

完善供给 优化环境 进一步激发银发消费市场活力

● 郭文琳

〔内容提要〕人口老龄化是世界性问题。我国已成为世界上人口老龄化程度比较高的国家之一。随着老龄化社会的临近,激活并重塑老年消费正成为商业新思维,为老年人提供产品和服务的机会正在显现,人们称之为“银发经济”。“银发经济”在未来会是一个非常庞大的市场,甚至会成为未来经济发展的新引擎。随着生活观念的转变和生活水平的提高,老年人的消费结构和消费需求发生显著改变,呈现品质化、多元化、个性化、便利化趋势,逐渐从生存型走向享受型。当前我国银发消费也存在如银发消费市场供需失衡、银发消费政策支持体系不健全、企业参与银发经济的意愿不高、老年消费市场亟待规范等问题。针对银发消费存在的问题,建议应通过加强对老年市场的研究,完善市场供给,努力营造良好的消费环境,进一步激发银发消费市场活力。

〔关键词〕老龄化 银发消费 完善供给 优化环境 智慧养老

中图分类号:F063.2

文献标识码:A

文章编号:1003-0670(2020)5-0041-06

人口老龄化是世界性问题。据联合国人口会预测,2030年到2035年全球将进入中度老龄社会,2050年到2055年将进入高度老龄社会。近几年,我国人口生育率正呈现逐年走低的态势,新生儿增加的速度赶不上中年人老去的速度,其结果是人口老龄化程度的进一步深入。我国已成为世界上人口老龄化程度比较高的国家之一。据预测,到2053年,我国60岁及以上人口预计将达到4.87亿。随着老龄化社会的临近,激活并重塑老年消费正成为商业新思维,为老年人提供产品和服务的机会正在显现,人们称之为“银发经济”。随着老年人日渐成为日常消费的主力军,洞悉把握这一银发群体消费行为的种种特点,并有的放矢地加以布局便显得极为必要。这不仅是商家的机遇,更是国民经济扩内需、促消费的关键抓手之一。银发经济在未来会是一个非常庞大的市场,甚至会成为未来经济发展的新引擎。习近平总书记高度重视老龄化问题,并着重强调:“坚持应对人口老龄化和促进经济社会发展相结合,坚持满足老年人需求和解决人口老龄化问题相结合,努力挖掘人口老龄化给国家发展带来的活力和机遇”^{〔1〕}。我们既要看到挑战,更要把握机遇,努力激发老龄化带来的活力,通过发展壮大养老产业和“银发经济”,既解决养老问题,又为经济高质量发展注入动力。

一、银发经济蕴含商机无限

人口老龄化是当今世界范围内经济社会正在经历的重大变化之一。南丹麦大学人口跨学科中心教授詹姆斯·沃佩尔说,自1840年以来,预期寿命以每10年增加2.5岁的速度增长。联合国数据显示,2015年全球60岁以上的老年人口有9亿,到2050年,这个数字将激增到21亿,这意味着每5个人中就有一人将超过60岁。学术界存在一种观点,认为多国出现的人

口老龄化造成诸多问题,包括经济活动人口的负担加重,以及预算长期失衡,这最终导致经济增速下降。但一些专家认为,年龄增长将成为国内生产总值(GDP)增长最大的驱动力。西班牙乌斯托商学院院长伊尼亚基·奥尔特加认为,银发革命是摆在我们面前的历史机遇。银发经济专家胡安·卡洛斯·阿尔凯德认为,战胜老龄化将成为全球最大的生意。据美林银行预测,到2050年,全球50岁以上人口的比例从2000年的17.8%增长到33.5%,全球“银发经济”规模将在2020年增加到15万亿美元。美国《财富》杂志指出,生物技术、智能设备、制药和护理服务领域的一系列新产品将重点面向老年消费者。互联网时代,银发经济越来越“智慧”。在美国加州大学旧金山分校的医院里,医疗机器人平均每天要行走185公里,不仅能为医院的病人运送药物和食物,为病人提供干净的床单,还能清理医疗垃圾。在日本,超过7万个家庭护理机器人在家中照顾老年人。此外,能够追踪阿尔茨海默症患者的定位设备,检测老年人的摔倒风险的可穿戴设备以及智能家居纷纷涌入市场,在改善老年人生活质量的同时,也为市场带来了更多活力。日本总务省发布的报告显示,老年人正成为高技术、智能产品的有力消费群体。

