



老年人商圈到访大数据分析报告

——基于中国联通对全国986个商圈的动态监测

中国老龄协会

2026年8月

目录

一、老年人到访商圈的群体画像.....04

（一）到访规模.....05

（二）年龄结构.....06

（三）性别结构.....06

（四）来源地.....07

（五）经济状况.....09

二、老年人到访商圈时间特征.....10

（一）月度到访差异.....11

（二）到访时段差异.....11

（三）工作日/周末/节假日差异分析.....13

三、老年人到访商圈热度分析.....14

（一）老年访客占比特征.....15

（二）老年访客规模特征.....17

（三）不同层级城市商圈老年访客到访特征.....19

四、老年访客到访商圈行为特征.....21

（一）到访频次.....22

（二）出行半径.....24

（三）驻留时长.....27

五、老年访客差异性分析.....29

（一）差异性概述.....30

（二）商圈目标老年客群.....33

（三）商圈潜在老年客群.....34

（四）改善建议.....36

参考文献.....37

本报告基于中国联通2025年7月至2026年6月一年时间内，在986个监测商圈（覆盖中国大陆各城市）的信令数据，分析60岁及以上老年群体的商圈到访特征，并与全量到访人口进行对比，从而精准识别老年人口到访商圈的差异化偏好。

本报告中的商圈由新一线城市研究所，基于9000多个连锁品牌的门店位置，结合地理算法划分而成，能被认定形成了商圈的地方，代表该地区形成了连锁消费品牌门店的聚集。上述商圈客流数据已多次应用于支撑新疆、广东、山东、河南、河北等省级发改部门的经济运行监测工作，以及国家商务部及安徽、江苏、山东商务厅的商圈运行监测工作。

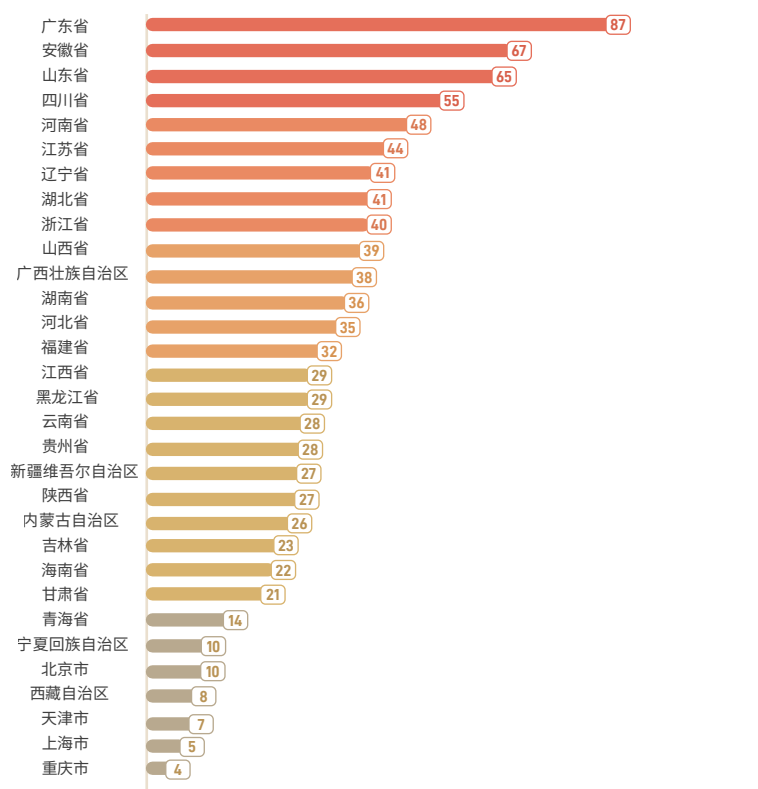


图1 各省份监测商圈数量分布

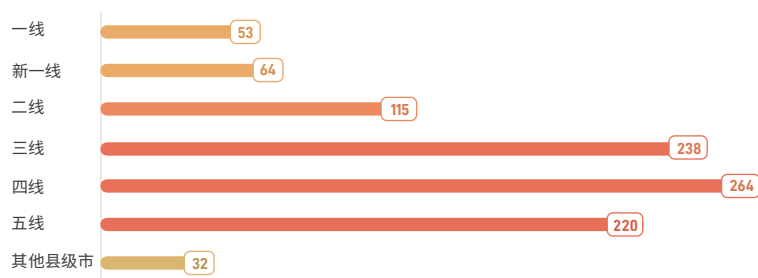


图2 各等级城市监测商圈数量分布

01

老年人到访商圈
的群体画像

(一) 到访规模

2025年7月—2026年6月，全国986个商圈内检测到60岁及以上老年人到访13.9亿人次，占到访总量的7.26%，相比我国60岁及以上人口规模占比数据（23%）低近16个百分点，显示出老年人商圈参与度整体较弱。

92.74%

到访量191.2亿人次

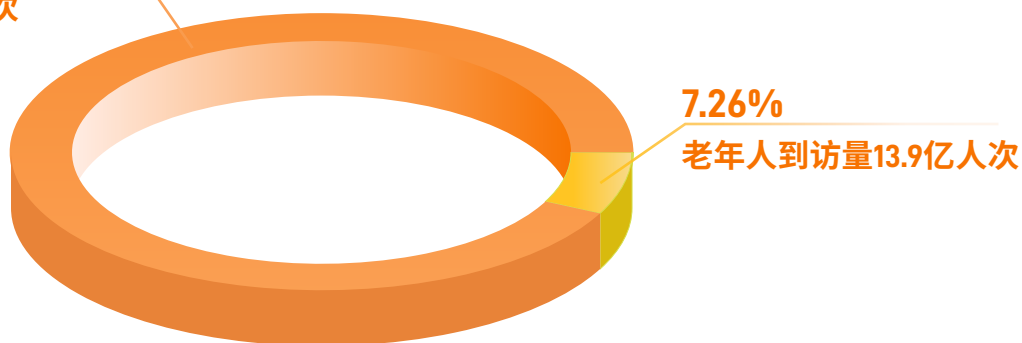


图3 近一年老年人商圈参与度情况

进一步分析各地老年人商圈参与度，从各省商圈的老年访客占比来看，东三省和天津商圈超10%访客量由老年人贡献，位居全国前列，其次为海南、北京、山西、内蒙古、湖南、湖北、河北，老年访客占比在8.5%以上。

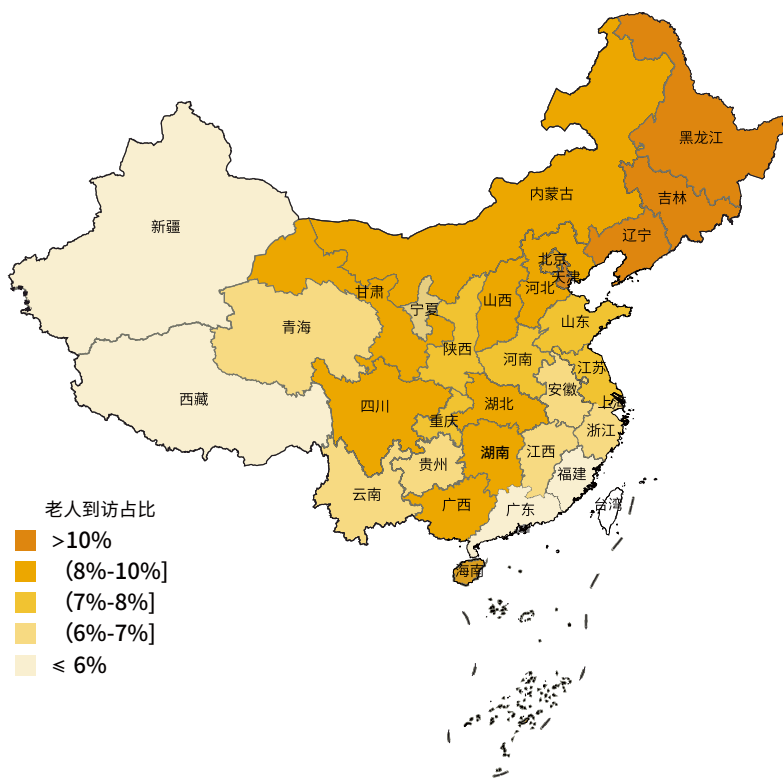


图4 各省商圈访客中老年人占比

(二) 年龄结构

“银发青年（60—64岁）绝对主导、高龄老人断崖式递减”。60—64岁年龄段的访客占比高达48.1%，几乎占据了老年访客总量的一半。这一群体通常刚步入退休生活，身体机能较好，且拥有较为充裕的闲暇时间，是目前商圈中最活跃、最核心的银发消费与社交主力军。从65—69岁（占24.7%）到70—74岁（占17.0%），再到75岁及以上（占10.3%），占比逐级缩减。这客观反映了老年人的体力精力、出行意愿以及社交频率会随着年龄增长而自然衰减。尽管75岁及以上群体的占比降至10.3%，但这部分高龄老人依然保持了约一成的到访量。这说明商圈作为集购物、餐饮、休闲于一体的综合性场所，对高龄群体仍具有不可替代的吸引力。

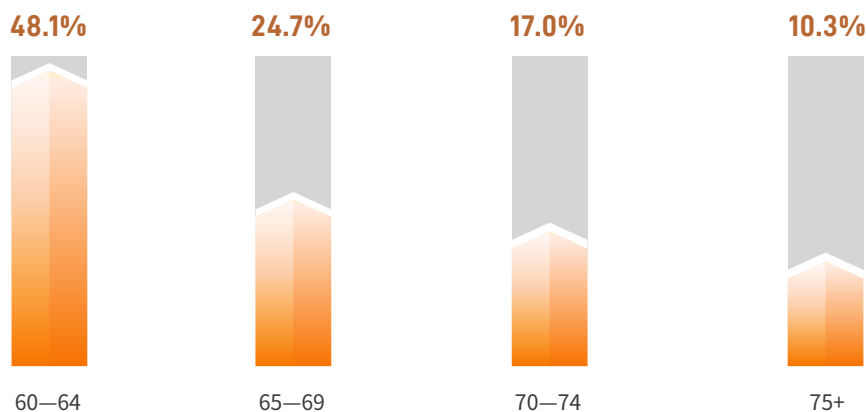


图5 不同年龄段老年访客分布

(三) 性别结构

“男性访客略多，整体比例均衡”，男女占比之差仅为5.5个百分点，整体结构较为均衡，说明当前的商圈环境并没有对某一性别产生明显的排斥或过度吸引，而是成功打造了一个男女皆宜的公共空间。

