上海市首个养老科技产业园开园

据新华社 上海市首个养老科技产业园于10日在上海市闵行区开园,规划总面积约1.3平方公里,分为创新研发区和产业承载区两大功能区,目前园内已引进40余家养老科技创新企业。

据悉,创新研发区主要承担养老科技创新研发、成果转化、企业孵化和产品展示等功能。产业园已与中科院微系统研究所和交大先进医疗芯片研究所等高等院所达成合作,共建研发测试公共服务平台。

养老科技产业园建有公共研发服务平台、孵化器等,与上海交通大学、华东师范大学、复旦大学等高校院所合作,共同开展科研项目研究,推动技术转化。同时,小米、腾讯等一同赋能,产业园正在逐步构建"产学研用"深度融合的创新生态。

未来,产业园将进一步围绕养老科技关键核心技术研发,加快建设产业协同创新平台与成果转移转化平台,打造专业化、市场化、国际化的国家级高水平银发经济产业园,领航"银发经济"高质量发展。

上海是全国最早进入人口老龄化且老龄化程度最深的城市之一。截至2024年末,上海户籍60岁及以上老年人口577.62万人,占总人口的37.6%;80岁及以上高龄老年人口86.00万人,占总人口的5.6%。2024年上海发布《上海市推进养老科技创新发展行动方案(2024-2027年)》,提出创建养老科技产业园等举措。

■黄安琪

"银发赛道"的绝佳入口

据解放日报 上海老博会盛大开幕,银发族逛下来直感叹:今年老博会依旧"高大上",但是离我们更近了——原来高攀不起的黑科技产品价格降下来了;原来只能在养老机构见到的辅具器材,居民家里也能购买享用了。

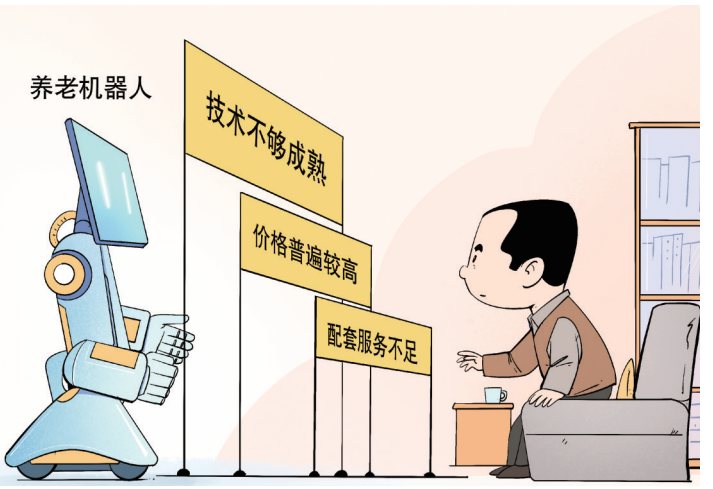
老博会变得亲民可触,映衬着银发经济的潜力与吸引力。历经25年发展,上海老博会已从单一展会,成长为一个政策落地载体、创新引擎和全球资源平台,成为全国银发产业发展水平的一个风向标。越来越多的公司、企业跨界到银发产业,在老博会上大显身手。

前段时间热播剧《蛮好的人生》中有这样一幕:胡曼黎的父亲因突发脑溢血不慎跌倒,家中安装的毫米波雷达设备迅速触发报警系统,成功避免一场悲剧。这一情节,让毫米波雷达在养老场景中的应用备受关注。记者在去年的上海老博会上就看到过这款产品。今年展会上,记者再次见到毫米波雷达,它被运用到照明和一些家电企业的产品中,比如照明设备同时实现"无感看护"的侦测报警功能。

一个有意思的现象是,一些企业原来有点"忌老",不希望自家产品被贴上"老年"标签,如今却主动转型、拥抱银发产业。比如一家制造乐器的企业曾将自己定位为主打年轻人的品牌,当自家一款产品在老年群体中走红、销量大增后,企业找到第二增长曲线,如今全力进入银发赛道。

