

社区舞台、专业T台、直播间里……

“逆龄”模特在时尚赛道上掀起银发潮流

年华老去，是否意味着人生的色彩逐渐黯淡？步入老年，生活还有哪些可能？

如今，对越来越多老年人而言，伴随年龄增长而来的，除了人生的下半场，还可能是第二次青春的焕发。在社区的舞台上、专业的聚光灯下、火热的直播间里，一股“银色时尚”的浪潮正蓬勃兴起。

老年模特，正以自身的热爱和专业，重新定义美与年龄的关系，更在追求自我价值的同时，悄然撬动了一个颇具前景的新市场。

以兴趣相聚 阳光挺拔“老来俏”

72岁的徐惠英身姿挺拔、打扮时尚，看着比实际年龄年轻不少。作为“洁莲社区老来俏时装队”的创办人兼领队，她与这支队伍已走过整整25年。彼时杭州还没有类似的队伍。

从最初全是社区邻居，到如今队员范围更广、平均年龄六十出头，“老来俏”的队伍在不断更新，却始终保持着约30人的规模。“早年我是队里最小的，现在成最年长的了。”她感慨道。

“老来俏”，是徐惠英对老年生活的理解：“退休了，老年人越来越俏、越来越好，俏了才年轻开心。”许多队员加入后确实变化明显——衣着更讲究，精神更



饱满，真正活成了“老来俏”。

队伍每周固定排练两次，每次两小时，有演出任务再加排。徐惠英注重队形的流动与舞台互动性，让每位队员都有亮相机会。

走秀在徐惠英看来，不仅是爱好，更是健康的生活方式：“运动量适中，还能锻炼身体、活跃头脑。”更重要的是，它带来精神上的满足——“现在物质生活有保障，大家更追求精神享受，追求美与快乐。”

“老来俏”在杭州已颇有名气，邀约不断，街道社区的活动更是必到。25年来，这支公益性的老年时装队拿下许多荣誉。“提起‘老来俏’，我们都挺自

豪。”徐惠英说。荣誉背后，更珍贵的是情谊：“大家在一起热热闹闹，展示我们这个年龄的风采，心态特别正能量。”

如今，看到越来越多的老年模特涌现，徐惠英觉得挺好。在她和“老来俏”队员们看来，年龄从来不是限制，“气质和心态很重要，要保持年轻、阳光的心态，生活才有活力与魅力。”



走职业赛道 在市场中发掘商业价值

68岁的嘉兴阿姨卢杭菊，在55岁退休后开启长达13年的模特生涯，在T台上绽放“第二次青春”。

如今，卢杭菊每周坚持3—4次训练，每次2小时，还要早到1小时加练。走秀、出片成了她生活中不可缺少的一部分。

13年间，她加入多个模特团队，“模特步”迈向全国，先后登上多个大型舞台，甚至迈出国门。

这些年，卢杭菊合作过几家奢侈品服装公司，还在一次全国性选拔中，成为唯二被6个品牌一次性选中走秀的模特，“他们看好我们作为银龄模特不一样的魅力，我看中这些尝试不同风格服装的宝贵机会。”

13年走秀生涯带来的不仅是挺拔的身姿和满满的荣誉，更有由内而外的蜕变。她坦言：“我感觉自己的气场不一样了，无论是自信心还是包容度都有了提升。”

“只要我能走，我做模特的

脚步就不会停止。”对那些刚退休、想成为老年模特的同龄人，卢杭菊大方分享经验：“年龄永远只是一个数字，首先要自己喜欢，要敢于迈出第一步，再坚持三到五年沉淀。我们这个年纪基础不如年轻人，更要多付出。”

老年模特，除了激发自身对美和精神愉悦的追求，还可能成为新的揽客招牌。

如今，点进电商直播间，除了年轻靓丽的俊男美女，还可能看见“爸爸型”“妈妈型”模特。

“云爸爸”直播间此前就凭着“爸爸型”模特在社交平台爆火。一群来自江苏常熟的大叔变身老年服装模特，在直播间扎马步、扫堂腿，大秀拳脚功夫。他们也凭借丰富的肢体语言和幽默的面部表情在网上迅速走红，一度被称为“全网最火爸爸团”。

大叔们的子女都支持父亲做直播，原先性格比较内敛的大叔加入直播间当模特后，开朗了

不少。粉丝还根据不同“爸爸型”模特的特点，给大叔们起了很多昵称。

刚走红时，“云爸爸”运营主管在接受媒体采访时就表示，直播间有了大叔们的加入，衣服销量翻了好几番。父亲节时，直播间的热度也比平时高很多。如今，“云爸爸”账号单平台粉丝量就超过百万，“爸爸型”模特也成了他们的特色标签。

供需两旺场景多元 银发“颜值经济”成新热点

据《银发经济蓝皮书：中国银发经济发展报告(2024)》测算，我国银发经济规模在7万亿元左右，约占GDP的6%，到2035年，银发经济规模有望达到30万亿元，占GDP的10%。其中，养老服务业、老年用品消费、老年金融、健康、文旅等银发相关产业，呈现爆发式增长态势。

知名财经作家、眺远咨询董事长兼CEO高承远分析认为，目前老年模特行业正处于蓬勃发展的阶段，呈现出供需两旺的态势。

从参与人群来看，以“60后”为主力军，他们受教育程度相对较高，经济基础更为稳固，对生活品质有较高追求，且具有较强的消费意愿和能力。“他们不再满足于传统的养老模式，而是积极追求自我表达与价值实现，通过模特走秀等形式展现风采。”

而在市场需求方面，随着银发经济的崛起，老年群体的消费结构升级，对时尚和美的需求日益增长，老年服装市场规模也不断扩大，“颜值经济”成为新热点。

高承远表示，在此背景下，不少品牌方和商家也逐渐意识到老年市场的潜力，开始推出适老化时尚产品，并通过老年模特进行宣传推广，以更好地吸引老年消费者。

不时收看“云爸爸”直播的小李说，“看着和爸爸年龄、身型差不多的大叔模特卖爸爸装，给家里老人选衣服的时候感觉更有参考价值。我爸买衣服也愿意看看有老年模特的牌子，我还开玩笑让他去试试。这类型的模特多了，一方面，方便给老人挑选衣服，上身效果更直观；另一方面，也是对中老年人的一种激励，年纪大了也不耽误追求新爱好、新事业。”

“此外，老年模特参与的活动类型也日益丰富，除了商业演出外，还包括模特赛事、旅拍甚至电商带货等，满足了老年人的社交需求和价值实现需求。”高承远分析。

在他看来，未来几年老年模特行业有望朝着多元化、专业化和产业化方向发展。在多元化方面，老年模特的活动类型将更加丰富，除了传统的商业演出和模特赛事外，未来还将拓展到影视、综艺、公益活动等领域，为老年模特提供更多展示自我的平台。

(钱江晚报)