

# 老年助听器 花钱买气受?

“买到合适的助听器太难了。”浙江的张小芳感慨道。她从事个人护理品类采购业务,却在给父亲配备助听器时遭遇了许多波折。

数据显示,截至2023年底,全国老年听损人群达1.33亿。听损老人是助听器最主要的使用群体,但国内助听器渗透率不足10%。记者调查发现,助听器市场呈现两极化现象:一面是低至百元的网售低价助听器,无须专业验配,质量参差不齐;另一面是线下门店动辄上万、提供专业验配的高价助听器,老人舍不得买。

## 1 混淆概念,旧款新卖

近几年,国家三级验配师袁晓在助听器售卖门店内常遇到这样的场景:老人从口袋里掏出来网购的助听器,少则一两个,多则七八个,然后抱怨助听器都是骗人的。据了解,网购助听器的价格通常在几百元到几千元之间,无须专业验配即可使用,但往往无法发挥助听器应有的作用,最终不得不被闲置。

记者浏览了多个主流电商平台上热销助听器的评论区,发现其中不少差评。有消费者反映,一款售价为2499元的助听器多次调试后仍时常发出“啸叫”,老人戴了“头昏脑涨”。

袁晓指出,一些价格低廉的产品可能只是模拟机。她解释道,传统助听器分为模拟机和数字机,所谓模拟机,简单来说就是一个扩音器,技术含量较低,放大声音的同时也放大了噪声,长期佩戴还可能对听力造成损伤。数字机包含芯片,能够实现降噪并降低失真度,是如今市面上的主流产品。部分逐利的商家用模拟机冒充数字机,由于其外观基本一致,消费者通常难以辨别。

全国政协委员、原中国残疾人康复协会听力语言康复专业委员会主任委员龙墨告诉记者,过去,国产模拟机能够满足经济条件较为落后、偏远地区的听损老人的需求,甚至凭借价格优势远销东南亚市场。随着电子技术的发展,模拟机如今已显得低端、过时。

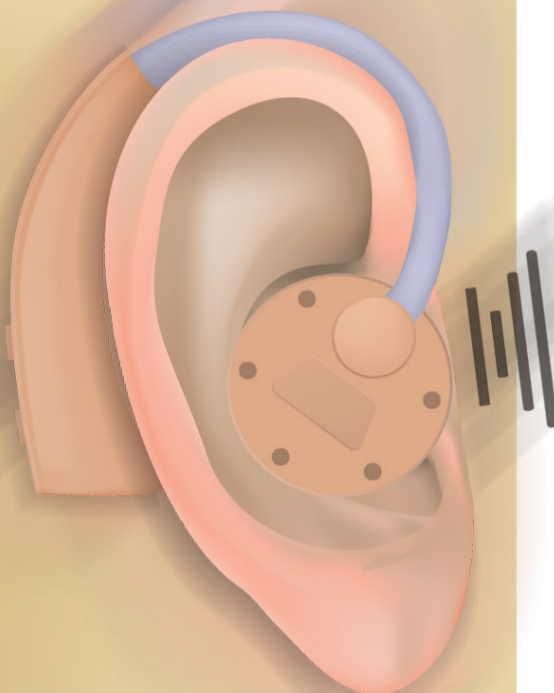
苏州某听力配套产品企业创始人、董事长徐炜称,当前最便宜的国产基础款助听器数字芯片成本不足十元,通常一款数字机的售价在千元至万元不等,最便宜的数字机只需一两百元。

记者发现,一些线上店铺打着老人“耳聋耳背专用助听器”“三甲医院推荐”的幌子宣传,实际售卖的是不具备医疗器械注册证的辅听耳机。助听器属于国家二类医疗器械产品,具有中度风险,需要严格控制管理,以保证其安全、有效。普通的辅听耳机虽然在放大声音的同时可能也具备降噪功能,但没有取得医疗器械注册资质,属于电子消费品,不能称为助听器。

