

抢占万亿级消费赛道，山东企业准备好了吗？

一根拐杖里的老年用品生意经

大众观察
老年用品消费调查

□ 本报记者 齐静 贺莹莹

当“银发经济”成为下一个万亿级市场的风口，山东，这个拥有全国最多老年人口的工业大省，正试图用自己的方式，抢占属于老年用品产业的“C位”。

去年底，工业和信息化部等六部门印发《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》，提出到2027年，形成3个万亿级消费领域和10个千亿级消费热点。其中，老年用品被列为3个万亿级消费领域之一。

对于山东而言，这既是政策的东风，更是基于自身禀赋的必然选择：一方面，超过2000万的庞大老年群体，意味着一个亟待开发、潜力无限的蓝海市场；另一方面，山东完备的工业体系，为其切入任何一个“适老化”细分赛道，提供了全品类生产的底气。

然而，当记者深入探访多家山东本土老年用品企业后发现，通向万亿市场的路并非坦途。行业门槛低、产品创新乏力、品牌认知弱……一道道关卡，正横亘在这些掘金者面前。

老年用品“做出容易做好难”

最近，济南市民赵新岩终于了却了一桩心事：经过线上线下多番对比试用，他为父亲买到了一根稳定性好、支撑力强、拄着走很久都不会累的拐杖。

“我父亲是退伍军人，走路步伐大，所以要买底座为万向大四脚的拐杖，既要有足够的支撑力，也不会挡住他前行的脚步。材质则选了碳纤维，因为自重最轻。”赵新岩告诉记者，给父亲选购拐杖前，他没想到会被一根拐杖“难住”，因为“拐杖是最常见的老年用品，也没有太多技术含量”。

赵新岩选购拐杖的经历，折射出我国老年用品市场现状——常用产品有，但找到称心的却不容易。

“老年用品属性特殊，它不是高科技产品，却最考验细节设计和人性化考量，这也是老年用品做出容易做好难的原因。”唐派集团有限公司（以下简称“唐派集团”）董事长张新峰说。

总部位于济南的唐派集团，是国内领先的老年用品企业，旗下品牌“医伦特”整合全场景老年用品3000余种，其中19类产品入选国家《老年用品产品推广目录》，数量居全国首位。仅拐杖这一品类，医伦特就有80余种不同型号产品，赵新岩为父亲选购的正是其中一款。

“拐杖这个物件，已经有千年历史，生产过程看似简单，实则有大学问。”张新峰以生产拐杖为例作出分析。他介绍，拐杖的材质如何、高低能否调节，底座为单脚、小四脚还是大四脚，是否配有照明、辅助杆等，这些直接影响着消费者的购买决策与使用体验。

“购买‘能用’产品的时代已经过去，现在大家更需要‘好用’甚至是可

以‘享受使用’的产品。”在张新峰看来，老年消费的逻辑已经变了。在老龄化加剧与消费升级双重驱动下，老年消费正逐步从传统的“基础保障型”向“品质化、多元化、数字化”方向升级。

一家老年用品企业能否在竞争中脱颖而出，不仅靠价格高低，更靠对产品细节的极致追求和对用户需求的深刻洞察。

这些年，为推出更多优质适老产品，唐派集团在省内建设了两大产业园与四座生产基地，加大对康复辅具及银发用品的研发创新，已取得发明专利、计算机软著等知识产权近300项。

消费“第一步”卡在哪儿？

与赵新岩的“百里挑一”不同，滨州市民张欣欣的烦恼在于不知从何处下手。随着父母年纪渐长、腿脚愈发不利索，她计划在父母家装上安全扶手和防滑地垫。但当她开始寻找可以提供相关产品和服务的企业时，却发现自己对一无所知。“不知道要找谁，也不知道谁干得好。”张欣欣沮丧地说。

