



通州区“银发经济”调研报告出炉 在医疗保健上花钱,值!?

本报记者 冯维静

随着老龄人口逐步增多,银发经济热度攀升。街头老年用品店数量渐增,从舒适老年鞋到智能健康监测设备,商品品类日渐丰富;旅行社“夕阳红”线路火爆,老人们结伴出游兴致高;电商平台上,养生食品、文娱产品等纷纷被加入老年人的购物车。这一系列适老产品热销的背后,是老年人消费需求的多样呈现。“银发经济”已成为社会经济发展中不可忽视的一大领域。

《通州区银发经济专项调研报告》近日出炉。数据显示,通州区的老年人消费意愿榜单前三位分别是:医疗保健、食品烟酒、生活用品。老年人的消费观念在发生转变,从传统的“养老”走向“享老”,从“功能性消费”过渡到“体验式消费”,老年人对生活质量的要求也在不断提升,他们更愿意在健康、旅游、娱乐等方面投入资金,享受更加丰富多彩的生活。

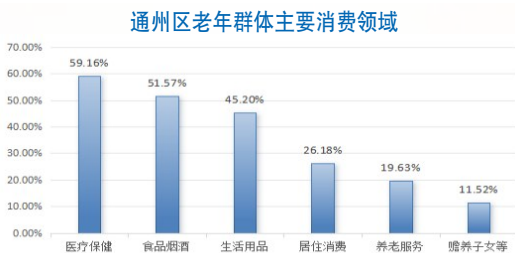
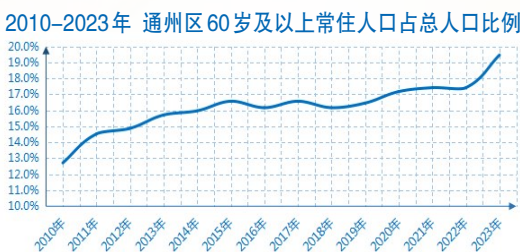
更愿意在健康旅游上花钱

为深入探究通州区老人的主要消费领域,国家统计局通州区调查队于年初展开了全面且细致的专项调研。调研伊始,调查人员深入通州区各个乡镇、社区、老年活动中心以及老年人生活密切相关的场所,采用随机抽样与定点访谈相结合的方式,与众多老年人进行面对面交流。

潞河医院体检中心是老年人聚集的高频场所。70岁的王奶奶向调查人员展示手中的体检报告,“现在我每年都定期来体检,身体有啥小毛病也能早发现。平时还会买些靠谱的保健品,为健康多投资嘛。”同在体检中心,刚做完一系列检查的刘大爷,脸上带着轻松的神情,感慨道:“以前总觉得能省则省,现在明白了,健康才是最大的财富,在医疗保健上花钱,值!”

一旁的健康咨询角,更是呈现出一片交流热烈的景象。不少老人在体检后,自发地围聚在这里,他们或坐或站,手中拿着各种保健品的宣传资料。老人们认真地交流养生经验,讨论哪种保健品性价比高。一位阿姨拿着一款保健品的说明,向周围的老人询问意见,大家你一言我一语,对成分、功效、价格展开深入探讨。调查人员现场记录下这些生动的场景与老人们的真实想法,从这些细节中捕捉老年人对医疗保健消费的重视。

国家统计局通州区调查队年初开展的专项调研显示,医疗保健已成为通州区老人的主要消费领域。2023年,通州区60岁以上常住人口达35.9万人,占比19.5%,相比2020年七人普时,人口老龄化程度加深,老年群体消费基础扩大。加之退休金增长机制,老人经济能力提升,消费观念从“养老”向“享老”转变,对生活质量要求提高。在调研中,59.2%的受访者将医疗保健列为主要消费领域,超越食品烟酒、生活用品、居住等支出。同时,在消费过程中,老年人更愿意选择性价比比较高的产品和服务,体现了理性、务实的消费态度。调研显示,80.3%的受访者在购买商品和服务时最看重价格,69.2%的受访者比较关心质量问题,仅有12.3%的受访者会关注品牌。



