

不止一间商店,更是家门口的“康养驿站”

银发商店陆续布局商场、下沉社区,探索激活老年消费市场新解法

AI 机器狗讲着故事,老人们在一旁围观,笑意盈盈。近日,三家风格各异的银发商超陆续落地青岛,扎根商场、社区。它们不再只是售卖康养器械的门店,而是把健康监测、适老化体验、居家养老服务打包送到老人身边。乘着青岛银发消费季的暖风,银发经济慢慢走出纸面,变成家门口触手可及的日常。这份新鲜的银发消费尝试,正通过构建社区康养“幸福圈”,激发银发消费新动能。

”

1 从“卖器械”到“管健康”

“小飞小飞,我有点无聊,给我讲个故事吧。”10月27日下午,市南区宁夏路大润发商圈,永安嘉康智慧健康生活馆&银发商店里,一只AI陪伴机器狗正绕着一位老人转圈,听到指令后开始播报故事。围观的老人笑成一片,有人掏出手机拍视频,有人问:“这个能陪我孙子玩不?”

店面不小,血压计、血糖仪、呼吸机、电动轮椅……一圈逛下来,像一本摊开的家庭医疗器械目录。但真正让记者驻足的,是店里那面电视墙。屏幕上不是电视剧,是八大湖街道居民的健康数据。“老人用产品测完,数据可以上传到这个界面。如果在家测出来有异常,屏幕会发出提醒,我们第一时间就能发现,及时通知家人或社区上门。”永安医疗器械有限公司相关负责人任雪梅说。

采访时,家住附近的居民萧守民正在测血压。“超市是老年群体日常溜达、采购最爱去的地方。”任雪梅说,选在大润发,就等于选在老人家门口。“我们的初衷不是开一家简单的商店,而是要做居民身边的健康顾问。”

任雪梅说。除了卖产品,门店还免费提供康养咨询、健康科普、慢病管理指导,并与八大湖街道开展街道、家庭、社区与商店“四级联动”,共建“八大湖智慧健康服务站”,为居民建健康档案、做“健康画像”。

同样的画面在胶州。今年9月,颐悦银发智慧康养体验中心在胶州利群购物广场开业,这是“颐悦银发”品牌的首个线下展厅。展厅经营六大类适老化产品:智护家居、舒适穿戴、个护健康休闲、出行好物、康养辅具、家庭适老化改造,合计600多个品类。小到防滑垫、感应小夜灯、支撑功能鞋垫,大到护理床、爬楼机、外骨骼机器人、代步车,提供展示、体验、销售、租赁、配送安装及售后的全流程服务。

“在规划中,线下展厅只是第一步,中期要拓展居家养老综合服务,包括助洁、助浴、助餐、助行和无感监护、慢病管理、一键呼叫、24小时应急响应。”青岛颐悦坤罡康养产业发展有限公司总经理许凤翌说,同时承接政府购买养老服务、适老化改造项目等。

从宁夏路往东,市南区珠海路街道辛家庄社区“一老一小”综合服务中心一楼,是另一番景象。

10月22日,海尔智慧康养体验中心·适老化展馆在这里开门,这是海尔智慧康养在全国落地的首家社区适老化展馆。展馆没开在商场,也没开在产业园,而是直接设在社区党群服务中心。“以前这类产品只能去商场看,现在下楼走几步就能亲手试。”居民刘爱萍说。

展馆分四个区:产品展示区摆着卫生间扶手、防滑地面材料、助行器具、适老照明、可调节家具,全部开放触摸试用;智慧康养体验区展示智能看护、健康监测、一键呼

对老人来说,银发商店不仅是销售渠道,更是获取信息、建立信任、连接服务的“中转站”。这种信任一旦建立,黏性极强。也正因如此,这些商场、商店想方设法嵌入社区生活圈和家庭使用场景,让老年人在家门口就能安心体验。

眼下,三家店都不缺人气。如何让这些人气持久,甚至更旺,这就

2 “下沉”社区“贴近”老人

叫、智能睡眠等设备;改造咨询区由专业团队坐班,按户型、身体状况出方案,配套上门评估、设计、施工、售后;服务对接区则联动社区资源,提供助浴、助洁、上门照护、陪诊就医的咨询预约。

“辛家庄社区老龄化比例超过30%,在家养老、日常健康照护、适老改造的需求都特别大。”海尔智慧康养辛家庄社区负责人李世薨说,开业以来,店里还给居民准备了不少免费服务项目。两名工作人员常驻店里,“独居老人、行动不便的叔叔阿姨,只要有需要,我们随

3 把“卖场”做成“服务枢纽”

需要真正看见、懂得老人的消费需求。把“低频大件”做成“高频日常”。健康监测、免费体验、科普讲座本身就是吸引老人常来的理由——就像萧守民,走到这就过来量一下血压。让老人“常来”,复购与转介绍才有土壤。把“卖场”做成“服务枢纽”。租赁、适老化改造、上门照护这些服务收入,拼的是人和响应