文旅产业也在对银发一族重新"估值"。不少企业原来以年轻白领、国际游客为主要目标,对老人客户有点"爱理不理",自开通银发旅游专列后,业绩倍增。展会上旅游公司针对老年群体开发推出的细分旅行定制线路成了一大亮点。企业感叹,过往那种将老年消费等同于低廉、保守、基础保障的刻板认知,在市场真实的脉动面前显得苍白无力。

银发经济不是养老院、保健品与轮椅的代名词,而是这个人群未被满足的深层需求,这个赛道大有潜力、大有可为。商家已经认识到,谁提早布局、谁就能占据市场先机,就能掌握未来发展的关键密码,提升面向未来的核心竞争力。而老博会正是企业链接养老、闯入银发赛道的绝佳入口。所以本届老博会不仅有行业经典领军品牌进场,也吸引了跨领域巨头和金融机构加入,有力促进银发经济生态链建设,也大大提升了老博会的品质。 ■王海燕



面临挑战 养老机器人,正在加速走进现实生活。

记者采访发现,虽然养老机器人发展前景广阔,但当前还存在技术不够成熟、价格普遍较高、配套服务不足等问题,"飞"入寻常百姓家仍面临不少挑战。 ■新华社发 勾建山 作

吸引参展企业近500家,行业巨头圈外品牌纷纷登场,展会规模达历史峰值

养老科技新品云集,上海老博会上看"风向"

据解放日报 2025上海国际养老、辅具及康复医疗博览会(上海老博会)日前在上海新国际博览中心拉开帷幕。

作为我国银发产业发展的风向标,老博会吸引16个国家和地区的养老品牌参与,参展企业近500家,展览面积5万平方米,展会规模达历史峰值。

纳米助浴仅需一瓶矿泉水,白背心监测老人跌倒走失

前沿技术,是上海老博会的一大亮点。"上海老博会已成为养老前沿技术集成平台,引领科技产品技术革新。"市民政局老龄工作处处长轧铸说。人工智能、无人驾驶、柔性机械等硬核科技创新,正在改变千万老年群体的生活方式。

洗澡原本是一件简单的事,但由于老年人身体机能衰退、浴室湿滑易摔等原因,洗澡不便严重影响老年人的生活质量。老博会上展出的一款纳米助浴科技产品,仅用一瓶矿泉水就能帮老人完成洗浴。记者在现场看到,助浴员让老人平躺于隔水垫上,将定制的洗浴罩覆盖好,形成一个助浴舱。老人只需像"蒸桑拿"一样躺在其中,不用一滴沐浴露就可清洁身体。

"躺'小帐篷'里,10分钟左右澡就洗好了,太方便了!"75岁的刘伯伯试用后很激动。相比传统助浴,一方面可以保温,另一方面避免了个人隐私长时间暴露的尴尬,老人洗澡更安全、更体面。

越来越多的养老科技产品从概念变成现实。

对今年60岁的陈老伯来说,曾经看不懂、不敢用的"黑科技"正变得越来越轻便、实用。"我曾经穿过外骨骼康复机器人,感觉整个人是被绑住的,比较笨重。"他说。今年老博会上,他试用了爱布公司的新一代外骨骼康复机器人。这款轻便型产品使行动更自由,也让他对未来生活有了更多想象空间。"我姐姐的双腿膝盖受伤,我很想给她买一个这样的机器人帮她重新站起来。"

养老科技产品不仅轻盈,也更聪明。往年展出的电动轮椅,至少要拿遥控器操作,今年安康通公司展出的智能轮椅机器人实现"自动驾驶"功能。"就像驾车一样,家属只要预设好导航,轮椅车就能带着老人自动行驶。"安康通公司负责人说,这部轮椅还有防侧摔、避障、导航等功能,实现360度无死角避障,实现语音交互与远程视频聊天。

