

据国家统计局数据显示,截至2023年末,我国60岁以上人口近3亿;2023年,我国银发经济市场规模为7万亿元左右,在GDP中占比约6%。“银发经济”已成为一个不可忽视的热门话题,老年群体的需求与潜力正逐渐显现。今起,本版推出系列报道,围绕老年人衣、食、行、学、乐等多个领域,了解各行业在养老服务、健康管理、智能科技等方面的创新实践,倾听老年人的真实声音,推动银发行业改进与发展。

要舒适更要安全 功能性老人鞋走俏市场

□本报记者 张五阳

千里之行始于足下。随着生活品质的提高,老年人对鞋子的要求也越来越高。7月29日至30日,记者走访市场了解到,老人鞋用途分类越来越明细,各类功能性老人鞋脱颖而出,备受市民追捧。

按功能区分,专用老人鞋受青睐

7月29日下午,在市区和平路与体育路交叉口附近的一家老人鞋品牌专卖店内,各式各样的老人鞋琳琅满目,按照款式及用途摆满了货架墙,前来试穿、购买的市民络绎不绝。

“没想到老年人穿的鞋还有这么多分类,这么多讲究。”店内正带着母亲买鞋的陈女士告诉记者,“我这次先给我妈买一双跳舞鞋,下次再买一双健步走鞋,让她换着穿。”

据该品牌专卖店销售人员姜丽介绍,早些年的老人鞋种类较少,鞋底材质与面料单一,顾客的选择性

少。如今的老人鞋不光款式、颜色多样,还根据用途的不同,采用的材质、面料都不一样,各种用途的老人鞋可满足日常需求。

“我们店里老人鞋价位从99元至299元不等。比起动辄几百元的时装鞋、运动鞋,老人鞋的价位不算高。”姜丽说,该店目前平均月销400余双,199元中等价位的老人鞋最受消费者欢迎,占总销量的40%左右。

在市区双丰商城一楼一老人鞋品牌专柜内,销售人员王根芳告诉记者,销售最好的是200多元的速干型老年人专用“旅游鞋”,因其耐磨、防滑、轻便、防崴脚等功能,带来了不少回头客,仅该款鞋一个月就售出近百双。

买鞋有讲究,注意“安全第一”

“我妈爱跳舞,听说这儿有跳舞鞋,今天专门带她来买一双。之前给我妈买鞋,我总会挑一些款式好看的,没想到老人穿的鞋还有这么多讲究。”在市

区光明路南段一家老人鞋品牌专卖店内,正带着母亲买鞋的刘丽丽告诉记者,母亲之前穿她买的运动鞋跳舞总崴脚,开始以为是母亲不小心,后来才发现是鞋的问题。

“鞋与鞋之间看似外形差不多,其实差别非常大。老年人买鞋子千万不要只看价格与外形,一定要先考虑防滑、防崴脚等因素。”在我市从事老人鞋销售多年的业内人士唐锋娟告诉记者,购买老人鞋千万不能凑合,因为人在衰老的过程中,脚的结构和功能也会发生改变,很多老年人的脚会出现足弓较低的情况,穿普通鞋子或软底鞋时可能会出现脚部疲劳或者摔倒受伤的风险。因此,老年人选购鞋子最好要选择身软底硬,透气轻便,防滑耐磨,且带有足弓支撑的鞋子,购买时告诉店员自身需求以及用途,并且最好让老人来试一试,买鞋“安全”是首位。

老人鞋发展未来可期

近日,知名咨询公司发布了《2024

年中国银发经济发展报告》,该报告分析了当前中国人口老龄化和银发经济现状,其中特别提出老人鞋市场将迎来千亿元时代,规模有望在2028年增长至1121.3亿元人民币;2023年12月28日,历时3年,由12家单位共同起草的首部《老人鞋》国家标准发布,目前已正式实施。

“单从整体鞋类数量来看,老人鞋目前还属于弱势,但它的前景非常好。”唐锋娟说,从大分类来看,多数鞋类生产企业的重心依然是中青年群体,但随着国家对老年群体的重视,对生产企业的扶持,老年用品生产企业数量逐年增加,行业规模也不断扩大。今年《老人鞋》国家标准的实施结束了之前老人鞋行业标准不一的乱象,为生产企业指明了方向,规范并引领了老人鞋行业的发展,未来,老人鞋市场前景会越来越好。



