

消费视窗·发展银发经济②

建立健全老龄产品质量标准体系,为老年人提供更多性价比高的优质产品

适老化产品服务多起来

本报记者 齐志明 邱超英 刘晓宇

核心阅读

日常生活中,老年人对相关商品和服务的需求较大,但市场供给相对较少,个性化不够。当前,各方正在形成合力,加快建立健全老龄产品质量标准体系,同时注重开展消费引导,更好满足老年人的消费需求

开发优质产品,提高性价比

两个月前,北京顺义区金宝花园社区居民黄奶奶社区的诚和敬老驿站在家里的卫生间中安装了助浴椅。“洗头坐在助浴椅上,淋浴扶着扶手,上厕所起身也抓住扶手,这样就不怕摔了。”

原来,几年前黄奶奶的老伴得过脑梗,虽然恢复得不错,但落下头晕目眩、腿脚没劲的毛病。“生病后他平衡能力变差,在家里摔过好几次。有一回正刷牙,突然就不由自主跌倒,真让人害怕。”

有过这些经历,黄奶奶急需给家里做“防摔改造”,于是赶紧联系驿站上门安装。“小半天工夫就装好了,师傅用螺丝将扶手、座椅等在墙上固定好,用起来很稳当。”在黄奶奶看来,这些适老化产品方便又贴心,“你看这坐便扶手,用完后折叠到一边,不占地儿。这个坐浴椅也很小巧,平时可以靠在墙上,使用很方便。”

这次改造,黄奶奶花费了2000多元。“贵点就贵点,一分钱一分货,我们图的是质量可靠,安全第一。”

“我们的适老化产品都选自长期合作、质量过硬的品牌厂家,服务也有保障,几乎每天都有老人过来咨询。”诚和敬老适老化设计中心负责人邵存娟介绍说。

2020年7月,民政部等九部门联合发布《关于加快实施老年人居家适老化改造工程的指导意见》,要求以满足广大老年人居家生活照料、起居行走、康复护理等需求为核

记者手记

增加市场供给

在北京昌平区国风美唐社区,目前有200户左右的老人家里配备了定制的小度智能屏,老人们只需轻轻呼唤一声“小度小度,打开五福健康”,小度的各项“适老”功能就会聪明地“弹”出来:“灵医智慧”功能帮助测量、记录老年人健康指标并将信息同步传给医生;播放老年人爱听的戏曲、影视节目……可见,在为老年人提供更周全、更贴心、更直接的便利化服务上,智能化产品大有可为。

对智能化产品的需求,只是老年人基本生活需求的一个方面。老年人在衣、食、住、

把脉

随着生活水平提高,老年消费出现升级趋势,老年消费群体有三大刚需值得关注。

其一,医疗保健养老消费已成为老年人的生活必需,需求强度和规模远超其他消费人群。老年人对保健食品、药品等消费需求规模大,对定期体检、慢性病监测治疗、健康管理等需求日益增长。

其二,老年人的交通通信商品和服务不断增长。中国互联网络信息中心发布的第四十六次《中国互联网络发展状况统计报告》表明,我国互联网正在进一步向中高龄人群渗透。我国50岁及以上网民群体占比由2020年3月的16.9%提升至2020年6月的22.8%。老年人不仅会购买智能手机、智能家电等产品,还越来越倾



近日,重庆万盛经开区万盛街道安博馨社区“智慧养老”服务站的服务人员,正为老人介绍智能健身器材的使用方法。 人民视觉

心,改善居家生活照料条件,增强居家生活设施设备安全性、便利性和舒适性。

北京君越方格装饰工程有限公司总经理翁明哲介绍说,近年来老年人对适老化产品的需求在增加。“我们最受欢迎的产品是扶手椅和防滑地砖,主要是因为老年人很关注摔倒问题,相关的智能安全监测产品销售也快速增长。”

全国老龄工作委员会发布的《中国老龄产业发展报告》显示,2014年到2050年,我国老年人口的消费规模将从4万亿元增长到106万亿元左右,占GDP的比例将增长至33%,成为全球老龄产业市场潜力最大的国家。

“老年人对产品最大的要求就是安全,因此产品首先要质量可靠,让老年人免受伤害。”中国老龄产业协会理事、老年用品专业委员会副主任崔晶雪说,当前老龄产品市场存在一些供需错配的问题,未能很好满足老年消费者对安全简便、高性价比产品的需求。有关部门应尽快建立健全老龄产品质量标准体系,为广大老年人提供更多性价比高的优质产品。

行、游、购、医、娱等各方面,有着广泛的需求。随着生活水平的提高,老年人消费升级正在加快:追求产品品质,享受型消费成潮流;重视体验与店内服务;智能化、数字化产品备受青睐;逐渐适应网上购物、移动支付……由此看来,银发经济发展空间广阔。

发展银发经济、释放老年人消费潜力,要做的工作有很多。要针对老年人的消费偏好和新趋势来增加老年消费市场的产品供给,加大力度开发家用健康医疗器械、智能化设备等适老化产品,同时要在餐饮、养老等基本生活方面为老年人提供更优质、更贴心的服务。

