

成人纸尿裤背后的酸楚与温暖

山东济南的刘从海在淘宝上一年卖出了2.5亿片成人纸尿裤。可他发现,即便有如此庞大的销售量,成人纸尿裤在社会上依然少有人关注。

2010年前后,成人纸尿裤在国内还是个稀罕物。但2010年开始,中国的老龄化速度明显加快。之后,成人纸尿裤的销售量在中国迅速增长。淘宝天猫的数据显示,2020年,平台成人纸尿裤年销量达20亿片。在一份份纸尿裤订单背后,淘宝店主们看到了人生的孤独和陪伴,尊严和温暖。



本版图片来自网络

隐秘而广阔的市场

刘从海是某纸尿裤工厂的负责人。2013年,刘从海买入第一台生产设备,开始做起成人纸尿裤生意,自产自销。

“成年人还用什么纸尿裤?!”在人们的普遍认知里,纸尿裤天然与婴儿捆绑在一起。而一个被忽视的现实是,中国老龄人口已增长到2.6亿。这其中,有相当数量的瘫痪长期卧床、半失能的老人,这些因各种疾病引起失禁的人需要用成人纸尿裤。

成人纸尿裤是老龄化社会与经济文明并行发展的产物,上世纪70年代末80年代初才开始商业化。1996年,台湾纸尿裤品牌“包大人”最先进入大陆市场,但没引起太大波澜。2010年或许是个转折点。从那年开始,中国的老龄化速度明显加快。根据当时全国老龄办公布的数据,我国的老年人口由年均增加311万发展到年均增加800万,特别是80岁以上的高龄老人和失能老人保持了年均100万的增长速度。也是在那一年,居民每年人均可支配收入首次过万元。

当时刘从海还在拉货。他敏锐地嗅到商机——其他货一周拉一趟,成人纸尿裤两三天就能拉走一车。再后来,代理商签完单后总催问:“下批纸尿裤什么时候来?”2013年,刘从海凑了170万元买入第一台设备,做起成人纸尿裤产品。最初两年生意不顺利。转机出现在2014年夏天。夏季是生意淡季,跑了大半个月没有订单后,刘从海打算试试电商。那时,在淘宝上卖成人纸尿裤的商家屈指可数,刘从海总算打开销路,广东、江苏、浙江等沿海省份的订单源源不断。

2018年前后是刘从海的订单增长最快的时期,销量达到1.6亿片。2020年,销量达到2.5亿片。这和客户群的扩大不无关系,他们是一群经受疾病折磨,又想守住独立和尊严的老人。2018年,我国60岁以上老年人达到2.49亿。那年,全国成人纸尿裤的消费量已超过了4亿片。也是在那时,刘从海感觉到产品开始下沉,店里发往县城和农村的纸尿裤越来越多。刘从海有一个乡下的远房亲戚瘫痪在床,过年时,他送去了几箱纸尿裤,“村里人也能接受这东西了”。

像做了错事的孩子

当一个老人用上纸尿裤时,往往意味着衰老真正来临。对很多人来说,这是个有些残酷又无奈的秘密。

浙江温州人苏敦林在亲人身上体会到了背后的尴尬和无奈。几年前,在创业路上几经沉浮的苏敦林开始涉足成人纸尿裤领域。2014年,苏敦林的爷爷摔了一跤,下半身瘫痪卧床不起。那时他常听母亲抱怨,“每天都得去河里洗床单,太不卫生”。他忙寄了几箱纸尿裤回家,“用了后确实改善很大,爷爷本身精神状态不好,但皮肤干

净、清爽后,心情好了很多”。苏敦林说,当有的老人控制不住大小便时,面对晚辈都会露出愧疚的眼神,像是做错事的孩子。

从前年开始,成人纸尿裤出现在陈秀莲(化名)的生活里。52岁的她曾是甘肃省某艺术团团员,常参加演出和联欢活动,在地方宣传稿中能露露脸。接受采访的她一再叮嘱,一定不能写她的名字。“万一别人能从网上查到我的照片呢?”

第一次遭遇尴尬的场景,陈秀莲“一辈子都记得”。她去单位开会,办公楼只有楼梯,陈秀莲一口气爬上五楼,突然感到大腿处传来一股湿热。陈秀莲的脑子“嗡”的炸开了,对爱跳舞的她来说,这是“很老了”的象征。她躲进厕所换上练功服应急,用手机搜索,“轻失禁”“中老年女性”“纸尿裤”等词在同一个网页里显示出来。

上海仁济医院泌尿科主治医师李佳怡介绍,我国成年女性中,约30%的人可能患尿失禁,但能主动就诊的不足10%。陈秀莲试图抗争过,每次自觉“情况不对”,马上停下手中事,快速向卫生间挪动,步子又不敢迈得太大,但不是每次都能成功避免“那事儿”发生。直到在一次去做新冠核酸检测的路上,她把备用的裤子也弄湿了。回来后,陈秀莲给女儿发微信:“给我买点那种现成的东西吧,网上说有卖的,我出门就可以穿了。”

之后,陈秀莲把纸尿裤塞进柜子里,对最亲密的姐妹也绝口不提。有时看到团里跳舞的姐妹,陈秀莲会揣测:“她们会不会也在偷偷用?”

