



需求释放 智慧养老加速生长

新冠肺炎疫情期间,针对老年人,各地养老机构收严监管措施,北京等地还明确对养老机构实施封闭式管理等措施。在此背景下,不论是居家养老还是在机构中集中养老的老年人,线上服务、智能设备的消费需求快速释放。然而,我国智慧健康养老产品同质化现象严重。有相关企业负责人提出,目前市场上智能养老终端等设备大同小异,养老电商尚处于发展初期,日新月异的智慧养老消费产业也将进入加速变阵的新周期。



线上、智能服务需求集中释放

随着新冠肺炎疫情不断变化,面向老年人等易感人群的各种防护措施也在不断升级。对此,有专家告诉北京商报记者:“不可否认,如何在避免老年人感染新型冠状病毒肺炎的同时,尽可能满足他们的各种生活、消费需求,让他们能一如既往地养老,是摆在供给端面前的一大难题”。

据介绍,疫情出现后,老年消费者线上购物需求猛涨,同时,他们对于一些远程智能老年用品的咨询、消费量也都出现了明显的提升。数据显示,春节期间,京东平台上,1月20日-27日

期间,心电/血氧仪下单量环比上月同期增长18倍,而在春节期间(除夕至初七),56岁以上用户购买血氧仪的下单量同比增长400%左右。此外,疫情发生后,越来越多的年轻消费者也开始集中为老年人购买一些居家使用的护理设备、保健品等。

无独有偶,除了线上购物外,其他线上养老服务需求热度也快速上升。北京今朝装饰集团副总经理戴仙艳还介绍,虽然现在线下装修已基本停止了,但部分老年人改为在线上咨询相关服务和产品,甚至愿意尝试线上模

拟户型等形式,开展一些量屋、选材等前期准备工作,与设计师、客服、监理保持沟通。

减少出门和与人接触频率的老人们,也开始愿意将一些日常生活事项交由智能设施、远程系统去办。智能机器人开发商、优必选科技股份有限公司行业销售总监宁云向北京商报记者介绍,近期受疫情影响,老年人大多无法保证如往常一样的出门频率;因此,近期不少老年人都通过线上向我们咨询可替代外出功能的智能化产品,咨询量上涨了三成左右”。宁云表示。

新市场供需错位

疫情之下,被压抑的线下消费需求“转战”线上,更多的日常生活服务需要通过智能设备来满足,养老服务和产品供给格局已悄然变阵,但这也意味着,有更多的新课题亟待企业攻克。

“我国智慧健康养老产品同质化现象严重。”工信部副部长王志军日前“一针见血”地指出了当前这一新兴领域难突破的发展瓶颈。据了解,这一行业对企业的创新能力也有着较高的要求。但在目前市场需求快速扩容的背

景下,很多商家会以较低的研发和制作成本推出一批“复制粘贴”的产品,以较低的价格迅速圈占市场,对此,王志军表示:“这种做法短期内可能会吸引一部分消费购买,但参差不齐的产品质量会让市场上的同类产品面对恶性竞争、难以生存的局面”。

除同质化竞争外,老年用品销售渠道“转场”还要面对传统的电商销售形式与老年人消费习惯错位的问题。正在筹备上线老年用品电商手机App软件的北京老年用品中心零售部经理

赵雷表示,老年人在购物时,往往注重亲身体验感,老年人也时常提出希望可以在上门送货时手把手再教一遍等需求。

无独有偶,有企业向北京商报记者透露,虽然现阶段老年用品线上咨询量大大提高,但订单增幅却并不大,而这主要就是因为老年人需要通过线下体验才能建立消费意愿;现在,我们大部分的订单都是在靠老年消费群体之间的口碑传播”。宁云表示。

亟待“黑科技”与新手段

“不可否认,疫情之下,老年人的‘行动范围’受到了一定的限制,智慧健康养老产品、线上服务需求加速释放,因此,加大科技投入将成为下一阶段养老市场竞争的关键。”相关企业负责人称,想要在数以万计的同类产品竞争中抓住消费者,就需推陈出新,开发更多更专业、拥有“黑科技”且易操作的新功能。

宁云表示,特殊时期,智慧健康养老产品应依照消费需求进行功能变化。如在智能产品中增加线上娱乐功能,在线听戏、老年舞蹈及抖音平台链接等内容,满足目前老年人的室内娱

乐需求,同时适当增加慰老服务,减少老年人外出的频率,降低感染风险。

北京大学社会学系教授陆杰华则认为,未来智能化产品想要“深耕”养老领域,关键就是要掌握老年群体的真实需求。“老年人对智能产品的需求的确在增长,但很多产品的定位并没有落在老年群体的消费需求上。”

而对于电商平台经营老年用品物流成本过高的问题,经营北京首家老年用品电商的北京心悦邻和科技有限公司总经理王韬告诉北京商报记者,目前该平台正在试行老年人线上下单

后,由供货厂商直接送到养老驿站再分发的形式,驿站作为“中转平台”,既承担了帮助老人下单、初步介绍产品功能的任务,也揽下了“最后一公里”的分发配送环节,使得中间环节成本大大减少,供货商成本占85%,驿站劳务费用为10%,电商平台收入仅有5%。

此外,戴仙艳还表示,在暂停线下业务的时期内,开展线上服务的涉老企业还应当加大对员工的培训力度。引导老年消费者多体验线上产品和服务。

北京商报记者 蒋梦惟 杨卉
图片来源:企业供图

疫情之下春节老年消费新需求 (以网络购物为例)

◇ 更关注呼吸健康

制氧机
呼吸机
下单量增长

100%



◇ 康复辅具购买需求转线上

护具、训练器械等
下单量增长

30%以上



◇ 养生保健品消费迅速升温

鱼油
大豆卵磷脂胶囊等
下单量增长

30%



◇ 老年用品集中在传统产品

56岁以上中老年人给自己购买的老年用品主要集中在**助行工具、保暖内衣、理疗仪**等领域
轮椅下单量增长**40%**以上



扫码观看现场视频