

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。



A 老年用品好用吗?

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。

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,此类产品中有不少“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。”

B 创新弱、工艺差、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。

C 市场规模将超5万亿 提质扩容靠定标准、强监管、增信心

《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表示,要推动老年用品市场提质扩容。

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。

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。(据新华网)