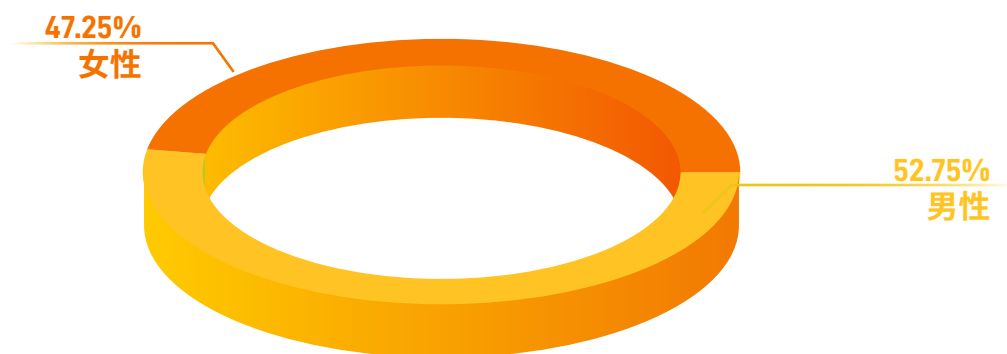


图6 不同性别老年访客分布

(四) 来源地

老年群体更倾向于到访本地商圈。无论是全量访客还是老年访客，本市来源都是绝对的主力（占比均在65%以上）。老年访客中本市居民的比例高达74.5%，比全量访客的平均水平高出7.8个百分点。本省外市老年访客占比为7.7%，比全量访客低4.5个百分点；外省老年访客占比为17.8%，比全量访客低3.3个百分点，这说明老年群体更倾向于在本地进行休闲或访问活动，受身体、经济、家庭等原因在跨地域流动上显得更为保守。

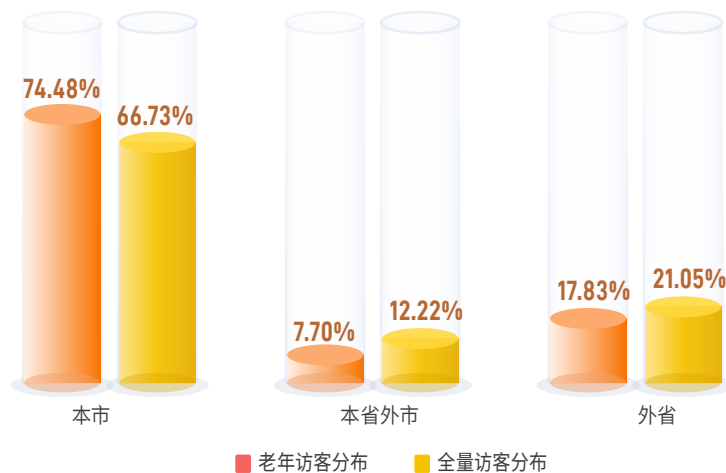


图7 商圈访客来源地分布

气候宜人且风景独特城市的商圈更能吸引外地老人到访。商圈老年访客中外地老年占比前十名的城市几乎都与较好的自然气候条件相关，如云南的丽江、迪庆、西双版纳以及青海海西、西藏林芝等地，凭借夏季凉爽的气候成为热门的“避暑胜地”；而海南三亚则是典型的冬季“避寒”目的地。这说明对于老年群体而言，适宜的气候是跨城的核心吸引力。此外，上榜城市通常拥有不可替代的自然风光，如大兴安岭的森林资源、甘南的草原生态等，凭借独特的地域风情，成功吸引了大量外地老年客源。

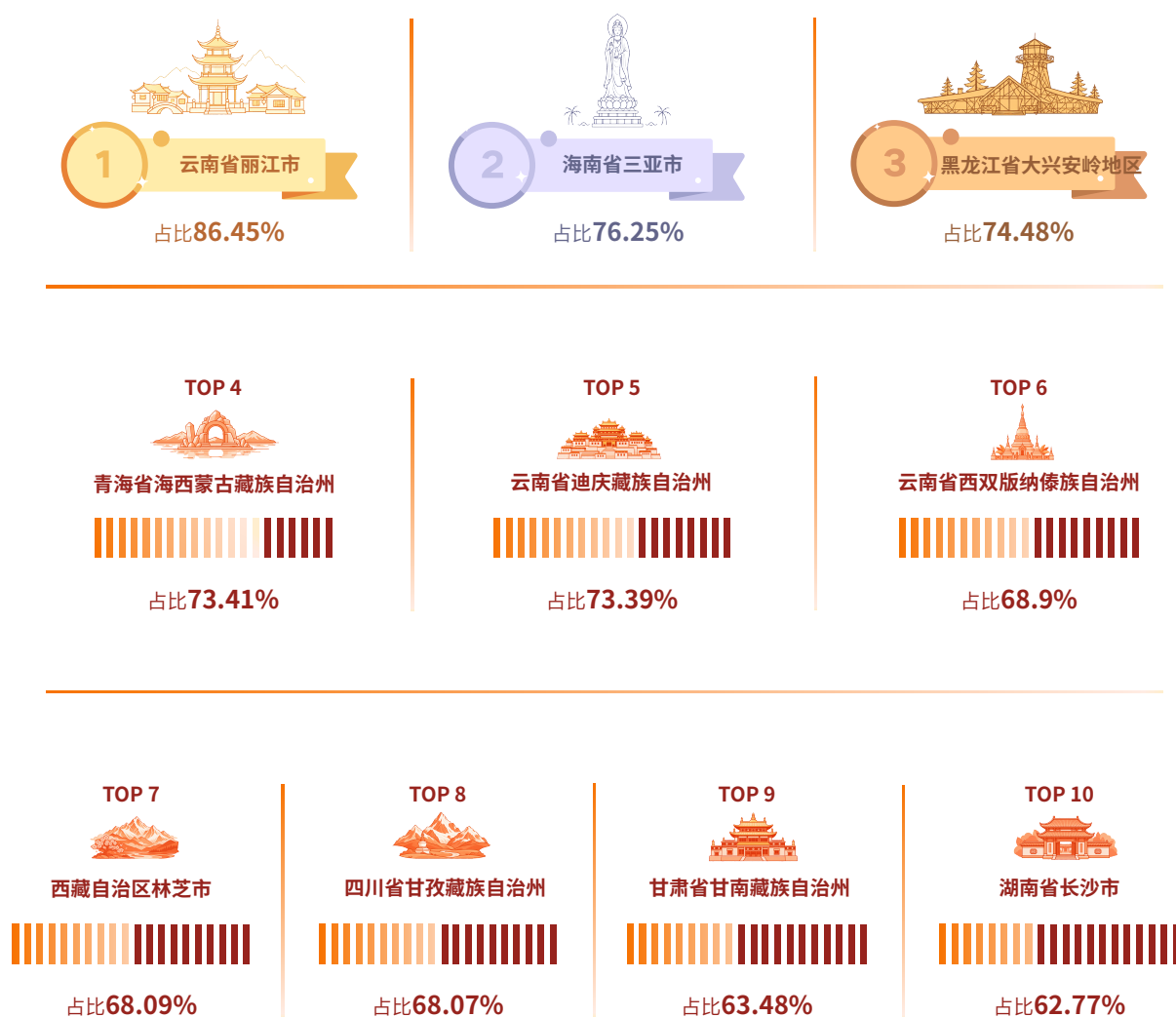


图8 商圈老年访客中外地老年人占比前十名

(五) 经济状况

老年访客群体呈现明显的“中低收入集中”特征。在到访商圈的老年访客中，低收入人群和普通收入人群的占比显著高于全量访客。其中，低收入人群占比达到8.6%，比全量访客高出1.6个百分点；普通收入人群占比高达45.8%，比全量访客高出4.2个百分点。这两类人群合计占比超过半数，说明老年群体在商圈消费中更偏向于基础消费和大众化消费。而在富裕人群中，老年访客占比为5.0%，与全量访客的4.7%基本持平，甚至略高0.3个百分点。这说明老年访客依然保留并活跃着一部分具备高消费能力的高净值人群，这部分人群是商圈高端消费的重要支撑。

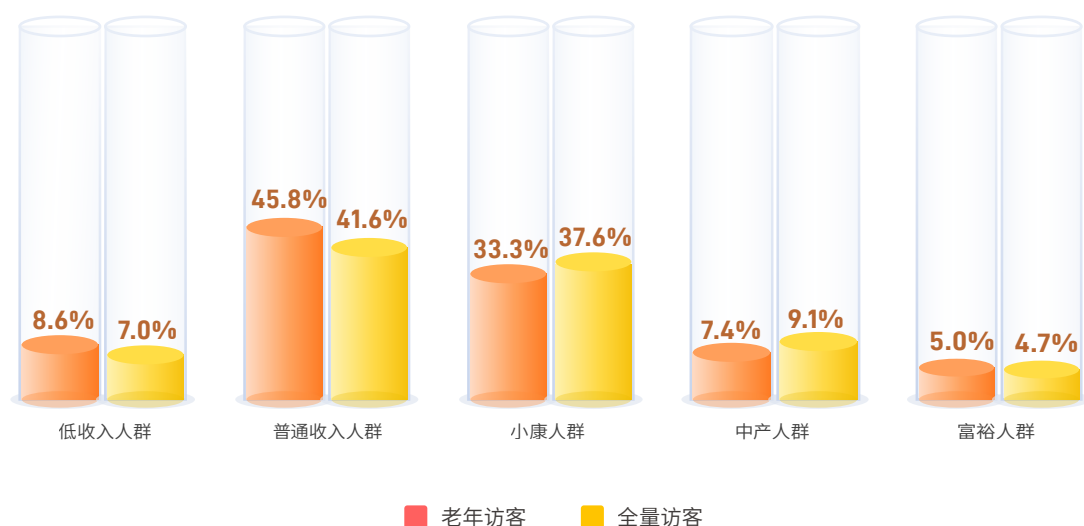


图9 商圈访客经济状况分布

低收入人群：无固定稳定工作地，居住地房价较低，终端价格低的人群；

普通收入人群：居住地房价、终端价格、出行等均处于中等水平的人群；

小康人群：具有稳定居住、工作地，有一定国内差旅出行，较多线下商圈到访行为，金融类APP使用较多的人群；

中产人群：居住地房价等相对较高，国内差旅出行较高，偏好飞行出行方式的人群；

富裕人群：居住地高房价，较多出国行为，常到访高尔夫球场、高端商场酒店的人群。

02

老年人到访
商圈时间特征

(一) 月度到访差异

老年访客的各月到访具有显著“气候驱动”属性，在2—5月的冬春两季，是老年人逛商圈的“黄金时期”，特别是2月（春节前后），老年访客量出现了爆发式增长，随后几个月虽然略有回落，但始终保持在400万人次以上的高位水平。这表明天气转暖以及春节假期的团聚效应极大地促进了老年人的线下消费和社交活动。6—9月（夏季），老年访客量处于相对低位，推测是因为天气炎热，老年人更倾向于减少外出，导致商圈到访量较低。10月是下半年的到访量高峰，推测与国庆长假有关。10月后数据趋于稳定，维持在350万—380万人次之间。

