

江西财经大学

成绩

2020~2021学年第1学期期末考试

论文题目 互联网背景下老年娱乐市场前景分析

课程编码 1004503062 选课班 005

课程名称 市场营销学 任课教师 吴登开

学 号 0191826 姓 名 李向好

学 院 金融学院 专 业 金融科技

考试时间 2021-06-15

江西财经大学 2020~2021 第 1 学期课程论文考试评分表

课程名称：市场营销学 课程代码：1004503062 提交时间：2021-06-15

学生姓名	李向好	学 号	0191826	成绩	
学 院	金融学院	任课教师	吴登开		
题 目	互联网背景下老年娱乐市场前景分析				
项目	评分点	评分理由			分
论点 (15分)	确定性 新颖性	论点说服力强，很新颖 15分 () 论点说服力一般、新颖性一般 10分 () 论点无说服力、无新颖性 5分 ()			
论据 (30分)	阅读范围 调研观察 资料运用 分析推理	阅读范围 10分： 广泛 () 一般 () 分析推理 10分： 合理 () 一般 () 资料运用 5分： 合理 () 一般 () 调研观察 5分： 细致 () 一般 ()			
结论 (15分)	合理性 说服力	强 15分 () 中 10分 () 弱 5分 ()			
写作 (40分)	结构表达 规范	非常好 40分 () 很 好 35分 () 比较好 30分 () 一 般 25分 () 差 5-15分 ()			

任课教师： 吴登开

互联网背景下老年娱乐市场前景分析

摘要

本文主要分析了老年娱乐市场的市场前景，通过文献分析法、对比归纳法，在阅读了大量相关文献后，我们分析了我国老年娱乐市场的市场规模，对老年人的用户特征进行了描述、认为老年文化娱乐市场具有发展前景。此外，我们发现市场发展面临着以下三点问题：1、市场扩张意识不充分 2、文化娱乐服务设施不完善 3、缺乏针对性的服务供给。对于发展面临的问题，提出了以下三点老年娱乐市场的发展方向：1、通过大数据匹配，提供精准服务 2、增强用户的互动性，形成稳定的社群 3、加强老年人的网络学习培训。互联网与老年娱乐市场的结合紧跟时代发展，老年人对互联网产品的接受程度与熟练使用度都有待提高。我们认为，老年娱乐市场可根据以上发展方向对老年娱乐产品进行创新，例如：老年人主题聚会定制平台、老年人互动型玩具、“老年人+短视频”场景创新。老年人文化娱乐市场与大数据、AR 技术的结合将成为老年娱乐市场的发展新方向。

关键词：老年人；娱乐；互联网；互动型

目录

老年娱乐市场前景分析.....	III
一、文献综述.....	1
二、老年娱乐市场发展概况.....	1
2.1 用户基础—人口老龄化.....	1
2.2 我国老年娱乐市场市场规模.....	1
三、用户分析.....	2
3.1 老年人群体特征.....	2
3.2 老年人娱乐活动类型.....	2
四、发展面临的问题.....	3
4.1 市场扩张意识不充分.....	3
4.2 服务设施不完善.....	3
4.3 缺乏针对性的服务供给.....	4
五、老年娱乐市场发展方向.....	4
5.1 大数据匹配，提供精准服务.....	4
5.2 增强用户互动性，形成稳定的社群.....	4
5.3 加强老年人网络化培训.....	4
五、产品创新.....	5
5.1 定制老年主题聚会.....	5
5.2“老年人+短视频”场景.....	5
5.3 老年人互动型玩具设计.....	6

一、文献综述

随着经济的发展，老年人的消费结构从基本需求转为娱乐、精神和体验，老年人群体正逐渐成为消费市场的主要力量。“银发经济”随着社会老龄化应运而生，呈现着社交化、年轻化、智能化的特征。老年文化娱乐市场成为老年人的重要消费场景之一，各界学者对老年娱乐消费进行了大量的研究。林志添基于乡村振兴的大背景，研究了文化娱乐活动对农村老年人的精神健康影响，提出要提高老年人的活动参与率，保障老年人文化娱乐权益。崔振通过对老年人的心理问题研究，应用新媒体数字技术设计开发老年用户娱乐系统，推动新媒体技术在老年娱乐市场中的前进步伐，探讨解决我国老年人文化娱乐匮乏的精神养老问题。李云妮从老年人的生理、心理和行为活动等方面进行特征分析，对玩具的互动性展开研究，通过老年人互动型玩具的设计加强人际互动，寻找缓解老年人消极情绪的途径。学者对老年娱乐市场的研究表示，老年娱乐市场仍存在发展空间，市场并未出现饱和，有良好的发展前景。

