

## 银发科技

老年群体的“养老刚需”，正迈向“品质需求”。在本届进博会上，针对老年群体的生活“痛点”，多家企业都带来了新产品、新技术，用“银发科技”满足老年人在居家、医疗、健康、美容等领域中日益增长的高品质需求。

从智能设备到居家养老再到健康饮食，越来越多的“全球智慧”正通过进博这一开放合作的舞台涌入中国市场，为亿万中国老年人服务。

## 居住

## 贴心细节打造“长者友好家”

厨房水槽和灶台下方，为何缩进20—30厘米？左右台面，为何相差10厘米？柜门为何使用全透明玻璃？在宜家展台，一个“长者友好家”样板间，让人看到了适老家居是如何通过每一个小细节实现的。

在5.1馆的宜家展台，今年的“长者友好家”样板间比去年更加“扩容”。根据《家的最大公约数：2025代际友好家居趋势报告》的调查结果，宜家今年适老化区域涵盖了浴室、厨房、客厅、起居室等六大空间。在适老化厨房，水槽和灶台下方都向内收缩了20—30厘米。“老人长时间站立着洗菜切菜会感觉劳累，向内缩进的灶台前方便放置站立辅助器。水槽前则可以放一把椅子坐着洗菜、择菜，预留出下方位置是为了给双腿腾出空间。高低台面的设计符合老两口的不同身高，全玻璃面板的橱柜一目了然，方便老人拿取。”展台工作人员介绍。

在浴室里，垂直安装的扶手为老人站立沐浴提供更多支撑，无论毛巾架还是洗浴用品放置台都是“一物多用”款，既能置物又能当扶手支撑。“根据调查结果，近一半老年人对于浴室的安全性要求很高。这些设计既不突兀，又能满足他们的真实需求。”工作人员说。

同样在5.1馆的松下展台，今年也展示了一系列聚焦“银发科技”的产品。在“活力老人”的卧室翻新改造样板间里，记者看到，从照明、空调，到电动床、防滑地板，都无微不至地保障着老年人生活起居的舒适度与安全性。

比如，松下智能电动床可以自由调节头、背、臀、腿四个部位的高度，还有按摩放松功能。床上的睡眠监测带，能监测老人夜间翻身次数和呼吸状态，根据数据及时调节睡眠温度。地板则采用特殊的防滑工艺制造，搭配减震垫一同使用，可以降低老年人的跌倒风险。

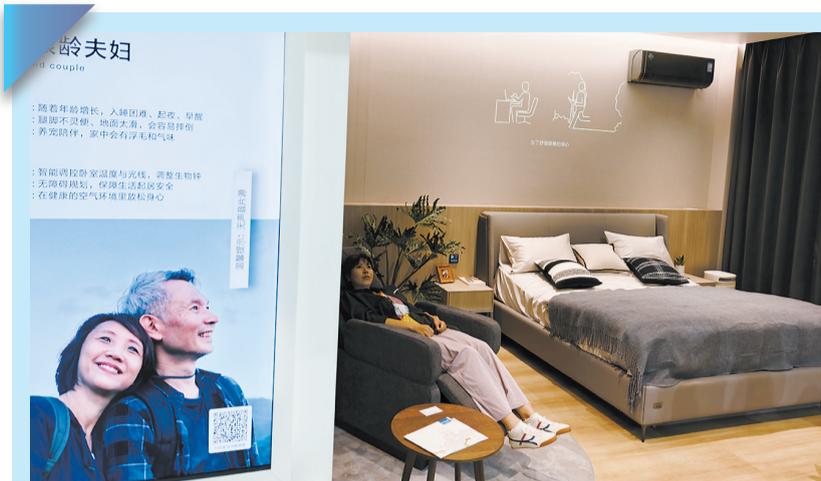
除了松下，其他日本企业也瞄准了中国“银发经济”的商机。在4.1馆，日立电梯根据日本比中国早30年进入老龄化社会的应对经验，展示了在“电梯加装”和“电梯改造”方面的解决方案，推动城市更新及老旧小区改造。“一梯一策”的定制方案响应了节能、性能、智能、美观等需求，轮椅自动召梯、无障碍乘梯等人性化智慧功能，也提升了老年人的乘梯安全性及舒适度。

