

消费视窗

通过适老化改造,为老人提供更多个性化、多样化、品质化的产品服务——

贴合需求的暖心事越来越多

本报记者 齐志明

近日印发的《中共中央国务院关于加强新时代老龄工作的意见》提出,“着力构建老年友好型社会”“将无障碍环境建设和适老化改造纳入城市更新、城镇老旧小区改造、农村危房改造、农村人居环境整治提升统筹推进,让老年人参与社会活动更加安全方便”。

起床怕跌,走路怕摔,洗澡怕滑……日常生活中,老年人在各类高频事项和服务场景中,都有适老化改造的需求。当前,各类适老化改造进展如何?怎样才能让老年人更安全、更便利地生活?记者进行了采访。

规范市场标准

让产品和设施更安全、更贴合老人需求

“公司为我进行了适老化改造,地面做了防滑处理、卫生间安装扶手、蹲厕改坐便器、配备凳拐、安装感应灯……现在我在家生活更安心了。”家住江西南昌市青云谱区洪干社区的李大爷说。他所说的公司是青云谱区引进的江西慈孝竹居家养老有限公司,依托在智能养老、医养结合、健康管理等方面的优势,该公司联合社区开展居家养老服务。目前已建立21个社区服务站,为6.8万名老人建立了服务档案。

第七次全国人口普查数据显示,我国60岁及以上人口达到2.64亿人,占总人口的18.7%。“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出,完善社区居家养老服务网络,推进公共设施适老化改造,推动专业机构服务向社区延伸,整合利用存量资源发展社区嵌入式养老。

“政府部门对我们的住房进行提升改造,现在生活起居舒适多了。”江西贵溪市塘湾镇高坂村特困老人龚京良高兴地说。今年7月,贵溪市在文坊镇虹桥村、塘湾镇高坂村投资80万元对特困人员集中供养点进行适老化改造提升工程。该工程根据特困人员的实际情况进行“私人定制”,精准满足老年人生活需求。

“适老化改造消费在全民消费中的比重较快增长,但由于目前缺乏统一有效的适老化消费标准,不同经营主体的认识和思路不同,推出的适老化产品、技术和服务的效果也相差较大。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江介绍,“现在,有的公司只是推出了适老化概念,实际上达不到适老化消费的品质要求;有的使用起来不衔接或不通畅,直接影响适老化消费的体验效果。”

陈音江建议,结合老年人的实际消费需求,探索建立健全真正适合老年人实际需求的适老化消费标准体系,比如制定适老化消费的产品质量安全标准等,满足老年人的个性化消费需求,促进老年消费市场繁荣发展。

加大创新力度

出新招、亮实招,推出更多优质适老化服务

为实施积极应对人口老龄化国家战略,满足老年人个性化、多层次、升级化的服务消费需求,各地区各部门各类市场主体纷纷主动创新,在适老化服务上出新招、亮实招。

——助老餐饮,让老人胃暖心也暖。

“每天午饭时间一到,我就到这里来‘报到’了。你看我今天中午吃豆泡烧肉、红烧豆腐、青菜,3个菜不到15元。”南昌西湖区朝阳洲街道金圣社区居民龚建华说。今年7月,该街道以金圣社区邻里中心为载体,以免租金的条件引进了第三方经营微利性社区食堂,为居民提供专业的配餐服务。60岁以上



左图:江西南昌市青云谱区洪干社区居民谭庆云家里完成了床边安装护栏等适老化改造,老人脸上洋溢着幸福的笑容。

右图:在安徽合肥市庐阳区大杨镇十张村残疾老人葛家宝家中,工作人员在如厕区、洗浴区安装扶手。

的老人凭卡消费可享受八折优惠。

——一键叫车,老人出行更方便。

在全国老龄办指导下,中国人口福利基金会、高德打车联合启动“助老暖心出行计划”。计划主要包括:高德地图、支付宝、微信小程序三大APP上线一键叫车功能;建设1万座助老打车暖心车站,线下实现一键扫码叫车。美团打车在上海、南京试运营“一键叫车”功能,用户无需输入起点和终点,即可呼叫周边车辆。

——上门护理,打针吃药不再难。

全国老龄委数据显示,2020年我国60岁以上失能老人已超4200万人。2019年,我国确定北京等6省份开展“互联网+护理服务”试点工作,2020年将试点工作拓展至多个省份。

在四川成都市锦江区汇泉路社区,58同城到家精选平台将下单、支付、履约、售后功能接入社区微信公众号,高效整合资源、匹配供需,为老年居民提供家庭保洁、保姆等日常生活服务,线上一站式接入,线下一刻钟触达,服务1小时上门。

“基于老年人消费升级的客观需求,政府部门和社会应该采取积极有效的举措加以应对,通过在政策扶持、市场投入、社会宣传等多方面综合发力促进老年消费市场的健康可持续发展。”苏宁金融研究院高级研究员付一夫认为,要针对老年人的消费偏好和新趋势来丰富老年消费市场的服务供给,推动金融创新、旅游产品创新和健康养老创新,让老年人享受到更贴心优质的服务。

