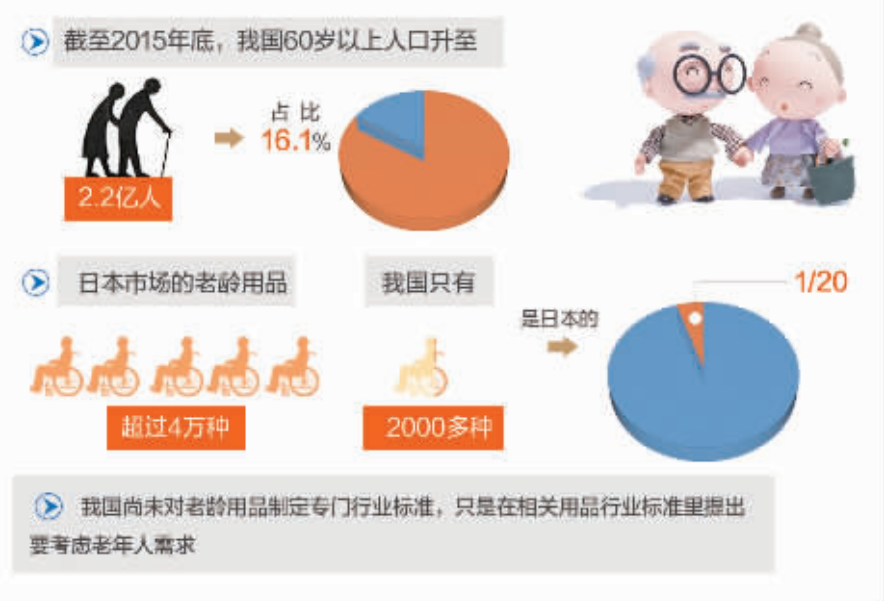
缺乏标准和监管导致生产无序、市场混乱——

莫让老年人用品成"老大难"

本报记者 林紫晓

服务中心

据统计，截至2015年底，我国60岁以上人口升至2.2亿人，占比16.1%。"银发经济"前景广阔，如何撬动2.2亿老年人用品的消费市场成为关注话题。



有效供给不足

目前，我国老龄产业发展与老年人实际需求存在较大差距，供求存在极大不对称，导致老年人很难买到适合的产品。记者在采访中也了解到，许多商家虽发现了老龄用品商机，但由于缺乏市场研究，导致适合老年人需求的商品较少、品种单调，严重抑制了老龄用品消费需求。

《老龄蓝皮书：中国老龄产业发展报告》显示，我国老年日用品尚未引起企业足够重视，老年服饰用品"市盛货缺"，老龄生活辅助器材、老年助行器、老年康复器材和老人护理用品发展喜忧参半，老人电子产品市场开始兴起，老年医疗器械供需疲软，老年文化用品开发生产不足。

日本市场的老龄用品超过4万种，而我国只有2000多种，是日本的1/20。且我国老龄用品市场发展极不平衡，有的发展过度，有的严重不足，存在很多空白。

北京鹤逸慈老年生活用品有限公司是国内最早的老年用品连锁店，总经理赵强告诉《经济日报》记者，与老年人生活密切相关的老年康复辅具用品、老年护理用品、老年保健用品市场比较活跃，产品种类较多，社会认知度高，而老年文化用品、老年日用品市场相对冷清，发展较慢。

很多人认为老龄用品产业之所以发展缓慢，一个重要的原因是老年人的传统观念难以转变。实际上，随着老年人经济实力的增强以及消费观念的转变，一部分老年人对抗衰老化妆品以及电子产品等存在较强的购买意愿。但目前多数企业仍未意识到这一点，忽略了这些需求。

健全标准是首位

当前，老龄用品产业生产无序、市场混乱。老年保健品行业表现尤为突出，部分不法企业打着"义诊""免费送药"的旗号虚假宣传，误导老年人，甚至贻误病情，社会影响恶劣。其中重要原因是我国老龄用品产业处于起步阶段，缺少相关法律法规、标准规范、扶持政策。

民政部标准委员会专家委员彭嘉琳表示，我国尚未对老龄用品制定专门行业标准，只是在相关用品行业标准里提出要考虑老年人需求；而我国康复辅具相关标准虽然超过110项，但绝大多数是推荐性标准，执行情况并不乐观。

理实国际大健康产业研究院院长王颖认为，由于缺乏行业标准、市场规范、评估体系和行业监管机构，老龄用品企业的产品和服务质量无法进行评测和监督。生产企业缺乏设计标准和规范，特别是缺乏老年人日常生活的安全性设计和养老用品的具体产品设计规范。

嘉年乐老年商城董事长罗青云说："当务之急应在标准体系建设方面加大力度，修正不符合市场需求、落后的老人用品标准，制定空白领域的老龄用品标准，引导老龄用品厂商规范有序发展。"

各方需协同推进

彭嘉琳表示，制订行业标准需要产品数据作依据，目前我国老龄用品市场刚起步，形成行业标准体系为时尚早。

中国老龄科学研究中心助理研究员罗晓晖认为，企业对市场需求比较敏感，可以先行探索制订相关标准。在国外，很多标准都是在市场力量的推动下产生的。同时，更需要政府发挥主导作用。

