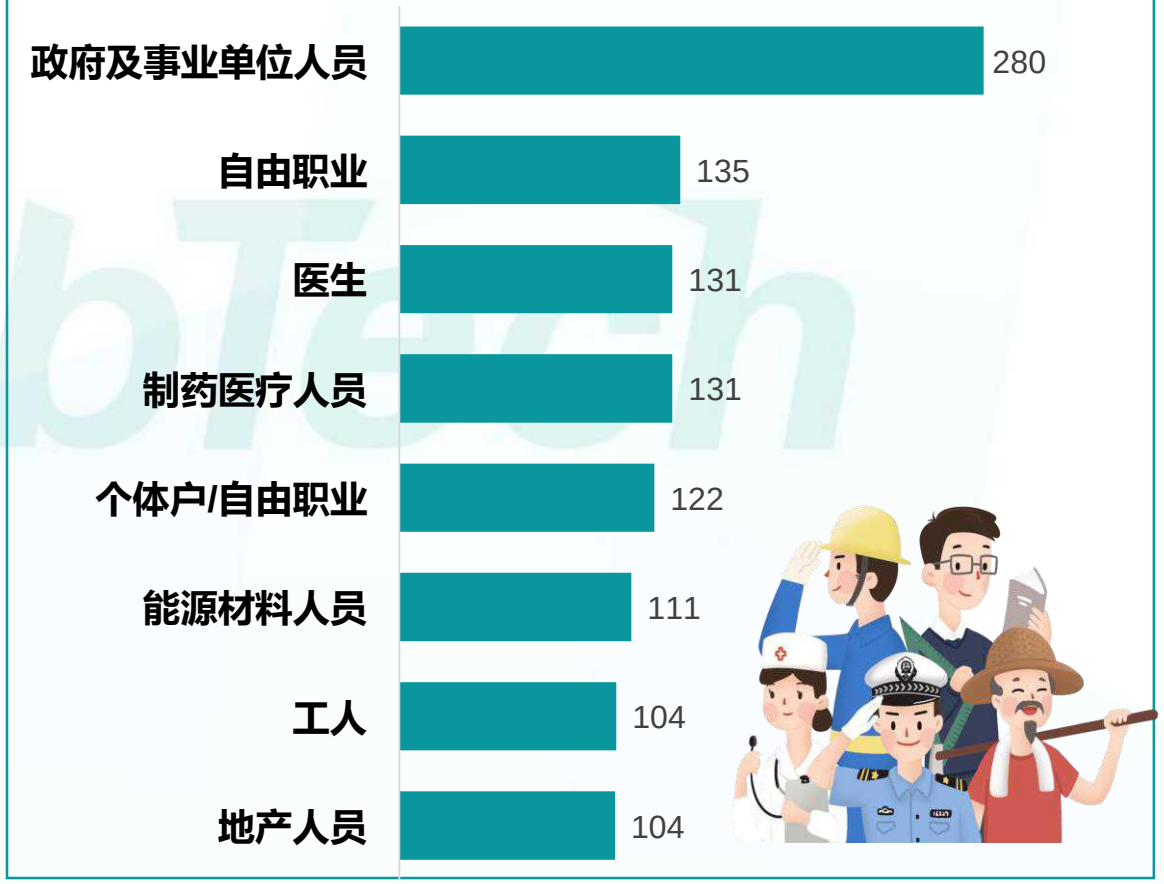
基本画像：“大叔大爷”居多，多国企员工

银发人群网民以男性比例居高，多“大叔”和“大爷”，职业分布上多以事业单位为主，这部分人整体学历偏高，在中老年用户中成为第一批触网群体

“银发人群”性别分布情况



“银发人群”职业分布情况（TGI）

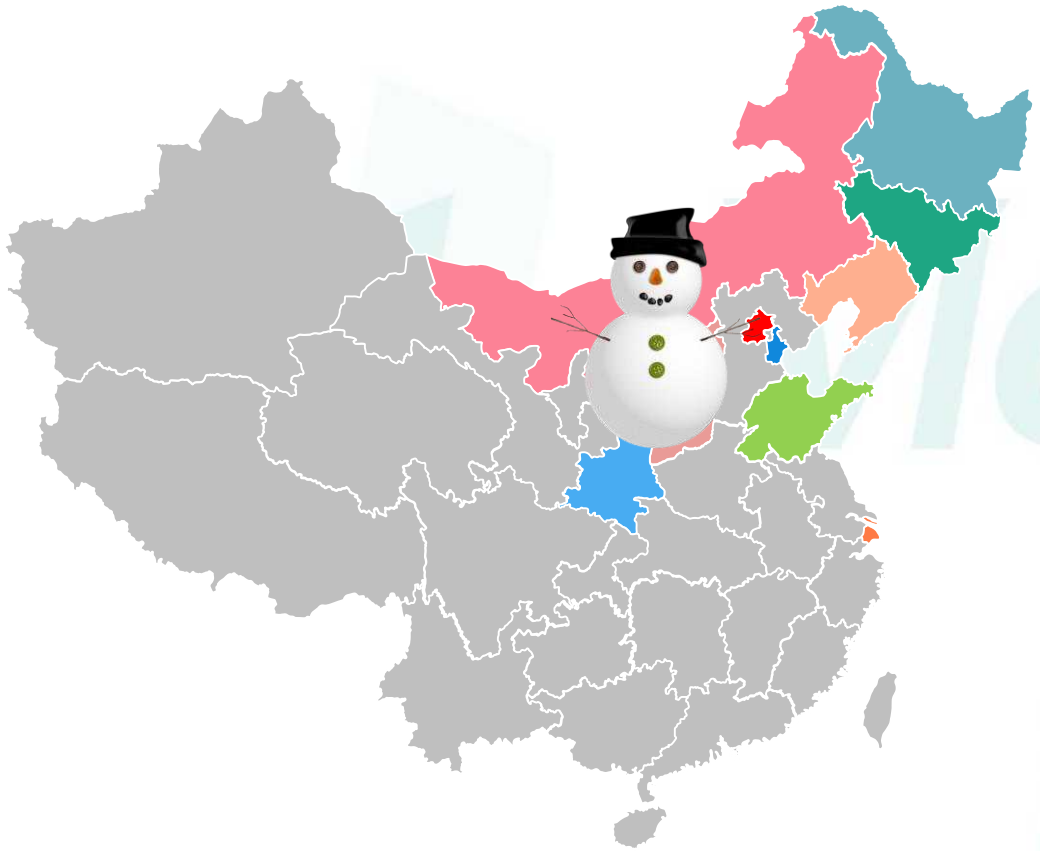


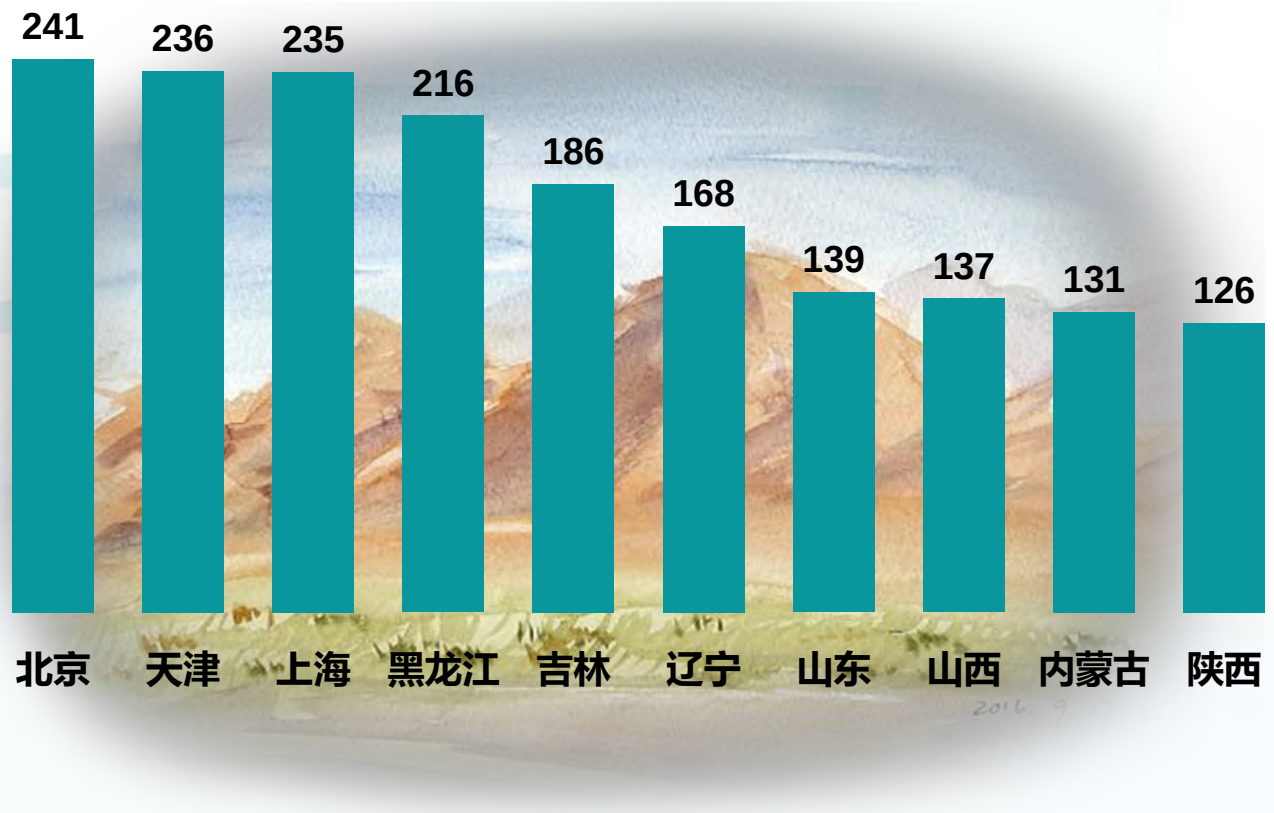
Source：MobTech，2019.7

地域分布：北方人上网“冲浪”最热情

除上海以外，地域分布前十的省份均来自北方地区，可见北方中老年网民更喜欢上网玩手机

Mob研究院 “银发人群”地区分布偏好（TGI）





Source：MobTech，2019.7

兴趣偏好：有钱有闲，爱好打牌

银发人群偏好理财、喜欢听新闻资讯，值得一提的是他们是深度的纸牌游戏爱好者

Mob研究院 银发人群兴趣偏好（TGI）



TGI 399

理财达人



TGI 207

听新闻一族