向通过电商平台在线购物。

其三,老年人对于教育文化娱乐等服务需求大。特别是刚退休的老年群体,文化程度较高,消费能力强,已不再是传统的保守型和经济型消费者。他们在产品选择上更加注重品质,对社交娱乐、体育健身、旅游等需求较大。时尚消费支出也呈现较快增长态势。

虽然我国银发经济发展的潜力巨大,但是老年消费仍然面临收入过于单一、供给不平衡不充分、消费场景较少

开展消费引导,加强市场推介

最近,家住福州鼓楼区的老陈心事重重:他退休10年后,夜里出现了尿失禁。为解决这个尴尬的难题,他只好在夜里使用成人纸尿裤。

但对老陈来说,完成成人纸尿裤的初次选购,要闯过好几道“关”,最大的是“心理关”。“去超市买纸尿裤总是感觉不太自在,我就用手机在电商平台下单,一次多买些,送货快,私密性也好。”老陈说。

纸尿裤网购回家,老陈悄悄将其放在床底。但很快,儿子陈铭在替他收拾房间时,发现了被父亲藏在床底的“秘密”,“父亲爱面子,不愿意让我们知道。”陈铭说。

“据我们调研,中国成人失禁用品的市场渗透率(实际销售量和潜在需求量的比率)不超过5%,而世界平均水平为12%。”恒安集团老年人健康事业部总经理黄松钦认为,一边是老年人卫生护理需求日益凸显,另一边却是消费心理、收入水平等成为制约老年人购买纸尿裤的重要因素。

“随着我国迈入老龄化社会,老人护理市场将快速发展,纸尿裤、护理垫等产品将迎来高速增长期。目前,我国成人纸尿裤的渗透率很低,未来发展空间巨大。”苏宁金融研究院消费金融研究中心主任付一夫说。

福建师范大学经济学院院长黄茂兴认为,有关企业应加快开发出满足老年人需求的个性化产品。同时,要开展消费引导,加强市场推介。

加大政策支持,提升服务水平

2020年12月23日中午12点,位于南

赵萍

等问题。破解老年消费瓶颈制约迫在眉睫。

首先,要深度挖掘老年人人力资源,提高老年群体收入水平,夯实老年人的消费能力。随着我国医疗卫生水平和人均预期寿命不断提高,很多老年人的身体状况良好,工作经验丰富,有能力适应很多工作岗位的要求。因此,不妨引导企业创造更多适合老年人的岗位,为老年人口灵活就业提供机会,拓展老年人群的收入来源渠道,增强老年人消费能力。

昌西湖区南站街道铁路二村社区邻里中心后门的“老铁食堂”内,开放式厨房干净整洁,入口处挂着菜单,几名服务人员正忙着给食客打饭菜。“今天有我外孙爱吃的红烧肉,再打2个菜,这样我家几口人的饭菜都解决了,你看多方便!”叶金汉老人熟练地打开食盒,挑选了3个菜品,用充值卡支付了20元。

“南铁生活区共有60岁以上老人5000余名,占总人口的30%,仅铁路二村社区80岁以上老人就有248名,其中很多是空巢、独居、失能老人。”南站街道党工委副书记廖小兵介绍,社区干部在上门征求意见时了解到,许多老人被“做饭难”的问题困扰多年,家里只有1至2个人,做多了怕浪费,做少了太单调。

2020年8月,街道引进餐饮企业,免费提供场所,开办老人食堂,受到热烈欢迎。60岁以上老人凭卡消费,享受八折优惠。目前食堂每天接待量达到400至500人,很大程度上解决了周边独居、空巢、行动不便老人吃饭难的问题。为了给高龄老人精准提供服务,食堂还推出了上门送餐服务。

2020年11月,国办印发《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》,对组织、引导、便利城乡社区组织、机构和各类社会力量进驻社区、进家庭,为居家老年人提供生活用品代购、餐饮外卖、家政预约等服务提出要求。

美团外卖的数据显示,2020年上半年,该平台50岁以上的活跃用户数比2019年上半年增长约35%,越来越多的中老年人学会并习惯用手机点外卖,满足餐饮需求。饿了么在多地尝试与政府部门、养老驿站、长者餐厅等合作开展“老年食堂”项目,为了更好地满足老年人的用餐需求,饿了么正在与中国营养学会等进行长期合作,共同推动制定“老年人用餐营养参考标准”。

“满足餐饮需求能保障居家老年人基本需要,也是发展银发经济的重要着力点。”付一夫说,有关各方要基于老年人餐饮消费升级的需求,在政策扶持、市场投入、社会宣介等方面综合发力,优化消费环境,提升服务水平。

其次,加大公共服务投入力度,扩大服务业开放,增强对老年人的服务供给能力。相对于快速增长的老年消费需求,老年教育、医疗保健、旅游等产品供给仍然存在不足、不充分的问题,供给的质量和水平也有待提高。要加大公共服务财政支出力度,扩大服务业对内对外开放,引导企业提供数量更多、质量更优的适老化服务。