## 医疗

## 老年人与照护者感受同样重要

在老龄化社会中，老年人的慢病管理与照护是绕不开的话题。进博会上，医疗展区的多家企业带来了适用于居家和社区场景的慢病照护前沿产品。

如同一条普通内裤的“疝气裤”，非侵入式无创女用导尿管，笔式注射器和可穿戴式注射装置……在1.1馆，碧迪医疗展台的“悦享银发健康生活馆”展示了多条产品线的适老产品。其中，为居家卧床老年女性设计的Purewick女用导尿管吸引了很多观展者驻足。“以往手术后的导尿管是有创的，对于老年女性非常痛苦，而且护工或家人半夜需要

进博会上“银发科技”：从养老刚需到品质需求  
“适老”藏在每一处细节

▲ 松下展台银龄舒眠卧室

▲ 第八届进博会创新孵化专区展示的护腰黑科技腰带

▼ 宜家展台适老卫生间系列产品

本报记者 刘歆 摄



起床为老人导尿，非常辛苦。而这款产品是无创的，置于老人体外进行导尿，尿液吸出后收集在容器中，老人和照护者整晚都能安心睡觉。”碧迪医疗大中华区企业品牌公关及数智传播总监李莎介绍。

一款专为中国中老年男性疝病术后居家护理研发的疝气裤也是亮点之一。“疝气、疝病是老年男性非常常见的疾病，在疝病手术后，如何让老人居家康复得更快更好？这款疝气裤采用人体工学原理设计，和市面上吊带款的普通疝后康复产品不同，就像一条裤子，面料和舒适度都更好。”李莎表示。

此外，展台还展示了可穿戴的自助注射设备、血糖检测采血针等产品，家庭医生、社区医生护士能方便地上门采血、采尿，为卧床老人带去“福音”。李莎认为，慢病管理或老年人的健康管理，不仅要造福老年人，更要减轻照护者的负担，这是适老产品中的前瞻话题和趋势。同时，碧迪此次也将很多原本适用于医疗机构的产品拓展到消费者端，让好产品走进社区和家庭，扩大了专业医疗产品的使用场景。

一台瞬感贴片血糖仪，为什么始终“不计成本”保留着业界不再流行的扫描检测仪？在1.1馆的雅培展台，负责人揭开谜底——很多老年消费者反馈称，扫描检测仪上的数字更大更清晰，而且不需要使用让他们头疼的智能手机。“如今，很多

企业的血糖仪都用手机App进行便捷管理，但我们始终保留着扫描检测仪。虽然从成本上考虑并非最优选择，但这是雅培对于老年群体的人文关怀与企业责任感。”她说。

日立展台的养老医疗健康板块，多款瞄准“银发经济”的先进产品、理念和方案也惊艳亮相。“慢病风险预测模型”就很神奇，只要输入一些健康数据，就能通过AI技术分析疾病演变过程的早期指标变化，从而推算出将来患慢性病的风险和医疗费用支出。“这个模型适用于两大场景，一个是保险行业的风控理赔核保，另一个是健康管理行业。”日立(中国)有限公司中国区市场营销统括室副总经理王楨说。

## 饮食

## 健康食品是最具潜力的增长点

低GI、零反式脂肪酸、高蛋白、无添加……在农食产品展区，越来越多的参展企业发现，健康食品的巨大市场正成为“银发经济”赛道上最具潜力的增长点。

“消费者不再只问‘好不好吃’，而是问‘对我的健康有没有用’。”在8.1馆，嘉吉农业供应链中国区市场总监赵青告诉记者，这一本土食饮消费趋势的变化，正驱动全球食品企业从传统口味竞争转向以科学为基础的营食品赛道。

