

中国老年旅居康养发展潜力巨大但供需错位

中国旅游研究院近日发布《中国老年旅居康养发展报告》，报告认为，老龄化是未来较长时期基本国情，2020年我国康养旅游人数已达6750万人次，老年旅游从福利事业向旅游产业转变，从小众市场向主流市场转型。老年旅居康养潜力巨大但存在供需错位的问题，老年群体需求尚未获得充分满足。

《中国老年旅居康养发展报告》认为，据联合国预测，2020—2050年期间我国15岁以下、15—24岁、25—64岁年龄组人口将分别减少22.2%、18.3%和16.9%。65岁以上老年人将增加112.3%。

报告显示，我国的温泉和矿泉康养、康养地产、体育运动、精神康养、水疗等康养行业规模已排名世界第二，康养经济具有广阔的发展前景。据《“十四五”国民健康规划》《“健康中国2030”规划纲要》等文件提出的目标，2025年我国健康服务业总规模将超过11.5万亿元，我国有望在2035年前成为世界上最大康养经济体。

报告显示，老年旅游需求持续提档升级。老年旅游从福利事业向旅游产业转变，从小众市场向主流市场转型。

报告还分析了老年旅游者消费特点，更重视旅游核心价值，选择观光游览和养生保健疗养的老年旅游者更多；更重视旅游文化内涵，更看重旅游过程中的情感互动、文化和研学体验，对历史型、怀旧型旅游产品情有独钟；更青睐专业旅行服务；更依赖社会公共服务，完善的社会公共服务体系是老年旅游发展的重要前提；更重视旅游经验交流，老年旅游者的旅游信息来源，更多的是亲朋好友和街坊邻居的亲口推荐，社会网络营销是老年旅游市场营销的重要方式。

报告认为，目前老年旅居产业供需并不匹配。2019年我国65岁以上的老年游客出游总花费为3197.8亿元，占国内旅游收入5.73万亿元的5.6%，已经具有较大的产业规模。但从消费结构来看，老年旅游产业还有较大的提升空间。城镇65岁以上老年游客人均每次花费1209.20元，仅相当于城镇游客平均花费1626.50元的74.3%。65岁以上农村老年游客每次出游花费仅为847.50元。

老年旅游消费偏低的根源在于目前的旅游产业体系还是以中青年为主要目标客群，符合老年人需求的旅游要素和旅游产品较少，老年旅游业与老年文化、老年运动、医养康养等产业融合不足。老年人觉得在售的旅游产品不适合，需要的旅游产品买不到。

报告还认为，旅居环境存在线上线下双重障碍。线下方面，部分旅游景区、交通工具、餐饮住宿等旅游设施、旅游服务未进行适老化改造；旅游场景交接处属于“三不管”地带，成了无障碍问题的“重灾区”，部分景区虽然解决了“可进人性”问题，但没有解决旅游产品的适老化问题，老年人顺利进入景区后却发现景区缺乏“可游属性”。线上方面，主要是“数字鸿沟”问题依然存在，文化程度较低、不能熟练掌握智能设备的老年人，在智慧旅游时代有被边缘化的风险。

值得关注的是，报告提出，异地旅居康养生活仍有一些限制：从需求侧来看，传统的旅游服务体系主要面向出游时间在数周之内的中短期旅游者，对于旅居者而言，他们的身份已经介于旅游者和短期居民之间，相应的需求也从传统的旅游服务体系逐步转向了本地居民服务体系。比如，在传统旅游要素中很少涉及的医保报销、长期照料、老年优待、社区互动、子女教育等问题，而这些大多是旅居者的“生活必需品”。

从供给侧来看，我国在提供本地居民公共服务的过程中，首先是考虑具有本地户籍的居民和“常住人口”，对于居住期一般在1至6个月之间的候鸟式旅居者而言，传统旅游服务难以满足他们的旅居需求，同时他们又难以获得本地居民可享受的优待和服务条件。

