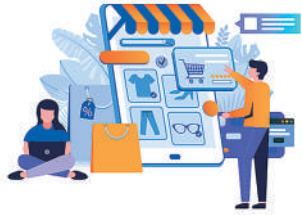


扩大银发产品有效供给——

“养老刚需”也是产业蓝海

本报记者 李 婕



“十五五”消费新图鉴④

适老化产品增速显著，但供给规模和人口基数相比仍存在明显不足

银发产品有啥？

在电商平台上搜索“银发”“适老化”等关键词，助行器、助浴器、各类扶手、理疗仪器、康复训练器械、呼叫铃等映入眼帘。功能辅助，是这些产品呈现的一大特点，也是不少老年人群的“刚需”。

国家统计局数据显示，截至2025年末，全国60周岁及以上老年人口32338万人，占总人口的23.0%。市场监管总局发布的数据显示，截至2025年4月底，全国消费品品种总量21860.4万种，其中适老化产品总量21.6万种，涉及近1万家企业。拐杖、轮椅、代步车等助行产品，日常生活辅助用品，居家安全产品，护理用品，康复训练器材，健康监测设备等均增长明显。

“整体数据显示，尽管适老化产品增速显著，但供给规模和人口基数相比仍存在明显不足，市场开发空间可观。”市场监管总局有关负责人表示。

银发群体实际感受如何？

中国老龄协会今年发布的《银发消费的现状与趋势》报告显示，从备老和银发群体自述的需求和消费情况看，功能性食品及衣着需求比例最高，超出70%；居家适老化改造处于第二梯队，智慧产品、抗衰老产品及技术处于第三梯队。“总体上看，绝大部分领域的需求比例明显高于消费比例，备老和银发群体的需求有待进一步满足。”报告称。

传统观点认为老年人“重储蓄、轻消费”，但随着越来越多受过良好教育、收入水平较高的人群进入老年或备老阶段，这种情况正在发生变化。

近期发布的《上海市银发经济发展报告（2025）》显示，“新退休群体”成为消费主力，文旅旅游、养生保健、智能好物等品质消费需求暴涨，代际孝亲消费、备老消费同步崛起，银发消费生态持续丰富。从“存钱养老”到“乐享晚年”，上海银发消费完成从基础刚需向品质享受的转型，成为城市消费新增长极。

全国层面，看几组数据：2025年，居家适老化改造纳入家装厨卫“焕新”补贴范围，带动适老产品销售721万件；全年实施适老化无障碍改造小区9000余个；全国开行旅游列车2485列，旅居养老人次超8000万。

“20世纪50年代以后出生的老年人，随着收入水平逐步提升，生活方式受到互联网、人工智能、大数据等新技术影响，消费需求和消费偏好均呈现多样化特征。”南开大学经济学院教授原新认为，根据人口发展规律，50后以及部分60后现已步入老龄阶段。随着这一群体规模逐步扩大，他们对美好生活的需求正催生出一个生机盎然的消费领域。

逢年过节，想给父母买点趁手好物？未来将迎来更多选择。

《扩大消费“十五五”规划》明确提出，扩大银发产品有效供给。面向老年人品质生活需要，加强适老化日用产品、老年休闲陪护产品、功能性老年服饰、康复辅助器具等的研发设计

生产，开发应用养老服务机器人、多功能护理床、健康监测设备等急需产品。

截至2025年，我国老年人口占比已达23%。综合多方面情况看，目前银发产品持续增加，但供给规模、层次与需求相比仍有差距。这不仅意味着民生痛点，也是亟待挖掘的产业蓝海。



▲近日，2026山西银发经济合作交流活动在山西省太原市举办。图为观众在展会上体验单关节外骨骼智能机器人。
范根林摄（人民视觉）

研发生产脚步加快，银发经济相关赛道增长动能持续增强

产品只需在设计上精准匹配老年人的需求和特点，并没有成本上的增加。”王祺介绍，比如好的助行器，轻便实用，但价格并不高，很受欢迎。

不过，不管什么价位，好的适老化产品，一定要基于需求洞察，实打实满足银发群体的日常需要。松下开发了一款淋浴椅，主要用来解决老人行动不便、洗澡怕滑等问题，外观看起来似乎并不复杂，但背后有许多人性化的设计。比如，配色为什么用橘黄？王祺解释，因为对一些特殊人群例如阿尔茨海默病患者来说，颜色太艳丽会刺激感官，太暗淡又容易导致视觉不清晰，所以橘黄是最佳的选择。

“我们会不断加强适老化产品研发，针对银发群体的真实需求持续优化迭代产品，让他们乐用、爱用。”王祺说。

众多企业都在加快研发、生产的脚步，银发经济相关赛道增长动能持续增强。国家税务总局增值税发票数据显示，2025年上半年，适老类健身器材制造、康复辅具制造、营养保健食品制造销售收入同比分别增长14.7%、12.1%、6.9%；智慧养老技术服务、老年智能与可穿戴装备制造销售收入增速更为显著，分别达到33.7%和32.6%。同期，全国从事银发产品生产制造的主体户数同比增长14.1%。

原新认为，当前，老年人多元化、差异化、个性化的需求正变得越来越旺盛和迫切。推动银发经济扩容提质，要加强老年用品研发和推广，不断丰富养老服务场景，强化质量监管，能够更好地满足老年人需求。

