

“适老”家电营造安心生活

本报记者 郭静原

在消费需求激增和国家政策利好的双轮驱动下,适老化改造已成为当之无愧的家居蓝海消费新风口。

当前我国人口老龄化程度日渐加深。第七次全国人口普查结果显示,2020年我国60岁及以上人口为2.64亿人,占比达18.7%;且在我国“9073”的养老格局下,90%左右的老人选择居家养老。如何更好地照顾和关爱老人,使他们能够在舒适、安全的环境中生活,成为一个重要议题。

在居家场景里,智能化、适老化家电技术的出现,为保障老年人健康和生​​活质量提供了新的解决方案。不过,老年人作为特殊消费群体,心理和行为特征与年轻消费人群存在很大差异,特别是近年来独居、空巢老人日益增多,他们使用家电产品时的安全及产品不适用问题日益凸显。老年人究竟需要什么样的智能家电产品?适老化产品的研发设计有标准可循吗?记者就此进行了采访。

设计更加友好

面对银发经济广阔的市场前景,越来越多的企业围绕适老化业务开展布局和延伸。美的推出高科技适老化家电品牌“美颐享”;海尔成立适老产业平台,构建全屋居家适老生态体系;格力发布了遥控器按键排列更简单、字体也更大的“馨天翁”系列空调;松下推出了包括智能电动床、折叠淋浴椅等帮助老年人日常生活和起居出行的产品……“适老化”正在家电、家居领域加速落地。

生活中,这些产品是否真的对老年人更友好呢?记者在某电商平台搜索“老人家电”时,排名靠前两款产品的客服都给出对老年人“简单易上手”的答复,并表示上门安装时工作人员会对产品进行具体操作讲解;在走访一些家电品牌时,导购都能针对“适合老年人使用”要求推荐机型,这些产品一般功能都比较简单。“但对老年人还需要反复教学,可能第一遍教会了,后面又忘了。”北京西红门苏宁易购销售员王冬梅说。

“目前,家电产品大多基于使用对象为一般普通消费群体设计,对于老年人等特殊人群使用产品的情况并未充分考虑。”中国家用电器研究院高级工程师郭丽珍表示,尤其是当前我国正处于人口老龄化的快速发展阶段,这就要求在产品、标准制定等方面都不能忽视“老年人需求”,从而衍生出适老化产品的概念。

阿里消费数据显示,2020年至2022年,淘系居家养老空间市场销售金额复合增长率近20%,2022年销售规模超百亿元。同时,在政策导向下,无论是北上广深等一线城市还是基层县城,都在积极推动适老化改造和更新,有效带动居家适老化产品服务供给从杂乱、同质走向体系化、多元化。

基于海尔智家多年的适老化家电研发,海尔就以用户体验的便利化为方向,在安全、健康、人性化等方面进行创新:大字体大按键的关爱系列洗衣机、能听懂老人方言和口音的AI语音智慧保鲜冰箱、可联动智能枕感受老人睡眠状态的卡萨帝银河空调……都是海尔结合老年用户需求,在适老化方面进行的探索。

“智能家电适老化产品不仅要满足智慧

控制,更应该服务于人。老年人对智能家电、智慧家庭的需求,本质上是一种对场景的需求。以厨房场景为例,他们要的不是一个冰箱、烤箱,而是想要食物储藏得更新鲜、吃得更健康。”海尔智家适老家电业务负责人表示,目前海尔在产品、场景和生态方面都已进行了适老化全面布局,立足从“单品智能一成套互联一场定制一生态服务”的发展脉络,持续完善适老生态,为应对人口老龄化问题提供解决思路。

着眼用户引导

智能经济和银发经济都是大势所趋,但从实际情况来看,适老化产品增长并没有预想的那样显著。据相关数据,作为适老化家电代表的前排选手,2022年2月至2023年1月一个滚动年内,美颐享相关产品在淘宝天猫平台的销售额仅有1300.8万元,而美的仅于2022年“双11”期间,就在天猫上卖出了135亿元。这个销售成绩显然与银发经济的潜力极不匹配。

在北京工作的江西姑娘吴晓珍总爱在逢年过节时给远在异乡的父母购置一批智能家电产品,代替自己陪伴老人。但她也向记者说出了一点困惑:“我给爸妈买过智能音箱、洗碗机、扫地机……可他们总说按键不灵敏、看不懂操作界面上的符号,一旦按错了回不去,把他们也急得够呛,最后都懒得用了,可这些产品不都标榜着智能吗?”

