

适老产品多元发展 “数字鸿沟”待弥合

青岛财经日报/首页新闻讯 发展银发经济是积极应对人口老龄化、推动高质量发展的重要举措。我国首个以“银发经济”命名的政策文件《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》出台,意义重大。在银发经济初步萌发阶段,一系列政策的出台直击当前养老产业中结构不明晰、品牌化缺位、高质量产品供给不足等痛点,从体制和框架上提供了明确的指导方向和约束措施。在此背景下,如何弥合老年人“数字鸿沟”,让老年人老有所养、老有所享、老有所乐,正待多方协力破题。

适老产品应跨过“数字鸿沟”

数据显示,我国是世界上老年人口规模最大的国家,目前60岁以上人口已近3亿人,预计到2035年,我国60岁以上人口将突破4亿人。随着老龄化进程的不断加速,适老化产品市场的需求也将不断增加,面对银发经济广阔的市场前景,越来越多企业围绕适老化业务开展布局 and 延伸。据《中国老龄产业发展报告》预测,从2020年到2050年,中国老年人口的消费潜力将从约4.3万亿元增加到约40.6万亿元。

此前,中国老龄科学研究中心副主任党俊武在接受采访时曾表示,我国老年产业还处于小而散乱的起步阶段,有点类似于20世纪80年代的中国家电市场。由于起步晚、缺乏大资本投入,与西方国家有一定的差距。目前中国以“老龄制造”为主,缺乏自己的品牌,导致售后服务也没有跟上。可喜的是,在当前多元化的适老产品供给中,银发经济已从过去的一盘散沙逐步向产业归集过渡,但如何更好地满足适老需求,促进银发经济高质量发展,仍需从顶层设计上予以支持。

党俊武分析称,中国的老年产品市场需要走三个阶段。第一,借鉴外国先进产品,学会生产。第二,在模仿学习的基础上加上自己的创新设计,这也是我们正处于的阶段。第三,自主品牌自主研发,争取在全球老年用品市场上占据一席之地。

另外,适老产品的发展还需要缩小老年人与时代之间的“数字鸿沟”。在智能化和数字化给整个社会带来巨大红利的同时,也带来了新的社会治理问题——老年人“数字鸿沟”。老年人群体是受到“数字鸿沟”影响最为严重的群体,一部分老年人成为“数字难民”和“数字遗民”。如今,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。

中国家用电器研究院高级工程师郭丽珍此前曾表示:“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



交通银行青岛某支行不断改善保障老年客户的金融服务体验,力求提供全面的金融产品和服务。

品的情況并未充分考虑。尤其是当前我国正处于人口老龄化的快速发展阶段,这就要求在产品设

计、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、同质化走向体系化、多元化。

中国社会科学院社会发展战略研究院发布的《后疫情时代互联网适老化研究》显示,中国老年人渴望被认可、被接纳,具备较强的学习、适应智能化生活的动力。95.09%的老年人认为非常有必要学习使用互联网,另有93.36%的老年人认为自己能学会用智能手机上网。

2023年12月,工业和信息化部印发《促进数字技术适老化高质量发展工作方案》通知,在硬件供给方面提出优化智能设备供给,指导支持企业研制推出100款以上具备适老化特征的智能产品,覆盖手机、电视、音箱、手环等多个类别。支持企业研发被动式、集成化的健康管理类智能产品及养老监护类智能产品,鼓励企业利用数字技术提升养老照护产品、健康促进产品、家居产品等适老化能力,以点带面不断提升智慧健康养老水平。

政策支持银发经济发展

今年的《政府工作报告》提出,加强老年用品和服务供给,大力发展银发经济。此前,国务院办公厅印发了我国首个以“银发经济”命名的政策文件——《关于发展银发经济增进老年人福祉的意

见》。该意见提出加快银发经济规模化、标准化、集群化、品牌化发展,培育高精尖产品和高品质服务模式。此外,相关部门也加大了对老年用品政策的倾斜力度。例如上述提到的工业和信息化部印发《促进数字技术适老化高质量发展工作方案》,提出大力培育智慧健康养老产业。

中国老龄产业协会科技委主任王永春表示:“这些政策从老年群体需求出发,在供需两端提出了具体的实施意见,相信随着政策的落实和推进,未来由政府牵头搭建、社会资本参与的银发经济产业结构将进一步完善。”

老年人能不能吃上饭、吃好饭是子女最牵挂的事。在长沙市望城区雷锋社区食堂,记者看到许多老人前来用餐。老人们你一言我一语地告诉记者,这里的菜肴无论是口味还是营养搭配都十分讲究,仅需12元就能在家门口享用四菜一汤的丰盛餐食。

据了解,雷锋社区是湖南发展集团养老产业有限公司签约的社区之一。截至目前,该公司已在长沙市签约社区居家养老服务站78家,开办运营75家,助餐服务达到17万余人次。

除了基本的养老需求,一些高品质、多样化的适老产品也越来越受到银发族的青睐。二月末的长沙春寒料峭,泰康之家湘园内享受养老服务的老人正在围炉煮茶。泰康之家养老规划师李玉婵向记者介绍:“目前全国泰康之家已有约1.2万老人在享受高品质养老服务。”

