**《中国老年人家电需求调研报告》**

**文/奥维咨询（AVC）用户研究部 韩伟强**

近些年我国60岁及以上人口无论是数量上还是占总人口的比重都在呈现快速增加的趋势，其对家电产品的需求和使用也呈现差异化的特征。

在此背景下，受中国家用电器协会委托，奥维咨询（AVC）历时两个月，对冰箱、洗衣机、电视、空调、热水器和电饭煲等产品进行深入调研，完成我国首份《中国老年人家电需求调研报告》。样本分布于北京、上海、广州、成都、沈阳、武汉及西安，合计定量样本数3345人。

**一、我国老年人数量及趋势变化**

21世纪是人口老龄化的时代，中国自1999年进入了老龄社会，老年人人口数量不断增加，人口老龄化形势更加严峻，将呈现出老龄化、高龄化、空巢化。

据国家统计局统计，我国老年人人口数量和占总人口的比例正在呈现快速上升的趋势，预计到2050年，老年人数量可达4亿，占到总人口的30%。

随着老龄化的加快，我国老年人群逐渐形成以下各种趋势：

**1.空巢化加剧**

据全国老龄办统计，2012年，我国城镇老年人空巢家庭比率达到49.7%，农村也接近了40%，达到38.3%。地级以上大中城市的老年人空巢率更高，已经达到56.1%。随着经济社会发展，人们生活观念，住房条件的改善，以及独生子女的父母开始进入老年期，空巢现象将更加普遍，空巢期也将明显延长。与发达国家独居与夫妇空巢户高达70-80%的比例相比，我国老年人空巢比例持续增加的趋势将是不可逆转的。

**2.消费观念发生了改变**

随着收入的增加和社会的改进，我国老年人的消费观念发生了较大的变化，正在由以前的储蓄为主型向生活改善型转化，正在将改善生活质量作为生活的重点，而由此引发了“银发经济”的到来，老年旅游、老年保健、老年康复医疗、老年娱乐、老年食品等概念相继而出，并且市场规模不断的壮大。据奥维咨询（AVC）预测，仅在城镇空巢老年人家庭，每年产生的老年家电需求规模就超过600个亿。

同时，随着退休金的不但提高，老年人的消费能力和消费欲望也大大的提高。中国老年科学研究中心预测，2010年，我国老年人退休金总额为8383亿元，到2020年，将达28145亿元，到2030年，退休金总额将达到73210亿元，中国的老年群体已经成为一支重要的消费大军。

**二、老年人家电产品需求特征**

**（一）电视**

**1）品牌认知**

老年人对三星电视认知度最高，达65%。除三星品牌外老年人对国产品牌认知度明显高于外资品牌，其中长虹、创维认知度较高，分别为45%及43%。在品牌印象中，老年人认为三星品牌质量可靠，外观好，技术先进，创维及长虹则表现为电视的专业度及技术尖端方面。

**2） 购买考虑因素**

老年人购买电视时最关注画质，占比达20%，其次分别为品牌19%、功能17%及售后服务12%。品牌方面，老年人对国产品牌偏好度达42%，主要考虑性价比高且技术成熟。

**3）电视功能需求**

老年人除了电视的基本操作功能外对其他功能使用频率不高，除视频点播外其他功能随着年龄增大使用频率逐渐降低。在期待功能方面，老年人对语音控制及3D功能比较感兴趣，认为3D功能新鲜、吸引人，语音控制则更方便省事。

**4） 购买尺寸及预算**

老年人偏好的电视尺寸段集中于40’-50’，占比达44%，另外，32’-39’尺寸的电视的偏好度也达31%。在电视尺寸选择上，50’为临界点，超过50寸，消费者愿意支付的费用明显上升。电视的购买预算主要集中于3000-4000元范围，占比达60%，4000-5000元区间占比达18%。

 **5） 家中电视数量及摆放位置**

41%的老年人家里拥有两台以上电视机，从区域上看，华东地区的平均数量较多，通常用户会将第一台电视摆放于客厅，其余摆放在卧室。老年人家庭中多台电视的主要原因有更新后舍不得扔、避免抢电视、不影响他人休息以及在卧室里躺着看舒服等。

空间大小对电视摆放方式影响较大，如客厅有电视柜则选择立式放置的较多，而卧室因为空间有限则多选择挂式。

 **6） 使用行为**

老年人作息时间规律，看电视是老年人的主要娱乐形式之一，43%的老年人每天平均看电视时间3-5小时，其中，女性的看电视时间相对于男性更长。老年人看电视时间主要集中于18点之后，吃完晚饭后会全家一起看电视直到睡觉。卧室有电视的老年人会在要睡觉的时候由客厅的电视转到卧室电视，躺着观看节目，新闻、事实、电视剧及生活类节目是老年人最喜欢观看的电视节目。

