

Newsletter for Smart Senior Care and Health Care

智慧医养 研究动态



总第152期
2026年8月刊

主办：中国人民大学智慧养老研究所

协办：智慧养老 50 人论坛

中国老年学和老年医学学会智慧医养分会

支持：中国人民大学交叉科学研究院智慧医养技术与治理文理交叉平台



期刊学术委员会

主 任

左美云（中国人民大学信息学院）

成 员

程絮森（中国人民大学信息学院）

郭迅华（清华大学经济管理学院）

邱凌云（北京大学光华管理学院）

颜志军（北京理工大学管理经济学院）

郭熙铜（哈尔滨工业大学管理学院）

赵 英（四川大学公共管理学院）

许 伟（中国人民大学信息学院）

余 艳（中国人民大学信息学院）

邓朝华（华中科技大学管理学院）

周军杰（汕头大学商学院）

汪长玉（江南大学商学院）

编辑：中国人民大学信息学院

智慧养老研究所

地址：北京市海淀区中关村大街59号

中国人民大学理工配楼4层

邮编：100872

邮箱：sac2014@126.com

智慧养老50人论坛 暨

中国老年学和老年医学学会

智慧医养分会 会刊

出版日期：2026年8月1日

欢迎您的宝贵意见！

内部刊物 注意保存

目录

主编的话 1

【政府动态】

商务部等8部门关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见 1

安徽省卫生健康委员会等部门关于印发卫生健康赋能经济发展促进健康消费的若干举措的通知 3

【国际动态】

美国风投机构加码护理经济AI 6

美国康养社区灵活空间与智能技术发展新趋势 8

【学术动态】

生命周期理论视角下老年消费者新产品相关信息行为研究 10

可预测多种癌症及多种治疗方案免疫疗效的通用人工智能 12

【应用动态】

AI赋能千行百业一线观察 | 近在身边的“智慧养老” ... 14

【近期热点】

会议集锦 16

数读医养 18



数智赋能医养结合的守正与创新

6月12日至14日，第十二届智慧养老与智慧医疗发展论坛在中南大学召开，近百位师生及业界代表围绕人工智能在医养领域的应用与趋势展开交流。论坛关注的重点不仅在于技术落地，也涉及深度老龄化背景下，如何协同医疗、养老与健康管理，提升服务体系的专业性和可及性。

我国已进入中度老龄化社会，养老需求持续增长，但半失能与完全失能老人仍是服务薄弱环节。他们多伴有高血压、高血糖、高血脂、肾衰心衰、肺部感染等基础疾病，医疗风险高、照护周期长、专业要求强，家庭难以长期支持，普通养老机构也往往能力不足。山东潍坊的阳光融和医院提供了一个实践样本：围绕失能老人照护、康复医疗、慢病管理和生命科学布局，探索“保险+医疗+康养+生命科学”的服务闭环。该案例的启示在于，医养服务如果具备专业支撑，风险承接能力和长期服务能力将会得到极大提升，老年人的满意度也可以得到长期有效的保证。

在医养结合实践中，人工智能正成为提质增效的重要手段。其一，提升风险识别能力。通过持续分析生命体征、用药、病史、睡眠及活动数据，系统可更早发现跌倒、感染、心衰加重、认知退化等风险，辅助及时干预。对失能半失能老人，风险多在日常变化中累积，AI有助于变“事后处置”为“提前发现”。其二，优化照护流程。针对人手不足、标准不一、记录负担重等问题，智能排班、护理记录生成、康复评估、用药提醒、营养管理及远程问诊等工具，可减少照护者的重复事务，使其更专注于沟通、陪伴和专业判断。技术旨在辅助而非替代照护者。其三，促进个性化健康管理。老年人状况差异大，一般同病不同需。整合多维数据，可辅助医护人员制定更精细的方案，涵盖饮食、运动、康复、随访和心理支持。医养结合周期长、环节多、变化快，AI的优势恰在可以实现连续跟踪与方案的动态调整。

不过，医养结合的创新需保持审慎。老年照护面对的是具体的人，而非抽象的数据。算法再精准，也无法替代医护人员对老人状态的观察、理解、安抚与陪伴。对失能老人而言，一杯温度适宜的水、一次耐心沟通、一次鼓励自主完成的动作，常常与医疗干预同等重要。智慧医养的关键不在于展示技术本身，而在于让技术回到照护现场，即守正——真正改善老年人的生活质量。人工智能、生命科学、细胞存储等前沿方向虽有价值，但必须尊重医学规律、伦理边界和监管要求。创新不等于追逐热点，也不等于以概念替代能力。负责任的创新应建立在临床证据、专业规范和可持续服务之上，在守住安全底线的前提下拓展可能。

主 编 刘丽丽

2026年8月1日于北京



商务部等8部门关于加快“人工智能+消费”发展的 实施意见

编者按：

当前，我国人口老龄化进程持续加快，养老服务需求日益增长且日趋多元化、个性化。与此同时，人工智能技术进入加速迭代期，大模型、人形机器人等前沿突破正深刻重塑各行各业的服务模式与供给方式。在此技术变革与政策引导交汇的关键节点上，商务部等8部门于2026年6月9日联合发布了《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》。该意见将“人工智能+养老服务”列为重点方向，为智慧医养服务的加速落地提供了清晰的顶层设计。

全文可参见：https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202606/content_7072672.htm?use_xbridge3=true&loader_name=forest&need_sec_link=1&sec_link_scene=im&theme=light

为贯彻落实《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》和《中共中央办公厅 国务院办公厅关于印发〈提振消费专项行动方案〉的通知》有关部署，推动人工智能与消费深度融合，培育消费新增长点，形成消费新动能，提出如下意见

一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，完整准确全面贯彻新发展理念，充分发挥我国超大规模市场、消费场景广阔、消费数据资源丰富优势，加快人工智能新产品新服务新场景示范应用，促进人工智能进千家万户、进千商万店，培育形成消费新增长点新动能，带动人工智能新技术新产品迭代升级，开辟人工智能新产业新赛道，更好满足中国人民对美好生活的需求。

二、提升人工智能+商品消费

（一）增加人工智能产品新供给。完善人工智能新产品研发机制，加快推出新一代人工智能手机、智能电脑、智能电视，推广智能家电、智能厨卫、智能照明等智能家居产品，推动消费电子产品和家居家电产品更新换代。培育智能穿戴消费市场，加强人工智能眼镜等新产品研发推广，重点打造实时翻译、移动支付等显示度高的消费场景。加力支持智能网联汽车发展，带动智能化车载终端消费，打造“人、车、家”全场景联动的智能产品生态。推动人工智能与脑机接口、增强现实（AR）、虚拟现实（VR）、混合现实（MR）等技术融合，研发推出一批国际领先、消费潜力大的新产品。

（二）促进人工智能机器人消费。以市场需求为牵引，支持研发具备多模态感知和场景自适应解决能力的人形机器人，带动四足、仿



生机器人等机器人产品迭代升级。面向“一老一小”等重点人群，加快养老机器人、陪伴机器人、人工智能生活助手等新型人工智能产品应用示范，提升情感陪伴、健康监测、移位助行、智慧家务等能力。

