



2025上海国际养老、辅具及康复医疗博览会

2025年6月11-13日

上海新国际博览中心W2-W5馆

展后洞察

主办单位：

上海市民政局

上海市国际贸易促进委员会

承办单位：

上海市老龄事业发展促进中心

上海国展展览中心有限公司

链接产业未来

Care for the future



养老福祉圈



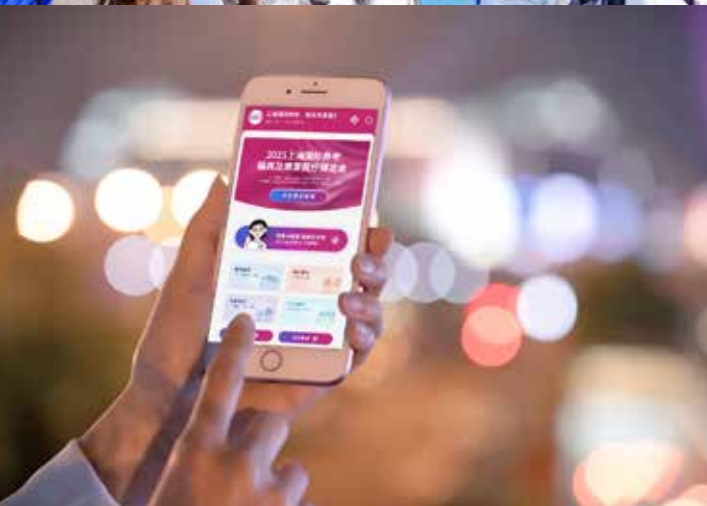
探索银发经济新赛道， 共谋跨界融合新机遇。

2025上海国际养老、辅具及康复医疗博览会（简称“上海老博会”）于6月13日在上海新国际博览中心圆满落幕。参展企业、展览规模、参观人数均刷新历史纪录。

01

展会 纵览

各项核心指标
创历史之最



展会基本数据