二、老年娱乐市场发展概况

2.1 用户基础—人口老龄化

2021年公布的第七次人口普查数据显示，我国的60岁及以上人口数为26402万人，占总人口的18.70%，与2010年相比上升5.44个百分点，其中65岁及以上人口为19064万人，占13.50%。由此可见，我国人口老龄化程度明显加深，这为老年娱乐市场的发展提供了用户基础。此外，我国首批中产阶级即将步入退休阶段，受益于改革开放和高等教育，他们的消费能力相对较强，提高了老年人的整体消费水平，有助于吸引更多的商家进入老年娱乐市场，并逐步建设和完善老年娱乐市场。

2.2 我国老年娱乐市场市场规模

根据统计，我国老年娱乐市场规模整体呈现增长趋势，2016年社交娱乐老年市场规模为3240亿元，2018年其市场规模上升到4800亿元，预计到2021年社交娱乐老年市场规模将达到8820亿元。老年人口增长和老年人可支配收入提高的情况下，老年人对娱乐方面的需求也在提高，娱乐方式从基本的照料，更注重社交娱乐带来的身心快乐。相关老年娱乐产品也因此得到了推动，出现了增长。2016年—2021年老年文化娱乐市场规模如下图：

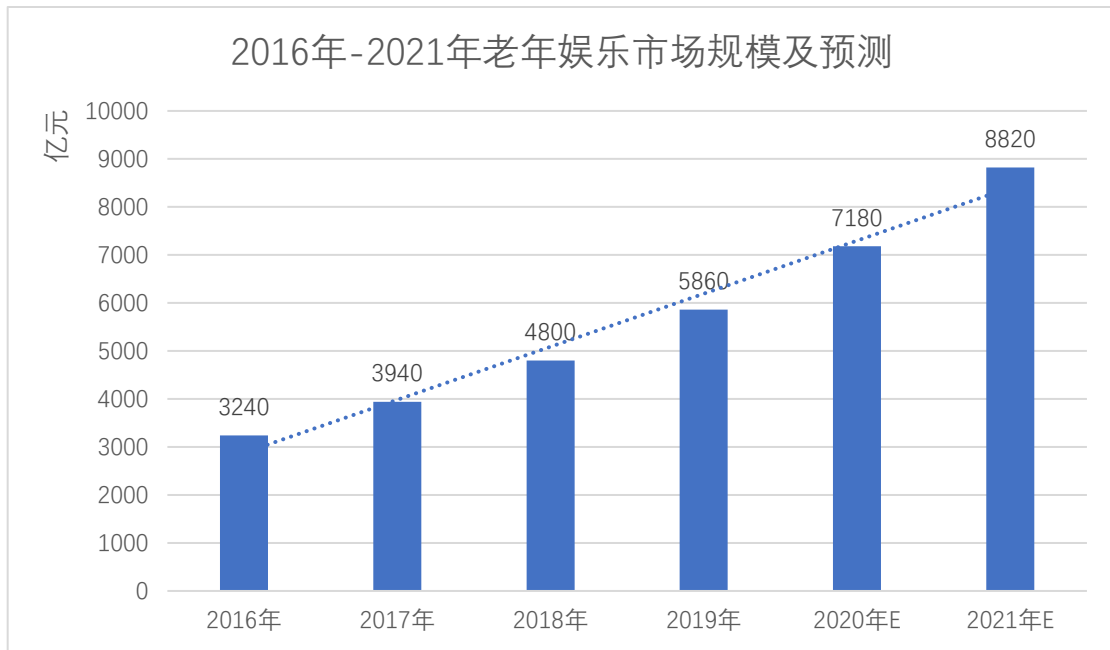


图1 2016年-2021年老年娱乐市场规模及预测

三、用户分析

3.1 老年人群体特征

随着年龄的增长，由于生理原因，老年人的注意力迟钝并且难以持久，处理事务的效率严重下降，记忆力存在退化，短时记忆能力变差，出现思考迟缓、反应速度慢、语速慢等问题。在情绪方面，老年人的情绪变得更加低迷、容易产生较大的情绪波动。而家人由于工作繁忙导致老年人常年成为“空巢老人”，严重影响老年人情绪状态，使其产生落寞、苦闷等负面情绪。此外，时代的高速发展导致老年人产生自卑情绪。思维能力、学习能力的下降导致老年人不易跨越网络代沟，由此产生自卑情绪。老年人的情感空洞也是一种消极的心理状态。缺少家人的陪伴，缺少沟通交流的对象，老年人不知道如何去安排和打发时间，难以找到生活的乐趣，认为被社会边缘化，导致抑郁情绪。

