

2023年度《中华遗嘱库白皮书》发布

中青年遗嘱数七年增24倍

羊城晚报记者 李焕坤

中青年遗嘱数量七年增长24倍、遗嘱人户均资产达744万元、遗产捐赠人数增加……3月21日，中华遗嘱库发布2023年度《中华遗嘱库白皮书》(以下简称“白皮书”)。中华遗嘱库是中国老龄事业发展基金会与北京阳光老年健康基金会于2013年共同启动的公益项目，11年来，已在北京、广东、江苏、上海等地建立了遗嘱服务中心。

据统计，截至2023年12月31日，中华遗嘱库遗嘱咨询数量约47.9万人次，遗嘱登记保管数量超31万份。白皮书在对遗嘱数据进行多维度分析的基础上，还对虚拟财产遗嘱、未婚人士遗嘱、遗嘱人均资产等进行解读。

A 立遗嘱人年轻化趋势明显

白皮书指出，订立遗嘱的人群平均年龄持续下降。根据今年公布的白皮书数据显示，遗嘱人平均年龄已经从2018年所统计的77.43岁，降低至2023年所统计的67.82岁，遗嘱年轻化趋势明显。

与此同时，在中华遗嘱库订立遗嘱的中青年人(60岁以下)的数量也越来越多。2017年，在中华遗嘱库进行遗嘱保管的中青年人数量为279人；2023年这一数量达到了7124人，7年间增长了24.5倍。

从年龄维度看，2017年30

岁以下人群订立遗嘱的数量为61人，2023年达到了1030人；2017年30至39岁人群订立遗嘱的数量为73人，2023年达到了1623人。

此外，从2017年至2023年间，“80后”在中华遗嘱库订立遗嘱的人数上涨了21.5倍；“90后”订立遗嘱的人数上涨了11.2倍；“00后”订立遗嘱的人数也在不断上升。据白皮书统计，2023年共有167名“00后”在中华遗嘱库订立遗嘱，相较于2020年时增长率达到24.62%。

B 立遗嘱人户均资产明显增长

白皮书数据显示，近三年来，立遗嘱人的户均资产量明显增长态势，已由2021年的6265万元上涨到2023年的744.1万元，涨幅达18.8%。

与此同时，遗嘱中的财产类型呈现多样化趋势。白皮书数据显示，60岁以上中老年群体的财产类型主要包括不动产、银行存款、公司股权、证券基金、理财产品、名贵收藏品等。而在中

青年群体中，主要财产类型为不动产、银行存款、公司股权、理财产品、证券基金、保险单、车辆等。

值得注意的是，近年来，越来越多人将虚拟财产纳入遗嘱并进行合理分配。据统计，从2017年至2023年，中华遗嘱库一共收到488份涉及虚拟财产的遗嘱。其中，北京、上海、广东三地数量最多，分别达到了162份、147份、129份，占到总数89%以上。

近七成未婚立遗嘱人是女性

据白皮书统计，从2017年开始，每年在中华遗嘱库登记保管遗嘱的未婚、不婚人群呈增长态势。截至2023年12月31日，共有2077名未婚、不婚人士在中华遗嘱库登记并保管遗嘱。其中，从性别分布看，女性订立遗嘱比例为69.86%，男性占比30.14%；从职业分布看，超过半数为企业高管与专业技术人员。其中，企业高管占比33%，律师、理财师、会计师、工程师等专业技术人员占比27%。数据

显示，未婚、不婚人群订立遗嘱的主要原因中，有44.63%是照顾父母，另有29.06%是防止财产下落不明。

中华遗嘱库创办人、项目办主任陈凯认为，订立遗嘱的未婚、不婚者中女性占比高，与女性社会地位不断提高、独立意识不断增强有直接关系：“女性注重自身财产的保护和传承，也更青睐于通过订立遗嘱确保财产得到合理处理与分配。对于高学历者、企业高管等而言，他们

拥有的资产可能较多，法律意识与风险意识也较强。他们希望通过遗嘱这一方式，来确保自身的意愿得以实现。”

白皮书还对遗产捐赠的相关数据进行了统计。2021年起，中华遗嘱库推出遗产捐赠服务。截至2023年12月31日，共有381人在遗嘱中决定将财产进行慈善捐赠。在所有受赠对象中，公益组织占比超过80%，其余的受赠对象还包括党组织、企业事业单位、基层组织等。