展览面积 **50,000 m²**

展商数 **519 家**

观众人数 **76,591 人**

■ 小程序访问量

独立访客人数 **(UV) 107,997**

页面访问次数 **(PV) 543,828**

■ 展商页面浏览量

独立访客人数 **(UV) 31,936**

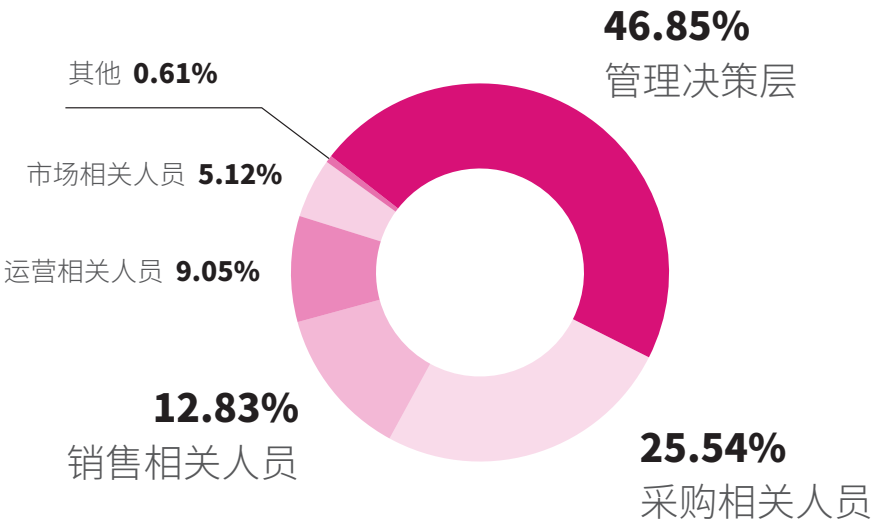
页面访问次数 **(PV) 99,700**

本届上海老博会在线上线下均反响热烈，收获了行业的巨大关注。

线下人潮涌动，参观者络绎不绝；

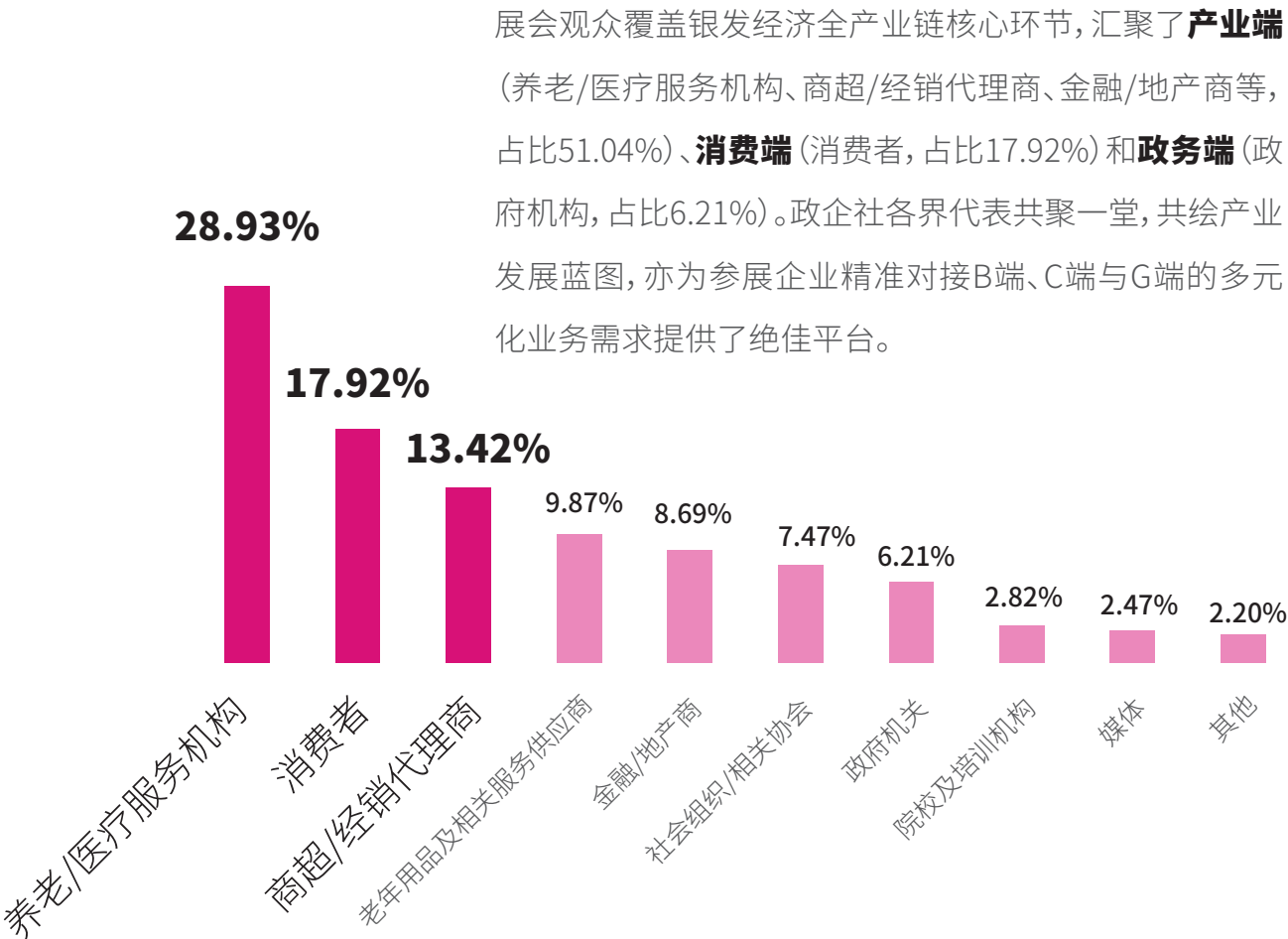
线上小程序流量表现亮眼，彰显展会强大的行业凝聚力。

观众部门及职务

