



外骨骼机器人。受访者供图

和柯旭 本报记者 赵培希

“银发浪潮”正汹涌来袭。据中国社会福利与养老服务协会等发布的《银发经济蓝皮书:中国银发经济发展报告(2024)》显示,我国银发经济规模在7万亿元左右,约占GDP的6%,到2035年,银发经济规模有望达到30万亿元,占GDP的10%。

老龄消费不断升级,产业需求丰富多样。政策东风助力下,各个领域的“弄潮儿”作何思考、如何加速抢占“龄”跑线?近日,记者采访不同企业所面临的需求与挑战,揭示其蓬勃脉动与未来机遇。



图据AI生成

银发经济迎新机遇

企业如何加速入局?

“适老科技”前景广阔 普惠大众需过“两道关”

这两日,杭州市西湖区文三未来科技体验中心内,前来尝鲜外骨骼机器人的中老年人络绎不绝,这里是杭州智元研究院新推出的“踏山”髌部助行外骨骼线下体验点。

陪伴机器人、健康管理AI、智能多模态轮椅……在科技赋能时代,养老产业也紧跟步伐,一系列科技适老化产品的出现,既解决了传统居家养老的需求痛点,又能缓解失能老年人的照护难题。

政策也在持续发力。今年,国际电工委员会(IEC)正式发布由我国牵头制定的世界首个养老机器人国际标准。在浙江,省民政厅等四部门联合印发《2025年浙江省消费品以旧换新居家适老化改造实施细则》,将“助老外骨骼机器人”纳入新增补贴项目。

“近两年,我们逐步将应用场景从医疗、机构向个体家庭延伸。”杭州智元研究院工作人员表示,目前外骨骼机器人的意向订单已经有很多,工厂已经进入了正式量产阶段。

虽然市场前景广阔,但记者发现,行业要跨进“适老科技”大批量商用的时代,还需突破“两道坎”。

首先是大众的认知观。杭州智元研究院工作人员告诉记者,“以旧换新”补贴名单出来后,外骨骼机器人的订单量并没有显著变化,主要原因还有不少老年人对辅助器械的认知仍停留在“残疾人专属”上,担心自己会因佩戴助行器受到旁人的非议。

其二是技术瓶颈。“市场端的‘冷感’限制了大规模生产,老年人节俭的消费习惯也进一步加剧了成本和价格问题。”程天科技的工作人员说道。

银发旅游热度飙升 释放更多市场增量

暑期,“银发族”出游热情持续高涨。一辆辆银发旅游列车穿梭于天南海北,载着老年游客前往“诗和远方”。

据中国旅游研究院预测,到2025年底,中国出游率较高、旅游消费较多的低龄健康老年人将超过1亿人,银发旅游收入有望突破万亿元。

需求升级催生产品创新,带动了企业的发展转型。浙江省中国旅行社集团宁波有限公司总经理周晓波表示,近两年旅行社的主流用户群已基本转向60至70岁的低龄老人。

“银发人群一般选择错峰出游。”周晓波表示,对此,旅行社针对性地推出小团定制游、康养疗养线路等适老化产品,以4至6人团为主,形成了差异化市场空间。

值得注意的是,银发旅游市场同样有不容忽视的问题。

当下部分旅游产品价格虚高、服务质量参差不齐,更有虚假商家以“低价游”为诱饵,兜售保险、保健品,侵害老年人消费权益。行业呼吁,急需加强行业监管,建立统一的适老化服务标准。

养老机构服务升级 融合业态创造附加值

银发经济前景广阔,养老机构作为传统养老产业,也在不断拓展服务内容,以智慧化、专业化、生态化特征提升市场竞争力。

据第五次中国城乡老年人生活状况抽样调查显示,到2035年,我国失能老年人将达到4600万人,到2050年达到5800万人左右。对此,不少养老机构开始探索“医疗+康养+智能”融合路径,引入医疗护理项目,精准对接失能老年人健康服务需求。

近两年,杭州市月伴湾养老机构的院内床位总和从30张提升到近100张,入住率从70%增长到了95%。“智慧养老也成为服务升级的突破口。”机构负责人孙燕红举例,近年来,养老院打造“家庭病房”,新增适老化智能终端设备,实时检测老人的活动轨迹与睡眠质量。

尽管有长期护理保险(长护险)等政策加持,杭州医疗养老机构仍面临多重挑战。“一是床位数量的不足;二是运营成本的提高;三是家属协同护理技能的欠缺。”孙燕红直言。