

# 老年消费为何“将就”多“讲究”少

不少老人习惯于节衣缩食,宁愿苦自己也不愿意给孩子“增加负担”

民政部数据显示,截至2022年底,我国老年人口已经超过2.8亿人,占总人口的19.8%。业内人士认为,提高老年人口生活质量,要从衣食住行等身边事上加强有效产品供给,以优质的老年用品调动社会消费意愿,让老人们不“将就”、能“讲究”。

## “年轻款式挑花眼,老年款式没得选”

67岁的山东青岛市民苏爱竹近日为买衣服犯了难。她想为参加一场婚礼挑身衣服,可去附近的商场一看,青年服装多种多样,老年服装店却只有两家,款式雷同而且普遍老气。

除了保健品好买,衣食住行中经常是有钱难买“称心”,这是很多老年消费者挑选日常用品时的共同感受。

“老年人的鞋子需要强化防滑、护脚,

衣服需要穿脱更方便,但市面上不容易买到。”上海市民陆跃华说,大多数日常消费品是针对青壮年设计的,难以满足老年人的需求。

养老机构也有很多需求难以满足。有养老机构负责人告诉记者,他曾想引进智能翻身床,但试过多家企业的产品,都达不到要求,“我们希望用上好的高科技产品,但很难找到”。

## 难买也难卖,供需“两端挤压”

业内人士介绍,目前老年用品市场不仅存在难买的问题,也存在“难卖”的问题,导致老年用品渗透率不高。

——产品对老年群体的生理特征不贴近。老年人由于存在皮脂分泌下降、骨质疏松、身体变形等特征,对服装服饰、日化用品等日常消费品的适老需求高,相关产品需要兼顾功能性、便捷性、安全性等多重要求,但多数行业的针对性细分不明显,对老年人群体的关照不足。

——消费渠道不畅通,线下门店不足。记者调查发现,城市中老年用品在医疗养老机构之外很难买到,农村地区更是连轮椅、纸尿裤都很难买到。许多老年用品只能通过网络渠道购买,然而老人上网普遍“不利索”,习惯使用网络的年轻人又了解不到老人的需求,有购买意愿的老人也买不到心仪的产品。

——市场监管和知识产权保护对新业态、新产品的覆盖有待提升。有业内人士

说,有的企业不做研发,只模仿跟风;一些老年用品生产企业投入大量资金、人力搞研发,但产品刚出来就遭遇抄袭、仿制和假冒。

——老年群体崇尚勤俭节约,储蓄意识强。“很多老人积蓄都想留给子女,不舍得给自己花,也不愿意子女为自己多花钱。”华录健康养老发展有限公司青岛分公司总经理李鹏说,不少老人习惯于节衣缩食,宁愿苦自己也不愿意给孩子“增加负担”,客观上也使老年用品难以“走出深闺”。

## 让老人“不将就”“能讲究”

接受采访的业内人士认为,我国已步入老龄化社会,让规模庞大的老年群体拥有更高质量的晚年生活,主要还是需要提高优质老年用品的供给,让老人们减少“将就”。

《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》明确提出要发展壮大老年用品产业,加强老年用品研发制造。近期,工信部具体发布了《2023年老年用品产品推广目录》,推广包括老年服装服饰、养老照护产品、日用辅助产品、健康促进产品、适老化家居产品等263种产品,其

中不乏柔性翻身智能床、智能跌倒防护服等切中机构和消费者“痛点”的产品。

“老年用品产业壮大发展既需要‘培土’,也需要‘扶苗’。”上海银发无忧科技发展有限公司副总裁林立钢认为,国家层面可通过财政、税收等政策,培育具备自主创新能力且具有一定市场基础的企业,使其成长为龙头企业。同时,加强知识产权保护,维护企业创新积极性,对市场违法行为进行有力惩戒。

白玉光说,小到老年人的鞋子,大到涉老建筑,各种涉老产品和服务应建立

起完善的标准体系,确保市场健康发展。可从市场相对成熟的产品入手,加快制定及修订一批关键急需的产品和技术标准。

长期从事适老化家居改造的产品经理孙田建议,可用好基层社区、卫生机构等单位,做好日常生活用品、辅助用品、康复用品等重点品类的功能普及和消费指引,激发“身边效应”。李鹏等人建议,在具备条件的地区,可针对特定老年群体开展老年用品消费试点,以示范效应带动老年群体消费。