TGI 193

旅游达人



TGI 181

纸牌游戏爱好者



TGI 145

保险达人



TGI 138

家政需求者



TGI 135

购物达人



TGI 134

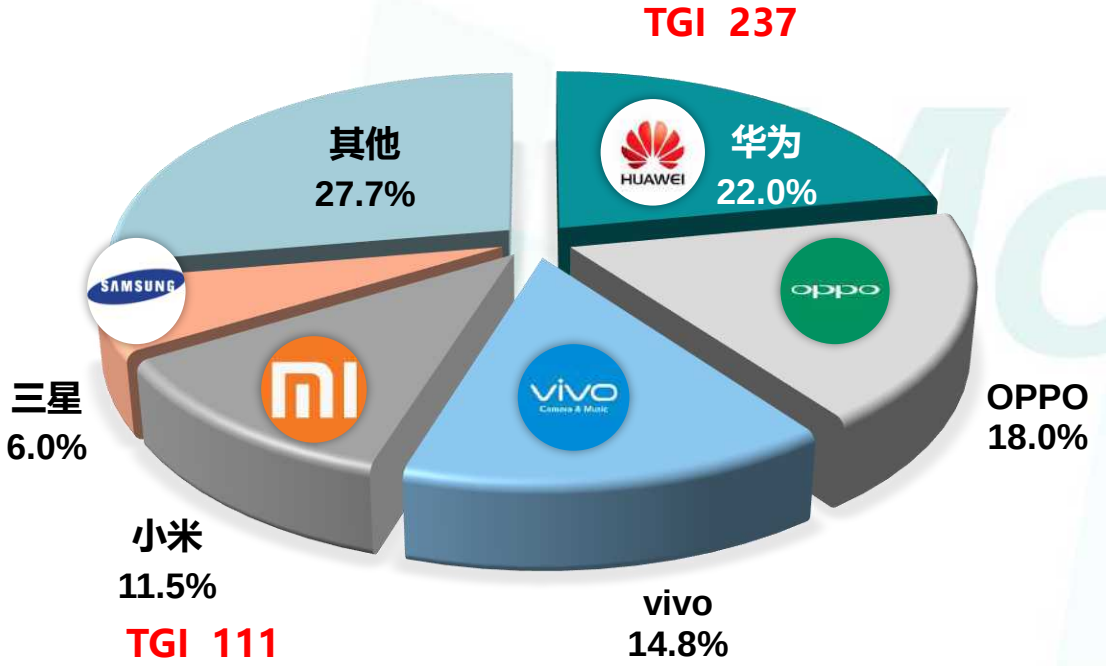
脱口秀爱好者

Source：MobTech，2019.7

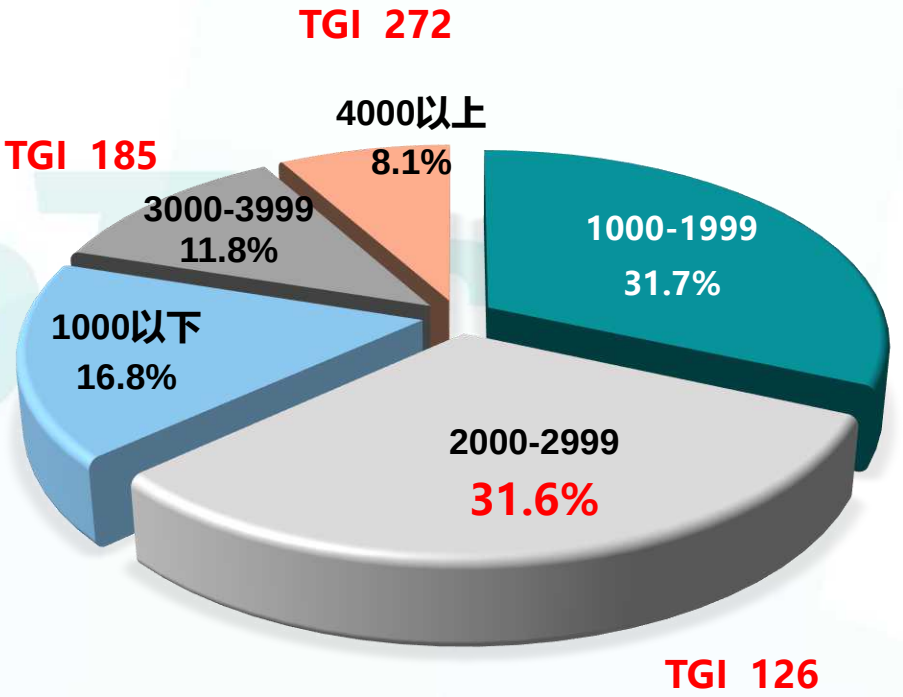
手机设备：国产机是主流，价格中等偏上

银发人群手机设备的选择上主要以国产机为主，其中华为高居榜首，价位上2000以上接近7成，儿女手机换机淘汰后转送给父母的比例较大

银发人群手机品牌分布



银发人群手机设备价格分布



Source：MobTech，2019.7

手机设备：对智能手机的速度和存储空间有要求

银发人群对手机满意度较高，主要诉求在于对智能手机的速度和存储空间上，与此同时偏好大屏幕手机

银发人群重视的手机性能



银发人群不满意手机的原因



Source：中国社会科学院社会学研究所、腾讯社会研究中心 、Mob研究院

旅游出行：世界那么大，他们爱去哪里看看