优化数字服务

解决老年人使用智能设备的困难,保护老年消费者权益

记者在采访中发,当前一些老年人运用智能技术还存在一些困难,一些产品在使用时如何保障老年消费者权益亟待引起重视。

去年11月,国务院办公厅印发《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》,聚焦老年人日常生活涉及的突发事件应急、出行、就医、消费、文娱、办事、智能化产品和服务应用等7类高频事项和服务场景,帮助老年人更好地适应并融入智慧社会。今年4月,有关部门印发通知,部署进一步抓好互联网应用适老化及无障碍改造专项行动实施工作。

为解决老年人使用智能设备的困难,各方纷纷出招。

今年9月,福建省消委会聚焦老年人消费领域,开展了电话热线适老化人工服务测评活动,对68个客户服务热线转接人工服务的便利性进行了测评。在11月9日召开的银行业、保险业电话热线人工服务适老化结果通报会上,与会的30家银行业和保险业公司代表提出不少整改意见。比如,保留和改进

传统金融服务,推进互联网应用适老化改造等。

10月,上海市消保委对新浪微博、微信、淘宝、微医等六大APP针对老年人的友好度开展测评。测评发现这些APP整体尚佳,细节仍有不足。为改善老年用户使用体验,今年重阳节上线的百度地图关怀版APP界面更加简洁清晰,方便用户上手操作,提升老年群体的智能出行体验。

“在适老型消费市场的发展中,首先需要解决的问题就是竞争秩序。老年人相对信息缺乏,因此容易被诱导和欺骗。而且,大多数老年人在上当受骗后不会主动维权。”上海市消保委副秘书长唐健盛认为,政府部门应加强标准引导和市场监管,发挥消协消保委的社会监督作用,引导适老型消费市场有序竞争。

帮助老年人跨过“数字鸿沟”

《中国互联网络发展状况统计报告》显示,中国60岁及以上的网民群体占比为11.2%,网民的增长主体由青年群体向未成年和老年群体转化的趋势日益明显。然而,老年人、残障人士等群体,在突飞猛进的数字生活中往往落在了后面。

为了让老年人能够平等便捷地获取信息,顺畅使用新一代新兴和智能技术,2020年国务院办公厅、工信部等先后印发了《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》《互联网应用适老化及无障碍改造专项行动方案》等文件,各地随即开展了一系列工作。

互联网企业纷纷推出“老年版”“大字版”APP,帮助老人跨过“数字鸿沟”。通过优化界面、简化程序、增加功能等方式,不少网站和手机应用程序更加贴近老年人的需求。适老化改造在充分应用技术的

同时,更要重视人文关怀。老年人有独特的生活习惯,要让老人不但会而且愿用产品,就要从产品设计之初就考虑适老化问题。百度APP适老化版本推出一系列功能,多方位满足了老年人对手机的特殊需求:除了适应老年人的使用习惯将字号放大外,基于大数据分析,在内容呈现上充分考虑老年人对于国际新闻、健康养生知识、生活技巧的需求,突出视频、音频和生活服务。

专家认为,APP适老化改造既要“加速度”,更要“增温度”,将中华民族敬老尊老的优良传统融入其中,方能让老年人在信息化发展中有更多获得感、幸福感、安全感。(齐文)

延伸阅读

市场漫步

推动互联网广告行业健康发展,监管需要及时迭代升级,同时也要广泛依靠社会力量,畅通消费者投诉、加强广告主自律、强化行业协会监督,特别是要充分发挥相关平台的积极性主动性,完善平台治理规则

市场监管总局日前公布2021年度医疗美容领域反不正当竞争执法典型案例,明确提出要整治通过“软文”“种草笔记”等形式进行植入推广、虚假营销等变相诱导公众行为。

“种草”一般是指宣传某种商品的优异品质以诱导购买的行为。“种草”由来已久,最早流行于各类美妆论坛与社区,直到移动互联网时代大量扩散到社交媒体平台、短视频平台、内容分享社区。这其中哪些是内容分享,哪些是商业营销,消费者往往很难辨别。

当前,自媒体“种草”逐渐成为商业营销宣传的新模式,其主要运营方式是品牌主或品牌代理商委托相应市场主体在相关平台通过被委托公司旗下自媒体、账号等发布所谓商品使用心得文章,并在互联网平台购买信息流量进行推广,利用消费者从众心理达到引流、“种草”的效果。

内容分享和广告营销界定不清,消费者权益就可能受损。事实上,多家平台都曾陷入内容造假风波,伪造消费者的“种草笔记”,其实是利用人们对原创内容的信任,招募写手代写、代发所谓的消费心得。这种“种草笔记”通过用户画像精准推送,极易激发一些用户的购买欲望。更有一些“种草笔记”含有虚假宣传、夸大其词的内容,让不少消费者吃亏上当。

