

截至2024年末,全国60周岁及以上老年人口已达3.1亿人,占总人口的22.0%;预计到2035年左右,我国60岁及以上老年人口将突破4亿人,占比超过30%,进入重度老龄化阶段。在这一背景下,适老化改造早已成为积极应对人口老龄化国家战略的重要抓手,也因此催生了万亿蓝海市场。但这个赛道真的好走吗?发展过程面临哪些难题?又该如何破局?重阳节前,记者就相关问题进行了采访。

文/片 记者 魏银科 尹睿
济南报道

3万亿元市场潜力待激活

据住建部数据测算,我国居家适老化改造市场规模约3万亿元。另据调查,90%以上的老年人选择居家养老;第四次中国城乡老年人生活状况抽样调查显示,58.7%的城乡老年人认为住房存在不适老问题,对应潜在用户约1.8亿人。

这样的市场体量,是吸引山东桑乐家居有限公司较早进入适老化改造这一赛道的重要原因。他们于2023年开始布局,2024年初正式营业,如今已在全国300多家门店开设适老化展区,济南40多家社区店辐射周边3-5公里老年群体。记者走进济南历下区桑乐轻装轻改社区店的适老化展区,智能马桶,折叠浴室椅、定位拐杖、墙面扶手、升降橱柜等产品排列整齐。

“起夜时脚边的灯带跟着亮起;按下扶手旁的按钮,马桶圈自动抬升15厘米;升降卫浴柜可使轮椅轻松入位,方便老人拿取药品;智能升降护理床,一键帮老人翻身……”公司负责人王凯向记者展示着各种适老化产品的方便之处,这些设计对于老年人来说,不仅是生活的支撑,更是尊严的保障。

济南中垠雅苑的改造案例颇具代表性:一位行动不便的老人因如厕起身困难、洗澡易滑倒,家人求助桑乐。施工团队48小时内完成改造:智能升降马桶可一键调节高度,防滑垫遇水摩擦力倍增,沐浴凳折叠收纳不占空间,再配上联动感应夜灯与紧急呼叫系统,彻底消除居家隐患。“这些改造措施有效解决了老人生活中的不便,不但提高了老人生活的安全性和便利性,也让我们晚辈更加安心。”老人的家人对改造效果非常满意。

尽管业务有了一定进展,但是发展的速度与设想的还是有很大差距,庞大的市场潜力并未完全转化为实际需求。桑乐门店数据显示,适老化业务仅占其旧改业务的20%-30%,且几乎全部来自“纯刚需”场景。

济南佳年乐健康管理服务有限公司是一家刚刚进入适老化改造领域的新公司。之所以从事这一行业,是因为其负责人李勇在照顾患有阿尔茨海默症的母亲时,产生了“老吾老以及人之老”的想法,有工程背景的李勇从硬件入手,把包括客厅、卧室、卫生间和餐厅在内的房间统统进行了改造,智能设备也装了不少。“为了改善母亲的生活质量,不断寻找、尝试、调整、改造,慢慢就对适老化改造产生了兴趣,也走上了二次创业的路。”

然而李勇在二次创业的过程中,同样发现适老化改造这个行业看起来前景广阔,真正干起来却困难重重。

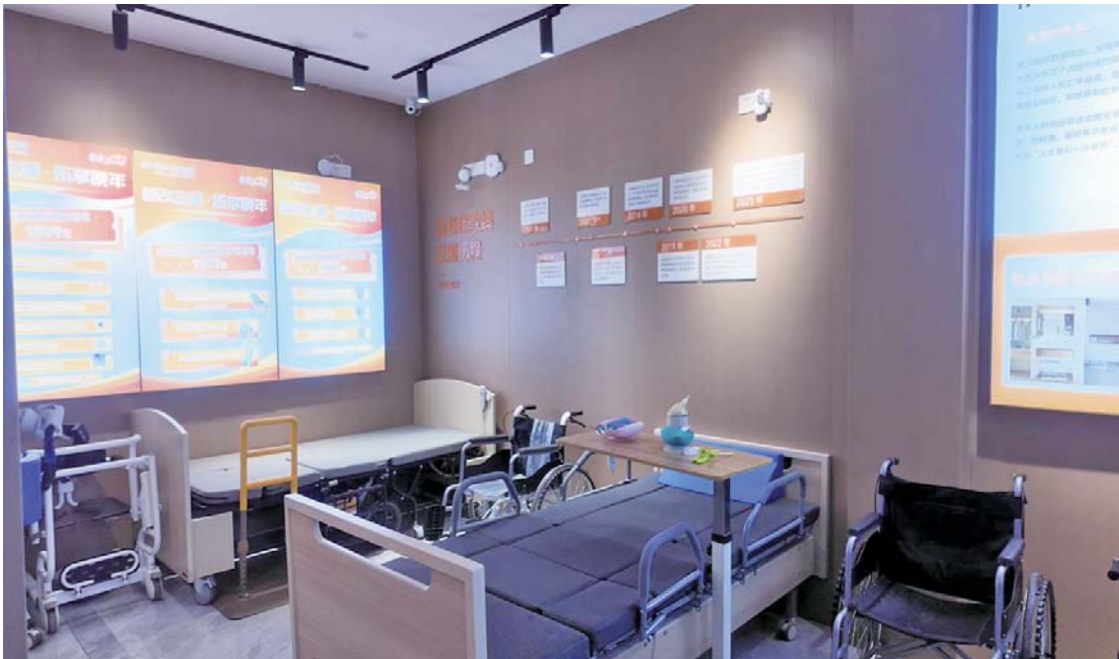
制约市场扩容的几处梗阻

适老化改造为何没有想象中发展得那么好?