三、扩大人工智能+服务消费

（三）推动人工智能+居家服务。促进生活性服务业智能化升级，提高服务标准化水平。加快普及智能扫拖机器人、智能冰箱、智能厨房设备等产品，提供个性化、智能化家庭生活服务。开展数字家庭建设，推广智能全屋定制等新模式。研究将智能家居及服务应用纳入“好房子”建设指南，加快人工智能技术在“好房子”建设应用。

（四）加快人工智能+养老服务。优化全国养老服务信息平台，打造全国养老服务“一张网”。指导养老服务机构运用人工智能技术，布局信息化管理、智能安防等技术系统，配备智能护理机器人、康复机器人等产品，设置智能养老产品集中展示专区，提供安全、智能的养老服务。

（五）发展人工智能+文化旅游。推动人工智能赋能旅游，与行程规划、票务办理、导游导览、酒店预订等全链条深度融合。支持国家4A级及以上旅游景区、国家级夜间文化和旅游消费集聚区等文旅消费场景打造人工智能+实景体验项目。指导旅游景区配备人工智能眼镜、人工智能耳机等智能产品，提供人工智能+导游导览等服务。积极推进人工智能赋能文化产业发展，鼓励利用人工智能技术辅助开展戏剧、音乐、舞蹈、美术、沉浸式体验等创作，丰富优质文化产品供给。

（六）促进人工智能+住宿餐饮。加快酒店业智能化升级，推动酒店服务机器人、客房语音控制系统、自助入住设备等应用。应用人工智能技术提升境外人员酒店入住服务便利性。引导开展智能餐饮建设，在机关、学校、医院等推广“智慧食堂”，推动自助取餐柜、智能结算系统、自助咖啡机等智能化设备应用。

五、加强“人工智能+消费”推广

（七）建设“人工智能+消费”集聚区。指导国际消费中心城市、消费新业态新模式新场景试点城市和国家人工智能创新应用先导区因地制宜布局“人工智能+消费”集聚区，建设一批人工智能体验中心，促进人工智能新技术新服务新场景示范推广。鼓励以商业综合体、步行街、景区、博物馆、养老机构等公共场景为重点，开展人工智能产品租赁、共享、试用等新模式创新，促进商业应用和普及推广。

六、优化“人工智能+消费”环境

（八）加大财政等资金支持力度。统筹用好现有资金渠道，推动人工智能技术在消费领域的普及应用，落实好数码和智能产品购新政策，鼓励地方在消费品以旧换新政策框架内，自主制定实施补贴政策，重点支持“人工智能+”行动明确的新一代智能终端等消费。

（九）完善消费基础设施。结合“车路云一体化”应用试点等工作，面向智能网联汽车、城市无人配送车等应用需求，适度超前布局智能化路侧基础设施、边缘算力、交通安全综合服务管理平台等城市智能设施。

（十）健全“人工智能+消费”标准体系。加快实施《国家人工智能产业综合标准化体系



建设指南》，编制人工智能终端基础技术、安全可信、互联互通、行业应用等产品标准。建立人工智能终端智能化分级标准与评估体系。完善“人工智能+消费”领域标准化技术组织，加快制定相关标准。推动跨行业跨品牌互联互通、内外贸标准认证体系衔接，提高国际标准话语权。

（十一）筑牢安全防线。在消费领域大模型研发、设计、训练、部署、运行各环节，加强网络安全、数据安全、内容安全等安全能力建设。健全“人工智能+消费”监管机制，加强消费者信息保护，完善大数据算法、消费欺诈等治理措施。

各有关部门要强化协同配合，加大政策支持力度，形成工作合力。各地相关部门要因地制宜，加大创新探索力度，推动各项措施落实

资料来源：

商务部等8部门《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》，网页参见https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202606/content_7072672.htm?use_xbridge3=true&loader_name=forest&need_sec_1link=1&sec_link_scene=im&theme=light

（本文责任编辑：郭瑞芳）

安徽省卫生健康委员会等部门关于印发卫生健康赋能经济发展促进健康消费的若干举措的通知

编者按：

安徽省作为中部地区人口大省，老龄化程度持续加深，老年群体的健康养老需求日益增长且日趋多元。在此背景下，安徽省卫生健康委员会联合省发展改革委、省教育厅、省科技厅、省民政厅等19家单位，于2026年6月15日正式印发《关于卫生健康赋能经济发展促进健康消费的若干举措》，聚焦科技创新与健康消费的深度融合，立足安徽实际，力图打通从技术研发到场景应用再到消费市场的全链条通道。

全文可参见：<https://www.henan.gov.cn/2026/01-09/3308086.html>



为深入贯彻落实国家扩大内需、促进消费、培育新增长点的战略部署，紧抓“两重”建设与健康消费升级机遇，培育健康领域新质生产力，满足人民群众全生命周期健康需求，结合我省实际，制定如下举措。

一、目标要求

坚持以人民健康为中心，强化新质生产力赋能，加快形成卫生健康事业与生命健康产业协同发展、健康福祉与经济增长互促共赢的良性生态。到“十五五”中期，多层次健康保障体系更加健全，“健康+”新业态蓬勃发展，居民健康消费意愿和能力显著提升，健康消费成为推动我省经济高质量发展的核心动力之一，形成事业支撑产业、产业反哺事业、消费拉动经济的良性循环，为谱写中国式现代化安徽篇章贡献健康力量。

二、强化卫生事业筑基作用，夯实健康消费供给基础

1.提升城市健康功能品质。抢抓“两重”建设机遇，建立医疗卫生项目储备库，扩充住院设施改造提升项目。统筹城市闲置用房盘活与适老化、适儿化改造，支持医疗机构拓展康复护理、日间照料等服务。在中心城区医院实施一批场景示范项目，打造“15分钟健康服务圈”，以优质供给激发消费潜力。

2.创新AI医疗健康服务。依托合肥综合性国家科学中心，推进医学人工智能产品研发转化。支持医疗机构发展AI辅助诊断、脑机接口、医疗机器人、数字疗法及可穿戴设备等智慧医疗。建设“医疗人工智能训练中心”，推

动“智医助理”向专科化升级。完善技术规范，建立健全收费和医保支付政策。

3.打造国际医疗与康养高地。指导安徽医科大学第二附属医院牵头组建“安徽省国际医疗联盟”，发挥国家区域医疗中心辐射作用。高水平建设安徽省立医院（中国科学技术大学附属第一医院）、安徽医科大学第一附属医院等国际医疗部，拓展国际商业保险直付。聚焦中医、口腔、眼科，开发国际医疗旅游精品路线，建设安徽省医康养融合发展试验区，深度对接上海入境游市场，吸引高端和外来消费。

三、壮大新质健康产业动能，激活经济增长新引擎

（一）做强优势产业集群

4.抢占前沿技术赛道。前瞻布局脑机接口、基因治疗、细胞治疗等未来产业。支持合肥依托中国科学技术大学打造脑机接口高水平研发机构；支持蚌埠依托“龙湖实验室”建设临床应用示范基地；支持芜湖依托国家区域医疗中心建设皖南医科大学脑科学研究院。布局临床验证示范场景，加速前沿技术从实验室走向临床，培育新的产业增长极。

5.强化新质药械推广应用。定期发布“新质药械”目录并动态调整。鼓励医疗机构按“应配尽配”原则使用，对目录内产品开通挂网“直通车”。对省内产业化创新药械给予政策奖励，探索医保支付绿色通道，培育壮大本土产业。