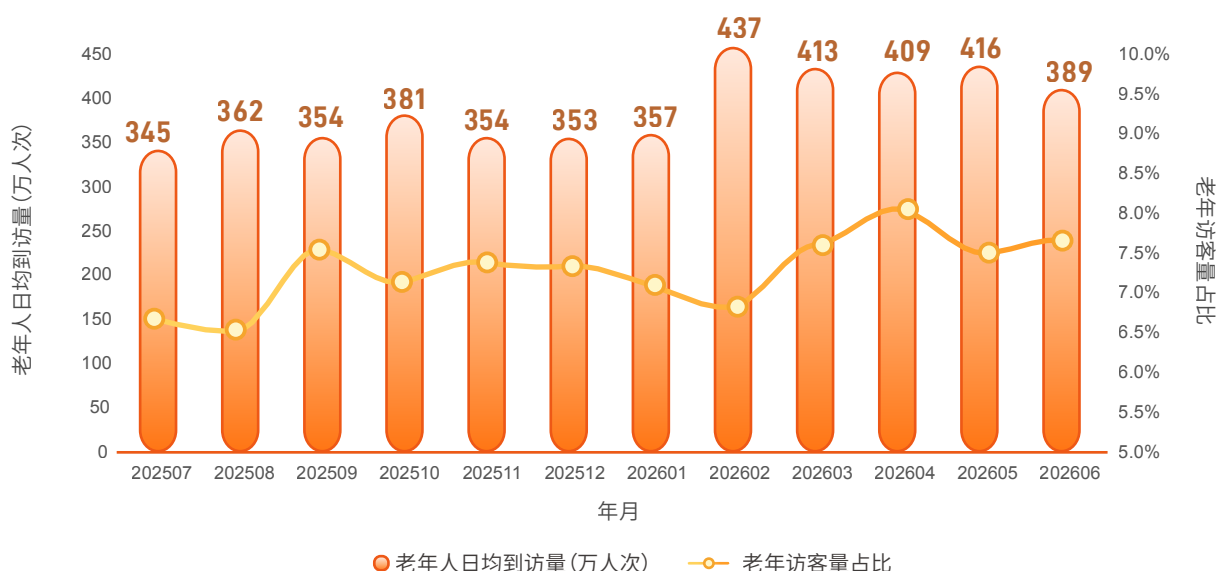


图10 逐月老年人商圈到访参与度情况

(二) 到访时段差异

老年人到访商圈集中在白天，呈现“早午双峰结构”。从到访商圈的开始时间来看，老年人是商圈最早的一批访客，凌晨4时开始，老年访客开始快速增长，14%的老年访客在4—9时期间到访商圈，是全量访客的2倍，这说明老年人有早起逛公园、早市或晨练后顺便进入商圈的习惯。9—10时是老年人的第一个绝对高峰，占比高达9.3%，而同时段全量人口仅5.0%，此时商

圈刚开门不久，环境相对安静，适合老年人购物或散步。13—15时出现第二个老年人到访峰值，对应午餐、午休结束后的闲逛时间。17时以后，老年人流量迅速下滑，18时降至5.6%，而全量人群此时正处于8.7%的最高峰。到晚上20时，仅2.8%老年人选择此时到访，说明老年人较少参与夜生活。

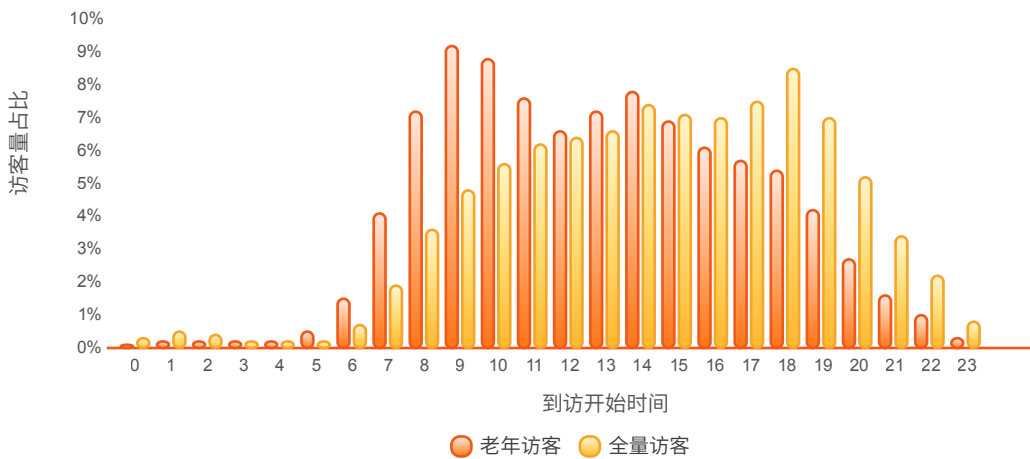


图11 不同人群到访商圈时间分布

进一步分析各城市老人早间到访商圈习惯，发现东北地区商圈早间老年访客量可占到全天老年访客量的30%以上，而在西部地区，由于白昼较晚，这一比例通常在15%以下。值得注意的是，由于东北老人在海南占比较高，生活在海南的老年人在早间逛商圈的现象也很普遍。

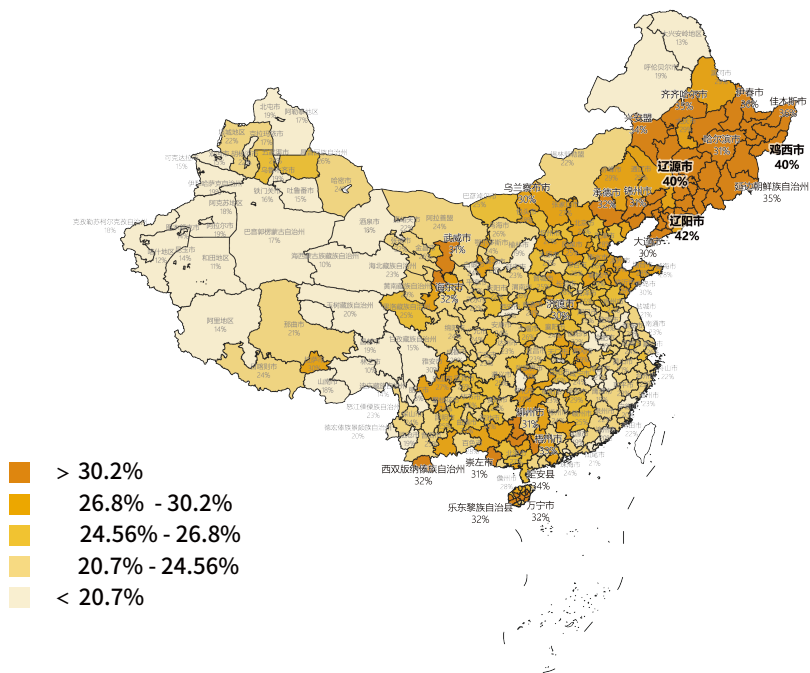


图12 各城市商圈早间（8—10时）老年访客占全天老年访客比例

(三) 工作日/周末/节假日差异分析

老年访客在商圈内呈现出工作日占比高、节假日绝对量大但占比低的特征。全国商圈日均老年访客工作日平均为363.4万人次，常规周末平均为397.6万人次，节假日平均为471.7万人次。节假日老年客流仅为工作日的1.3倍，而全量访客为1.6倍。这说明全量访客受假期制度驱动明显，而老年访客的出行受假期影响较小，客流表现更为平稳。

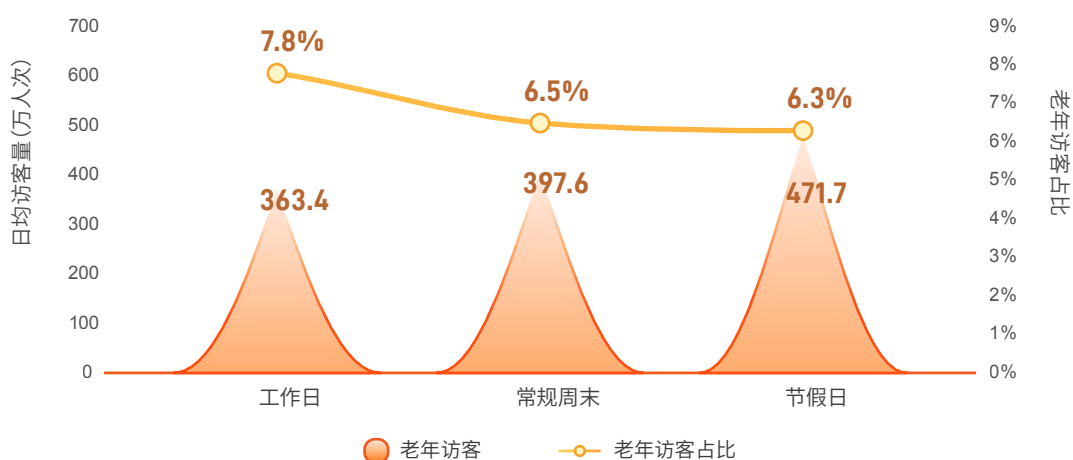


图13 不同时间类型老年访客规模

从具体节假日到访情况来看，劳动节是“流量王”。气候适宜的五一长假是老年人逛商圈最为活跃的时期，日均老年访客量达526.5万，居各节假日之首。春节是“相对占比王”，6.8%的最高占比印证老年人仍保持着春节在线下商圈置办年货的传统习惯。