老人有时烧菜喜欢多放油，对身心不太健康。进博会上，嘉吉展示了新一代液态煎

炸油“融佳清炸油”。它专为中式餐饮健康升级设计，采用葵花油与高油酸菜籽油的黄金配比，令不饱和脂肪酸含量高达89%，同时又能实现零反式脂肪酸。“这款展品精准契合餐饮健康化的趋势，能满足中国居民多样化的健康消费需求。”赵青说。

中国现有4亿超重肥胖人群、3亿多心血管病人、1亿多糖尿病患者，膳食干预正成为破解“重治疗、轻预防”难题的密码。同样位于8.1馆的益海嘉里金龙鱼大健康营养谷物产品负责人郑金玲表示，企业带来了几款进博首发新品，其中就包含了植物甾醇蛋白乳。这是一款添加了植物甾醇的功能性食品，植物甾醇是天然存在于植物中的活性成分，结构与胆固醇相似，可以和胆固醇形成竞争性吸收，促其排出，达到护心效果。

另一款青稞苦荞挂面则专门为糖尿病患者和血糖偏高人群打造，获得了低GI食品认证。“相较于高GI食品摄入后血糖快速飙升的特点，低GI食品在胃肠道消化吸收速度更慢，能令餐后血糖升得更缓慢、平稳。”郑金玲说。

此外，雅培也在进博会现场，展示了专门针对中国老年人群特殊营养需求生产的新一代雅培全安素，以及多款专为特定疾病人群设计的营养配方，满足老年和康复人群的多样化营养需求。“肿瘤患者须增加优质蛋白质的供给，并补充维生素、矿物质及鱼油；透析患者须摄入足够的能量与蛋白质，控制钠、钾、磷等矿物质的摄入；糖尿病患者应采用地中海饮食，尽量选择低GI食物；术后或伤口尚未愈合的人群，则需充足的蛋白质和骨胶原，以支持细胞修复和肌肉组织再生。”雅培营养品业务部门副总裁吴海英说。

## 美容

## 拥抱全生命周期的美

在6.1馆欧莱雅展台，有一件特别的雕塑作品——面带微笑的老人于皱纹间盛放出五彩缤纷的花朵，旨在打破“美”的刻板印象，而这也是欧莱雅“新龄美”理念的生动写照。

“美不分年龄。集团于今年6月开创性提出‘新龄美’理念，引领大众拥抱全生命周期的美，这件雕塑作品就是为此创作的。”欧莱雅北亚区数字智能美妆部总监叶成达告诉记者，肌肤长寿科学研究是践行“新龄美”的基础，传统抗衰重在被动修复，长寿科学强调主动预防，“过去15年，欧莱雅集团累计发表了40余篇长寿科学研究相关论文，开发出许多根植于长寿科学领域的领先产品。”

兰蔻“芯”级肌肤解码仪是欧莱雅在本届进博会面向中国首发的一款最新科技产品，采用微流控芯片实验室技术，助力消费者了解自身皮肤老化轨迹。“仪器会对所提取的皮肤角质层进行成分分析，从微生物群调节、营养感知、结构完整性、屏障功能、炎症过程等五个维度测算皮肤的生物年龄，提供可延缓皮肤衰老的个性化护肤方案。”叶成达说，解码仪能帮助用户发现皮肤问题，而兰蔻塑颜美容仪则为干预和修复皮肤衰老提供高效解决方案。

“美容仪采用突破性的纳米芯片专利技术，端部有400多个超精密的纳米级触点，可以轻松进入角质层中间，在肌肤表面创建微小通道，促进化妆品的渗透吸收。”叶成达透露，该产品上个月在欧洲开售，售价为249欧元，深受消费者喜欢，在英国曾一周登上亚马逊平台美容仪品类销量榜首，不久也将在中国上市。

本报记者 金旻矣 裘颖琼 张钰芸  
通讯员 闫锦