国内排名靠前的城市包括上海、丽江、重庆、三亚等南方城市，国外排名靠前的包括泰国、日本、新加坡等东亚和东南亚周边国家

国内
上海
北京
丽江
重庆
宜昌
昆明
大理
三亚
广州
珠海



国内
泰国
日本
新加坡
美国
马来西亚
澳大利亚
菲律宾
越南
印度尼西亚
加拿大

Source：MobTech，2019.7

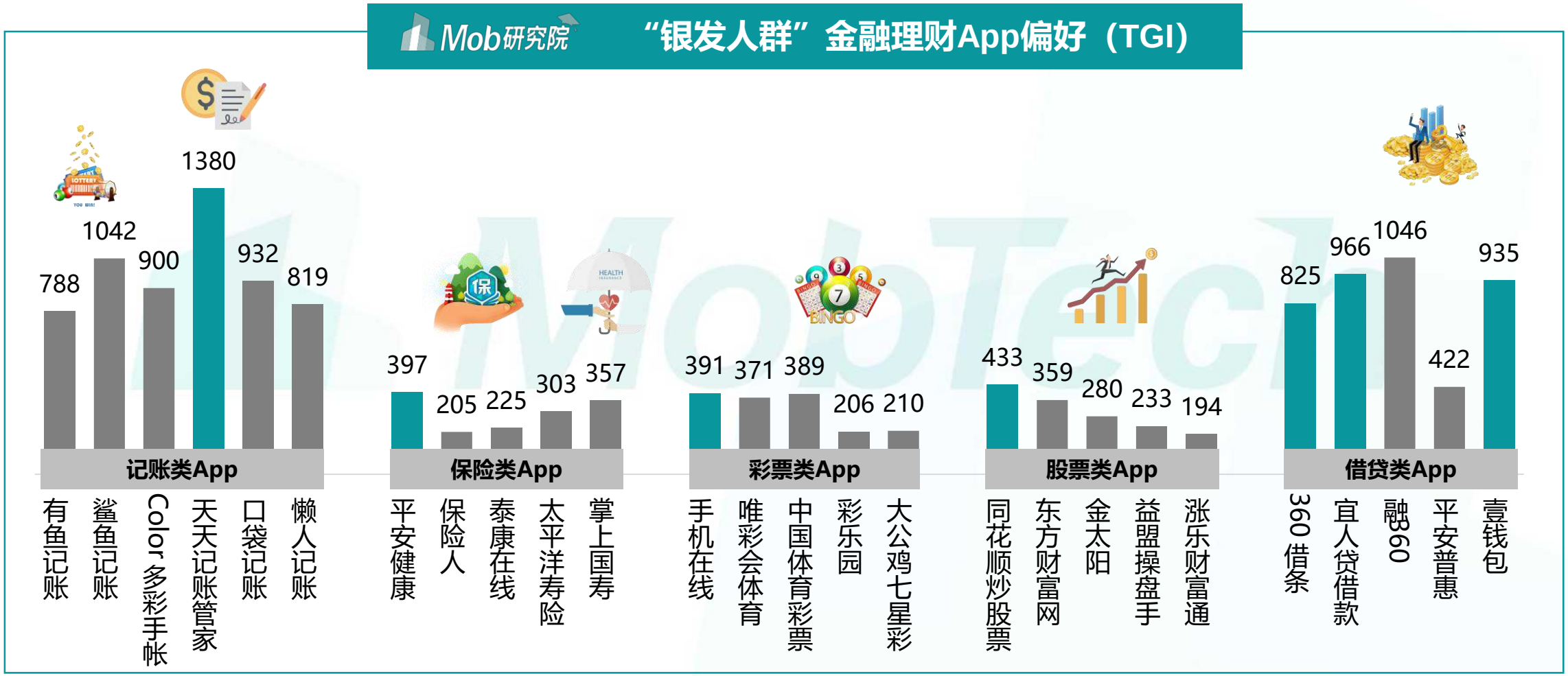
03



“银发人群”各领域App洞察

金融理财：理财方式多样，既关注怎样赚钱，也关心怎样省钱

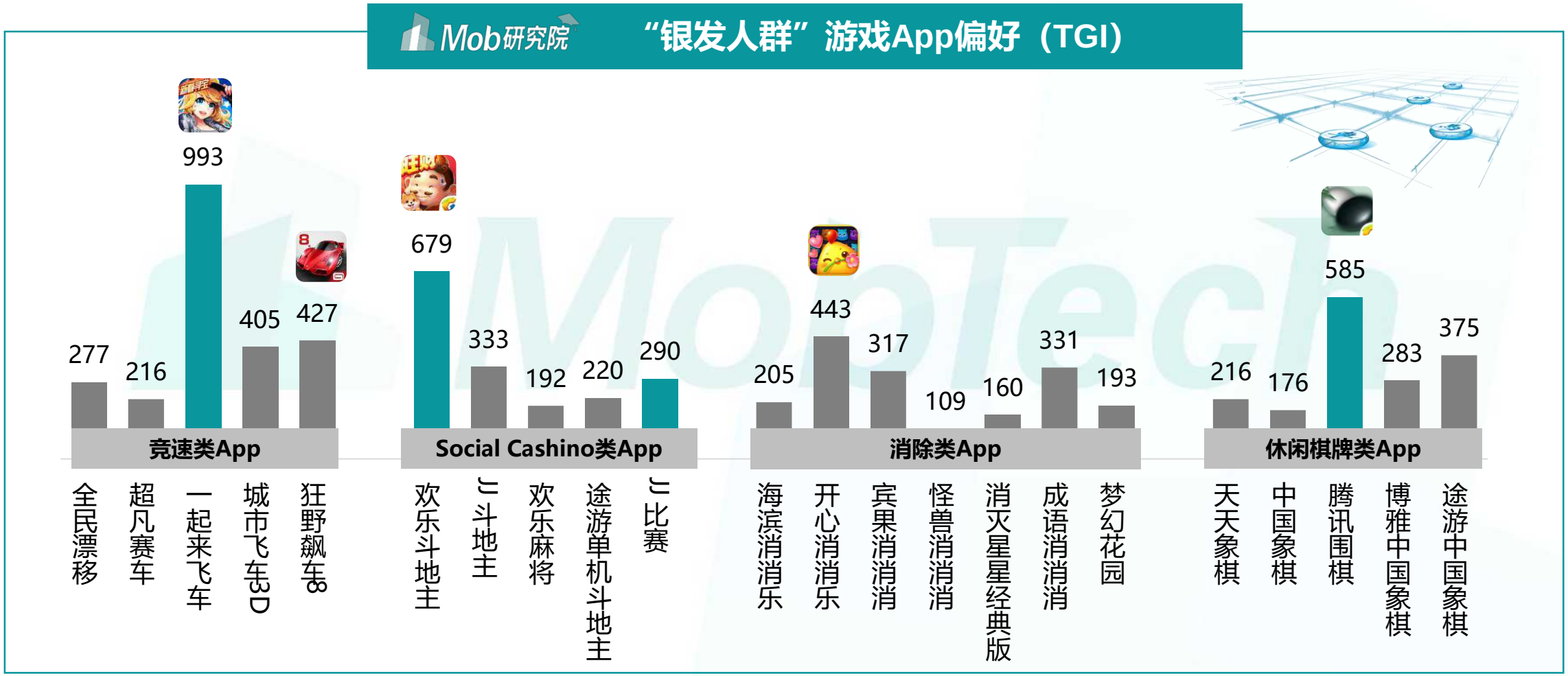
银发人群对记账类和借贷类App较为热衷，典型代表App包括鲨鱼记账、融360、宜人贷等，其次分别是股票、彩票和保险类



Source：MobTech，2019.7

游戏：偏爱操作简单、易上手类手游，棋牌类、消除类游戏上榜

银发人群在手游偏好方面特征明显，喜欢容易理解且简单上手的游戏类型，棋牌类、Social Cashino、消除类游戏受到喜爱，代表App包括欢乐斗地主、开心消消乐、腾讯围棋等App