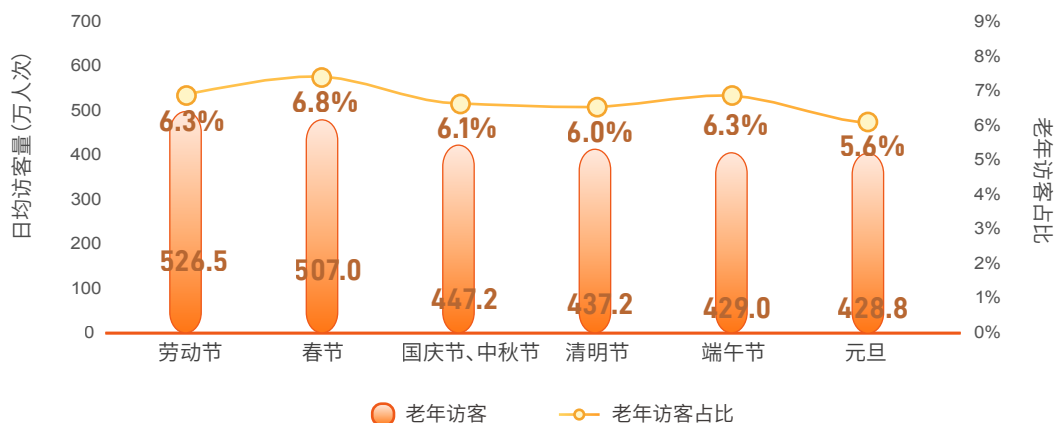


图14 不同节假日内老年访客规模

03

老年人到访
商圈热度分析

(一) 老年访客占比特征

老龄化程度越深的城市，老年人的商圈参与度也越高，商圈老年访客占比与城市老龄化率呈现强正相关，相关性为0.69。老龄化率每提升1个百分点，老年访客量占比平均约提升0.5—0.6个百分点。东北、川渝两个区域是典型的深度老龄化且老年消费活跃区。其中东北是全国老龄化最严重的区域之一，且由于室外气候寒冷，老年人成为了商圈稳定的客流来源；川渝地区拥有独特的“茶馆文化”和休闲文化，老年人愿意走出家门进行社交和消费，因此商圈老年人占比较高。

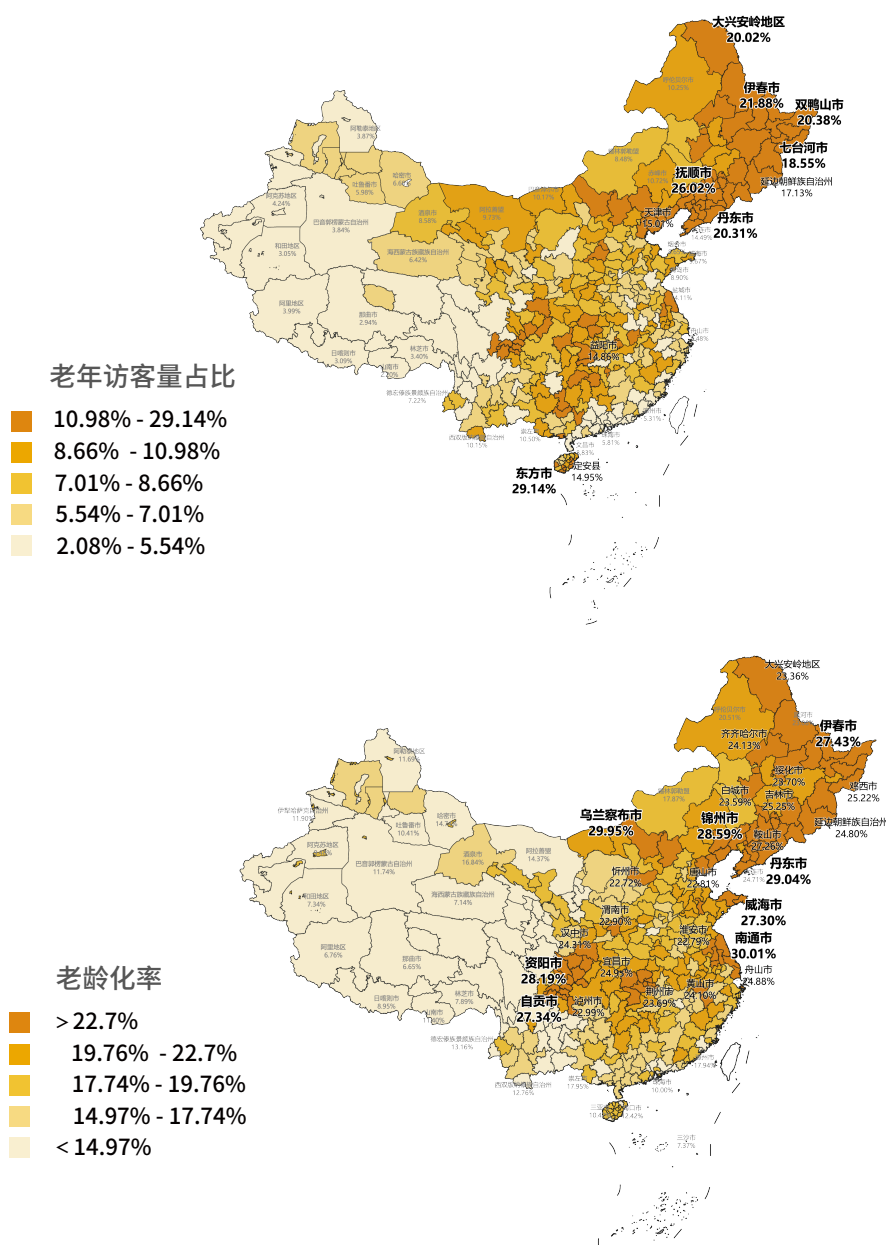


图15 各城市老年访客占比及老龄化率（根据第七次人口普查结果）

老年访客量占比最高的前十名商圈如下图所示，分布呈现出鲜明的地域集中特征。前十名商圈中，辽宁省独占六席，其余分布于黑龙江、吉林及海南，老年访客占比普遍超过20%，最高达29.42%，显示出老年群体正成为这些商圈的重要消费力量。而海南西部东方市的万达广场作为榜首，极有可能受“候鸟老人”效应影响。大量本就爱逛商圈的东北老人冬季迁徙至海南，成为当地商圈极其活跃的消费者，从而极大地拉高了老年访客量占比。



图16 老年访客占比最高的前十名商圈

(二) 老年访客规模特征

老年访客量与城市经济发展水平在宏观上呈正相关，相关性为0.59。在全国层面，老年访客量和GDP呈现东密西疏的整体特征，两指标均较高的区域主要集中在京津冀城市群、东北三省省会、长三角、成渝双城经济圈、珠三角。这些区域内城市的经济发达，基础设施完善，老年人的消费能力和出行意愿也强。

