

银发经济兴起,怎样让老年人消费更舒心

■中国城市报记者 张亚欣

一个社会幸福不幸福,很重要的看老年人幸福不幸福。2023年《政府工作报告》提出,积极应对人口老龄化,推动老龄事业和养老产业发展。

实际上,满足数量庞大的老年群体多方面需求,妥善解决人口老龄化带来的社会问题,事关国家发展全局,事关百姓福祉。银发经济或将站在风口位置。在业内看来,人口老龄化孕育多样化的商机,但随着老年群体个性化、多元化需求日益增长,养老产业出现资源分配不均、优质服务供给不足、服务参差不齐等问题。如何激发老年消费市场活力、调整并改善养老产业结构?这成为当下亟待解决的难题。

银发经济催生商机

我国人口老龄化早已是不争的事实。国家统计局网站此前发布的《中华人民共和国2022年国民经济和社会发展统计公报》显示,2022年我国人口自然增长率为-0.60‰,2022年年末,我国60岁以上人口数量达28004万,占全国人口的19.8%,65岁以上人口占比达14.9%。

与老龄化相伴而生的是老年群体的消费潜力。在香港交易所首席中国经济学家巴曙松看来,60后、70后享受了中国改革开放的制度红利、人口红利、增长红利,他们的收入水平、教育水平和消费能力也比40后、50后高出很多,银发经济所蕴含的消费增长前景不容忽视。

《中国老龄产业发展报告》预测显示,到2050年,中国60岁以上老年人口的消费市场规模将增长至106万亿元左右,占GDP的比例将增长至33%,成为全球老龄产业市场潜力最大的国家。

人口老龄化进程也让养老服务消费被置于重要地位。2022年底召开的中央经济工作会议,将“着力扩大国内需求”作为2023年重点工作任务,提出要把恢复和扩大消费摆在优先位置。其中,“养老服务消费”被提及,成为扩内需、促消费的潜力股。

无锡数字经济研究院执行院长吴琦在接受中国城市报记者采访时坦言,国家强调培育银发经济,发展适老产业,是在应对老龄化带来的经济社会巨大压力的同时,加快发展养老相关产业融合的新模式新业态新产品新服务,满足老年人网络消费、智能消费、健康消费等消费需求,打造经济和内需的新增长点。

“老年人的消费需求多样化,除了基本的生活需求外,还有医疗保健、养老服务、文化娱乐等方面的需求。”商务部研究院电商所副研究员洪勇在接受中国城市报记者采访时表示,随着老年人对数字化生活方式的适应度提高,数字化服务如电商、在线教育、医疗健康等,也逐渐成为银发经济的重要领域。

“银发经济催生的商机包括生活层面与精神层面的消费需求,如康复、养老、护理、保健、医疗、养生、家政、家居、文化、旅游、娱乐、理财等。”海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东告诉中国城市报记者,随着老龄化社会来临,老年人口的比率不断增加,这些领域的消费需求还将会持续扩大。

“银发族”精神需求的产品和服务缺口大,亟待完善

在老龄事业和养老产业的发展中,要重视老年人的精神文化需求,把积极老龄观、健康老龄化理念融入经济社会发展全过程。

随着经济的发展和国家养老保障制度的健全,老年人的基本物质生活得到保障,开始有了精神文化方面的需求。特别是新老年人群体,即1962年—1970年出生的这代人的文化水平、经济水平显著提升,并且大规模触网,他们了解科技,对新技术更适应;他们学习热情高,乐意花时间钻研感兴趣的事物;他们不服老,对新体验和新产品的心态更开放。因此,比起以往任何一代的老年人群,这届银发族们更加渴望度过一个丰富多彩的晚年时光。

全国老龄委调查显示,2016年—2020年,我国老年人文旅消费年均增速达23%,2021年超7000亿元。我国每年老年人旅游人数已经占到全国旅游总人数的20%以上。然而,希肯国际文化集团董事长安庭表示,虽然“银发族”已成为文旅市场的重要消费群体,但目前来看,“银发经济”的文旅消费存在重旅游消费而轻文化消费的问题。

