



国家卫健委发布《中国健康老年人标准》 健康老年人应满足9大标准

国家卫生健康委日前发布《中国健康老年人标准》，该标准规定了60周岁及以上中国健康老年人标准、评估实施和评估标准，中国健康老年人应满足生活自理或基本自理、乐观积极和自我满意等9大标准。

《标准》适用于医疗卫生机构、养老服务机构人员对60周岁及以上中国老年人健康状态的评估。中国健康老年人应满足的9大标准具体包括：生活自理或基本自理；重要脏器的增龄性改变未导致明显的功能异常；影响健康的危险因素控制在与其年龄相适应的范围内；营养状况良好；认知功能基本正常；乐观积极，自我满意；具有一定的健康素养，保持良好生活方式；积极参与家庭和社会活动；社会适应能力良好。

评估实施具体过程为医疗卫生机构和养老服务机构内，接受过中国健康老年人标准、评估实施和评估标准培训的医疗卫生、护理、养老等专业人员，对居住地或所在养老服务机构、医疗机构的老年人进行健康评估。评估内容主要包括健康3个维度(总和满分为100分)，即：躯体健康(0至50分)、心理健康(0至30分)、社会健康(0至20分)3项一级指标，各一级指标下细分二级、三级指标，每项三级指标对应不同分值。如躯体健康的二级指标“一般状况”下的三级指标“睡眠状

况”中，老年人睡眠状况良好、一般或差分别可得4分、2分或0分。

此外，国家卫健委为评估人员印发《中国健康老年人评估表》《中国老年人健康各维度状态评估标准表》《中国老年人健康状态评估标准表》《中国健康老年人相关指标评估量表》等表单，规范评估标准。评估人员通过询问评估对象或其照顾者，填写《中国健康老年人评估表》中的内容，按照该表中“评估项目”进行逐项评估，填写每个三级指

标评分，并计算躯体健康、心理健康、社会健康每个维度的分值，再参考《中国老年人健康各维度状态评估标准表》为3个维度进行健康状态评估。最终，中国老年人健康状态评估总分为躯体健康、心理健康、社会健康3个维度的评分之和，80至100分且健康评估3个维度均为“健康”的老年人，可评估为健康老年人；不满足“健康”和“不健康”评估标准的老年人评估为基本健康；59分及以下，或躯体健康维度为不健康，或心理健康维度为

不健康，或社会健康维度总分为零的老年人为不健康状态。

《标准》由国家卫生健康标准委员会老年健康标准专业委员会负责技术审查和技术咨询，国家卫健委医疗管理服务指导中心负责协调性和格式审查，国家卫健委老龄健康司负责业务管理、法规司负责统筹管理，起草单位共包括北京医院(国家老年医学中心)等十余家单位及学会。《标准》将于2023年3月1日起正式施行。

据《北京日报》

从进博会看未来生活新图景

虚实结合“元”气十足

从“手术机器人总动员”到个性定制香水，从工业元宇宙场景到节能大师智慧分析诊断系统……在前四届进博会发布超1500项新产品、新技术、新服务的基础上，今年的进博会又迎来数百项首发首展新品，各类好物集中亮相。

进博会像“广角镜”，纳入世界各地的精品好物、高新技术，满足人们日趋个性化、多样化、便利化的需求；也如“望远镜”，让人们得以透视美好生活的未来样貌，实现生活品质的不断提升。



11月7日，在第五届进博会技术装备展区的人工智能专区，体验者借助VR头戴设备感受在虚拟工作空间“隔空击掌”。 新华社照片

尖端技术守护健康

医疗器械及医药保健关乎百姓健康，也是进博会首发首展新品最集中的区域之一。进博会上涌现的诸多医药尖端技术，瞄准百姓不断提升的健康需求。

“普通医生的操作精度一般约1毫米，机器人能达到0.1毫米。做一台传统癫痫手术需3名医生操作10个小时，而在机械臂辅助下，手术精确性可提升40%、时间缩短50%……”在美敦力展台，三大手术辅助机器人解决方案集体亮相，美敦力全球高级副总裁及大中华区总裁顾宇韶表示，手术机器人正进入加速普及应用的快车道，为国内患

