

以旧换新,智能产品大受欢迎

在各地政府补贴政策的推动下,银发族成为家居消费以旧换新的主要群体。相关数据显示,他们尤其偏好健康、安全、省心的智能家电产品,助起沙发、具有AI抑噪技术的冰箱、防干烧灶具等成为爆款产品。不少中老年人还借此机会,更换了助行器、坐便椅、助听器等。

最爱智能家电产品

从苏宁易购、京东等平台公布的数据可以得知,银发族参与以旧换新活动后,智能家电产品的销售增长超过200%。北京市统计局的数据表明,84.1%的银发族乐意选用智能产品,其中智能家居产品需求强烈。

与传统的消费刻板印象不同,很多中老年人积极

拥抱新科技,更乐于尝试新事物和新产品。家住北京71岁的林添瑛购买了新款智能门锁,“我好多朋友都换了智能锁,通过人脸识别解锁开门,出去遛弯、跳舞再也不怕忘记带钥匙了”。江苏南京74岁的谭为臻在试用一款洗地机后爱不释手,“之前在短视频上看到过不少介绍,现场体验后发现确实能将地面清洗干净,最主要的是不用再弯腰拖地了”。

助起沙发成爆款产品

“这个沙发好,我坐在上面都快睡着了,而且起身也非常方便。”最近,在有关部门组织的居家适老化以旧换新活动现场,经常有老年人前来体验广东永爱医

这款助起沙发成为同类产品中的佼佼者,一个月就卖出100多张。

工作人员介绍,这款适老神器具有躺平和助起功能。许多老人体验时纷纷表示,躺平功能让他们更好地休息、看手机、听广播,“配上沙发的按摩功能,躺上面,就感觉跟躺在摇椅中一样”。另外,它最大特点是助起功能。“普通沙发坐下去后,老年人想站起时,可能会出现起身不易、站立不稳等情况,而这款智能沙发可以智能控制沙发的倾斜角度,帮助老人轻松起身和站稳。而且,30度的角度不高不低,还可以随叫随停,非常的方便和安全”。

不再一样东西用十年

在采访中,记者发现,

部分中老年人的消费理念不断更新,和年轻人的消费差异在不断缩小。

家住湖南株洲天元区的宋启元最近想给自己换一款助听器,“我这助听器是进口品牌,是女儿送给的礼物,当时花了1万多元。这才买了两年多,音质已经不太好了,我想换一款助听器”。宋启元说,这种刚需性的产品该换就要换,不能太节省,“一样东西用十年,只会给自己带来很多不便”。

对于宋启元的这个观点,江西南昌的宋祖培表示赞同,“我听说华为最近出了一款动态血压监测手表,我准备去体验一下。现在科技发展很快,一些健康类的产品该及时更新就要及时更新”。(本报记者李仲文)

行业观察

银发经济发展存在一系列挑战

在日前落幕的第七届中国国际进口博览会上,逐渐升温的银发经济成为不少参展商不约而同的关注焦点。

在我看来,银发经济的发展目前仍存在一系列挑战。虽然老年人有能力消费,但仍面临“给的不想要,要的没给好”等问题。比如,一些智慧养老产品设备操作复杂,价格昂贵,老年人“不愿用、用不起”;一些养老服务主要指一般性生活服务,失能老年人迫切需要的康复、护理、心理慰藉等专业化服务较少。再比如,中国银发消费市场缺乏对不同老年群体的市场细分,导致产品与服务供给较为单一。(中国老龄协会副会长 吕晓莉)

适老化改造还需度过用户养成期

在很多城市,家庭适老化改造目前以政府推动为主,老年人家庭自主开展适老化改造还处于起步阶段。我个人认为,适老化改造仍需要一段“用户养成期”。目前的趋势是,越来越多的老年人意识到,通过适老化改造,可以大大提升自己的生活质量和安全性,这无疑是个积极的信号。

自主进行改造应如何推动?上海市在这一方面作为先行先试的城市,其探索性做法很多值得借鉴,比如在部分区的街镇试点探索由政府引导、市场化运作的新型居家环境适老化改造,由政府出台相应政策、搭建统一服务平台,让有需求的老人都可以申请改造。(西南交通大学国际老龄科学研究院副院长 杨一帆)