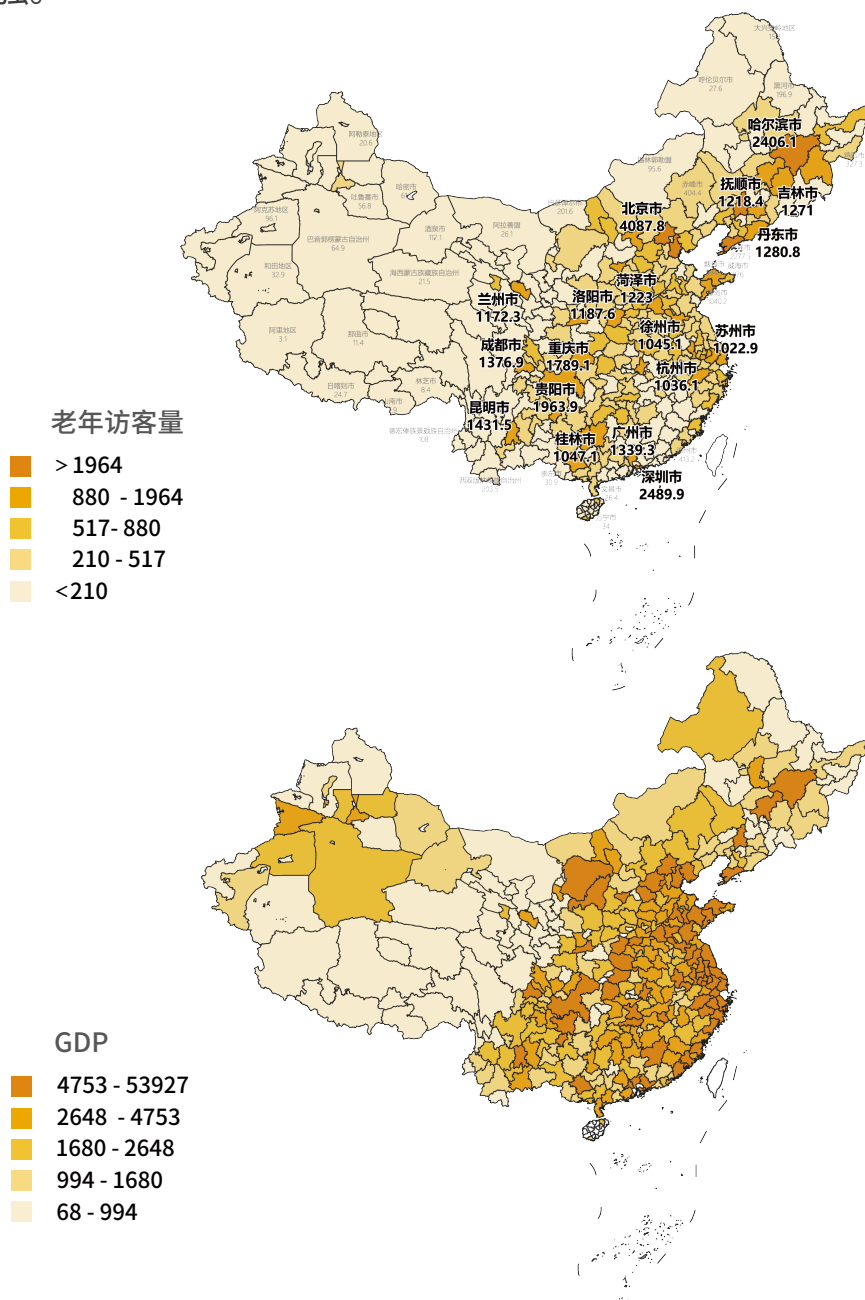


图17 各城市商圈老年访客量（万人次）及GDP（2024）

老年访客量的前十名商圈如下图所示，上榜商圈全部属于直辖市、省会城市或计划单列市等经济发达、人口规模较高的城市。在空间分布上，北方城市占据了8席，东北地区表现尤为突出，共有4个商圈上榜。在商圈类型方面，上榜商圈以传统老牌商圈为主力，如西安钟楼是历史文化地标，哈尔滨中央大街是著名旅游步行街，天津金街是百年商业街。这些商圈通常交通便利、配套设施完善，且承载了当地老年人的集体记忆和社交习惯。而北京CBD商圈作为现代商务中心高居第二位，说明在一线城市，核心商务区不仅是年轻人的聚集地，而且成功吸引了大量的老年人。

1	太原街 (辽宁省沈阳市)	老年访客量 1187万人次
2	CBD商圈 (北京市)	老年访客量 897万人次
3	钟楼 (陕西省西安市)	老年访客量 874万人次
4	果戈里大街 (黑龙江省哈尔滨市)	老年访客量 870万人次
5	喷水池 (贵州省贵阳市)	老年访客量 793万人次
6	中央大街步行街 (黑龙江省哈尔滨市)	老年访客量 757万人次
7	沈阳北站惠工广场 (辽宁省沈阳市)	老年访客量 694万人次
8	西安路 (辽宁省大连市)	老年访客量 683万人次
9	观音桥 (重庆市)	老年访客量 681万人次
10	金街步行街 (天津市)	老年访客量 664万人次

图18 老年访客量最高的前十名商圈

(三) 不同层级城市商圈老年访客到访特征

商圈的老年访客占比随城市等级降低呈“阶梯式上升”。一线城市老年访客占比最低，仅为5.34%，这主要由于大量外来年轻人口的流入，极大地稀释了老年群体在商圈中的相对活跃度。随着城市等级下沉，占比稳步攀升，新一线至二线城市的占比逐渐过渡至6%—7%区间。三线城市占比维持在7.7%的水平。而当在四线及五线城市，老年访客占比分别达到9.02%和10.22%的峰值。其中，五线城市的老年占比几乎是一线城市的两倍，直观反映了青壮年向高等级城市迁移后，低等级城市人口结构老年化的客观现实。

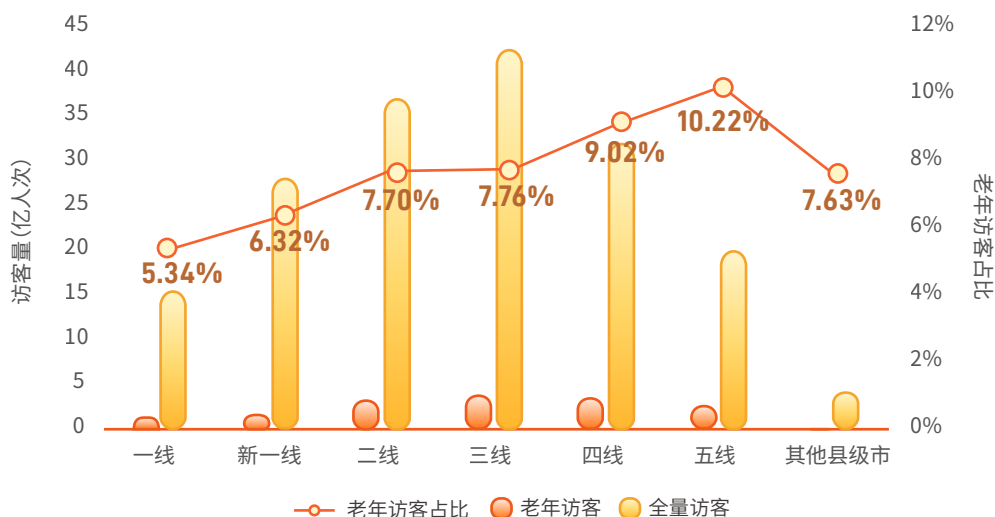


图19 不同层级城市商圈老年访客量情况

除一线城市外，其他层级城市的到访频次数据呈现“中间高、两头低”的橄榄型分布特征。一线城市的老年访客平均每年到访商圈8.4次，均为各等级城市中的最高值。一线城市城市化进程早，商业更为发达，老人在商圈进行休闲消费的习惯也更为普遍。三、四线城市商圈的老年访客年频次高达7.9次，甚至高于更为发达的新一线和二线城市，这表明三、四线城市的居民生活节奏相对适中，商圈形成了较高的用户粘性。

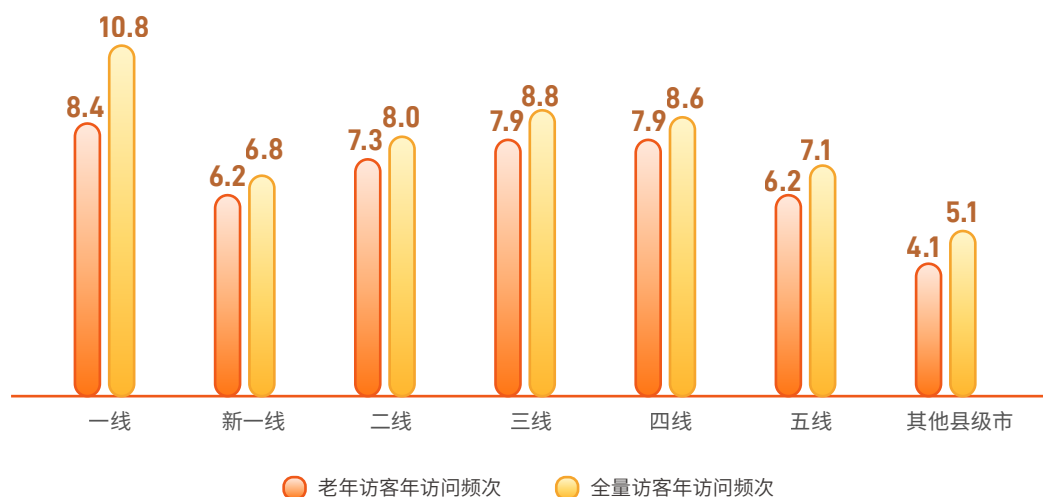


图20 不同层级城市老年访客到访商圈次数情况

老年人在五线城市的商圈驻留时间最久，为2.5小时。这可能说明当地老年人将商圈视为日常社交、休闲的主要场所，停留时间更为充裕。而一线至二线城市驻留相对较短，为2.0—2.1小时，这可能与大城市快节奏的生活环境、商圈高昂的停车或消费成本，以及老年人多为“目的性消费”有关。

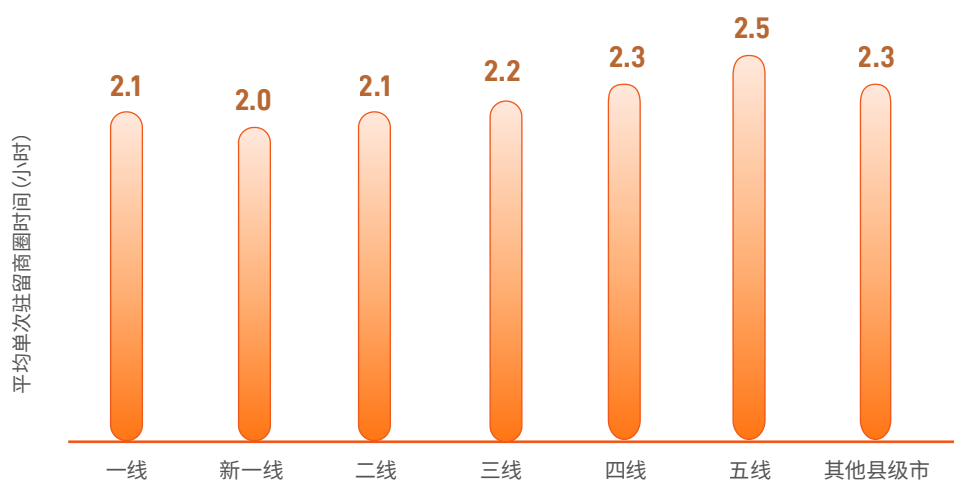


图21 不同层级城市老年访客平均单次驻留商圈时间(小时)