者带来创新的医疗解决方案。

在进博会上，复星凯特展示了在中国获批上市的CAR-T细胞治疗产品奕凯达。国家药品监督管理局药品审评中心网站近日公示，奕凯达的新适应症上市注册申请已获正式受理。“这意味着这款抗癌新药将给患者带来新的治疗选择，未来我们力争实现每年至少一个新产品或新适应症上市。”复星凯特CEO黄海说。

罗氏带来近10款全球创新产品，覆盖血液肿瘤、乳腺癌等重大疾病领域。赛诺菲带来2款针对罕见病的创新药物……“罕

见病领域有巨大的未满足需求，进博会搭建了很好的平台，推动这些创新药品加速落地、惠及患者。”赛诺菲特药全球事业部中国区相关负责人俞蕾说。

进博会的“溢出效应”也在不断扩散至一线基层地区。

第四届进博会首展后，GE医疗的“5G磁共振管家”将基层医生与省级专家“连接”了起来。“过去县里虽有磁共振设备，但碰到病情复杂的病人，还是会转到省里检查。”浙江省天台县人民医院放射科张治邦主任介绍，现在，这一实时“连接”能帮助县里提升影像诊断和医疗服务水平。

个性化定制“脑洞”大开

“个性化”“定制化”是近年来消费领域的高频词。今年进博会的参展商在个性化定制方面不遗余力，有的甚至“脑洞”大开。

让自己的爱车在颜色、外观上与众不同，正成为很多消费者的选择。“玄黑”“月白”“霁青”等一系列极具古典韵味的车漆颜色，出现在奔驰展示的“匠心高定”服务中。

结合个性化定制与“汽车轻改装”需求，日本企业爱普生推

出“微喷车艺”。在展台上，由新工艺打印出的彩色车衣粘贴在一辆新能源汽车表面，由工人演示粘贴、撕除等操作。定制汽车外观，正变得日益方便。

你更喜欢花果香调、木质香调还是皮革香调？在欧莱雅展台，“电波穿香室”前排着长队，填写完问卷，在头上戴上装置，传感器就可记录在不同香味刺激下的脑电波，进行个性化香水推荐。“我们希望不断延伸‘消费

个性化’这一概念的边界。”欧莱雅工作人员说。

“中国拥有非常考究的消费者群体。我们将不断带来新品牌，下沉到更多城市，划分更多精品品类。”欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞说。

从引领消费者的需求，到被中国消费者的需求引领，越来越多企业已觉察并适应这一变化，将中国视为“提升服务、加速转型的试验场”。

绿色低碳新风扑面

适应中国的“双碳”目标，绿色低碳成为越来越多参展商主推的卖点。

在优衣库展台，红、蓝、绿、黄……色彩明艳的摇粒绒服装格外惹眼。有趣的是，这种触感柔软、被时下年轻人称为“过冬神器”的面料来自再生材料。

展台上还原出的“生产线”，展示了回收塑料瓶经过分拣、破碎、融化、纤维再造、面料生成直至制成成衣的全过程。“这个面料的衣服近几年特别流行，今天才知道塑料瓶也能变成新衣，很神奇也很环保，感觉个人的消费选择也能给绿色

发展做贡献。”观展者黄昊说。“你要哪种类型的洗发水？”在韩亚化妆品企业爱茉莉太平洋的展台，操作台边的工作人员左手拿着空瓶，右手扳动把手，洗发水缓缓流入瓶内。

这是爱茉莉太平洋在中国首秀的新概念卖场——“续装站”。类似于买咖啡自带空杯，消费者可反复使用分装瓶到店

“续装”产品，而不用每次都为新包装付费。“我们看到，越来越多人开始重视包装浪费问题。”爱茉莉太平洋中国总裁黄永懿说，“希望携手中国消费者，一起践行可持续发展的新理念。”

从塑料瓶智能回收机到含有生物质原料的低碳概念跑鞋，从各类电动汽车到一个充电宝就可带动的打印机……透过进博会场馆可以看到，绿色低碳正变为越来越多人的自觉行动和生活方式。

“中国市场对绿色低碳的重视程度已经超过国外。”3M公司全球资深副总裁兼中国总裁丁泓禹说，中国先进企业格外注重捕捉应用世界一流的绿色材料与技术，同时，中国消费者也是推动低碳产品应用普及的重要力量。“中国企业与市场对新技术、新产品的接受程度远高于我们的预期，这给了我们很大信心。”

新华社上海11月8日电