6.大力发展银发经济。完善智慧健康养老产品推广目录，支持合肥、芜湖、安庆、滁州



建设康复辅助器具产业园。培育“专精特新”适老企业，推动智能康复辅具、可穿戴设备研发制造，打造辐射长三角的康复辅具基地。

7.提速生物医学新技术转化应用。加快出台临床研究和转化应用支持政策，明确基因治疗、细胞治疗等五大类发展方向，为项目和机构备案提供便利。谋划建设省级制剂制备中心和转化研究院，健全伦理审查协作机制。探索“拓展性临床试验”，对符合条件的未上市创新技术，在伦理审查和风险可控前提下用于急需患者，并拓宽支付渠道，开辟前沿技术落地绿色通道。

四、释放健康消费市场潜力，拓展内需增长空间

8. 深化医保支付方式改革。规范中医类服务价格项目，将符合条件的中医医疗服务、中药制剂纳入医保。完善DRG/DIP付费特例单议机制，支持合理使用创新药的特殊病例。探索将“互联网+”复诊、远程医疗纳入医保，增强群众消费能力。

9. 创新健康金融产品供给。支持发展普惠型商业健康保险，完善多层次医疗保障体系，大力发展长期护理保险、商业保险年金，依法合规提供健康管理增值服务。鼓励金融机构丰

富养老金融产品形态，构建养老储蓄、理财、商业保险等协同发展的产品体系，提高老年群体健康消费能力。

10. 营造促健康消费浓厚氛围。联合相关部门发放健康消费券，用于健康体检、疫苗接种、中医养生等领域。支持亳州建设国家级中医药健康消费集聚区。新培育10条“健康+”精品消费线路，发布健康消费白皮书。加强健康科普宣传，激发健康消费内生动力。

各地各部门要加强组织领导，细化分工负责，破解发展堵点。强化宣传引导，推广典型经验。依法加强对医疗健康领域的综合监管，严厉打击虚假宣传、诱导消费等违法行为，为健康消费新业态、新模式营造包容、审慎、规范的发展环境，确保各项举措落地见效。

责编评论：

该举措从省级层面系统回答了卫生健康事业如何赋能经济发展这一命题。其核心价值在于推动形成“事业支撑产业、产业反哺事业、消费拉动经济”的良性循环，既以科技创新回应了老龄化社会的现实需求，又以健康消费的规模化发展反哺产业升级，为智慧医养服务的高质量发展提供了坚实的政策保障和清晰的实践路径。

资料来源：

安徽省卫生健康委员会等部门《关于印发卫生健康赋能经济发展促进健康消费的若干举措的通知》，网页参见<https://www.henan.gov.cn/2026/01-09/3308086.html>

（本文责任编辑：郭瑞芳）



美国风投机构加码护理经济AI

编者按：

护理经济正跨越传统的社会福利边界，演进为技术与资本深度交汇的复合型市场。本文聚焦美国早期风投机构Magnify Ventures近期设立的4660万美元二期基金，探讨其在家庭照护、财富传承与系统成本控制等维度的投资逻辑。该基金的动作不仅折射出护理经济风险投资近四年增长45%的结构性趋势，更揭示了人工智能在破解照护资源碎片化、承接巨量代际财富转移中的关键潜能，为数智技术赋能机制、金融基础设施重构及老龄化社会治理提供参考与启示

2026年7月1日，专注于护理经济的早期风投公司Magnify Ventures于洛杉矶宣布推出基金二期，规模4660万美元。新基金将投资于在健康、财富、家庭护理及其支持系统中推动人工智能创新和应用的科技公司。本轮获得回归投资者Pivotal Ventures（Melinda French Gates旗下机构）及新投资者Jordan Park、Unum和加州基础设施与经济发展银行的支持。Magnify Ventures联合创始人Julie Wroblewski表示：“我们正处于护理、财富、老龄化等全球最大且最被低估市场的真正转折点，人工智能是在停滞几十年的市场中释放新机会的关键。”

护理经济风投四年增长

Magnify Ventures于基金一期提出核心论点：长期投资不足的护理经济，即将成为由新兴技术驱动的广泛可投资生态。过去四年，该公司已构建覆盖育儿、老龄化、家庭优化和财务韧性的突破性公司组合，同时围绕这一机会建立了不断壮大的创始人、运营者和投资者社区。据The Holding Co.与Pivotal Ventures数据，过去四年护理经济风投增长45%，自2015年以来已有700多家公司获得超260亿美元投资。Magnify Ventures的投资范围涵盖从怀孕到生命末期的全周期护理解决方案，以及围绕家庭的

医疗、金融和消费系统。IBank执行董事Andy Nakahata指出，人工智能正在重塑各行业，护理经济代表了一个迫切的创新和增长机会。

减少隐形劳动、降低系统成本

基金二期将重点关注超越早期类别平台、直接改善人们生活和工作方式的应用层人工智能公司。具体方向包括：减少家庭运营隐形劳动的人工智能、提高健康与家庭系统质量并降低成本的人工智能代理工具，以及使家庭财富建立与保护方式现代化的金融科技基础设施。Magnify Ventures也将支持创始人为现代家庭构建医疗、家庭和工作场所基础设施。据美国全国投资委员会数据，美国50岁以上人口控制约80万亿美元金融资产，未来20至30年将进行代际转移，这一结构性趋势为护理与财富管理的交叉领域提供了巨大市场机会。Magnify Ventures联合创始人兼管理合伙人Joanna Strober表示：“人工智能是在停滞了几十年的市场中释放新机会的关键，将激励创新公司创造代际变革。”

护理峰会与AI驱动的护理基础设施

Magnify Ventures认为，建设基础设施不仅需要资本。该公司是“护理峰会”的创始制作

人，该峰会汇集整个护理经济的创始人、投资者和有限合伙人，下一届将于2027年2月在旧金山举行。基金二期投资组合中已包括Alix（应用人工智能简化遗产结算，处理历史上最大财富转移中超120万亿美元的跨代转移）、Joy Parenting Club（为父母提供AI驱动的专家指导与资源聚合平台）和Savi Security（为家庭提供数字欺诈保护平台，美国每年因数字欺诈造成超1000亿美元损失）。

Magnify Ventures的4660万美元基金二期，是美国护理经济投资赛道加速升温的又一信号。从Pivotal Ventures到加州IBank，从人工智能代理工具到金融科技基础设施，资本的逻辑清晰：护理经济正在从一个“社会议题”升级为“技术驱动的可投资赛道”。而基金二期的切入点——应用层人工智能——意味着它押注的不是“护理是否会被技术改变”，而是“谁能在碎片化的家庭需求与系统效率之间，建立可规模化的连接层”。当84万亿美元代际财富转移、1000亿美元数字欺诈损失、900小时遗产

结算时间这些数字叠加在一起时，护理经济已经不再是一个“边缘话题”。而对于银发经济观察者而言，这条“从资本到基础设施”的路径，或许正是理解未来十年银发赛道如何被系统性地重新定义的关键线索。

