

北京家居适老化改造的“破”与“立”

午后阳光斜照进北京通州区一处老小区的三楼阳台，77岁的李凤萍（化名）扶着崭新的助行器，从客厅缓缓走向卫生间。银色金属支架在地面发出平稳的“咔、咔”声，取代了以往那根磨得发亮的旧拐杖。改变也是从2025年春天开始的。该社区一项名为“家庭养老照护床位”的服务走进李凤萍家。患有腰疾、腿脚不便的她被评估为“失能老人”，获得了免费适老化改造与上门照护的资格。

李凤萍家中的微小改变，折射出北京如今正在推进的一场家居适老化改造。这项系统性改造远非简单“装修”，而是融合政策倾向、产业升级与人文关怀的社会工程。从一把助行器到全屋适老化智能化，北京正探索着将老龄化挑战转化为发展动能的“北京方案”。

从“个案适配”到“系统构建”

夜里屋内灯光昏暗，便安装夜灯；出现紧急情况无法呼救，便配备随身应急呼叫器……针对老人多种需求，家居适老化改造产品也应运而生。与此同时，这一项产品正勾勒出北京家居适老化实践的“标准化供给”转向“个性化适配”的新范式。而如何将这种充满温度的人文关怀，转化为可复制、可持续的公共政策，则成为北京探索的重要方向。

2024年，北京市发展改革委发布《关于加强设计服务推动居家适老化改造和产业实施方案（试行）》，以高质量发展为引领，发挥政府资金的引领撬动作用，支持建设具有“科普馆、体验馆、工作站”等多功能居家适老化改造公共样板间，按照项目固定资产投资总额的70%给予投资补助。

这份方案将家居适老化改造从短期“福利”提升为长期深耕的“产业”。与此同时，为让“适老化”真正从政策端转化为可知可感的产品端，北京创造了“体验式”场景，建成多个居家适老化改造“公共样板间”。

中国老龄科学研究中心研究员陈泰昌表示，适老化改造应让老年人一同参与，围绕目标群体精准匹配需求；有条件的地区可以建设适老化改造样板间，让社区居民直观感受改造效果。

2025年以来，北京市发展改革委从老年人实际需求出发，充分发挥首都高质量设计等现代服务业资源优势，推动适老化改造产业发展，已推出首批9个居家适老化改造公共样板间，覆盖东城、西城、朝阳、海淀、石景山、昌平、门头沟7个区。其中，天通苑三街区花园7号的样板间达200平方米。卧室配备智能双电机护理床，可调节高度、背部倾斜角度，带隐形扶手及翻身功能；卫浴间采用外开门设计，避免老人倒地阻碍救援，内置智能马桶、折叠扶手、淋浴座椅及防滑设施；全屋搭载智能家居系统，通过感应机或触屏控制灯光、窗帘等，老人卧床不动即可一键关闭设备。

昌平区民政局养老服务中心负责人孙辉表示，现阶段昌平区已经具有专业的适老化改造服务商，下一步将完善相关制度，只要是有意向的老年人家庭都可以申请适老化改造，并且政府会对特困、低保、低收入老年人家庭给予5000元的改造补贴。

银发经济浪潮

政策层面的坚定支持可谓持之以恒，其背后蕴藏着深刻的经济逻辑与市场远见。这不仅是对社会关切的回应，更是对新质经济蓝海的战略性布局。

北京市老龄协会发布《2024年北京老龄事业事业发展报告》显示，2024年，本市人口老龄化程度进一步加深。全市60岁及以上常住人口514万人，占总人口的23.5%，高出全国平均水平1.5个百分点，比2023年增加19.2万人。

老龄化程度持续深化不仅是人口结构的历史性节点，更是消费市场加速重生的明确信号。如此大规模的老年群体基数，叠加日益现代化的养老观念与不断改善的养老保障，正聚合为一股不可



北京首个适老化家居体验馆在朝阳区开业

忽视的、追求品质生活的银发经济浪潮。

北京市老龄产业协会副会长陈建颖介绍，据测算，2010年至2023年，北京市老龄产业企业产值从257.73亿元增加到1392.88亿元，增长了4.4倍。与此同时，北京60岁以上老年人消费规模也从558亿元增加到2914亿元，年均增速为14.76%。

