

上海市民政局

上海市商务委员会

上海市老龄工作委员会办公室

沪民老龄发〔2025〕8号

关于印发《银发友好型商场建设指引（试行）》 《银发特色商店建设指引（试行）》的通知

各区民政局、商务委、老龄办：

为发展银发经济，增进老年人福祉，根据《国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》（国办发〔2024〕1号）、民政部等24部门《关于进一步促进养老服务消费提升老年人生活品质的若干措施》（民发〔2024〕52号）、《上海市推动银发经济高质量发展若干措施》（沪府办发〔2024〕23号）等文件精神，在本市范围内开展银发友好型商场、银发特色商店建设工作，现将《银

发友好型商场建设指引（试行）》《银发特色商店建设指引（试行）》
印发给你们，请参照指引开展建设工作。

上海市民政局

上海市商务委员会

上海市老龄工作委员会办公室

2025年10月29日

（此件主动公开）

银发友好型商场建设指引（试行）

一、适用范围

本指引适用于商场运营主体开展银发友好型商场建设，本市相关部门、行业协会、第三方机构可根据本文件开展银发友好型商场培育和评价认定工作。

本指引所称的银发友好型商场是指充分考虑老年人生理和心理需求，能为老年人提供以安全、舒适、便捷为基础，以情感连接、尊重包容、价值实现为精神追求的消费环境与服务，并能引导孝心消费的综合性商场（购物中心）。

二、基本要求

商场建筑面积一般应大于1万m²以上，且经营范围内包含老年人适用商品和服务。商场近3年无严重不良信用记录、无针对老年人的虚假宣传、消费欺诈等负面舆情，无因商场服务、商品质量等原因发生重大安全事故。

三、建设和评价内容

（一）环境设施设备

1. 无障碍通行。商场出入口、台阶、平台与电梯落差处应配备坡道、踏板、升降平台等无障碍设施。坡道设置扶手，宽度应符合老年人通行需求。主通道、转弯处、电梯门宽度应≥90cm，满足轮椅通行。商场内宜设置轮椅通道标识，引导老年人快速识别。

2. 安全设施。商场主要通行区域地面应采用防滑材料。宜配备心脏除颤器（AED）、应急呼叫系统、自动扶梯调速等应急装置，应配备医护人员或建立应急联络机制。应根据 GB 17945 和 GB 15630 设置紧急疏散指示标识。应根据 GB 50116 设置烟雾探测器。应根据 GB 50140 配置灭火器材。

3. 休息卫生设施。应在靠近卫生间、紧急出口等位置布设合理数量的休息区。应设置老年专用休息区，休息椅需带扶手和背靠，数量满足高峰时段老年人休息需求。卫生间数量、位置设置合理，配备老人坐厕位。应提供无障碍卫生间，配备低位挂衣钩、紧急呼叫按钮等适合老年人使用的设施。商场出入口、室外休息区宜设置遮阳避雨设施。

4. 导向标识系统。导向标识系统应清晰标注商店分布、卫生间、电梯、出口、休息区位置，字体大小、颜色对比度适宜老年人阅读。安全提示、设施使用、服务信息等提示标识明确，提供大字版商场地图或语音导览服务。

5. 空间、照明与空气质量。经营布局合理，主要区域步行距离适中。自然照明充足，人工照明柔和均匀无眩光，紧急情况下应急照明正常启用。新风系统正常运行，空气质量良好，空调温度控制在 22—26℃，符合老年人身体适应需求。

（二）商品与服务

1. 品种适配。应提供种类丰富的老年适配商品和服务。宜设立长者商品专区或体验中心。商品和服务应适配老年人使用习惯，如

软质易消化食品，防滑鞋、宽松衣物等服装鞋帽，大按键电器等日用品，健康保健商品，医疗器械，智慧养老产品，银发文娱服务，美容美发，餐饮等。

2. 品质与便利。商品质量符合国家标准规定，标签标识清晰，餐饮区干净卫生。商品摆放合理，方便老年人拿取查看。

3. 价格友好。应明码标价，价格标签统一、准确，无模糊标价或设置隐性消费。应为老年人提供专属优惠，并公示优惠信息。

（三）服务体系

1. 人员配备。服务台、各楼层区域工作人员数量配备合理，能够满足老年人服务需求。工作人员应接受适老化服务培训，主动、热情、耐心为老年人提供引导购物、协助操作自助设备等服务。