广东中青年立遗嘱占全国近三成

白皮书同时对北京、上海、广东等地区数据进行分析。记者了解到，截至2023年12月31日，广东地区共有66460人在中华遗嘱库订立遗嘱，占全国总量的22.62%。从2017年至2023年间，广东地区立遗嘱人群年龄总体以60至70岁之间为主，且比例逐年上升；中青年订立遗嘱的数量为5388人，约占全国中青年订立遗嘱总量的29.04%，相较于北京地区的4117人、上海地区的4343人更高。

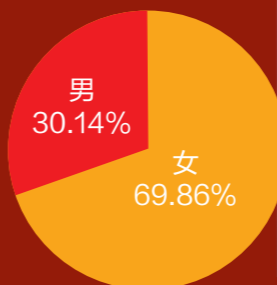
从财产分配方案上看，广东地区配偶和子女是主要继承人。其中，“配偶继承后由子女继承”占比35.19%，“子女直接继承”占比27.91%，“先子女继承后孙辈继承”占比22.25%。

从遗嘱涉及的财产种类看，从2017年至2023年，广东地区立遗嘱人群主要处理的财产以不动产为主，连续多年保持在

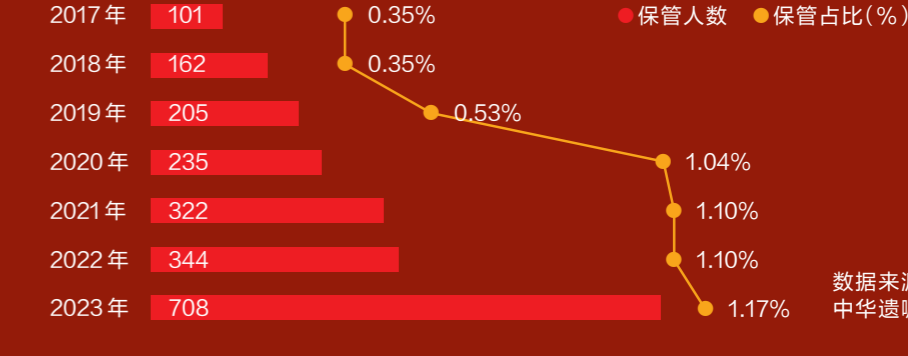
99%水平以上，银行存款则仅次于不动产。从2018年开始，广东地区的遗嘱财产类型呈多样化趋势，且在近六年中呈连续增长态势。

中华遗嘱库广东中心主任林锐表示，近年来，广东地区经济持续高速发展，中青年的财富积累也在不断增加，他们开始注重对自我财产的保护，避免财产下落不明，并希望通过遗嘱确保财富能够按照自己的意愿进行分配、传承。此外，随着广东地区年轻人法律意识的不断提升，他们越来越意识到遗嘱是有效的法律工具。他们希望通过订立遗嘱来确保自己的财产得到合理合法分配。加上社会观念转变，广东地处改革开放前沿，这里的年轻人更容易接受新鲜事物，也更加容易接受遗嘱理念，订立遗嘱已经成为他们表达关爱和责任的一种方式。

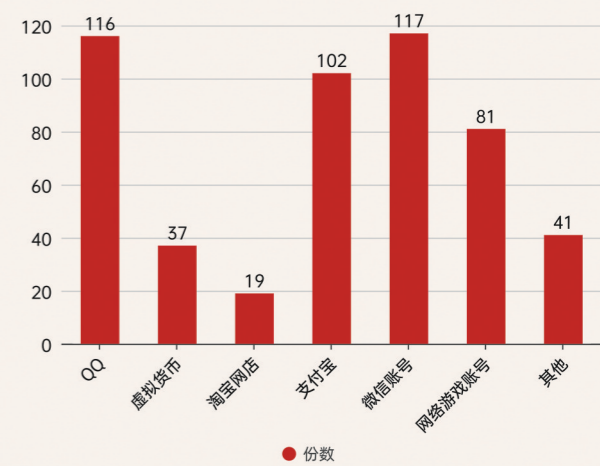
未婚、不婚 遗嘱人性别比例



未婚、不婚 订立遗嘱人数



2017-2023年中青年遗嘱内涉及虚拟财产类型



国内首款「近视神药」周日上市 到底有多神?