“消费者第一步就被卡住了。”对于张欣欣的遭遇，山东欣悦健康科技有限公司（以下简称“欣悦健康”）销售总经理秦杰民已经习以为常。他告诉记者，虽然欣悦健康提供面向个人消费者的适老化改造服务，但他们手中的个人消费者订单，大多来自民政或残联系统。“介绍”，个人主动找上门的少之又少。“公众普遍对老年用品品牌认知度低，一旦有需要，首先会找相关部门而非企业进行咨询。”

这背后，是老年用品行业长期存在的市场错位。在秦杰民看来，这是由于该领域长期以来的目标客户并非个人消费者，“前些年，老年用品个人消费市场尚未成熟，许多企业目标客户是养老机构、颐养中心等B端客户，因为他们

的采购稳定、批量大、可预期。面向C端个人消费者的产品销售与市场推广，几乎是近两年才开始起步的新课题。”

山东邦杰适老化家具有限公司（以下简称“邦杰家具”），正亲身经历着这场从B端到C端的市场变迁。作为德州宁津家具生产企业的翘楚，2012年，邦杰家具开始涉足适老化家具，去年5000多万元的销售额，几乎全部来自养老机构地产项目。

“我们做养老机构、养老地产的批量订单，主要是顾虑个人消费市场订单量小、售后成本高。”邦杰家具董事长荆勇杰坦言。去年，企业借助政府补贴政策，开始面向个人消费者出售适老化家具产品，售出两三百套产品。

“老年用品企业多为中小型企业，在拓展个人消费市场过程中，希望政府能够给予更多支持，帮助企业提升曝光度。”荆勇杰表示。

站得稳走得远，避开同质化竞争是关键

打开购物网站搜索“助浴椅”，消费者刘磊发现，看似差不多的产品，价格却能从几十元到上百元，跨度极大。

刘磊遇到的情况，是老年用品市场面临的另一个困境——同质化。由于设计研发周期长、成本高，许多老年用品企业无心在产品创新上下功夫，而是希望通过压低价格来抢夺市场份额。抄袭、同质化等问题，严重影响着老年用品的品质与信誉，也妨碍了整个行业的健康发展。

“上午推出的新款扶手椅，下午市场上就出现了仿品。但他们只仿了外观，没仿到核心细节。”荆勇杰无奈地说，行业仿造问题一度让企业陷入困境。为保护原创设计，企业近5年累计申请专利50余项，从拐杖槽的结构到坐垫的定型

工艺，都纳入了知识产权保护范围。

面对“仿造快、研发慢”的行业痛点，邦杰家具构建了“自主研发+国际合作”的双轨模式。一方面，企业组建专项研发团队，深入养老机构、社区收集一线需求，“设计师每月至少要去2家养老院，观察老人使用家具的真实场景”；另一方面，与日本、土耳其等地的设计团队建立长期合作，将国际先进适老理念与国内老年人需求相结合。

而对于更多中小型企业而言，自建研发团队成本过高，不得不另寻出路。“没有优势产品，导致利润被一压再压。最艰难的时候，一把椅子的利润只有2-3元，纯粹靠走量维持。”吃过产品同质化的亏，让宁津县璇艺适老化家具厂（以下简称“璇艺家具”）创始人付晓妹下决心改变这一情况。

璇艺家具的破局之道是主动“牵手”广州优质设计团队，搭建“设计+制造”深度合作模式。设计团队带来的原创图纸，经璇艺家具工匠1:1还原生产，催生适合老化床具、多功能换鞋凳、人体工学扶手椅等一系列特色产品。“目前，我们正在推进5000-8000平方米的厂房建设，未来将减少外协依赖，组建自主设计团队，实现从‘借力设计’到‘自主创新’的跨越。”付晓妹说。

万亿赛道已开，对于山东这个老年人口第一大省和工业大省而言，机遇前所未有，挑战也前所未有。从一根拐杖的80余种选择，到一场从B端到C端的艰难转身，再到一次次关于“模仿”与“创新”的抉择，山东老年用品企业在实践中证明，唯有摒弃“能用就行”的粗放思维，真正静下心来做研发、树品牌、懂用户，才能在这条赛道上，既站得稳，更走得远。