这串不断“膨胀”的数据，如同一个清晰而强劲的市场信号，精准触动了企业神经。面对如此确定性的增长赛道，敏锐的市场主体早已展开行动，纷纷将适老化领域从“可选项”升级为“必选项”。

据悉，2017年，今朝装饰便开始成立团队深入研究适老化改造，并联合清华大学博士生导师周燕珉教授及其工作室，研究打造1:1居家适老化标准体验馆，模拟一对老年夫妻的80平方米住宅的空间和装饰，同时编著了老房装修标

准手册——适老篇。今朝装饰后续又针对老房子改造过程中老人居住需求，主编了中国适老装修标准指南两册。2024年今朝装饰在朝阳门街道文化中心打造了20平方米的银龄安家公益适老样板间。此外，2025年公司联合中装协编写了目前行业的首部住宅适老化改造团体标准——住宅室内适老化装饰装修设计标准，并积极响应北京政策，打造了5个街道适老化样板间，已投入运营中。

华耐家居首席战略官文军认为，随着适老化市场的逐年扩大，以及“60后”新老年群体人数的增加，未来新老年群体更愿意为品质生活付费，需求也将从基础安全，向智能化、品质化升级。面对这个不断扩大的市场，华耐也在积极从产品和服务入手，立足华耐智能的工业化内装技术和工艺，通过整体厨房、整体卫浴等部品在局改局装上高效、环保的优势，以及在产品聚合上的供应链优势，来为老年群体提供更专业

的产品解决方案；同时配套全龄友好的华耐安家生活服务，希望可以在这个过程中打造出新的商业模式。

如何从“领跑”到“长效”

市场自发探索与企业创新实践为这场变革注入新活力，但要将分散的努力凝聚为城市级系统变革，离不开顶层设计的牵引与战略目标的设定。

依据北京市《关于加强设计服务推动居家适老化改造和产业实施方案（试行）》，力争用两年时间在全市上百个街道乡镇建设一批高质量适老化改造公共样板间，带动上万户家庭开展高品质居家适老化改造。

北京金隅天坛家具股份有限公司家居技术研究院副院长张树胜认为：“首先要坚持长期主义，这是改革的基础。我们对待刚起步的适老化产业，政府要包容地去引导，企业要耐心去经营。其次，要改变目前适老化改造市场不成规模的散乱单一经营模式，以老人和照护人员的需求为中心，建立联盟生态运营机制，搭建品类齐全

海太欧林喜获家具领域六个奖项

近日，2026家具招标采购评价推介评选结果揭晓，海太欧林集团凭借突出的产品品质与综合实力，在众多参选企业中脱颖而出，荣获2026家具供应商十大领军企业、绿色办公家具十大品牌、办公家具十大领军品牌、学校家具十大品牌、医院家具十大领军品牌及适老家具十大品牌六项奖项。

本届评选由中国采购与招标网、中国名企排行网联合主办，是家具行业内权威性的品牌评价活动之一。海太欧林斩获六个奖项，充分证明了行业专家、客户及市场对该集团在科技创新、绿色智造与品牌影响力方面的高度认可。在网络活动投票环节，海太欧林更是以领先优势斩获人气第一名，荣获“网络人气

的样板间和消费场景，增加客户对适老化场景的体验感。”

目前，家居适老化改造的市场认知度仍相对较低，真正完成适老化改造的家庭占比约5%，家居行业适老化改造任重道远。文军表示，目前无论是应用场景、行业标准、产品研发，还是配套服务，大众消费C端仍处于市场化初级阶段。从市场来看，适老化产品的信息和购买群体是分离的，且适老化改造的市场模型还需要验证，购买产品的可能是儿女，但在使用时是老人，可能会造成供需不匹配的情况。

认知的偏差之外，标准不统一、服务标准化与专业化程度不足等问题也伴随着产业。而面对这些相互交织的挑战，破局的关键在于系统性的能力构建与生态培育。这就要求政策引导与市场协同发力，将改革重点聚焦于智能化技术驱动、产品服务创新迭代，以及基础性标准与人才体系完善这三大关键杠杆上。