据新华社

## 世界顶级富豪共拥有将近13万亿美元资产 征收2%财富税年增税收2500亿美元

新华社北京10月23日电“欧盟税务观察中心”23日发布报告说,如果向大约2700名全球顶级富豪征收2%的最低财富税,估计能每年合计增加税收2500亿美元。

这一独立研究机构当天发布的《2024年全球逃税报告》说,资产逾10亿美元的富豪通常借助开设“空壳公司”等

手段转移资产、隐藏财富,相比其他所有收入人群,他们实际支付的个人所得税占个人资产比例最低。

报告说,在美国,这些富豪缴纳个人所得税的税率实际上约为0.5%,在法国则几乎为零。路透社援引中心主任加布里埃尔·祖克曼的话报道,这种情况或危及税务系统的稳定。

报告说,相对于这些富豪总计将近13万亿美元的庞大资产而言,2%的最低财富税不过是九牛一毛。这些税收可用于应对人口老龄化、气候变化等难题。

然而,要征收全球财富税需要各国在清查富豪资产方面通力合作,即便不考虑其他障碍,仅这一条也需数年才能完成。

## 日本部分蔬菜价格飙升 接近往年3倍

新华社北京10月23日电 由于今夏酷暑导致农产品歉收,日本西红柿、萝卜、胡萝卜、葱等蔬菜价格出现大幅上涨。

日本共同社22日报道,部分蔬菜价格甚至是往年的近3倍。报道认为,日本家庭财务状况已受汽油、电费和食品接连涨价拖累,近期蔬菜涨价恐使日本家庭雪上加霜。

日本农林水产省说,西红柿涨价主要因为北海道和福岛县8月中旬至9月中旬高温天气导致产量不高。胡萝卜也因北海道高温天气而产量低于预期。萝卜涨价是北海道和青森县气候异常的连锁反应。

农林水产省调查结果显示,在东京都中央批发市场,西红柿批发价截至7月27日为每公斤392日元(约合19元人民币),而截至10月17日涨至每公斤1306日元(约合64元人民币),大约是往年的2.8倍。

## 以军对加沙地带 地面攻势或持续3个月

新华社耶路撒冷10月22日电 据以色列媒体报道,以国防部长加兰特22日说,以军即将对加沙地带发动的地面攻势可能会持续3个月。

加兰特在位于特拉维夫的以空军指挥中心说,如果以色列成功消灭巴勒斯坦伊斯兰抵抗运动(哈马斯),这将是加沙地带的最后一次地面攻势,“这需要一个月、两个月甚至三个月时间,但最终不会有哈马斯”。

## 丹麦遭风暴袭击



近日,风暴“巴贝特”在丹麦等国肆虐,带来强风、暴雨和风暴潮,并引发洪水等灾害。图为10月22日在丹麦勒兹维拍摄的一座遭到风暴袭击的码头。

据新华社

## 幸福蔬菜批发市场,一个能担当城市生活气息的老牌菜市场

金秋十月,正是秋忙季节,瓜果梨桃、应季蔬菜开始大量上市,现在人气最旺的地方恐怕就属菜市场了,每天吸引着众多市民前来买菜或者闲逛。眼下的幸福蔬菜批发市场就是生活气息最浓的地方。

《舌尖上的中国》导演陈晓卿说:“一座城市最吸引我的,从来不是历史名胜或者商业中心,而是菜市场。菜市场,一个冒着热气,人情味十足。”

23日凌晨4点半,天还未亮,位于烟台幸福南路西首路北29号的幸福蔬菜批发市场已经是灯火通明、人车如织,车辆的轰鸣声与人们的交流声汇集一起,好像提醒人们热闹忙碌的一天又开始了。

记者走进一家店铺看到,六位员工围在一起正在给茼蒿除皮,旁边还有四

五位市民忙着选购、搬运蔬菜。记者刚要问话,店铺经理吕立巧走了进来笑着说:“刚给客户送货回来,已经送了两趟了。”了解得知,店铺每天凌晨1点半就开始忙着进菜、装菜、分拣、精加工、送货等,一直能忙到上午10点左右,这种状态已经持续20年了。市场里的大多数店铺天天如此。以前给预定的老客户只送毛菜,现在不行了,食堂与酒店基本都要半加工的精品蔬菜,比如除皮的茼蒿、除皮的土豆以及除掉老叶的生菜等。当问起经营状况时,吕经理笑了笑,说道:“批发蔬菜的利润很薄,只有销售数量多了才能有利润,所以只有勤奋地坚持下去才能有收获。”

随后,记者来到了6号蔬菜批发大棚。这里更加热闹,发货的、购货的、送货

的以及卸货的,每个人都在忙着自己的营生,来来往往能有上百人。看着眼前忙碌的身影、听着有趣的闲聊,记者身居其中,不禁忘掉了清晨的困意。来自即墨的批发商董经理说:“现在正是蔬菜大量上市的时间,不仅品种齐全,而且价格也非常便宜,市区好多蔬菜零售商都是在这里拿货。今天大白菜批发0.8元一斤,芹菜1.2元一斤,有机花菜1.6元一斤。”董经理介绍,到了蔬菜旺季,他每个星期能跑两趟烟台,一趟能拉一万多斤蔬菜,已经干了12年了。因为保质保量讲信誉,所以朋友圈里有了许多烟台的老客户,他们一旦需要蔬菜,就会在微信下单,有时为了维护客户关系,赔钱也卖。

是的,只有重情义、肯勤奋、讲信誉的人才能走得更远。



幸福蔬菜批发市场目前已签约常年驻扎固定品牌店铺410户,主要以蔬菜、粮油、调料、肉类批发经营为主。市场辐射烟台市及周边县市区,保障着烟台中心城区及周边地区100多万人口85%的农副产品供应,年成交量35万吨,年交易额达30亿元,提供从业岗位6000多个,为烟台市“菜篮子工程”建设、保障烟台消费安全作出了突出的贡献。(王力)