打破尊严的最后屏障

对很多老人来说,纸尿裤是打破尊严的最后屏障。

2020年,苏敦林的外婆中风偏瘫。昏迷时,她曾用过成人纸尿裤,清醒后第一反应就是把纸尿裤扔了,“我不穿这个,我没事!”在老人的观念里,用了这个东西就是废人。苏敦林说,即便外婆有一半身体行动不便,可她宁愿每次都尽全身力气侧着身子用尿壶,也不用纸尿裤。

这两年来,刘从海收到越来越多买家留言,请他们不要在外包装上写“成人纸尿裤”字样。其实,打包好的成人纸尿裤从外形上看,和普通抽纸没区别,但收货人总担心,别人能通过快递单上小字或发货公司的名字,发现自己的秘密。

刘从海最大的“客户”是老年公寓。刚创业时,有三四年,刘从海会开着一辆电动三轮车,给济南的20多家养老院送货,如今他依然坚持每年给华森老年公寓送货。这是济南规模最大的养老院,建在半山腰,有五栋两层公寓楼,住着190位老人,其中三十几位失能老人需要纸尿裤。护工周燕春负责公寓管理,她介绍,这些老人患有不同程度的阿尔茨海默症,或是有脑血栓、脑梗留下的后遗症。“把老人送来的孩子,没有不孝顺的。”周燕春细数了每天需要为老人做的事,从早到晚,几乎没停下来的时候。对上班族而言,仅

仅按时给老人更换纸尿裤,就是难完成的任务。

对很多子女来说,纸尿裤代表着另一个心理的坎儿——到需要给父母用纸尿裤的日子,离分别的时刻就更近了。

沈玲的父亲使用纸尿裤前,有过一段“别扭的时候”。作为退伍军人,“男子汉的力量”一直烙在父亲身上。沈玲记得,在拿到肝癌晚期的诊断结果后,60岁的父亲迅速衰老,下床成了难事,但他从不用沈玲买回的成人纸尿裤和尿垫,每次在家人的搀扶下,从床边蹒跚地走到厕所。即便如此,父亲依然坚持气喘吁吁地站着上厕所。

直到有一天,沈玲劝说父亲使用纸尿裤时,父亲默许了。“我隐隐感觉,我们告别的时候快来了。”沈玲说。她在网上买了一箱纸尿裤,边下单边掉眼泪。几个月后,父亲去世,家里还囤着三大包没有用完的纸尿裤。

订单背后的孤独和陪伴

淘宝店主常能从每一份成人纸尿裤订单的背后,体会到人情冷暖,以及孤独和陪伴。

前阵子,苏敦林接到一通令他意外的电话。一个东北的老大爷打电话咨询产品价格。苏敦林对老人说,价格淘宝店里都有,很容易看到。没想到,老人说不懂得上网,也不会用淘宝。平时是一个年轻人帮他买纸尿裤,却不肯收钱。他想问问价格,好把钱给他。苏敦林推测年轻人可能是老人的邻居,而不是至亲,否则老人不会问这个问题。人与人之间最本真的善意,令他感到温暖,“一个懂得付出,一个懂得感恩”。

刘从海也遇见过一位特殊顾客。他五六十岁,南方人,是聋哑人,只能通过打字留言。他说如果快递员送货时按门铃,自己听不见。他想请客服告诉快递员,到了之后多打几遍手机。“我的手机有震动,如果打几遍后我挂了,就说明我知道了,会去拿。”这位客人平时一个人生活,邻居有他的钥匙,会帮忙买好菜后送去。刘从海觉得,有这样的邻居,也是一件幸运和温暖的事。

更多的老人重新找回生命的活力与美。刘从海记得,工厂隔壁的黄河河务局里,有客户一直在给干妈买这个产品。客户的干妈六七岁了,“身体没大问题,就是会不间断漏尿”。用了成人纸尿裤后,“现在都去跳广场舞了”。

刘从海也想为老人多做点事。他说,婴儿纸尿裤经过半个多世纪的更迭,不断推出新品,而大多数成人纸尿裤依然只守着最基础的功能,舒适度的设计远不如婴儿纸尿裤。刘从海计划给产品换上透气不透水的外膜,再用无纺布代替如今的塑料布,增加柔软性。他说不出“银发经济”之类的词,只是和10年前一样,感觉市场在朝新的方向发展,“品质更好的成人纸尿裤能产生新的市场,也能让老人家少受点罪”。

来源:快乐老人报