

銀髮消費料超7400億 成經濟重要動力

長者人口比例增 不應視為社會負擔

銀髮經濟系列① 《樂悠消費》

面對不可逆轉的「銀色浪潮」，香港正迎來龐大的銀髮經濟機遇。據預測，2046年65歲以上人口將達270萬，佔總人口36%。隨之崛起的，是一個規模以千億計的消費市場——2024年60歲或以上長者消費總額已突破3400億元，預計到2046年更將飆升至7450億元。銀髮族不再是社會負擔，而是香港未來數十年的重要經濟動力。隨着大灣區融合及人口結構變化，市場對高品質銀髮產品與服務的需求將持續增長，銀髮一族將是未來零售消費不可忽視的主力大軍。

大公報記者 邵淑芬 李永青

團結香港基金副總裁葉文祺引述研究指出，現時六成退休人士持有超過100萬元流動資產，每月平均支出達1.47萬元，高消費群組更達2.37萬元。他表示，2024年，本港60歲或以上人士的消費總額已高達3420億元，若計入通脹與人口增長因素，預計到2046年，年度消費總額將進一步攀升至7450億元。「這個估算尚未計及特區政府近期推出的30項針對銀髮經濟新措施，預計未來三年每年消費額將因政策推動而額外增長5%。加上市民延遲退休進一步提升消費能力，實際數字很可能較預測更高。」他表示。

樂悠咭用於非交通消費趨普及

過去社會普遍認為長者節儉、不願消費，但八達通數據顯示，現今60歲以上的銀髮族生活模式積極，消費自主性強。八達通零售業務及合作夥伴總監李玉兒表示，專為長者而設的「樂悠咭」發行量已突破200萬張，其中約九成持咭人將結餘用於零售消費，不再局限於交通用途。「我們看到樂悠咭用戶的消費金額遠高於交通支出，尤其是在飲食、超市購物、個人護理及健康產品等類別。」李玉兒透露，今年首十個月整體樂悠咭消費額已達50億元，按年錄得雙位數增長，成績鼓舞。

至於「樂悠節」是八達通公司專為樂悠咭持有人而設的大型消費優惠活動，活動通常在每年8月28日左右開始，持續約一至兩周。李玉兒指，參與商戶從去年首屆60家倍增至今120家，零售點達6600個，即使推廣期結束，不少商戶仍持續為樂悠咭持有人提供優惠。八達通零售業務及合作夥伴總經理黎家聰透露，推廣期間，參與商戶營業額平均上升22%，反映即使在零售市道不景下，銀髮族消費仍逆市上升，成為市場新亮點。

八達通夥微信 消費場景擴至灣區

為抓緊銀髮經濟機遇，黎家聰表示，八達通正積極擴大銀髮經濟生態圈，結合電子商貿、跨境支付與會員整合服務，瞄準街市、個人護理與健康產品等高需求領域。同時把握長者「北上消費」趨勢，透過與微信支付合作，將服務擴展至大灣區。讓長者無論在本地或外出旅遊時，都能享受無縫的消費體驗。此外，長者對數位工具的接受度也遠超預期，約一半樂悠咭用戶已下載八達通手機應用程式，並能透過App獲取優惠、進行電子支付甚至網購。「今天的60歲長者，在40歲時已處於手機普及時代，數碼化對他們而言並非障礙。」黎家聰補充。

儘管市場潛力龐大，但葉文祺指出香港發展銀髮經濟須突破三大關卡。首先是「觀念關卡」，社會普遍將安老視為政府福利責任，而非市場機遇。其實退休人士更需要的是現有服務的友善優化，例如調整展示字體、增強店鋪光線等「小投資、大回報」的舉措。其次是「供應關卡」，本港缺乏具體的年齡包容轉型指引，不少企業誤以為參與銀髮經濟必須「另起爐灶」而卻步。第三是「需求關卡」，港人傾向持有流動資產應對未來醫療開支，導致退休後消費意願偏低。

