

## 热点热评

# 适老产品更需“亲老”

康琼艳

随着老年群体规模不断扩大,养老需求持续升级,银发经济已成为培育经济发展新动能的重要领域,越来越多的企业将目光投向银发群体,适老化手机、智能家居、辅助器具、老年旅游等产品与服务层出不穷。然而,不少产品投入巨大,技术参数样样领先,但依旧难获老年用户青睐,市场反响平平。

适老化产品“叫好不叫座”的症结,在于供需不完全匹配。企业仍停留在“卖产品”“卖硬件”的思维定式,忽视了老年群体需求的个体差异性,更缺乏从研发到维护的全链条服务支撑。从“适老”到“亲老”,企业亟需补上“服务闭环”这一课。

“卖产品”思维的典型表现,就是将“适老化”简单理解为硬件参数的统一适配。放大字体、简化按键、增加语音提示、统一安装扶手高度……这些固然必要,但远远不够。从低龄到高龄,从自理到失能,从独居到与子女同住,老年人的需求从来不是简单统一。低龄老人侧重预防性设施,中高龄群体需要功能补偿,失能老人依赖医疗照护集成,失智群体关注安全防护系统——这些不同的需求,岂是一套标准化方案所能覆盖?

服务,正是将标准化产品转化为个性化解决方案的关键环节。通过实实在在的入户评估,深入了解不同老年群体的健康状况、行为习惯、生活场景与核心痛点,精准把握不同人群的需求差异,细化产品分类、优化产品设计,让每位老年人都能找到适合自己的产品。这些工作看似增加了成本,实则是让适老化产品的价值不再局限于冰冷的硬件参数,而是延伸为一种具象的守护和尊重,反而降低了后期维护的难度,提升了用

户满意度。

卖出去不是终点,而是服务的起点。和年轻人相比,老年人往往不擅表达自身需求,对生活上的不便多是采取能忍则忍的态度,这导致企业很容易忽视老年群体对“有人教、有人管”的深层渴望。实际上,对老人而言,再简捷的产品,也离不开手把手的操作指导;再灵敏的设备,也需要及时响应和耐心解释。

值得关注的是,适老产品的特殊性在于,老人的身体状况会随时间变化,产品的使用效果也需要持续跟踪。扶手松动了谁来修?呼叫器误报了谁来调?智能设备操作忘了谁来教?这些看似琐碎的问题,恰恰决定了适老化产品能否真正融入老年人的日常生活。那些缺乏服务支撑的产品,只会加剧老年人的挫败感,最终沦为摆设。

现实中,已经有不少企业作出积极探索。有的通过免费评估安装、试用期陪伴式服务,降低老人使用门槛;有的建立了安装教学、一对一使用培训、定期回访、24小时响应的标准化服务流程,让老年人在使用中建立信任,将体验转化为口碑;有的结合硬件产品数据推出个性化健康建议,让适老化产品的价值得到充分释放,也让企业在长期运营中找到新的业务增长点。

银发经济方兴未艾,适老化产品的竞争已从“功能比拼”转向“体验较量”。服务不仅是决定体验的关键,更是产品价值的延伸。企业要将服务视为与产品同等重要的竞争力,让服务贯穿产品全生命周期,破解响应慢、保障弱、体验差等问题,让老年人用得安心、用得舒心。

## 拒绝市民建议,为何反获好评

常晋

前不久,一则“拒绝”走红网络。广东深圳,有市民反映,夜间深圳湾公园部分道路照明较暗,希望增设路灯。对此,公园方很快回复,“不行”。其表示若增设过多高亮度灯具,将破坏生态平衡,尤其会干扰候鸟越冬栖息与迁徙节律;为兼顾市民夜间活动需求,已在主要出入口及交通节点保留基础照明。该做法获得网友好评。

拒绝市民建议,却赢得全网点赞。看似反常的现象,在高质量发展和高水平保护背景下,是情理之中。不妨从三个“为什么”说起。

为什么要拒绝?因为尊重鸟儿生活的自然规律。

深圳湾是东亚—澳大利西亚候鸟迁徙通道的重要“加油站”。近年来,随着当地红树林与滩涂的保护恢复,来此停歇补给的候鸟数量不断增多。对这些远道而来的“空中旅客”而言,一旦夜间光照过强,便容易打乱昼夜节律、增加能量消耗,影响下一步迁徙活动。公园的做法看似不近人情,但这份“留暗”的克制,实则是对生命的敬畏,是在守护这片土地的生物多样性。