04

**老年访客到访
商圈行为特征**

(一) 到访频次

低频（月度1—3次）到访商圈是老年访客的整体倾向，该频次合计占比超七成，占比较全量人口高出6.6个百分点，反映出老年人商圈到访频率整体偏低。

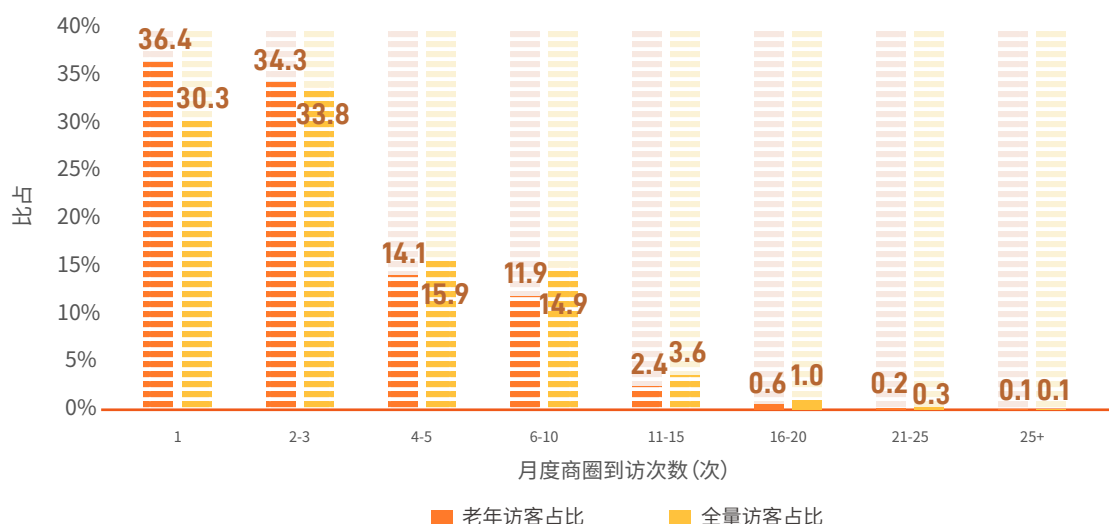


图22 月度商圈到访频次分布

分地域来看，东北老年人最爱逛商圈，人均每年到访商圈8次，华东及西南地区老人商圈参与度较低，人均每年到访商圈不足4次。

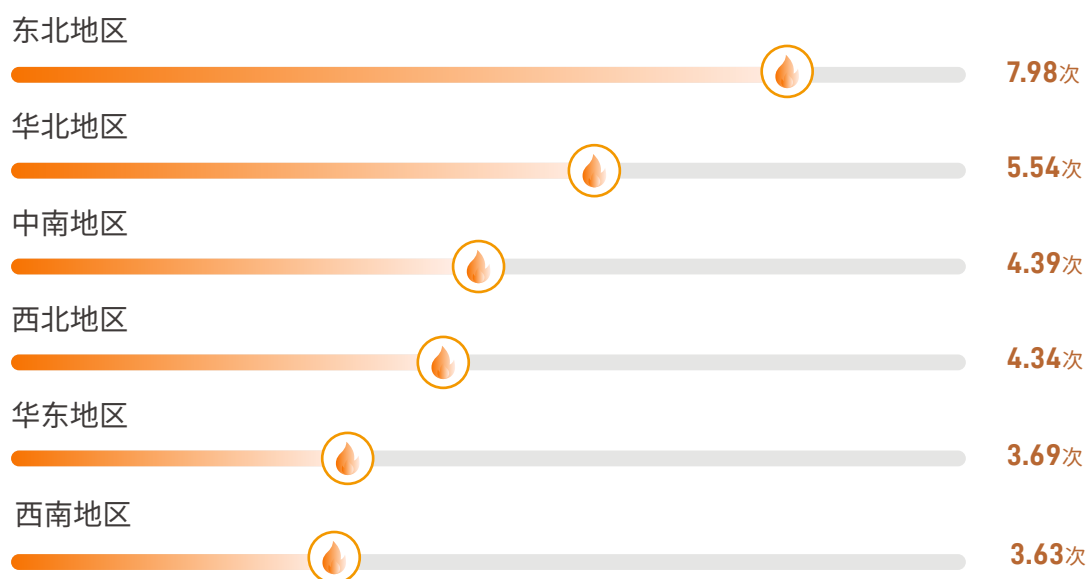


图23 各区域老年人每年商圈到访次数情况

高频次到访商圈基本位于城市中心位置。无论是东北老工业基地的火车站枢纽商圈（如辽宁抚顺的站前解放路商圈），还是中小城市的中心广场（如安徽安庆的岳西县中心商圈），这类商圈或位于城市核心地带，或位于公共交通枢纽附近。凭借极高的便利性、通达性，它们成为了老年人日常生活的高频打卡地，具有极高的用户粘性。

1	站前解放路 (辽宁省抚顺市)	到访频次	9.86次
2	南平鼓楼街 (福建省南平市)	到访频次	9.73次
3	新世纪广场商圈 (黑龙江省鹤岗市)	到访频次	9.72次
4	本溪站前 (辽宁省本溪市)	到访频次	9.55次
5	抚顺万达广场 (辽宁省抚顺市)	到访频次	9.36次
6	黄石购物中心 (湖北省黄石市)	到访频次	9.32次
7	利群购物中心 (山东省淄博市)	到访频次	9.13次
8	劝业场 (黑龙江省牡丹江市)	到访频次	9.11次
9	青田中心 (浙江省丽水市)	到访频次	9.1次
10	岳西县中心 (安徽省安庆市)	到访频次	8.89次

图24 老年访客年到访频次前十名商圈

(二) 出行半径

老年人更倾向访问居住地周边5公里范围内商圈。0—5km范围内老年访客累计占40.4%，显著高于全量访客的31.3%，这说明该范围内商圈对老年群体的吸引力具有极强的“地缘性”。商圈对他们而言，更多是满足高频、刚需的日常消费，如买菜、日常餐饮、社区服务。而在20km以上的远距离区间，老年访客的跨区域出行意愿较低，占比较全量访客数据低近9个百分点。而5—20km是两类客群的“重叠缓冲带”，在这个区间，老年访客与全量访客的占比几乎持平。

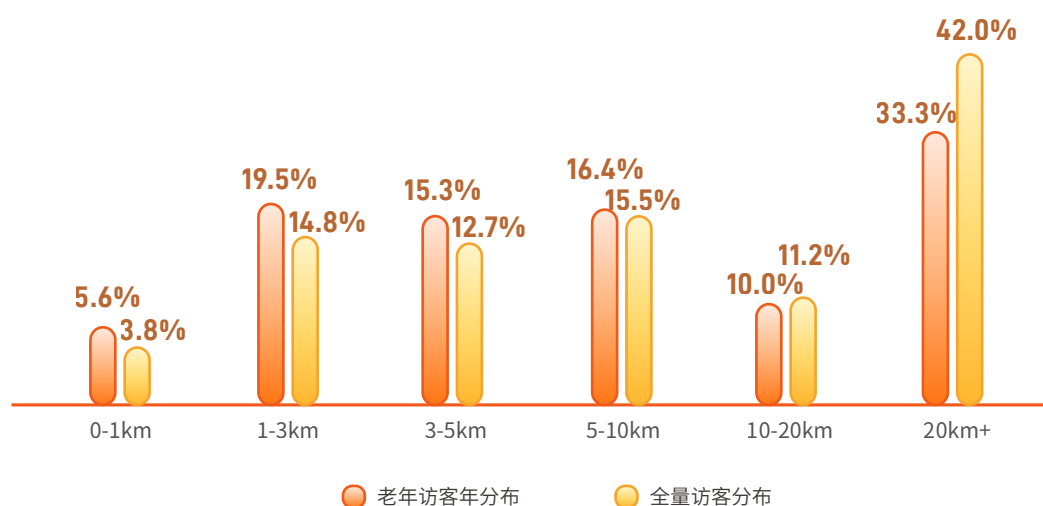


图25 到访商圈与居住地距离分布

对于中小城市的“生活服务型”商圈而言，通常近距离老年客源占比较高。此类商圈通常位于如广东阳江、辽宁锦州、广东潮州这些三线及以下城市，这些城市通常建成区面积相对较小，人口居住集中，一个核心商圈往往就能覆盖主城区的大部分人口，因此5公里半径足以圈住绝大多数客源。同时，这些商圈更多承担的是周边熟客采购生活必需品及休闲社交功能，而非高端奢侈品或旅游纪念品的销售。例如榜首的广东阳江名扬国际广场，其老年访客量中有84.3%是由居住在5km以内的老年人贡献。从商圈属性看，它属于典型的社区型生活中心，是阳江本地人日常购物、聚餐、遛娃、休闲的“城市客厅”。



图26 近距离老年客源占比最高商圈TOP10

拥有区域级独特资源的商圈，有着较强的吸引远距离老年客源能力。远距离老年客源占比较高的商圈往往有着极强的“目的地”属性，例如排名第一的深圳中英街，93.5%的老年客源来自5公里外，即便是第十名的青海果洛黄河中路商圈，也有超过四分之三的老年客流来自5公里外。这些商圈不再是服务于周边居民的“社区商圈”，而是城市级甚至国家级的地标。人们去这些地方往往带有明确的目的性，如旅游、打卡、购买特殊商品、体验文化，属于典型的“目的性消费”场所。例如北京前门大栅栏、王府井是全国闻名的旅游胜地，本地近距离居民极少专门去逛街；上海南京路步行街更是“中华商业第一街”，同样是面向全国乃至全球游客的地标。而西藏和青海的商圈往往是广大市域内唯一的现代化购物点，有需求的老年人必须长途前往。



图27 远距离老年客源占比最高商圈TOP10

(三) 驻留时长

老年人在商圈平均单次驻留2.1小时，四分之三的老年人逛商圈时长在30分钟至3小时以内，整体特征与全量人口一致。这说明商圈对于大多数老年人而言，是一个需要一定时间进行购物、餐饮或休闲的场所。但对于5小时以上的长时驻留，老年人的数据全面反超全量人群，这或许是由于老年人时间成本相对较低，将商圈当成“城市客厅”。