张树胜表示，未来适老化家具或融入智慧元素，结合机器人技术实现自主移动等功能，进一步拓展适老化家具的可能性，为全域康养生态圈建设贡献力量。

中国建筑材料流通协会会长秦占学表示，随着人口老龄化程度不断加深，家居行业向适老化发展是一个战略性方向。适老化改造已从单一的卫浴产品扩展到全屋定制、智能家居、装修服务等领域，成为家居行业新增长点。（北京商报）



鄂尔多斯海达大厦项目正式开业

五大装饰看点赢得八方宾客盛赞

5月2日，由中建六局装饰公司（以下简称装饰公司）承建的内蒙古鄂尔多斯海达大厦项目正式开业，其中五大看点凸显装饰公司专业优势，赢得八方宾客盛赞。

看点一：“开”在草原上的马兰花。鄂尔多斯海达大厦项目地处鄂尔多斯市伊

金霍洛旗，总装饰面积5.1万平方米，以鄂尔多斯市花——马兰花为核心设计主题，装饰公司将花瓣形态、自然肌理与清雅色调融入大堂、公共区域、地面拼花及软装陈设中，用现代设计语言传递地域文化气质，使建筑兼具标志性与亲和力，成为展示城市形象的重要窗口。

看点二：“融”在康养里的高端酒店。装饰公司深度参与大健康主题功能区打造，围绕健康管理、诊疗、康养、休闲等核

心需求，打造多个健康管理中心，同步配套温泉疗养、营养餐厅，以人性化动线设计、医用级环保材料、高标准装饰施工，实现“健康服务+舒适体验”双提升，用专业装饰能力为项目构建完整、实用、高品质的大健康服务场景。

看点三：“藏”在温泉里的休憩小屋。项目团队以沉浸式体验为核心，精心打造全场景度假体系，整体空间以海洋海豚为主题，特色温泉泡池舒适疗愈、水乐园内中心水幕景观成为视觉核心，氛围感与互动感兼具，配套SPA理疗、游戏房、自助餐厅等功能空间，形成“亲水玩乐-养放松-食欢聚”完整体验链，满足全龄段放松康养需求，全方位提升度假舒适度与完整性。

看点四：“漫”在民族文脉里的空间。

装饰公司选用暖棕、草原绿、纯白等自然色系线条呼应草原与水流特征，配合通透采光与景观设计，将蒙古族祥云、马鞍、游牧文化等元素含蓄融入公共区域，将民族文化元素通过“手工精雕+数控加工”自然融入细节，营造温和和自然的文化氛围，提升使用舒适度与归属感。

看点五：“精”在细节里的装饰工艺。装饰公司全域采用模块化精准装配技术、天然石材、定制金属构件、艺术软装等，提前在工厂精细化定制，现场通过三维激光定位实现无缝拼装，温泉、水乐园等高空定位区域运用防潮防腐专项装饰技术，基层全封闭防水处理，饰面甄选耐高温、抗腐蚀、防霉环保材料搭配智能软装一体化设计，实现功能与美学的高度统一。（席峰峰 郑诗煦 胡朝宏）

三四线城市家居品牌商如何走好转型整装之路

当前房地产市场在三四线城市率先进入存量时代，单品类定制经销商的“坐店等客”模式已成过去时。在头部品牌整装战略下沉、本地小装企低价竞争的双重挤压下，对于三四线城市家居品牌商而言，最难的或许不是获客，而是如何主动跳出产品分销的舒适区，向“整家空间服务商”转型。

本地化困境

三四线城市的市场生态与消费逻辑，决定了这些城市的家居品牌商转型整装不能简单复制一二线城市家居建材商的模式。

从产品思维到服务思维的跨越中，三个本地化难题成为三四线城市家居品牌商绕不开的“拦路虎”。

第一道坎：人才断层。整装所需的设计方案整合、施工质量管控、全周期售后等能力，在三四线城市的人才市场里，几乎处于“真空”状态。

大多数定制家居品牌商在转型初期，招聘的设计师多为“绘图员”出身，无法完成从户型解析到软装搭配的全案设计，往往导致客户因方案不满意而流失。不仅如此，三四线城市的装修工人，多为“散兵游勇”，缺乏标准化施工意识，水电改造、墙面处理等基础工艺合格率偏低，工人习惯“按天计薪”而非“按节点验收”，经常出现消极怠工、工艺粗糙等问题。有被访的四线城市家居品牌商感慨：“在我们这里，找个会看图纸的工长比找个店长还难。”