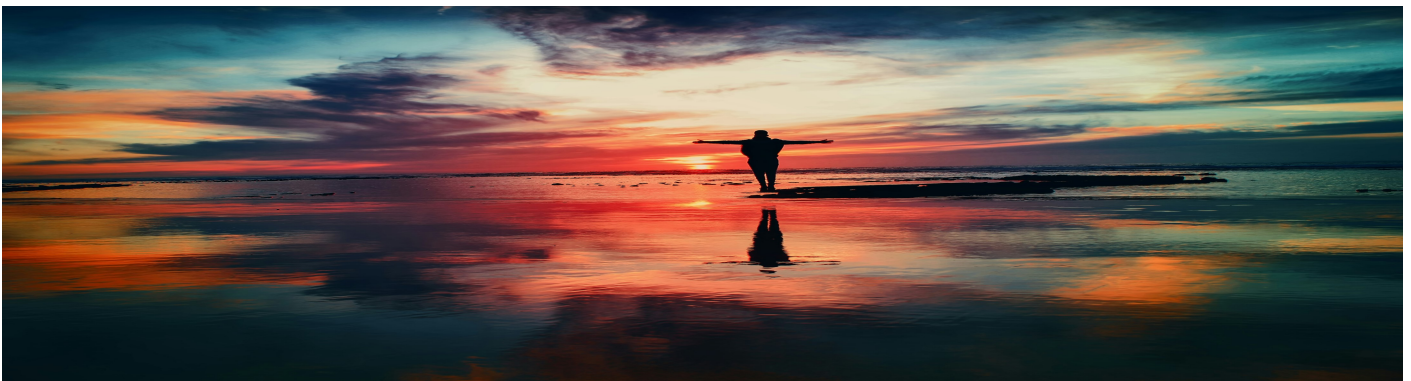
责编评论：

Magnify Ventures的基金策略表明，资本市场正在重新评估非正式照护体系的系统价值与商业潜力。本期国际案例聚焦于减少家庭隐形劳动与防范数字欺诈等智慧养老产业的长尾问题，凸显了人工智能在整合碎片化家庭需求、降低系统性交易成本方面的规模化潜能。此外，该投资框架将照护与代际财富转移并置，突破了单一健康维度的讨论局限，提示我们银发经济研究中引入跨学科视角，将人口学、老年医学与金融科技、计算科学相融合。面对即将到来的全球老龄化高峰，如何构建兼顾人文关怀与技术效率的智慧养老基础设施，将是学界与产业界共同面对的核心议题。

资料来源：

根据AgeClub网站2026年7月6日发布的《美国风投机构加码护理经济AI，4660万美元基金瞄准家庭系统现代化》缩写整理而成，参考链接：<https://www.ageclub.net/article-detail/9785>

（本文责任编辑：李辰龙）





美国康养社区灵活空间与智能技术发展新趋势

编者按：

当下国内养老社区建设多聚焦基础适老化改造，却缺少面向未来的规划思维，空间固化、智能化不足等问题制约行业升级。本篇聚焦美国老年生活社区发展趋势，跳出传统机构式养老设计思路，依托灵活可变空间布局、全域智能照护技术重构社区形态。模式兼顾全周期养老服务、数字化运营风控与长期成本平衡，将单一居住场所升级为综合型康养生活载体，有效应对人口老龄化与监管收紧双重压力，为国内智慧医养社区规划、可持续运营打造可借鉴的现代化发展范本。

伴随全球老龄化加剧与老年人生活需求升级，传统“一刀切”、仅满足基础合规标准的老年社区设计已不再适用。为应对人口结构变化、护理模式迭代与行业监管收紧，现代老年社区建设需要具备前瞻性思维，打造安全、舒适、可长期适配的居住空间。未来老年社区设计需兼顾灵活性、适应性与抗风险能力，契合老龄化社会长期发展需求。本文结合美国行业前沿趋势与专家观点，总结新时代老年生活社区的设计与运营方向。

一、设计前沿：灵活布局、亲生物设计与酒店式环境

现代老年社区设计逐步摒弃传统刻板的结构化风格，灵活布局、亲生物景观与高品质公共空间成为主流。社区采用可改造的适应性平面布局，能够根据运营需求，将独立生活单元灵活转换为辅助生活、记忆护理等不同功能空间，适配老年人不同阶段的护理需求。同时，社区注重整体健康体验，打造户外花园、步行步道、健身与冥想空间，实现室内外健康场景融合。整体内饰采用精品酒店式温暖质感设计，贴合当代老年人对高品质居住环境的追求。这类柔性化、高品质的设计，不仅提升居

民居住体验，也让建筑具备长期使用价值，可从容应对未来人口与护理模式的变化。

二、智能技术：从跌倒检测到数字连接，技术成面向未来的核心武器

智能技术是现代智慧医养社区升级的核心支撑，可全面提升社区安全水平、护理质量与运营效率。在安全健康层面，社区搭载跌倒检测传感器、感应照明、环境监测设备与可穿戴健康设备，在尊重老人尊严与自主性的前提下，全方位保障居住安全。在数字服务层面，依托高速网络、社区服务平台、语音助手与远程医疗系统，帮助老人维系社交联系，便捷获取线上医疗护理服务。在运营管理层面，依托人工智能电子健康档案、健康预测分析、智能排班与自动合规报表系统，大幅减少医护人员行政工作，让人力聚焦核心护理工作。完善的数字基建可降低后期改造成本，实现社区长效智能化运营。

三、居民需求变化：从“养老”到“生活方式选择”

新一代老年群体更加活跃、熟悉智能设备，更加注重生活品质、自主尊严与社交体



验，养老已经从单纯的生存安居转变为全新的生活方式选择。当下老年人更加重视身心健康、自主生活与社会融入，社区配套社交活动、营养膳食、心理疏导与健身训练等全方位健康服务。同时，通过打造户外休闲空间、公共就餐区与代际互动场景，有效缓解老年人社交孤立问题。依托灵活的空间与服务体系，社区可实现老人就地养老，根据身体状况无缝切换独立生活、辅助护理、记忆护理模式，避免因护理需求变化改变生活环境。优质的生活方式型养老社区，能够有效提升入住率与居民居住的满意度。

四、合规、风险管理与员工可持续性：行业最大挑战之一

老年社区行业监管严格，在人员配置、安全标准、护理服务、资料归档等方面要求持续升级，合规风控与人员可持续运营是行业核心难题。现代化社区在设计阶段即融入合规体系，通过无障碍通道、加宽门洞、标准化记忆护理区、模块化护理空间，从硬件上满足安全合规要求。同时依靠数字化系统实现健康档案、合规追踪、自动审计报表数字化管理，提升规范化水平。针对行业普遍的人员短缺、职业倦怠问题，智能系统可自动化处理行政、排班与报表工作，释放人力投入护理服务，提升社区运营韧性，降低长期经营风险，保障项目稳定盈利。

资料来源：

根据AgeClub 2026年7月8日发表的《美国老年生活社区设计新趋势：灵活布局与智能技术成标配》缩写整理而成，参考链接：<https://www.ageclub.net/article-detail/9817>

五、挑战与成本考量：平衡成本、护理与居民期望

未来老年社区升级仍面临多重现实难题。灵活空间改造、智能设备与数字基建会大幅增加前期建设投入；行业劳动力持续短缺，优质护理依旧高度依赖专业人员；同时监管政策不断更新，社区需要迭代适配新规。此外，高端智能化、品质化改造容易抬高运营成本，造成项目定价偏高，受众群体受限。因此，老年社区建设需摒弃标准化粗放开发模式，以长远视角预判人口、需求、政策与技术变化，平衡建设成本、护理质量与居民期望。

