记者探访全国多地“银发商店”

真正的刚需，是情感与陪伴

在杭州一家专做老年人生意的购物中心——“银发西溪Mall”里，什么产品最畅销？答案不是拐杖，不是轮椅，而是一枚小小的指甲钳。

3月初，北京长城银发商店正式对外营业。去年以来，上海、杭州等地纷纷开设了银发商店。在电商日益发达、线下商超客流逐渐萎缩的背景下，银发商店为何能异军突起？它们如何将“产品”卖到老年人的心坎上？记者走访北京、杭州、上海三家银发商店，寻找答案。

老人在店里参加社群活动。

老人们正在杭州银发西溪Mall里看鞋子。 受访者供图

看见“看不见”的需求

作为商场，选品是门大学问。普通商场显眼的C位，往往留给高端珠宝、新款电子产品等。但记者探访多家银发商场后发现，它们把这块黄金宝地给了不起眼的老人鞋。

在杭州银发西溪Mall，2500平方米的空间内上架了1000多款适老化产品。鞋子专柜前，店员王盼盼告诉记者，开业后鞋子销量一路飘红，一天能卖出几十双。记者采访的半小时内，就有4名老人前来试鞋。

“这些专门为老年人设计的牌子，其他商场里可见不着。”王盼盼说，老人脚趾外翻、脚部肿胀等问题是通病，网上的图片看不出是否合脚，运动品牌也无法“对症下药”，很多老人只好将就着穿。“但是在我们这儿，老人可以直接上脚试，他们更习惯这样的消费方式。”

58岁的王爱芬做过静脉曲张手术后，总是嫌女儿买的鞋磨脚。在店里试到第三双时，她眼睛一下子亮了：“我的脚特别容易肿，这鞋前面够宽，又轻便，特别好。”

银发商场选品的门道，正是看见老人这些说不出口的需求。但如何“看”得更精准？上海和北京两家商店想到了让老人自己写下需求。

“老人许愿，我们来实现。”上海银发商店负责人马智雯透露，近期，老人想要腰托和护膝的愿望，也已变成货架上的商品。

从一双合脚的鞋，到一张心愿便利贴，再到一台能“走起来”的机器人，这些商店存在的意义，是让老人活得更体面、更有尊严。

货架上买不到的商品

若是以购买单件商品为目的，消费时间和复购率都很难提升。既要和普通商场差异化竞争，又要精准吸引目标客户，商场还能为老年人提供哪些独特的“产品”？

货架上找不到的答案，藏在二楼银杏学堂里。

“老师，春晚上提到的豆包怎么用？”周一上午9点，62岁的应子赶到教室，拿出笔记本和老花镜开始听AI课程，教室里还坐着10余位和她一样的银发同学。

“我打听过附近的老年大学，课程虽多，但多是唱歌、跳舞、书法，鲜少涉及前沿科技。”应子说，这家商场的AI课不仅有头部科技企业负责人来分享，课后还能去一楼科技展区亲手实操，她立刻就报了名。

应子花150元就能上15节课。课后，她打算去楼下转转，“顺便买点日用品，再喝杯茶”。

除了课程，商场里还设置了健身房、书吧和社群活动空间，门口贴着巨大的月度社群活动日历，做香包、串手串、织毛衣……每天活动不重样。

一楼休息区，65岁的夏彩花正等着参加下午的手工课。她去年从江西来杭州带外孙，孩子上学后家里常常只剩她一人：“想找人说话都找不到。”去年，女儿带她来这里逛了一圈，她觉得这里很不错。如今，她已是商店的常客，常约在这里认识的朋友一起做手工，顺手买些日用品和衣服。

“老年人消费既有理性的一面，也有感性的诉求。这类商店承担着老年人社交的属性，要精准把握老年人尤其是空巢、流动、独居老年人的情感需要。”华东师范大学社会发展学院教授万国威表示。

当商场不再只卖商品，而是卖陪伴、卖社交、卖“被需要”的感觉，它就成了老人们愿意留下来的“第二个家”。

没有万能模式

浙江省老年协会副会长杨广义认为，银发商店的关键在于精准锁定人群。第五次中国城乡老年人生活状况抽样调查显示，目前我国失能老年人约3500万，占全体老年人的11.6%。据测算，到2035年这一数字将达到4600万。

在杨广义看来，未来真正的刚需群体是失能半失能人群。这类老人最大的痛点是居家环境“不适老”，洗澡怕滑倒、如厕难起身、久坐站不起来。对他们而言，单一的商品远远不够，需要的是“专业服务+商品+技术”的完整配套。

不过，由于国内银发商店起步较晚，目前尚无成熟、可复制的案例。

银发西溪Mall想尝试另一种思路：不做纯粹的“老人商场”，而是打造以银发为载体的全龄化空间。在中国，老人与家庭深度绑定，将老年服务与家庭需求结合，或许也是一种解法。