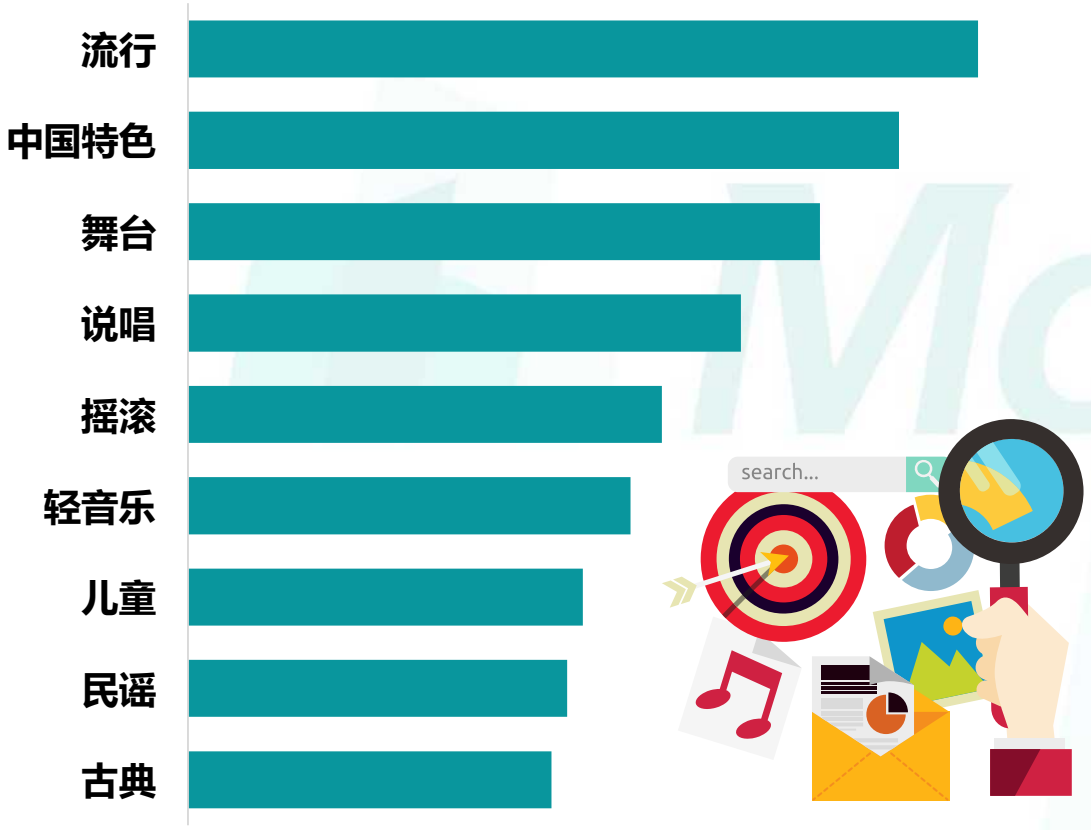


Source：MobTech，2019.7

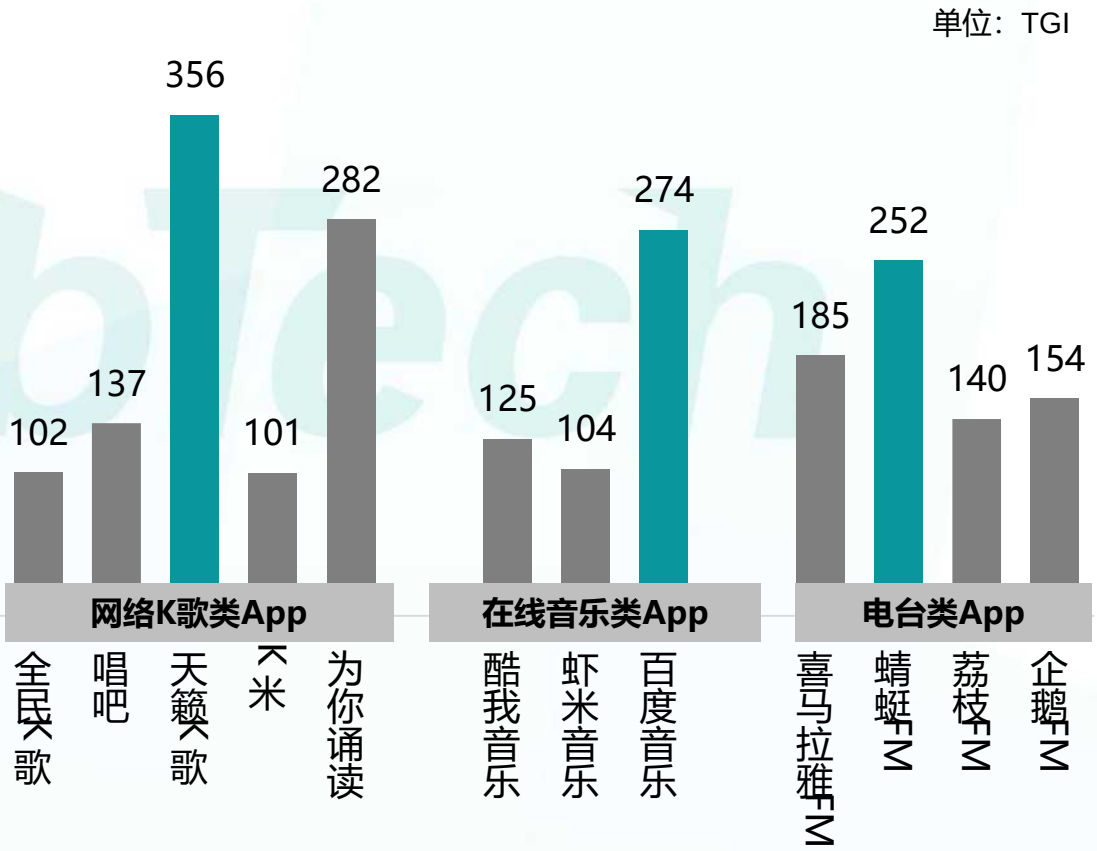
音乐：音乐达人，喜欢听歌和K歌，爱怀旧也爱流行

银发人群普遍喜欢流行乐和有中国特色的曲风，通过在线音乐App和电台类App收听，与此同时也爱唱歌，K歌类App受到他们的偏爱，全民K歌、唱吧颇受欢迎

“银发人群”偏爱的歌曲流派



“银发人群”偏爱的音乐类App

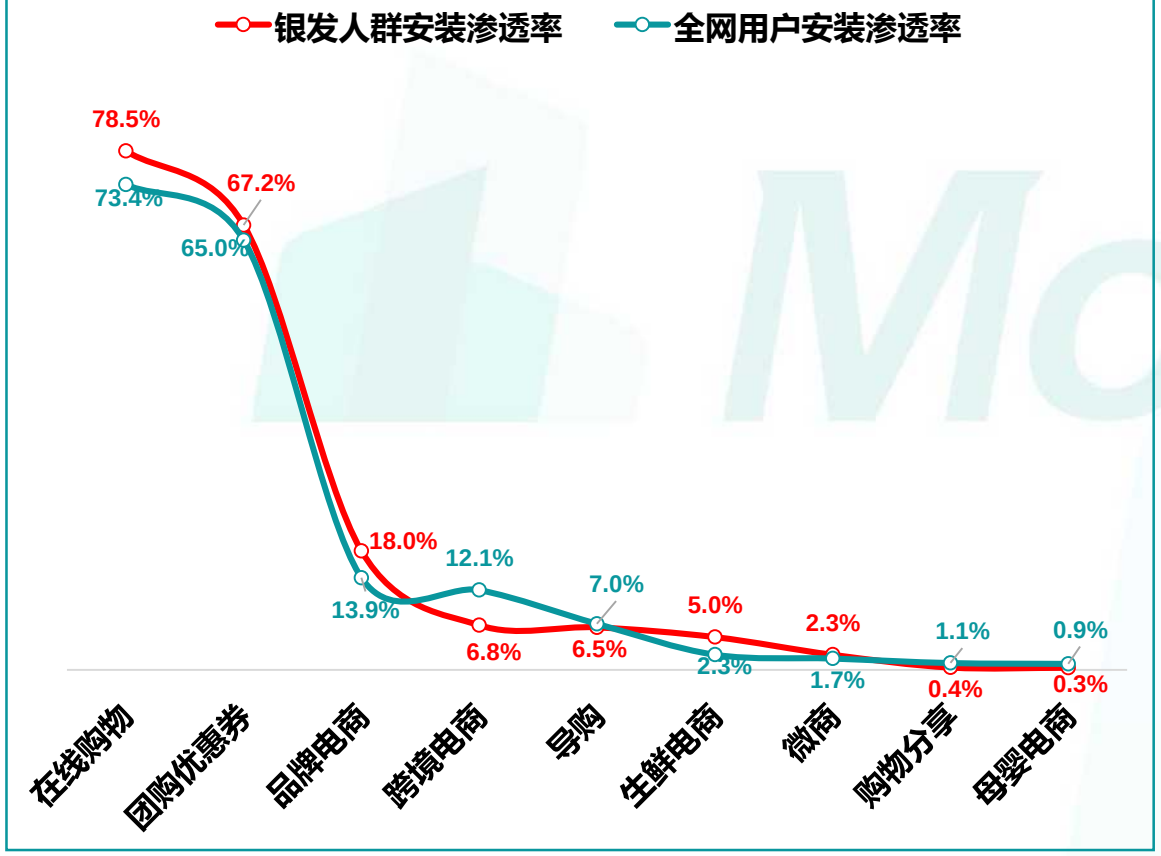


Source：阿里数据、MobTech，2019.7

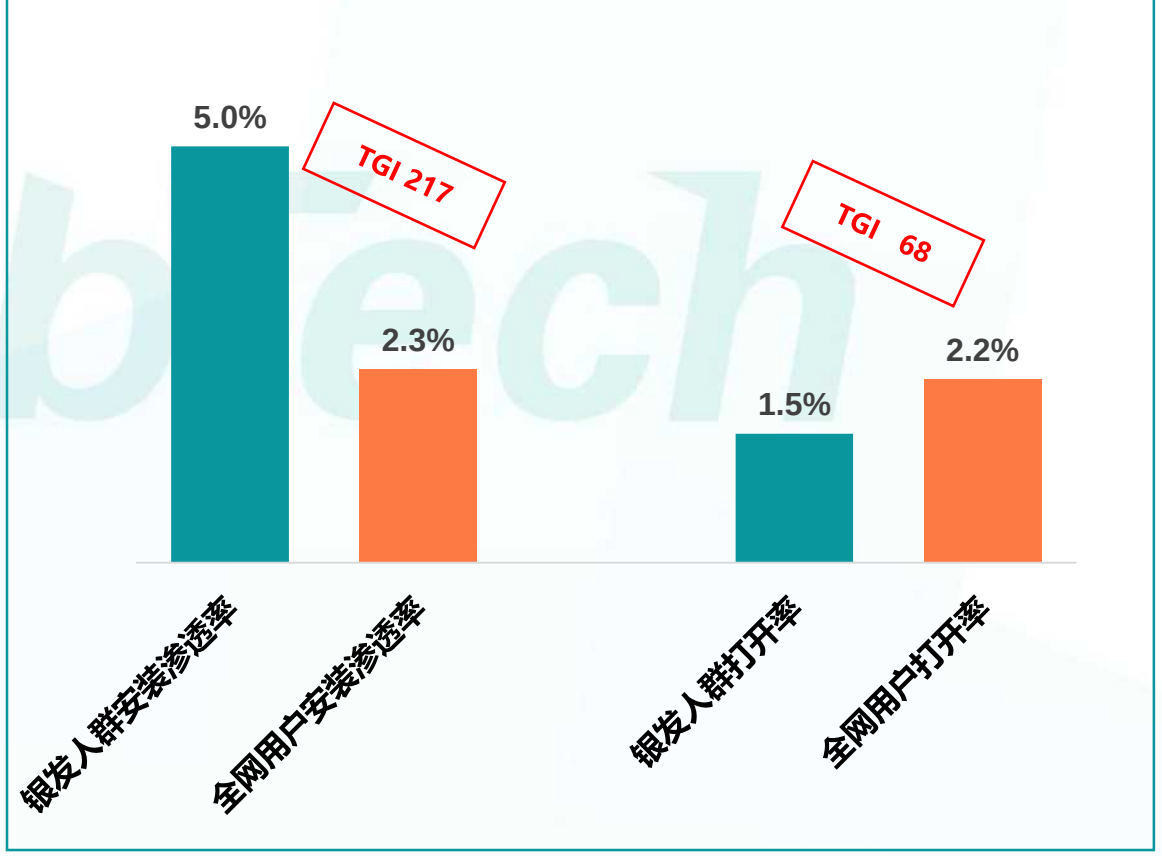
电商：热衷网购，是生鲜电商拓客的重点人群，但尚未转化为使用人群（1/2）

银发人群热爱网购，综合电商、微商以及团购优惠性质的拼团购是他们的最爱，值得一提的是，他们在生鲜电商领域，安装得多，使用得少（生鲜App推广期间实质性安装利益诱导）

Mob研究院 “银发人群”电商类媒介安装渗透率



Mob研究院 “银发人群”在生鲜电商类使用表现



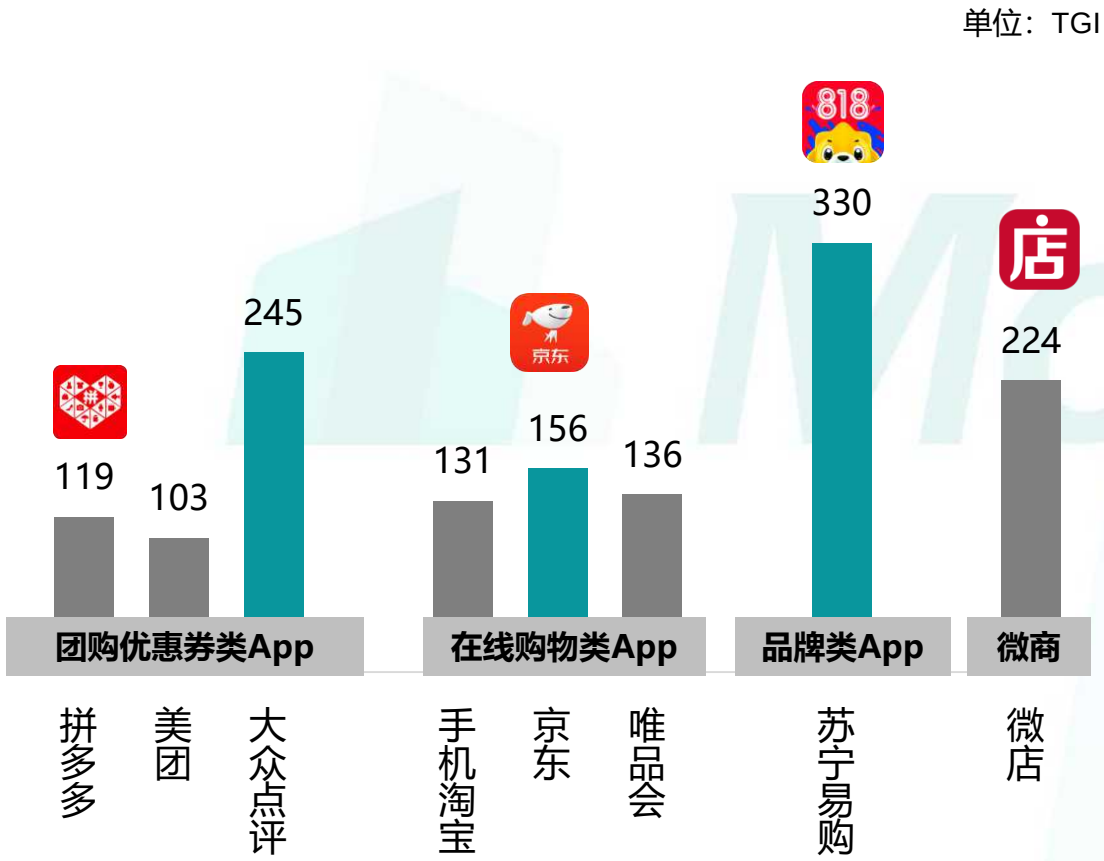