二、银发经济有望成为我国经济发展新增长点

国家统计局数据显示,2016年我国60周岁及以上人口2.3亿人,占总人口的16.7%;65周岁及以上人口1.5亿人,占总人口的10.8%。这两个比例均已远高于世界老龄化比例10%和7%的标准,中国快速步入老龄化社会,老年消费群体从数量上居全球首位。2018年,我国60岁及以上人口约达2.5亿,占总人口的17.9%,65周岁及以上的老年人口已经超过1.66亿,占总人口的11.9%。预计到2050年前后,中国老年人口数将达到峰值4.87亿,占总人口的34.9%。另据中国家庭金融调查报告统计显示,2017年家庭月收入超过4,000元的老人已超过1.06亿人,其中1,600万老人的家庭月收入超过了10,000元。和许多无房无车的年轻人相比,绝大多数老年人拥有一套或多套住房。较理想的收入财产状况使得老人们除了购买保健、养生服务,为健康投资外,还对休闲娱乐、旅游、兴趣等高层次、享受型的消费拥有浓厚的兴趣,这成为了银发经济巨大市场规模的基础。近年来我国银发经济的发展一直处于“快车道”,“银发经济”被越来越多的企业重视,涉足养老产业的上市公司也越来越多。A股市场上设计养老概念的上市公司行业集中度也比较明显,主要集中在房地产行业、金融行业、医疗保健行业、信息技术行业、可选消费行业等。截至2019年上半年,投身养老企业的上市公司已经超过80家,其中大部分企业都投身房地产业务,占比达到39%。房企因为具有资金、运营、客群、物业资源等优势成为涉足养老产业上市公司中的绝对主角,既有如粤泰股份医药结合的模式,也有如保利的高端养老机构的模式。同时保险公司也是进入养老产业的重要力量,其中部分业务拓展到金融保险,试图开展“保险+养老”的运营模式,这些企业包括合众人寿和泰康保险等大型保险公司。随着科技不断发展和消费升级带来的需求,更为智能化、多样化的养老需求也在不断给相关企业带来增量的空间,银发经济带来的商机不可估量。据预测,到2020年我国老年消费市场规模将达到3.79万亿元^[2],有望成为经济发展新增长点。

事实上,老龄化问题一直受到高度重视,此前多项政府重要文件都有提及,并且,养老产业也被纳入在“十三五”规划中。党的十八大和十八届三中、四中、五中全会及“十三五”规划纲要、党的十九大都对应对人口老龄化,加快建设社会养老服务体系和发展养老服务产业等提出明确要求。党的十八届三中全会明确提出,积极应对人口老龄化,加快建立社会养老服务体系和发展老年服务产业。“十三五”规划纲要强调,开展应对人口老龄化行动,弘扬敬老、养老、助老社会风尚,建立以居家为基础、社区为依托、机构为补充的多层次养老服务体系,推动医疗卫生和养老服务相结合,探索建立长期护理保险制度。党的十九大报告强调,积极应对人口老龄化,构建养老、孝老、敬老政策体系和社会环境,推进医养结合,加快老龄事业和产业发展。2019年的《政府工作报告》提出,要大力发展养老特别是社区养老服务业,推进多层次养老保障体系