速度,不是货架。服务立得住,店才站得稳。把“单店”做成“共同体”。永安与八大湖街道的“四级联动”、海尔的“企业+社区”共建、颐悦对接政府、家庭服务,都指向同一个方向:让银发超市不只是企业门店,更是基层治理与养老服务的延伸。政、企、社三方合力,既是信任背书,也带来可持续的资源。记者 王镜



77岁的萧守民在银发商店体验测量血压产品。



适老化展馆负责人李世薨展示海尔雾化器产品。



从“养老”到“享老”, 青岛银发经济正在转身

——敬老月走笔(二)

截至2025年底,青岛60岁以上户籍人口233.5万人,老龄化率27.22%。青岛已进入中度老龄化的阶段。

养老首重“兜底”。目前,兜底网络已经铺就:全市养老机构床位4.1万张,护理型占比78.05%;村(社区)养老服务站点1100余处,累计发展家庭养老床位超过10万张;老年助餐服务机构1200余家,累计服务7000余万人次,惠及52万老年人。“15分钟康养服务圈”不是一个口号,而是已经落到街巷里的日常。

“兜底”之外,变化日新。当基本照料有了着落,消费侧的势能开始释放。实施向中度以上失能老年人发放养老服务消费补贴项目,累计发放养老服务消费券16.7万张,拉动消费3.3亿元;在全省率先扩大以旧换新补贴范围,新增助行机器人、助听器等适老辅助器具补贴。截至目前,适老化产品使用补贴842万元,拉动消费约5621万元。青岛市康养领域具身机器人暨智能康复类产品训练验证中心集聚45家产业企业,孵化的养老陪护机器人已达成7000万元的采购意向。

康养旅居是银发消费中弹性最大的一块。2025年以来累计接待康养旅居游客10万余人次,与全国24座城市结成旅居共同体,夏季避暑、秋冬温泉,全年无淡季。精心策划推出8款适配活力老年群体的康养旅居产品,立足青岛滨海、崂山、温泉等特色资源,配套打造10条银发旅居康养精品线路。银发旅游的逻辑,正在从“到此一游”变成“住下来、待得住”。

支撑这一切的,是金融的护航。顺应老龄化趋势,书写好养老金融这篇大文章,金融机构构建起多层次养老金融服务体系,印发全市养老金融实施意见,出台青岛市“中国康湾”建设金融政策。青岛已明确,构建与“中国康湾”产业生态和发展需求相匹配的现代金融服务体系,力争到2028年底,为“中国康湾”建设提供不少于300亿元综合金融支持。钱往哪里走,产业的骨架就往哪里长。

把这些线索串起来,青岛银发经济的转身方向是清晰的:用兜底网络稳住基本盘,用消费补贴撬动家庭端的支付意愿,用康养旅居拉长产业链条,用金融工具匹配长周期投入。青岛把目标写得很明确:到2027年基本建成高品质健康生活承载地、康复产教融合创新高地、国际康养旅居目的地,生命健康产业规模达1000亿元。 记者 梁超

识诈防骗守住养老钱 普法讲座护好一套房

人口老龄化国情教育走进
澳门路社区、亢家庄社区



本报讯 守好养老钱,护好一套房。10月23日、27日,国情教育系列活动接连走进青岛市市南区珠海路街道澳门路社区和金湖路街道亢家庄社区,山东德衡律师事务所赵永、徐汉明两位律师先后开讲,分别为居民带来《识诈防骗守养老钱 同心共护幸福晚年》和《一纸过户,一份安心——让晚年财产安排更稳妥》普法讲座,每场活动30余位居民现场参与。

养老钱怎么守?在澳门路社区,赵永律师结合大量真实案例,剖析了保健品营销、预付式养老、高息理财、冒充公检法、情感“杀猪盘”和直播“高价回收老物件”六类针对老年人的常见骗局,提醒居民牢记“不轻信、不透露、不转账”,并介绍了110、96110、12315、12348等求助维权渠道。房子怎么传?在亢家庄社区,徐明汉律师围绕买卖、赠与、继承三种房产过户方式,算清税费明细账——同样一套100万元的房子,选错方式可能多花约2万元。他特别提醒老年居民,过户前先想好“我住哪儿、谁照顾我”,可通过设立居住权、订立遗嘱等方式留好后路,凡让“抵押房子、签全权委托”的坚决不做。

“以前光知道有骗子,不知道套路这么深。”“原来过户还有这么多讲究,回去就跟孩子们商量。”讲座结束后,居民们围着律师继续咨询。两场活动把专业法律知识变成了老年居民听得懂、用得上的实用本领,让国情教育在社区落地见效,切实增强了老年人的防骗意识和依法维权能力。(记者 王镜)