羊城晚报记者 陈辉

本月24日，我国首款获批的延缓儿童近视滴眼液有望在互联网医院上通过在线问诊开药的形式开出。很多宝妈奔走相告：再也不用靠代购等形式为孩子高价买药了！被不少家长称为“近视神药”的低浓度阿托品再次成为关注热点，它的效果如何，真能成为儿童青少年近视防控的一味“解药”吗？近日，羊城晚报记者走访了相关专家，尝试找到答案。



“老药”上市引发新关注

3月11日，国家药品监督管理局官网发布消息称，沈阳兴齐医药股份有限公司生产的0.01%硫酸阿托品滴眼液已于3月5日获批上市，用于延缓儿童青少年近视的进展，临床适应证是100度至400度的近视、散光不超过150度，适应群体为6岁至12岁儿童。目前，国内尚无近视相关适应证的同类产品上市。兴齐医药近日对媒体表示，其互联网医院开通时间预计为3月24日，届时患者可在网上医院在线问诊开药。

“其实，0.01%硫酸阿托品滴眼液是款“老药”，在国外已上市

一解国内家长燃眉之急

媒体报道，在兴齐医药的产品获批前，低浓度硫酸阿托品滴眼液曾作为院内制剂在各地医疗机构投入使用，但“供应并不稳定”；其通过互联网医院销售的形式，也被国家药监局叫停。在家长的社交媒体群组中，时不时能看到代购低浓度阿托品的消息，单盒费用达200元以上。通过这种途径，孩子每年用药须花费数千元甚至过万元，但仍有家

专家称该药品有用但别神化

以“逆转”近视，它能够让近视不进展或进展得慢一些，而且只是众多近视防控手段中的一个。“不建议单独使用(低浓度阿托品)，最好联合周边离焦眼镜、角膜塑形镜(或称OK镜)等共同使用。”罗铭在临床中观察到，使用低浓度阿托品的效果因人而异，对50%至60%的患儿效果明显。罗铭也结合切身感受表示：“两个孩子的近视发展进程基本都控制了下来，但效果仍有差异。女儿又额外增加佩戴OK镜。”卓业鸿介绍，该中心团队此

获取药品后仍须遵医嘱使用

兴齐医药的互联网医院开通时间预计为3月24日，这意味着家长今后获得低浓度阿托品较以前容易得多。“但该有的(用药)步骤不能省略，使用前还是得先去医院检查，以排除眼压过高等使用阿托品的禁忌，然后在眼科医生指导下使用。”黄仲委介绍，由于低浓度阿托品仍可能造成畏光、眼干、眼压异常增高、眼部不良反应，因此，儿童在使用期

多年，国内许多医院的眼科早已陆续开展相关临床应用。”广州中医药大学第一附属医院眼科教授黄仲委介绍，此前，除参加相关医学研究外，国内的家长大多是各显神通自行购药，然后在医生的指导下使用。

中山眼科中心党委委员、广东省儿童青少年近视防控指导委员会主任委员、教授卓业鸿介绍，阿托品在医院眼科最早是用于散瞳验光，不过多使用1%的高浓度。至于阿托品滴眼液能否用于治疗近视、多大浓度合适，相关的医学研究一直没有停止。最终，0.01%的低浓度阿托

品被国内外医生所接受——这个浓度不仅有效，而且副作用和停药后的反弹都不明显。

国内多家医疗机构先后开展了相关研究。中华医学会眼科学分会眼视光学组、中国医师协会眼科分会眼视光专业委员会也于2022年联合中国近百名眼科专家，共同发布了《低浓度阿托品滴眼液在儿童青少年近视防控中的应用专家共识》。其中明确，0.01%硫酸阿托品滴眼液和安慰剂相比具有一定延缓近视进展的作用，与更高浓度的阿托品滴眼液相比，不良反应最小、反弹效应最低。

前开展了关于阿托品的研究，主要是关于阿托品单用和联合OK镜控制近视的2年随机对照试验。结果显示，单用低浓度阿托品是有效的，而联合OK镜后疗效还会进一步提升。

“其实低浓度阿托品的疗效在不同研究中还是有差异的。”卓业鸿说，虽然大部分研究认为它对控制近视进展是有效的，对黄种人的效果要好于白种人，但确实有一些研究发现它的效果不明显，如果停药，疗效可能会逐渐消失：“也就是说，阿托品不是神药，不能解决所有的问题。”