建设。十九届四中全会审议通过重磅文件《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》中提到,坚持应保尽保原则,健全统筹城乡、可持续的基本养老保险制度、基本医疗保险制度,稳步提高保障水平。加快建立基本养老保险全国统筹制度。积极应对人口老龄化,加快建设居家社区机构相协调、医养康养相结合的养老服务体系。为积极应对人口老龄化,按照党的十九大决策部署,近日,中共中央、国务院印发了《国家积极应对人口老龄化中长期规划》^[3],规划近期至2022年,中期至2035年,远期展望至2050年,是本世纪中叶我国积极应对人口老龄化的战略性、综合性、指导性文件。文件指出,要积极推进健康中国建设,建立和完善包括健康教育、预防保健、疾病诊治、康复护理、长期照护、安宁疗护的综合、连续的老年健康服务体系。健全以居家为基础、社区为依托、机构充分发展、医养有机结合的多层次养老服务体系,多渠道、多领域扩大适老产品和服务供给,提升产品和服务质量。构建养老、孝老、敬老的社会环境。强化应对人口老龄化的法治环境,保障老人合法权益,构建家庭支持体系,建设老年友好型社会,形成老年人、家庭、社会、政府共同参与的良好氛围。这些都为积极应对人口老龄化指明了方向和路径。

近些年的经济结构优化和我国政府实行的优惠政策推动银发经济行业企业迅速发展。银发市场潜力巨大,可为相关各行业打开广阔的商机。一些行业的机遇显而易见,如医药需求将持续增长。老年产业投资者已成规模,他们将资金投入为老年消费者提供产品、服务和技术的公司。现在就有一些公司开始在制定战略时考虑新的人口现实。“银发经济”或从根本上改变信息科技、媒体、金融和保险公司的市场营销和产品战略。

三、我国银发消费由生存型转向乐享型

(一)消费市场潜力巨大

近年来,随着老年人口的不断增加,我国银发消费需求持续释放,市场规模不断扩大,产品和服务供给数量和品种不断丰富。基于第四次中国城乡老年人生活状况抽样调查数据测算,仅老年人口医疗服务、药品、食品、家政服务和保健品市场总规模就已达3.92万亿元。《中国老龄产业发展报告》数据显示,到2050年,我国老年人口的消费潜力将增长到106万亿元左右,占GDP比重将增长到33%,成为全球老龄产业市场潜力最大的国家。

随着我国养老产业市场规模的不断扩大,我国养老产业已进入投资窗口期。全国老龄工作委员会办公室、中国老龄协会发布《奋进中的中国老龄事业》数据显示,2017年,养老市场规模已达5.6万亿元。预计到2050年,我国老年市场规模将达48.52万亿元,养老产业规模将达21.95万亿元,老年人消费市场将达60万亿元。与之相关联的居家养老、社区养老、机构养老、医养结合等养老服务体系建设也将同步快速发展,释放巨大的市场容量。大数据、人工智能等数字技术与养老产业可以深度融合,催生“智慧养老”“信息化养老”等新模式、“机器人+养老”“新零售+养老”等新服务,将为养老产业注入新动力。

(二)消费内容多元化

随着生活观念的转变和生活水平的提高,老年人的消费结构和消费需求发生显著改变,呈现品质化、多元化、个性化、便利化趋势,逐渐从生存型走向享受型。从消费内容来看,老年人口已从传统的衣食住行等实物消费向医疗保健、护理服务、家政服务、健康和疾病咨询服务等服务消费转变,老年人口在文化、艺术、体育休闲、娱乐等精神方面的消费需求不断增加。老年人线下生活更加注重品质和时尚,旅游日益成为老年人精神生活的新选择。据携程发布的《老年群体旅游行为报告》显示:65%的受访老年出游用户每年出行三次以上,且越来越多老年人能够独立完成在线预订。目前,老年旅游人数占全国旅游总数的比重超过20%,成为仅次于中年旅游市场的第二大旅游市场,旅游已经成为银发经济社交娱乐消费的主要组成部分。此外,老年人学习需求强烈,很多老年大学一座难求。根据中国老年大学协会统计显示,截至2018

年底,中国共有各级各类老年大学和老年学校 6.2 万所,在校学员 800 多万人,参加远程学习的学员有 500 多万人,已基本形成省市县乡办学网络。面对老年人日益增长的教育需求,教育培训行业已推出线上兴趣课程,满足老年人学习摄影书法等技能的热情,缓解老年大学供不应求的现状。除了旅游、教育消费外,老年人的精神文化生活也更加丰富、个性化。