记者在可孚医疗旗下的健耳听力验配中心看到,一名听觉退化的老人正在验配师的帮助下挑选适合自己的助听器,当清晰低噪的声音传至老人耳中时,欣喜的笑容在他的脸上绽放。

可孚医疗投资者关系经理罗晓旭介绍:“随着人们健康意识和健康消费意愿的持续提升,老年人

对医疗器械的需求缺口正逐步扩大,近年来公司听力业务发展迅速,旗下健耳听力收入规模从2021年不到7000万元增长至2022年的1.2亿元,2023年也保持了较快的增速。”

不同于传统的适老产品,山东青鸟软通信息技术股份有限公司则是将数字科技与养老运营服务融合,实现养老产业的创新突破。公司总经理张登国表示:“公司以全域智慧康养平台、青岛颐居养老机构、社区居家养老服务为依托,连接政府、企业、老人和社会各行业优质资源,建设养老服务生态圈。截至2023年11月,公司运营智慧养老平台78个、运营居家社区养老中心站398个、家庭养老床位建设及运营3.6万余张。”

打好多元化发展“组合拳”

银发经济发展空间广阔,但问题仍存。例如养老体系的产业结构有待调整,养老体系专业人才匮乏,老年人物质和精神需求愈发多元化等。

另外,社会对于适老化的数字化产品供给不足,仅将老年人视为数字化产品的小部分受众,对老年人作为数字化经济弱势群体的需求关注度不够。大部分数字化产品,如智能化设备、新型的网上购物、直播经济等,是从年轻人的需求去入手和设计,而从老年人特殊需求出发供给的数字化产品和服务仍不足。更有一些数字化产品与服务直接将老年人排除在用户边界外。

中国社会科学院副研究员王鹏表示:“目前我国养老产业仍处于单点作战的状态,要疏通银发经济中的堵点,需各方共建完整的生态闭环。”他建议,市场层面,应推出更符合老年人身体结构和精神需求的产品和服务,提高其适用性;政府层面,应加强产品和服务的质量监管,推动安全性能升级,确保老年人使用无忧。同时,还应通过加强宣传教育来提高老年人对适老产品的认知度和接受度。

湖南发展集团养老产业有限公司总经理徐志刚认为,当前养老体系的产业结构需要调整。“养老产业现在仍过多依赖政府资源和行政督办,还未形成成熟的产业体系,建议从政策、资金、产业协同等方面发力,促使养老产业形成规模化和产业化集群。”

深耕养老产业的青岛国君医疗股份有限公司董事长赵明强认为:“养老体系专业人才匮乏限制了银发经济的可持续发展,适老化改造面临着技术门槛高、专业人才缺乏等难题,目前市场上从事适老化改造的技术人员数量较少,技术水平参差不齐,难以满足市场需求。”

打通适老化改造堵点。民有所呼,政有所应。伴随老年人口数量增加,养老服务需求日益增长。这就需要提前谋划,竭力打通影响银发经济发展的堵点,不断满足老年人对安全简便、高性价比产品与服务的需求。各地应引导生产企业开发出更加人性化、更具实用性的老年用品。正如两会代表委员提出的,企业开发养老产品和服务要避免一窝蜂扎堆,应发挥企业的科技化、智能化研发优势,在衣、食、住、行等多个方面寻找市场空白。

原材料价格持续上涨 轮胎企业频发涨价函

近期,轮胎产业链景气度持续高涨。产业链上游方面,包括天然橡胶、丁二烯、炭黑等上游产品价格持续上涨,部分产品价格创出近7年新高。面对持续上涨的原材料价格,3月中旬以来,轮胎企业纷纷发出涨价函以应对成本压力。其中,仅3月18日,就有包括三角轮胎、中策橡胶等9家轮胎企业发布了涨价函。有业内人士表示,除成本上涨因素外,轮胎需求旺盛亦是轮胎企业宣布涨价的重要因素。

天然橡胶价格创近7年新高

在2023年轮胎企业业绩暴涨的基础上,2024年行业景气度进一步向上游产业延伸。比如,天然橡胶在2024年春节后持续涨价,部分现货产品价格创出阶段性新高。

卓创资讯数据显示,截至3月18日,山东市场20号混合胶(STR20#)混合价格约在14050元/吨至14100元/吨,较春节前上涨1875元/吨,涨幅15.37%,创2017年4月份以来新高;上海市场全乳胶(SCRWF)价格区间为14700元/吨至14800元/吨,较春节前上涨2250元/吨,涨幅18%,创下2021年3月份以来新高。

隆众资讯橡胶行业分析师王元君在接受记者采访时表示:“2024年以来,天然橡胶价格不断冲高的主要原因是基本面好转。一方面,2023年主产国供应减产,原料产出紧俏,原料价格持续高位运行,成本端支撑橡胶价格底部逐渐抬高;另一方面,下游需求稳中向好,基本面利好带动天然橡胶价格不断上行。”