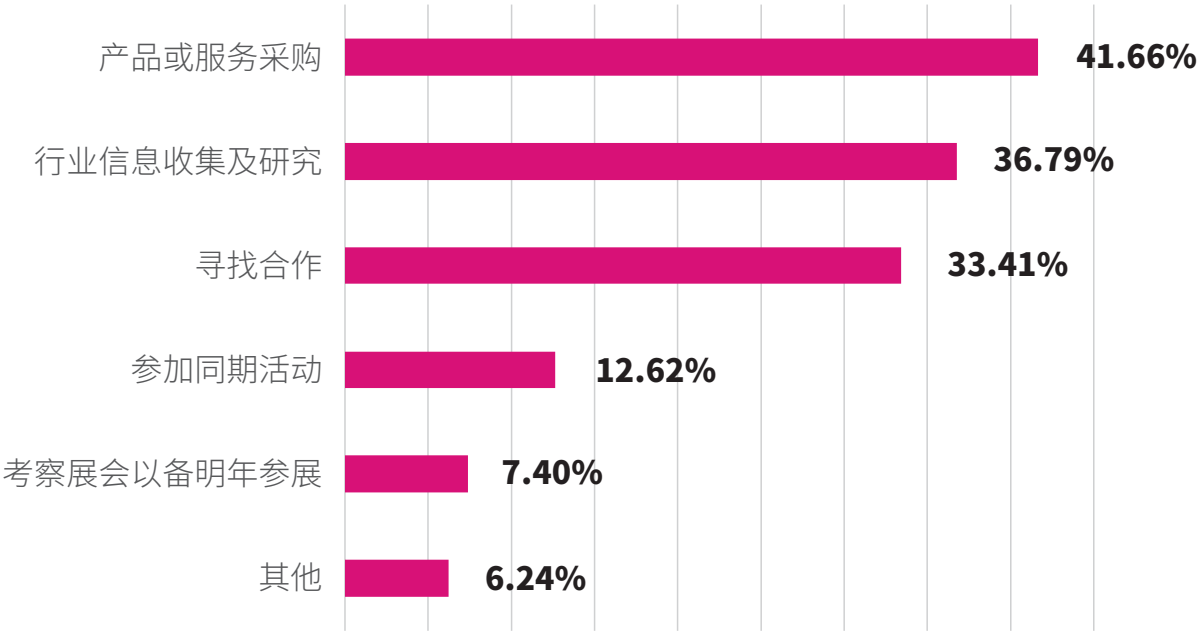


本届老博会近半数专业观众为**决策者**，采购与销售相关人员合计占比**超38%**，凸显展会内容的深度与商业价值能直接触达**企业核心管理层**，参展企业可有效依托老博会实现**品牌宣传、商贸对接及渠道拓展**。

观众单位性质



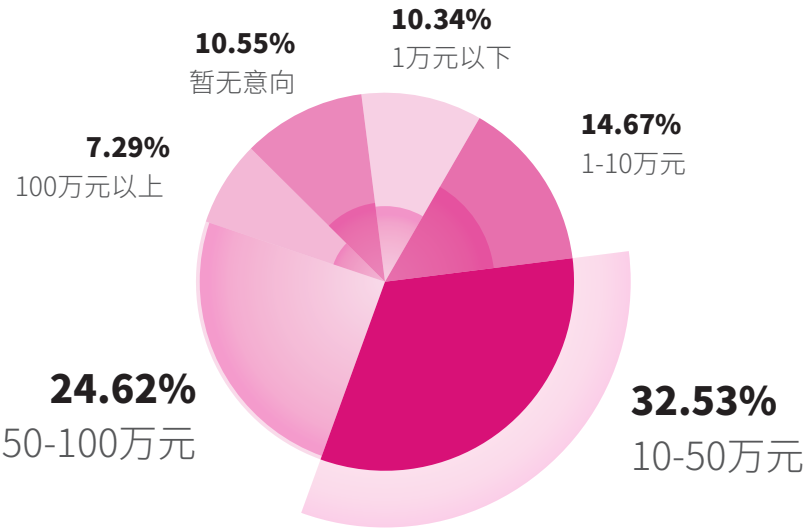
观众参观目的



超40%观众将直接**采购产品或服务**列为首要目的, 印证展会内容与市场需求的紧密契合, 现场交易潜力巨大。同时, 70.2%的观众旨在**收集行业信息与寻求合作**, 体现了老博会不仅是**行业信息枢纽与资源对接平台**, 更是孕育合作契机、推动跨界融合与产业创新的沃土。