当前,纯粹内容分享和广告营销的界限亟待厘清。分享还是广告,一个重要的判断依据是“种草”内容的发布者是否与商家签订合同或者有所约定、收取费用进行宣传推广。如果构成广告,相关发布者必须履行广告法规定的相关义务,查验有关证明文件,核对广告内容,对内容不符或者证明文件不全的广告不得发布。

事实上,不仅消费者难以从“种草”内容中分辨背后是否签署商业合约,广告监管部门也很难在海量信息监测中快速甄别哪些是分享,哪些是广告。一些商家和博主以分享的名义搞营销,甚至虚假宣传,是不是有可能逃避监管呢?此次曝光的医疗美容领域反不正当竞争执法典型案例让人拍手叫好。从这些案例中可以看到,只要经营者对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者,就违反了反不正当竞争法,同样会受到处罚。

更为重要的是,应着力压实相关平台的主体责任。进一步完善互联网平台分级分类管理机制,明确平台法律责任,推动平台完善运营规则,加强内容巡查。平台也应自觉担起主体责任,不能任由代写代发等灰色产业发展。否则,消费者终将离开充斥虚假宣传的内容分享平台,平台自身的长远发展也将无从谈起。

面对互联网广告新业态的快速发展,推动互联网广告行业健康发展,监管需要及时迭代升级,同时也要广泛依靠社会力量,畅通消费者投诉、加强广告主自律、强化行业协会监督,特别是要充分发挥相关平台的积极性主动性,完善平台治理规则。

市场资讯

打击网售假冒检验检测报告专项行动见成效

本报电 打击网售假冒检验检测报告违法行为专项整治行动取得显著成效,各地市场监管部门共督促1886家网络交易平台审核平台内经营者检验检测资质,合计核平台内经营者48万家,核查销售信息1195万件,处置违法违规经营者2321家。目前多家电商平台已采取清理存量商品、管控增量商品等管控措施,加强对入驻商家主体信息审核和日常检查。同时,市场监管部门大力倡导行业自律。在日前举办的“全国检验检测机构开放日”启动仪式上,共有1.36万家检验检测机构自愿签署诚信守法承诺书。下一步,市场监管总局将探索完善网络交易平台监测机制,持续强化线上线下检验检测市场监管,营造良好市场环境。(林丽鹂)

京东中华地标助农馆上线启动

本报电 京东中国特色·中华地标助农馆日前上线启动,这是国内大型电商平台首次以地理标志产品专馆的形式集中展示。首批上线产品约1500种,主要以国家乡村振兴重点帮扶县产品为主。

近年来地理标志产品以其独特的品种稀缺性、生产区域性、品牌公用性等诸多专有属性,为越来越多的消费者所熟悉。但同时也存在市场认知度不高、地理标志产品市场供需不畅等问题。据介绍,京东中华地标助农馆在平台设立之初就严格界定了地理标志产品归属,清晰区分农业地标、工业地标、文旅地标、国际地标、地标知识普及等5个板块,对于进一步树立地理标志产品品牌、巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接具有积极作用。(辛文)

打通线上线下 推动产业发展

直播带货助力乡村振兴

晓 齐

供销合作总社等17部门印发的《关于加强县域商业体系建设 促进农村消费的意见》提出,“支持企业数字化、连锁化转型”“扩大农村电商覆盖面”。当前,网络购物、直播带货等一系列新模式快速发展,缩短了消费者的购买决策链路,打通了线上线下的消费场景,成为企业转型、产业发展以及乡村振兴的“助推器”。

10月22日,在第二十八届中国杨凌农业高新科技成果博览会上,陕西供销电商集团

将35家参展商的200余种商品上线“小供优选”官方账号,同步在抖音直播平台和微信直播平台直播带货,4天8场直播,累计观看人数25万人次,现场线上销售额为3.6万元,带动线下销售额220万元。

“让互联网为供销品牌赋能增效,争取打造陕西供销电商特色农产品品牌体系。”陕西供销易购电子商务有限公司总经理陈涛说。

中华全国供销合作总社发布的数据显示,前三季度,供销系统电子商务等新型业务

加快发展,线上销售规模和电商平台运营能力加快提升,电子商务销售同比增长40.2%,比全国实物商品网上零售额增速高出25个百分点,占供销社销售总额的比重由去年同期的5.9%提升到6.9%。

今年8月,相关部门发布《关于加强“十四五”时期商务领域标准化建设的指导意见》提出,加强电子商务新业态新模式标准建设,促进直播电商、社交电商等规范发展。北京工商大学商业经济研究所所长洪涛认为,要加快线上线下融合发展步伐,加强商务领域数字技术应用标准体系建设,推动商贸流通高质量发展,让消费潜力充分释放。

消费万花筒