



关注

房屋如何适老常态化更新？ 有待付费养老服务理念形成

适老化改造正在受到越来越多的重视。6月29日召开的国务院常务会议,审议通过《关于促进家居消费的若干措施》,就促进家居消费部署相关举措。该政策要求,要打好政策组合拳,促进家居消费的政策与老旧小区改造、住宅适老化改造、便民生活圈建设、完善废旧物资回收网络等政策衔接配合、协同发力,形成促消费的合力。住房和城乡建设部近期也提出了“探索建立房屋养老金制度,为房屋提供全生命周期安全保障”的要求。

事实上,将“适老”两个字拆开来看,也可以理解为房子及小区环境不仅要适应老年人生活所需所求,还要经受住时间的洗礼,使其更新能够常态化,为包括老年人在内的市民们提供适宜美好的生活。那么,要如何让改造和更新从室内延伸至小区中,做好适老化的同时又实现焕新呢?

■新快报记者 梁茹欣 VCG/图

适老化改造 不只有无障碍化

相较外界较为熟悉的常规做法如增加扶手、安装防撞条等,老人实际所需要的适老化改造,可能超过一份营销套餐的范围。一家适老化改造公司的相关负责人表示,在与很多老人交谈中,他们最初对适老化改造都表现出较大的兴趣,但谈到具体案例时就连连摆手,认为自己的房子“过于老旧,做不来”。“确实,不同于网上明亮整洁的案例,实际生活中更多需要适老化改造的家都是老房子,其安全隐患、改造难度都更大。地面凹凸不平、墙体破损都是常有的事情。”

据其介绍,他曾为一名67岁独居老人的住宅实施过适老化改造。这位老人明确表示房子是用来居家养老的,但这间楼龄较高、十几年前的装修风格的房子早已满足不了她的需求。他提到,卫生间、厨房以及客厅等通常是家庭适老化改造的重头戏。为此,他们进行一系列大规模改造,包括针对已经发黄脱落的墙面进行全面翻新、卫生间地砖更换为防滑砖、淋浴房增加一字扶手、拆除和更换线路老化的电线、增加LED风扇灯以改善室内照明等。

据公开数据统计,我国城镇存量住房约500亿平方米,其中约300亿平方米为上世纪建设,开始进入“中老年”阶段,本世纪以来建设的200亿平方米左右的房屋,部分楼龄也超过20年。另据《2023中国居家养老空间消费趋势洞察》(下称为“消费调查”)显示,近六成老年人住宅建成时间在2000年以前,房龄超过20年。上下楼不方便及缺乏警报装置、扶手等必要安全设施是老年人自住房主要的不适老问题。

不足两成受访者 愿意大规模翻新改造

家里究竟有哪些项目和设施可供改造?2020年,民政部、国家发改委、财政部等9部委联合发布了《关于加快实施老年人居家适老化改造工程的指导意见》,提出基础类项目和可选类项目共30项具体改造内容,围绕施工改造、设施配备、老年用品配置等方面,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。具体来看,地面防滑、厕所扶手、配置淋浴椅等为基础配置,蹲便器改为坐便器、平拉门改为推拉门、安装闪光震动门铃、电源插座及开关改造等为可选配置。

在政策层面的改造清单之外,业内从业者也摸索出各种评估家庭适老化改造需求的量化指标。适老化改造评估师会事先上门采集相关情况,诸如老人的身体状况、家庭成员组成、居家环境评估等,并征询老人自主需求,为配备养老辅具加装适老化产品做准备。

不过,尽管大众对适老化改造的认知在逐年提高,但行动率仍偏低。现实生活中,较多老人得以进行改造的前提是,需得到子女的支持与帮助,尤其在多口家庭里;还有部分中老年人在身体意外受伤、发现衰老带给生活的诸多不便后,才会选择适老化改造以改善居家养老质量。而即使是选择改造,都是局部翻新居多,对老旧房子进行完全翻新的寥寥无几。消费调查显示,超七成受访者倾向小规模改造或购买适老化家具、家电等居家产品进行改善,大规模翻新改造意向人群不足两成。