新时代老年生活社区早已超越传统养老院的定位，融合柔性空间设计、智能科技、人性化服务、合规风控与高效运营。在老龄化持续加深的背景下，具备前瞻性布局的养老社区将引领行业发展。这场从生存空间到品质生活空间的行业升级，是老龄化社会发展的必然趋势，未来行业竞争的核心，不在于规模大小，而在于对行业未来的预判与布局能力。

因此，具备前瞻性布局能力的养老社区将成为行业发展的引领者。这场从生存空间向品质生活空间、从单一照护向全生命周期健康服务、从经验管理向智慧运营的行业升级，是积极应对人口老龄化国家战略的重要实践，也是养老产业高质量发展的必然方向。

（本文责任编辑：尹梦晗）



生命周期理论视角下老年消费者新产品相关信息行为研究

Dominik Hettich¹, Torsten Bornemann¹, Stefan Hattula²

(1. Department of Marketing, Goethe University Frankfurt, Frankfurt am Main, Germany;

2. Institute of Business Administration, University of Stuttgart, Stuttgart, Germany)

编者按:

本研究基于生命周期理论与调节焦点理论,通过2050名参与者的问卷调查、在线实验和零售现场实验,系统揭示年龄相关的目标优先级转变如何影响新产品信息搜寻与采纳,并进一步验证“预防框架”产品诉求的干预作用。研究表明,老年消费者更重视维持现状与避免损失,因而更容易关注新产品可能引发的使用习惯改变,而忽视潜在收益;当营销传播强调产品能够避免不利结果、维持当前良好状态时,可显著提升其信息加工、新产品考虑与选择。该研究为理解老龄消费者的创新采纳机制提供了系统解释,也为企业优化面向老年市场的新产品沟通策略提供了直接依据。

人口老龄化正在重塑消费市场。与年轻消费者相比,老年消费者在既有产品类别中更倾向于继续选择熟悉的产品,而较少尝试新替代方案。生命周期理论认为,随着年龄增长和未来发展时间感知逐渐受限,个体的目标重点会由追求成长、知识获取和发展收益,转向维持现有功能、保持稳定并避免损失。基于这一视角,新产品虽然可能带来额外收益,却往往也意味着新的操作方式、使用习惯或行为调整;既有产品则更容易被视为对现状的延续。因此,老年消费者并非天然排斥创新,而是更可能优先注意新产品可能造成的改变与不便,从而在尚未充分了解其收益之前就减少信息搜寻和购买考虑。

本文共包含5项研究、2050名参与者,结合调查、受控实验与真实零售场景进行检验。研究1招募604名英国和爱尔兰参与者,对35岁及

以下与55岁及以上消费者的未来时间视角、成长导向、维持导向和新颖信息寻求进行比较。研究2以539名英国电动牙刷用户为样本,通过“既有电动牙刷”与“新型自动牙刷”的购买情境,考察年龄与产品新颖性如何共同影响行为改变知觉、信息搜寻和购买考虑。研究3招募407名55岁及以上消费者,采用“产品新颖性×诉求框架”的2×2实验设计,比较促进型与预防型产品诉求。研究4进一步在欧洲某大型城市的消费电子零售店开展现场实验,对286名年轻与老年顾客在风扇、手机、吸尘器和收音机四类产品前的信息阅读时间与实际选择进行观察。

研究1发现,年轻消费者的未来时间视角显著高于老年消费者(4.982 VS. 3.758),而老年消费者对“维持”相对于“成长”的目标优先级更高;相应地,年轻消费者的新颖信息寻求水平也更高(3.752 VS. 3.400)。中介分析进一



步表明, 年龄差异会通过未来时间视角和目标优先级的变化, 间接影响新颖信息寻求。研究2则显示, 随着年龄增长, 消费者对新产品的注意重点从“潜在收益”转向“行为改变带来的不便”, 而对既有产品不存在同样明显的年龄差异。该知觉变化会进一步降低新产品信息搜寻和购买考虑: 当收益更突出时, 消费者更愿意搜寻信息, 而更高的信息搜寻又会提高购买考虑, 说明老年消费者较低的新产品考虑主要是通过“改变知觉-信息搜寻”机制形成。

研究3和研究4验证了预防型传播的干预效果。在研究3中, 对65岁及以上的核心分析样本而言, 新产品采用预防型诉求时, 其“收益相对于改变不便”的知觉显著高于促进型诉求(5.011 VS. 4.468), 新产品购买考虑也更高(5.211 VS. 4.644); 预防型诉求使新产品与既有产品之间原本显著的考虑差距不再显著。零售现场的研究4进一步发现, 面对新产品时, 老年消费者在预防型诉求条件下平均花费186.325秒加工产品信息, 而促进型诉求条件下仅为61.094秒, 差异显著; 年轻消费者则未表现出明显的框架差异。中介分析显示, 预防型诉求通过延长老年消费者对新产品的信息加工时间, 提高了其实际购买可能性。由此可见, 适

配老年消费者维持目标的传播方式, 不仅能改变主观认知, 还能在真实购买环境中转化为更深入的信息处理和更高的新产品选择。

本文通过在线实验与真实零售现场相互验证, 提高了结论的情境真实性, 也拓展了关于老年消费者创新行为和目标匹配的研究。

本文对面向老年消费者的新产品营销具有直接启示。企业不应将老年消费者视为“对创新不感兴趣”的失去型市场, 而应减少新产品在沟通中所呈现的破坏性与不确定性, 突出其对现有生活状态和功能水平的保护作用。具体而言, 新产品诉求可更多使用“避免、预防、保护、维持、保障”等表达, 强调产品如何帮助消费者避免不良结果、保持现有能力或防止状态恶化, 而不应只强调“获得更多、追求更新、实现提升”等促进型收益。值得注意的是, 研究发现预防型诉求能够提升老年消费者对新产品的关注, 却不会削弱年轻消费者对创新的兴趣, 因此企业在面向跨年龄市场时也具有较高的应用可行性。对于消费电子、家电及其他需要改变既有使用习惯的新产品, 营销者尤其应围绕“新产品如何帮助维持重要的现状”来组织信息, 从而降低心理阻力并促进信息加工与采纳。

资料来源:

根据Hettich等于2025年发表在Journal of Product Innovation Management期刊题目为《Understanding Older Consumers' New Product-Related Information Behaviors—A Life-Span Theory Perspective》的文章缩写整理而成, 全文链接: <https://doi.org/10.1111/jpim.12779>

(本文责任编辑: 周帆)



可预测多种癌症及多种治疗方案免疫疗效的通用人工智能

Wanxiang Shen^{1,2}, Intae Moon¹, Thinh H. Nguyen³, Michelle M. Li¹, Yepeng Huang¹, Nitya

Nair⁴, Daniel Marbach⁵, Marinka Zitnik^{1,6,7,8}

(1. Harvard Medical School;

