

关注空巢老人

# 天猫联合多方发起“黄扶手计划”

10月26日,天猫联合中国老年学和老年医学学会发起“黄扶手计划”,联动20个品牌方,共同向社会送出五万个适老扶手,用户登录淘宝搜“黄扶手计划”,就能领取并免费上门安装。



“希望通过今年天猫双11,和大家一起关注1亿空巢老人的居家适老化改造,多给老人一点支持,给爱一把黄扶手。”天猫家装家居行业总经理萧勇在发布会现场说道。

第七次全国人口普查数据显示,我国65岁及以上人口达1.9亿人。据第四次中国城乡老年人生活状况抽样调查显示,空巢老人人数已突破1亿,90%左右的老年人选择居家养老。

据中国疾病预防控制中心数据,跌倒是中国65岁以上老年人伤害死亡的首位原因,平均每10位65岁以上的老人中就有三至四人发生过跌倒,而一半以上跌倒都发生在家里,浴室、厕所、起身或者下蹲是最常见的场景。

比起事后帮助和照护,防患于未然更重要,居家环境的适老化改造很紧迫。

在天猫家装适老产业小二

刘潇的记忆里,奶奶从不坐沙发,只坐硬邦邦的藤椅,上面垫着一圈圈破衣服。后来他才发现,不是奶奶不喜欢,而是奶奶无法从深陷的沙发中起身。

需要扶手的不仅仅是刘潇的奶奶。今年天猫家装成立了适老产业部门,双11期间,天猫与中国老年学和老年医学学会联合发起“黄扶手计划”,联动20家品牌,向社会送出五万个适老扶手,免费上门安装,帮助老年人群更好地居家养老。据悉,五万个黄扶手将在双11期间分批上架,消费者在淘宝App搜索“黄扶手计划”即可领取。

天猫家装适老产业负责人吴梅玲告诉记者,“这次黄扶手活动是基于一个朴素的信念:人人家里都有老人,每个家庭都需要。”

“今天,在‘双11’这个颇受关注的时间节点,用一把‘黄扶手’让更多目光聚焦老年人群,关注适老化改造,是落实积极应对人口老龄化国家战略大背景下的一项特别有意义的活动。”中国老年学和老年医学学会副秘书长张劲松说。

“这是一件小事,却是一件重要的事。”萧勇说道,“双11不只是商业探索,也在关注更多重要的社会问题。”

据萧勇介绍,目前国内的适老产业处于相对初级阶段,供给

碎片化,消费者认知匮乏,缺乏产品与服务标准,老年用品品类不及中重度老龄化社会国家的十分之一。同时,许多家装家居用品不适合中老年人,产品质量不佳,售后也不够完善。基于以上考量,天猫家装家居今年创建了适老产业部门,在适老家具和适老卫浴两个核心类目,探索适合中国老人居住环境的改造新可能。

“希望黄扶手计划这一抹亮眼的黄色,可以成为全社会关注适老化的标识,成为大家认识到老龄社会难题的一个切入点。”萧勇说。

据介绍,目前阿里旗下十余款APP已经完成适老化改造,服务数以百万计的老年人融入数字生活。比如,高德上线助老打车功能,建设助老打车暖心车站、发放助老就医出行补贴,服务助老打车1100万次,服务里程累计7000万公里。与此同时,阿里达摩院开发出全国首个阿尔茨海默病AI筛查小程序,十分钟就可以完成免费测试。

老应有所扶,老要有所依。2022天猫双11发布会上,阿里巴巴国内数字商业板块总裁戴珊介绍说,今年天猫双11将多做一点,呈现更多的暖意、善意和绿意,而“黄扶手计划”正是天猫双11希望呈现的商业之上的善意。(皮磊)

## 四川升级“天府乡村”公益品牌 助力乡村振兴

为进一步巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接,四川省在强化消费帮扶上持续用力,坚持把用好“天府乡村”(原“四川扶贫”)公益品牌作为深化消费帮扶的重要载体,着力推动“四川扶贫”向“天府乡村”公益品牌提档升级,助力脱贫地区产品销售。

截至目前,全省申报使用公益品牌的市场主体3292家、产品7725个,产品类别涵盖农副及加工产品、中药材、手工艺品、果蔬饮料酒水等17大类,市场主体覆盖家庭农场、农业专业合作社、农业龙头企业,以及生产加工、商贸流通等多种类型。自2018年年底公益品牌创建以来,累计带动脱贫地区产品销售超650亿元,其中,今年已带动销售142.58亿元。

### 创新思路,升级公益品牌

四川省委、省政府精心谋划、高位推动,2018年创建“四川扶贫”公益品牌,相应集体商标图形获国家知识产权局注册保护,凡是来自四川省脱贫地区的产品均可免费申报使用,并创新扶贫产品销售体系,出台支持政策,探索出一条公益品牌带动产品销售、助力群众增收的新路径,2018年4月至2020年12月,公益品牌累计带动当地产品销售310余亿元。

为实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接,四川省委、省政府决定将“四川扶贫”更名为“天府乡村”公益品牌,继续实施消费帮扶,用好公

