

走进寻常家

适老化家装 还得加把劲

地板进行防滑处理，马桶两边安装扶手，洗澡时配置沐浴椅……适老化家装近几年越来越被大家所提及。然而，除了各地政府推动适老化改造外，市民自发进行的适老化家装却是少之又少，大多还是依赖家里的年轻一辈群策群力，按照自己认知要求装修团队进行居室设计。对于企业来说，尽管国家鼓励企业发展壮大居家养老服务、老年用品等消费市场，但政策帮扶力度小、研发生产成本高等问题，也让不少企业在进入这个全新的市场时，面对较大的生存挑战与经营压力。

■新快报记者 梁茹欣/文 资料图片/图



线下适老化产品较少 适老化家装更多依赖子女意愿

民政部日前发布的数据显示，“十四五”期间，全国老年人口将突破3亿，我国将从轻度老龄化迈入中度老龄化。诚然，面对如此庞大的老人群体，如何老有所养已成为社会重要议题。有的老人会选择养老院、社区养老机构安度晚年，但更多的则会抱着“养老不离家”的想法，选择与其他家庭成员一同居住在自己熟悉的生活环境里。有公开数据显示，目前以家庭为核心的居家养老方式仍然是主流，有90%以上的老年人选择居家养老。

然而，居家养老也着实有不少烦心事。被家具棱角伤到、滑倒摔伤，或者因手脚不便，拿高柜或低柜物品时扭伤筋骨……居家空间内暗藏着大大小小的隐患，都让老人的身体健康受到了威胁。据中国疾病监测系统的数据显示，跌倒已成为我国65岁以上老年人因伤致死的首位原因。根据测算，我国每年有4000多万人至少发生1次跌倒，其中约一半发生在家中。世界卫生组织曾指出，跌倒受伤过的老年人康复后，有20%-30%会引起身体灵活性下降，独立生活能力下降，如

何让家中老人安享晚年，让子女不再因为年迈父母的身体健康和居家安全问题而担忧，显然已是一个不可回避的话题。而当下，有不少人将目光投向了适老化家装。

家住白云区的郑女士的母亲今年82岁。在她的家里，关于适老化的家装设计随处可见。由于中式家具质地较硬，为了防止老人磕碰，家里的家具边角都加了一些棉垫和转角套子。考虑老人有起夜的习惯，郑女士在母亲的房间、客厅、厨房、洗手间等地方都安装了自动感应的夜灯。“家里是2015年前装修的。当时姥姥身体还好，根本没有考虑这么多关于老人的需求。”郑女士提到，自从前几年母亲不慎摔伤后，家里对老人的居家安全会考虑更多。现在在原有的空间基础上进行改造设计，以解决老人在居家养老中的安全隐患，还更换了一些更适合老人使用的家具。

不过，新快报记者日前通过走访卖场以及采访相关消费者发现，目前线下的适老化产品较少，促销员更多的是依据绝大部分消费者的需求来推介产品。哪怕老人有居室适老

化改造的需求，大多也是家中的年轻人一手操办，按照自己认知要求装修团队进行居室设计。郑女士表示，“这些改造设计是自己家里人一起商量的。之后有需求的话，也不太会考虑找适老化家装的团队重新装修。”

“适老化家装需求基本上都是子女或者孙辈提出来，真正埋单的是年轻人。实际上，老人年龄太大以后，他们也没办法自己购买了。即使有钱，但是他们也不一定有购买行为。”保利和品总经理谢红英向新快报记者表示。由于财力限制，对于老年人居家适老化改造，政府只能重点支持分散居住的特困老人和低保老人的基础类项目的实施，对于普通老人的个性化选择项目，可供选择的余地并不多。谢红英说道：“整个行业还处于起步阶段，要实现很个性化的需求，其实很难做到，加上现在政府和街道的项目预算很少，每一户要3000-5000元，只能增加一些扶手、沐浴凳、护理床等基础设备设施。除非是子女有意识或具备经济能力，能自行出钱进行家装改造。”

老人消费观念发生变化 智能化、个性化成适老化家装发展趋势

事实上，国家在近几年开始大力推动老年人居家适老化改造工程。“十四五”规划纲要提出，支持200万户特殊困难高龄、失能、残疾老年人家庭实施适老化改造，配备辅助器具和防走失装置等设施。谢红英能明显地感受到适老化家装市场正在发生变化。“5年前我们面向市场推广时，其实你要花很多的精力去跟对方解释与说明居室适老化改造是什么，但是现在再去推广市

场时，已经不需要说那么多，老人的消费行为和观念都在发生明显的变化。”

广东省养老服务业协会专家委员会主任董克义接受新快报采访表示，社会对于适老化改造存在一些误区：片面强调舒适性和便利性，忽视科学性和安全性；完全依赖政府出钱，个人不愿“掏腰包”。对于如何满足普通老人的适老个性化家装需求，除了市民要转变观念，企业也要

适应市场做出转变。在他看来，“要下功夫进行老年人居家养老的适老化改造需求调研，不能仅凭现成的标准和老经验。其次，对老年人的要求也不能消极被动、不负责任地满足，而应在设计上充分运用现代科技和经验，适度创新和引领，使老年人看到改造成果后有意外惊喜和融入新潮的感觉。而智能化、个性化将是未来适老化家装市场的主要发展趋势。”董克义表示。

当前适老化改造处于起步阶段 企业面临成本高、 利润低等多重经营压力

去年，民政部、国家发改委等9部委联合发布的《关于加快实施老年人居家适老化改造工程的指导意见》，明确提出支持装修装饰、家政服务、物业等相关领域企业主体拓展适老化改造业务，还给出了一份制定老年人居家适老化改造项目和老年用品配置推荐清单，除了面向特殊困难老年人家庭，还为广大老年人家庭，提供了供自主付费购买的适老化改造项目和老年用品。

然而，面对上万亿元规模的适老化改造市场，对于企业而言，现在更多是“看得到吃不到”。新快报记者了解到，生产老年用品、老年生活辅具的企业，目前仍然是按照传统的工业制造要求，需交13%的增值税费用。谢红英表示，国内的适老化产品市场相对比较空白。“包括我们在内，很多厂家一旦进入这个市场，要花很多的人工成本去研发产品、申请专利再面向市场推广。而市场的消费能力和意识，还有一个教育的过程，现在还远远没有达到品牌消费的阶段。在这些综合因素影响下，企业无疑要面临较大的经营压力。”在与业内人士的交流中，她发现“无论是从事老年用品生产，还是适老化家装，几乎都是营收一两千万的小企业，谈不上盈利，现在每天能存活，能够打平毛利就已经很好了。”

而当前的适老化改造还处于起步阶段，存在覆盖面小、认知度低等问题。据政府部门相关数据显示，目前广州仅有77个居住区进行适老化改造。谢红英认为，由于市场消费能力尚未释放，适老化改造目前更多以政府、养老机构项目为主，个人业务相对较少。当适老化改造试点大面积推开并形成一定的市场需求后，企业才可能真正产生盈利。“其实适老化家装在整个行业都没什么盈利。企业净利润能够达到5%-10%，已经算是很不错了，但现在大部分企业还远没有达到这个水平。而且按照目前的状态来说，如果要真正形成一定规模的市场需求，估计还得5年后。现在企业大多都不会面向个人开展业务，比如老人的一些个性化定制需求等。”谢红英向记者表示。