注：安装渗透率=统计周期内目标客群下载该类App的设备数/目标客群设备总数；打开率=统计周期内目标客群下载该类App的活跃设备数/目标客群安装该类App设备总数

Source：MobTech，2019.7

电商：喜欢拼多多和淘宝，最喜欢的消费类目是手机和移动充值卡（2/2）

银发人群热爱网购，综合电商、微商以及团购优惠性质的拼团购是他们的最爱，偏爱的消费类型TOP 1是手机，位列第二位的是移动充值卡

“银发人群”偏爱的电商类App



“银发人群”偏爱的消费类型



Source：阿里数据、MobTech，2019.7

04



北京“老炮儿”vs 上海“老克勒”

北京“银发人群”



老炮儿

VS

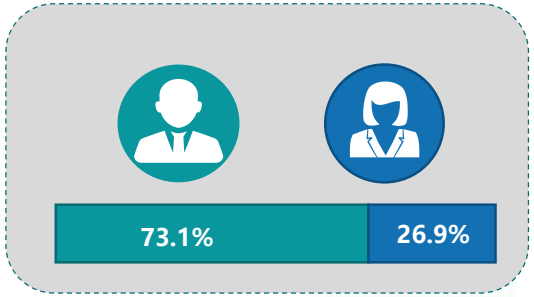
上海“银发人群”



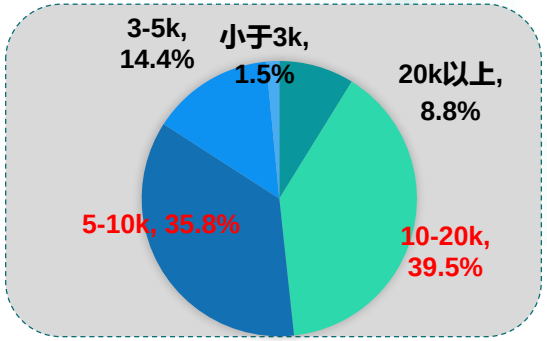
老克勒

北京“银发人群”基本画像：时尚老炮儿，爱音乐也爱“耍嘴皮”

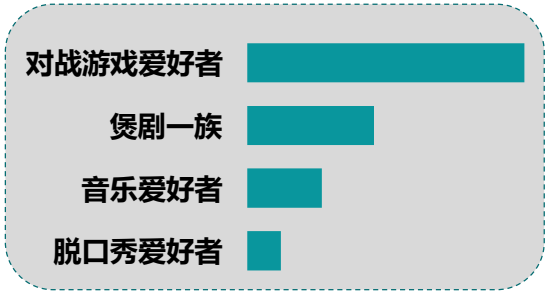
北京移动端45岁以上网民中，男性居多，爱用京东App购物，多政府及事业单位人员，是对战类游戏爱好者和煲剧一族，对音乐和脱口秀也偏爱