徐炜称,近年来,由于普通耳机行业趋于饱和,许多原本生产耳机的企业跨界入局,希望在潜力更大、客单价更高的助听器市场“分一杯羹”。

线下市场也并非风平浪静。一位业内人士透露,一些进口助听器的生产商与经销商达成协议,故意给型号较旧的产品换一个名称及包装,然后重新注册,以更低价卖给经销商。经销商有较大自主定价权,通常有两种操作:一种是直接打着“新款产品”的旗号,将其按高价卖出;另一种是定高价后以超低折扣出售。某听力连锁品牌创始人艾双利分析称:“由于经销商和代理商达成一致,相关部门很难对此有效监管。”

徐炜补充道,为争夺有限的市场份额,一些助听器门店间展开了无序的价格竞争,而低价通常是以牺牲门店持续提升专业服务能力为前提。“事实上,市场是有能力给用户做好产品、好服务的,但目前行业门槛太低了。”艾双利说。



工作人员帮助一名参观者佩戴助听器产品 新华社发



志愿者为老人佩戴免费的助听器

骨传导助听器

## 充电式且力听器

充电/分钟, 续航/小时

商品/5 搭配

距结束 2天 05:06:15

大促价 ¥50.6 新人价 ¥48.6

店铺新人减2元 消费券·满300减40

充电款老人耳声音放大扩音辅听器续航强耳背式听老人专用机

在一些电商平台上,有部分产品冒充助听器,并以形近字“且力听器”进行宣传。图源:网络截图

## 2 老人为何不愿佩戴?

龙墨介绍,目前老年人听力干预的主流方案包括药物、助听器、人工耳蜗等。对于占大多数的轻度至中重度听力损失的老人而言,助听器是较为安全的首选项。

“尽早配备助听器有利于延缓听觉功能退化的速度,一定程度上有助于降低老人罹患各种心理疾病和认知障碍疾病的风险。”北京市耳鼻咽喉科研究所研究员王硕指出。已有研究认为,干预(如验配恰当的助听器)及听力康复,可能会预防或延缓痴呆症的发病和进展。

然而,据媒体报道,今年5月,北京听力协会提供的一份数据显示,人们从发现听力下降到使用助听器,平均要花费6~7年。

听损老人为何不愿佩戴助听器?国家耳鼻咽喉疾病临床医学研究中心研究员郝昕指出,当前国内对保护老年听力健康的重视程度不足,许多人没有把听力损失当作一种疾病。

“理论上,国内有上亿听损人群,对助听器的需求量是很大的,但受限于人们对于追求听力健康的意识不足,这并没有转化成现实需求。”徐炜说。这片被视为“蓝海”的市场迟迟没有迎来期待中的繁荣。

高价仍是阻碍消费者选配助听器的重要因素。在线下门店,经专业验配的助听器价格从两三千元至数万元不等,进口新款助听器上至八九万元仍未封顶。徐炜称,通常,价格数千元、行业头部的几家企业生产的助听器质量相对有保障。

龙墨曾参与国家听障人士助听器产品招标工作。她谈道,助听器的硬件成本价并不高,动辄数万元的助听器价格还是有一定“虚高”成分。不过,艾双利认为,消费者应更全面理解助听器的价格,其中不仅包含产品本身,还包含数年的验配服务。“一些产品标价低,可能是因为价格内不包含验配服务。”她说。

海外巨头垄断是造成高价的重要原因。智研咨询去年发布的数据显示,当前瑞士索诺瓦、丹麦戴蒙特、美国斯达克等进口品牌占据了我国助听器市场90%以上份额,主打医院及线下专业验配销售模式,以高端数字机和定制机型为主,产品价格较高。相比之下,国产品牌占比不足10%,主打中低端市场,与进口品牌在核心技术上仍存在较大差距。