2. College of Pharmaceutical Sciences, Zhejiang University;

3. Division of Immunology, Boston Children's Hospital;

4. Roche Innovation Center Basel, F. Hoffmann-La Roche Ltd.;

5. F. Hoffmann-La Roche Ltd.;

6. Kempner Institute for the Study of Natural and Artificial Intelligence;

7. Broad Institute of MIT and Harvard;

8. Harvard Data Science Initiative)

编者按：

随着免疫检查点抑制剂（Immune Checkpoint Inhibitors, ICIs）成为多种肿瘤的重要治疗手段，一个临床难题也更加突出：哪些患者真正可能从免疫治疗中获益？虽然肿瘤突变负荷（TMB）和PD-L1表达已经被用于患者筛选，但它们在不同癌种和不同药物之间的预测能力并不稳定。本文提出COMPASS，一个基于肿瘤转录组的泛癌种AI基础模型，试图在提高预测准确性的同时，解释免疫治疗反应背后的生物学机制。

免疫治疗反应具有高度异质性。同样接受ICIs治疗的患者，可能出现长期缓解，也可能发生原发耐药；传统上，人们常用“炎症型”“免疫排斥型”和“免疫荒漠型”等肿瘤免疫表型进行粗略分类，但现实中仍有不少炎症型肿瘤对治疗无效，也有部分非炎症型肿瘤能够应答。既有转录组特征、免疫评分和机器学习模型虽然提供了一定线索，但很多方法依赖特定癌种、固定基因集或较大的标注队列，难以跨癌种、跨治疗方案推广。

为解决这一问题，作者构建了COMPASS概念瓶颈Transformer模型。该模型先将15,672个

蛋白编码基因的表达信息映射到132个文献整理的免疫相关基因签名，再进一步聚合为43个高层次肿瘤免疫微环境（TIME）概念，并加入癌种标记，形成44维、具有生物学含义的患者表示。模型首先利用来自TCGA的10,184例、覆盖33个癌种的肿瘤转录组进行自监督对比学习，随后在临床免疫治疗队列中进行监督微调。

研究团队在16个临床队列中评估COMPASS，共纳入1,133名接受免疫治疗的患者，覆盖7种癌症和多种ICIs方案，包括抗PD-1/PD-L1、抗CTLA-4及联合治疗。患者均具有治疗前肿瘤RNA测序数据，其中346人为应答者，



787人为非应答者。作者将COMPASS与22种既有免疫治疗反应预测方法比较，在留一队列外部验证中，COMPASS的部分微调和线性探测版本表现最好，平均准确率提高8.5%，精确率-召回曲线下面积提高15.7%，Matthews相关系数提高12.3%。

更重要的是，COMPASS显示出较强的跨场景泛化能力。在队列到队列迁移实验中，模型从一个队列训练后被用于预测另一个队列的患者反应，共进行了240次成对迁移；COMPASS-LFT在163次迁移中超过目标队列基线，COMPASS-PFT也达到155次，明显高于表现较好的既有方法。模型还在跨癌种、跨药物和跨免疫检查点靶点的测试中保持优势，例如在排除肺腺癌训练后仍能识别肺腺癌应答者，仅用单药治疗队列训练后也能预测联合治疗反应。

除预测近期疗效外，COMPASS还与长期生存结局相关。作者将IMvigor210转移性尿路上皮癌阿替利珠单抗II期试验作为独立验证队列，发现被COMPASS判定为应答者的患者总体生存显著更长。在298名患者中，预测应答概率不低于0.5者的一年总生存率为86%，而预测非应答者为40%，风险比为4.7。COMPASS的另一项

特点是能够生成个体化反应图谱，将患者的基因表达变化连接到颗粒度免疫概念、高层次TIME概念和最终应答概率。借助这些图谱，作者观察到不同免疫信号表型背后的多种作用机制：炎症型应答者通常表现出IFN γ 通路和细胞毒性T细胞活化且缺少免疫抑制信号；免疫荒漠型应答者可能具有基因组完整性相关、类似TMB驱动的机制；炎症型非应答者则常伴随TGF β 信号、血管内皮排斥、CD4 T细胞功能障碍或B细胞缺乏。

不过，本文也明确指出COMPASS仍有局限。首先，模型依赖bulk RNA-seq，缺少单细胞和空间分辨率，可能掩盖稀有免疫细胞群体或局部微环境信号。其次，由于16个临床队列中年龄、性别、分期等协变量标注不一致，研究尚未进行统一的多变量校正；同时，缺乏非免疫治疗对照组，使模型信号中可能同时包含预测性和预后性成分。COMPASS不能被单独用于拒绝患者接受免疫治疗，其临床应用仍需要前瞻性试验、检测标准化和跨平台校准。

总体而言，本文为AI参与肿瘤免疫治疗决策提供了一个重要方向：在自动预测之外，更强调可解释、可迁移和可验证的机制线索。

资料来源：

根据Wanxiang Shen等人于2026年发表于Nature Medicine，题目为《Generalizable AI predicts immunotherapy outcomes across cancers and treatments》的文章缩写整理而成。全文链接如下：<https://www.nature.com/articles/s41591-026-04502-7>

（本文责任编辑：蒋新宇）



AI赋能千行百业一线观察 | 近在身边的“智慧养老”

编者按：

新华网“AI赋能千行百业一线观察”系列融合报道，走进产业一线，聚焦人工智能和“人工智能+”产业发展，以真实场景、案例与实践成效，反映新质生产力推动中国经济高质量发展。

“现在我们鼓励活力长者每天主动打卡，将血压、血糖，以及尿液、血液的检查结果上传到健康管理系统，智慧屏幕上能看到每位老人的健康监测数据，如果出现异常，会有医生及时联系并跟进。”在北京椿萱茂·和园长者社区的智慧运营中心，社区院长程鹏指着实时跳动的数据大屏向记者介绍。走进北京多家养老机构与社区，这样的智慧养老应用场景正在成为常态。当人工智能遇上银发经济，曾经“靠人力堆出来”的养老服务，正被科技重新定义——从机构的高效运营，到居家的隐形守护，再到跨越数字鸿沟的情感陪伴，智慧养老正在用技术与温度，助力破解老龄化社会的养老难题。

一、机构里的“超级大脑”

中国疾控中心慢病监测数据显示，我国60岁及以上老年人中，约75%的人至少患有1种慢性病（高血压、糖尿病、高胆固醇血症患病率分别为58.3%、19.4%、10.5%），其中超40%同时患有 ≥ 2 种慢性病。为控制病情、维护病情稳定而需要每天服药的人约占70%至75%。慢病监测管理成为保障老年人身体健康的重要内容。

在椿萱茂（北京北苑）老年公寓，长者平均年龄超过86岁，大多数都要服用3种以上慢

病药物，跌倒风险、健康管理、人力成本曾是压在机构肩上的三座大山。“养老行业人力成本占比超过50%，护理员流失率高，30%的时间耗在纸质记录上。”远洋集团旗下智慧康养服务商北京悦享数字科技有限公司总经理马玉平坦言，传统模式亟须突破和升级，在技术发展的推动下，智慧化技术将为养老行业提供新的能力，降本增效、稳定运营、促进增收。

同样在北京寿山福海养老集团，自研的“智享福寿家”平台把19年的养老经验拆解为涵盖“护理、医养、膳食、住所、服务”五大模块的3300个细节，打破传统养老时空限制，带来实际改变。北京寿山福海养老集团品牌营销总监伍汉介绍，在全健康监测与服务追溯方面，通过智能前台、全域预警、SOS紧急呼叫等物联网设备，实时采集老人体征与安全状态。同时，家属也可通过小程序全天候查看长者睡眠、饮食、活动及护理记录，实时接收月度账单、健康报告与活动通知，将“放心”转化为可感知的数字化现实，解决远程关爱痛点。