(中国旅游报)

观 点

人口问题是始终是我国面临的全局性、长期性、战略性问题。第七次全国人口普查数据显示，我国60岁及以上人口已达2.64亿，占总人口的18.7%。预计“十四五”时期，这一数字将突破3亿。我国人口发展呈现少子化、老龄化、区域人口增减分化的趋势性特征。必须全面认识、正确看待我国人口发展新形势，并将其作为一个重要现实条件，在此基础上谋划经济高质量发展。

老龄化是我国经济社会发展到一定阶段的客观结果。这既对经济社会发展带来了挑战，也蕴含着巨大的发展机遇。大力发展银发经济，就是适应我国人口发展新形势，积极应对人口老龄化的一项重要举措。发展好银发经济，不仅能更好满足老龄群体的美好生活需要，有助于实现老有所养、老有所为、老有所乐，而且有利于更好地发挥我国超大规模市场优势，扩内需、促消费，为经济高质量发展增添动能。

银发经济是为老年人提供产品和服务的全部经济活动的总和。从消费品零售角度看，以食品、个人用品、交通和通信支出为主的基本生活支出和以医疗服务、卫生保健等为主的健康消费是老龄健康产业发展的重点领域。从生活性服务业

高质量发展银发经济

角度看，银发经济主要涉及家政服务、医疗服务和养老服务，同时，陪护等众多养老服务细分产业和市场也在日益成熟。从金融业角度看，越来越多的金融产品正在帮助老年人提升自身应对风险冲击的能力。

2020年，中国银发经济总规模约5.4万亿元，占全球银发市场规模5.56%。未来，随着消费场景不断丰富、服务及产品供给持续增加、政策措施逐步完善，我国银发经济发展空间将进一步扩大。不过，在实践中还存在一些问题和短板需要加以解决。一是相关政策的协同性不足，需进一步做好政策配套，推动落地落实。由银发经济涉及产业众多，加之老龄群体在消费、养老、医疗等方面的特点都比较突出，因而特别需要做好各方面的政策协同和落地配套。二是相关市场尚需进一步规范，以养老产业为例，中国社科院发布的《中国养老产业发展白皮书》数据显示，到2030年，我国养老产业规模将达到13万亿元。未来与养老群体消费的重点领域将迎来不小的发展

空间。但由于养老产业链条长，其细分市场尚处于起步阶段，竞争主体数量多、规模较小、竞争力不强，也缺乏有效引导和规范，存在无序竞争。三是产业转型升级面临压力。养老产业是新兴产业，以往这方面的传统服务已难以满足人民群众日益增长的养老个性化需求，相关养老设施亟需更新换代，一些服务理念也需要加快转变。具体来看，现有社区养老服务不足、专业性不强、便利程度不够，服务人员素养有待提升；养老服务市场在服务标准化、设施齐全化、生活便利化方面存在明显短板；养老产业的低盈利率性、长期性和高门槛难以吸引资金支持等等。

面对我国人口发展新形势，要实施积极应对人口老龄化国家战略，更好统筹人口与经济社会、资源环境的关系，在大力发展银发经济上有所作为，以系统观念统筹谋划人口问题，促进人口高质量发展。

一是加强制度保障。在银发产业发展方面，强化市场基础制度规则统一，推

为优化药品说明书管理，满足不同患者使用需求，鼓励药品上市许可持有人积极探索，解决药品说明书“看不懂”等问题，国家药监局近日发布《药品说明书适老化改革试点工作方案(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)等文件，决定将老年患者常用的部分口服、外用药品制剂在开展药品说明书适老化改革试点。

《征求意见稿》提出，此次说明药品适老化改革的药品种类范围主要以老年患者的口服、外用药品制剂为主，确定上海、江苏、浙江、山东、湖南和广东省(市)为改革试点省份。试点省份所在地省级药品监管部门组织辖区范围内5—10个持有人参与试点工作。每个持有人确定5—10个药品进行药品说明书适老化改革试点。