(三)老年群体逐渐成为数字化消费的生力军

随着现代经济越来越数字化,越来越多的老年人开始学习使用新技术,尤其是在线支付。随着老年网民全体快速增长,老年人口线上消费增速明显,随着智能手机和移动支付的普及,老年群体逐渐成为数字化消费的生力军,用手机消费成为不少老年人的生活方式。老年人不仅在“爱美”“健康”上愿意花钱,在外卖、网购、旅游、娱乐、美食等方面的消费也毫不示弱,表现出强大的消费潜力,为“银发经济”的发展打开了想象空间。根据支付宝的数据,55 岁以上用户人数达到了 1000 万人。老年人使用最多的是在线支付、在线翻译和自动付款。阿里巴巴 2019 “十一”黄金周消费数据显示,随着智能手机和移动支付的普及,中老年群体逐渐成为数字化消费的生力军。“银发族”不但会点外卖、懂网购、爱旅游,也愿意在中高端体检和医疗美容上花钱。

(四)消费需求向高端化品质化升级

中国老人以往都被认为是消费能力低、不舍得花钱的群体。但这种认知似乎已经改变,新一代老年人被称为“新老年”,拥有富余的闲钱和开放的心态。同时,现在的老年人更加注重生活品质,他们爱时尚、爱科技、爱生活,老年消费市场或将成为朝阳产业。老年人群体消费在食品、日用品、基本医疗服务等传统基本生活需求的基础上,旅游休闲、高品位的艺术欣赏活动、高端养老院和医院等成为老年消费的新需求和新亮点。口碑饿了么数据显示,在武汉,老年人对足疗按摩、KTV 等消费更感兴趣,他们在这些消费项目的投入比例稳居全国第一;在上海,老年人热爱尝鲜,追求时尚,在网红咖啡、奶茶或是阅读、运动健身等方面消费更多。对美容美发等消费,甘肃兰州的老年人兴趣很高。据苏宁易购数据显示,近年来,在该平台下单购买智能手机的老年用户越来越多。这些表明,当前老年消费需求已发生巨大的改变,品质化、多元化、便利化的市场需求增长显著,老年人的消费和娱乐意愿空前强烈,银发消费逐渐从生存型走向享受型。

四、当前我国银发消费存在的主要问题

(一)银发消费市场供需失衡

我国是世界上第一大老年人口超过 2 亿的国家,随着收入提高与消费理念更新,老年人对健康知识、健康服务等方面的需求日益扩大,对健康信息的关注程度逐渐增强。尤其是完全失能、半失能、生活困难、没有配偶及高龄老年人对日常生活照料的需求较高。但在供给方面,现有公办养老服务机构提供的服务多属于基本生活服务性,针对能自理老年人的多,针对半失能、失能老人提供护理服务的养老机构少,针对失智老年人的养老服务机构更少。在老龄健康产品方面,我国老年健康产业虽然近年来迅速发展,但健康服务产业所占比重仍远低于发达国家和新兴工业国家及地区。我国养老市场始终存在供需失衡、供给单一的问题。银发产品种类和数量有限,结构较为单一,许多产品缺乏技术含量或质量不高,主要集中在中低端领域,无法满足中高消费老年人群高层次、高质量、多样化、个性化的消费需求。目前全球老年用品有 6 万多种,但我国仅有 2000 多种。在金砖国家中,俄罗斯、巴西、印度和中国健康服务业产出占总产出的比重分别为 3.5%、3.5%、1.2%、1.7%,发达国家日本和美国的这一比例则分别为 5.9%、6.7%。由此可见,无论是在老龄产品供给还是健康服务供给方面,我国尚未达到老年群体对市场的合理消费预期。

(二)银发消费政策支持体系不健全

党的十八大以来,我国养老服务各项工作取得明显成效,但依然存在一些体制机制障碍,比如在社会力量参与养老服务方面仍存在政策落实难、准入审批难、融资贷款难等问题,需要

从政策制度入手破解发展障碍。目前,我国银发消费刚刚起步,各级政府对老龄产业发展在不同程度上制订了一些优惠政策,采取了一些扶持措施,但相关政策的扶持力度还不够。政府、社会和企业对老年人消费的关注和重视程度不足,尚未形成较为完善银发消费的政策体系。由于养老理论研究和认识程度的局限,老龄产业发展的战略性、全局性规划体系和扶持政策体系还不健全,亟待完善。如重要产业政策内容缺失。从老龄产业政策的构成看,扶持老龄产业的贸易政策、技术政策、结构政策等基本上处于空白状态。另据国家应对人口老龄化战略研究总课题组报告显示,我国老龄产业市场准入制度尚不健全,产品标准化和服务规范化明显滞后。