安庭分析,由于子女无法长期陪伴父母,更愿意支持父母外出旅游,

因此,针对老年人的旅游消费的产品较多,这也是老年人旅游人数占到全国旅游总人数1/5的原因。而目前文化市场上为老年人提供的图书、影视剧、舞台剧等文化类产品较少,无法形成老年人文化消费的良性循环。一边是巨大的市场需求,一边是行业的滞后发展,随着老龄化趋势的到来,符合中老年群体精神需求的产品和服务市场尚有较大缺口,开发空间很大。

对此,安庭建议博物馆、图书馆、美术馆、文化馆、展览馆、体育场馆等文旅设施增设针对老龄群众的早场消费时段;商场、购物中心等营业机构增设针对老龄人群的早间购物时段;社会化老龄培训机构依照老龄人口的起居生活节奏,适当增设早课时段。

此外,老年教育作为老年文化消费市场的重要组成部分,同样值得关注。农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅认为,面对老年人群体旺盛的学习需求,新时代的养老服务也要从生活必需型向发展型、参与型、享受型转变,大力发展老年教育,积极应对人口老龄化。老年教育市场仍处于相对早期的发展阶段,在商业模式、服务形式、课程内容等方面未形成规模。

整体看来,现阶段老年教育赛道企业相对较少,更多的细分领域和垂直领域缺乏资本布局,市场发展处于相对早期的阶段,在商业模式、服务形式、课程内容等方面还未形成规模。

调整并改善养老产业结构性问题是关键

近年来,我国养老产业快速发展,一些结构性问题也日益凸显。

吴琦表示,目前,我国在优质康养资源、养老产业规模、养老服务质量、养老金融产品等方面均与我国老龄化

人口规模和趋势不匹配,在老年人消费基础设施打造和养老产业培育领域面临巨大压力。同时,考虑到我国人口不断向核心城市群和东部发达地区聚集,户籍制度等限制城乡间人口流动和公共服务共享,我国高质量的养老服务和产品供给可能长期面临紧张和不平衡问题。

如何调整并改善养老产业结构性问题成为关键所在。

吴琦建议,首先,推动养老保险、医疗保险发展,避免老年人因病致贫、因病返贫;其次,加快数字技术的应用,基于老年人身心健康和消费需求,加快完善养老数字基础设施,推动养老产业数字化转型,加快数字基础设施的适老化改造,解决老年人数字鸿沟问题;最后,加快发展养老金融,开放社会养老服务市场,引导和规范社会资本进入养老服务领域,培育和扶持养老服务机构和企业。

在邓之东看来,切实解决养老产业结构不平衡的问题,需要企业和政府共同努力,企业要深度挖掘老年需求,为老年人提供有针对性的产品和服务,设计合适的价格和支付方式,提供便捷的购买渠道和售后服务,持续推出优惠促销折扣政策;政府则从提供免费的公共交通、高效的医保报销结算、优惠的消费券等公共服务方面发力,以鼓励和增强老年人的消费决策和便利性。

此外,在刚刚结束的中央广播电视总台的“3·15晚会”上,曝光了新型引诱老年人购买保健品的消费陷阱,由于商家套路多,以及部分老年人相关知识缺乏、维权意识薄弱而产生的消费纠纷也日益增多。因此,业内人士还建议,须进一步健全消费维权机制,提高老年人消费安全保障;要通过加大宣传引导,不断提升老年群体维权意识,消除老年人消费的后顾之忧。



中国国际珠宝展举行

近日,中国国际珠宝展在北京中国国际展览中心(老馆)举行。本届展览总面积达3万平方米,汇聚珠宝制造商、批发商、零售商和加盟商等1000多家展商。

中国城市报记者 全亚军摄