《征求意见稿》要求，相关药品在印

制说明书时需分简化版和完整版，药品说明书(简化版)应当原文引用药品说明书(完整版)，即目前实施的药品说明书版本的大部分项目和内容，只涉及字体、格式的调整，不对内容进行修改。药品说明书(简化版)应当清晰易读，方便老年患者用药。

同时，《征求意见稿》鼓励持有人在官方网站上提供药品说明书(完整版)的电子版以及提供说明书(完整版)和说明书(简化版)的语音播报、盲文服务，满足残障人士等特殊群体的安全用药需求。

在如何安排简化版和完整版说明书权限方面，《征求意见稿》表示，持有人在药品最小销售单元包装中仅提供纸质药品说明书(简化版)，不提供纸质药品说明书(完整版)；也可以同时提供纸质药品说明书(简化版)和纸质药品说明书(完整版)。持有人应当在药品中包装或者大包装中提供一份纸质药品说明书(完整版)，方便医师、药师等专业人士使用。

电子版的二维码，按照规定，应当印

优化药品说明书

国家药监局出手“适老化”改革

在药品包装或者药品说明书(简化版)上，以方便顾客通过扫描二维码可获得电子药品说明书(完整版)。

另外，医疗机构、药品零售企业等单位应当充分考虑不同患者人群的用药特点，加强用药指导和服务，执业药师及其他药学技术人员应当进一步加强对残障人士、老年患者等特殊群体的合理、安全用药指导，应当告知药品说明书中的重要信息，保障用药安全和准确用药。

(光明网)

大量家庭将从养老储蓄阶段转入养老消费阶段

更注重生活品质 老年人消费升级趋势明显

今年5月召开的二十届中央财经委员会第一次会议指出，“把人口高质量发展同人民高品质生活紧密结合起来，促进人的全面发展和全体人民共同富裕”要实施积极应对人口老龄化国家战略，推进基本养老服务体系建设，大力发展银发经济。

我国已经进入老龄化社会，促进银发消费、发展银发经济，既是关爱老年群体，提高人民生活品质的要求，也是实现高质量发展的重要内容。当前银发消费呈现什么趋势？怎样创新产品服务、改善消费环境，更好地服务老年消费者？记者进行了调查。

老年人消费市场增速加快 消费升级趋势明显

“每月退休金到账后，我会把一半左右的钱存入银行，剩下的主要用于日常生活花销。”生活在湖南的阮梅是一名企业退休职工，每个月稳定的退休金，让阮梅感觉很满足。

除了日常生活花销，阮梅还喜欢与家人一同外出旅游。“平时，我和家人会开车到城市周边转转，在户外露营野餐。一年也会进行一两次长途旅行，愉悦身心又开阔眼界。”

记者调查发现，线上消费成为不少老年人的新体验。

网络购物已经成为阮梅的主要购物方式之一。“我线上购物花销大约占30%。”阮梅说，“网上购物不仅方便，还能做到‘7天无理由退货’，很省心。”

重庆市璧山区璧城街道居民曾永国年近七旬，也喜欢网购，主要购买医药健康产品。“我有‘老寒腿’，去年儿子在网上给我买了一款智能护膝仪。不仅能加热、按摩和艾灸，而且充电即用、穿戴方便。”

老人消费方式逐渐向数字化转型，消费层次也在提升。

作为杨柳坝社区里小有名气的“穿搭高手”，曾永国认为：“时尚无关年龄，老年人也可以追求更加精致美好的生活。”他建立“杨柳坝潮流群”微信群，每月举办线下时尚沙龙，和其他20多位老人分享穿搭技巧，一起购置



新衣服。

爱生活、追时尚，重健康、懂保健，会网购、讲品质，如今老年人群消费更加注重生活品质，消费升级趋势明显。

最近，阿里巴巴发布的老年人消费报告显示，2022年老年人消费市场增速达20.9%，银发经济的新增长点正从传统的健康医药转向美容、旅行、智能设备等。今年以来，老年消费者在主流旅游APP上的消费增速均达到80%以上，购买智能设备的增速超过52%。