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉告诉记者,眼下市民对适老化改造行动率偏低,一方面是老年人对养老服务付费并没有达成统一共识,另一方面也反映出从事相关业务的企业尚未找到可行的盈利模式,企业往往不愿意在此方面大规模投入,市场难以形成正向的消费机制。

改造和更新提速 有待养老理念更新

房子伴随着时间流逝,难免都会走向“衰老期”,质量问题、维护的问题开始显现。然而,当前很多小区受物业维修基金缺乏、社区力量缺位等因素限制,许多居室空间及小区环境的更新和改造进度缓慢,特别是涉及到建筑硬件改造的环境改造方面。要如何让改造和更新从个人住宅室内延伸至整个小区生活环境,做好适老化的同时又实现焕新呢?

“房屋的养老,其重要性绝对不亚于个人养老。如果房子维护得不好,拉拉腾腾,一定会影响到我们的养老质量。”李宇嘉表示,住建部提出探索房屋养老金制度,也是推动家庭适老化改造破局的重要路径之一。不仅是老旧小区,一些本世纪以来新建的房子也出现了未老先衰,设施设备使用寿命下降等问题,有限的公共维修基金难以支撑小区所有项目的改善,而房屋养老金制度正好能打破这一僵局,有助于解决房屋维护资金缺口。

不过,他也提到,目前房屋养老基金要如何筹集和运营,如何协调与原有物业维修基金的关系都尚未清晰,还需要在制度层面进行进一步的明确。除此之外,“当前想要改造和更新从室内到小区环境延伸,除了财政资金的投入之外,最根本的还是付费养老服务理念的形成。”

近两年来,中老年自我改善消费心智日渐养成。消费调查发现,50岁以上人群规模复合增长超10%,60岁以上人群规模复合增长超16%。从整体来看,安全、便利、健康、照护、悦己成为居家养老空间产品的主要趋势。而可以肯定的是,在可预见的未来,也将有更多的家庭愿意自费进行个性化改造,从而实现有品质地生活。

30家泛家居企业 借力杭州亚运会 开启“营销战”

新快报讯 记者梁茹欣报道 距离杭州亚运会举办还剩下2个多月的时间,泛家居企业也在背后摩拳擦掌,通过此次大型体育赛事来增加品牌曝光度。据杭州亚运会官方网站显示,目前已有30家泛家居企业成为杭州亚运会供应商,合计占比20%。其中,有5家企业为独家供应商,分别为老板电器、蒙娜丽莎、奥克斯、顾家家居、松下电器。有25家企业为非独家供应商,包括圣都家装、奥普家居、法狮龙、箭牌卫浴、好太太、皇派门窗、三叶家居、左右家私等。

有市场观点认为,作为疫情防控政策调整后第一场在国内举办的国际体育赛事,杭州亚运会吸引外界众多期待和关注之余,同样也承载着众多品牌对外宣传的需求,接下来这些品牌的促销动作将明显增多,以抓住这波营销热度。

在政策层面上,由于家居消费涉及领域多、上下游链条长、规模体量大,家居消费今年也迎来诸多利好消息,商务部等相关部门多次提出要采取相应措施提振家居消费,促进了市场逐渐回暖。而乘着这股东风,企业能否在品牌声誉和营销上获得双丰收,成为业内关注的话题。

值得一提的是,在2022年北京冬奥会上,仅有三棵树、麒盛科技、天坛家具等3家泛家居企业参与,分别对应涂料、智能床以及家具等细分领域。其中,凭借着“黑科技智能床”走红出圈的麒盛科技并没有想象中收获佳绩。2022年,公司实现营业收入26.63亿元,同比下降10.23%,归属于上市公司股东的净利润为2562.60万元,同比下降92.82%。对于业绩下滑,该品牌解释称,去年根据年度经营计划打造并提升国内舒福德品牌的知名度及影响力,公司加大了营销宣传投入,同时多渠道布局齐头并进加大了管理费用及销售费用的投入,但业绩增长尚未显现。

