



让夕阳红事业 更朝阳产业 ⑥

老人，需要的不只是拐杖

本报记者 陈郁

伴随着人口老龄化的快速发展，我国老年用品市场需求日渐增强，老年用品产业迅速发展。但由于起步较晚，目前我国老年用品供给整体上还处于一盘散沙的状态，产品不够丰富、品质有待提高，迫切需要通过政策扶持与调整，打造产业集群，培育龙头企业，引领老年用品的进一步开发和提质。

代步车、护理床、自动卫浴设备……在日前举行的2014北京国际老龄产业博览会上，200余家涉老企业机构展示了包括康复辅具、健康食品等在内的多种老年用品。

“我国老年用品市场供给不断丰富，消费者能够选择的商品越来越多，进入老年用品产业领域的生产和销售企业越来越多。”中国老龄科学研究中心健康宜居研究所副所长伍小兰说。

过去，我国康复辅具相关企业的传统产品主要是假肢、轮椅、矫形器3大件，产品也主要是面向残疾人。伴随着人口老龄化的快速发展，越来越多的康复辅具生



可随身监测健康状况的设备日益受到老年人青睐。图为一位老年观众在第16届高交会上体验可穿戴式健康产品。熊丽摄

品类还可细分

市场供给不断丰富，发展却极不均衡，产品空白领域还很多

产企业感受到了老年用品市场的发展潜力，纷纷通过加强研发、扩大产品种类等方式，积极拓展老年用品市场。

“2008年以前，我们公司主要生产医用、残疾人用的脚轮。后来，我们慢慢发现，老年用品市场需求越来越强劲，所以，

我们干脆转向专门开发、生产老年人护理床了。”北京汉华威宏精典脚轮制造有限公司总经理冯煤山告诉记者。

从2014北京老博会的现场看，我国老年用品产业发展非常迅速，产品种类繁多，已经涵盖老年日用品、老年服饰用品、

老年生活辅助器材、老年助行器材、老年护理用品、老年电子产品、老年保健品、老年文化用品等多个领域。但是，这些领域的发展却极不均衡。“例如老年洗涤用品，不仅可以帮助老年人洗浴，还可以兼具防止瘙痒和祛除身体异味的功能。这类产品在日本销售得很好，但在我国还没有多少企业涉足。”中国老龄科学研究中心副主任党俊武说。

老年人的特殊需求具有多元性，因此，老年用品也涵盖了生活的方方面面，产品种类繁多。日本市场销售的老年用品已超过4万种，与之相比，我国老年用品开发才刚刚起步，发展空间还很大。

品质有待提升

从设计、生产乃至销售各个方面提高老年用品的整体品质

低，具有自主知识产权的产品较少。自主研发的产品也主要停留在技术含量较低的中低档产品上。”《老龄科学研究》编辑部副主任魏彦彦说。

以轮椅车为例，目前我国已经成为世界上最大的轮椅车生产国，年产量在400万辆以上，但产品科技含量较低，性能单

一，缺乏创新，高端产品主要被外国公司垄断。

究其原因，一是老年用品基础科学研究比较薄弱；二是企业知识产权难以得到保护，目前国内相当一部分老年用品生产企业都没有专门的研发部门，大多都是通过整合和嫁接市场上已有的产品来发展

自己的产品线；三是需求导向出现偏差，目前大部分老年人选择老年用品还是首先考虑价格，其次才考虑品质，从而导致老年用品生产企业缺乏技术创新的动力。

“在科技养老、智慧养老的时代背景下，要想在激烈的市场竞争条件下占据一席之地，科技创新将是核心竞争力的保障，也必然是老年用品业发展的重要驱动力。”伍小兰说，“必须紧紧依靠科技创新，研发出具有自主知识产权、适合老年人需求、成本低于国外同类产品的老年用品。只有这样，我国老年用品才能跟得上老年人的需求，我国老年用品企业才能在激烈的国内外市场竞争中稳固立足并获得长远发展。”

集群尚需凝聚

着力培育民族品牌，为消费者提供质优价廉的老年用品

术创新体系，促进科技成果快速转化，形成区域和品牌效应，最终取得市场优势。”

据了解，目前广东省已经在工业设计城内设(长者)幸福生活体验馆，系统展示设计城在老年用品研发设计方面的创新和整合服务能力，也为设计研发机构的设计成果提供用户体验及临床测试的场地

