

# 让“适老”不再与“老旧”“病弱”绑定

## “不显老”适老产品成为长者新宠

“总觉得老人机显得过时”“推着笨重的轮椅出门也不自在”……日常生活中,你会发现不少长者对适老产品都有类似的顾虑,其实暗藏着对“适老”标签的微妙抵触心理。

近日,在第十一届中国国际老龄产业博览会(以下简称“老博会”)上,记者发现适老化产品的“去标签化”设计成为趋势,从“能用就行”到“好用又体面”,这些“不显老”的适老化产品兼具实用性与审美价值,悄然打破了大家对适老产品的刻板印象。



近日,老人们在淄博某社区日间护理中心体验适老辅助器具。

### 【长者】 “实用优先”到“尊严优先” “不显老”成关注焦点

一个周六的下午,广州越秀某小区,79岁的陈桂芬(化名)一边把女儿李薇递来的“老年手机”塞进抽屉,一边小声说:“用这个手机,被人笑话死”……这已是李薇第三次尝试给母亲换手机,前两次“大字键、大音量”的长者机型都被母亲以“像给病人用的”为由拒绝。

记者在走访中发现,这种抵触心理在长者中很常见。本届老博会上,有参展商说:“前几年推出的安全扶手,有老街坊宁愿摔跤也不安装,觉得(它)像医院设备。”如今酸枝木色的隐藏式扶手却很热门,不用时折叠起来,用时才打开,“越时尚的扶手越有长者来问,说装着不丢人”。

记者观察到,在社交平台上,适老化相关内容热度持续攀升,“不显老”“不突兀”成为长者与家属的关注焦点。其中,适老化改造走“隐形美学”路线,隐形扶手、倾斜浴室镜、极简风防滑地垫等产品倍受青睐;年轻人为父母选购适老化产品时更看重“颜值与实用兼顾”,经常问“有没有颜值高一些的助行器”和“求与装修搭调的智能护理床”等。

最终,李薇找到了合适的答案,给母亲选购了一款OPPO Reno14手机,“不但颜值出众,最赞的是手机系统内置远程协助,我可以远程帮老妈操作手

机。这回我老妈特别满意”。

从“实用优先”到“尊严优先”的转变,成为适老化改造的趋势。家住天河区的独居长者王阿姨最近给家里进行了小改造。可升降原木餐桌、踢脚线隐藏夜灯、自动闭合抽屉,无一件带有“老年”标识,却解决了弯腰吃力、起夜怕摔跤的问题。“我孙女说比她的出租屋装修还洋气。”王阿姨说。

### 【企业】 让“适老”产品不再与 “老旧”“病弱”绑定

当“适老”不再与“老旧”“病弱”绑定,适老化家具才能真正走进长者生活。某康养家具企业董事长张浩富是国内适老化家具“安全、功能、环保、舒适、活力、文化”概念的率先提出者。多年深耕,他带领团队始终围绕长者需求打磨产品,尤其在破解长者对“适老”字眼的排斥难题上积累了扎实的实践经验。

张浩富介绍:“早期我们主要做普通护理床、椅子、沙发这些基础产品,现在已经升级到智能化品类了,比如带冲洗、语音控制功能的护理床,功能更全、智能化程度也更高。”

精准解决长者需求,是康养家具迭代的核心逻辑。“小到一把餐椅的扶手都要反复调整。”他告诉记者,“早期适老化餐椅都是全扶手,为的是让长者扶得稳,但后来发现长者吃完饭后还要把椅子往后挪,才能有空间起身出来,后



观众在2025世界智能产业博览会上了解老人助浴设备。 新华社发

来我们开发了半扶手款餐椅,方便长者从侧面离开。”

为了契合长者“不显老”的心理需求,这家企业的康养家具团队从名称到设计对产品进行了全方位调整。“我们先把‘适老化家具’改叫‘康养家具’,提法更温和,长者更容易接受。”在设计层面,隐形扶手成为核心巧思,“在衣柜、沙发、床尾屏、椅子背部这些地方融入隐形扶手,既保证长者行动时能支撑,又不会让老人有‘医院感’。”产品在款式和色彩上也以简约新中式风格为主,色彩多为浅色原木色,摆脱传统深色家具的沉闷感,也能适配不同装修风格。

从提出概念到打磨细节,张浩富和他的团队始终坚信,好的适老设计应当是“隐形”且有温度有情怀有文化的——它能藏起“适老”标签,却把对长者的关怀融入每一处细节。

### 【专家】 既要满足长者生理需求 更要守护心理尊严

民政部养老服务业专家委员会委员乌丹星博士,长期扎根老年健康与照护领域,对适老产品如何兼顾贴心与尊严有着深刻理解。

乌丹星认为,养老既要满足生理需求,更要守护心理尊严,这也是“不显老”产品受追捧的核心。适老化产品可以在形象和颜色上多下功夫,“比如,将传统的灰色助浴椅改为米白色简约款,

形似普通家具而非医疗器具,长者接受度自然更高”。

又比如,以前的轮椅多为单一的银灰色金属款,如今轮椅设计更加多样化,有量身定制款、可折叠塞进轿车后备厢的轻便款、操作简单的电动款,部分社区还推出租赁服务,无需购买即可使用。

乌丹星提及早年一款“智能养老手表”的反面案例:堆砌十几种功能,却把开机键做得极小、未优化屏幕字体,长者连时间都看不清。乌丹星坦言,年轻设计师常陷入“功能全”的纠结,既不切实际又推高价格。为此,她倡导“深入场景调研”,给出明确设计思路:“先想清楚‘满足谁、在哪用、需求多大’,需求样本量小就暂缓,等市场认可再规模化生产。”

在乌丹星看来,适老化产品的终极目标是让长者使用时忘记其“特殊属性”,只感受到便利与舒心。“我们的科普姿态也要改变,别总说‘这是给老人家用的’,要换成‘洗澡更省力’‘推起来轻便’,让长者觉得使用(它)是平等平常的事,而非特殊对待。”

乌丹星强调,未来适老化产品的趋势一定是守护长者的尊严。好的适老化产品既要解决实际问题,更要守护“不被贴标签”的生活质感,“这条兼顾贴心与体面的升级之路,仍需行业深耕”。

综合央视财经、《信息时报》报道