

“银发”消费要多些理性、量力而行

近年来，随着消费观念的转变，“银发”经济已成为一种不可忽视的经济形态。一些有一定经济实力和消费意愿的老年人，成为消费市场的新群体，他们消费热情高，消费类型也更加多元化，对旅游、摄影、各类互联网新潮应用等均不陌生。追求生活质量本是好事，但“报复式”消费和过度消费等非理性行为所产生的负面影响不可小觑。



■ “报复式”消费要不得

当下，不少老年人在经历了半世操劳和生活风霜之后，总想着要好好弥补过去，在消费意愿和能力不断增强后，消费行为反而变得不理性。其中，因寂寞、认知不足、和家人赌气等引发的“报复式”非理性消费尤为典型。

在一次有关老年人保健品消费的调查采访中，昆明市盘龙区一位80多岁的老太太，在两年时间里花光15万元积蓄，购买了功能性羊奶粉、磷虾油、膳食纤维、脑力健等保健品，家中的床脚边、沙发下、储物柜和电视柜里都塞满了五花八门的包装盒。她告诉记者：“老伴去世了，孩子又不来看望我。推销保健品的小姑娘小伙子热情得很，每周上门和我聊天，还帮我按摩、洗脚，我买保健品就当是花钱买个‘热闹’。”

类似上述的非理性消费行为，归根结底是由于老年人长期独居、子女无暇照顾所致。生活中，不少老年人因孤独寂寞或与家人赌气等，产生了“报复性”消费心理。老年问题专家雷先生认为，老年人因孤独而引发的消费行为，如果存在竭泽而渔的非理性消费观念，会对家庭和社会产生不良影响，家庭成员应引起重视，并及时给予关爱。针对独居空巢老人，社区和民政、妇联等有关部门应积极作为，对营销乱象加大打击力度，严格执法，营造适老化消费环境，以防“银发”消费走入“歧途”。

■ 冲动式消费要三思

在很多人的印象中，“超前消费”只会出现在年轻人身上，但随着电商平台的延伸和发展，不少老年人学会使用