二、智能设备的“破冰之旅”

在北京芳华里养老社区，养老服务机器人“小丽”正陪着老人聊天。“小丽，今天天气怎么样？”“张阿姨，今天晴转多云，气温18-



26℃，适合出门散步。”这样的对话，每天都会上演。但在一年前，老人们对这个“会说话的盒子”还敬而远之。随着小丽养老服务机器人每天辅助工作人员开展工作，老人们渐渐熟悉了它，相处中也愈发亲近。86岁的吴叔叔患有阿尔茨海默症，平日里总是沉默独坐，偶尔情绪躁动，执意要求工作人员送自己前往火车站。自打结识小丽养老服务机器人后，吴叔叔时常和它聊天，小丽总是眨着眼睛认真听，一来一回地交流。“北京芳华里养老社区已投入使用小丽机器人近1年，累计服务交互量可观，并且每周开展文娱陪伴活动。”森丽康科技（北京）有限公司副总经理高雅介绍，小丽养老服务机器人已陆续进驻多家养老院与社区服务中心。近半年的运营数据显示，单家养老机构内机器人指令交互、对话咨询累计高达数万次，整体服务交互日均累计达近百次。

三、有温度的陪伴

“根据行业调研和实际观察，当前智慧养老在快速发展过程中，面临着一些值得关注的问题。”中国建筑材料流通协会适老康养宜居专业委员会主席贾敏介绍，尽管市场上智能养老产品层出不穷，但部分产品在实际应用中与

老年人的真实需求仍存在一定差距。

她认为，一些智能产品在技术功能上较为丰富，但在贴近老年人实际使用习惯、解决日常生活痛点方面还有进一步提升的空间。真正适用于家庭和机构、兼具较低成本和较高可靠性的智能照护产品，目前仍然稀缺：部分产品价格偏高，难以广泛普及；另一些产品则在检测准确率方面存在误报或漏报的现象，影响了用户体验和服务效能。

当被问及智慧养老的未来，陈鲁遥给出了这样的畅想：“我希望科技像水和电一样，成为老人生活的必需品，但又不会让他们感到突兀。未来的养老，应该是老人在熟悉的家里，被无形的科技守护着，同时又能享受到家人和护理员有温度的陪伴。”

随着老龄化社会的到来，智慧养老不仅是产业发展的风口，更是关乎亿万家庭的民生议题。从机构的“超级大脑”到居家的“隐形守护”，从智能设备的“适老改造”到人文关怀的细节打磨，科技正在为银发群体织就一张幸福晚年的保障网。而这张网的底色，始终是“以人为本”的尊重与温度。

资料来源：

根据2026年5月29日发表在新华网上的《AI赋能千行百业一线观察|近在身边的“智慧养老”》改写整理。全文链接：<https://www.news.cn/house/20260529/7fbfada7f1cf4972b3d2dd090a0c1bc8/c.html>

（本文责任编辑：杨艳敏）



会议集锦

编者按：

本次会议集锦为读者们介绍两个会议信息：（1）全球数字经济大会智慧康养产业发展论坛于2026年7月4日在北京举办，本次大会以“数字赋能·智慧康养·银发经济新未来”为主题，探讨智慧康养产业高质量发展路径。（2）第十二届中国国际养老服务业博览会于2026年5月在北京举办，以“智领银发经济新时代，共筑品质养老新未来”为主题，汇聚众多展商与嘉宾，设十大展区并举办多场论坛，聚焦政策、科技与国际合作，推动中外养老交流与务实合作，为“十五五”养老高质量发展搭建重要平台。

【全球数字经济大会智慧康养产业发展论坛在京举办】

7月4日，2026全球数字经济大会智慧康养产业发展论坛举办。论坛以“数字赋能·智慧康养·银发经济新未来”为主题，聚焦智慧康养场景建设、科技赋能养老、人工智能+养老等方向，搭建政产学研医金协同交流平台，探讨智慧康养产业高质量发展路径。此次论坛设有主旨演讲、成果发布、平台启动、圆桌对话等环节，贯穿养老事业产业发展战略规划、场景落地、人才培育、技术创新、金融支撑和生态构建的完整闭环，搭建高水平交流、成果展示与供需对接平台。其间，五组智慧康养标杆应

用场景集中签约，覆盖失智筛查与干预、社区数智化健康管理、跌倒风险智能研判与干预、智能康复评估、老年人慢性病管理等场景。朝阳区首个“银发金街”项目发布，聚焦老年人“吃、穿、用、医、养”五大刚需。京津冀智慧康养技能人才“引育用”一体化合作启动，三地携手打通人才全链条。线上线下多元化办学战略合作同步启动，构建覆盖全域的老年教育服务体系。北京市智慧康养创新中心“一中心五平台”正式启动，涵盖孵化转化、全域全时场景创新、数据服务、国际交流和人才服务、共性技术五大平台。智慧康养产品技术成果集中发布，包含脑机接口、智慧康养监测。

资料来源：

根据2026年7月4日发布在北京朝阳的《2026全球数字经济大会智慧康养产业发展论坛举办》缩写整理而成。参考链接：<https://mp.weixin.qq.com/s/rlWNCgkw7XvLpz7o0Qqrqg>

（本文责任编辑：秦园）

【智领银发经济新时代，共筑品质养老新未来——第十二届中国国际养老服务业博览会】

2026年是“十五五”规划开局之年，为深入贯彻落实积极应对人口老龄化国家战略，推动养老事业与养老产业高质量发展、第十二届中国国际养老服务业博览会于5月18日至20日在北京国家会议中心成功举办。



本届博览会由中国社会福利与养老服务协会主办，以“智领银发经济新时代，共筑品质养老新未来”为主题，汇聚国内外政府部门、国际组织、行业企业、专家学者等近700名嘉宾，吸引290余家展商参展，成为“十五五”初期我国养老服务领域规格最高、影响力最广的行业盛会，为新时代养老服务高质量发展搭建了重要平台。

本届博览会设置十大主题展区，全面覆盖养老服务全产业链，展现养老行业发展方向的智能化、品质化以及多元化。其中，AI智造养老新生态展区备受关注，集中了展示人工智能、物联网、大数据等技术与养老服务深度融合的创新应用，包括AI智能监测、远程照护系统、大数据健康管理、智能康复设备等前沿技术与落地成果。这些应用以科技力量变革了传统养老模式，成功打造智慧养老应用新高地，让智能技术为银发生活注入便捷、安全与安心，并推动智慧养老从概念走向现实。国际养老服务品牌展区汇聚多国先进适老化产品与服务模式；国内品牌、适老设施、旅居康养、健康营养等展区协同发力，展示我国养老产业在设施改造、服务创新、产品研发等方面的进展。“人机空间”未来养老体验展区集机器人陪聊、智能协助护理、AI互动游戏、AI适老化

环境评估、24小时智能监控等沉浸式体验于一体。参观者可零距离触摸未来养老形态，直观感受科技如何重构养老场景。该展区以前瞻视角畅想未来养老场景，为行业创新发展提供方向指引。整体展区构建起集展示、体验、交流、对接于一体的综合平台，清晰构建出养老产业智能化升级的发展路径。