**7） 使用满意度**

老年人对现有电视满意度为73%，不满意点主要集中在遥控器使用、功能使用以及外接端口上，其中遥控器的问题主要为经常失灵、反映不灵敏且键盘太多太复杂；功能使用的问题表现为功能太多，而且界面繁琐不理解也不会操作；外接端口的问题在于端口在电视背后，使用需要移动电视，并且端口太多，无法分辨对应的端口。

**（二）冰箱**

**1） 品牌认知**

老年人对冰箱品牌的认知和了解以传统家电企业为主，海尔的认知率达79%，西门子和美的知名度均到达50%以上。

**2）冰箱类型及外观偏好**

63%的老年人喜欢双开门、暗把手的冰箱，主要是考虑节省空间。但是部分老年人认为现有冰箱容量不能满足自己的需求，但担心大容量、多门的冰箱又没有位置摆放，所以希望能够不改变冰箱外表的尺寸情况下增大冰箱容量。

67%的老年人喜欢表面无图案的冰箱，在材质上61%的老年人偏好不锈钢材料的，老年人对安全问题特别关注，多数人担心玻璃的材质不安全，而且不锈钢外观更符合老年人的审美，认为高档大气。

**3）冰箱功能需求**

老年人对冰箱功能需求主要集中在帮助客服记忆力衰退以及体能不足的缺陷，报警提示、断电记忆和除臭除菌是老年人对冰箱功能需求的重点，其次，除霜是老年人清理冰霜的主要问题，耗费力气让老年人感觉不方便。

**4）使用满意度**

34%的老年人对冰箱的不满意点主要集中在隔板不灵活、蛋架少、抽屉结霜不方便抽送及果蔬的存储空间过小。此外，多数老年人认为冰箱太高，取上层内侧物品非常不方便。

**（三）洗衣机**

**1）品牌认知**

老年人在购买洗衣机时，会优先考虑内资品牌。老年人普遍认为内资品牌质量较好，价格合理，并且在国内有着良好的口碑，因此在老年人群体中认知度最高的品牌为小天鹅，占比达88%，其次是海尔达76%。

**2） 购买考虑因素**

老年人在购买洗衣机时主要考虑耗水量，占比达66%，其次为功能61%，容量60%。品牌是老年人购买洗衣机的充分条件，购买前通常有几个备选品牌，入围这些品牌后，品牌因素的影响程度将大大的降低。

**3） 洗衣机类型偏好**

在洗衣机类型上老年人普遍喜欢滚筒全自动洗衣机，占比达42%，主要考虑不但节水而且节省空间，但也有部分老年人担心滚筒在漂洗过程中出现外溢现象；喜欢波轮式洗衣机的主要原因是能够在洗涤的过程中添加衣物。

在开盖方式上老年人更喜欢顶端折叠推开方式的，占比达61%，考虑折叠推开不仅节省空间，还可以随时放入遗忘的衣物。

在颜色方面，老年人普遍喜欢白色的洗衣机，因为认为看起来干净，而且符合家里的装修风格（老年人家庭的装修风格以简单为主）。

大容量洗衣机是老年人主要需求趋势，6.1-7.0kg洗衣机最受青睐，价格主要集中与3001-4000元。

 **4） 家中洗衣机数量及摆放位置**

老年人家庭中洗衣机以一台为主，占比超过95%。一般家庭洗衣机通常放在卫生间，卫生间较小时会选择阳台、厨房内摆放。家中购置两台洗衣机时，第二台一般摆放在阳台和厨房。摆放在卫生间的洗衣机存在的问题主要是环境潮湿阴暗，老年人看不清操作界面的文字或图片，另外，洗衣机容易生锈，且距离阳台距离较远，晾晒不便。

 **5） 洗衣频率及洗衣时长**

老年人不同季节洗衣的频率不同，夏天一般是每天一次，小件会手洗，春秋大约每周3-4次，冬天大约每周1-2次。通常情况下每次洗衣机时间集中在20-60分钟之间。

 **6） 衣物取放方式**

在使用滚筒洗衣机时老年人需要蹲下才能操作，由于身体条件普遍不佳，所以老年人蹲坐时通常较为吃力；同样，使用波轮洗衣机时由于洗衣槽较深，所以洗小件衣服时需要探身，同样感觉吃力，老年人宁愿手洗。

因此，无论是滚筒式还是波轮式，老年人在使用的过程中均感不便，竖放和侧放的不合适使得部分老年人思考“是否能把洗衣机的开仓盖侧斜着设计”。

**（四）空调**

**1）品牌认知**

老年人普遍对国产品牌认知度较高，其中格力空调认知度最高达76%，其次为美的及海尔，分别占比达71%、70%。购买时，老年人也多数倾向于国产空调，占比41%，大幅度高于外资品牌17%，主要考虑其高性价比且质量有保障。