有的黑科技看上去平淡无奇,却内藏乾坤。澳大利亚Goldilocks(金适宝)展区展出的一件白色背心就属此类。这是一件智能监护衣,能监测老人跌倒、走失以及睡眠模式、呼吸、皮肤和核心体温等关键健康指标,从而实现潜在健康问题的早期发现。Goldilocks的国外创始人也来到现场,他告诉记者,这件白背心"不光有科技感,面料还可水洗,方便老年人穿戴和使用"。

服饰里的黑科技还有腾飞科技自主研发的"智能心电衣"。作为全球柔性可穿戴领域的"隐形巨头",这件可长程穿戴、监测心电数据的"智能心电衣",可以实现60秒心电图分析、24小时实时监测,即插即用,可连续使用25小时。

"技术每前进一步,未来就离生活更近一步。"腾飞科技数字医疗事业部副总经理宋敏说,企业不断攻关新技术、研发新产品,努力让科技产品更加轻便好用。

以一款监测床垫为例,企业的技术团队通过床垫内的传感器收集心跳和脉搏的微弱波动,为睡眠者夜间的生命安全护航。"心脏每跳动一次,全身血管就会扩张一次,产生一种微小的震动,我们称之为'心冲击波'。"宋敏说,技术难点在于如何区分呼吸波与心冲击波。企业科研团队通过高精度传感器和人工智能算法,提高了监测的精度和可靠性。

行业领军品牌参与度加码,跨界品牌打造适老化场景

记者注意到,今年老博会,行业领军品牌参与度持续加码。泰康、世道、安康通、九如城、人寿堂、普泽、松永、三贵、八乐梦、天坛、青鸟软通、麒盛、维达、国投、保利健投、中车康养、丰田汽车等行业头部品牌云集。

银发经济的新机遇,吸引着越来越多的跨界品牌,破圈效应不断凸显。

华为、海尔、创维等品牌携智慧家居解决方案精彩亮相;新华保险、中国银联、浦发银行等金融保险机构呈现多元化养老金融服务产品;宜家、百姓装潢、沪尚茗居打造适老化改造体验场景。沪上知名连锁医疗器械零售门店康林仁和、声望听力,大型线下电器消费平台京东电器,家纺大牌紫罗兰转型而来的紫罗兰生机康养,百年珠宝品牌老凤祥,纽约时报广场LED全彩屏供应商三思照明等企业也跨界参展。

"跨界品牌的加入如银发产业的一道道活水,为银发市场浇注出更为绚烂多彩的图景。"上海国际展览中心有限公司总经理助理马智雯说。

W3馆有一家展商主要销售一种帮助老人吞咽食物的润滑剂,连续参展数年,销量平平。"自去年老博会加大宣传后,我们这款产品的销路一下子打开了。"这位展商告诉记者,今年公司不仅预定了更大的展位,还加大投入研发直接面向消费者的产品,不再是原来卖给养老机构的专业化产品。

"我们在这里感受到热辣滚烫的银发产业活力。"今年首次参加老博会的一位企业负责人告诉记者,"可以预见,未来大部分行业都会因为人口老龄化而进一步细分,大部分行业都可以而且必然会和银发经济建立起联系。我们应该早点来布局。"

中车山东风电有限公司是一家大型风电装备制造企业,也是一家集便器技术的引领单位。"集便器技术能应用在高铁车厢卫生间,也能用于失能老人的大小便处理。"公司康养事业部副总经理边群星说,2022年公司正式成立康养事业部,依托集便器、高铁卫生间、轨道交通等领域关键技术,开始研发失能人群护理设备。

今年是企业第二次参展上海老博会。展位面积从去年的36平方米拓展至110平方米,还首发了一款智能护理床。这款护理床最显著的特点是,床板中央有一个马桶圈大小便孔。卧床老人可一键调节至最佳体位,直接在床上排便。智能床内置的喷杆集成脉冲助便、污物自动粉碎排放、恒温冲洗暖风快烘等技术支持自动清洁、排污、烘干、除臭。除大小便护理外,智能床还支持床上助浴、定时翻身、安全监控、紧急互联等功能,为失能老人及家属免除后顾之忧。