益品牌,推动线上线下市场主体与脱贫地区建立稳定产销关系。2022年5月,“天府乡村”公益品牌文字及图形商标在国家知识产权局注册成功,对于公益品牌如何提档升级、管好用好,省委农村工作领导小组进行了专题研究部署。

### 聚集合力,共建共推共管

“天府乡村”公益品牌实行各级乡村振兴、经济和信息化、财政、农业农村、商务、文化和旅游、卫生健康、市场监管、林草、供销等部门共同参与的管理机制,县级地方人民政府对“天府乡村”公益品牌的建设推广负有主体责任,并积极支持公益品牌的建设使用、运营维护、宣传推广、专题推介等。

“天府乡村”公益品牌标识的使用遵循免费使用原则,实行属地管理、网络申报、逐级审核、公示公开、备案授权的制度,强化公益品牌产品质量和联农带农益农成效,严格用标资格的审核,加强产品质量安全监管和定期抽检,建立奖惩退出机制,维护提升公益品牌声誉。

### 政策扶持,增强发展动力

四川相关部门出台“天府乡村”公益品牌相关接续支持政策,把做强“天府乡村”公益品牌作为消费帮扶重点工作任务,将“天府乡村”公益品牌建设推广工作纳入地方考核内容,优先推荐“天府乡村”公益品牌产品入驻“832”平台,支持“天府乡村”

公益品牌产品参加四川省“惠民购物全川行动”“川货全国行”“万企出国门”等系列活动,倡导各级机关、国有企事业单位采购“天府乡村”公益品牌产品,每年举办“天府乡村”公益品牌产品展销推介活动。

### 线上线下,拓宽销售渠道

引导各类销售网点和电子商务企业支持“天府乡村”公益品牌销售,在京东“政采云”等线上销售平台开设公益品牌专柜,搭建了“天府乡村公益品牌网”“四川消费帮扶网”两个省级消费帮扶线上服务平台,在广东建成四川综合馆、凉山馆、甘孜馆,长期展示展销“天府乡村”公益品牌产品,推动公益品牌产品进市场、商超、车站、高速公路服务区等,有效拓展产品销售渠道。

### 宣传推广,营造帮扶氛围

四川省各级各部门倡导引领,社会各界积极参与,坚持市场联动和省内外联动,积极营造消费帮扶氛围,持续宣传推广,提升公益品牌知晓度、认可度。举办“首届川渝乡村产品展示展销暨四川乡村产品公益品牌年货大集”“四川省知识产权助力乡村振兴培训”等活动,助力“天府乡村”公益品牌推广使用。深化东西部协作,浙川联合举办“四川农副优特产品进浙江机关”“‘青农羌市’公益助农”等消费帮扶活动,助力四川脱贫地区产品销售。

(据《人民日报》)

## 关注西南地区困境老人

美赞臣基金会联合四川省科技扶贫基金会开展捐赠

10月27日,广州市美赞臣公益基金会(以下简称“美赞臣基金会”)联合四川省科技扶贫基金会开展的“温暖山区·困境老人”营养品捐赠项目在四川康定市姑咱镇举行。美赞臣基金会向甘孜州、阿坝州等10余个地市州捐赠12210罐美赞臣致沛铂金版成人高钙奶粉,为西南地区困境老人提供营养支持和改善,助力健康中国建设。

关爱山区困境老人是巩固乡村振兴成果的重要一环,更是当前健康振兴工作的重点。据介绍,“温暖山区·困境老人”营养品捐赠项目旨在帮扶西南地区家庭收入微薄的困境老人,为他们补充营养,改善生活质量,缓解他们的生活压力。本次公益帮扶活动捐赠的美赞臣致沛铂金版成人高钙奶粉共计12210罐,预计能够为巴中市、德阳市、绵阳市等10余个地市州的4000余名老年人提供营养支持,积极推动改善老人营养计划。

美赞臣基金会荣誉理事长、美赞臣中国业务集团总裁

朱定平表示,美赞臣始终致力践行“给宝宝一生更好的开始”的企业使命。今年以来,美赞臣基金会已广东省蕉岭县、江西省兴国县等多个乡村振兴县市的困难家庭提供营养支持和改善。“期待此次‘温暖山区·困境老人’营养品捐赠项目能够帮助四川地区困境老人获得更充足的营养保证,提高老人生活品质。”

据悉,美赞臣基金会成立于2020年,以“守护新生,滋养健康,赋能未来”为愿景,支持开展帮扶母婴群体、儿童包括罕见代谢性疾病患儿和有特殊营养需求的儿童、妇女等群体的社会影响力项目。今年以来,美赞臣基金会已经启动“用爱传递·更好开始”关爱留守儿童公益项目、“守护花开”婴幼儿喂养及特殊营养管理项目、“罐盖新生”奶粉罐环保回收计划等多个公益项目。未来,美赞臣基金会将继续凝聚社会力量,助力健康中国2030,践行“给宝宝一生更好的开始”的企业使命。(徐辉)