* 该数据来源为观众调查问卷多选题。

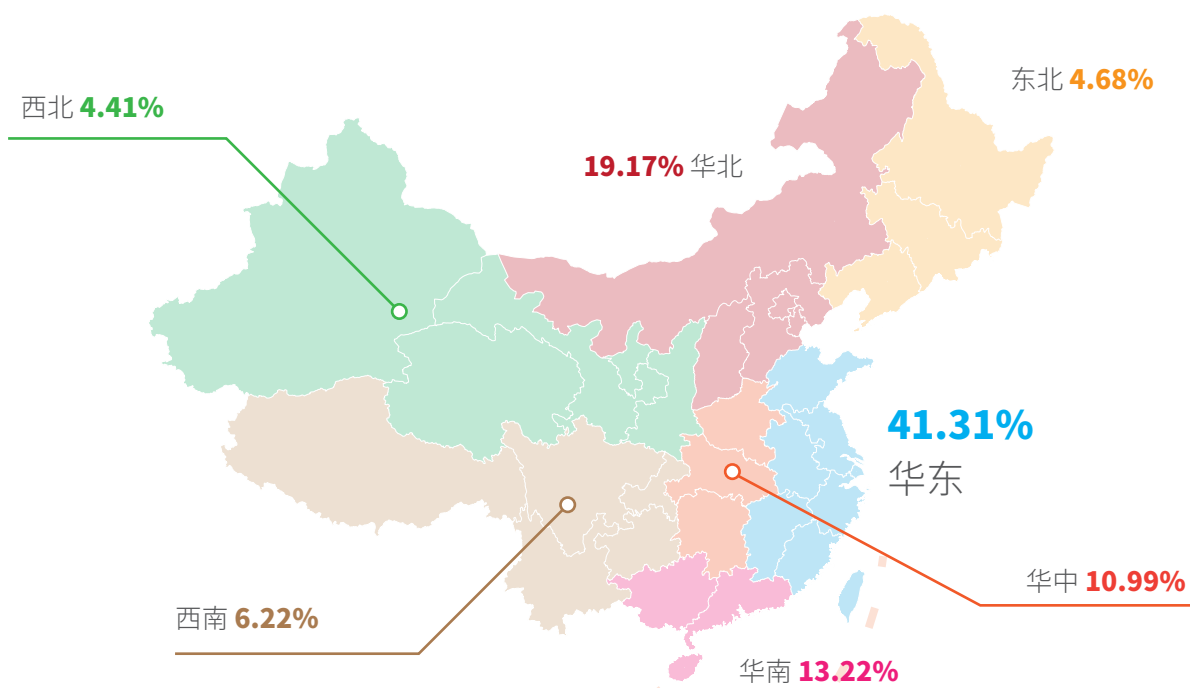
采购金额



近**9成**展会观众明确表示有采购计划。其中, 57.15%的中高预算买家 (10-100万元) 构成核心采购力量, 凸显**展会汇聚B2B大宗交易的显著优势**。同时, 10.34%的观众计划采购金额在1万元以下, 反映出**C端消费者需求的活跃态势与增长潜力**。

