

# 从“看似实用”到“实际用上” 智能家居适老化还差几步？

能监测人体特征数据及卧室环境数据的智能睡眠产品、能一键识别指纹的智能门锁、智能马桶和智能浴室镜实时联动生成专属的身体健康报告……当下，智能家居正在拓展我们生活的想象空间。随着老年人口比重逐渐增长，不少企业开始推出智能家居适老化产品。从语音交互、动作识别到自动感应，居家高科技不再是年轻人专属。然而，不少消费者的实际使用体验并不佳。有业内人士表示，针对老年群体的智能家居产品虽然有庞大的受众用户，但企业参与数量寥寥，其市场规模提升仍需时日。

■新快报记者 梁茹欣/文 VCG/图



## “看着噱头十足，实际却没法用上”

第七次人口普查数据显示，截至2020年11月，我国60岁及以上人口达2.64亿，占总人口比重的18.7%。另据公开数据显示，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，当物联网、大数据、人工智能等智能化技术加持的智能家居方案构筑成年轻人心目中的“理想家”时，老年人却难以推门进去。家住广州天河区的薛姨对此深有同感。2021年搬进新房后，薛姨发现家里的智能产品使用起来并没有想象中的实用便捷。“卧室原本安装了声控灯，平时起卧翻身，甚至是轻轻咳嗽一下，灯光突然就亮了起来，让人不胜其烦。”很快地，她便让家人换回普通的照明产品。薛姨提到，部

分智能家居产品看似噱头十足，实际却没法用上。在采访中，薛姨向新快报记者展示如何操作家里的智能门锁，来回开关门四五次，她才堪堪将门关好。

去年9月，宝妈阿德给新家装上了全屋智能设备，同样因为家里的老人使用不习惯就此落灰闲置。“在进门玄关、走廊通道各安装了一个人体传感器，由于父母喜欢沿着动线来回走动哄宝宝睡觉，家里灯光就一直亮着，连带着全屋的智能照明系统都显得十分鸡肋。”阿德表示，家里的智能产品虽说有场景设置功能，可以重新设置优化，但父母一直用不习惯，更不用说让他们花时间学习如何用手机调节灯光亮度。“现在有点后悔，既然用不上这些智能产品，为什么不买上几个好看的灯。”

## “市面上七八成智能家居产品无适老化”

近两年，老年群体渐渐懂得如何使用智能产品为生活带来便利与帮助。根据《2021准银发族家装趋势报告》显示，65%的准银发家族（界定在50—59岁）为单品智能家居用户，5%的人为全屋智能家居用户。其中，智能锁、智能音箱、智能家电、智能窗帘、智能摄像头等是他们使用频率最高的前五位产品。

为满足这部分群体的需求，不少企业也开始推出智能家居适老化产品。从电商平台在售商品来看，声称“适老化”的智能家居，除了专门为老年群体而设计的产品之外，大部分都是在面向大众消费群体的基础上，添加所谓的“老年模式”，如将界面字体调大、增加几个自定义基础性功能辅助等。

事实上，这还远远不够。复杂的智能硬件设计往往在一开始便将老年人拒之门外。以智能家居产品的添加和匹配操作为例，市面上仍有不少产品需要用户在操作页面上手动输入Wi-Fi的SSID和密码后，才能进一步对手机进行配网设置。对于新鲜事物接受速度本就较慢的老年群体来说，这无疑是增加他们的使用难度。

“市面上七八成的智能家居产品，都没有进行适老化。”广东省养老服务业协会常务副会长陈浩向新快报记者提到，安全、健

康、舒适是自主居家养老群体对智能化产品的核心需求。其中“无感监测、无源安装、无线配置”是智慧养老设备的产品形态核心。他解释道，“无感监测”指的是长者可以无接触式连续检测自身的生命特征与行为体征；通过非插座式的电源减低安装难度，则是“无源安装”；至于“无线配置”，意味着这些产品基本采取4G通讯模式，减低不同用户家庭适配难点。

值得一提的是，购买智能家居适老化的任务大多落在年轻人身上。尽管现在部分熟悉网络的老年人会有智能家居适老化需求，但对于企业来说，从产品到技术等方面不一定都能全盘埋单。对此，陈浩分析道，智能家居企业注重生态构建，而智慧养老产品不只是单一的产品销售，后续还需要匹配养老服务。两者之间的商业模式不尽相同。“产品的销售能口头说清，但是服务是很难界定好与不好，两者结合在一起用户的买单意愿就会受影响。其次是，目前智慧养老产品拥有成本和使用成本过高，加之用户市场对其产品的功效和作用价值认知仍是模糊两可，这些都阻碍了市场进一步发展。”在他看来，想要激发市场消费热情，本质还是需要把产品和后端服务相结合，推出所见即所得的标准化、场景化的自主居家养老产品。

## 不同普通家装，智能空间“适老化”要求更高

据亿欧智库发布的数据，2020年以后，科技适老化产品逐渐被大众认可，市场需求也开始迅速增长。预计到2030年，中国科技适老化产品的潜在市场规模可达9914亿元。面对如此可观的市场前景，部分企业近些年频频涉猎，但迟迟未能形成市场规模。

有专业分析认为，由于缺乏统一的通信协议及硬件标准参数等，不同生态产品各自为政，企业多数以单品或单场景的产品开发为主，很难满足智慧养老用户多产品多场景的产品需求。再加上，智慧养老产品市场的认知度不高，目前没有形成需求方的共识，造成许多拥有技术拥有开发能力的制造企业不敢盲目投入开发。

涂鸦智能智慧社区与园区事业部商务经理胡安伦接受新快报记者采访时指出，虽然这几年全社会对于养老话题都给予了较高关注和重视，但是行业相对不是那么成熟，不少从事该行业的企业还处于尝试或探索阶段，这也导致了企业在做这块创新业务时，在项目盈利和市场增速上都会遇到一定的困难。

“现在养老市场的消费需求比较零散，产品标准化的实现还有一定距离，比如在政府主导、企业主导、公益组织主导等不同细分市场或者说形态都有所差异。从这个方面来说，如何快速响应不同场景的养老需求，如何快速‘组装’出相匹配的软硬件平台，就显得尤为重要了。”胡安伦补充道，而且整个养老产业涉及上下游资源整合，包括上游的智能硬件、下游用户运营、家政服务、健康保险、医疗看护等资源的整合等，这都在考验着企业多方面的综合实力。

除此之外，不同于面向家居空间的适老化改造，诸如增加防



扫码了解更多“家·生活”资讯