3.2 老年人娱乐活动类型

老年人的娱乐方式包括室外散步、看电视、聊天、广场舞、读书看报等。我国养老模式主要以居家养老为主，老年人的活动范围主要在住宅区、社区等小范围区域。对于老年人来说，在满足日常生活需要的基础上，老年人在市区的景区、商圈、大型公园的活动频率较低，长时间远距离的旅行活动更少。此外，老年人的行为活动存在聚集性、地域性和季节性的特征。老年人喜欢聚集在一起，对熟悉的环境有依赖感，外出活动主要集中在春、夏、秋季，冬季多为室内活动。

1. 散步

散步活动不仅局限于老年人，对于不同年龄阶段的人都很合适。老年人喜欢在傍晚走进社区或公园散步，不仅锻炼身体，也有助于身心健康，同时可获得机会与他人交流，丰富精神生活。

2. 看电视

看电视是老年人获取热点新闻的一种方式，同时还能观看娱乐节目或是影视作品，获取外界信息且娱乐生活。由于老年人熟练使用手机、电脑的程度不高，电视的操作简单，大部分老年人更偏好看电视这种娱乐方式。

3. 聊天

我们常在公园里、社区里看见成群的老人坐着闲聊，说着家长里短，打发时间。聊天不仅能够排解老年人的孤独感，促进身心健康，还能锻炼其面部肌肉、面部器官。

4. 广场舞

广场舞同样是一项老少皆宜的运动方式，对于老年人来说，广场舞能够增加结交朋友的机会，还能改善心肺功能、提高免疫力、增强体质、甚至调节血压。适当的广场舞锻炼帮助老年人改善身体素质，抵御心理消极情绪。

5. 读书看报

书籍和报纸是人们除了看电视以外最能直接了解外界的媒介。老年人通过书籍和报纸，可以了解即时新闻、健康常识以及生活方面的窍门。静心阅读能给老年人带来精神上的快乐，丰富了老年人的精神生活。

四、发展面临的问题

虽然老年娱乐市场已形成一定的规模，但其依然存在市场意识不充分，服务设施不完善，缺乏针对性的服务供给等问题，在一定程度上阻碍了该行业的发展。

4.1 市场扩张意识不充分

营利性企业一般将利润最大化作为经营目标，是否盈利主导了他们的决策。由于长期以来，老年人的个人总支出中娱乐部分占比较低，企业普遍认为老年人在娱乐市场的消费能力不足。于是，企业对老年娱乐市场的重视程度不高，对开发老年文化娱乐产品与服务的积极性偏低，导致老年娱乐市场难以朝着合适的方向发展。

4.2 服务设施不完善

作为深受中国老年女性喜欢的娱乐活动，广场舞风靡全国各地。与此同时，《广场舞大妈占用篮球场》、《广场舞噪音引来居民投诉》等新闻也频频出现在热搜。这实际上是老年人专用娱乐场所不足，娱乐设施不完善引发的矛盾。此外，

不少社区缺乏管理社区文化工作的管理者,有些社区甚至完全没有老年娱乐场所,严重损害了老年人在社区的娱乐休闲权力。

4.3 缺乏针对性的服务供给

由于缺少针对性的服务供给,老年人对享受到的文化娱乐服务的满意度较低,现有的服务难以满足老年人多样化、个性化的文化娱乐需求。我们发现,虽然大部分老年人的娱乐生活集中在广场舞、公园下棋、饭后散步等低消费或不消费的活动中,但也存在不少热爱摄影、旅游、打高尔夫球等高消费的活动的老年人。由于老年人的身体素质普遍低于成年人,老年人在选择旅游活动的时候会更加重视安全问题,旅游项目开发者也极大地缩小了老年旅游项目的活动范围。对于热爱摄影或美术的老年人团体,他们渴望在老年实现自己的艺术梦想,却面临重重困难,如缺少合适的指导、缺乏政府对大型活动的支持等。老年人的娱乐需求与市场的产品服务的不对称导致了老年人对老年娱乐市场满意度不足,同时挫伤了企业进入市场的积极性。

五、老年娱乐市场发展方向

5.1 大数据匹配,提供精准服务

通过建立老年人娱乐需求数据库,分析不同身体素质老年人的文化娱乐需求,利用互联网技术将老年人文化娱乐偏好与文化娱乐设施进行精准匹配。同时,大数据能够监控老年人身体心理健康,及时提供与需求相匹配的文化娱乐活动。数据分析不仅能给老年人匹配合适、丰富的娱乐活动,也能减少文化与服务供需不匹配带来的高成本费用和资源浪费。