男多女少



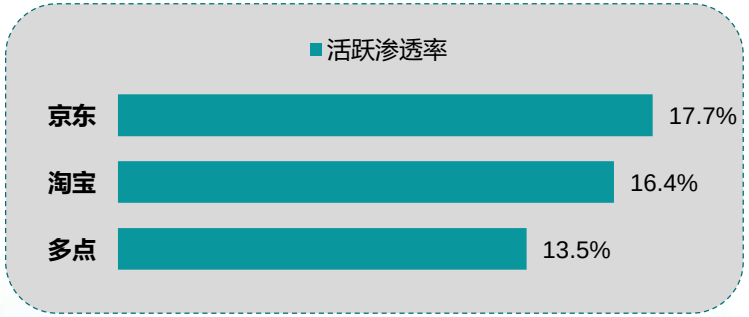
收入两级分化比上海严重



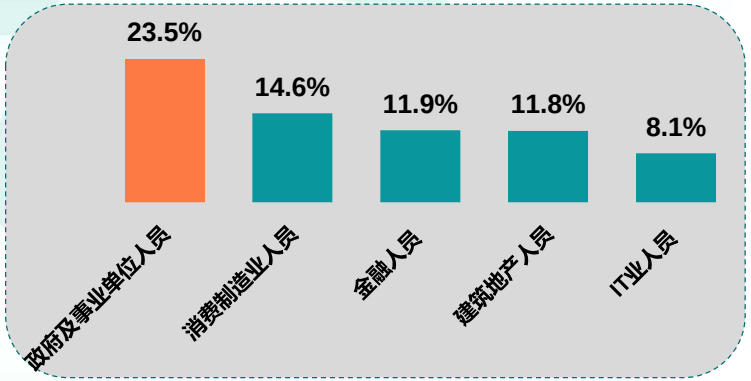
对战游戏爱好者



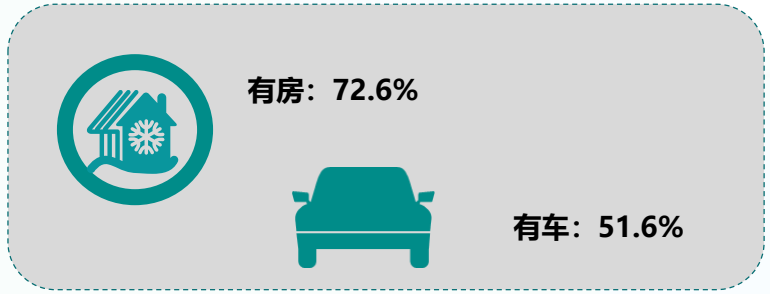
爱京东购物



多政府及事业单位人员



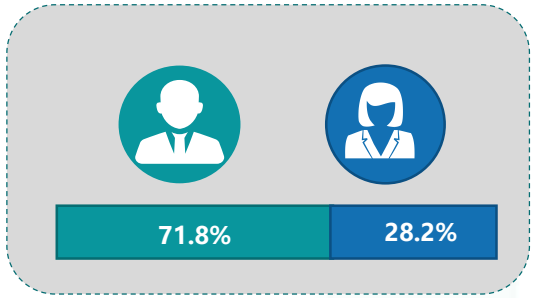
有房有车比例较高



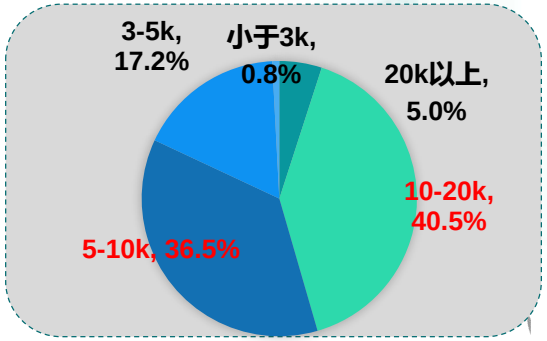
Source：MobTech，2019.7

上海“银发人群”基本画像：有财又有才，老克勒的腔调人生

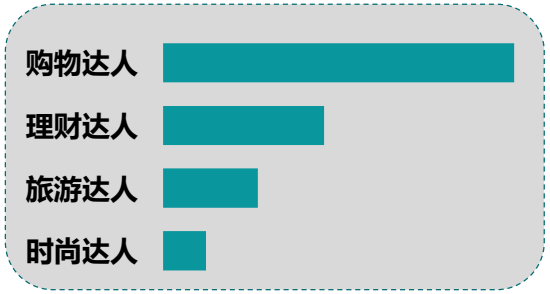
上海移动端45岁以上网民中，男性比例超过7成，普遍月入10K以上，多分布于消费制造行业、建筑地产行业，理财能手



男多女少



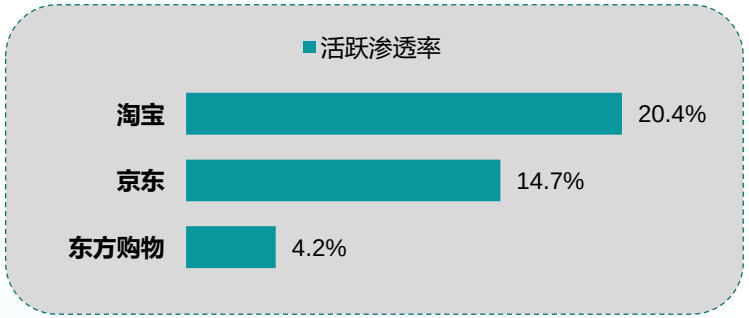
月入10-20K



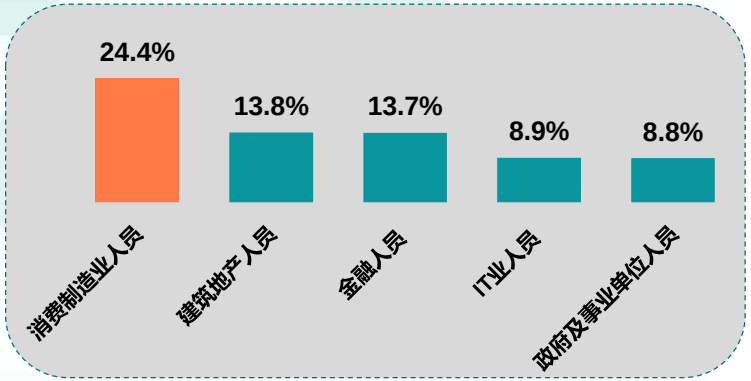
理财达人



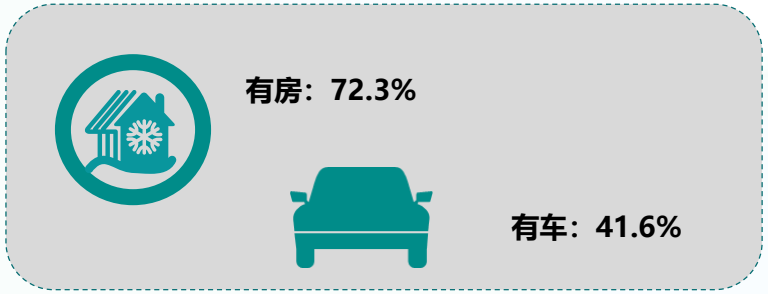
爱淘宝购物



多消费制造行业



有房有车比例较高



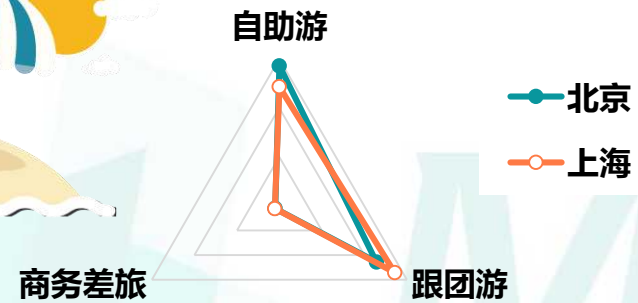
Source：MobTech，2019.7

旅游偏好：北京爱自助，上海喜跟团

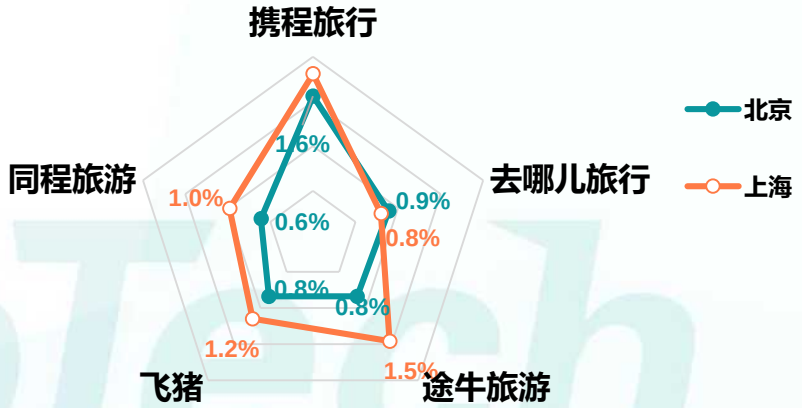
北京银发人群出游偏好自助游，预订渠道主要集中在携程和去哪儿，更关注偏探险/体验类景点；上海银发人群喜欢跟团游，爱用携程、同程、飞猪预订，博物馆是他们关注的景点类型



