

樂齡科技潛力大 兩地企業齊掘金

港產復康器械冀北上 內地養老平台謀出海

搶攻銀髮商機①

銀髮經濟風口正加速打開，去年10月發表的施政報告宣布成立「促進銀髮經濟工作組」，期望透過促進銀色消費、發展銀色產業、釋放銀髮族的生產力，為香港創造新的經濟增長點。

隨著戰略性新興產業的崛起，技術創新正滲透到銀髮經濟的各個環節。本地科技公司不斷攻克難設計產品，期望透過大灣區融合發展內地市場。內地公司亦看好香港市場，更將香港作為國際化戰略的窗口。



大公報記者 李樂兒 蔣夢宇

特區政府統計處的數據顯示，65歲或以上長者佔整體人口比例將由2021年的19.6%，逐步上升至2031年的28.2%，2046年更上升至33.5%。「年中中風病人眾多，他們未必可以每日到醫院做復健。」樂齡科技公司zunosaki創辦人何思傑指，香港從九十年代開始用科技做長者復康，但較少針對手指的復康產品，公司看準這個市場缺口，推出復康運動機械手，可用於協助因中風導致手部麻痺的病人復健。

何思傑透露，八至九成政府醫院的物理治療師採用公司的機械手，私營長者院舍的使用比率亦有六至七成。產品目前有醫用和家用兩個版本，他解釋指，有醫學研究發現，中風後的半年是治療黃金期，家用版可助患者在離開醫院後維持該有的復健時間。

開發內地市場 覓長期研發資金

「一般情況下，醫療器材都賣得很貴，因此只有醫院才有能力購入，購買量亦上不去，投資很難回本。」何思傑直言，雖然在研發上已拿到特區政府創科方面的基金，但研發是長期投資，資金投入也是不斷，因此擁有長期投資者十分重要，而進入內地市場是他們現時的目標。

不過，何思傑表示，公司對內地的准入標準不甚了解。首先，兩地在醫療產品方面的認證有所不同，補貼政策亦有差異。他希望，特區政府能充當「引路人」角色，為公司和對樂齡科技應用有興趣的投資者搭建橋樑，並為想進入大灣區內地市場的公司給予更多指引和渠道。

本地企業想走進內地市場，內地企業則想出海。當中，上海天與智慧養老服務有限公司（天與）聚焦於養老行業，依託自研數字化系統與松榉果智能硬件，打造了數字基建平台，且致力於聯通社會各行各業。「中國是有機會領跑全球養老行業的數位化與智能化。」公司董事長卜江勇指出，在樂齡科技方面，天與做了兩件事，一是行業的數位化改造，二是智能化解決方案的升級。他希望通過行業的數位化改造來打通整個產業鏈，促進各個行業養老賽道的融合，進而提高效率。

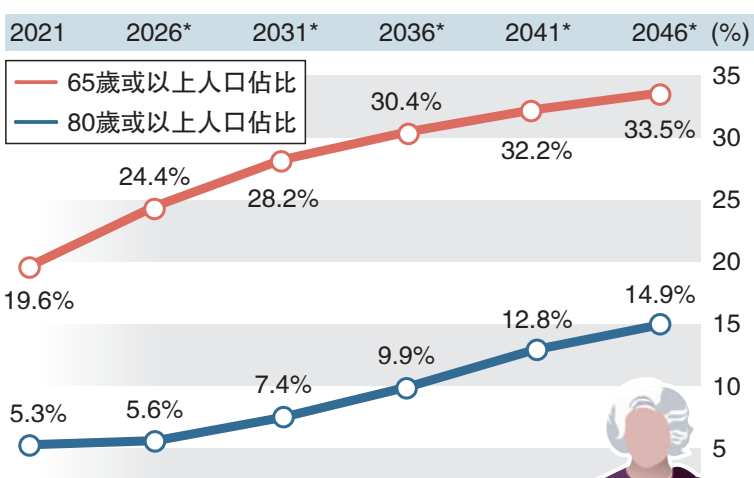
深化合作 天與擬在港設研發中心

天與將香港視為國際化戰略的窗口，計劃今年在港設立研發中心。卜江勇表示，一方面是天與在深圳的硬件研發中心一體化程度已經很高，可為在香港做研發給予支持；另一方面是可以幫助公司更好適應香港的政策、法規、習慣等，以便未來深化與香港運營商、保險公司，以及養老相關企業的合作，打造智慧養老機構。