和测试数据。而国内首家集研发、生产和销售等功能为一体的老年用品产业园也已经在大连正式运营。

中国老龄科学研究中心不久前发布的《中国老龄产业发展报告(2014)》建议，应当通过加大科技支撑、深化行政审批制度改革、产业政策引导等综合措施，

发展老龄用品产业集群，通过搭建集产销一体的集成平台，让消费者、生产商、供应商、增值服务商、物流商等多种力量形成一个良性循环的商业生态系统。要鼓励各地结合本地实际和特色优势，合理定位、科学规划，在土地规划、市政配套、机构准入、人才引进、执业环境等方面给予政策扶持和倾斜，探索体制创新，打造老龄用品产业集群，以推动整个老龄用品业的快速发展。

“在此过程中，着力培育民族品牌，确保为国内消费者提供质优价廉的老年用品具有重大意义。可以采取政府购买或政府补贴购买的形式来推动民族品牌的发展。”伍小兰说。

简单易用的数据采集、与家人和医生实现数据共享、精深及时的医疗保健服务——

老年健康“云”知道

本报记者 熊丽

将一台尺寸比普通手机略小的设备贴上额头后，田先生的体温迅速被测量出来。按动背面的SOS键，田先生的地理位置立即在另一部手机上闪动。“这个产品多少钱？”当听说该产品年底才能上市后，年过6旬的田先生留下了他的联系方式。

在刚刚结束的第16届高交会上，这款名叫“守望宝”的可穿戴式健康产品受到许多老人的关注。使用该产品，老人可以实时监测并上传自己的血压、心率、体温等数据，子女手机上安装的守望宝APP可以同步监测。数据还会被传回后台的“守望云”，建立健康档案，并由拥有500多位专业医生的团队提供针对性的风险评估和健康指导。

“守望100”CEO师华告诉《经济日报》记者，守望宝的一大核心技术，是应急救援和救援服务。当穿戴这一产品的老人

意外摔倒时，守望宝会根据定位向距离最近的亲属拨打求救电话并通知最近的保险机构，同时，将老人位置信息发送到亲属手机上。家属还可以通过手机应用连接摄像头进行拍摄，实时了解老人周边环境，防止老人跌倒无人施救。

师华说，“我们已进入一个健康大数据的时代。无论从政策导向、市场前景还是家庭需求来看，养老健康服务都是‘刚需’，社会效益和经济效益都很高”。

在第十六届高交会上，抓住养老健康服务这一关键点，多家公司推出了基于大数据、云计算、移动互联网的形态多样的产品或服务：简单易用的数据采集、与家人和医生实现数据共享、专业及时又有针对性的医疗保健服务，智能居家养老呼之欲出。

作为数据采集端，可穿戴设备成为重要选项，智能手表、智能手环、身体指标秤

等形态多样的产品令人眼花缭乱。记者看到，深圳倍泰健康测量分析技术有限公司推出的多参数身体监测仪，几分钟内就可测量出身高、体重、血压、体温、心率、脉搏、血氧等多个指标，并将测量数据同步上传到云健康管理平台上，还能现场打印体检报告。

“我们提供了三种服务：一种是基本医疗，第二种是便民的健康服务，实现居家轻问诊，第三种是个性化的健康增值服务。”倍泰公司副总经理肖寒冰告诉记者，目前该公司已构建了一个完整的健康服务云平台，实现了传统医疗与移动互联网的有机结合，已在全国多个省份实现了项目落地。

深圳易特科集团重点展示了Any-Check安测健康管理品牌。工作人员告诉记者，易特科已将多种可穿戴式设备应用到健康管理和网络医院当中，这次高交会

上带来的“安测O2O国际慢性病干预服务”，通过线上、线下相结合的健康管理服务新模式，可以为慢性病人、亚健康人群、术后需调理人群及延缓衰老人群提供专业、高端健康管理。

当越来越多的企业逐鹿智能养老市场，谁能脱颖而出？业界专家认为，在不断创新产品的前提下，精深服务者得天下。

师华表示，守望宝上市后，将采取购买服务赠送硬件的商业模式。“我们希望通过产品的易得性，鼓励老人使用并不断反馈意见，从而让我们把服务做得更精更好。”

阿里巴巴YunOS产品运营总监肖睿哲认为，服务是一切业务价值的基础。可穿戴设备的第一个价值在于实现了数据可视化，但仅仅采集数据是不够的，还需要进行加工、再服务，要把服务跟产品很好地对接起来。

声音

养老用品：秉持一颗尊老的心

李丹

坐式防滑浴缸在侧面设置一扇可以进出的门，方便老人入浴；卧室床设置两张独立床垫，让老年夫妇同床休息时不会相互干扰；电动载人爬楼机能帮助坐轮椅的老人上下楼梯，不到10秒钟就能爬3级台阶……这些设计感十足的产品都是为了顺应广大老年人的需求而量身打造的。