老年人究竟需要什么样的适老化产品?《2023中国居家养老空间消费趋势洞察》报告显示,当前居家养老相关产品消费以孝敬经济为主导,子女消费群体占比超七成。子女为父母进行居家适老改造的驱动因素为发现体力下降、记忆力衰退和健康担忧,而中老年人则更多因为发生过安全意外和居住生活体验不佳而进行改造。

在居然之家智能软装事业部总经理郭晋勇看来,相对于年轻消费群体更加注重产品的功能丰富性和个性化定制,老年人更倾向于简单、直观的操作界面和功能设计,他们对产品的安全性和便利性有更高的要求。此外,老人对于健康管理 and 关怀方面的需求更为突出,譬如健康监测、智能提醒、紧急求助等功能,他们也会关注产品是否能够提供定制化的健康服务。

“我们卖场推出的一款适合老年人使用



观众在深圳智慧养老展上了解智慧长者助餐系统。
新华社记者 梁旭摄

的智能家居控制系统和智能床垫销量都很不错。正是基于产品通过了专业评估和测试,确保符合老年人使用习惯和生活需求,同时能够为老人提供贴心的定制化家居设计和安装服务,从而营造舒适、安全的居住环境。”郭晋勇认为,产品提供商和行业各方需共同努力,持续开展用户教育和培训,改善产品的易用性和用户体验,加强安全和隐私保护,以及提供更多价格合理的产品选择,都是解决智能产品落地问题的关键。

近年来,中老年人自我改善意识有所觉醒,适老化改造理念普及率提升,但行动率依旧偏低。京东零售建材业务部负责人荣宇也提到了针对老年消费群体的“引导”,“老年人并不知道有些商品是适合自己的,年轻子女也不知道老年人其实在生活上一些不便利的问题都是可以通过产品解决的。因此在适老化领域,特别要重视对消费群体的引导,从而让更多老人购买和普及。”

强化标准供给

2022年,国务院印发《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》,其中要求发展壮大老年用品产业,重点开发适老化家电、家具等日用品。可以预见,在消费需求激增和国家政策利好的双轮驱动下,适老化改造已成为当之无愧的家居蓝海消费新风口。

企业如何做,已经有标准可循。近年来,市场监管总局积极发挥标准引领作用,为适应“银发”需求,强化适老化改造标准供给,制定并发布了《适用于老年人的家用电器通用技术要求》《用于老年人生活辅助的智能家电系统 架构模型》《用于老年人生活辅助的智能家电系统 通用安全要求》等适老化家电国家标准,在产品的操作方式、功能设定、人机交互界面以及产品安全性等方面作出针对性回应,基本构建了适老家电产品及系统的国家标准体系的基础架构。

“但是目前市面上的智能家电产品种类繁多、功能各异,不仅具有远程APP控制、语音交互等功能,还配备了触摸控制键、LED显示屏等部件。功能的多样化也带来了操作的复杂化,使得老年人在使用这些产品时面临越来越多的障碍。”郭丽珍认为,不管科技如何发展,适老化家电首先要考虑安全性,其次是无障碍性和易用性。另外,产品的功能性以及可靠性、舒适性等都是需要考虑的因素。

郭丽珍呼吁,未来,行业要重点关注如何使适老化家电产品和系统更加适配老年人群体,着力解决关注度高的共性问题,如人工智能在智能产品和系统中的应用等。通过加强相关标准的研制,为适老家电产品和智能系统的开发、设计及检测提供技术准则,打通各类品牌家电使用生态壁垒,进一步扩大适老化产品有效供给,满足老年人使用中的特殊需求。

标准护航发展,服务更要跟上。京东连续四年开启敬老爱老购物节,提供以旧换新、180天可退可换、送装拆清全包、空间局改、可远程追踪进度的装修等全链路服务保障;苏宁易购APP升级“长辈模式”功能,可实现60岁以上用户拨打售后电话人工直达、即打即通;海尔智家在重阳节为老人提供免费检修家电维修服务……

“整个适老产业都值得再做一遍。过去在这个行业里,商品做商品的、物流做物流的、服务做服务的,相互之间是割裂的,到现在基于适老产品供应链、服务及适老化改造能力的全面升级,我们正努力为老年人提供一站式居家养老解决方案,适老化产业的发展前景和市场空间是无限的。”荣宇说。