面對銀髮人口的快速增長，香港正迎來前所未有的銀髮經濟機遇。隨着長者消費力不斷提升，以及政策與科技的雙重推動，銀髮族已從被動的福利對象，轉變為帶動零售與服務業增長的主力。然而，要真正釋放這股潛力，社會需打破傳統觀念、優化供應鏈並提升長者消費信心。唯有政府、企業與社區攜手合作，善用創新與包容策略，才能讓銀髮經濟成為香港未來數十年持續發展的重要引擎。

港商拓樂齡科技 智能拐杖偵測跌倒

龐大商機 隨着香港社會快速步入老齡化階段，樂齡科技的市場需求急速擴大。本地科技公司BNET-TECH聯合創辦人梁渭聲指出，香港已步入人口老化「海嘯」，加上醫療進步令人均壽命延長，創造了龐大且多元的銀髮市場。「創新技術應用在提升長者生活質素、防跌監測、健康管理等方面有巨大潛力，成為產業發展重要方向。」BNET-TECH從十年前開發智能拐杖起步，逐步擴展至跌倒偵測系統、沖涼洗頭機等產品。梁渭聲指出，防跌是銀髮市場的重要需求，因跌倒對長者健康影響深遠。他強調，智慧家居、遠程醫療、個人健康追蹤穿戴設備，以及人工智能輔助的照顧服務，是當前及未來創新的重點。他表示，透過科技可助長者延長自主生活能力，減輕家庭與社會護理壓力，帶動產業生態圈整合。例如，遠距健康監控平台可實時掌握長者健康狀況，及早預警和介入，保障安全。梁渭聲坦言，樂齡科技在香港的普及仍面臨挑戰。「目前僅約24%長者可透過政府資助使用相關科技，其餘76%需自行負擔或依靠家

庭支援。」他建議政府與業界合作，通過試點計劃和教育培訓，協助長者與照顧者掌握科技應用，從而減輕照顧壓力及醫療開支。

面對本地市場規模有限，他表示，業界可放眼大灣區，利用香港在服務質素與產品設計上的優勢，開拓跨境商機。他認為，隨着技術成熟與政策支持加強，香港樂齡科技市場有望成為亞洲銀髮經濟的先驅。



▲李玉兒（右）表示，約九成持咭人將結餘用於零售消費。旁為黎家聰。



特區政府支持措施

- 零售業界為長者提供零售優惠
- 商經局透過香港零售管理協會推動零售界開發銀髮產品和服務
- 飲食業界推出「老友記·食好啲」適合長者的飲食
- 消費者委員會強化「銀色消費」資訊

銀色產業

- 科技園、數碼港、香港生產力促進局支援其科技企業發展樂齡科技
- 香港科技園、數碼港協助從事樂齡科技的公司與安老業界、醫院診所等合作，對接樂齡科技產品研發與長者的需要
- 社署擴闊樂齡產品的家居使用

銀色品質保證

- 社聯會推行「照護食灣區標準」
- 香港工業總會推行「香港Q嘜優質銀色產品計劃」
- 香港品質保證局推行「香港註冊—銀髮友善系列」



潛力市場

香港工業總會副主席、香港優質標誌局主席陳嘉賢表示，銀髮經濟已成為香港未來十年最具潛力的市場之一，業界應把握人口老齡化趨勢，開發針對長者需求的優質產品與服務。她指，現今長者擁有相當的消費能力與生活品質要求，市場卻未能提供足夠選擇。該局計劃於2026年上半年前推出專為長者產品與服務設計的「樂悠Q嘜」認證計劃，讓合資格企業及產品盡早獲得認證。

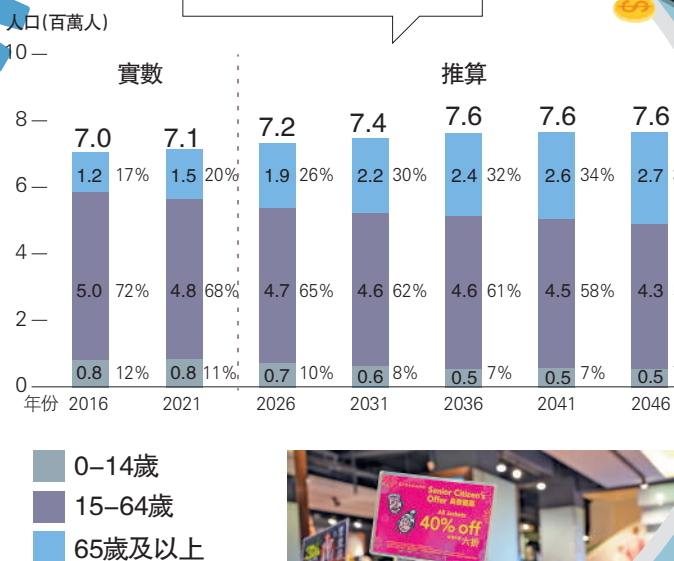
陳嘉賢表示，根據政府統計，香港65歲以上人口將於2043年突破250萬，佔總人口逾三成，銀髮族消費力持續上升，每年消費額已達數千億元。她指出，銀髮市場涵蓋衣食住行、科技、醫療、金融等多個



