

不挤脚、易穿脱，专为老年人设计——

# 穿上老人鞋，安全更舒适

本报记者

王 者

曲线的防滑纹路设计、“三段防滑设计”，这就是我打球敢迈步子的奥秘。”为让球友们更真切感受鞋底的防滑性能，吕素贞还不忘起身用力踩上几脚，又果断向前迈上几步。

穿脱方便也是吕素贞选择这款鞋的重要原因之一。过去，想要穿鞋，她都要俯身提上鞋跟，再弯腰系紧鞋带，如今，这款鞋采用易穿脱的鞋舌设计，把脚伸进鞋内，用力一蹬，鞋跟自动鼓起贴合，几秒钟工夫就能把鞋穿好。

每天早晨打乒乓球是吕素贞雷打不动的生活习惯，这两年，随着年龄的增长，在打球时她总觉得脚底下“不太得劲”。

“运动时穿布鞋容易断底，还不防滑，穿传统的运动鞋，系鞋带麻烦不说，还有踩到鞋带摔倒的风险。”吕素贞总想着换一双合脚的鞋子，“要是有一双专门为老年人量身定制的鞋子就好了。”

周一大早，吕素贞和老伴任文明来到家门口的商场，走进一家专门售卖老人鞋的店铺，准备选购合适的老人鞋。

去年7月，我国首个老人鞋国家标准正式实施。老人鞋国家标准充分考虑到老年人对鞋的特殊需求，对老人鞋的款式设计、防滑性能、整鞋减震性能、保温性能等均做出详细规定。标准出台以后，一些厂家纷纷按照国家标准设计生产老人鞋，推出新款进行销售。

老人鞋设计讲究不少。为了让老人穿鞋不挤脚，鞋头都设计成圆头或宽头；为保障老年人夜间行走安全，鞋的后帮正后部或外侧面上贴有反光条（带）……“叔叔阿姨放心选购，咱家的鞋全部符合国家标准。”经店面负责人李云推介，吕素贞选了一款灰色的运动款老人鞋，任文明挑选了一款棕色休闲款老人鞋。鞋子明码标价299元，买两双还优惠100元，两双鞋最终花费498元。

送别吕素贞老两口，李云又起身迎接新到店的顾客。忙忙碌碌一上午，李云和同事一同接待了20多位前来选鞋的老人，销售了7双老人鞋。

李云接触老人鞋行业只有6年时间，却已经经营了7家专门卖老人鞋的店铺。

2019年，她应聘成为滕州市一家老人鞋销售店铺的店员，为进店消费的老年介绍相关产品。2020年，李云决心开一家自己的门店，专门销售老人鞋。从一名普通店员，到下决心独立经营门店，李云正是看中了银发经济释放出的巨大消费潜能。

“老年人对生活质量的要求日益提升，对足部健康的关注也越来越多，他们对能够提供良好支撑、减震效果好且有助于预防脚部疾病的鞋，需求肯定也会增加。”李云说。几年来，李云经营的店铺客流和销售额逐年增长，从一家门店一年卖出3000双鞋，发展到在全市范围内有7家门店，其中滕州市就有4家。2024年，7家店一共卖掉3万多双鞋，全年销售额达500万元。李云愈发坚定在这个领域深耕的决心。

如今，李云正在忙着为自己的第八家店进行选址，“银发经济前景广阔，我们再加把劲！”李云信心满满地说。



## R链接

### 选购老人鞋要注意什么

“鞋会开胶吗？”“防滑性能怎么样？”不少老年人都很关注鞋子的品质。

随着老年人对老人鞋需求的日益旺盛，市场上老人鞋的品牌和种类如雨后春笋般涌现。在选购过程中，为了买到品质过关、性能优良的老人鞋产品，老年朋友一定要多留意，仔细观察鞋的品质。

“首先，购买过程中，打开鞋盒，要先闻一下有没有刺鼻的异味。”山东省市场监管局质量监督处处长刘波提示。

其次，一定要用手去体验鞋子的质感，压鞋面、折叠鞋底，仔细检查鞋子性能。检查鞋子时，将手伸入鞋内，轻按前掌部位，确认其厚度。检查鞋底时，用手弯折鞋底，质量好的鞋底富有弹性，软硬适中，花纹清晰，这样才能有较好的缓冲和防滑性能。此外，近几年，市场上存在不少老人鞋假冒伪劣产品，

选购老人鞋最好去正规的商场或者店铺。“仔细查看鞋子和内外包装上的标识信息，选择标识齐全的商品，不要购买‘三无’产品。”刘波说，“要重点查看产品有没有质量检验合格证明；有没有用中文标明的产品名称、生产厂家名和厂址，执行的产品标准等信息。”