事实上，发展老龄用品产业是一个系统工程，需要政府、行业、企业三方协同推进。在老龄用品标准体系制订的过程中，要本着"政府支持，行业协会及标准机构主导，企业主体参与"的原则，使老龄用品标准的制订更符合市场的需求。

罗晓晖认为，政府的作用主要是制定战略规划，要把老龄用品标准化纳入国家标准化事业发展规划和老龄事业发展规划，制定相关产业政策，加大对老龄用品生产销售企业的扶持力度。赵强说，要善于借鉴国外成熟产品标准，将其转化为行业标准或国家标准。

从产业长远发展来看，要成立专门行业协会，其主要职能是规划行业发展、为行业提供管理和咨询服务，做好行业自律，维持好市场秩序。企业是市场主体，他们需要开展细致深入的调研，针对市场需求，一步一个脚印从产品研发、生产做起，探索建立相关产品的标准。

采访札记

□ 子 晓

未雨绸缪 建章立制

尽管老龄用品市场潜力十分巨大，但目前我国尚没有将其列为专门的类别，从标准化角度进行规范。

俗话说，没有规矩不成方圆。缺乏标准和规范的引领，企业只能摸索着前进，也容易让怀有不良动机的厂商乘虚而入、浑水摸鱼，导致市场鱼龙混杂、良莠不齐。消费者"两眼一抹黑"，不知道该相信谁，即使上当受骗，也无法讨个公道。久而久之，出现"劣币驱逐良币"效应，正规厂家不愿意投入研发和生产，大量粗制滥造的低端劣质产品充斥市场，消费者的有效需求得不到满足。这对政府、企业、用户三方来说，都是不愿意看到的。

因此，必须未雨绸缪、建章立制。从产业发展角度来讲，标准是国家监管市场秩序、规范各类事业运行、推动经济社会科学发展的基本依据，是企业快速提升发展能力、引领行业发展方向、全面放大企业品牌效应、抢占竞争高地、最大限度占领市场份额的基本遵循。

从消费者自身来讲，老年人往往缺乏必要的辨别能力，对于很多新产品、新购物形式的接受程度低。大部分老年人上当受骗后，找不到维权的途径。而标准能为老年人提供外部保护，为老龄群体创造一个相对有保障的消费环境。

随着我国加速进入老龄社会，老年人消费观念有所改变，对各类老龄用品的需求也将逐步释放。可以预见，各类老龄用品将越来越被人们所接受、所需要。因此，企业应及时洞察先机，开发出能更好地满足需求的老龄用品，争取成为产业的领导者和标准、规则的制定者。

一席谈

韩秉志

近日，北京大学因"中国知网"涨价过高可能暂停续订其数据库服务的消息引发关注。

之所以该数据库年年涨价很"任性"，可用户却一点讨价还价的余地都没有，原因很简单：一是该数据库确实不错。中国知网(CNKI)作为国内知名度与论文下载量均排在前列的中文数据库，一直是高校图书馆数据库的首选之一。无论从全面性、权威性、个性化，还是从实时更新上，中国知网都有不可比拟的优势。

二是用户别无选择。目前，我国权威性、规模化的数据库为数不多，已建数据库中能提供商品化服务的比例也较低。有些数据库仅供浏览或内部使用，缺乏商品意识，也造成了资源浪费，这让用户在数据库选择上捉襟见肘。

这就折射出一个问题：我国数据库服务供给不足，没有形成一个完整的社会化服务体系。作为信息产业的重要象征和发展动力之一，数据库产业是信息服务业的重要基础。然而，由于缺乏相应激励机制，导致缺乏市场主体参与投入其中，造成了一家独大、竞争不足。个别服务商事实上形成了垄断地位，自然就"任性"而为，以至于连北大这样"不差钱"的佼佼者都负担不起，其他高校的压力可想而知。

如此垄断，不仅对下游用户不利，也不利于保护和鼓励知识产权所有者的劳动创造。中国知网收取连年上涨的高昂数据库订购费，而这些收入与论文作者并无关系。按知网公布的价格：若论文作者授权为非专有使用权，被收入一篇博士论文，作者仅能得到价值400元的阅读卡和100元稿酬。作者呕心沥血的成果，只能供数据库服务商用于牟取利润；而知识产权的创造者不仅无法从中分享，甚至还要因为使用其服务"倒贴"。

由此可见，不仅当前我国数据库服务等信息、内容产业大有潜力可挖，而且可以为我国信息产业发展和知识产权强国战略提供支撑。从长远看，数据库产业未来的发展方向在于开放市场，鼓励竞争。要避免垄断出现，一个理想的方法就是通过政策引导，吸引有资质的市场主体进入，形成竞争环境，促进其走上社会化、产业化的发展道路。相关部门应制定优惠政策，扶持一批国内数字出版商，大力培育数据库服务市场，让数据库开发者、生产者、经营者、销售者在公平竞争的环境下优胜劣汰，在市场竞争的压力下提高质量、降低成本；对于目前分散建立的有使用价值和市场前途的数据库，应加强联合和规范，使之形成产业化生产和规模效益，用户才能得到更好的信息服务体验。

本版编辑 杜 铭 美 编 高 妍