"基础需求"转向"场景消费",居住照护生活方式全覆盖

银发经济正从传统的"基础需求满足"转向"场景消费时代"。此次老博会的一大特点就是精心营造沉浸式体验场景。

记者注意到,展会现场不仅升级打造"银发生活展区""上海市康复辅助器具创新展""党建服务专区"和"老食惠"快闪活动区四大主题展区,还设有"认知症主题展区"等特色板块,通过"记忆花园""适老化样板间"等场景实践推动养老服务"软件"升级,让服务生态从单一照护转向全场景生命质量提升。

为破解老年人居家改造"认知难、选择难、体验难"的痛点,提供"看得见、摸得着"的解决方案,上海天与智慧养老服务公司将一部"银龄智慧方舟""开"进老博会。这个智慧适老化改造全场景体验车,不仅承载着适老化改造的核心理念,更集场景化体验、智能化产品交互与全链条服务于一体,重新定义居家适老化改造标准。展位工作人员告诉记者,适老化产品的设计均从老年人的体验视角出发,既注重安全、舒适性,也突出互动性,还很尊重老人的心理需求。比如一些"扶手"的设计是隐性的,如果没有特别提示,很难发现这是为老人设计的产品。

宜家也将"适老化"搬进老博会场馆,不仅展示以客厅场景为核心的适老化解决方案,在其展台墙面上还陈列了最新发布的巴辛根系列,包括带扶手的踏脚凳、淋浴凳等,记者注意到,这个系列产品都设置了防滑底部支脚和排水孔,大多采用柔和的圆角设计,支撑杆的尺寸便于舒适握持,以帮助人们独立行走。"我们希望包容性设计可以为更多人在居家生活中提供支持和帮助,助力人们掌控自己的生活。"宜家相关负责人说。

来自虹口的张伯伯看了"适老化样板间"后有点动心,"我和老伴想在80岁前做个全屋的适老化改造,看了那么多全景式展示,我心里有数了。"老伯听说现场能享受30%的补贴,准备回去商量之后第二天再来。

连续第九年亮相上海老博会的遐福养老院也带来全景式展示。"养老不仅是居住与照护,更是一种生活方式的塑造。"遐福养老院负责人表示,通过精心规划的空间设计、专业化的医疗护理、丰富的文化娱乐活动,以及个性化的心理关怀,让每一位入住的长者都能感受到家的温暖与社会的尊重。

银发经济既包含传统衣食住行用等实物消费,又包含长期照护、健康管理等服务消费,既包含满足老年人基本生活需求的保障消费,又包含文化、艺术、体育、娱乐这些属于"诗和远方"的新型消费。此次老博会,春秋旅行社、中旅总社(上海)、共比邻带来丰富的银发旅行定制线路,在"中旅旅行"展位,一对老年夫妇站在"重走知青路"的展牌前小声讨论,这是一条"崇明农场小镇+前卫生态村+江南造船厂"2天旅游专线。这条专线勾起两位老人满满的岁月回忆,"这是专门为我们设计的青春烙印之旅啊,满60岁还可以享受银发补贴呢"。另一位老伯则关心有没有东北旅游路线,"当年我是在东北插队的,很想再去那里看一看"。

在海尔智慧康养展区,展位入口处拉起"超值促销"的巨幅海报;一张张色彩鲜艳的价签摆在展品旁最醒目的位置;多位导购员在专门设置的"国补零售专区"严阵以待——这里不像博览会,更像大卖场。

海尔智慧康养销售经理赵海燕说,本次参展是一个集中面对大量老年消费者的难得机遇,企业为上海老博会专门推出"智享AI乐活银龄"适老化产品超值促销活动。"以一款原价2680元的海尔智能马桶盖为例,上海老博会商品享直降50%的超级优惠;直降50%基础上,再叠加30%的国补,最终到手价仅938元。"实惠的折扣让展区人气火爆。挑选商品的客人摩肩接踵,询价比价声此起彼伏,不少观众当场下单、满载而归。 ■王海燕 肖彤