为什么愿意拒绝?因为发展的理念已悄然转变。

“万物各得其和以生,各得其养以成。”今日中国的城市建设,早已跳出“唯GDP”的单一框架,不只关注路多宽、灯多亮,更追求“人与自然和谐共生”的生态之美。深圳“留暗”之外,还有北京“留荒”,探索城市“再野化”,在温榆河公园设置多片自然带,没有人工干预、限制游客进入,草长莺飞自成野趣;湖南“留白”,长株潭三城之间“空置”生态绿心,给自然留下呼吸的空间,也为都市圈积攒成长的后劲。摩天大楼林立,绿树掩

映其间,城市的繁华与自然的生机相得益彰、美美与共。

为什么获得叫好一片?因为“事事有回音”的诚意,也因为生态文明理念的浸润人心。

市民有诉求,相关部门不敷衍、不推诿,而是积极回应、解释清楚,本就值得肯定。即便最终拒绝了提议,也用有理有据的分析、耐心细致的说明,赢得了公众的理解。真诚的态度、扎实的工作方法,彰显“人民城市为人民”的价值取向。

更值得欣慰的是,人们对这份拒绝广泛认可。在上海,几千只国家二级保护野生动物貉与居民比邻而居,去年第四次“貉口普查”显示,市民对貉的情感倾向更为正面。在郑州,闹市区内大量鸟儿筑巢,一度让居民爱恨交织,但越来越多人选择接纳,“鸟儿抱窝,也说明咱们这儿环境好”。从抱怨到包容、从驱赶到守护,心态的转变,折射绿色发展理念深入人心、外化于行。

这种和谐,最终也会反哺于人。江苏东台以观鸟游为中心,推出逛展览、买文创等生态旅游服务,条子泥景区年接待游客近百万人次。把保护生态环境作为发展的立足点,海南旅游业、现代服务业、热带特色高效农业等产业加速向价值链高端攀升。事实证明,生态友好不是城市建设的“绊脚石”,而是可持续发展的“加分项”。在发展中保护,在保护中发展,高质量发展的绿色底色会更加浓郁。

公园方的回复下,有网友评论,“深圳发达的不仅是经济”。的确,城市的魅力,在增长速度、发展高度,也在对动物的包容度、对自然的敬畏心。为鸟儿“留暗”,点亮的,是一个地方的文明气质。

## 微言网语

### 【新闻事件】

**湖光:**满满一桌菜,没吃几口就倒进泔水桶。这不是因为菜品不佳,而是某些探店博主的常规操作。据经济日报报道,有探店博主点了一桌子海鲜,仅吃一两口,就对着镜头大夸特夸。一套流程走完,博主收拾设备走人,旁边的服务员也对“剩宴”见怪不怪。可怕的是,此类浪费现象在美食探店领域已成“惯例”。

### 【留言精选】

**湖光:**造假成为常规操作,也侵蚀探店行业的健康发展。

**言之:**探店应源于真实体验。压根儿没怎么吃,就对着镜头输出好评,无异于精心策划的虚假推销,欺骗消费者。

**城区:**不少消费者早就看透探店博主与一些商家的联袂演出,对探店博主的推荐反向避雷。

**哇宁:**比满嘴话术误导、欺骗消费者性质更恶劣的,是探店博主对食物的肆意浪费。

**泡桐树:**反食品浪费法已实施数年,“光盘行动”推行已久,反食品浪费早成社会共识。

**训导员:**探店博主拍完就扔的“行规”,不仅不尊重农耕劳作,背离传统美德,也践踏法律红线。

**一拍:**浪费式探店大行其道,仍是畸形流量观作祟。为了追求视觉冲击、博取点击量,部分博主沉迷于“大排场、全桌席”的浮夸形式,把美食分享异化为流量表演。

**看潮:**部分商家则在曝光即效益的思维下,主动提供排场以换取宣传。一个要数据流量,一个要顾客流量,博主、商家形成了利益共同体,而平台坐享其成,对虚假欺骗、浪费歪风不管不问。

**友参:**食物绝非可以随意丢弃的拍摄道具,拍摄美食和厉行节约并不矛盾。

**传播力:**观众在意的不是博主吃了多少、场面够不够大,而是能不能从视频中获得真实的评价、有价值的参考。

**渡江:**如果博主拍完食物一扔了之,对食物连起码的尊重都没有,怎么能够取信用户?

**天净沙:**少一点套路,多一点真诚,少一点浪费,多一点节约,博主才能赢得公众信任,探店行业才能回归健康有序的发展轨道。

**夺冠:**探店的核心是发现不是表演,是分享不是推销。“光盘”不仅是美德,更是探店博主最基本的职业操守。拍完就扔的探店歪风该刹住了。据人民网



## 别让智慧城市成“花架子”

智慧灯杆十盏亮四盏,大数据演示厅常年紧锁,协同应用系统因“数据饥饿”而瘫痪,便民App无法打开……记者在基层调研发现,有地方昔日轰轰烈烈上马的“智慧城市”项目,如今静悄悄“沉睡”,沦为闲置的“半拉子工程”。

新华社