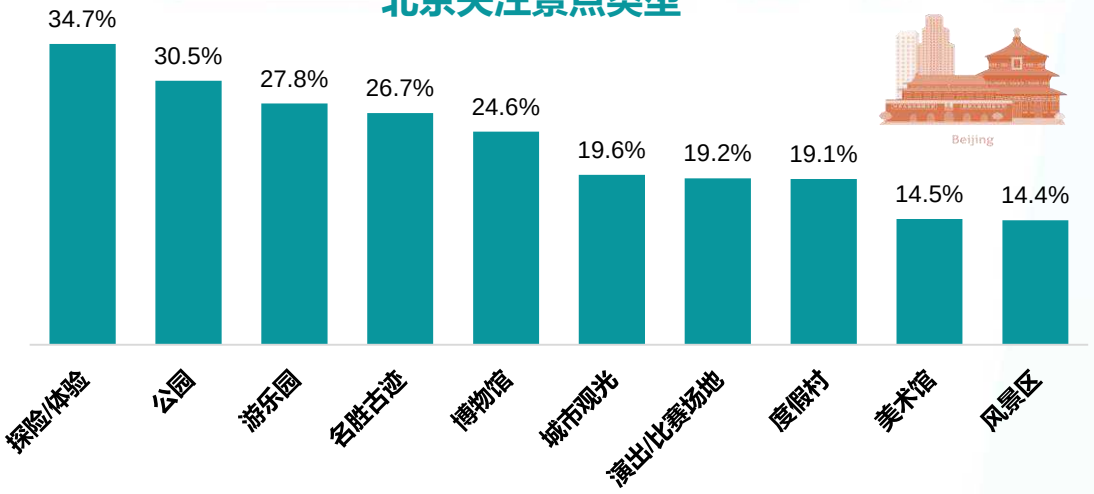
出行类型偏好PK



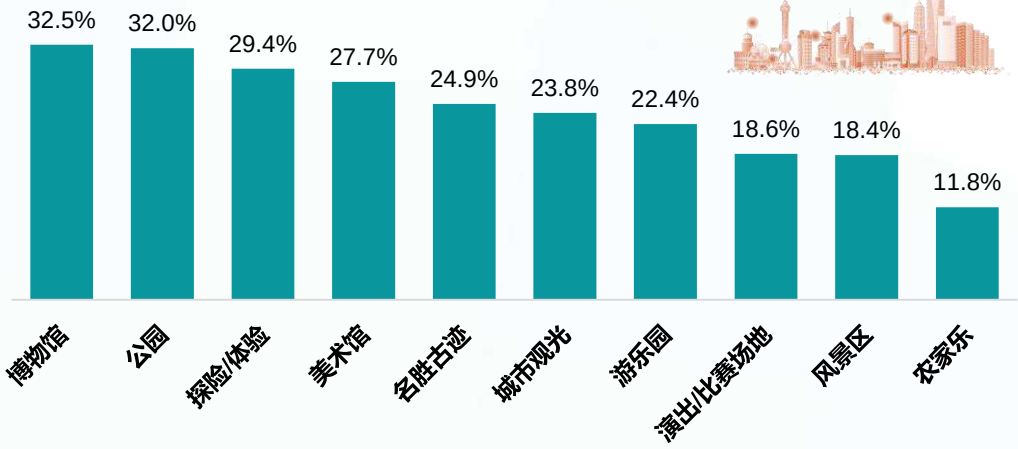
出行预订渠道偏好PK



北京关注景点类型



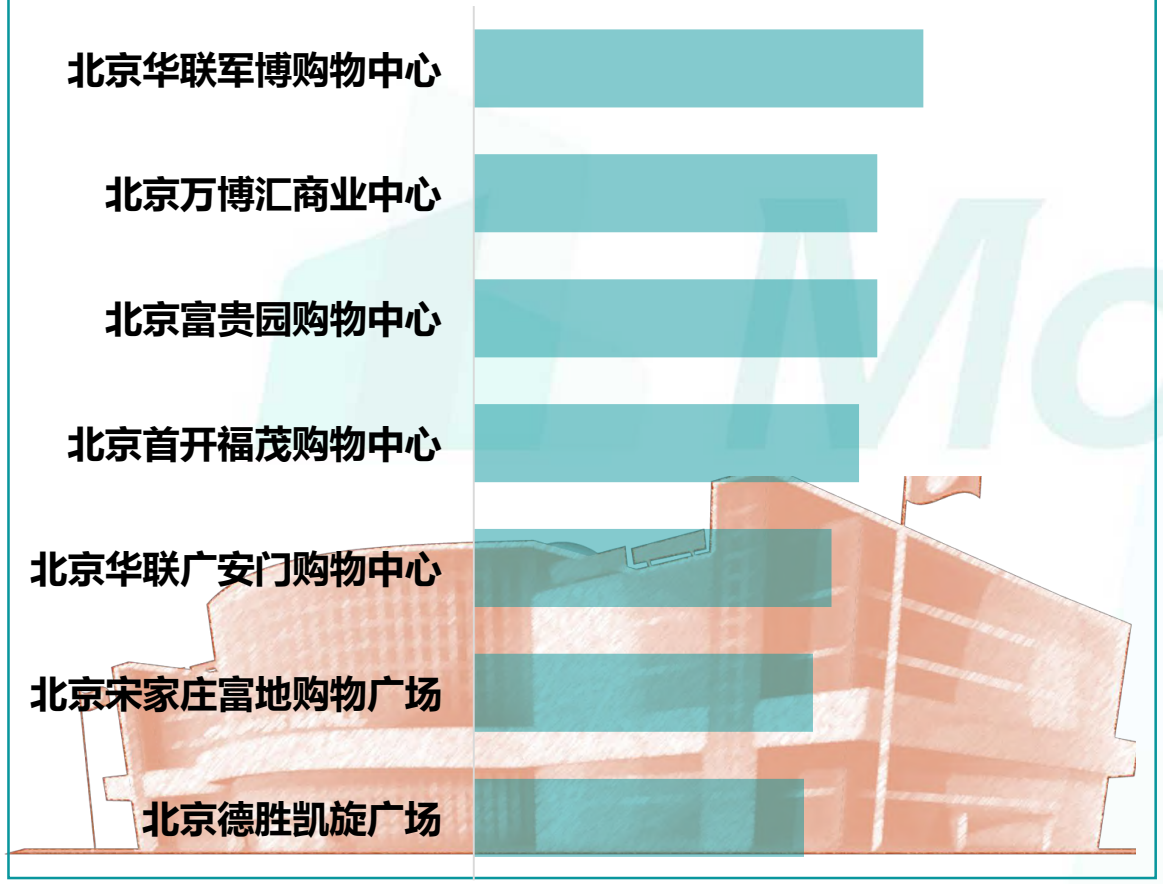
上海关注景点类型



商圈偏好：北京人爱去军博购物中心，上海人偏爱中山公园龙之梦

北京银发商圈偏好No.1是华联军博购物中心，其次是万博汇商业中心，上海银发偏好商圈No.1是中山公园龙之梦、其次是紫荆广场，月星环球港、日月光、巴黎春天等百货商场