5.2 增强用户互动性,形成稳定的社群

根据心理学的研究,人的孤独感随年龄的增加而增加。大部分老年人退休后闲暇时间更加充裕,也更容易产生孤独感,参与文化娱乐活动能丰富老年人的退休生活,集体性的社交活动能帮助老年人排解孤独、丰富内心世界、提高心理健康水平。老年人需要的是一个有共同爱好、能够分享生活的社群,尤其是空巢老人,需要有一个组织能创建社群并帮助他们进入爱好相仿的社群。

5.3 加强老年人网络化培训

老年人对电子产品使用的学习与成年人相比较低,要拓宽老年人的娱乐范围,应该加强对老年人的网络化培训,跨越“网络鸿沟”,帮助老年人学习互联网知识,掌握社交类、养老服务类等软件的使用。互联网的资源共享特性有助

于解决社区文化娱乐活动短缺的问题，受过网络化培训的老年人能够通过互联网查找个人需要的特定服务，能够更好地适应互联网时代的发展。此外，从事养老服务的人才应该有良好的专业能力，建设老年人网络学习平台，有足够的耐心和时间针对性地帮助老年人解决问题，做到“有问必有答”，并且以生动浅显的语言或图片进行教学，最大程度地帮助老年人接受并熟练使用网络。

五、产品创新

5.1 定制老年主题聚会

老年人的孤独感急剧增加，渴望参与社交活动，由此，专属于老年人的主题聚会能给他们提供社交平台、帮助他们结交新朋友。企业可以举办特定俱乐部，将兴趣爱好一致的老年人聚集，举办如音乐会、美食鉴赏会、传统文化分享会等特定主题聚会，让老人们丰富退休生活。比如：企业可建立聚会线上定制平台，用户可线上与商家沟通，提出聚会要求，并发起聚会。其他感兴趣的用户可根据实际情况选择是否参加，参加的用户缴纳一定的入场费。商家根据客户的要求进行场地选择、配置设施、聚会主持等活动安排，并对场地的维护、人员安全进行负责。定制老年主题聚会能让商家在沟通的过程中更加了解老年人的需求，避免产生供需不对称的情况。线上平台的使用降低了线下沟通产生的时间成本和费用成本，增加了资源利用率，达成双赢的合作。

5.2 “老年人+短视频”场景

随着老年人文化程度、学习能力的提高，老年人的偏好渠道和娱乐形式正在从电视传统媒体向新媒体转变，更大程度地接受短视频和直播。在短视频平台（以抖音为例）上，以“时尚奶奶团”为名的视频号展现了老年人活力的一面。“时尚奶奶团”是一个平均年龄超过了65岁，每个人的头发都已灰白，但仍然化着精致妆容的团体。视频中，奶奶们穿着传统的旗袍，以优雅、自信的步伐走出了老年人追逐梦想的热情。她们通过新媒体的方式，以自己的努力，实现了年少时的梦想，过出了别样的老年生活。

通过拍摄短视频，老年人可以分享自己的生活，为枯燥的老年生活增添色彩。由于老年人对于广告的识别能力不足、对视频软件的使用不够熟练，在使用现有短视频软件时面临一些问题。由此，企业可以针对性地开发一款专属于老年人的短视频软件，软件的操作使用尽可能地简单，减少欺诈性广告的投放。同时，可以为用户配备实时人工客服，随时帮助老人解决软件使用问题。

5.3 老年人互动型玩具设计

随着老年人心理、生理等特征的变化，基于 AR 技术的互动型玩具能帮助老年人缓解孤独等消极情绪，它不仅能达到休闲娱乐、锻炼身体的目的，还能通过互动体验满足老年人的社交需求与心理需求，促进身心健康。AR 技术，即增强现实技术，能够将虚拟的信息应用到真实世界，被人类器官所感知，达到超越现实的感官体验。老年人能够通过互动玩具增强与外界和虚拟世界的接触，可以用与朋友之间的交往互动弥补子女陪伴的缺失，用超现实的感官体验感受虚拟信息的魅力，满足老年人的社交需求，带来心灵的慰藉。通过互动型玩具，可以调动老年人的感官，对于听觉、视觉和触觉的调动，可以帮助老年人强化知觉，锻炼身体，增加肢体活动性。互动行为能强化老年人与好友之间的感情互动，多维度的互动给老年人的生活添姿添彩。

参考文献

- [1] 王贞义.我国老年人对文化娱乐需求与产业供给的现状调差研究[J].全国商情.20150918
- [2] 李云妮.老年人互动型玩具设计与研究[D].湖北工业大学.2020.000778
- [3] 王晓昕.积极心理学视角新老年娱乐产品设计策略研究[A].南京师范大学.2021.1003-0069
- [4] 贾振振,丁海峰,林志添.老年人文化娱乐服务精准供给研究[A].上海工程技术大学.201620