

戴老花镜的“银发冲浪手”开始闪耀“双十一”

越来越多老年人步入数字新生活,他们网络购物车里装的是“夕阳红”与“新世界”



当“剁手”不再是年轻人的专利,曾经被忽视的消费力量正悄然崛起。他们曾是被数字化浪潮“遗忘”的一代,如今却戴着老花镜,熟练地滑动手机屏幕,在直播间里询价、加购、拼单。“双十一”,这个一度属于年轻人的狂欢节,正迎来一批“银发冲浪手”。他们的购物车里,装的不仅是商品,更是一个群体消费观念的深刻变迁。



■老年人加入网购大军,不仅是潜力巨大的“银发经济”市场的开启,更是一代人与时代积极对话、主动追求生命丰度的生动写照。(制图/赵铮)

□本报记者 赵铮

从“不敢点”到“点不停”——老年人数字生活的跨越

“周姐,我的微信怎么又上不去了?”“周姐,我的订单怎么找不到呢?”81岁的退休工程师周琴经常帮助小区老姐妹们解惑手机功能问题。就在几年前,周琴还对智能手机敬而远之,担心按错一个键就会“弄坏”。去年,孩子们给她换了新型智能手机并教会她如何操作,如今,她不仅能熟练地在微信群里抢红包、发表情包,还能在多个购物App间比价,熟练使用支付功能完成线上线下的购物。周女士说:“老年人最怕没事做,所以人老心不能老,得与时俱进,生活才过得有滋味。”

周女士的经历是千万中国老年人的一个缩影。随着移动互联网的深度普及,大批老年人加速“触网”。他们不再满足于仅用手机拨打电话,而是在子女的帮助下,勇敢地迈入了数字新生活。

“一开始是我女儿教我用微信付钱,后来我发现,超市线上买菜挺新鲜,还能直接送到家,就赶紧学习如何操作,现在我这老寒腿就不用天天跑菜市场了。”76岁的退休教师田建军笑着说。如今,他在社区里经常和老伙计们交流购物心得:哪个平台能抢红包,哪个平台退货方便,哪个品牌的老年鞋穿着舒服,都门儿清。

记者观察:老年人网购并非被动接受,他们愿意拥抱新事物,只要迈出第一步,他们会在学习中迅速成长,展现出强大的信息整合与比价能力。

从“舍不得”到“值得花”——老年人网购的理性与温情

“这个牌子的老人鞋,直播间里比实体店便宜了50块,还送两双袜子!”73岁的退休教师李娟一边向记者展示她的购物车,一边兴奋地算着账。她的购物车里,不再是儿女们“包办”的衣物食品,而是自己精挑细选的智能泡脚桶、无线吸尘器和一套旅行茶具。

“以前总觉得钱要省着给儿女,自己凑合就行。”李娟坦言,“现在想通了,孩子都成家了,我们老两口退休金够用了,为啥不能对自己好点?这个泡脚桶带按摩和加热功

能,老伴有关节炎,用着正好。这钱,花得值!”

70岁的退休医生齐丽华,一直在老年大学里学舞蹈,她在班级里与8位志同道合的同学一起建了一个“‘双十一’作战姐妹群”。“我们分工合作,有人负责研究平台满减规则,有人负责盯大牌护肤品的小样赠品,有人负责在各大直播间比价。”齐丽华得意地告诉记者,她们去年合力“薅羊毛”,用最划算的价格买齐了全家的年货。“我们这代人,是苦过来的,知道钱来之不易。”齐丽华说。

“我给小孙子买的東西最多!”78岁的退休会计秦洁展示着她的购物车,“现在年轻人工作忙,我们能帮一点是一点。网上选择多,直接寄到他们那里,省得他们跑一趟。”这份通过小小屏幕传递的隔代亲情,让冰冷的数字消费充满了温度。

记者观察:与年轻人“为爱好买单”、“追求爆款”的消费冲动不同,老年人正从过去以价格为绝对导向的生存型消费,转向以理性和温情同步的消费观。

从熟人社会到“家人”直播间——老年人网购的“信任”迁移

“家人们,这款奶粉是新疆直供的,我亲自去考察过牧场,今天给‘爸爸妈妈’们最优价!”72岁的退休技师牛建国几乎每晚都会准时进入几个固定主播的直播间。他最喜欢的一位东北口音的主播,因为对方“说话实在,不忽悠”。

“一开始是孙女教我看的,后来就离不开了。”王先生说,他通过直播间买过助农苹果、海南芒果,甚至还下单了一台千元的无人机,“主播就像个热心的邻居,他推荐的东西,我放心。”

“闺女,你看这套紫砂茶具怎样?这个直播间的主播声音好听,讲解得也细致。”离“双十一”大促还有几天,78岁的退休护士陈玉兰已经戴着老花镜,捧着手机研究了半天她的订单。陈女士喜欢喝茶,还特意在网上报了茶艺培训课学习,自打学会了直播间购物,已经买了大大小小不同类型的茶具,主播夸了一句“姐,您真有品位”,她就能高兴上好些天。如今,网购成了她心情愉悦、享受生活的“主战场”。

记者观察:老年群体对人际信任高度依赖,在线上找

到了新的投射对象,主播们一声声“叔叔阿姨”“哥哥姐姐”“家人们”,构建了一个虚拟的熟人社会,填补了他们社交上的部分空白,并成功地将这种情感联结转化为消费信任。

数字鸿沟下的“磕绊”与“迷路”——老年人网购还需家庭“护航”

记者采访中,不少老年人也道出了他们的烦恼:“字体太小看不清”“操作流程太复杂”“担心遇到网络诈骗”,这些都是老年人网购普遍遇到的“拦路虎”。尽管有些平台推出长辈模式,简化了界面、放大了字体,但复杂的促销规则,需要“拉人头”的互动游戏,依然让许多老年人望而却步。他们更倾向于参与直接打折、满减等简单明了的活动。

“有一次点了一个弹窗,说我中奖了,要填身份证和银行卡,差点就上当了。”74岁的退休职工李梅娟回想起来仍心有余悸。退货流程复杂、看不懂虚拟券的使用规则、被虚假宣传误导……这些都是横亘在他们面前的数字鸿沟。

“购物付款时显示可以免单,但要邀请一位朋友,我把亲戚都找遍了,也没免单!”78岁的刘志远气愤地说。

80岁的退休干部陶得志则对购物网页感到头疼:“字太小,跳转太多,找个客服都要半天,有时候付了款,都找不到订单在哪里。”

不过,张先生感慨:“现在是数字时代,孩子们别嫌我们学得慢,多教几遍,我们肯定会!”

记者观察:让老年人完全融入数字时代,需要社会、家庭和企业的共同努力。同时,作为子女,除了给父母清空购物车,更应成为他们“数字出行”的守护者,多一份耐心指导,多一句防骗提醒。

当中老年人的购物车变得越来越满、越来越“潮”,我们看到的,不仅是一个潜力巨大的“银发经济”市场的开启,更是一代人与时代积极对话、主动追求生命“丰”度的生动写照。“双十一”的灯光映照在他们花白的头发上,折射出的是中国社会消费结构变迁的复杂光谱。他们的“买买买”,买的是对美好晚年的向往,是对社会连接的渴望,也是一曲不甘落伍、活出自我的“夕阳红”赞歌。这个“双十一”,请别忘了,为家里那位新晋“剁手党”点个赞。