你抢不到的票，为啥总在黄牛手上

“手速不够快”是假象，背后是外挂代抢与灰色票源

□ 本报记者 唐晓宁

3月11日下午5点07分，距离薛之谦长沙演唱会开票还有10分钟。歌迷林雨（化名）早早守着大麦网App的抢票页面，屏住呼吸等待倒计时归零。

她看中了4月18日717元的看台票，早已预填好了所有信息。5点17分，抢票开始，林雨以最快的速度点下去——页面卡顿，反复显示“抢票人数过多，继续尝试别放弃”的提示。最终，林雨的抢票以失败告终，页面显示所有场次均已无票。

然而，当林雨打开闲鱼平台，看到的却是另一番景象。“薛之谦演唱会代拍必中”“薛之谦长沙站，全票价有票”——黄牛们的帖子密密麻麻，随机座位溢价在200-500元不等。在摩天轮票务App上，同样是要什么价位有什么位，内场前排的好位置甚至被炒到了9000元一张。

“其实票从来就没少过，只是没到我手里。”林雨苦笑说道。

黄牛称成功率超九成

记者以购票者身份联系了多位闲鱼平

台上的“代拍”，一位卖家说会使用“黑科技”：“只要把你抢票平台的身份信息给我，成功率百分之九十以上。”但具体是什么“黑科技”，该卖家拒绝透露。

山东省消费者协会律师团成员、山东德衡（济南）律师事务所律师陈珍吉分析，当前黄牛屡禁不止的原因之一，在于“技术黄牛”的兴起。强实名制要求票证合一，但黄牛利用外挂软件批量抢票，将“倒卖”包装成“代抢”，规避了现行法律主要规制倒卖行为的限制。

记者了解到，利用外挂软件批量抢票的行为涉嫌违反《网络安全法》，情节严重还可能构成破坏计算机信息系统罪或非法获取计算机信息系统数据罪。对此，平台方有义务加强技术防范，如识别并拦截高频访问、异常IP，实施限制购买、封禁等措施。若平台未尽到义务导致黄牛泛滥，可能面临行政处罚，并对消费者承担补充赔偿责任。

记者拨打了演唱会售票平台大麦网的官方客服电话。客服人员向记者表示：“我们平台一直严厉打击黄牛。”当记者追问为何在开票瞬间门票“秒没”，而二级市场却货源充足时，客服并未直接

回答。

“邀请函录入”背后的灰色地带

除了门票“代抢”，非可售票源导致的灰色交易地带也值得关注。

采访过程中，一名声称可以提供“邀请函录入”的黄牛向记者展示了另一种购票的操作路径：“把购票人信息提前录入系统就行，根本不需要去平台抢。”

业内相关人士透露，所谓“手速不够快”只是表象，除了在大麦网等售票平台公开发卖的票源，主办方掌握的非可售票源也溢价流向了黄牛市场。这种模式下，黄牛实质上成为主办方的风险转嫁工具，主办方通过黄牛把票高价卖出，快速回笼资金；黄牛则赚取差价，双方共享超额利润。消费者成了这场利益分配中最被动的承担者。

陈珍吉认为，要真正遏制黄牛、规范票务市场，需要多方合力：政府应完善相关法规，加强对票务市场的监管，明确代抢行为的法律性质，提高行政处罚额度，并将黄牛纳入失信联合惩戒名单；售票平台应建立先行赔付制度，保障消费者权益；

