

投稿類別：商業類

篇名：

銀髮族玩具行銷策略之探討—以樂齡網為例

吳蕙伶。國立卓蘭實驗高級中學。國際貿易科三年甲班。  
林映慈。國立卓蘭實驗高級中學。國際貿易科三年甲班。  
黃素圓。國立卓蘭實驗高級中學。國際貿易科三年甲班。

指導老師：

王永森 老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

「家有一老，如有一寶」，在台灣這個趨向高齡化的時代，銀髮族們的食、衣、住、行及育樂更備受重視，尤其家中的子女工作繁忙，無法天天陪伴在長輩們的身邊，因此對於長輩們的生活起居也更為掛心，也願意付出更多的金錢讓長輩們過的無憂，除了基本需求外，長輩們平時的百無聊賴，也成了另一個為人兒女的問題。

這個問題，相對的也成爲了這世代的新商機，於是開始有人研究什麼樣的玩具能夠符合銀髮族的興趣，同時能夠增進銀髮族的記憶力並且活絡老人的大腦，以防止退化，有些玩具花費的時間較長，需要動腦思考，那麼便足以讓老人們打發時間；有些玩具在進行的同時能夠復健，促進肌肉伸展，解決了銀髮族們厭倦無趣的復健療程；更有些玩具能夠陪伴老人，會說話、跳舞或者唱歌，就彷彿有個人在身旁作伴，排遣寂寞感。針對這各式各樣的需求，五花八門的玩具類型，我們想從中探討出老人玩具在未來的發展概況，以及目前的行銷方式。

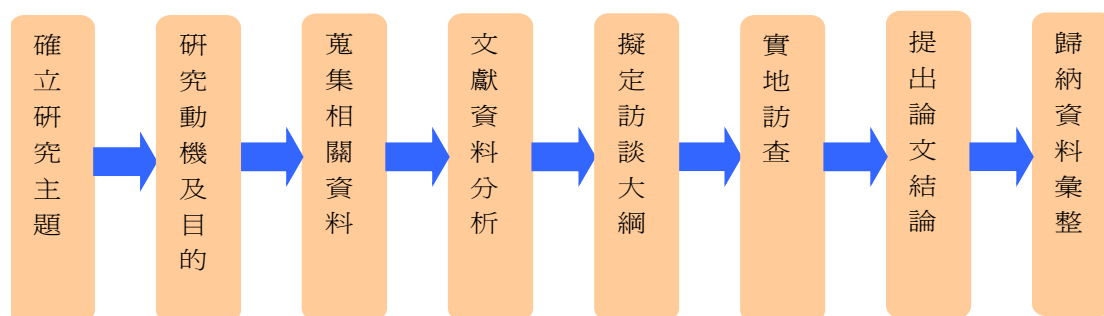
### 二、研究目的

- (一)銀髮族玩具的介紹
- (二)銀髮族玩具對銀髮族的益處
- (三)銀髮族玩具的 4P 行銷策略
- (四)銀髮族玩具的相關實體店面
- (五)銀髮族玩具未來的發展

### 三、研究方法

- (一)文獻分析法:我們將透過網際網路、報章雜誌、相關書籍，以獲得各方面的資料，加以分析及整理，探討銀髮族玩具市場未來的趨勢。
- (二)實地訪查法:我們將到實體店面採訪劉貴蘭店長，透由訪談了解銀髮族玩具的現況。

### 四、研究流程



圖一 本研究流程圖

## 貳●正文

### 一、文獻探討

#### (一)銀髮族的休閒生活

退休的銀髮族，「除了轉業、再就業、創業等情形，可支配他們的時間者外，其他整個時間都是休閒時間，休閒並不是閒著休息」(註 1)，他們通常會做一些避免讓腦力退化，有意義的事，像是打牌，運動，參加一些社區活動，亦或是藉由銀髮族玩具，來讓生活添增一番風味。

#### (二)銀髮族玩具的功能

銀髮族玩具有很多種，以大多人較熟知的益智類來說，「益智遊戲會對老年人認知功能有益，能激化大腦細胞，讓老人掌握快速學習能力」(註 2)

