



頭條

◆ 陳文宜

香港社會服務聯會總主任
(長者服務)

關懷長者消費處境

香港社會服務聯會自 1979 年開始，為宣揚敬愛長者、積極晚年等訊息，發起於每年 11 月第三個星期日舉辦「長者日」活動。每年均得到近三百間機構、公司、學校及團體響應，「長者日」已成為每年一次的全港性大型活動。今年長者日會繼續以「關懷長者消費處境」為題。

香港長者人口不斷上升，預計到 2031 年，約有四分之一人口滿 65 歲或以上，意味著年長者組群將帶來「銀髮」市場的新發展。雖說這群銀髮族有相當大的潛在購買力，但目前市場給予他們的選擇卻不多，市面上的產品和服務，大多仍以青年為主導，較少考慮年長者的需要。關心長者的生活境遇，可以從關心長者消費處境開始；而政策制訂者、商界及社會服務界，也需要了解長者的需要，保障長者消費權益；鼓勵銀髮市場同時，亦為市場營造長者友善的條件。因此藉 2013 及 2014 年長者日「關懷長者消費處境」主題活動，以引發社會對年長者消費處境有更大的關注。

銀髮市場不僅涉及適合長者的衣、食、住、行、康復服務，還包括長者學習、娛樂、休閒、理財和保險等等。但現今市場上的產品及服務大多以青少年為主導，較少考慮到長者的需要。即使是專為長者而設的產品，如復康用具、輔助器材等，亦因在設計上多以實用性出發而忽略了外觀，加深了長者對自己作為「老人」的感覺，令不少長者為了保持自己的形象而抗拒使用這些產品。

對長者消費市場結構的要求

長者消費時著重考慮是否配合需要，例如旅遊業界可以積極發展相關配套，如：行程的設計、食宿的安排、導遊和領隊對帶領長者的技巧等。年青長者 (young old) 已經不再滿足於一般的觀光旅遊，一些主題性

和青年人為主導，服務從業員對年長顧客的重視程度需要提升，應知悉銀髮市場的商機潛力不容輕視。服務從業員應接受相關培訓，了解長者的需要和特性、說話的技巧和態度。

對參與銀髮市場企業的要求

商戶亦需提供充足和正確的產

備有清楚明確的價目。再者，提供清楚明確反映消費意見的渠道，長者亦應充分知悉售後服務與賠償的條件和程序。

人口政策中的銀髮市場

政府於去年底發表的「集思港益」人口政策諮詢文件中，亦指明銀髮市場將為高齡化社會帶來機遇，香港社會服務聯會曾舉行「與長者交流『人口政策諮詢文件』」活動，收集長者對有關人口政策的意見，參加長者對「長者面對的消費處境」有以下回應：

- 消費市場應重視和關注長者消費群組的產品售後服務，因長者在購買產品後，往往較年青的消費群組，需要更多技術和保養的支援。

- 市場開發者應及早與長者溝通，善用長者的體驗，研究用於長者產品的開發上，以回應有關產品是否真正符合長者的需要。

- 近年，金融服務機構營造的市場環境、推出的新措施及服務，並未考慮長者的情況，例如取消儲蓄簿或過份地使用資訊科技等，這每每做成不利長者使用有關服務。

- 參加者提出長者消費群組有責任提昇消費者權益和義務的重視，長者需要不斷增值，促進消費文化的自我充權。

- 長者建議銀行或某些服務行業應設立社區服務櫃檯，特別照顧長者的需要，避免長者長時間站立排隊，並加強服務從業員與長者溝通的訓練。

◆ 巧竹

今年長者日繼續以「關心長者消費處境」為題，期望發掘更多的社區伙伴，合力推動長者消費教育，以及改善長者消費處境。



的學習旅遊，如：探索歷史古蹟、風俗文化或生態保育的行程等，將會受到更多年長消費者的歡迎。

對銀髮市場服務從業員的要求

現在本港的消費市場仍以兒童

品和服務資料給長者，確保他們得到自由消費的選擇。禁絕取巧的銷售手法，甚至欺騙，使年長消費者有合理機會，選擇物有所值的產品和服務。為年長顧客提供舒適安靜的環境，讓長者選購產品和服務時，亦