有资料显示，现在养老用品涉及的产品名目繁多，在养老用品开发比较发达的日本，已开发并投入使用的养老产品超过4万种。相比而言，我国的养老用品市场发展却很不均衡，有的开发过度，有的严重不足，存在的产品“真空”地带也不在少数。走进各大城市的中高端商场，适合老年人的服饰用品难觅踪迹，少有的几个老年服饰专柜，也都被挤在角落，很难被发现。许多专营老人使用的服装、轮椅、拐杖等老年用品的商店也日渐销声匿迹。

目前许多老年商品不受欢迎，究其原因在于种类相对单一，缺乏对顾客的吸引力。笔者发现，在为数不多的老年用品店里，多为保健品和护理用品，许多产品存在重复竞争，缺乏设计感和使用价值。除了老年食品和保健品较受欢迎外，其他产品很难对上老年人的胃口。

随着我国逐渐步入老龄化社会，适销对路、价廉物美的养老用品必将成为未来养老产业、养老市场的重头。然而由于我国养老产业起步较晚，并未形成完整的养老产业链，许多创新设计的适老产品也难以推向市场。好在这一问题已经得到了社会的广泛关注。中国老龄科学研究中心不久前发布的《中国老龄产业发展报告(2014)》就提出，养老用品要与科技紧密相连，着力开发老龄用品市场，重点开发生产康复、护理、老年日用品、助行、老年电子、老年文化产品，建设老龄用品物流配送网络平台。

其实，养老用品的创新设计也并非难事，重要的是设计者要秉持一颗尊老、敬老的爱心，设身处地为老年人的日常生活考虑。许多普通日常用品只要稍加改善，就能成为深受老年人欢迎的养老产品。如在指甲剪上装一个放大镜，就能方便眼花的老人修剪指甲；为阅读老人设计的放大镜可以更轻更薄，作为书签夹在书里方便携带；许多儿童智能玩具稍加修改，也能成为失能失智老人康复锻炼的用具。

一些已经推向市场的老龄产品，也并非一经售出便万事大吉，厂家及零售企业要对产品的功能进行必要的提醒说明，并根据使用情况对产品作出调整。如笔者曾不只一次看到有老人操纵电动轮椅行驶在机动车道上，轮椅速度不慢，却并未加装任何安全设施，在车流穿梭的马路上让人看了胆战心惊。因此，对于一些特殊的老年产品，无论是设计者还是生产者，都需要有高度的耐心和负责精神，确保在提供便利的同时，不要带来任何安全伤害。

青岛市市南区：

“六送”服务叩心扉

本报记者 刘成

空巢、独居老人探视和救助问题始终是个难题。多年来，青岛市市南区民政部门深入群众，通过征询和观察这部分老年群体特征，不断改进工作，最终攻克了居家养老的难题。从2007年开始，市南区在全国首创为独居和困难老人每天送奶、订《老年生活报》的居家养老方法。如今已经形成独具特色的送奶、送报、送爱心、送家政、送午餐、送健康“六送”居家养老服务模式。

“最初我们通过送一袋爱心奶的方式，叩开了独居老人的心，后来由免费送奶延伸到了综合居家养老。”市南区民政局局长许群介绍，“六送”服务其实是一个不断完善的养老服务品牌，其服务内容根据实际情况不断拓宽发展。民政工作人员走进社区，来到空巢、独居老人家中，进行困难老人生活状况大排查，听民声、访民意，目的就是不断提升老年群体幸福指数。

家住市南区江苏路街道掖县路社区的老人赵淑芬，年老体弱，偏瘫在床多年，家中十分困难。民政部门工作人员在“四访”排查中了解到老人基本情况，立即为老人申请了“送家政”服务，现在老人脸上总是挂着笑容，“小张每天都来这里，帮我收拾房间，打扫地板。这么多人关心我，我很知足”。赵淑芬说的小张，就是阳光暖情社区服务中心工作人员张寄，张寄所提供的服务正是市南区政府花钱为赵淑芬购买的家政服务。“六送”服务中，工作人员必须和老人见面，记录老人身体状况，及时向社区养老服务站反馈。

像赵淑芬这样享受个性化“六送”服务的老人，市南区目前已经累计有8万余人次，服务内容包括家政服务、健康指导、读书读报、法律咨询等。区政府每年拿出1200万元的专项经费列入财政预算，实现了困难和独居老人养老服务的全覆盖，“适度普惠型”养老已走在了全国前列。

本版编辑 余颖