#### (三)銀髮族玩具的趨勢

『1993 年，台灣 65 歲以上老年人口占 7%，就已經進入「高齡化社會」，預計 2018 年突破 14%』(註 3)，相對的，老人的商機，也漸漸浮上市面。為了讓老人不覺得生活乏味，許多廠商研發出銀髮族玩具，不但得符合現代社會趨勢，更要能吸引銀髮族。

每一種玩具的開發，對於老人的需要理念各有不同，有的能鍛鍊腦力、手指、

手腕、肩膀等身體筋骨，也有多數人一起參與的遊戲，增進人與人之間接互動、溝通的機會讓老人感到快樂且有撫慰寂寞空虛心靈之玩具療效。

## 二、銀髮族玩具的介紹

市面上的銀髮族玩具大致上可分為益智型、陪伴型及運動型三大類，以下將逐項介紹各類型較受歡迎的玩具種類：

### (一) 益智型

涉及數學、文字、空間等概念，注重於解謎技巧，並且訓練感官、提升思維、開發腦力。

表一 益智型玩具內容介紹

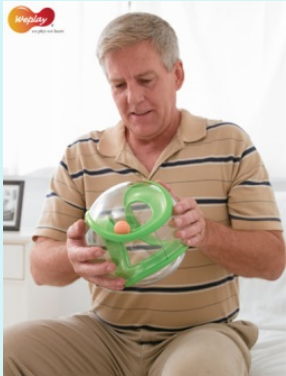

圖片	產品名稱	介紹	圖片來源
	【龍博士】84T 頭腦體操	增進手眼協調、認識圖形及顏色、空間概念、邏輯思考的訓練。	樂齡網站
	棋類	促進腦力思考，增進人際互動。	www.quanjing.com

資料來源:本研究彙整

### (二)運動型

運動型玩具功能:可以培養情緒素養，也讓老人的身體機能多點運動，而不是僵化，多半透過互動式方法，且功能不可過於複雜，使身體與心靈得到最佳的舒展。

表二 運動型玩具內容介紹


圖片	產品名稱	介紹	圖片來源
	【Weplay】太極球	刺激視覺感官，增進眼球追視能力，促進手腕部分的靈活度。	樂齡網網站
	Wii	Wii 最與眾不同的特色是它的標準控制器「Wii Remote」，能夠隨著遊戲揮動、甩動，促進肌肉發展，是一個體感操作的概念。	www.solutekcolombia.com

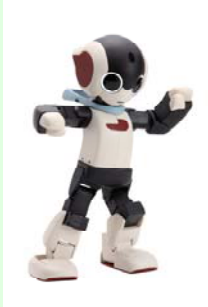
資料來源:本研究彙整

### (三)陪伴型

透由生動活潑的動作，彷彿真實的動物及人類，主動的親近銀髮族，藉此相伴銀髮族，使得他們消除寂寞感。

表三 陪伴型玩具內容介紹

圖片	產品名稱	介紹	圖片來源
	機械海豹 PARO	能隨著白天夜晚變化表情，模樣相當可愛，可以減輕壓力、改善憂鬱，讓人變得更有元氣，跟寵物療癒效果相似。	www.nownews.com

	<p>智慧型機器人 Robi</p>	<p>可以理解約 200 個中文單字，自然與人溝通，也能跟著音樂唱歌跳舞，配有電視遙控器的功能，能夠直接調節音量大小且有專用的黃色充電座椅。</p>	<p>www.primaonline.it</p>
---	--------------------	--	---------------------------

資料來源:本研究彙整

#### 四、樂齡網簡介

樂齡網，是全國第一家以滿足銀髮族食、衣、住、行、育、樂等全方面需求為目標而成立的企業(註四)，他有許多家專賣店，也有網路商店，深受銀髮族的好評，當然也有其他地方在販售。