注: 本数据基于观众调查问卷分析, 反映问卷填写者特征, 非全体观众数据。

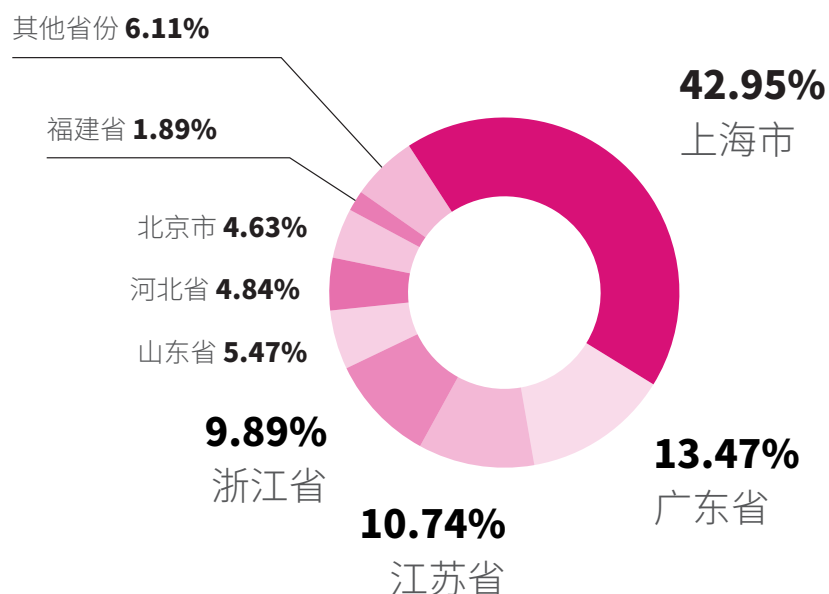
境内观众地域分布



境内观众地域分布显示，**经济活力强劲的东南沿海地区**（华东+华南合计占比54.53%）是本届展会的核心客源地，印证了该区域银发经济的蓬勃发展与展会的深度影响力。同时，观众来源覆盖华北、华中、西南、西北、东北各大区域，充分体现了展会作为国内头部银发经济盛会的强大号召力。

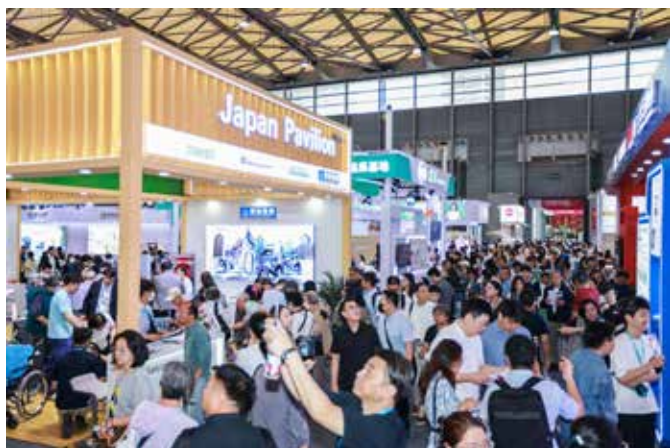


境内展商地域分布



境内展商高度集中于国内银发经济最活跃区域：**长三角、珠三角及华北地区**，参展企业合计占比超92%，清晰勾勒出当前市场成熟高地集中于东部沿海的格局。同时，展会作为全国性头部平台，亦成功吸引了其余地区企业积极参展，共逐银发经济机遇，印证其强大的资源集聚力。

境外展商地域分布



本届展会吸引了来自**奥地利、荷兰、德国、丹麦、比利时、美国、日本、韩国、瑞士、瑞典、加拿大、澳大利亚、新加坡、中国香港、中国台湾**等全球15个国家和地区的100家境外企业参展，国际化程度显著。其中，日本参展品牌数量超过60家，位居所有海外参展国之首。此外，澳大利亚首度以国家展团形式亮相，参展规模创历届之最。