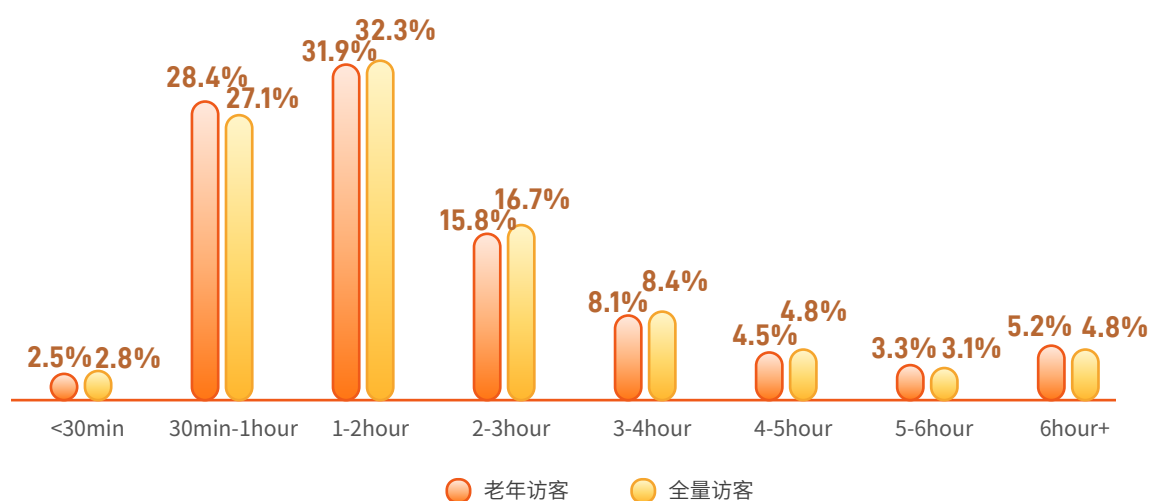


图28 商圈驻留时长分布

老年访客驻留时长前十名商圈呈现出鲜明的旅游和民族特色分布特征。榜单前十名商圈高度集中于西藏、云南、四川、甘肃、青海等西部省份，老年访客平均驻留时长普遍超过3.2小时，最高达3.54小时，远超普通商圈2小时的常规停留水平。这表明，在西部文旅资源富集区，老年群体正从传统的“走马观花”向“慢节奏深度游”转变。文旅康养与休闲消费已成为这些区域银发经济的核心驱动力。

1	狮泉河东路商圈 (西藏自治区阿里地区)	访客驻留时长	3.54 小时
2	凤凰虹桥中路 (湖南省湘西土家族苗族自治州)	访客驻留时长	3.54 小时
3	阳塘路商圈 (云南省迪庆藏族自治州)	访客驻留时长	3.49 小时
4	广福大道 (西藏自治区林芝市)	访客驻留时长	3.48 小时
5	西街商圈 (甘肃省金昌市)	访客驻留时长	3.47 小时
6	敦煌阳关中路西段 (甘肃省酒泉市)	访客驻留时长	3.47 小时
7	河西商圈 (青海省海西蒙古族藏族自治州)	访客驻留时长	3.41 小时
8	黑龙江北路商圈 (西藏自治区日喀则市)	访客驻留时长	3.34 小时
9	茶马路商圈 (四川省甘孜藏族自治州)	访客驻留时长	3.32 小时
10	七星一街 (云南省丽江市)	访客驻留时长	3.25 小时

图29 老年访客驻留时长前十名商圈

05

老年访客
差异性分析

(一) 差异性概述

商圈老年访客占比与城市老龄化率呈现正相关，相关性达到0.69。以老龄化率中位数（19.0%）和老年访客量占比中位数（7.9%）为分界线，将各城市聚类划分为四个象限。其中右上及左下分别对应“高老龄化率高老年访客占比”和“低老龄化率低老年访客占比”的正常匹配城市，两类正常城市数量占到总量的75.8%。值得注意的是右下的37个城市，此类城市有着较高的老龄化率，但老年访客在商圈访客中的占比较低，存在一定程度的“供需错配”问题。

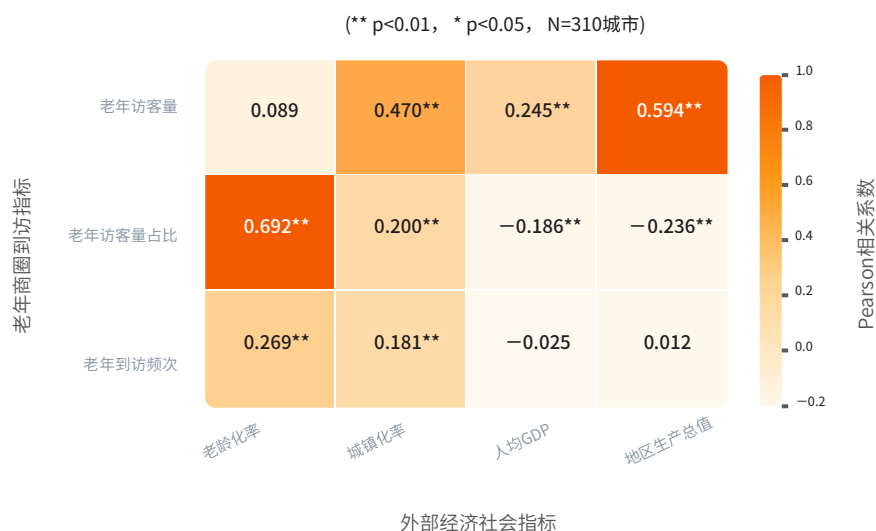


图30 老年商圈到访指标与外部经济社会指标相关性分析

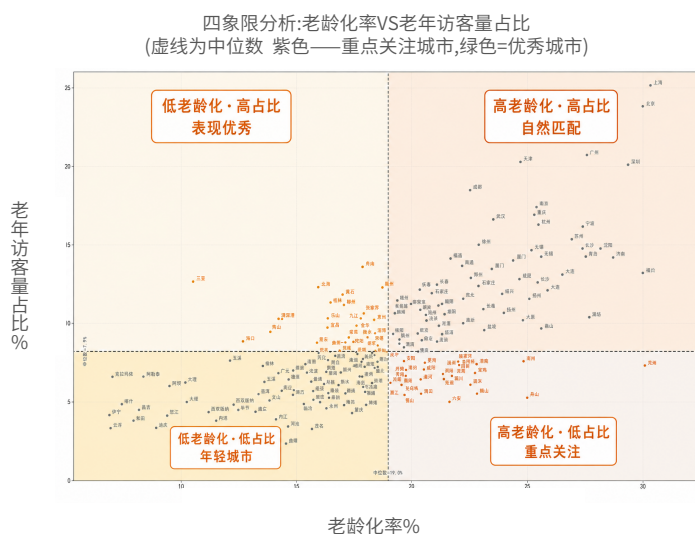
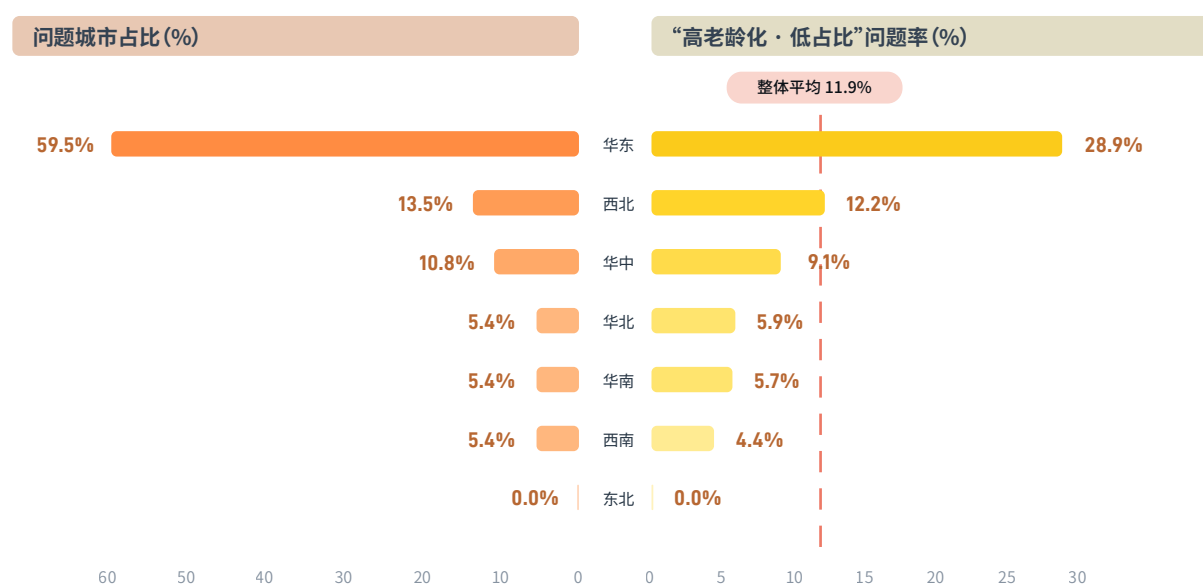


图31 各城市老龄化率-老年访客量占比四象限图

37个需重点关注城市中，华东地区独占22个，占比59.5%。其中江苏8个、浙江7个、山东4个、安徽3个。长三角地区经济发达、人口老龄化严重，但老年人商圈消费参与度反而偏低，推测是与华东地区年轻人口流入多、商圈业态侧重年轻化、时尚化客群，但适老化商业设施供给不足，导致老年人“无店可逛”有一定关系。值得注意的是，东北35个城市中无一落入此象限，说明东北城市虽然老龄化同样严重，但老年人商圈参与度反而较高。

“高老龄化·低占比”问题城市：大区分布与问题率

每一行对应同一大区；左侧为问题城市占比，右侧为问题率（n=37）



读图重点：华东同时具有最高的问题城市占比（59.5%）和问题率（28.9%）；西北问题率为12.2%，略高于整体平均水平。

图32 问题城市大区分布与各大区问题率

这37个需重点关注城市大多数为二线城市，GDP均值4520亿，高于全国平均，其中还有南通、济南、南京3个超万亿城市。

高老龄化 · 低占比城市		排名 1	
南通			
老龄化率	老年访客占比		
30.01%	6.82%		
GDP (亿元)	城镇化率	所属大区	城市等级
12,422	73.10%	华东	二线
高老龄化 · 低占比城市		排名 2	
舟山			
老龄化率	老年访客占比		
24.88%	5.48%		
GDP (亿元)	城镇化率	所属大区	城市等级
2,226	74.90%	华东	四线
高老龄化 · 低占比城市		排名 3	
广安			
老龄化率	老年访客占比		
24.80%	7.89%		
GDP (亿元)	城镇化率	所属大区	城市等级
1,616	47.40%	西南	五线
高老龄化 · 低占比城市		排名 4	
淮安			
老龄化率	老年访客占比		
22.79%	7.11%		
GDP (亿元)	城镇化率	所属大区	城市等级
5,413	68.50%	华东	三线
高老龄化 · 低占比城市		排名 5	
绍兴			
老龄化率	老年访客占比		
22.59%	5.68%		
GDP (亿元)	城镇化率	所属大区	城市等级
8,369	74.50%	华东	二线
高老龄化 · 低占比城市		排名 6	
宣城			
老龄化率	老年访客占比		
22.59%	6.50%		
GDP (亿元)	城镇化率	所属大区	城市等级
2,054	64.20%	华东	四线
高老龄化 · 低占比城市		排名 7	
泰安			
老龄化率	老年访客占比		
22.06%	7.30%		
GDP (亿元)	城镇化率	所属大区	城市等级
3,622	66.70%	华东	三线
高老龄化 · 低占比城市		排名 8	
池州			
老龄化率	老年访客占比		
22.03%	7.09%		
GDP (亿元)	城镇化率	所属大区	城市等级
1,178	62.10%	华东	五线
高老龄化 · 低占比城市		排名 9	
衡水			
老龄化率	老年访客占比		
21.83%	7.74%		
GDP (亿元)	城镇化率	所属大区	城市等级
1,972	58.20%	华北	四线
高老龄化 · 低占比城市		排名 10	
潍坊			
老龄化率	老年访客占比		
21.77%	7.02%		
GDP (亿元)	城镇化率	所属大区	城市等级
8,203	67.10%	华东	二线