除了天然橡胶外,作为合成橡胶重要原材料的丁二烯价格也节节攀升。生意社数据显示,截至3月19日,丁二烯基准价为11532.5元/吨,与本月初的11095元/吨相比,上涨了3.94%,与今年1月1日的8575元/吨相比,上涨了34.49%。

此外,轮胎原材料炭黑价格近期也呈现高位运行态势。卓创资讯数据显示,截至3月12日,山东市场炭黑N330的价格运行区间为9200元/吨至9500元/吨,均价较2月初上涨850元/吨,涨幅为10%。

“原材料价格上涨,致使下游轮胎企业利润缩减。对此,下游部分轮胎企业近期采取了涨价措施以应对成本上涨。”王元君表示。

轮胎企业集体涨价

3月中旬以来,轮胎企业涨价意愿强烈。3月12日,浦林成山下发涨价函,宣布自2024年4月1日起,对替换市场全钢胎、斜交胎价格整体上调3%。此后,玲珑轮胎、众宁橡胶、凯旋橡胶、奥莱斯轮胎等企业紧跟其后发布涨价函。3月18日,又有包括三角轮胎、八亿橡胶、优盛轮胎、中策橡胶、通用股份、启润轮胎、建新联合橡胶等9家轮胎企业下发了涨价函。

对于此次涨价,轮胎企业多归因于原材料成本上涨。比如,三角轮胎在涨价函中称:“由于近期轮胎主要原材料天然橡胶、炭黑价格持续上涨,给公司生产经营造成一定压力,公司研究决定,自3月29日对公司乘用车轮胎各产品系列价格上调2%至3%。”

不过,在多位业内人士看来,本次轮胎涨价除了成本上涨的原因外,轮胎需求旺盛亦是轮胎企业纷纷宣布涨价的最重要因素。

3月18日,玲珑轮胎在投资者互动平台表示,目前公司国内外半钢胎产品订单持续火爆,产品供不应求。通用股份此前也表示,公司各生产基地处于满产运行中,保持产销两旺状态。

据卓创资讯统计,截至3月14日,山东地区轮胎企业全钢胎开工负荷为70.37%,较去年同期上升1.87个百分点;国内轮胎企业半钢胎开工负荷为79.67%,较去年同期上升6个百分点。

卓创资讯分析师陈智慧在接受记者采访时表示,2024年春节后,轮胎行业复工情况好于2023年,部分企业春节期间设备不停。春节后,受春季订货会带动,成品库存转移,轮胎企业开工维持在同期高位水平。

清晖智库创始人宋清辉表示:“成本上涨,肯定会对轮胎企业利润产生影响,但在轮胎供不应求的情况下,价格传导相对会比较顺畅,预计后续会有更多轮胎企业宣布涨价。”

据《证券日报》赵彬彬/文

再启“随心飞” 航司开打淡季促销战

随着民航客运市场进入传统淡季,航司开启了各种促销活动。截至3月19日,南航和春秋航空均上线了“随心飞”类产品。除产品外,部分淡季机票价格也有大幅下降,北京出发至多地的直飞机票折扣低至1—2折。通过产品降价、促销,航司尽可能在流量不足的淡季提升空座利用率,以此减亏增收。

上线早鸟拼团、增加新区域

“有朋友想一起拼团‘畅游中国’早鸟券吗?”3月19日早晨,在北京工作的王馨在朋友圈发布了拼团请求。

王馨在3月18日看到南航推出了新一期的“畅游中国”促销活动。作为打工族,王馨早有错峰出游的打算:“我计划在4月去景德镇转一圈,给自己放个假,调节一下身体状态,南航这次的活动看起来比划划算,就想先买下周着到时候用。”

南航的“畅游中国”属于“随心飞”类机票产品。记者在南航App上看到,南航此次推出的“畅游中国”活动尚未正式开售,目前处于预热阶段,南航会员可以通过单独购买或5人拼团的形式购买限时的200元早鸟代金券。单独购买价格为59元,购买时间为3月18日—24日;拼团购买价格为19元,购买时间为3月18日—22日。

南航并不是个案。春秋航空也在3月18日推出了“想飞就飞6.1版”。春秋航空App显示,“想飞就飞6.1版”分为全域版和地域版。全域版价格为3399元起,支持超500条国内国际航线,旅客可同时兑换4个航段。而地域版为1999元起,包括了东北版、华北版、江浙版、甘肃版和南方版。

值得注意的是,相比于2023年10月春秋航空的“想飞就飞6.0版”,3月18日最新版新增了甘肃版。上述相关人士表示,增加甘肃版意在助力夏秋航季及未来的航线布局。目前,兰州是春秋航空除上海之外的最大基地城市,有7架过夜飞机,国内航点覆盖了34座城市,每周计划座位数超过3.6万。而兰州也是春秋航空通往新疆、西北最重要的中转航点。

多种组合促销减亏增收

记者观察到,大多数航司会在重要假期之后的淡季推出“随心飞”产品。以春秋航空为例,“想飞

据《北京商报》关子辰 牛清妍/文