第二道坎：供应链整合难。三四线城市的供应链，呈现“小而散”的特点，本地供应商多为夫妻店、小作坊，产品品类不全，且质量波动大。全国性品牌的区域仓，多数布局在地级市，县级市场配送周期长达7-15天，物流成本比一二线城市高20%-30%。尤为困难的是，县级家居品牌转型整装后，部分产品供应链加长，整合货品因数量少而可能

丧失价格优势。

更棘手的是，供应链协同问题突出。某赣南四线城市家居品牌商，联合本地建材商组建“整装联盟”，却因缺乏统一的订单系统而出现混乱局面，其中，瓷砖到货时，地板还在生产；卫浴安装时，吊顶尚未完工，导致项目平均延期20天，客户退单率高达15%。这种“短链不协同”的困境，让三四线城市家居品牌商陷入“选本地品没品质，选外地品没利润”的两难境地。

第三道坎：成本与消费力“倒挂”。三四线城市的消费力与运营成本形成尖锐矛盾。

一方面，本地消费者对整装价格敏感度极高，普遍心理价位在800-1200元/平方米，而一二线城市主流的1500元/平方米以上套餐根本无人问津。另一方面，场景化体验的建设成本居高不下。某豫东地级市家居品牌商为打造整装体验馆，投入200万元装修1000平方米店面，但是，其月均签单量仅8-10单，陷入“不建店没流量，建了店没利润”的怪圈。

破局方向

三四线城市家居品牌商的整装转型，核心不是“变得像一二线城市装企”，而应该是“做最懂本地市场的整装服务商”。

方向一：“人情化”留人和标准化落地。抓住大量大学以上学历人群回流三四线城市的趋势，弥补和培育专业人才。同时，提升管理的标准化，打造“人情化标准”，采取“师徒制+标准化培训”等，再将高水平的设计方案、标准化的施工案例转化为当地“熟人见证”内容，增强客户信任度。

方向二：构建“短平快”的本地化供应链。放弃“全国性供应链全覆盖”的执念，优先联动中小型同频同实力创业者，通过“联合采购联盟”拓宽优质品牌的议价权；

通过“生产、库存共享机制”，缩短生产和配送周期，提升供应链效率。同时，拓展供应链视野，走出当地甚至走出中国，到行业顶级展会选择品牌，并更新产品库，既降低成本，又提升设计感。

方向三：聚焦“小而美”的细分赛道。三四线城市的市场容量有限，全品类整装难以形成规模效应，聚焦细分赛道依然是更为现实的选择，而非完全陷入到婚房装修红海。

为老房翻新、乡镇别墅、适老化改造等新场景，打造“专精特新”的整装产品。例如在人口流出较多的县域，主打“低成

本租房改造套餐”；在乡镇市场，推出“别墅庭院一体化装修方案”。通过精准定位降低供应链复杂度，提升单品盈利能力。

总之，在新房市场下行加速的背景下，对三四线城市家居品牌商而言，整装转型不是一场“升级竞赛”，而是一次“生存适配”。只有放下对一二线城市模式的崇拜，深耕本地市场的每一寸土壤，在成本与品质、标准化与人性化之间找到独特的平衡点，才能在这场转型阵痛中破茧成蝶，成为真正扎根三四线城市的整装服务商。（大材）

