

拒绝花哨实用至上 舍得为喜欢和怀旧买单

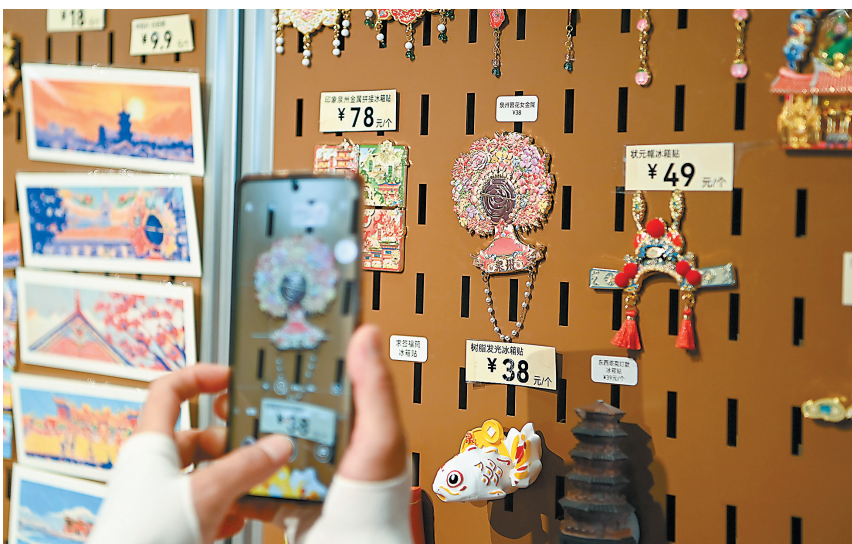
当文创市场遇上“银发经济”

被视为“年轻人专属”的文创市场，正迎来老年群体的强势入局。“拒绝花哨”“实用至上”，追求生活趣味与文化内涵，老年消费者对文创产品的诉求，为文创市场注入了银发活力。

专家分析指出，在老龄化社会背景下，开发老年文创产品需兼顾文化传承与老年人的身心需求，既保留文化内涵，又提升产品的实用性，以俘获老年人的心。



游客在敦煌书局选购文创产品。



福建泉州蟠埔村，一名参观者在拍摄簪花造型冰箱贴。

爱怀旧 文创承载旧时记忆

69岁的王阿姨最近刚和朋友从山西旅游归来。她向记者展示了此行购入的云冈石窟龙纹、莲花纹黑茶双色围巾，纹饰古韵十足，“本来没计划买东西，闺女也说网上都能买，但这条围巾能当披肩，这个季节正好用，还带着云冈的特色，就买了”。她还为练书法的老伴添置了一方澄泥砚台，“我们不懂‘文创’，旅游也很节省，但碰到实用好看、价格合适的，也会买一两件留个纪念”。

家住朝阳区首开畅心园的张大爷是文创爱好者，路过文创店总会进去逛一逛，“现在文创产品做得挺丰富，这几年出去旅游，扇子、手串、瓷器都买过，有些买来自己用，有些送给亲戚朋友”。张大爷坦言，自己看得多买得少，“东西太多买不过来，真要选，还是先看性价比和实用性”。

记者走访发现，绝大多数中老年人选购文创产品时不慕花哨，“实用性”与“情感联结”是两大核心诉求。一些年轻人也表示，牛角按摩梳、木质经络拍打棒、艾草锤等健康养生类文创最受长辈喜欢，“父母旅游会带回来，我们出差也会买给他们，实用又贴合需求”。

张女士则分享了父亲的怀旧偏好：去年，她去天津古文化街游玩，看到有售卖鸟笼造型的木雕

小摆件就给父亲买了一个，“我家以前住平房时养过鸟，搬楼房后便没了条件。父亲拿到‘小鸟笼’赶紧挂在了家里盆栽的花枝上，看得出来很喜欢。”以前在朝阳公园书市上，老爷子还买过一套中国邮政二八大杠自行车模型，“他在家摆弄时还念叨，‘以前邮递员走街串巷都骑这个，现在看不到了’。”

追潮流 更多老人爱上冰箱贴

“十一”假期前夕，地坛公园书市热闹启幕，线装古籍与现代畅销书错落摆放，文创摊位更是琳琅满目——个性图文帆布包、造型各异的冰箱贴、复古公交车积木、非遗香包与刺绣……这些文创产品不仅吸引着年轻人，更有不少中老年人驻足。

