

洪蘭／高齡化的銀髮商機

2020-08-07 聯合報 / 洪蘭(中央大學認知神經科學研究所講座教授)



今夏酷熱，熱到快要破表，偏在這時，家裡冷氣機壞掉，我連打了三家修理店，都說最快下個禮拜才能來修；無奈何，只好祭出台灣還沒有冷氣時「心靜自然涼」的法寶。可惜今非昔比，台北已經比六十年前熱太多了，心即使靜到快要沒脈搏了，身也涼不下來，只得收拾書包去圖書館看書。

台北的公車非常先進，冷氣比我家沒壞時還涼，因此挑了個最遠的圖書館，坐公車吹冷氣，順便逛大街，將來三倍券才知道去哪裡花。

在公車上我發現一件事，上車的人用的幾乎都是嗶三聲的敬老票（普通票嗶一聲，學生票嗶二聲，敬老票嗶三聲），在卅分鐘路程裡，總共上來了十九名乘客，卻有十六名是嗶三聲的，也就是說八十五%的乘客是老人。

這太驚人了，雖然明知台灣進入高齡社會，六十五歲以上人口超過十四%，每七人中有一個是老人，而且早上十點鐘，大部分年輕人，上班的上班，不上班的在睡覺，但是親眼看到時還是嚇一跳。

放眼乘客，大部分像我一樣，退休，但身體心智仍然可以做事。電影「高年級實習生」(The Intern)中，Robert De Niro說「經驗永遠不會過時」(Experience never gets old)；德國馬克斯普朗克(Max Planck)研究院發現，智慧的巔峰在六十五歲；美國印地安那州普度大學(Purdue)也發現在控制健康、婚姻狀態和收入後，六十五歲是生命滿意的最高點；哈佛大學研究更發現，五十六歲是做財務決策最好的年齡，因為他們能立刻掌握複雜的金融訊息，不受情緒的影響，做出最好的決策。六十五歲在現在看起來，是國家寶貴的人力資源和商界無限的商機。



麻省理工學院的年齡實驗室最近出了一本《銀光經濟》(The Longevity Economy)的書，講的就是如何掌握銀髮族心理，賺他們的錢。

戰後的嬰兒潮現在都到了退休年齡，他們有幸生在美國最富強的時候，所以累積了不少財富，如何把這些人的錢從他們的口袋中掏出來，是目前商家最大挑戰。掌握銀髮族消費的大多數是女性，她們當了一輩子的家，跟生活有關的物品是女生在作主，所以商品一定要迎合她們的口味才會熱賣。

過去老人商品賣不好，是因為設計者把老人當病人或廢人看待，因此設計出來的產品負面意義多。年輕人不了解人最怕被人嫌老，因此老人除非不得已，絕不肯用。現在必須換個角度，把老人當作享受人生精華最後廿年的人，他們用的產品是年輕人想要，但用不起，只有口袋很深的老人才能享用的，這樣財源才會滾滾而來。

看起來「高年級實習生」是未來社會的趨勢，老人才知道老人想要什麼，佛羅里達州有個社區提供老人高爾夫球車，當電動輪椅車用，很多人為此搬進來住。這招真是太高明了，因為高爾夫球車是有錢有閒的象徵。

做生意跟打仗一樣，都是攻心為上，萬般商機少不了心理學。但是目前老人心理學的課，好像還沒幾所學校有開，這也是個商機呢！