

来源：文汇报

养老产业如何正视供给与需求错位？

■本报记者 李晨琰

“当前，针对老年人员研发的智能产品不少，但愿意为此买单的老年人还不多。再看我国养老机构，床位利用率刚刚超过一半，因为很多老人还不愿走进养老院。”

日前，在中欧国际工商学院

举办的社会保障与养老金融高峰论坛上，一位学者所述的现象引起不少人的共鸣。

第七次全国人口普查

数据显示，我国60岁及以上人口占比18.7%；65岁及以上人口占比13.5%。一方面，我国老龄化进程加快，养老产业前景看好。另一方面，虽有庞大的市场需求，却难以转化为现实的购买力。在与会专家看来，究其根本仍是供给与需求的错位，“银发经济”是众多产业部门的集合，只有结合老龄化的不同阶段，满足老年人多层次、高品质的健康养老需求，才能找到符合我国老年人消费需求的“银发经济”发展之路。

养老市场要“跟着需求走”

过去三十多年，中国的老龄化进程

不断加快，从第一次全国人口普查

到第七次全国人口普查，老年抚养比从7.4%上升到接近20%。中欧国际工商学院院长、中欧社会保障与养老金融研究院学术委员会主席汪泓教授说：“近年来，我国的生育率走低，与此同时，老龄化程度不断加深。”据预测，我国将于2025年达到老龄化“高峰”，老龄化人口数量居高不下，随之进入“高原”模式。

“今年开始，中国婴儿潮出生的人口进入大规模退休年龄，这意味着今后三十年，中国老龄化将持续加速并维持一个庞大规模。老年人口绝对数量激增，养老服务需求在未来三十年会

高速增长。”上海管理科学学会名誉

理事长、上海交通大学安泰经济与管理学院原院长王方华

说，可眼下，中国养老市场的一个典型观点是“有需求、没市场”，即庞大的需求尚未形成现实的购买力。

“如果从养老市场的购买力、购买的销售总量来看，这个观点是成立的，我们的养老市场还未真正形成。”王方华说，整体来看，相比于花钱买享受，出生于1960年前人群的消费观念更保守，他们更乐于“捂住”口袋里的钱，为孙辈的需求“买单”

”。

“但如果从营销学角度看，需求有不同层次、不同规格、不同阶段、不同内涵。找到目标市场，满足目标市场用户的精准需要，这个市场就会变成现实的市场。”王方华直言，从这个角度看，“中国养老有需求没市场”的观点又是站不住脚的，其根本问题是供给与需求错位，“若想真正形成市场，必须满足需求，跟着需求走。”

养老服务产业须抓住机遇

那么，老年人的养老需求到底在哪里？调查显示，在力所能及的情况下，老人更愿意在自己熟悉的社区居家养老。但问题在于，每位老人的日常养老服务需求非常零散，比如，有些每天只需要1小时服务，有些需要2小时、3小时不等。

“一般的养老机构看不上这些零星的需求，认为服务成本高、且不好管理。由于居家养老需求分散，多数养老机构并不愿深耕居家养老。”王方华说，但根据管理学的“长尾理论”，这些分布离散的服务需求如果集中起来，总需求量将非常可观，并具有规模效应。

当供给与需求相匹配时，自然就激发出了现实购买力。而随着人均寿命不断延长，高龄老人和失能失智老人绝对数

增加，养老刚

性需求还将不断攀升。中国

养老金融50人论坛秘书长、清华大学社会科学学院

特聘教授董克用认为，老龄化社会首先必须关注健康期和康复期老人的需求，提供相应供给，注重发展康养产业，这将成为老龄化社会经济发展的重要组成部分。

然而现阶段，我国“银发经济”福利色彩仍十分浓厚，尚未形成有效的商业盈利模式，这与老年人的消费观念、产业供给侧等多种因素相关。而在未来，当70后、80后甚至90后老了，他们的消费观念将更积极——舍得为物有所值的养老服务花钱。

“随着人口结构变化，老年人必将成为未来几十年最受欢迎的消费者群体，他们的消费趋势也将从关注基本需求转向注重生命精彩度和娱乐体验的提升。”复旦大学老龄研究院院长彭希哲

教授认为，当老年群体对品质消费越来越看重时，养老服务产业必须抓住机遇，在转型中迎来一片新蓝海。