02

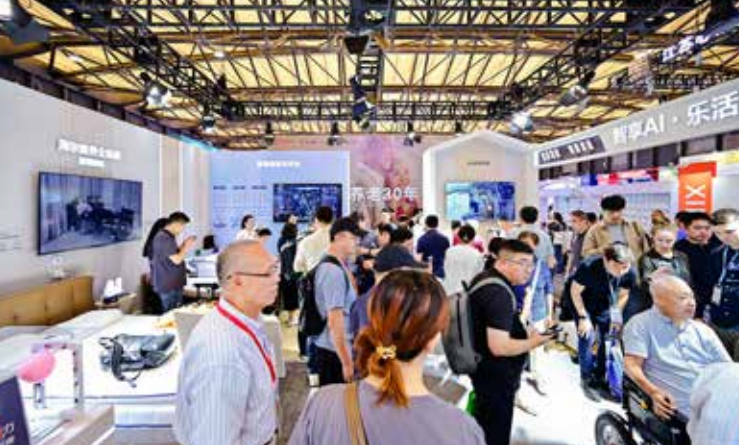
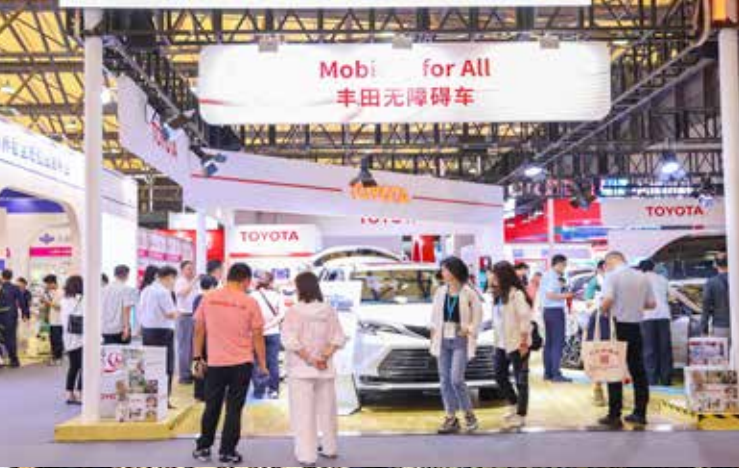
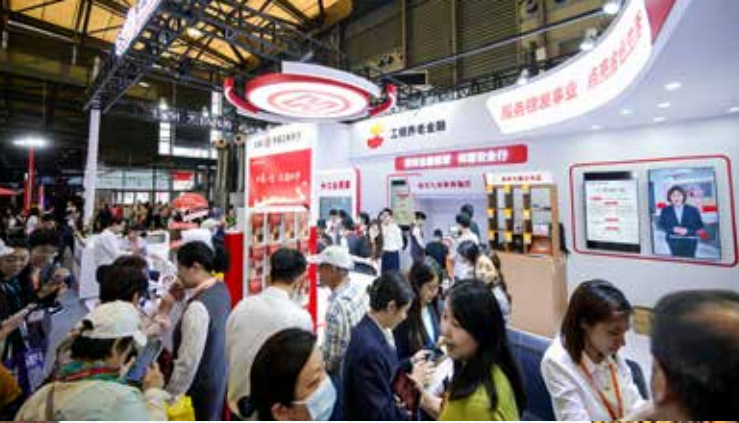
展会 亮点

“商贸+零售”双核驱动
激发银发经济活力



科创汇聚，引领产业新发展

本届老博会上，众多企业积极将其最新研发的尖端成果——诸如无人驾驶轮椅、穿戴式外骨骼机器人、家用微高压氧舱、养老照护机器人、心电衣等硬核科技产品带到展会现场，不仅体现了科技赋能养老产业的巨大空间，更彰显了展会作为汇聚创新力量、引领行业发展的核心功能，是企业展示创新成果、检验市场潜力的重要“试验田”，更是洞察行业前沿趋势的“风向标”。



跨界融合， 探索业态新场景

本届老博会显著呈现银发经济的跨界融合趋势。除养老行业传统品牌外，更吸引了众多知名企业跨界参与：华为、海尔、创维等科技巨头带来智慧养老解决方案；春秋旅游、上海国旅等6家机构聚焦银发群体推出定制旅游线路；新华保险、中国银联、浦发银行等12家金融保险企业展示多元化养老金融产品；宜家、沪尚茗居、百姓装潢等头部装企以场景化方式呈现适老化改造；丰田汽车展示福祉车；中国中车集团更将尖端制造工艺应用于护理床等康复辅具研发……这些跨界力量的加入，极大丰富了展会的内涵与看点。

展品内容深度覆盖老年人生活全维度。一方面，涵盖满足基础照护刚性需求的各类养老服务和产品；另一方面，则广泛呈现提升品质生活的适老家居、康复辅具、老年美妆等老年消费产品。尤为引人注目的是，展会创新引入了老年阅读、社交娱乐等满足精神文化需求的乐享生活新赛道。这种从“基础照护”到“乐龄乐享”的全景式覆盖，不仅构建了完整的银发经济产业生态，也为行业提供了一个洞察未来、对接资源的卓越平台。