一杯奶茶里都有啥?在不久的将来,或许只需动动手指点击一下小程序即可一目了然。继上半年携手意大利奢侈品牌FENDI推出联名饮品后,近日新茶饮代表喜茶又有“大动作”:10月26日,喜茶宣布公开所有在售产品的配方原料、营养成分和原料溯源信息,并附上第三方检测报告。对此有专家认为,新茶饮未来有望进入“配料表时代”。

众所周知,在餐饮界,配方常常是商业机密。此番新茶饮品牌主动“泄密”为哪般?答案很多,如迎合消费者的健康诉求、通过营销吸引流量、塑造品牌形象等,但追根溯源还是竞争使然。

还记得几年前动辄二三十元一杯的奈雪的奶茶吗?如今只需要9块9就能喝上一杯了。“妥协”的奈雪的并不孤单。2022年2月,高端新茶饮喜茶率先降价,3字开头价格的饮品从此成为历史;同年3月,乐乐茶宣布部分饮品价格控制在20元以下,最低8元就可以喝到一杯鲜萃茉莉绿……从“一杯难求”到主动降价,不断蔓延的价格战让昔日高高在上的高端新茶饮走下“神坛”,也从侧面映射了日益内卷的新茶饮赛道现状。

据中国连锁经营协会数据,2022年年底在业的新茶饮门店总数达到48.6万家,比2020年年底的37.8万家增长超28%。伴随越来越多参与者入局,各式门店遍地开花,新茶饮市场趋于“成熟”,也加速迎来行业洗牌。于是,面对增速放缓的市场、居高不下的房租、日渐上涨的人工费、越来越同质化的产品,以及越来越理性的消费者,便有了愈演愈烈的营销战、扩张战、价格战,也有了喜茶此次的不寻常举动。要知道,当曾经的新鲜感渐渐退却,在追求甜蜜和快乐的同时,消费者不仅对产品的口味、价格更加敏感,也对糖度、热量、脂肪、蛋白质等指标愈加关注。勇于亮出“底牌”的喜茶不仅借此刷新了一波存在感,也在拥抱健康消费新浪潮的同时尊重了消费者的知情权,赢得了好名声,可谓一举多得。

当然,仅仅公开配方原料远远不够。从过去的“喝不起”到现在的“喝不动”,当新茶饮告别野蛮生长,进入存量竞争阶段,未来的市场竞争将会更加激烈。随着行业内卷加剧,无论是高端还是中低端新茶饮品牌都需要直面这样一个现实:曾经一路高歌猛进的新茶饮市场正慢慢挤去泡沫,回归理性。大浪淘沙,谁能笑到最后,不仅取决于口味、价格,更考验着每一个新茶饮品牌的产品创新、品牌营销、供应链建设等方面面的综合实力。需要注意的是,无论市场风向怎么变,物美价廉的好产品始终是消费者追求的终极目标,也是新茶饮品牌们需要努力的方向。毕竟,既好看又好喝又便宜健康的新茶饮,奶茶爱好者们怎么能够轻易拒绝呢。

本版编辑 李丹美 编 王子莹



在深圳智慧养老展上,观众体验一款康复设备。
新华社记者 梁旭摄

中消协发布“双11”消费提示——

警惕“退货”“退款”新骗局

本报记者 余颖

“双11”消费潮来临,消费者在通过网络平台购物的同时,要小心不法分子以平台退货退款名义实施诈骗活动。其一般套路为:不法分子事先通过非法渠道获取消费者的购物信息,谎称是电商或物流客服,利用“商品有质量问题”“快递丢失”“会员充值出现问题”等话术谎称进行超额赔付,激发受害人的“趋利避害”心理,然后再诱导消费者离开官方平台,下载虚假APP或加入微信群进行赔付,从而进一步套取消费者银行卡号、手机号、验证码等信息,最后将消费者的钱款转走。也有不法分子以“激活退款通道”“缴纳退款保证金”等各种理由要求受害人转账汇款,称会将钱连同赔偿一并退还给受害人,当受害人将钱转至不法分子提供的账户后,又会以其他借口诱导受害人继续进行转账,连续诈骗。

为切实维护消费者合法权益,中国消费者协会近日发出提示,请广大消费者留意:

了解退货退款流程。正规网购平台的退款、赔付款都是从顾客支付账户原路返回,没有所谓的“退款链接”,也无需下载其他APP,要求另行下载APP或扫码入群等大概率是骗子。如果快递丢失,物流公司一般会先将超额货款赔付卖家