「就養老行業來講，就該捲！」卜江勇指出，以前養老行業的水準參差不齊，但變老這件事又是每個人都無法迴避的問題。他續指，創立天與的初衷在於提升整個中國養老行業的水準，而科技與專業服務的結合，可提高養老服務行業的門檻和競爭力，同時亦帶來前所未有的發展機遇。

此外，卜江勇認為，無論內地還是香港，只有將行業的交付水準提高，產品市場化的付費能力增強，政府在養老方面托底的壓力才能有效減少。

香港老齡化趨勢



註：*為推算數字
數據來源：特區政府統計處《香港人口推算2022-2046》



◀何思傑希望，特區政府會為想進入大灣區內地市場的公司給予更多指引和渠道。
大公報記者攝

◀卜江勇稱，科技與專業服務結合，可帶來前所未有的發展機遇。
大公報記者攝



▲天與建立數字基建平台，希望能提升養老行業的效率。

樂齡及康復創科應用基金情況

成立時間：2018年12月

撥款金額：10億元

目標：改善服務使用者的生活質素，以及減輕護理人員及照顧者的負擔和壓力

內容：資助合資格的安老及康復服務單位購置、租用或試用科技產品

批出金額：約7.5億元

獲資助服務單位：超2000個

資助購置或租用的科技產品：超21000件

註：統計數據截至2024年11月
數據來源：樂齡及康復創科應用基金

◀zunosaki的復康運動機械手可協助因中風導致手部麻痺的病人復健。

與粵劇花旦「過招」 長者也逍遙

採訪手記

「我哋可以坐太空船呀！」甫踏入樂齡科技博覽現場，記者便被老人興奮的討論所吸引，還沒回神，在展位另一頭，銀髮族拿起紅纜槍，在虛擬舞台上與粵劇花旦展開一場「巔峰對決」，一招一式間氣勢如虹。

每年的樂齡科技博覽暨高峰會總是吸引眾多長者齊聚，當屬銀髮族的盛大嘉年華。記者去年底受邀參加，剛踏出灣仔港鐵站，便看見不少銀髮族攜手相伴，耳邊

還能聽到他們熱絡的交談：「要睇下今日有乜好野買！」會場上，熱鬧的氣氛便撲面而來，原動力科技所推出的Vircube沉浸式虛擬實境系統展位前，長者大排長龍，摩拳擦掌地等待體驗這最新潮的延展實境（XR）應用。

這一切，令人不禁反思，長者對科技產品的接受度是否早已超乎想像。他們不僅樂於學習，還將科技當作探索新世界的工具，繼續人生大冒險。有的長者透過虛擬實境，登上壯麗的珠穆朗瑪峰。也有人借助科技，重回童年時光，漫步舊日老街巷。

大公報記者 蔣夢宇



▲長者在虛擬舞台上，與粵劇花旦展開一場「巔峰對決」。
大公報記者攝

議員倡推長者科技券 加速樂齡科技入屋

加強推廣

為推廣應用樂齡科技，特區政府於2018年撥款10億元設立創科應用基金，截至2024年8月批出合共7.5億元，並再額外注資10億元。然而，立法會議員葛珮帆直言，「樂齡科技入屋難」，一方面，主要受環境限制，如面積較小、建築較舊、網絡連接不穩定等因素；另一方面，樂齡科技在宣傳、推廣上仍與部分長者脫節。