(三)企业参与银发经济的意愿不高

像阿里巴巴和京东这样的知名中国企业如今已在调整经营战略并制定考虑老年人利益的市场营销。许多公司现在就开始面向老年消费者重新定位生产。但是,有些企业对老年人表现出的市场化需求似乎不太敏感。在一些企业眼中,老年人都有抑制消费的心理,从事“银发经济”生产获利微薄。目前,我国企业参与银发经济的数量少、规模小、银发产品市场占有率比较低,尚未形成大规模的产业集群。还有,社会上对银发经济的美好前景还没形成充分的共识,一些企业在生产老年商品时,事先缺乏相近的市场调研和细分,产品往往忽视了老年消费者的个性需求。据统计数据显示,目前我国老年人总的服务需求满足率仅为15.9%,还有84.14%的老年人服务需求没有得到满足。

(四)老年消费市场亟待规范

当前,老龄消费市场尚处于起步阶段,缺乏完善的服务标准和市场规范,市场中的产品良莠不齐,市场秩序较为混乱。据中消协报道,老年产品消费领域也暴露很多问题。如打着保健幌子牟利的不法商家通过对商品的夸大、虚假宣传,骗取老年消费者的钱财,扰乱市场秩序,一再突破社会道德和法律底线,还有“欺瞒骗”等坑老、损老、伤老现象时有发生,严重损害老年人合法权益。近年来,老年代步车、旅游、理财等设计老年人消费的领域也都是问题频频。这些现象亟待有效的规范和管理,安全可靠放心消费环境亟待构建。

五、进一步激发银发消费市场活力的建议

(一)加强对老年市场的研究,完善市场供给

要根据老龄产业特征,从需求侧和供给侧同时发力,深入研究老年人消费现状、消费特点和消费心理,引导老年人树立科学理性健康的消费新理念,推动老年人消费转型升级,把服务亿万老年人的“夕阳红”事业打造成蓬勃发展的朝阳产业,使之成为调结构、惠民生、促升级、扩就业的重要力量。一方面,老龄产业发展处于初创阶段,亟需建立政策制度体系,以需求为导向,聚焦重点消费品和旅游、健康、家政等服务消费,培育老龄产业重点领域;另一方面,相关企业应针对老年人需求的特殊性、差异性和多样性,准确市场定位和精准市场细分,开发设计多样化、个性化、人性化的老龄用品和服务。在新的形势下,随着公众老龄意识的强化,政府的大力推动,一系列不同层次的相关政策出台,为中国养老保障制度和老龄事业的发展提供了极好的机遇。如何鼓励社会资本投入老龄产业;如何引导老年人合理消费,培育壮大老年用品消费市场;如何拓展适合老年人多样化需求的特色护理、家庭服务、健身体养、文化娱乐、金融理财等服务项目,都将成为今后老龄产业的发展方向。建议一是要大力发展老年产业,尤其是要大力扶植尚在起步阶段的老年产业,积极引导社会和企业开拓发展老年消费市场。二是大力繁荣老年用品市场,创新优质老年用品供给,激发老年用品消费潜能。积极开展老年用品质量提升行动,采取多种措施提升老年用品质量;鼓励开展“孝老爱老”购物节活动,引领老年用品消费潮流。三是积极培育养老服务消费新业态,实施“养老服务+行业”行动,打造“互联网+养老”服务新模式,支持养老服务与文化、旅游、餐饮、体育、家政、教育、养生、健康、金融、地产等行业融合发展;加快互联网与养老服务深度融合,为老年人提供“点菜式”的就近便捷养老

