

为老人挑礼物啥时不再难?

我国老年用品行业发展调查

“买用的吧,挑到老人适用的款型太难;买吃的吧,又不知道是不是真的‘老年适用’。”临近新年,北京市民周小姐想为家中老人选购一些新年礼物,可要么选不中、要么不敢选的情况让她很是尴尬。

积极应对人口老龄化,不断满足老年人对适老产品更加多样化多层次的需求非常重要。近日,新华社记者在地多采访时发现,当前有不少打着适老、为老、老年专用等旗号的所谓老年食品、用品,存在欺老、坑老等问题。我国老年用品市场活力尚未充分激发,有效供给能力难以满足老年群体多样化的消费需求。

老年用品好用吗?

记者调查发现,一些商品号称适老、适老,实则不然。

一些为老用品质量堪忧、可能伤老。家住长春的李丹为奶奶网购了一款价格近300元的“老人专用”助听器,奶奶佩戴后常称耳朵不舒服。李丹亲自试戴后发现助听器内噪音很大,时不时还会发出明显的“砰砰”声。“要不是我及时发现,还不知道会不会伤着老人。”李丹说。

北京市民李璐也遇到类似问题,她刚为患高血压的父亲购买了一台价格百元的“老人专用”电子血压测量仪,初次使用就发现相同条件下该仪器测量数据竟有巨大差别,且明显有误。

有适老食品用“阴阳标签”、瞒老欺老。记者走访多地超市并检索各大电商平台发现,凡标识“中老年适用”、糖尿病人专用的食品其价格和销量都往往高出同品牌普通产品不少。然而记者调查发现,此类产品中不少“阴阳标签”。

在某品牌一款标识为“不加蔗糖中老年豆奶粉”的营养成分表上,记者发现每100克产品中糖含量高达35克,并且

产品营养成分表下方还标注“糖尿病患者及肠胃不适者慎用”字样。还有一款打着适老旗号、自诩“低盐”的蛋糕,其营养成分表中“钠”的含量高达每100克481毫克,高于国家“低盐”标准4倍。

南昌市民刘先生告诉记者,他特地为高血糖的父亲购买了一盒在网页广告中号称不添蔗糖的“糖尿病人定制款”食品,买来后发现盒身标明的食品详细配料中还是含有多种糖类,光食品添加剂就有30多种。“这要是老人不慎吃伤了身体,我们做儿女的得多自责啊。”

有保健类骗术仍在发生,诈老害老。长春市民萧红女士告诉记者,自己的母亲在某“健康公益讲堂”上被洗脑,迷信一款“老年人理疗仪”并花数万元购买。萧女士向记者反映:“钱倒是其次,母亲至今迷信该仪器,生病拒绝就医,太害人了。”

价格战致产业陷低水平

据权威机构数据,2018年我国已有60岁以上人口2.49亿,70岁以上人口1.67亿。多名专家认为,近年来我国老年用品市场有效需求越来越大,但目前该产业在创新设计、质

量控制、生产工艺、定价策略等方面都无法满足现实需求,这也是当前不少市场乱象的根本原因。

——自主创新能力较弱,产品种类较少。国内老年用品领域从业多年的江苏常州佰悦中心项目主任邢东风告诉记者,与一些发达国家在中国建设的老年用品代加工厂相比,国内自主品牌企业的工厂在配套设备和关键技术方面仍存在较大差距。“国内目前发布生产的老年用品不足万种,相比同期一些国家有4万多种,全球老年市场则约有6万多种,差距很大。”

——缺少行业质量标准,生产工艺较差,产品质量不高。中国老龄科学研究中心副主任党俊武告诉记者,当前国内相关制造工艺水平普遍偏低,研发投入不足,产业链条不全,导致目前市场上现状是——老年人想要的产品没有,有的产品则普遍质量不高。邢东风也认为,国内相关企业在产品生产工艺、管理水平、质量检测等方面仍有较大提升空间,这与质量标准不明确直接相关。

——“价格战”拉低品质,质量监管乏力,产业低水平循环。邢东风称,出口国外的代工

厂产品的质量明显高于国内自主品牌产品,但价格却高出40%—50%,国内老年消费者“不大买账”。为迎合省钱心态,一些国内自主品牌企业在生产过程中不惜牺牲品质来打“价格战”,一旦质量监管兜底不力,将直接影响老年消费者的权益。业内人士认为,我国部分适老化改造产品质量问题频出的重要原因正在于此。

市场规模将超5万亿

《关于促进老年用品产业发展的指导意见(征求意见稿)》中提出,到2025年,老年用品产业总体规模超过5万亿元,创新能力明显增强,供给水平明显提高,品牌建设明显加快,市场环境明显优化。国家发改委相关负责人也表示,要推动老年产品市场提质扩容。

专家认为,首先应全面梳理和完善老年用品产业相关领域标准体系,制修订一批关键亟需的产品和技术标准,同时加大对国际标准的采标力度。

据上海市消保委副主任兼秘书长陶爱莲介绍,不久前,长三角消保联盟委托上海市皮革技术协会制定《老人鞋》团体标准,除了对鞋子的耐磨耐折性能、粘合强度等作出明确要

求外,还结合老年人的特点,增加了老人鞋不允许有可触及的尖锐面等要求。

同时应采取多种手段,推动老年用品产业技术研发和成果转化,严格落实企业质量主体责任,建设标准化、专业化的第三方质量测试平台,引导龙头企业加强行业引领作用,尽快提升老年用品质量。