注:GDP数据为2024年

图33 高老龄化 · 低占比城市 TOP10

(二) 商圈目标老年客群

从信令数据来看，商圈目标老年客群可分为六种类型。

(1) 银发青年:根据第七次全国人口普查数据，全国60-64岁老人人数达到7338万人，数量庞大，且该群体刚退休，身体机能尚好，正处于消费习惯重塑期。同时《养老金融蓝皮书》指出，退休前三年是从“工作导向消费”转向“闲暇导向消费”的关键窗口。

(2) 中低收入老人：低收入与普通收入人群合计占老年访客过半数。第五次中国城乡老年人生活状况抽样调查数据显示，2021年，我国老年人年人均日常生活支出11151.0元，家庭月均食品支出884.6元，商圈中的超市、菜店、平价餐饮恰好匹配这一消费结构。

(3) 商圈附近老人：0—5km范围内老年访客占比达40.4%，本市来源占74.5%。清华大学建筑学院周燕珉教授团队研究表明，老年人日常活动空间集中在居住地周边约180—220米（约5分钟步行距离）范围内。同济大学研究显示，75岁及以上高龄老人活动范围高度集中于社区生活圈内。

(4) 早间出行老人：老年人4—9时到访占比达14%，为全年龄段约2倍。国家国民体质监测中心数据显示，60—79岁老年人经常锻炼比例达26.1%，健步走以41.6%成为首选运动，“晨练到商圈”行为链条使早间成为银发消费黄金窗口。

(5) 东北川渝老人：辽宁省老年访客占比最高，黑龙江、吉林紧随其后。东北地区老龄化在全国领先，且冬季严寒使室内商圈成为老年人社交活动主要场所，形成“气候驱动型”商圈到访模式。

(6) 欠发达城市老人：五线城市老年访客占比为10.2%，较一线城市高出约5个百分点。经济欠发达城市商圈数量少、替代性低，老年人对商圈依赖度高；同时这些城市步行可达性好、生活节奏慢，商圈兼具购物与社交双重功能。中国老龄科学研究中心研究指出，银发消费活跃度与城市商业密度呈倒U型关系，三至五线城市银发客群黏性较强。

维度	目标老年人	量化特征	运营启示
年龄结构	银发青年主导	60-64岁占48.1%	聚焦刚退休群体需求
经济状况	中低收入为主	低收入+普通收入占54%	平价业态+高性价比
出行半径	社区导向型	5km内占40.4%，本市来源74.5%	强化社区商圈功能
时段特征	早间活跃型	4-9时贡献14%，为全量2倍	早间时段银发专区
地域特征	东北川渝高参与	辽宁16.12%最高	区域差异化策略
城市等级	下沉城市高占比	五线10.2%>一线5.3%	低线城市银发深耕

图34 商圈目标老年人群核心标签

(三) 商圈潜在老年客群

从信令数据来看，潜在老年客群是指具备商圈到访能力但当前参与度偏低的60岁及以上人口，其具备如下特征。

(1) 华东低参与地区老人：四象限分析显示，高老龄化率但低老年访客占比的城市中，华东地区独占22个，占比59.5%。这些城市老年访客占比与全国中位数水平相比，约有1,200—1,800万人次/年的增量空间。华东地区商圈业态严重偏向年轻化与时尚化，且社区商业发达在一定程度上替代了商圈功能。该地区社区便利店、生鲜超市、社区商业中心发展成熟，老年人日常消费需求在社区内即可满足，前往商圈的必要性降低。同时，华东地区老年人社交方式更多元化，社区活动中心、老年大学、公园广场等场所分流了部分商圈社交功能，导致老年人对商圈的依赖度进一步降低。

(2) 远距离居住老人：居住在商圈5公里以外的老年访客占老年访客总量的59.6%，而全量访客中5公里以外占比为68.7%，二者差距9.1个百分点。这意味着相对于全年龄段，老年人更倾向于在5公里以内活动，5公里以外的老年人参与度明显偏低，出行方式受限是主要因素。同济大学城市交通学院研究表明，老年人出行高度依赖步行和公共交通，驾车出行比例不足5%。若公共交通不便，远距离老人几乎无法独立到访商圈。同时，欠发达城市商圈

密度低导致服务半径过大,三四五线城市通常只有1—2个核心商圈,覆盖半径远大于一线城市,大量老年人处于商圈服务的真空地带。老年人对出行安全、天气变化、路面状况等因素高度敏感,远距离出行意味着更高的体力消耗和不确定性,降低了到访意愿。

(3) 周末、节假日到访老人: 工作日老年访客占比7.81%, 周末降至6.49%, 节假日进一步降至6.3%, 与全年龄段节假日最高的趋势完全相反。这意味着周末和节假日存在大量未被转化的老年客流空间。周末老年访客占比与工作日水平相比, 约有5.3万人/日的增量空间。这是因为节假日商圈拥挤度上升降低了老年人到访体验。全量访客节假日到访量为工作日的1.6倍, 商圈内人流量激增导致排队时间长、休息区被占用、噪音增大, 老年人因体力有限和偏好安静环境而主动回避高峰时段。同时, 商圈节假日营销活动对老年群体的针对性不足。节假日促销多以年轻消费者为目标群体, 对老年群体的吸引力有限。

潜在老年客群: 三类待转化机会

具备商圈到访能力、但当前参与度偏低的 60 岁及以上人口

01 华东低参与地区老人

核心机会规模

59.5%

华东占全部问题城市比重

22 个

华东问题城市数

1,200-1,800 万

人次/年 增量空间

低参与的主要原因

业态年轻化 社区商业替代 社交功能分流

- 社区便利店、生鲜超市、社区商业中心成熟
- 老年大学、社区活动中心、公园广场分流到访

转化方向: 适老业态与社交场景补位

02 远距离居住老人

核心参与差距

9.1 个百分点

5 公里以外老年访客与全量访客占比差距

老年访客

59.6%

全量访客

68.7%

低参与的主要原因

出行方式受限 商圈密度偏低 安全天气敏感

- 步行和公共交通依赖度高, 驾车出行比例不足 5%
- 三四五线城市通常只有 1-2 个核心商圈

转化方向: 增强可达性与近场服务

03 周末、节假日到访老人

周末相较工作日的增量空间

约 **5.3 万人/日**

老年访客占比在休闲时段反向下降

7.81%

工作日

6.49%

周末

低参与的主要原因

拥挤排队噪音 休息区不足 营销不匹配

- 节假日全量访客为工作日的 1.6 倍
- 促销多面向年轻客群, 对老年群体吸引力有限

转化方向: 专属时段与适老活动

注: 远距离老年人出行方式结论引自同济大学城市交通学院研究。

图35 潜在老年客群: 三类待转化机会

(四) 改善建议

基于上述分析，有如下改善建议：

- (1) 开发银发专属消费场景，打造“老年友好型商圈”示范项目，整合餐饮、健康、娱乐、购物一站式老年消费场景。
- (2) 优化商圈适老化设施与环境，包括增设无障碍通道、老年休息区、大字标识、放大镜等辅助设施，降低老年人到访商圈的物理障碍。
- (3) 增加老年消费品与服务供给，引入适老服装、助听器/老花镜专柜、健康食品、适老化家居用品等商品品类，满足老年人消费需求。
- (4) 举办老年主题商业活动，定期开展老年健康讲座、免费体检、广场舞大赛、老年模特秀等活动，吸引老年人到商圈参与。
- (5) 提升老年出行便利性，优化商圈周边公共交通，增加老年专线接驳车，提供无障碍出租/网约车服务。



本报告数据来源于中国联通智慧足迹数据科技有限公司



中国老龄



智慧足迹

参考文献

- [1] 国家统计局, 国务院第七次全国人口普查领导小组办公室.《第七次全国人口普查公报(第五号)——人口年龄构成情况》[EB/OL]. (2021-05-11)[2026-09-02].
<https://www.stats.gov.cn/sj/pcsj/rkpc/7rp/zk/html/fu03e.pdf>
- [2] 中国老龄协会门户网站. 第五次中国城乡老年人生活状况抽样调查基本数据公报[R/OL]. (2024-10-17) [2026-09-02]. <https://www.cncaprc.gov.cn/u/cms/www/202602/09174810q0zc.pdf>
- [3] 养老金融蓝皮书中国养老金融发展报告(2020)[J].金融评论,2020,12(3):2.
- [4] 周燕珉, 刘佳燕. 居住区户外环境的适老化设计[J]. 建筑学报, 2013(3): 5. DOI:10.3969/j.issn.0529-1399.2013.03.014.
- [5] 张雪诺, 杨超. 居住小区生活圈服务设施适老性评价[J]. 城市交通, 2022, 20(4): 35-46. DOI:10.13813/j.cn11-5141/u.2022.0405.
- [6] 光明日报. 体质管理助力"银发族"乐享健康[EB/OL]. (2025-05-30)[2026-09-02].
https://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2025-05/15/nw.D110000gmrb_20250515_1-07.htm
- [7] 中国老龄科学研究中心. 中国老年人生活质量发展报告(2019)[M/OL]. (2021-04-27) [2026-09-02].
<http://www.crca.cn/index.php/academic/bluebook/101-2019.html>