资讯墙

哪款电动轮椅更有性价比

问:我想给老伴选一款电动轮椅,请问哪个品牌的产品更有性价比?(湖南株洲 肖先生)

答:记者咨询了业内人士,也参考了中消协此前的比较试验。大致来讲,在行驶易用性、行驶平稳性、乘坐便利性、界面易用性等方面,每款轮椅差异显著,价格与功能体验并不直接相关。在中消协此前对10款常见电动轮椅的测评中,小飞哥、邦邦、迈德斯特、威之群4款轮椅总体表现较好。

业内人士建议,在选购电动轮椅时,应特别关注轮椅的界面操作,宜考虑界面易于识别、操控器易于操作、操控反馈是否清晰的产品。例如,界面上的元素(字体、符号、信号灯等)容易被发现与辨别清晰,操控器的尺寸(如按钮尺寸、按键间距等)应便于抓握,防止误触及错按等问题。(记者李仲文)

社交驱动,银发族爱上旅拍

打开小红书、抖音等社交平台,“旅游+摄影”已成为部分银发族的社交聚会方式之一。他们手持各式各样的摄影设备,在公园的长椅旁、古建筑的角落,甚至是异国他乡的街头巷尾,用镜头捕捉着生活中的美好瞬间。

湖南长沙74岁的杨海达刚参加完“腾格里沙漠之行”的摄影活动。他告诉记者,自己此次行程共花了11天,“为了这次活动,我专门升级了摄影装备,花了1万多元买了个新镜头”。活动期间,杨海达认识了几位志同道合的朋



中老年人在旅游小镇拍摄,大家又约着去拍了几组有主题的照片。

记者了解到,在社交需求的驱动下,不少银发族爱上“旅拍”,他们手握的数码相机也不断换代更新。通过对多位银发摄影爱好者的采访调查,记者发现,中老年人选购首个专业相机的预算通

常会设置在1万到2万元。在升级设备时,他们普遍认为摄影是一种长期爱好,值得投入更多资金。

有业内人士提到,当下,旅游赛道的核心消费力就是中老年人群,而“拍拍拍”是其中重要的环节之一。比如,有企业推出了“乐游”系列的中老年摄影游学活动,景点上选择更适合拍摄的自然风光区,住宿安排在能看到日出和夕阳、拍摄角度更佳的顶峰。同时,设置专门的摄影主题,特邀老年大学的手机摄影老师全程指导。(记者李仲文)

家电企业跨界研发人形机器人

继造车热之后,家电企业又开始跨界了。美的、海尔、格力等多个家电巨头目前已经通过不同途径,涉足人形机器人领域。

记者了解到,美的集团正探索人形机器人核心零部件的研发及应用。海尔智家通过收购与合作等方式开展机器人相关业务,发布了国内首款面向家庭场景的人形机器人“夸父”。格力电器日前成立新公司,业务涉及智能

机器人等。对于家电企业造机器人的前景,有业内人士表示,有的家电企业多年前就收购了海外顶尖工业机器人企业,已经不算纯粹的跨界。而且家电巨头已经广泛使用了工业机器人,有很强的制造优势,如果可以像造家电一样规模化制造人形机器人,那么则可能大幅降低产品的成本和价格,让普通人也能消费得起。

那么,人形机器人到

底何时能走进普通家庭?乐聚机器人创始人兼董事长冷晓琨预测说:“如果把时间周期拉长到六七年后,人形机器人进入家庭是必然趋势。”他同时表示,人形机器人进入家庭最具挑战,他们团队构想设计的家庭机器人无需接收任何指令,便能自动识别家居环境的目标物品,实现拖地、洗菜、晾衣,并帮人穿衣服、照顾儿童和行动不便的老人。(记者李仲文)

家里漏水怎么办?防水补漏
专业防水补漏维修,卫生间、
阳台、屋面、外墙、楼面、天沟、阳光
房、厂房、地下室等一切漏水维
修,本地公司十年质保。 广告
客服电话:17872330381