在目前的台灣社會裡，傳統大家庭觀以不復存在，大部分銀髮族面臨退休閒暇生活與身體各機能逐漸老化，面臨沒有親友的照顧，也缺乏生活的光彩。這時銀髮族玩具具有居家陪伴撫慰心靈、防止老化及運動復健.....等功能，成功地融入銀髮族的生活，在市場上也佔有一席之地。

#### 五、樂齡網的 4 P 行銷策略

傑羅姆·麥卡錫 (E.Jerome McCarthy) 在《基礎行銷》(Basic Marketing) 一書裡首次將企業的行銷要素歸納成四個基本策略的行銷組合(註五)。即著名：產品 (Product)、價格 (Price)、通路 (Place)、促銷 (Promotion)

表四 樂齡網的 4 P 分析表

產品 (Product)	價格 (Price)
<p>本組的研究將銀髮族玩具分為三層次，以核心為主，提供了益智且能夠與家人同玩的產品，亦呈現創意且有趣的多項商品，部分的商家，為了讓產品更有保證，設置客服專線讓消費者更安心選購。</p>	<p>價格中高，但也有較低價位的，故透過促銷方案來吸引顧客買單，以樂齡網來說，設有會員制度，且無條件的限制，便可享有優惠的價格。</p>

通路 (Place)	促銷 (Promotion)
大多數為網路購買，有些則設有實體店面，且有專人的服務解說。	為了讓顧客更方便選購，知名藥妝品牌屈臣氏和樂齡網合作，推出「樂齡生活預購誌」，能夠在屈臣氏的門市直接預購，宅配到府的貼心服務。

資料來源：本研究彙整

### 三、實地訪查

本組於 2014 年 11 月 30 日至樂齡網台中公益路分店，我們與劉貴蘭店長進行實地訪談，訪談內容整理如下：

#### (一)銀髮族玩具須具備的要件

安全第一，讓家中的子女能夠安心選購給長輩，因為大部分時間只有老年人獨自在家，若玩具的操作較為不易，也會是另一份擔憂，然而趣味其次，能夠讓老年人消磨時間，同時發現其中的樂趣也是商品主要的考量，以吸引更多的老年人。

銀髮族玩具也考量了老年人心靈層面的問題，除了趣味之外，排遣銀髮族心中孤寂感的陪伴要素，也是缺一不可的，有些家中的長輩會對寵物過敏，因此便衍生出了外型如貓、狗的動物造型機器人，讓老年人可以在獲取趣味的同時無須擔心身體的狀況。

#### (二)銀髮族玩具較受歡迎的項目

大多為益智類的比較受歡迎，能促進老年人動腦去思考，也不會因為玩久了而感到枯燥乏味，且大多的益智類玩具能夠和他人一起玩，此時他們心中的孤獨感也會消除。

銀髮族玩具也並不設限於只有老年人能夠使用，許多的兒童玩具的性質，也適合銀髮族，老年人重視與孫子間的感情，若能夠與孫子同樂，便也成了他們笑容的來源。

#### (三)銀髮族玩具推廣的方式

每月有出清活動，年底舉辦周年慶，以雜誌、報紙、廣播、新聞等廣告促銷，優惠折扣用以吸引顧客，使得更多消費者得知此方面的訊息，讓更多人了解到銀髮族玩具的概念。

#### (四)銀髮族玩具的購買通路

我們公司除了有樂齡網站和實體店面之外，還有和醫院、學校、屈臣氏配合。

#### (五)銀髮族用品專賣店的主流

本店以休閒用品為主，一般不會以老人玩具為主打，畢竟在食衣住行中，育樂為最後的考量，但現在世代的轉變，大部分的銀髮族較不必擔心生活起居的問題，也有更多的心力去學習新的事物，擁有更多的時間排遣寂寞，因此娛樂方面，在未來或許會漸漸成為銀髮族市場的趨勢。

