

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“求与装修搭配的智能护理床”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、在哪儿、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