绿色·智能·数据驱动

上海市老专家协会城建委举办城市建筑全生命周期低碳模式论坛

4月28日，主题为“绿色·智能·数据驱动”的城市建筑全生命周期低碳模式论坛在上海复地中领馆举办。本次论坛由上海市退（离）休高级专家协会城乡建设与建材专业委员会（以下简称城建委）主办，上海绿之都建筑科技有限公司（以下简称绿之都）承办，城建委智能化应用工作委、城建委通讯工作委协办。与会者聚焦上海“十五五”城市建筑可持续高质量发展，就如何践行“双碳”战略目标、赋能企业新质生产力，更好地提升企业融合发展新活力进行了交流探讨。城建委顾问委常务副主任陈忠华、绿之都董事长郭千里分别致辞；论坛由城建委智能化应用工作委副主任、绿之都总经理徐洁铭主持。

论坛上，主办方特邀上海市软件行业协会原副秘书长严德铭做主题报告。严德铭在报告中介绍，上海软件和信息服务业发展迅速，已成为上海继工业、金融业后的第三大产业。他表示，当前，信息技术在智慧城市建筑领域得到了广泛应用，覆盖了城市建筑的规划、设计、施工、运维、城市治理的建筑全生命周期。严德铭就软件和信息技术在如何城市建筑全生命周期低碳模式中应用，谈了自己的几点思考，认为轻量化的BIM（建筑信息模型）研发和应用要加强，同时要重视BIM模型信息的安全性和知识产权的保护。

城建委常务副主任、上海同济建筑室内工程设计工程有限公司总建筑师郑鸣以《迈向可持续发展的内部空间》为题，对今年1月由上海市勘察设计行业协会发布的低碳设计团体标准的室内领域部分作了解读。郑鸣表示，低碳的设计策划是城市建筑全生命周期低碳模式的最重要一环。他结合上海轨道交通14号线工程车站空间总体设计的案例指出，低碳设计策划应优化内部空间的布局、功

能、性能和设计风格，宜采用装配式内装修；同时，在把使用功能融入空间的同时，还应注意展现结构之美。

华东院数字化建筑设计研究所所长余飞分享了华东院在三维空间数字化建设与全领域全周期赋能方面的实践。他认为，数字设计的价值在于“全控+精控”，并就上海临港105片区“荣耀之环”项目中，项目团队基于BIM技术对各专业节点进行推敲，筛查漏项，提高设计的效率和质量，解决了“超高空、大跨度、大体量”难题。“隐性的内容显性化、显性的内容结构化、结构化的内容具象化，这是三维空间数字化的优势所在。”余飞表示。

徐洁铭以《在城市建筑全生命周期低碳领域的行业合作模式探讨》为题，介绍了绿之都的发展情况。徐洁铭表示，绿之都拥有可持续咨询与评价、

要求高品质门窗应配备产品质量保险及安全责任险。如果出现产品缺陷导致性能失效或构件坠落，保险公司来赔付。

本次会议还透露了许多关于材料和工艺的“黑科技”。玻璃要“超白”，必须使用超白、均质玻璃，不仅透光率高，还能大幅降低自爆率；胶条要“抗老”，密封胶条要经过4000小时的光老化试验和20万次的耐疲劳测试，确保保用了也不发硬、不漏风；五金要“耐磨”，执手、合页反复启闭要达到5万次以上。

随着《高品质建筑门窗应用技术标准》编制工作的推进，未来的建筑门窗将不再是简单的采光通风工具，而是集安全、舒适、节能于一体的高科技产品。（上海市建设协会）

BIM咨询、三维实景扫描、数字赋能智慧管理等核心技术，作为咨询方，在项目前期就深度介入，精准把握需求并参与顶层策划，通过将专业数据工具与前沿绿色技术融入项目全流程，有效提升方案落地质量，确保绿色价值的早期植入与实践。徐洁铭强调，始终坚持以专业技术与深度服务，与客户及合作伙伴一同实现可持续发展目标，这是绿之都的追求。

上海市老专家协会城建委顾问委主任常德春作总结讲话，他感谢与会各位演讲嘉宾的精心准备、精彩分享；同时感谢绿之都这些年在绿色低碳方面的伟大实践，引领行业，获得了国内外很多荣誉，为城建委增光添彩。常德春表示，城建委将会一如既往地积极组织相关论坛，搭建平台，加强会员企业间的对接合作，助推企业和行业的发展。（首席记者 张高青）