购买老人鞋时，最好索要发票和相关凭证。网络购物时要保存好网络交易相关信息资料和支付凭证。如发现购买到假冒伪劣产品，可以及时拨打12345等热线电话依法维权。

尤其需要注意的是，再好的鞋也不是万能的，要根据活动需要选择合适的鞋。不论穿什么鞋，活动时都要注意安全、量力而为。雨雪天气时外出，以及在大理石地面上、不平坦的路段行走，都要格外小心。

四部门联合印发通知

### 加强货车司机帮扶救助

本报北京7月8日电 （记者韩鑫）交通运输部等4部门近日联合印发《关于加强运输途中意外伤亡货车司机帮扶救助的通知》，提出加强职业伤害保障。北京、天津等17个新就业形态人员职业伤害保障试点省份人力资源和社会保障部门、交通运输部门，要指导相关平台企业，推进同城货运行业职业伤害保障应保尽保，研究探索干线货运司机工伤保障政策。

通知明确以关爱货车司机健康为目标，开展“货车司机护航”专项行动，整合社会资源，组织社会力量，为运输途中意外伤亡和突发重大疾病货车司机提供健康医疗、关怀慰问、车货护送、善后处置等帮扶救助服务。

按照通知，各地工会组织、交通

运输部门要会同中国职工保险互助会积极开展货车司机职工互助保险，为意外伤害、重大疾病货车司机提供互助互济保障。北京、山西等17个省份要结合本地实际，积极探索推出货车司机职工互助保险，为货车司机提供意外伤害、突发重大疾病等保障。鼓励各地加大经费补助，为货车司机赠送职工互助保险。

通知提出，各地民政部门要及时将符合条件的货车司机及其家属纳入社会救助范围，发现存在医疗、住房、教育、就业等专项救助需求的，推送至相关部门。同时积极开展高速公路服务区“司机之家”标准化规范化提升行动，免费为货车司机提供停车休息、热水供应、饭菜加热、淋浴、洗衣等基本服务。

## 甘肃天水幼儿血铅异常来源查明

### 系后厨违规添加彩绘颜料制作食品

新华社兰州7月8日电 8日上午，甘肃省天水市联合调查组公布了当地幼儿血铅异常事件的调查结果。经公安机关侦查，褐石培心幼儿园园长、法定代表人朱某琳，投资人李某芳，同意该园后厨人员通过网络平台购买彩绘颜料，稀释后用于部分食品制作。

通报称，3日凌晨，公安部门将其藏匿的剩余颜料查获。经检验，查获颜料含铅（包装明确标识不可食用）。麦积区联合工作组发现，褐石培心幼儿园两份留样的三色红枣发糕、玉米卷肠包铅含量分别为1052毫克/千克、1340毫克/千克，均超出食品安全国家标准中食品污染物限量0.5毫克/千克的标准。

这家幼儿园位于天水市麦积区褐石小区，2022年6月取得办学资格证，8月下旬正式招生入园，性质为

民办幼儿园，现就读幼儿251人。截至7日晚10时，251名幼儿已全部检测。经国家、省联合医疗专家组根据血铅标准认定，血铅异常233人、正常18人。

事发后，甘肃省卫生健康委员会派出中毒、重症、儿科等相关方面专家6人赴天水。4日，国家卫生健康委、国家疾控局调派3名专家赴甘肃开展指导救治。同时，由国家以及甘肃、陕西、湖南、重庆等地相关专家组组成的联合医疗救治专家组开展医疗救治工作。

目前，公安机关以涉嫌生产有毒、有害食品罪，将朱某琳、李某芳等8人依法刑事拘留，对另外两人依法采取取保候审强制措施。纪检监察机关已启动调查程序，对监管失职、渎职的人员，将依规依纪依法严肃追责问责。

本版责编：程 晨 陆凡冰 李祉瑶  
版式设计：张丹峰



# 劲牌：以用户为中心 全面推进“四个友好”型企业文化建设

劲牌有限公司（简称“劲牌”）是一家健康产品企业，专注于保健酒、草本白酒、中草药三大健康业务。劲牌1953年诞生于湖北省大冶市，70多年来始终坚持长期发展理念，不断探索企业可持续发展路径。2025年，劲牌以用户为中心，全面推进用户友好、客户友好、员工友好、社会友好“四个友好”型企业文化建设，实现企业与用户、客户、员工、社会共同发展的长期价值。