本届博览会国际化特色鲜明，不仅搭建国际交流平台，更推动合作从对话走向落地，实现技术、经验、资源双向赋能。国际展区吸引多国企业参展，中外机构开展产品对接、技术洽谈，促进国际先进养老技术与国内市场融合。俄罗斯代表团实地走访泰康之家、智慧康养机器人驿站、康复大学等标杆机构，围绕智慧产品、适老化改造、老年医学等开展深度交流。在“科技助老，智领未来”专题交流会上，中俄双方签署合作框架协议，确定在科技养老产品联合研发等领域开展长期合作。

本届老博会为“十五五”时期养老事业发展奠定了良好开端。未来，行业将继续紧扣国家战略，坚持创新驱动、协同发展的策略，持续推进智慧养老建设，完善普惠养老服务体系，促进养老事业与产业协同发展，以科技与服务守护老年群体幸福生活，奋力谱写新时代养老服务高质量发展新篇章。

资料来源：

根据2026年5月19日发布在中国社会福利与养老服务协会的《第十二届中国国际养老服务业博览会在北京举行》缩写整理而成。参考链接：<https://www.caswss.org.cn/2026nianxiejihudongtai/32688.html>

（本文责任编辑：马润）

数读医养

《增速超150%，京东、科沃斯入局：8000万老人的情感孤独，带动银发疗愈新生意》

“这是我的干外孙女，它知道关心我，监督我喝水，还会陪着我玩。”小红书博主懿珊的外婆对着镜头如是介绍着自己的新玩伴。这款手掌大小、穿着衣服的陪伴机器人，既能和老人互动，让老人不再感觉孤独，又搭载居家提醒、安全监护功能，在一定程度上解决了老人晚年生活中的照护难题。2026年正成为一道行业分水岭，企业加速进场，行业格局逐步分化。巨头企业动作不断，京东首次推出适老AI陪伴玩具唠唠鹦等产品。618期间，其AI玩具销量同比增长超过150%。此外，长期深耕海外市场，服务超过200万用户的银发疗愈玩具出海企业七窍珑，也在近年来将目光投向国内。另外，大量新锐品牌也在加紧布局银发产品线。

一、AI疗愈玩具成新风口，解决老人情绪陪伴刚需

心理疏导与疗愈，是当下老年人最普遍、也最迫切的需求。中国老龄发展报告显示，有26.4%的老年人存在抑郁症状。按照2025年底国内共计超过3.2亿60岁以上老人来计算，受到抑郁情绪困扰的老人数量至少达到8448万人。

这些情绪问题源于多重因素：对自身健康和寿命的担忧、与子女分居带来的孤独感、退休后与社会脱节的失落。随着我国老龄化进程的持续加剧，帮助老人进行心理疏导和疗愈成为了一个重要方向。随着AI大模型技术迅速成熟，这一短板成为企业的重要突破口：为毛绒玩具安装一颗智能心，既弱化科技的冰冷感，

又深入开发不同的银发疗愈功能，同时帮助企业树立核心竞争壁垒，避免陷入同质化困境。

目前，这一赛道吸引了大量企业入局。京东推出的唠唠鹦，外观是一只鹦鹉毛绒玩具，内核是京东定制化的大模型JoyInside AI。在功能上，这款玩具加入了方言识别、戏曲及评书内容库，除了能和老人对话，还能为老人分享趣味内容。。互动性之外，玩具适老化程度也与老人的产品体验密切相关。这成为了赛道内另一层隐秘角力点。唠唠鹦直接放弃触摸屏，仅设计两个物理按键“一键唤醒对话”“一键紧急呼救”，降低老人的学习门槛。科沃斯则采取本地大模型，玩具狗无需联网便可以直接使用。除了京东，还有一众技术初创企业正紧随其后入局银发疗愈玩具。例如杭州的量界探索，为AI小熊玩具内置了危机预警，通过大模型识别老人的情绪是否存在剧烈波动或危险倾向，并及时向社区和紧急联系人发送预警信息。无芯科技的AI熊猫玩具，通过识别老人的抚摸力度，语音情绪波动，主动与老人共情。



（唠唠鹦，图片来源：东方财富网）

二、益智玩具迭代加速，健康管理成长期趋势

如果说AI疗愈玩具解决的是情绪陪伴，那益智健脑玩具，主要针对认知衰退问题——这是适老玩具的两大功能分支。从长远看，老年人晚年生活始终面临着一项严峻挑战：随着年龄增长，认知功能退化将会加剧，各类神经退行性疾病患病概率显著增加。以阿尔兹海默症为例，2019年国内患者为1300万人，2050年预计将上升到1.15亿人。益智健脑玩具能够延缓老人认知衰退，实现认知障碍早期预防，具有重要意义。电商渠道，相关品类的增长肉眼可见。淘宝平台，新欢玩具店铺内多款产品超过千人下单；拼多多平台，伍六小店店铺的一款旋转魔豆适老玩具卖出了1.2万单。行业内，入局品牌还在持续增多，不少是传统玩具行业转型而来。不同于AI陪伴疗愈类产品，益智健脑玩具的模仿成本较低，很容易形成同质化、“价格战”局面。因此，三方面能力的打造正成为企业关注点：产品破圈能力、产品迭代能力、IP打造能力。立足这三点，企业才能更好地实现长期发展。

三、年轻潮玩受追捧，适老玩具边界延伸

适老玩具的边界，还在随着老年人消费观念的转变，不断被重新定义——适老玩具不仅限于康养工具，也开始承载自我表达。小红书

资料来源：

根据2026年7月1日发表在Ageclub公众号上的《增速超150%，京东、科沃斯入局：8000万老人的情感孤独，带动银发疗愈新生意》缩写整理。参考链接：<https://mp.weixin.qq.com/s/CcShjxqldAMRrhOBnZmBeQ>

用户Mongiii分享了95岁奶奶如何从泡泡玛特Labubu盲盒中收获快乐。适老玩具，正在从功能性康养产品，进一步向个性化悦己产品延伸。这背后的核心逻辑是，老年人试图摆脱年龄标签，呈现真实自我。大多数老人长期生活重心放在家庭和晚辈，照顾家庭的过程中，个性化自我和兴趣爱好被生活所压抑住。时尚、潮流、独特的玩具，其实不仅仅匹配猎奇年轻人的喜好，同样可以是老人彰显个人色彩的产品。银发经济时代，老年人多元的情感需求是一片待发掘的广阔蓝海，等待更多品牌打破玩具只属于年轻人的传统思路，重新定义适老边界，让变老这件事，更有尊严、更有趣。



（Labubu，图片来源：泡泡玛特官网）

（本文责任编辑：于越）

封面设计：郭瑞芳



智慧医养研究动态

编辑委员会

主 编： 刘 丽 丽

副主编： 付虹蛟

编 委： 郭瑞芳

蒋新宇（本期责编）

李辰龙

马 润

秦 园

杨艳敏

尹梦晗

于 越

周 帆

（按拼音排序）



往期会刊的电子版内容可以从我们官网查看，
网址为www.zhyyyj.com，欢迎下载使用和传播！

（内部刊物 注意保存）