**2）购买考虑因素**

老年人购买空调主要考虑制冷/制热效果，占比达74%，其次为功能67%和售后服务61%。其中老年人对冷暖型空调的关注度超过90%，冷暖电辅空调占比达为6%。而目前较主流的变频功能在老年人群众偏好度仅为37%，主要由于其价格相对定频空调较高。

外观方面，老年人普遍喜欢浅色系，其中白色最受欢迎，占比达68%；材质更倾向于塑料材质，占比42%；无图案的外观更受老年人喜爱，占比达47%。

**3）功能需求**

52%的老年人家里拥有两台以上空调，其中以上海和广州表现最为突出，均超过53%。老年人除基本的制冷/制热需求外，最常使用的功能主要为除湿64%，定时49%及换气41%。在期望功能方面，63%的老年人希望能添加耗电量显示功能，实时了解产品耗电情况，做到心中有数。

**4）购买类型及预算**

老年人偏好挂式空调，占比达76%，其次为立式空调，占比17%。购买挂式空调主要考虑室内空间有限，壁挂式可以有效节省空间且价格相对更经济。选择立式主要考虑其匹数较大，可以满足更大、更高的制冷/制热需求。

预算方面，壁挂式空调价格段集中为2000-4000元，占比达76%；立式空调5000-6000元价格段占比最高，达40%。

**5） 使用满意度**

老年人对现有空调满意度为66%，不满意点主要集中在过滤网清洁方面，不知道如何拆卸或不方便拆卸、清洗；其次认为现在空调噪音较大，尤其晚间会影响休息。

**（五）、热水器**

 **1)品牌认知度**

海尔热水器品牌认知度最高达74%，美的紧随其后，达70%。老年人对内资品牌的认知度明显高于外资品牌。

**2）热水器偏好类型**

50%的老年人会选择电热水器，41%选择燃气热水器，另有9%会选择太阳能热水器。热水器类型地域差异明显，南方城市成都、上海、广州偏好燃气热水器，北方城市北京、沈阳、西安偏好电热水器。

老年人现有热水器容量集中于40-60L，但老年人对现有容量普遍感觉较小，再次购买都希望选择大于现有容量的热水器，老年人偏好的容量段为60L以上，预算价格集中于1501-3000元范围。

**3）沐浴习惯**

夏季老年人通常沐浴频率为1天1次，冬季为4-5天一次。南方城市的老年人相对于北方城市沐浴频率较高。时间方面，老年人夏季沐浴时间多为10-20分钟，冬季多为20-30分钟，北方城市时间略长于南方城市。

老年人一般喜欢站浴，主要考虑浴缸费水而且还需要清洗，年龄较大的老人会选择坐浴，既省力又防滑。

**4)现有产品满意度**

老年人对现有热水器的满意度为62%，不满意主要集中于加热时间过长、费电，而且担心安全，部分老年人在使用电热水器时认为洗澡前热水器加热时间过久。

**(六)电饭煲**

**1）品牌认知**

老年人对美的电饭煲认知度最高，达83%，其次是苏泊尔和松下品牌，分别为67%和32%。老年人对品牌的选择有自己的观点，一般会选择的这个行业最专业的品牌，老年人认为美的电饭煲在美的品牌较专业。

**2） 购买考虑因素**

老年人购买电饭煲时最关注功能，占比达75%， 其次分别为品牌67%、 容量64%及价格55%。品牌方面，老年人对国产品牌偏好度达44%，认为国内品牌物美价廉，质量和外资差别不大。

**3）电饭煲功能需求**

老年人主要用电饭煲煮饭，也有64%的老年人用电饭煲煮粥，但是部分老年人认为电饭煲煮粥容易溢出，希望有防止外溢的功能。73%的老年人在使用电饭煲时主要用到的功能是冷饭加热/保温的功能，57%的人会使用快煮煲汤功能。老年人还希望电饭煲具有口感设置功能、防止外溢等功能。

**4）购买容量及预算**

老年人主要根据家里人口以及饭量选择容量，不会选择容量过大的电饭煲。价格方面，31%的老年人预算主要集中于100-300元范围。

**5）使用满意度**

老年人对于现有电饭煲的使用不满意的地方主要体现在清洗不方便、工作时间过长和移动不方便，分别占比18%、8%和4%。

本次研究是奥维咨询（AVC）针对老年人群家电产品需求进行的第一次较为深入的调研分析，也希望可以吸引和唤起社会和更多的企业及个人加入到关爱老年人的行动中去。后续我们会持续开展类似的研究，希望能为更多企业提供更多有价值的信息。