消费者自身也应理性消费，抵制非理性溢价，交易全程留痕，遇侵权及时维权。

律师支招：遭遇黄牛诈骗，可三步走维权

因黄牛倒票行为违反《治安管理处罚法》，消费者与黄牛之间的买卖合同不受法律保护，但若出现诈骗和消费纠纷情况，消费者仍有权利维权。

如遇黄牛“拉黑跑路”的情况，消费者该如何维权？陈珍吉建议采取“三步走”策略：

第一步：紧急止付。立即通过微信、支付宝的“投诉”功能申请交易纠纷处理，申请冻结对方账户；若通过银行卡转账，则立即拨打银行客服，申请紧急止付。

第二步：证据固化。对聊天记录、转账记录等进行截图、录屏，或通过第三方存证平台固定证据。

第三步：多渠道、多途径维权。比如：平台投诉、向消费者协会或相关行业调解组织申请调解、向相关行政部门投诉举报、向人民法院提起民事诉讼；若涉嫌诈骗的，向公安机关报案等。

《关于加强基层消防工作的意见》印发 消防工作向城乡并重转变

据新华社北京3月17日电（记者 黄杨铭）日前，国务院办公厅印发《关于加强基层消防工作的意见》。国家消防救援局17日举行例行新闻发布会做出解读。

“意见彰显了‘人民至上、生命至上’的鲜明导向，标志着消防工作向城乡并重转变。”国家消防救援局新闻发言人王天瑞介绍，意见出台的总体考虑是聚焦基层“小火亡人”“小火大灾”和隐患“量大面广”的严峻形势，系统谋划从城市向乡村延伸的消防监管体系，重塑重构基层消防力量布局。

“力争用2年左右时间，建立党委和政府组织领导、消防牵头、部门协同、县乡一体、群防群治的基层消防工作格局，推动消防安全治理模式向事前预防转型。”王天瑞说。

据介绍，意见中包括8个方面的转变。其中消防工作地方事权方面，细化属地消防工作职责，为地方加强消防工作留足自主空间；消防安全与源头管控方面，履行行政审批的职能部门，对审批事项中涉及消防安全的法定条件依法严格审批；消防站执勤模式方面，实施“防消一体”，消防救援站同时承担灭火救援和消防监督检查，依法以县级消防救援部门的名义开展消防监督检查和执法；消防监督执法方面，实行差异化消防监管，根据单位场所风险等级确定消防安全防范重点，对高风险的加大监督检查力度和频次；消防专业力量布局方面，实施城市消防力量下派乡镇，统筹调度基层多元力量共同开展消防工作。

山东工会“十万优选岗位帮就业”进校园活动举办

□ 记者 贺莹莹 通讯员 张宁宁 宋春晓 报道
本报德州3月17日讯 今天，2026年山东工会“十万优选岗位帮就业”进校园暨德州市第一届大学生直播电商大赛启动仪式在德州工程职业学院举行。

活动现场邀请制造业、服务业、新业态等领域130余家企业设置招聘展位，计划招聘近1400人，吸引德州市5所高校1000余名应届毕业生现场求职。同时在全国总工会“职工之家”App就业服务云开展就业直播，进一步加大了岗位推送力度，为毕业生与企业搭建了精准、高效的对接渠道。现场设置政策宣传、就业指导服务、校企合作意向对接等展区，为毕业生提供政策咨询、就业指导等服务。本次活动同步启动德州市第一届大学生直播电商大赛，通过以赛促学、以赛促练，不断提升大学生直播电商实战能力，助力高校毕业生拓宽就业途径。

当前正值高校毕业生求职高峰期，开展工会“十万优选岗位帮就业”进校园活动是促进高校毕业生高质量充分就业的重要举措。今年，德州工会系统将举办30余场“十万优选岗位帮就业”活动，通过组织线上线下招聘、开展就业指导、实施困难职工家庭高校毕业生就业援助等措施，为农民工、困难职工及家庭成员、高校毕业生等重点群体就业搭建更加广阔的服务平台。

阿里发布全球首个企业级Agent平台“悟空”