“我国老年用品市场活力尚未充分激发,应推动老年用品产业领域大众创业、万众创新的积极性。通过不断研究如何更好地服务老人,不断创新,甚至带来装备制造业的提档升级。”党俊武说。

专家认为,老年消费者面对鱼龙混杂的商品难以分辨,应建立老年用品领域标准化信息服务平台。以此培养老年用品市场的消费信心,从而形成良性循环。

中国社会科学院社会学研究所助理研究员宋煜认为,还应加大市场监管力度,严厉打击假冒伪劣商品制售行为。加大对自主研发商品知识产权的保护力度。加快推进人工智能、物联网、云计算、大数据等新一代信息技术和智能硬件在老年用品领域的深度应用。

/ 新华社

“明星展品”去哪了? 千亿订单背后的“进博红利”

按一年计,首届进博会累计意向成交578.3亿美元,第二届进博会累计意向成交711.3亿美元。

第二届进博会落幕已经一个月,盛会上的“明星展品”去了哪里?订单又将如何改变你的生活?新华社记者带你来看看这些“大订单”背后的小故事。

旺消费: “进博同款”飞入千万家

第二届进博会闭幕才一个月,12月10日,在进博会现场吸睛无数的“粉钻高跟鞋”就“飞出”进博会。由知名华裔设计师周仰杰参与设计的“进博同款”明星珠宝鞋,在上海外滩正式揭幕的全球首家纪娜梵珠宝鞋概念店里熠熠生辉。

“上海是一座汇集了东西方顶级时尚潮流、并让它们擦出火花的城市。”英国品牌纪娜梵设计总监洪大钧说,品牌看好中国市场,希望通过上海的“全球首店”,拓展在中国乃至全球时尚版图上的影响力。

一场进博,牵起东西方时尚的情缘。高端护肤品牌赫莲娜在第二届进博会上首次设立的高端消费品专区里惊艳亮相。

赫莲娜全球品牌总裁伊丽莎·桑艾厄说,2019年在中国销售增长高达160%,这与中国消费市场的消费升级趋势分

不开,也说明中国消费者对进口护肤品牌接受度的提升,“未来品牌将着力提升本土化水平,更好满足中国消费者需求”。

遍布上海的40多家中国国际进口博览会“6天+365天”常年展示交易平台,不仅帮助外国展商更好“试水”了解中国市场,也正在改变居民的“买买买”习惯。

以虹桥进口商品展示交易中心为例,这里距离进博会举办场所不远,现在已经集中了来自80多个国家和地区的8000多种进口商品。“回头客多了,销售额和客流都成倍增长,下一步计划将这一平台的品牌输出到长三角地区的其他城市,加速进口商品进入居民家中的速度。”虹桥商务区管委会商务处副处长朱莹华说。

促发展: 生产线上来了“洋面孔”

江西,桑海经济技术开发区。占地50亩的生产基地里,两个车间、7条生产线正在有条

不紊地进行饲料添加剂的预混料生产。

饲料生产线上的蛋氨酸来自法国安迪苏公司、酵母来自法国乐斯福集团、赖氨酸来自韩国希杰集团,江西正邦生物科技有限公司综合部经理周文琴介绍说,生产线上的“洋面孔”们,是两届进博会上采购的成果。

正邦集团是从事饲料生产和生猪养殖的龙头企业,成立已有20多年。“虽然以前也与境外优质供应商有接触,但是进博会让企业之间能够面对面地交流,便利度大大提升,双方的诚意更足,给出的交易条件跟平时电话沟通是不一样的。”连续两年参加进博会的正邦集团采购部经理黄国强说,企业在首届进博会上与法国安迪苏公司签约了5000万美元的采购合同,在第二届进博会上又拓展了法国乐斯福集团和韩国希杰集团、采购了7000万美元的新项目。

“进博会已成为推动江西等内陆省份扩大开放、提升经

济发展质量的重要平台。”江西省商务厅外贸发展处副处长梁永红介绍说,“进博同款”高端设备、优质产品、服务等引入,将提升当地经济的发展能级。

引投资: “进博”外商加速深耕中国

浙江,嘉兴经济技术开发区。日本企业松下电器再次加码在中国的投资,正式设立松下厨电科技(嘉兴)有限公司,第一期投资4000万美元,这里将生产“进博同款”在内的智能厨电产品,不仅面向中国,也走向全球。

在第二届进博会后不到一个月,这家进博会上的明星企业就加速深耕中国的步伐,“进博效应”的促动是重要因素。松下电器中国东北亚公司总裁本间哲朗说,两届进博会让松下更加明确和深刻地认识到了中国市场的机遇,已经提前“锁定”了第三届进博会。

“今年4月,我们成立了中国东北亚公司,这是松下创业

百年来第一次把经营决策权从日本搬到了海外。”本间哲朗说,“我们深刻意识到,当地的事业需要在当地做。现在,松下从开发、生产到销售全部在中国决策,更好适应中国市场的需要。”

中国市场的巨大商机,不仅吸引着松下再度加码投资,更让企业选择将“进博同款”明星产品在中国市场首发。看起来像是一块透明玻璃,其实却可以化身为电视,在首届进博会上曾经吸引了大量关注的透明OLED电视有望明年上市。“这也代表着我们对中国市场的信心和看好。”本间哲朗说。

和松下一样,在进博会后加速在中国投资的还有德国企业博世。博世(中国)投资有限公司总裁陈玉东说,进博会为企业提供了更多“跨界发展”的机会。这家德国企业不仅将中国总部落户在承载进博溢出效应的上海虹桥商务区,11月底还在无锡设立了氢燃料电池中心,这也是博世在德国以外的第一个燃料电池中心。/ 新华社