“金沙回沙酒杯”象棋团体锦标赛成功举办

□记者 张五阳

本报讯 7月27日,由平顶山市象棋协会主办,平顶山市炳坤贸易有限公司承办,贵州金沙窖酒业有限公司总冠名的2024年平顶山市“金沙回沙酒杯”象棋团体锦标赛在我市成功举办。此次比赛共有16支代表队、96名棋手参赛,最终宝丰县代表队以五胜一负的战绩力压群雄,勇夺冠军。

据了解,此次比赛不光吸引了我市

10个县(市、区)队伍参赛,还吸引了许昌市襄城县代表队与漯河市舞阳县代表队报名参赛。

据平顶山市象棋协会会长袁庆文介绍,此次比赛采用定人定台制,每队上场6人,实行积分编制,共赛6轮。经过288轮次比赛,最终宝丰县代表队以五胜一负积场分10分、总局分46分的战绩勇夺冠军,漯河一队以总局分43分位居亚军,许昌市襄城县代表队位居季军。贵州金沙窖酒

业有限公司为获奖代表队颁发了奖品。

贵州金沙窖酒业有限公司相关人士告诉记者,公司以“健康喝好酒”的理念,积极支持各类体育赛事活动,冠名此次比赛的目的在于支持平顶山棋牌类体育赛事发展,回馈长期喜爱、支持金沙回沙酒的平顶山消费者,也通过比赛现场酒品展示,增强消费者对品牌的认知,加深消费者对品牌文化的了解。

酒企发力迎中秋

□记者 张五阳

本报讯 近日,记者从仰韶彩陶坊平顶山办事处获悉,仰韶彩陶坊豫南、豫东市场“争分夺秒强攻市场 凝心聚力勇攀高峰”2024年“秋收行动”启动暨动员大会已圆满结束。此次大会为即将到来的中秋销售旺季做足准备,标志着仰韶彩陶坊“夏耕行动”收尾,即将全面转战我市中秋节市场。

据了解,此次动员大会人数达到800余人,不仅有国内知名咨询机构人士加盟,厂家领导,豫东、豫南区域经销商团队也悉数到场。会场不仅有专业人士分析行业动态,安排部署关键策略,还表彰在仰韶彩陶坊上半年销售活动期间表现突出的经销商团队和个人,各地区代表也针对中秋销售目标,签订了2024年中秋销售目标责任书。

据仰韶彩陶坊平顶山办事处葛经理介绍,对于平顶山中秋节市场,仰韶彩陶坊已经明确目标,接下来将针对不同客户群体采取个性化服务,挖掘潜在客户,把握市场机遇,完成中秋销售目标。

炎炎夏日,冰杯成消暑新品

□记者 张五阳 文/图

本报讯 时下,一种装满冰块,只需要添加水、饮料,便能迅速调制出各类冰爽饮品的一次性塑料密封杯火了,这种杯子被称为“冰杯”。近日,记者了解到,我市已有不少超市、酒水连锁门店推出了冰杯,并开启了外卖服务,年轻人成为消费主力。

7月29日,在市区曙光街与公园北街交叉口附近一家超市内,十余个冰杯摆放在冰柜中,不时有年轻人拿上一两杯。正在购买冰杯的市民李先生告诉记者,他喜欢调鸡尾酒,但家里没有制冰模具,偶然间他发现超市有冰杯,便



线上销售 超市卖的冰杯

成了常客。“一个冰杯也不算贵,最主要还是方便省事。”李先生说。

据该超市销售人员介绍,冰杯系超

市新品,售价为3.5元一个,购买人群以年轻人为主,线上线下加起来一天最多可以销售十余个。

记者从美团、饿了么等外卖平台看到,我市“共橙”“美宜佳”等多家超市都开展了外卖冰杯业务,售价4元至5元,有的超市月销量达200余单。记者留意到,商家除了单品销售外,也会搭配啤酒、洋酒进行捆绑销售。

市相关部门有关人士介绍,市场上销售的冰杯作为食用冰的一种,并无明确的国家强制性标准,这就要求商家加强自律,严把食品安全关。消费者购买时应查看冰块是否存在杂质,也要注意冰杯的包装是否完整。

■广告

第3900期

分类广告

地址:市区建设路西段268号(鹰城广场对面)

广告热线:4963338 13603904025 17530891335

商铺招租

鹰城广场对面临街店面,面积136平方米水电齐全!
15038810970 13733781688

回收名酒

●回收名酒老酒16638674999

转让

西苑市场内十年五谷杂粮店转让。电话:18737522981

园林绿化

●设计施工养护 18803759991

老年公寓

●晚晴老年公寓 15516017081

搬家服务

●喜庆搬家公司 13803750375

友情提示:使用本栏目信息请核双方有效证件,投资汇款请谨慎。本栏目信息不作为承担法律责任的依据。