「試過先知好唔好！」葛珮帆指出，可在各個社區開展長者樂齡科技推廣日、利用空置的屋邨單位長期展示樂齡科技產品，以及增加宣傳推廣教育渠道，並讓長者有機會試用。此外，她亦建議，特區政府推出長者科技券，讓他們直接購買適合的產品。

現時，不少非政府機構都會提供相關的租借服務，例如由香港社會服務聯會主辦、賽馬會慈善信託基金捐助的賽馬會「a家」，正擔當企業供應端與長者需求端間的橋樑，透過教育服務、租賃服務、清潔及保養服務，以及長者交流活動，加強消費者對樂齡科技的認識，協助企業優化市場策略，從而推動「高齡友善經濟」的發展。

社會服務聯會業務總監陳文宜表示，樂齡科技產品必須本地化，才能真正服務

於香港市場。據她分享，一些企業曾表示困惑，為何國外暢銷的產品在香港「唔用得」。她直言，本地市場有其獨特性，產品設計需要考慮長者的生活習慣。為此，賽馬會「a家」透過社區分享及樂齡博覽會等形式，為長者提供意見反饋及「痛點」分享的平台。她指出，企業若「閉門造車」，忽視用戶需求，就會多走「冤枉路」；反之，系統性的反饋不僅能幫助企業縮短研發週期，更可避免浪費投資。

鼓勵分享 紓解長者抗拒情緒

長者一般較抗拒接受新科技。陳文宜以幽默口吻指出，好多老人家會話「唔使啦」、「撞鬼咩」，擔心電費或者覺得「我唔係咁嘅」。她認為，應該通過醫療知識普及活動，讓長者理解產品的價值，並強調使用科技產品是正常而普遍的現象。此外，分享亦是消費者教育中的重要一環，當長者知道其他人能透過產品改善生活，他們會更願意嘗試。

陳文宜還呼籲，應建立統一的樂齡科技產品標準，例如產品高度、速度、隱私保護等，以保障長者權益。她強調，企業和機構需協力推動標準普及，為市場發展創造更高透明度，讓更多高質量產品得以進入市場。



▲葛珮帆認為，樂齡科技難入屋，原因之一是受環境限制。
大公報記者攝



▲陳文宜表示，企業和機構需協力推動標準普及，讓更多高質量產品進入市場。
大公報記者攝

產品結合東西文化 提升差異化競爭力

突圍而出

香港人口日漸老齡化，不少企業因此投入發展樂齡科技產品和服務。中小型企業總會會長暨銀髮經濟顧問小組成員黎卓斌提醒指，相關企業應深刻理解本地及國際市場的需求，強化品牌及服務優勢，並加大研發投入，以應對市場競爭及需求轉變。

在樂齡科技應用方面，黎卓斌表示，為居家養老服務的產品逐漸多樣化，如助聽器、老齡化家居改裝等。據他了解，生產此類產品的企業正積極開拓海外市場，尤其是歐盟等人口老齡化較為嚴重的地區。至於本地市場，他亦相信，人口結構的變化是一種市場機遇。同時，隨著身邊人的影響和技術的普及，銀髮族對新科技的接受程度已逐漸提升。

了解自身經驗與市場需求

然而，香港企業正面臨來自內地及日本等市場的競爭壓力。黎卓斌指出，過去香港企業憑藉設計、

研發及市場推廣能力，與內地形成了「前店後廠」的分工模式。但隨着內地人才不斷湧現，香港企業需打造差異化的競爭力。他建議，港企應善用自身經驗，深入分析本地及國際市場的需求，並結合對東西方文化的理解，塑造獨特特色的品牌和服務優勢。

對於特區政府增發10億元支持創科應用基金的措施，黎卓斌表示，香港從製造業、地產業再轉向金融業主導的發展，均是順應全球趨勢而變。現時注資創科領域，亦是順應科技驅動發展的全球趨勢。



▲黎卓斌指，隨着身邊人影響和技術普及，銀髮族對新科技的接受度已逐漸提升。
受訪者供圖