(寄件人),再由卖家重新发货,不会主动联系收件人进行退款,更不可能提供“退款链接”。凡是接到自称“商家”或“客服”的电话,声称商品需要退款或重新付款时,一定要通过正规流程办理,并第一时间登录官方平台核实真伪。消费者可通过“中消协帮您查”小程序查询家电、钟表、家装服务商的联系方式。

保护个人信息。退货退款诈骗多是非法利用消费者个人信息来实施,所以在日常生活中要提高个人信息保护意识,不随意点击陌生链接,不扫描陌生二维码,不下载陌生软件,不加入陌生群聊,尤其是要保护好身份证号、银行卡账号、验证码等重要信息,预防网络诈骗。消费者可下载“国家反诈中心”APP,开启“来电预警”功能,帮助识别并预警可疑来电、短信、诈骗APP。

警惕涉卡转账。网络诈骗的最后一步都是诱导受害人转账。因此,不管什么理由,如果出现提供银行卡号、密码、转账、汇款等要求时,应高度警惕,立即停止。

网购平台经营者也应高度重视消费者个人信息安全,不断提高信息保护意识和水平,努力营造安全放心的网络消费环境,持续推进消费提质升级。

邮储银行朔州市分行 优质金融服务助力怀仁陶瓷产业壮大

今年以来,邮储银行朔州市分行深入调研地方特色经济、特色产业分布状况,确定重点服务区域和服务对象,通过银企洽谈会、产品推介会、对接会等多种形式,积极为辖区陶瓷产业提供优质服务。

怀仁陶瓷是山西省朔州怀仁市特产、中国国家地理标志产品。2022年9月,怀仁陶瓷率先入选山西省10大省级重点专业镇。陶瓷产业是怀仁市转型发展的重要支柱产业,怀仁经济技术开发区设立了陶瓷工业园区。怀仁市鸿达磁业有限公司是一家坐落于怀仁市陶瓷工业园区,专业从事日用、建筑陶瓷制造与销售的企业。企业在2021年成为山西省高新技术企业,还是专精特新中小企业和科技型中小企业。今年以来,随着公司订单量不断加大,资金流压力陡增。当地邮储银行了解到企业目前的经营情况和资金需求后,及时安排工作人员与企业取得联系,为企业提供贷款资金800万元,解决了企业资金周转问题。

今年以来,邮储银行朔州市分行立足当地特色产业,认真落实普惠金融政策,把中小微企业、小微企业主、个体工商户作为金融支持的重点,持续加大贷款投放力度,努力解决小微企业融资难、融资贵问题。今年累计向10个陶瓷行业客户投放贷款3413万元。

邮储银行朔州市分行将持续聚焦中小微企业融资难点,优化业务流程,完善服务模式,让企业融资更简单、便捷,为更好支持地方实体经济高质量发展展现担当。

(数据来源:邮储银行朔州市分行) ·广告

邮储银行忻州市分行 保障民生领域企业融资需求

供暖是北方冬季重要的民生工程、民心工程。邮储银行忻州市分行始终坚持服务民生工程建设,围绕当下民生所需积极提供金融服务,坚持做企业的贴心人、办群众的暖心人。

“多亏了邮储银行忻州市分行支持,帮助我们解决了融资难题。”五台县热力有限公司负责同志高兴地说。

山西省忻州市五台县热力有限公司成立于2008年,是一家专注于热力生产供应的企业,注册资本13600万元,供热面积313.9万平方米。在得知企业资金需求后,忻州市分行安排客户经理主动走访对接,市县联动,帮助企业解决发展中供热季购煤资金短缺、利率高的问题,为企业投放3000万元供热贷款,并给予利率优惠,助力地方民生企业发展。

供热贷款属于民生资源小微企业贷款。此类贷款是邮储银行面向民生资源行业中小微企业研发的专属信贷产品,重点支持热力、自来水、燃气的生产和供应、成品油供应等子行业以及医院、学校、垃圾处理、污水处理等民生类企业,充分满足其日常经营资金需求和固定资产投资。邮储银行忻州市分行针对民生企业发展,加大供热贷、排污贷、供水贷、燃气贷、医院贷等系列产品推广,充分保障民生领域企业融资需求,助力地方经济发展及人民实现美好生活。今年以来,邮储银行忻州市分行投放民生类贷款7笔,金额共计10385万元。

(数据来源:邮储银行忻州市分行) ·广告