北京“银发人群”商圈偏好



上海“银发人群”商圈偏好

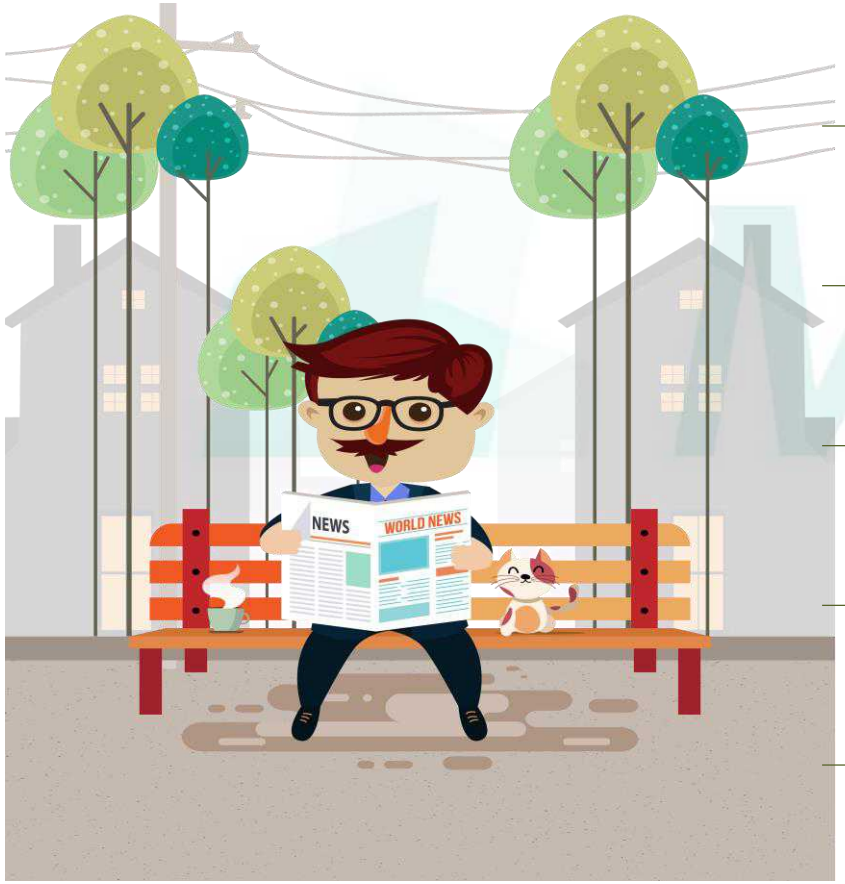


Source：MobTech，2019.7

媒介偏好：北京人爱新闻资讯，上海人喜炒股

北京银发偏好新闻资讯类App，今日头条居首，其次分别是凤凰新闻、腾讯新闻、搜狐新闻和学系强国；上海银发爱炒股，主要用大智慧和同花顺这两个炒股类App

北京“银发”—偏好看新闻



NO.1 今日头条

凤凰新闻

腾讯新闻

搜狐新闻

学习强国

上海“银发”—偏好炒股



No.1 大智慧

活跃渗透率 4.5% TGI 656

No.2 同花顺

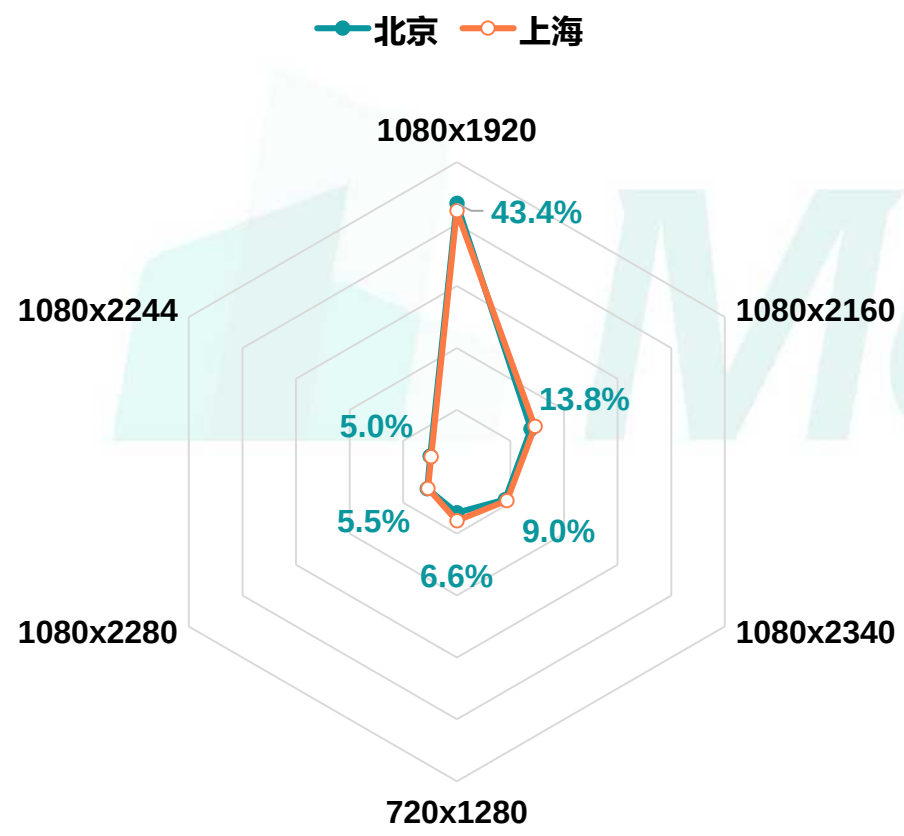
活跃渗透率 4.2% TGI 369

Source：MobTech，2019.7

手机设备偏好：华为、苹果、小米，都爱大屏幕

在智能手机偏好上，华为、苹果、小米位列前三，其次是OPPO、三星和vivo，其中北京用三星比例高于上海，苹果在上海比例更高，两地银发人群都偏好大屏幕手机，1080*1920是主流

手机屏幕偏好PK



手机品牌偏好PK



Source：MobTech，2019.7

05



未来发展趋势——“银发经济”崛起

“变老”的中国社会

老龄化已不是新词，2018年全国60岁以上人口达2.49亿，占总人口的17.9%，这是一个无法忽视的庞大群体，中国已逐渐进入老龄化社会

中国60岁及以上人口数量和占比

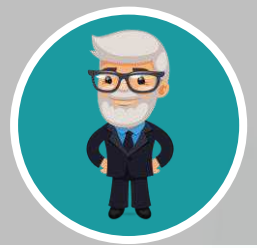


单位：亿

Source：国家统计局、民政部、Mob研究院整理

如何挖掘“银发人群”市场

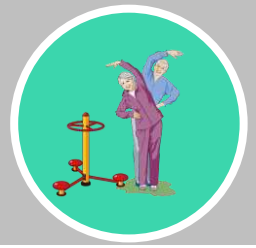
银发人群渴望被看到、被认同、获得存在感，除了日常生活用品外，营养品、家用保健器械、居家养老照护、养生、老年旅游、老年娱乐学习、老年保险理财等领域有着极为广阔的市场前景



享受型消费成潮流

“便宜”已经不再是银发群体的首选，他们的消费需求正在向高水平、高层次和多元化的方向发展，表现为追求品质的享受型消费特征。比如，越来越多的老人愿意在**旅游与养生理疗**上面增加投入；

此外，消费观念逐渐向年轻人靠拢，他们比以往更加注重**化妆、衣着等方面**的展示型消费



追求便利与实用

银发人群普遍认为**店内体验**会影响他们的消费决策，因为在店内能够看到商品实物，购买起来会更放心也更方便；

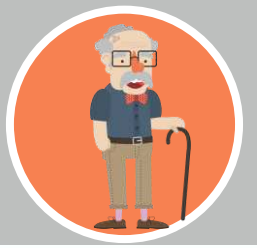
由于精力、体力随着自身年龄的增加而有所下降，他们更喜欢在**就近地点消费，追求便利和实用**。在购买过程中，他们同样会看重商家是否提供方便、良好的购物环境和服务



愿意尝试网购

网上购物、移动支付不再是年轻人的专属。社交媒体的兴盛与移动支付的便利，也在潜移默化地影响着银发群体的消费思维模式，他们渐渐不再拘泥于传统的现金支付或刷卡支付，而是更加愿意尝试网上购物和移动支付；

在网购支付中，微信支付的比例大于支付宝



智能化产品备受青睐

鉴于银发人群的生活能力逐渐弱化，他们越来越需要适合自己的智能化产品的辅助，银发人群对**身体健康数据监控、智能远程呼叫**等数字化产品感兴趣程度较高；

值得注意的是，在银发群体最感兴趣的数字化产品之中，一半以上是与**身体健康相关的产品**





挖掘“银发经济”典型App—糖豆广场舞

以广场舞内容服务切入的中老年社区「糖豆」已完成C轮融资，至此，糖豆已累计获得一亿美金融资。完成了C轮融资的糖豆，究竟做对了哪些事情

糖豆当前累积融资额度超过一亿美金



2015.9 A轮

金额：500万美元

投资方：亦联资本

2016.10 B轮

金额：1500万美元

投资方：顺为资本、君联资本、亦联资本、红点全球基金

2016.11 B+轮

金额：500万美元

投资方：IDG资本、祥峰投资

2019.4 C轮

金额：未披露

投资方：腾讯、IDG资本、顺为资本、GGV纪源资本

糖豆近年来发展重要举措一览

抓领队

抓住领队这部分核心人群

领队需要新鲜的舞蹈内容教给舞队，糖豆正是提供这些内容的地方，因而快速聚集了大量领队。全国98%以上的知名广场舞原创舞蹈老师加入了糖豆贡献内容

搭矩阵

搭建了基于多场景的服务矩阵

以糖豆App为核心，延展至小程序、OTT和线下。微信小程序能够更快速地触达中老年用户，OTT是为家庭客厅场景提供内容消费，而线下则是满足中老年人真实生活的社交需求

扩内容

打造中老年生活社区平台

糖豆拓展了生活、搞笑、健康、养生等不同的内容，使用糖豆每日一笑、糖豆爱生活、糖豆读美文等多个小程序触达用户。目前每日有两万多用户会在糖豆生产内容，每日使用时长约33分钟

糖豆App—主攻下沉市场，三线以下城市是大本营

糖豆广场舞的主要受众是有一定年纪的女性群体，主要分布在三线以下城市，其中四线城市占比最高，湖南、湖北、江西等地用户居多

Mob研究院 糖豆App用户画像分析

糖豆广场舞

女性：83.8%

45岁以上：TGI 251

高中及以下：33.8%

收入：3-5K 44.8%

省份区域偏好

湖南 TGI 214

湖北 TGI 213

江西 TGI 157



城市等级偏好

一线城市 7.8%

二线城市 22.4%

三线城市 23.1% TGI 123

四线城市 35.3% TGI 156

五线城市 11.6% TGI 134

Source：MobTech，2019.7

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：2018.07-2019.07

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《中国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。

Mob研究院

全球领先的第三方全景数据服务平台

研究报告合作

赵先生

zhaozhch@yoozoo.com

获取更多信息/转载/媒体合作

欢迎联系合作负责人：大琪

微信：Mobtech888（备注：公号名/媒体平台名）

电话：18916207269

关 注 我 们