银发消费，激活零售新活力

本届老博会再次拓展银发消费领域，进一步升级打造的银发生活节，重点围绕“食”“住”“游”三大消费板块，并与本市“以旧换新”消费补贴、居家环境适老化改造补贴、银发友善旅游专项补贴、沪上农产品展商优惠等福利深度结合，构建银发消费新场景，激发市场活力。据统计，本届老博会C端现场零售额超1亿元，同比增长100%以上，护理床、助行器、老年鞋等产品零售火爆，出现供不应求现象。

2025银发生活节

26,041位长者前往体验

其中上海户籍长者**22,789**位

比去年相比**增长241%**

100+家银发生活企业集中亮相

年龄段	体验人数	占比
55-59岁	3310	12.71%
60-64岁	4306	16.54%
65-69岁	6815	26.17%
70-74岁	6167	23.68%
75岁以上	5443	20.90%



03

行业 活动

同业交流碰撞
资源融合共创

上海老博会作为中国养老行业年度盛会，在突出的商贸服务功能以外，更汇聚了众多行业资源，是**同业交流碰撞、资源融合共创**的行业赋能平台。

“2025银发产业创新发展大会”于展会同期在浦东嘉里大酒店成功举办。大会以“看产业·见未来”为主题，通过养老服务新发展、银发消费场景新拓展及银发消费业态新突破三大主题板块层层递进，系统呈现了从养老服务底层逻辑重构到消费生态全面激活的完整路径，深度剖析产业发展趋势，为行业带来极具前瞻性的权威解读。

此外，上海老博会继续秉持“产业高度、专业视角”的理念，举办“大城养老”创新发展大会。组委会与上海市养老服务和老龄产业协会合作，聚焦社区养老、认知症、金融服务、智慧养老主题，邀请近40位各领域行业专家和企业代表展开为期三天的行业交流，通过丰富的实战案例分享，以期与所有参会嘉宾凝智聚力，共谋产业发展大计。





据统计，本届老博会期间举办了“银发经济新语境下的适老化设计交流对接会”、“日本经验×中国速度：银发用品市场的中日合作突围之道”、“从“闯一代”到“享一代”，新退休人群的营销密码”、“养老少数派报告·第二季”、“AID Talk行业沙龙”等**18场**主题交流活动或沙龙，**28场**行业供需对接会。邀请**近100位**专家学者、企业代表发言，吸引了**近3500多人**次参与。交流活动及沙龙深度聚焦行业热点，分析产业发展趋势，引领银发经济新格局，进一步丰富了展会活动内容外延，受到与会同仁的一致好评。

04

媒体 曝光

多维曝光
扩大展会声量

展会相关报道阅读量突破1.07亿

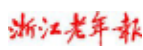
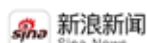
传播覆盖率达2,500万人次



50+主流媒体深度报道

本届老博会吸引了众多主流媒体的关注和报道,总计有50+主流媒体通过报纸、电视、广播、门户网站及新媒体平台进行了展会预热和现场报道。

第一财经、新民晚报、上海广播电台《直通990》栏目等主流媒体通过探馆直播、深度专访、现场互动等多种形式,广泛对话参展企业、科研院校、政府机构代表及一线从业者,深入探讨行业现状与未来趋势,同时向公众生动传递展会亮点与惠老政策,有效提升了展会影响力与社会关注度。



新媒体话题 累积曝光量达 8,139.6万



60+垂直媒体全程聚焦

众多行业垂直媒体围绕老博会展开全程深度报道，从展前的前瞻预热到展中的现场盛况，精准把握行业动态并强势覆盖目标人群社交圈，使其成为行业焦点。

展前，如“了不起的银发圈”、“小王养老指南”等媒体已聚焦观众期待，通过预热直播邀请企业“剧透”亮点。展中，他们更化身专业“体验官”，深入探访展台、测评产品方案，持续放大展会优质内容。展会日益提升的影响力也吸引了众多敏锐的自媒体创作者自发前来打卡，捕捉新展品、新理念，助推话题的二次传播。



* 以上排名不分先后

2025年内预订AID 2026展位, 立享展位费**95折**优惠!



扫码咨询预订展位