2. 服务专业。宜设立“长者服务中心”，提供免费饮水、轮椅出借、助行器、老花镜、放大镜、血压测试、长者导购等服务，及时响应老年人的特殊合理需求。应制定体现尊重关怀的长者服务标准化用语，避免负面情绪词汇。应建立和实施老人晕倒、走失等应急服务机制。

3. 服务效率。收银应支持现金、刷卡、移动支付等多种支付方式，收银等候时间合理。宜为老年人提供购物篮、推车等物品。应设立老年人退换货、咨询等服务窗口，退换货政策便于老年人适用。应提供失物招领服务。

（四）运营管理

1. 管理制度。应建立银发友好经营文化，将关怀老年人、保障

老年人消费权益、维护老年人尊严纳入经营理念。应制定银发友好战略，指定高层管理人员负责相关工作。应制定银发友好执行标准，包括但不限于服务流程规范、设施维护规范、人员激励规范。

2. 资源投入。应设立年度专项预算，用途包括但不限于适老化改造、设施维护、活动组织、人员培训、宣传推广。

3. 持续改进。应定期通过问卷、访谈等方式收集老年顾客反馈意见，针对问题制定改进方案并公示改进结果。每年至少引进或优化 1 项适合老年人的新服务项目（如老年智能设备使用培训、健康监测服务）。

4. 投诉处理。应建立老年人投诉快速响应机制，接到投诉后 24 小时内联系老人核实情况，72 小时内给出处理结果。

（五）活动和宣传

1. 活动举办。应举办针对老年人的活动，类型涵盖健康、文化、娱乐、教育、社交等。宜在重阳、春节等节庆期间开展老年专属营销活动，包括但不限于折扣优惠、送礼品、新品体验。宜与周边社区、企业、机构等合作开展老年用品进社区、公益讲座等活动，活动场地安全舒适，配备投影仪、音响等设备，设置医疗应急点。应提前通过公告栏、广播、社区微信群等渠道发布活动信息，活动后收集老年人满意度反馈。

2. 宣传推广。宜采用社区公告、社区微信群、老年大学合作、发放宣传册页等老年人易接触的宣传渠道。宣传内容清晰易懂，包含服务介绍、活动预告、优惠信息、设施使用指南、防诈骗和健康

安全警示等内容。线上平台应界面简洁，支持大号字体显示，操作步骤便捷，无导流推送，方便老年人使用。

（六）银发友好绩效

1. 顾客满意度。应通过问卷调研，老年顾客对商场环境、商品、服务、营运管理、活动宣传的综合满意度大于等于 80%，投诉处理满意度大于等于 80%。

2. 美誉度。应积极争取获得各级政府部门和权威行业组织关于银发友好服务的荣誉、奖项或认可，或得到主流媒体正面报道。

（七）上海特色体现

1. 沪语特色服务。宜有一定数量的服务人员掌握沪语服务能力。服务台、长者服务中心等服务范围宜能够提供沪语服务。

2. 老字号商品经营。老年适配商品和服务宜能够传承上海本地商业文化，如包含一定数量的上海老字号、中华老字号品牌数量等传统品牌。

银发特色商店建设指引（试行）

一、适用范围

本指引适用于经营主体开展银发特色商店和专柜建设，本市相关部门、行业协会、第三方机构可根据本指引开展银发特色商店和专柜的培育和评价认定工作。

本指引所称的银发特色商店（专柜）是指以老年顾客为主要服务对象，聚焦老年人消费需求，主营适老化商品和服务，为老年人提供便捷、温馨消费体验的商店或商场内专柜。

二、基本要求

经营主体应依法注册，持有《营业执照》及相关经营许可，合法合规开展经营活动。近3年无不良信用记录，无针对老年人的虚假宣传、消费欺诈等负面舆情，未发生因商品质量、服务问题引发的重大不良事件。