时间的路，而且要看0.01%硫酸阿托品在现实世界的效果。”

“家长们要注意，不要因为依赖阿托品，就不注意孩子的每日户外活动时间和用眼习惯。后两者是儿童青少年近视防控的基石。”卓业鸿提醒，中山眼科中心研究团队一项针对近2000名学生的研究显示，每天增加40分钟的户外活动，学生近视率从39.5%降至30.4%。

户外运动引消费热潮 广东企业数全国居首

羊城晚报记者 杭莹

随着天气转暖，户外游也逐渐升温，户外装备市场呈现热销态势。近日，羊城晚报记者走访了多家线下门店，结合各大电商平台销售数据，发现更轻量化的“轻便露营”成为今年踏春的主流，多种户外装备热卖。运动装备市场正逐步向“人群年轻化”、“消费进阶化”和“运动场景多元化”的方向发展。

线上线下均呈消费热潮

3月21日下午，羊城晚报记者来到位于广州市天河区东圃附近的一家户外用品门店。尽管是工作日，店内仍非常热闹，快开式帐篷、露营桌椅、野餐垫等户外露营装备摆在显眼位置，不少消费者正在挑选户外运动装备。“徒步、骑行、露营相关产品是消费者比较关注的。”门店工作人员介绍，除了各种露营装备外，防晒帽、防晒服、防晒霜等防晒用品的销量最近也明显增加。

也有不少消费者选择通过线上平台选购户外装备和运动用品。天猫发布的《2024春夏淘宝天猫运动户外行业趋势白皮书》(以下简称“白皮书”)提到，水上运动、徒步、骑行成为消费者今年春夏季的首选运动。京东消费观察的调研数据显示，

徒步/健身走、爬山是年轻人最热衷的项目，这也带动消费者更倾向于入手舒适跑鞋、运动服装。抖音电商户外露营商品持续热销，3月以来的日均销量是2月初的3倍以上。抖音电商数据显示，2024年2月-4月，最受关注的户外商品包括户外休闲家具、户外餐饮用品、户外照明和帐篷(天幕)。

今年以来，快手平台户外运动装备的销量也很可观。快手公布的数据显示，2024年1月-3月，户外冲锋衣裤同比增长超140%，户外防晒衣同比增长超160%，户外休闲衣裤同比增长超200%，羽毛球用品同比增长超270%，越野跑鞋同比增长近10倍。

90后、00后成市场主流力量

从“把酒言欢”“网游打怪”，到在大自然中结伴骑行、垂钓、滑板，不少年轻人逐步形成“请人吃饭不如请人出汗”的社交理念，认为运动社交不仅锻炼身体，也能让朋友间的交流更深入、更默契。这也促使户外运动更加火热。

日前，京东消费及产业发展研究院发布的《运动社交消费观察》显示，在35岁以下的年轻群体中，有七成受访者表示愿意通过运动结交新朋友，“运动局”已成为年轻人社交新潮流。从各大平台的数据来看，年轻人正是这波户外运动潮流的主力军。天猫发布的白皮书数据显示，18岁至29岁人群是天猫春夏运动户外市场的主流，占据了约40%的市场份额，成为该市场的主流力量。

白皮书还指出，90后和00后在徒步、登山、骑行等户外运动中的参与度最高，同时也对潜水、漂流、攀岩、滑雪等运动项目展现浓厚兴趣。进入2024年，从户外相关装备的消费增速来看，一些曾经小众的户外项目

有望在今年春夏季节迎来爆发式增长。这一趋势反映出，运动装备市场正在逐步向“人群年轻化”、“消费进阶化”和“运动场景多元化”的方向发展。户外运动的热度进一步助推户外运动产业的发展，而广东就是户外运动企业的集聚大省。天眼查专业版数据显示，截至目前，我国拥有27.9万家户外运动相关企业。从地域分布上看，广东、浙江(并列第一)、河南以及山东户外运动相关企业数量位居前列，分别拥有4.1万余家、4.1万余家、1.7万余家以及1.6万余家。2024年1月-2月，新增注册相关企业7000余家，与2023年同期相比上涨3.9%。