【編者按】

香港人口急劇老化，銀髮經濟蘊藏龐大商機。根據政府統計處數據，65歲或以上人口將由2023年的164萬，增至2046年的270萬，佔總人口比例從23%攀升至36%。面對這個不可逆轉的趨勢，香港如何把握銀髮經濟機遇，成為社會關注焦點。《大公報》將就《樂悠消費》、《金齡就業》及《銀髮保障》三方面，探討銀髮經濟的發展。

香港人口數目及年齡結構



港「照護食標準」引入灣區 餐飲市場新藍海

明確標準

隨着中國老齡化加速，65歲以上人口已佔總數15.4%，其中眾多長者面臨吞嚥困難，卻長期缺乏統一食品標準，味道亦欠佳。近期粵港澳大灣區標準化研究中心，將社聯和廠商會共同推出的照護食灣區標準，納入《適老易食食品（適老照護食）通用要求》，它是首個由香港主導制定的灣區標準，更代表香港標準引領大灣區。

社聯共創點子匯主管理盧惠敏指出，過去「脆啲、軟身」等概念全憑主觀，缺乏如「譚仔三辣」般的

明確標準。通過與中大及港大合作，以國際標準為基礎制定的《照護食標準指引》，現已獲連鎖快餐店應用，證明市場可行性。

CMA（廠商會）檢定中心首席審核主任趙家瑜透露，內地對照護食標準反應熱烈：「目前內地仍屬空白，灣區標準有機會擴展至全國。當更多機構採用，商家自然會推出多元產品。」商界人士強調，照護食是典型雙贏選擇。他建議硬性規定醫管局、安老院等機構必須達標，同時建立權威認證。「這將形成龐大產業鏈，為港商帶來巨大商機。」



明年推「樂悠Q嘜」認證 鼓勵企業開發長者產品服務

隨着香港社會快速步入老齡化，樂齡科技的市場需求急速擴大。本地科技公司BNET-TECH聯合創辦人梁渭聲指出，香港已步入人口老化「海嘯」，加上醫療進步令人均壽命延長，創造了龐大且多元的銀髮市場。「創新技術應用在提升長者生活質素、防跌監測、健康管理等方面有巨大潛力，成為產業發展重要方向。」

提升市場對樂齡產品信任度

陳嘉賢強調，銀髮經濟不僅是「長者消費」，更涵蓋「銀色產業」的發展，包括醫療科技、智能家居、樂齡食品、休閒旅遊等。「企業需跳出傳統思維，結合科技與人性化設計，打造真正貼合長者生活需要的產品。」

為提升樂齡產品的市場信任度，香港優質標誌局正積極推動「樂悠Q嘜」計劃。她解釋，「樂悠Q嘜」是專為樂齡產品設立的品質認證標誌，涵蓋食品、家居用品、健康產品及服務等範疇。「『樂悠Q嘜』並非全新認證體系，而是建基於現有『紅Q』（產品認證）與『金Q』（服務認證）之上，針對長者需求而設的專屬標誌。」

隨着越來越多港人選擇於大灣區退休或消費，「樂悠Q嘜」亦計劃拓展至內地市場。她表示，Q嘜在香港已有47年歷史，具公信力，未來將與大灣區相關機構合作，推動標準對接，讓港人在內地也能選購符合香港品質標準的產品與服務。她強調，目標是打造一個跨境認可的品質標誌，助力企業開拓大灣區銀髮市場。