在活动上，暑假期间商场会切换为“四点半课堂”，长辈带着孩子来，结束后一起回家。在应增看来，与其把老人单独“圈”起来，不如创造代际共融的场景。

既要为活力长者提供全龄化社交场景，也要为失能半失能人群提供专业配套服务。两者并行，才能覆盖从“备老”到“养老”的全周期需求。

不仅如此，商店还打算“走出去”。“我们会将部分产品跟爬山、马拉松这类场景结合，让老人实地体验。未来可能会开设租赁服务，让银发产品能够融入千行百业。”马智雯介绍。

万国威认为，中国老年人口具有流动属性和区域人口增减分化的特征，超大特大城市、中小城市、县域、农村等细分市场需要采取差异化的经营策略，银发商店的探索仍需因地制宜。

这意味着，银发商店没有“一招鲜”的万能模式，精准施策才是通往未来的真正路径。

综合《现代快报》《钱江晚报》报道

声明公告 刊登热线13164692093

遗失声明张友凤遗失武汉汉口北信和农贸市场有限公司押金收据(A1附-104,105),票据号:0928804,拾万元;水电表押金票据号:5588365,壹仟陆佰元,装修押金票据号:5798267,贰仟元。声明作废。

遗失声明武汉海尔热水器有限公司工会委员会遗失银行开户许可证,开户行:中国建设银行股份有限公司武汉市经济技术开发区支行,账号42001258136053007467,核准号:J5210012239504,声明作废。

遗失声明戴少阳遗失武汉市惠商丰华市场管理有限公司押金收据(G6-110),票据号:3655214,金额:伍仟元。声明作废。

遗失声明戴彩丽遗失武汉市惠商丰华市场管理有限公司押金收据(G6-111),票据号:5388030,金额:伍仟元。声明作废。

遗失声明徐文彬遗失武汉市惠商丰华市场管理有限公司押金收据(H5-108),票据号:5768285,金额:伍仟元。声明作废。

遗失声明武汉科宏信息技术有限公司遗失付婷法人章,编号:42011110063763,声明作废。

注销公告

武汉市武昌区粤汉里社区众诚便民服务站(统一社会信用代码:52420106MJH335089P)拟申请注销登记,请债权人于见报之日起45日内向武汉市武昌区粤汉里社区众诚便民服务站清算小组申报债权、债务,特此公告。联系人:郑崇丽 电话:19947579631

武汉市武昌区粤汉里社区众诚便民服务站
2026年3月27日

遗失声明武汉众一网诺科技有限公司(统一社会信用代码:91420102MA4KTDB06X),不慎遗失公司合同专用章和公司项目专用章(1)各一枚。现声明该印章作废,自本声明发布之日起,任何使用该印章的行为均与本公司无关。特此声明。

注销公告武汉市森林公安局黄陂区分局拟向事业单位登记管理机关申请注销登记,现已成立清算组。请债权人自2026年3月17日起90日内向本清算组申报债权。特此公告。

遗失声明武汉国际人才交流服务中心遗失事业单位法人证书正、副本及公章,统一社会信用代码:12420100441351711E,法定代表人:殷桂兰,声明作废。

注销公告

武汉国际人才交流服务中心依据《事业单位登记管理暂行条例》,经举办单位同意,拟向武汉市事业单位登记管理机关申请注销登记,现已成立清算组织,请债权人自2026年3月27日起90日内,向本单位清算组织申报其债权,清算组将清算流程已一一通告各债权人,逾期不予申报视为自动放弃。法定代表人:殷桂兰。统一社会信用代码:(12420100441351711E)。办公地址:武汉市江汉区建设大道737号广发银行大厦26楼。联系电话:18672976099,特此公告。

武汉国际人才交流服务中心
2026年3月27日

注销公告

武汉市国际交流服务中心依据《事业单位登记管理暂行条例》,经举办单位同意,拟向武汉市事业单位登记管理机关申请注销登记,现已成立清算组织,请债权人自2026年3月27日起90日内,向本单位清算组织申报其债权,清算组将清算流程已一一通告各债权人,逾期不予申报视为自动放弃。法定代表人:钟斌。统一社会信用代码:(9142010044135 1703E)。办公地址:武汉市江汉区建设大道737号广发银行大厦26楼。联系电话:18672976099,特此公告。

武汉市国际交流服务中心
2026年3月27日

遗失声明黄印选遗失武汉市惠商丰华市场管理有限公司押金收据(G4-108),票据号:3655194,金额:伍仟元。声明作废。

遗失声明王艳芬遗失武汉市惠商丰华市场管理有限公司押金收据(H1-125),票据号:3655221,金额:伍仟元。声明作废。

作废声明湖北永佳防水科技有限公司现将原公章(编号42108100572 21)作废,自声明发布之日起启用新公章,特此声明。

遗失声明兹有武汉美年大健康体管理有限公司体检卡2张遗失,卡号265HA110000003133、265HA110000004545,声明作废。