郝昕分析称,经过长时间的发展,这些外国品牌形成了独特的成本结构和定价体系,又因起步早、技术成熟,很难轻易动摇。差距尤其体现在芯片上。

徐炜称,如今,包括喇叭和麦克风在内的许多助听器零件已基本实现自主生产。从市场表现看,近年来国产助听器的售价有所提升,正逐渐迈入中高端市场。

## 3 “提供一份解决方案”

“比起产品本身,老年人真正需要的是一份听力解决方案。现在助听器行业内很多企业都把方向搞错了。”艾双利说,“需要明确的是,在助听器领域,不是产品解决问题,而是专业验配后的产品解决问题。”

艾双利介绍称,按照门店标准验配流程,验配师需先对用户进行听力评估和检查,如耳镜检查、言语测试等,再依据听力损失情况和用户需求,推荐适合的助听器型号,结合用户试戴情况进行多次精细化调试。

王硕指出,相较于医院,一些

线下门店在检查环节上可能存在缺失。她建议,老年人配备助听器前,先到就近的医院进行全面检查。“助听器并不是越贵越好,关键在于合适、舒适。”她说,具体选择何种助听器,需要综合考虑老年病患的听觉功能特征、使用需求、经济状况以及操作能力。

由于听力状态是变化的,验配师还需要定期给用户重新安排听力测试并进行设备调试。艾双利指出,整套服务通常会持续五六年。郝昕说,助听器使用效果如何,本身带有较强主观性,需要验配师与听损患者进行及时、有效、动态的沟通。

郝昕介绍,在发达国家,助听器大多属于处方类医疗器械,由医生开具证明,再由拥有丰富听力知识储备及实战经验的听力师提供后续服务。但国内助听器领域内能够称得上是“听力师”的并不多,更多只是负责提供验配服务的验配师,整个验配服务体系专业度亟须提高。一方面,国内尚未建立起完善的听力学人才培养体系,听力健康从业人员整体数量缺口较大;另一方面,国内并未对助听器门店内提供验配服务的人员设立强制性的准入门槛,从业人员素质参差不齐。

“老人使用助听器,还需要家人共同协助。”张小芳说。她举例称,助听器电池很小,容易丢失,需要定期更换,很多老人嫌麻烦,干脆就不用了。郝昕提醒称,助听器作为一种精细的仪器,其日常维护须注意防水、防潮、防暴晒、防出声孔堵塞,养成及时收纳、定点保存、定期检修的习惯。

## 4 OTC助听器靠谱吗?

产品价格高、验配服务体系建设不足的现实下,非处方(OTC)助听器正成为提升渗透率的突破口之一。相较于传统助听器,OTC助听器的上市门槛、成本以及售价都要低一些。

在美国,OTC助听器仍属于医疗器械范畴,且受到较为严格的监管,如最大声输出必须限制在特定分贝内,包装上必须清晰地标识“OTC助听器”字样,提示消费存在风险,且生产企业必须提供线上远程服务等。

“但在中国,助听器销售本身无须医生处方。对于OTC助听器这一概念,国内市场目前的认知也很模糊。”艾双利说。有的认为线上买的就是OTC,有的认为不需要经过专业验配的才是OTC。“OTC助听器概念泛滥化,会让不明内情的消费者产生错觉,以为听力受损是随便一款产品都可以解决的,实际上它可能需要的是更专业的验配服务。”

龙墨认为,线上销售必然是未来发展的趋势,但按照目前的社会认知和市场发展状况,OTC助听器不宜推广太快。徐炜提到,即使是头部的大品牌,线上助听器销售退货率也是极高的。郝昕说:“一些企业只顾逐利,不重视产品安全性以及验配服务能力的建设,反而会拉低整个行业的口碑。”

老年听力健康正愈发受到重视。目前,北京、浙江、上海等多地已推出政策,将包括助听器在内的康复辅具纳入适老化补贴范围。符合条件的老人购买助听器后可按比例或额度享受补贴。

郝昕呼吁,为使老年人配备到合适的助听器,需明确三个“局”:不能让低端品牌随意前来“搅局”;相关企业应明确助听器的医疗产品属性,确保服务质量的前提下谨慎“入局”;真正有实力的品牌要来“破局”。

据中国新闻周刊、中国网