“要么是老人脑梗后需要无障碍设施,要么是摔倒过才加急安装扶手,主动做预防性改造的几乎没有。”

『老』问题遇到新问题 适老化改造待破局

多重因素制约发展,三万亿元大市场等待激活



桑乐家居推出的部分适老设备。

王凯无奈地透露,70岁是明显的需求分水岭,70岁以上老人会接受浴室凳、扶手等基础配置,而60多岁的群体多数“不服老”,以“身体硬朗,不需要改”为由拒绝。

这一幕正是当下适老化改造市场的真实缩影:一边是3亿多60岁及以上年龄人口撑起的蓝海市场,一边是“刚需才消费”的现实困境。

更值得关注的是消费决策权的代际分离:桑乐的客户中,九成以上是子女为父母采购,老人主动咨询的比例不足10%。这种“子女买单、老人使用”的模式,使得改造需求严重滞后于实际需要。

“市场看着大,实则处处是坎儿。”深耕行业一年多后,王凯对适老化改造的困境有了深刻体会。

据王凯介绍,桑乐在开展业务过程中,首要面临的是消费者认知与观念难题。部分老年人消费观念保守,对新产品接受度有限,并未意识到适老化改造的必要性,担心改造破坏原有居住习惯。“即便有经济实力,老人也更愿意将资金投入子女、孙辈身上,而非自身居住环境改造。”王凯说,目前社会大众对适老化改造了解还是相对较少,子女要么未察觉老人居住环境的潜在风险,要么认为改造成本过高。

专业人才短缺与改造标准缺失,同样制约市场发展。“适老化改造并非简单安装产品,需结合老人身高、行动路线、健康状况定制方案。”王凯进一步解释,老人的高矮胖瘦、左腿不便还是右腿不便等不同情况所需要的扶手高度也存在差异。但目前行业缺乏专业设计师,大多依赖施工经验,无统一标准,导致改造效果参差

不齐,既难以满足个性化、精准化需求,也降低了消费者对服务的信任度。

此外,市场结构呈现“重产品、轻服务”的畸形特征。“家装行业尤其依赖‘人’的决策,尤其在施工流程、质量管控等方面。多数企业仅售卖单品,不提供施工服务,消费者购买产品后因找不到合适的安装工人,只能闲置。”王凯表示。此外,适老产品消费门槛低、见效快,更易被接受,而房屋适老化改造涉及设计、施工等环节,单价多在一两万元,老人普遍不舍得投入,“买产品的多,做改造的少,两者比例能到7:3。”

在李勇看来,在适老化改造这个问题上,老年人和年轻人之间其实有较大分歧。“有的子女非常孝顺,给父母做适老化改造可能投入了十几万元,可是到了父母那里,或许只需要一个助行器。”李勇说,他开始反思,“这个改造到底是我需要的,还是社会需要的,还是老人需要的?”

政策与市场需双向发力

尽管适老化改造没有想象中那么火爆,但是其广阔前景还是毋庸置疑的。据王凯介绍,目前,适老化改造已从单一的卫浴产品扩展到全屋定制、智能家居、装修服务等多个领域,涵盖了客厅、卧室、厨房等各个空间,形成了更全面的适老化解决方案。

“济南老人目前不喜欢大拆大改,墙面扶手、折叠沐浴凳这类‘即装即用’的轻量化产品更受欢迎。”王凯表示,未来适老化改造将更偏向“轻量化、场景化、一体化”。此外,对适老化改造的要求

也越来越个性化。比如,需要根据老年人的身高设置不同高度的扶手,为视力不好的老年人设计更醒目的标识和照明等,以满足他们的特定需求。

为增强信任、降低决策门槛,桑乐正积极推动适老化改造“看得见、用得会”。通过在社区设立实景样板间,老人可亲手触摸防滑地面、试用起身沙发,直观感受“改造不是麻烦,是方便”。

“我们接下来会和更多社区合作,把‘适老化体验间’搬进社区,让老人先试再改,还会针对济南老旧小区多的特点,推出‘低门槛改造套餐’,让更多老人能享受到安全舒适的居家环境。”王凯告诉记者。

不断拓展营业范围也是适老化改造从业者们追求的目标。“我们不只是简单提供养老设施,还会跟进后期的每一项需求,就连纽扣改装这样的琐事,也会认真对待。”济南佳年乐健康管理服务有限公司的马更旭说,“我们会进行细致的工作,这也是我们的长处,而不会劝人花费几万或者几十万修改设施。”

近期陪朋友母亲就医的经历,更让马更旭坚定了做好服务的重要性。“谁都能帮忙挂号看医生,但和老人坐下来交流的价值是不可替代的。老人面临着身体逐渐衰弱的无奈,看着未来的生活仿佛一眼能望到头,我们要做的,就是给老人带去更多的盼望。”

这样的市场实践,正与国家及山东层面的政策导向深度契合。《关于深化养老服务改革发展的意见》明确提出推进家庭适老化改造,支持老旧小区加装电梯与无障碍设施建设,将其作为巩固居家养老基础、健全养老服务网络的关键举措。截至2024年年底,全国累计完成208万户特殊困难老年人家庭适老化改造,建成家庭养老床位36.6万张。山东省的“适老焕新 安居无忧”政策精准落地,2025年对6大类25种适老产品给予最高30%价格补贴……

政策与市场的双向发力,正推动适老化改造从“刚需补救”走向“常态保障”。“十五五”中国居民人均预期寿命将提升到80岁左右,“让每一个人获得更加健康的有品质的生活”愿景的实现,需要社会多方协同发力。“希望媒体多用通俗语言解读相关政策,向社会传递预防性改造理念,让适老化改造真正适配长寿需求。”王凯说。



李勇展示适老化改造后的衣橱。