## 以用户友好为基 做好产品和服务

今年以来，劲牌积极践行用户友好，将理念变成行动——

4月，劲牌将产品包装由透明玻璃瓶升级为棕色瓶，有利于酒品品质长期稳定，尽管原料成本比透明玻璃瓶高，但更换新包装后的成品价格不变。

7月，毛铺草本酒新品定型，运用5项以上专利，融入5味草本精华，酒体均为5年以上的陶缸陈酿，以真材实料带给用户全新体验。

多年来，劲牌坚持用户友好理念，旗下所有产品和服务皆聚焦用户相关健康需求。

科技创新方面，劲牌将中药指纹图谱、科学提取两大关键技术用于生产，每年投入销售额3%以上的资金用于产品研发和升级。

产品开发方面，劲牌坚持“八原则”，即用户洞察、定位清晰、价值独特、名副其实、定价合理、品质第一、结构合理和低碳环保。

产品品质方面，劲牌建设原酒基地、原料基地等，配套完善湖北黄石清香、四川宜宾浓香、贵州茅台镇酱香“三香”原酒基地建设，原酒产能和储能均居行业前列。

产品包装方面，劲牌推行简约环保包装，并在包装上展示产品溯源信息和“碳足迹”。

产品定价方面，劲牌坚持践行质价相符、高性价比、明码实价的定价理念。

## 以客户友好为翼 共同服务消费者

6月6日，劲牌开启第六期全国合作20年以上经销商及亲友团回厂交流活动。

目前，与劲牌合作客户中，合作年限最长的已达39年，204家合作超20年、19家超30年。

劲牌认为，客户是企业发展的重要影响因素，包含生态链上的所有合作方。劲牌坚持与客户建立阳光透明、和谐相处、共同进步、互利共赢的合作关系。

在选择合作伙伴时，劲牌以企业价值观契合为合作出发点，与客户共同成长，实现客户黏性与双方品牌价值增长的正向循环。凭借劲牌的持续订单支持，供应链包装企业劲佳科技已连续7年跻身印刷包装百强。

劲牌将培育合作伙伴的可持续发展动能置于重要位置。针对行业压货痛点，劲牌推行“非饱和销售”，通过动销数据实时调控供货量，既保证市场“良性库存”，也保障经销商和终端客户的合理利润。

从交易关系到价值共生，劲牌与客户构建“长情生态”，通过与客户的合作输出多维价值，最终实现“让价值流动回归用户”的目标。

## 以员工友好为本 激发企业原动力

劲牌为每一位职工提供了周到完善的服务和人文关怀。劲牌员工享有重疾医保外费用全报销、非重疾报销60%的保障；员工生育二孩及三孩，可获得1—2万元现金奖励。此外，还有新员工安家费、“劲宝宝”升学获助学金等。2024年，劲牌员工福利支出超1.6亿元。

劲牌注重人才培育，目前已培养出7位享受国务院政府特殊津贴专家、2位中国酿酒大师等高层次人才。同时，劲牌强化员工知识和技能提升及

价值观念塑造。劲牌已坚持“每月读一本书”制度20年，设书房并报销员工学习考证费用。早会传递企业文化，低碳办公、食堂光盘行动等细节塑造共同价值观，实现“员工成长—企业发展”的双向赋能。

劲牌让员工在物质保障、精神认同与职业发展中获得归属感，最大限度激发员工积极性，让企业获得可持续发展的内生动力，进而实现产品质量的提升和服务水平的提高。

## 以社会友好为根 构建友好生态链

近日，毛铺草本年份酒包装再次换新，通过工艺优化与升级，实现不同年份产品碳足迹减少36.5%至48.2%。

劲牌构建产品全周期环保管理体系，设立严格的环保标准。同时，成立循环经济事业部，实现酒糟、中药渣等固废100%资源化利用。劲牌成功获评“国家级绿色工厂”，成为全产业链绿色标杆。

劲牌的公益脚步从绿色实践延伸至民生保障领域。投入近9亿元完成王英水库引水工程，保障百万名居民饮水。“劲牌阳光学子”培养计划已累计捐资5.2亿元，助全国4.7万名贫困学子圆梦大学。劲牌布局投资建成7个原酒酿造基地，吸纳当地剩余劳动力就业。

劲牌累计投入12.23亿元精准扶贫资金，惠及全国500余万名群众，公司荣获“全国脱贫攻坚先进集体”称号。截至2024年，劲牌公益捐赠达37.21亿元，四次获“中华慈善奖”。

劲牌认为，“四个友好”依次递进、彼此依存、紧密相连，并形成“价值来源—价值传递—价值创造—价值延伸”的可持续性闭环，是企业健康可持续发展的良性生态。未来，劲牌将持续推进“四个友好”型企业建设，打造友好型企业标杆，推动健康产业行稳致远。

数据来源：劲牌有限公司