□ 记者 段婷婷 报道
本报杭州3月17日电 今天，阿里巴巴发布全球首个企业级AI原生工作平台——“悟空”，让每个团队、每家公司，都能拥有一支24小时工作的“龙虾军团”。“悟空”是一款独立应用，即日起开启内测，也将直接内置到超2000万家企业组织的钉钉之中。

近期，“养龙虾”热潮掀起，很快又因安全问题迎来了“卸裁潮”。“悟空”把安全放在第一位，通过底层的验证安全环节、安全沙箱、专属模型以及专属技能等，保证运行更安全。

钉钉CEO陈航介绍，市面上大多数AI Agent（人工智能体）还只是“个人玩具”——能帮你写文案、搜资料，但放进企业真实业务里，权限管不住、操作查不到、成本算不清。“悟空”内置企业级运行环境，自动继承企业权限规则，所有操作在安全沙箱中运行，算力消耗和成本一目了然，像管理一样管理AI开发。

那么，“悟空”到底能干啥？“悟空”发布了OPT（One Person Team，一人团队）十大行业解决方案，首批覆盖电商、跨境电商、知识类博主、开发、门店、设计、制造、法律、财税、猎头十大场景。用户一键启用，即刻拥有一支精通行业技能的“智能体团队”。

举例来说，传统模式下，一位跨境电商从业者每天需要手动浏览亚马逊热搜榜、在1688上搜索比价、与供应商逐一确认库存和物流信息、优化商品名、制作多语言营销视频，每一步都是大量的手动操作和重复劳动。

而如今，有了“悟空”，它可以自动到跨境电商平台搜索热门商品，并分析商品信息；自动到1688平台寻找最合适的同款，并点击旺旺跟商家沟通，确认好商品信息后，自动生成商品的图片、标题等，上架跨境电商平台。它还可以定时监控商品点击情况，自动优化改进。跨境电商运营的核心环节在一周压缩到一个下午。

为了拥有更多的能力，“悟空”同步推出了AI能力市场，携手开发者生态打造完整的企业级Skill生态，提供从开发、审核、上架到分发的全链路体系。悟空全面兼容开源Skill体系，目标直指“全球最大的To B Skill市场”。

据悉，后续阿里巴巴旗下淘宝、天猫、1688、支付宝、阿里云等B端商业能力的Skill将逐步接入悟空。

住5G智慧方舱的菌菇 拿下7000万元大单

□ 本报记者 陶相银 本报通讯员 李林

阳春时节，在威海神农菌业有限公司5G智慧方舱内，榛松茸正悄然生长。“通过手机操作，就能对方舱内的温度、湿度等关键数据进行精准调控。”公司总经理于世明介绍，春节前夕，靠着这些“智能菇”，企业斩获了来自沙特阿拉伯的7000万元大订单，将出口500座智慧方舱及200万根榛松茸菌棒，实现食用菌产品与智慧种植技术“双出海”。

榛松茸是高端食用菌，人工种植曾是业界难题。经过十余年深耕，神农菌业依托自主研发的5G智慧方舱，以数字化手段“复刻”榛松茸野生环境，成功实现了榛松茸的人工驯化与智慧种植，单根菌棒产量稳定在2斤以上，品质与产量均实现突破。

凭借稳定出众的品质，神农菌业的榛松茸“香”飘四海，不仅成为国内高端餐饮热销食材，菌棒还持续出口至韩国、新加坡、马来西亚等国家地区，良好口碑吸引了沙特阿拉伯客商“香”上门。“中东国家新鲜蔬菜资源紧缺，对中国食用菌产品认可度高、市场需求大。”于世明表示，此次洽谈十分顺利，双方达成明确协议，神农菌业将在沙特阿拉伯三座城市建设500座智慧方舱，并配套提供200万根榛松茸菌棒。

近年来，威海积极开拓新兴市场，贸易“朋友圈”不断扩大。据威海市商务局统计，2025年，全市655家企业与中东有贸易往来，合计进出口额84亿元，同比增长34.8%。