此外,要加快适老化产品研发。要针对老年消费者开发出性能更优的新产品。还要利用大数据、人工智能等新一代信息技术,发展反向定制产品,精准满足老年消费者的个性化需求。通过线上线下融合,拓展休闲娱乐、体育健身等消费场景,创造新的消费需求,提升老年人消费体验。

(作者为中国贸促会研究院副院长、研究员)

市场漫步

加快农村物流体系建设,提高农民电商消费便利度,是推动农村消费提速、挖掘县乡消费潜力的重要抓手

当前,电商已经成为人们购物的重要渠道。按照法律规定,网购商品在到货之日起7日内允许无理由退货。这对城市居民来说难度不大,消费者只要在网上提出退货申请,快递员就能上门取货。而对农村消费者来说,真正做到“7日内无理由退货”并不容易,通常需要自己将商品送回到快递网点,甚至还要支付额外的运费。从一定程度上说,快递物流不畅,已经成为制约农村电商消费提速的障碍。

农村消费市场是我国国内消费市场重要组成部分,物流体系是农村消费的重要保障。农业农村部近日发布的《中国数字乡村发展报告(2020年)》显示,全国农村网络零售额从2014年的1800亿元增长到2019年的1.7万亿元。到2020年上半年,快递网点已覆盖3万多个乡镇,但在不少村庄仍是空白。在一些农村,快递能送到乡镇,却很难送到村民家门口。有的地方网购冰箱、洗衣机、热水器等大件商品到达乡镇快递网点后,只能由农民自取;农民对产品不满意,或出现质量问题时,也只能自己送到乡镇快递网点,退换货难度较大。这些不便影响农民网购体验,有待进一步改进。

客观来说,大多数农村村落位置较为分散,一些村庄交通不便,构建覆盖全部乡村的物流体系成本相对较高。但也要看到,农村物流市场这一“蓝海”前景良好。现阶段,城市物流网点已接近饱和,快递公司间的竞争日趋激烈,而随着乡村振兴战略的实施,农村物流消费市场逐步激活,开拓农村地区物流市场大有可为。此外,快递进村是众多农民的期待,下大力气改善农民网购体验,是企业社会责任感的体现。

农村物流承接工业品下行,也承接农产品上行,关系着农村消费者的“钱袋子”和城市消费者的“菜篮子”。相关企业应加快技术升级,充分利用区块链、大数据、云计算、物联网和人工智能等新技术提前计算配送路径、科学规划网点设置,提升配送效率。政府部门应继续推动完善农村物流基础设施建设,提高农村物流信息化智能化水平,创新乡村快递流通运营模式,倡导电商平台和物流开展邮快合作、快快合作、驻村设点等,努力解决快递包裹被堵在进村“最后一公里”上的问题。

中央经济工作会议要求“充分挖掘县乡消费潜力”。加快农村物流体系建设,提高农民电商消费便利度,是推动农村消费提速、挖掘县乡消费潜力的重要抓手。期待社会各界紧密配合、发挥合力,推动农村物流体系建设不断提速,让更多农村消费者享受到更加便捷、舒适的购物体验,为推动农村消费潜力释放、提升农民生活品质发挥更大作用。

市场资讯

标准化研究院推动企业提升产品标准

本报电 中国标准化研究院日前联合相关行业协会在京召开2020年企业标准“领跑者”大会,共同发布百项“领跑者”标准及联合倡议。会上76家评估机构发布了2020年度第一批“领跑者”名单,包括154个产品/服务、331家企业、453项标准。会议深入宣传企业标准“领跑者”制度,促进企业标准“领跑”产品成为消费者心目中的好产品。国家市场监督管理总局表示,将依据《关于实施企业标准“领跑者”制度的意见》,进一步完善企业标准“领跑者”制度,满足消费者对产品和服务的更高需求。

(林丽鹂)

食品安全与营养健康知识大学生竞赛总决赛举行

本报电 2020年“百胜杯”食品安全与营养健康知识大学生竞赛总决赛日前在京举行。来自10个城市的高校冠军代表队通过线上竞赛系统“同场”竞技。此次大赛由中国市场监管报社、百胜中国等共同发起。参加活动的各方表示,食品安全与营养健康科普教育和宣传任重道远,需要社会各界共同参与。将进一步开展“食品安全进校园”交流活动,扩大科普教育和宣传的受众覆盖面。

(晓林)

智慧监管创新大会在海南召开

本报电 由国家药品监督管理局指导,中国健康传媒集团、海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区管理局联合主办的2020智慧监管创新大会日前在海南举行。会议深入探讨智慧工具赋能药品监管效能提升、监管创新深化产业供给侧结构性改革的路径,指出要打通不同系统的数据“壁垒”,打造全国药品智慧监管“一盘棋”。

(申少铁)

补齐物流短板 激活农村消费

唐志宏