

老年玩具兴起 亟待突破困局

2025年05月20日 07:27 来源：工人日报



当前，“银发经济”成为我国消费市场新蓝海，老年玩具作为其中的细分领域之一，逐渐走进大众视野。全国老龄工作委员会发布的报告显示，2014~2050年间，我国老年人口的消费潜力将从4万亿元增长到106万亿元左右，在GDP中的占比将增至33%。相关数据折射出老年消费方式的多元化，以及这一群体的精神需求变化。

值得注意的是，这个颇具潜力的市场在高速发展的同时，也面临着一些难点和痛点。老年玩具市场现状如何？怎样让老人真正实现“老有所玩”？相关行业与企业如何破局？《工人日报》记者对此进行了调查采访。

“父亲身体不太好，退休后总觉得孤单，我常常发现他坐在沙发上玩手机。之前看到一些老年玩具的介绍，说是能预防认知衰退、娱乐解闷，就买来给他试试。”郑州市民谢胜利的选择代表了很多子女的初衷，“想试试通过玩具缓解老人的孤独感，同时帮助老人锻炼身体。”

然而，让谢胜利未曾预料到的是，给父亲精挑细选的老年玩具很快就被闲置在阳台。“老人觉得有些玩具像是给孩子玩的，而且他自己一个人玩也没意思，没有子女或朋友陪伴。”谢胜利说。

这类老年玩具被闲置的场景，反映出该市场供需两端的结构性失衡。既有的部分老年玩具产品，尚未完全满足老人对于玩具的适老化与情感互动需求，这也是造成部分老年玩具“不叫座”的原因之一。

此外，老年玩具渠道断层问题较为显著。某知名电商平台数据显示，2024年该平台“适老玩具”搜索量同比增长121%，成交量同比增长超过70%，其中，55岁以上的消费者占比逐渐增高。

与线上渠道的“火热”形成鲜明对比的是，线下销售渠道相对较少。记者走访北京多家商场发现，玩具专柜几乎被儿童产品占据，部分老年产品商店里仅出售轮椅、按摩椅等大型器材。某商场一位玩具店主认为，“老年人倾向于在社区活动中心或公园玩健身器材。小型玩具更适合孩子玩，并非老年群体的刚需。”

“认知错位、需求错配等问题，亟须关注和解决。”国家开放大学出版传媒

集团董事长冯立国认为，一方面，社会普遍将玩具与儿童娱乐绑定，忽视老年玩具的“非药物干预”功能，导致消费意愿低，另一方面，部分产品盲目追求科技化，忽视老人对老年玩具的“低学习成本”“高实体操作性”等偏好。

上海社会科学院城市与人口发展研究所副所长、上海市老年学学会副会长周海旺在接受《工人日报》采访时表示，老年玩具是一个具有广泛含义的概念，当前老人娱乐方式更为多元化，老年玩具的功能也应同步增加。

周海旺进一步指出，老年玩具的功能设计应满足老人健康养生、体能锻炼、智能化生活等需求，在保障安全性的前提下，应为有共同爱好的老年群体提供社交互动的场景与渠道。

对此，冯立国认为，可以建立“产品+服务”模式，联合社区开展体验活动，降低老年玩具使用门槛，同步通过短视频等媒介传递“老年玩具=健康干预工具”新认知，推动家庭场景消费。

“未来，既要以需求为导向、推动产品与服务精准匹配，也要构建社区支持网络，增强市场渗透力。”北京市通州区社会工作者联合会项目部负责人荣博表示，社工可通过社区调研、焦点小组访谈等方式，收集老年人在玩具使用中的痛点与偏好，同步联合企业开展需求评估与玩具开发。

“可以培训老年游戏指导师成为玩具推广的‘种子用户’，通过同龄人的示范效应降低老年人的使用门槛。同时，在养老机构、社区活动中心等场所引入老年玩具作为常规活动工具，形成社区互动场景。”荣博说。

单词：	zhéshè 折 射	pòjú 破 局	shuāituì 衰 退	jiěmèn 解 闷
	shīhéng 失 衡	duàncéng 断 层	gāngxū 刚 需	cuòpèi 错 配
	jīngzhǔn 精 准	shèntòu 渗 透	fǎngtán 访 谈	shìfàn 示 范

讨论：1. 你认为如何才能更好地推动老年玩具市场的发展，让老年人真正实现“老有所玩”？

2. 如果你来设计一款老年玩具，你会设计成什么样呢？它都有哪些功能？

源新闻：<https://www.chinanews.com.cn/cj/2025/05-20/10418506.shtml>

音声 URL：<http://ttn.cn.co.jp/sound/text/files202505251748133960.mp3>