懂科技、爱时尚、有活力、重品质，银发经济需求扩容与结构升级并行

除了“康复”“辅助”等关键词之外，越来越多懂科技、爱时尚、有活力、重品质的老年人正在进入大众视野，他们关于快乐、



▲第十二届中国国际养老服务业博览会近日在北京举办。图为参观者在体验多合一康复训练系统。
陈晓根摄（人民视觉）

细化产品分类、升级质量要求——

野营帐篷有了新国标

孙匡毅 孔德晨

一次户外露营中，夜间突然下起中雨，江苏小伙宋恺迪原以为自己购买的帐篷能够轻松应对——商品页面上标注着较高的防雨等级。没过多久，帐篷内侧底部开始渗水返潮，连睡袋边角也被打湿。“我发现，买帐篷如果只能看商家给出的参数，很难判断防水性能到底怎么样。”宋恺迪说。

帐篷能否经得住一场雨？不同天气和户外环境究竟需要什么性能的产品？随着露营从小众爱好走向大众休闲，一块帐篷布的防水和耐用性能受到的关注也越来越多。近日，国家市场监督管理总局发布《野营帐篷和遮阳篷用织物》国家标准（以下简称“新国标”），将于2027年8月1日起实施，代替2016年发布的版本。新国标规定了各类野营帐篷用外帐织物和遮阳篷用织物的质量技术要求，旨在引导企业提高户外纺织品功能性指标，提升消费者户外露营的使用体验。

新国标推出的背后，是不断扩大的露营消费需求。中国文化产业协会沉浸式文旅产业专业委员会主任委员卜希霆认为，当前露营经济正在从“流量引导”进入“品质深耕”的换挡期。他援引艾媒咨询数据介绍，2024年中国露营经济核心市场规模达2139.7亿元，2025年升至超2400亿元，并带动上下游产业链规模突破1.44万亿元。同时，行业竞争也逐渐从快速扩张转向产品品质、场景运营和消费体验的比拼。

此次新国标主要从产品分类、质量指标和检测方法3个方面进行调整。

首先，产品分类更加突出不同使用场景。2016版标准已经按照产品特性和使用环境分为Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ三类：Ⅰ类主要用于晴天、频繁短期使用，Ⅱ类适用于阴天或下雨天气，Ⅲ类适用于登山、探险、雪地以及长期居住等场景。三类均适用于遮阳篷和野营帐篷织物。新版标准进一步调整了分类边界：Ⅰ类主要用于晴天短期使用；Ⅱ类用于阴天或下雨天气，但不适用于极端或高山气候；Ⅲ类面向登山、探险、雪地等全气候条件或长期居住场景。与此同时，Ⅱ类和Ⅲ类不再将遮阳篷纳入适用范围，更明确地针对野营帐篷外帐织物提出要求。

其次，多项质量指标也进行了调整。其中最直观的是防水性能。旧版标准中Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ类产品防水性能最低要求分别为10、15、20千帕，新标准提高至15、20、30千帕。标准还重新设定了断裂强力、撕破强力等指标，其中撕破强力进一步区分涂层织物和非涂层织物，针对不同材料设置差异化要求。此外，标准还增加了耐湿摩擦色牢度要求，Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ类分别不低于3至4级、4级和5级；外观质量中新增幅宽偏差指标，控制在-3%至+3%之间。

最后，新国标不仅调整“测什么”，也进一步规范“怎么测”。断裂强力测试由原来的“条样法”调整为“抓样法”，撕破强力则由“梯形试样法”改为“裤形试样法”；防水、防寒、耐气候、耐光和燃烧性能等试验方法均进行了更新，并新增耐湿摩擦色牢度和幅宽测试方法。

以防水测试为例，新国标明确试验用水温度保持在20±2摄氏度，通过更新和细化试验方法，进一步完善了帐篷织物性能的检测评价体系。

在产业端，新国标也可能带来连锁影响。卜希霆认为，更明确的技术指标将为营地运营商采购提供清晰参考，也将推动装备厂商实质性技术门槛提升，进一步压缩低价低质产品的生存空间，有助于引导行业企业加强在材料性能、产品品质、场景适配等方面的竞争。对上游企业而言，功能性面料也将迎来新的研发空间，整个产业链将从“价格内卷”转向“价值比拼”。

卜希霆认为，随着露营消费由尝鲜逐步走向常态，未来装备专业化与场景细分化、“装备+营地+内容”综合体验服务化、绿色低碳理念深化等趋势还将进一步显现。“新国标划定的不仅是一顶帐篷的技术底线，更是一个产业行稳致远的起点。”卜希霆说。



▲安徽省淮北市中湖湿地公园内，市民搭建帐篷休闲游玩。
王 文摄（人民视觉）

本报北京电（记者孔德晨）国家市场监督管理总局日前发布的数据显示，截至今年6月底，全国绿色建材认证获证企业达5725家，有效证书11094张，带动全国绿色建材营收近1300亿元，比上年同期增长超过10%，预计到2026年底全国绿色建材营收规模突破3000亿元，产业发展质效稳步提升。

市场监管总局联合住房和城乡建设部、工业和信息化部，逐步将建筑门窗、预拌混凝土、石材等6大类72种产品纳入绿色建材认证范畴，实施覆盖原材料开采、生产制造、使用流通至回收处置的全生命周期质量管控。在认证结果推广应用方面，市场监管总局配合财政部等部门大力推进“政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升政策”落地，推动政府采购工程建设在设计、招标、施工、结算全流程中优先选用获证绿色建材。截至目前，该政策已覆盖全国101个城市，落地1080个政府采购工程项目，绿色建材采购总额达3800亿元，显著提升城市建设“含绿量”与建筑品质。

同时，绿色建材认证服务持续向基层延伸，广泛应用于农村自建房、乡村道路、污水管网、人居环境整治等乡村重点建设场景，有效拉动农村绿色消费超200亿元。经测算，绿色建材认证产品每年可实现减碳超3000万吨，为美丽乡村建设与乡村全面振兴提供坚实支撑。

全国绿色建材认证企业超五千家