“冰箱贴20元一个，您尽管挑！”专卖冰箱贴的摊位前，68岁的退休教师张阿姨和周围的年轻人一起，认真挑选着心仪的款式。近来，凤冠霞帔主题冰箱贴成了爆款，摊位上整齐码放着六七款不同样式的“凤冠”。“这是孝端皇后的，那是孝靖皇后的，还有穆桂英款！您看这上面是十二龙九凤，那上面是九龙九凤……”在张阿姨的不断问询下，老板一一做着讲解。张阿姨拿着凤冠认真研究，最终挑中了“十二龙九凤款”，满足地收入囊中。

张阿姨告诉记者，冰箱贴是

买给自己的，“我也是受孩子影响，孩子家的冰箱上贴得满满当当，我看着也喜欢。”在年轻人的熏陶下，久而久之，张阿姨自己出门旅游时见到好看的冰箱贴也会买上一两个，“挺有意义的，看到就想起去过的地方。”

秦先生也在这个摊位前挑选冰箱贴。他坦言，父母以前出门旅游偏爱带土特产、零食这类伴手礼，近几年有了新变化。“大概是受我影响，他们现在也会带冰箱贴回来，比如老君山的山顶建筑冰箱贴、长白山的天池冰箱贴……都带有地标图案。”秦先生的父母总念叨“看着这些，就能想起走过的路”。

非遗手工香囊摊位前，同样有老年消费者驻足赏玩。锦鲤造型的香囊色彩喜庆，红蓝撞色尽显传统韵味，凑近便能闻到浓郁的药香，提神又舒心。摊位上还有非遗工艺制作的桌布、茶巾，价格从几十元到二三百元不等。一位阿姨正逐件翻看，她说：“这些样式很配家里的中式装修，看着就雅致。”

据记者观察，如今，一部分老年人已跳出商品的“实用性”需求，主动追寻生活趣味和文化内涵。兼顾文化与实用属性的文创，更能打动他们的心。

最新趋势 一款文创连接两代人

人民文学出版社文创部主任邝芮告诉记者，市场数据显示，45岁以下消费者仍占据文创消费群体的70%至80%。中老年群体虽非当前消费主力，但随着文创

品类的不断丰富，其消费需求已呈现持续增长态势。

这一趋势在今年北京地坛书市期间尤为明显，部分文创产品意外收获了老年群体的青睐——人民文学出版社的摊位上，一款正反印着“思想包袱”“文学包袱”的单肩背包，以“满赠限量”形式推出，成为书市中最“出圈”的单品，这款背包不仅受到年轻人的追捧，也吸引了不少老年人。

类似“跨年龄”消费还体现在“鲁迅系列·大先生的毛背心”上——上海书展期间该款产品火上热搜，主力购买者虽然是年轻人，但多用来赠送父母；还有部分中老年读者、人文社的中老年作者，也对其青睐有加。“还有我们的新年对联礼盒，同样是‘年轻人买、父母用’，成为连接两代人的情感纽带。”邝芮说。

谈及未来方向，邝芮表示将布局养生类文创，计划开发艾草锤等产品，“养生需求覆盖年轻人与中老年人，年轻子女也愿意为父母购买这类产品，能自然触达老年使用者，让文创产品进一步满足更多年龄层的需求。”

北京工美集团文化创意分公司副经理王茜表示，年轻人更愿意为兴趣价值买单，注重产品带来的情绪共鸣与社交属性，像景区的文创冰棍、主题冰箱贴等；老年人则更关注产品的实用性与保值性，比如马克杯、帽子、丝巾等产品的购买者中，年龄偏大者占比更高。此外，年长消费者更看重文创产品的材质工艺，具有保值属性或附带保健功能的产品更吸引他们。

据北京晚报

声明公告

登 13164692093
热 线：13164692093

遗失声明湖北智筑阁建筑工程有限公司变更后的公司名称湖北智筑阁建筑工程有限公司(91420113MAE DHRBW2U)。遗失财务章、公章、法人私章，声明作废。

遗失声明武汉欣建展功商贸有限公司(有限合伙)遗失财务专用章一枚，编号无，声明作废。

遗失声明李云海2025年10月17日不慎遗失身份证件，证号：42030019741225****，现声明作废。

遗失声明武汉玄批电子商务有限公司(代码91420106MA49M2EA9C)遗失公章一枚，声明作废。

股东会审议事项通过告知致公司全体股东：湖北车天使汽车服务有限公司已于2025年10月15日召开股东会，审议通过公司办公地址变更事宜。公司联系人：叶小红，联系电话15871776290。