三、建设和评价内容

（一）营业条件

1. 经营面积与展示。经营面积应满足商品（服务）正常展示与老年顾客通行需求，方便经营和服务，商品陈列清晰有序，方便老年人查看、挑选。

2. 经营时间。应持续经营1年以上，每周营业时间 ≥ 40 小时。可根据老年人作息特点合理调整营业时间。

3. 经营定位。经营策略、商品选择、服务设计应符合老年人需求，以老年顾客为主要服务对象。宜设置老年人专属休息区，提供耐心导购服务，具有特色、温馨、便捷的经营方式。

（二）商品与服务

1. 银发特色。应主营适老化商品和服务，能针对老年人需求提供精准商品和服务，类别包括但不限于软质易消化食品；防滑鞋、宽松衣物等服装鞋帽；大按键电器等日用品；健康保健商品；医疗器械；智慧养老产品；银发文娱服务；美容美发；餐饮。

2. 银发主导。老年适配商品（服务）类别占总经营类别 50%以上。上年度老年适配商品（服务）营收占总营收 50%以上。

3. 价格。应明码标价，价格标签统一、准确，无模糊标价或设置隐性消费。价格设置合理，性价比符合老年人消费习惯和预期。

（三）服务体系

1. 专业性服务。工作人员应接受适老化服务培训，掌握老年人生理特点、商品专业知识，能为老年人提供精准的咨询等服务。应开通咨询电话，电话接通及时，工作人员能耐心解答老年人关于商品、活动的疑问。

2. 个性化服务。宜根据老年人特殊需求提供满足老年人个性化消费需求的定制商品或服务，包括但不限于：为特殊需求老年人定制服装尺寸；为慢性病老人推荐适配的保健商品；为行动不便的老年人提供上门送货服务、代购代送等服务；免费茶水供应；现场配备老花镜方便老年人查看商品信息。

3. 应急服务。宜配备 AED（心脏除颤器）、防暑等紧急救援设备药品，工作人员应掌握基本使用方法。应建立应急联络机制，当老年顾客突发身体不适时，能快速启动应急处置流程。

4. 退换货服务。应在店内醒目位置公示退换货政策，条款清晰易懂。退换货流程简单，无不合理限制，无理由退换货期限不短于 7 天。

5. 投诉处理。应建立投诉快速响应机制，设置投诉接待窗口或专用电话，接到老年人投诉后 24 小时内联系核实，72 小时内给出处理结果。

（四）促销和宣传

1. 营销活动。应定期或不定期开展针对老年人的营销活动，活动规则简单易懂，真实有效，无虚假宣传，活动内容包括但不限于：满减优惠、送礼品（服务）、新品体验；重阳节等节假日老年专属优惠折扣；老年会员专属福利。

2. 社区融合度。宜与周边社区建立合作关系，每年开展老年用品进社区展示、健康养生公益讲座等社区活动。

3. 会员管理。宜建立老年会员管理制度，明确会员权益。应严格保护会员信息，不泄露老年人姓名、电话、健康状况等隐私信息，维护老年顾客信息安全。

4. 宣传推广。可采用微信公众号、抖音短视频等形式提供线上平台宣传，内容应简洁、字体较大。可在店铺门口设置大号字体宣传牌，或利用社区公告栏、海报张贴活动信息，确保老年人能清晰

获取经营、活动内容。

（五）银发友好绩效

1. 客流情况。与上一年度及同类商店（专柜）相比，老年群体客流量稳步增长。
2. 营收情况。总营收较上一年度保持增长，银发特色商品销售额较上一年度保持增长。
3. 顾客满意度。应通过问卷调研，老年顾客对商场环境、商品、服务、营运管理、活动宣传的综合满意度 $\geq 80\%$ ，无集中性负面影响。
4. 美誉度。宜积极争取获得各级政府部门和权威行业组织关于银发友好服务的荣誉、奖项或认可，或得到主流媒体正面报道。

（六）上海特色体现

1. 沪语特色服务。宜有一定数量的服务人员掌握沪语服务能力。
2. 老字号商品经营。老年适配商品和服务宣传传承上海本地商业文化，如包含一定数量的上海老字号、中华老字号品牌数量等传统品牌。