服务,打造多层次智慧养老服务体系,创造养老服务的新业态、新模式。四是借鉴日本银发经济经验,借助最新技术手段,不断创新,打造出一个“智慧银发经济”——辅助机器人、智能家居、在线购物、虚拟现实、自动驾驶和家庭监控等方面的应用,都会是“智慧银发经济”未来的创新点和商机所在。互联网、人工智能、5G等技术的发展,为传统养老转型升级带来机遇。智慧养老将突破传统养老在居家照顾、出行、安全保护、健康管理、精神关爱五方面的难点。

(二) 严格市场监管,营造良好的老年消费环境

老年消费群体增长势头明显,但可能也成为一些不法分子的“眼中肉”。作为网购新人的“银发族”也成为容易被风险侵害的脆弱群体。腾讯社会研究中心等机构2018年发布的《中老年互联网生活研究报告》显示,67.3%的中老年人表示在互联网上当受骗或疑似被骗过,其中受骗信息类型最多的是来自免费红包、赠送流量、优惠打折团购商品等。为切实维护老年消费者合法权益,应进一步优化消费环境,培育规范消费市场。一是要建立老年用品领域标准化信息服务平台,提高老年用品急需标准制修订工作效率,提升标准对产业发展的支撑作用。二是要规范市场行为,加大市场监管力度,严厉打击假冒伪劣商品制售行为。三是加大对商标、知名商品特有名称、包装装潢、外观设计、发明专利等知识产权的保护力度,打击侵犯知识产权和企业合法权益的行为,保护老年人权益。规范药品、医疗器械、食品保健品等产品广告和相关信息发布行为,严厉打击虚假宣传和不实报道,营造老年人良好的健康消费环境。四是要强化针对老年消费群体的消费教育和引导。积极开展老年消费教育进社区活动,通过典型消费投诉案例,向老年消费者讲述保健品、网络、旅游、养老等消费领域的主要骗局及防范大招,通过与老年消费者面对面交流沟通,了解他们的消费需求和维权困惑,引导他们科学理性消费。同时还要积极开展老年消费教育线上宣教活动。通过动漫公益宣传片和主持人公益宣讲,加大宣传力度,帮助老年人提高辨别能力,帮助提高老年人自身的防范意识。

(三) 动员社会各方力量,努力满足老年消费需求

随着老年人口数量增加,其具体消费需求也将提高。2014年中国国内老年服务与产品市场估值6520亿美元(1美元约合6.71元人民币),约占国内生产总值的8%。根据中国老龄产业发展报告称,到2050年该市场估值占比将升至33%。对服务老年人的企业而言,中国将成为最大市场。该行业将在四大方向上发展:老龄用品(如康复设备)、老龄服务(如家庭护理)、老龄房地产(如养老社区)和老龄金融。向退休人员提供金融产品与服务的公司将成最大受益者。老年消费有很强的针对性,开发产品和服务必须深入研究老年人需求特点。要认识到这不仅是老年人的事,老年消费满足得好,才能带来更大程度的家庭幸福与社会和谐。为此,企业要从老年人需求实际出发,认真研究各项政策,找准市场定位,创新产品和服务供给,提供更多性价比适宜、安全可靠的高质量产品与服务。鼓励企业研发生产优质适用的老年用品。老龄用品是养老服务的重要支撑,不能离开产品谈服务。要在摸清老年人需求基础上,细分老年消费市场,分类推进老龄产业,进一步激发老年群体消费活力。同时,要调动社会力量发展适合老年人消费的旅游、养生等服务。满足老年人多层次、多样化的需求,单靠政府的力量远远不够,需要更多调动各方资源,尤其是进一步激发社会力量参与养老服务的积极性和活力。

参考文献:

- [1] 苏如春. 拓展“银发经济”新空间 [N]. 人民日报, 2019-10-29.
- [2] 徐贝贝. “银发经济”有望成为经济增长新动力 [N]. 金融时报, 2019-04-23.
- [3] 中共中央、国务院. 国家积极应对人口老龄化中长期规划 [Z]. 新华社, 2019-11-21.

[作者单位:福建省人民政府发展研究中心]

(责任编辑:郭文琳)