丰富养老产品 科学配置资产

为了丰富百姓理财产品，业界养

老理财产品开启试点。根据理财登记

中心统计，截至今年5月底，11家理财

公司通过10家银行在10个试点地区

累计发行养老理财产品51只，投资者

累计购买金额约1005.55亿元，共有

46.65万个投资者购买。

随着个人养老金账户开立，今年2月10日，首批个人养老金理财产品发售，根据中国理财网发布的数据显示，

4家理财公司共发行18只个人养老金理财产品，累计销售规模达到7.63亿元，截至6月27日，有10.9万人通过个人养老金购买了理财产品，平均每个投资者购买7000元，占全年可购买额度的58%。

中国银行相关部门负责人说，可

以综合自身的退休年限、投资目标、风

险承受能力等，积极参与个人养老金

资产配置，通过个人养老金专属产品

“应根据自己的养老需求尽早规

划，增强专属账户攒养老金的意识，提

前储备养老金。

养老投资长达十几年甚至几十年，

需要通过丰富的养

老产品和科学的资产配置控制风

险，实现稳健的保值增值，增强自身保障

能力，将储蓄养老转变为投资养老。”

招商银行相关部门负责人说。

为了丰富百姓理财产品，业界养

老理财产品开启试点。根据理财登

记中心统计，截至今年5月底，11家理

财公司通过10家银行在10个试点地

区累计发行养老理财产品51只，投资

者累计购买金额约1005.55亿元，共

有46.65万个投资者购买。

随着个人养老金账户开立，今年2

月10日，首批个人养老金理财产品发

售，根据中国理财网发布的数据显

示，4家理财公司共发行18只个人养

老理财产品，累计销售规模达到7.63

亿元，截至6月27日，有10.9万人通

过个人养老金购买了理财产品，平均

每个投资者购买7000元，占全年可

购买额度的58%。

中国银行相关部门负责人说，可

以综合自身的退休年限、投资目标、风

险承受能力等，积极参与个人养老金

资产配置，通过个人养老金专属产品

的长期投资、分散配置，为退休后的养

老生活提前做好储备。

创新适老化产品供给 营造安全放心的消费环境

老年消费者更期待安全放心的消

费环境。记者在采访中了解到，不少

老年人喜欢网上购物，但购买首饰、家电、家具等比较贵重的商品时，还是比较慎重，更愿意从实体店购买。他们

担心上当受骗，后期维权难。老年人

希望相关部门进一步加强执法，严厉

打击假冒伪劣、夸大产品效果等欺

老年消费者的行为，同时完善老年人

维权机制，畅通渠道，优化老年人的售

后服务，让老年人敢消费、愿消费。

近日，亿邦智库发布的《2023年银

发人群消费趋势洞察报告——家用电器篇》显示，从天猫供需指数看，“适老”家电行业需求侧涨幅远超供给侧。2022年天猫“适老家电”商品的搜索量同比上涨200%，需求主要集中在集成家电、冰箱、洗护等类别，和环境健康、居家生活、个人护理等类别。消

费者更加追求产品的便捷性、安全性、功能性、健康性。

打造线下适老化消费场景和产品

空间广阔。业内人士指出，实际上，适

老化需求是一项综合性需求，需要多

个产品搭配，组合成一套完整的解

决方案，才能实现无障碍、智能的看护

和护理。招商银行相关负责人说，招商

银行通过线下适老化产品，提升了招

商银行的服务质量，提升了客户满意度。

不仅是实物商品需求，老年人的

服务消费需求同样旺盛。麦肯锡发

布的最新一期《中国老龄化社会趋势

洞察报告》显示，中国老年人口服务

需求正在快速增长，预计到2050年，