#### (六)銀髮族用品的顧客群

使用的年齡層約在 70~80 歲間，通常是長輩家中的子女來選購。

### 參●結論及建議

#### 一、 結論

這是一個新的市場，因應這個老人化的社會而開發，也是目前應該漸漸重視的議題，於是原本只注重銀髮族生活起居的樂齡網，嗅到了娛樂方面的商機，也許還不是非常著重，因為在台灣，這部份的概念並不是那麼的成熟，但是在日本、美國等等的國家卻是市場的熱點，玩具不只是兒童的專利，益智類的玩具更能夠幫助老年人的思考，還能打發時間。

「玩具」，若能夠使孩童學習、快樂，那麼對銀髮族來說，更是重要，現代人事務繁忙，對於照顧家中的長輩的機會更為稀少，如果透過玩具促使長輩們心靈上得到了滿足，同時也解決了社會上銀髮族們孤單寂寞的問題。

在台灣，銀髮族玩具的市場並不是那麼的健全以及被重視，應藉由銀髮族專賣店的業者們宣傳此方面的重要性，或透過傳播媒體的宣傳、報紙雜誌的介紹，讓台灣的孩子們更替家中的長輩了解「銀髮族玩具」的重要性。



## 二、建議

根據上述的結論，本組提出下列幾項建議，希望能提供樂齡網未來經營銀髮族市場上的參考：

### (一) 增加銀髮族玩具的種類

目前市場上提供的銀髮族玩具，皆設計成僅單人即可使用，但普遍的銀髮族較為渴望和他人互動，建議設計多人互動的玩具類型，讓玩具類型多了另一種選擇，也讓銀髮族們能夠和社區其他銀髮族們互動，同時也解決了心中的孤寂。

### (二) 提供更多元化的銷售通路

業者可考慮在百貨公司或購物中心設置分店，此類型的顧客層為一家大小皆可採購，如此一來能在一家大小逛街之時，更能夠注意到此方面的資訊，也方便了平時的購買。

### (三) 積極進行銀髮族玩具的推廣

普遍消費者到銀髮族用品專賣店時，並不會特地購買玩具，建議能夠搭配生活用品做為促銷，更能吸引到家中的子女為長輩們選購。

### (四) 增加銀髮族的吸引目光

許多的社區都設有供老人們運動或者歌唱的活動中心，有些縣市設立了銀髮族協會，建議業者能夠與他們配合舉辦比賽，讓銀髮族們在玩樂中同時了解到玩玩具的樂趣，不僅獨樂，也能共享，吸引銀髮族們一同選購。

### (五) 提高銀髮族玩具的品質

因為是給銀髮族使用的，因此對於產品的品質應該更加重視，用高品質的保證讓顧客們更加信任、安心選購。

### (六) 銀髮族玩具的未來發展

在台灣，這個市場並不是那麼的健全以及被重視，應藉由銀髮族專賣店的業者們宣傳此方面的重要性，或透過傳播媒體的宣傳、報紙雜誌的介紹，讓台灣的

子女們更替家中的長輩了解「銀髮族玩具」的重要性。

#### 肆●引註資料

註一：吳東權(2003)。越老活的越好。台北市：希代

註二：中時電子報。2014年11月30日，

<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20140902002825-260405>

註三：林慧淳(2014)。迎戰高齡不安的未來。康健雜誌，190，158。

註四：樂齡網。2014年11月30日，取自 <http://www.ez66.com.tw/TW/t/aboutus>

註五：職場創業資訊網。2015年3月6日，取自

<http://info.abss.com.tw/a/marketplan/20130831674.html>

#### 伍●附錄:

##### 實地訪談內容大綱

店長您好：

我們是卓蘭實驗高級中學國貿科三年甲班的學生，目前正在研究【銀髮族的玩具之行銷策略—以樂齡網為例】，希望能得到您寶貴的意見，感謝您撥冗回答我們以下問題。

- 1.提供銀髮族玩具應具備哪些因素?
- 2.樂齡網經營到現在，較受歡迎的老人玩具產品為何？原因為何？
- 3.有甚麼促銷方式？
- 4.您們的產品有哪些其他購買管道？
- 5.您們會特別對老人玩具做廣告嗎？
- 6.購買顧客群的年齡層？