需求:老年用品供应亟待提高

“目前社会上有一种误解,认为银发经济指的就是养老院,实际上我们应该打开视角。”区民政局老龄事业发展中心有关负责人告诉记者,银发经济不仅是养老产业和养老服务,还涵盖健康、安全、精神文化和社会价值实现等多维需求。对于如何提升活力老人的生活品质,提供更符合市场需求的适老化产品等问题,都需要通过科学调研找到答案。

调查发现,虽然市面上老年用品店数量渐增,但商品多为健康监测等设备,针对老年人商品及服务供给仍存在诸多不足。产品种类上,老年用品供应和研发难以满足多样化需求,功能传统、缺乏创新设计,优质产品少;服务供给方面,针对高龄和失能老人的专业护理服务不足,智慧养老和远程医疗服务处于起步阶段。

此次调研报告显示,71.2%的受访者认为当前产品和服务能满足或基本满足需求,但24.6%的受访者认为不太满足,4.2%的受访者表示完全不满意。尤其是农村和偏远地区养老服务资源匮乏、设施落后、内容单一,养老服务市场不规范,人才短缺、专业化水平低。而且老年人法律知识和维权流程了解少,在网络购物等场景中易遭遇消费侵权,如养生保健、老年旅游市场乱象频出,严重打击消费积极性。同时,公共设施及智能产品适老化改造滞后,69.1%的受访者希望完善社区养老服务设施,65.9%的受访者期望增强无障碍交通设施建设,63.1%的受访者表示希望加强老年医疗保健设施建设。

调研报告建议,构建差异化、个性化消费供给市场,促进消费潜力释放。比如低龄且健康的老年人,其消费能力更强,主观性消费意愿更高,更加愿意接受诸如适老化产品、居家环境改造、线上消费等新兴的消费形式,而失能半失能老年人的消费项目多集中于医药、康复等方面。老年群体逐渐形成层次分明的消费格局。要立足通州区老年人需求的结构与特点,引入PPP (Public-Private Partnership, 政府和社会资本合作模式) 运营模式,提高产品和服务供给的个性化、智能化和个性化水平,提供高质量消费体验。此外,产品和服务应在传统的医养领域外,拓展至教育、文娱、金融及法律援助等方面,以满足不同群体的消费需求。

困境:低龄老人“触网”风险高

随着互联网技术的普及和智能手机应用的便捷化,越来越多60—69岁的低龄老人积极地融入数字生活。他们熟练掌握智能手机等高新科技设备,积极参与使用线上购物、预约挂号等功能。调研显示,52.8%的低龄老人偶尔上网购物,25.7%的低龄老人经常上网购物。在网络体验方面,86.5%的受访老人对互联网带来的便利满意,认为能拓宽社交圈子,方便获取信息和享受服务,但13.5%的受访者因网络虚假信息等问题表示不太满意或不满意。

在中仓街道的老年活动中心,专门设置了网络学习角,有志愿者指导老人使用互联网。正在学习网购的赵奶奶说:“现在学会网购后,买东西方便多了,像一些生活用品直接就能送到家。不过有时候也担心买到假货,还是得小心。”而经常网购的孙叔叔则分享经验:“网购得多了,慢慢就知道怎么筛选靠谱的商家了,而且网上商品选择多,能挑到更合心意的。”他常常在午休后,坐在家中沙发上,熟练地打开购物APP,浏览各类商品,遇到合适的就下单,等待快递送货上门。

不过,记者也发现,不少年轻人在社交平台求助:“如何‘戒断老人直播购物瘾’”。不少人提到家中老人沉迷直播间购物,花费从几千到上万元不等,且购买的商品中,大部分是“三无”产品。在老人们热衷的直播中,养生课直播颇受欢迎。有些主播不断引导大家添加微信,手把手教老人绑定银行卡或移动支付,添加收货地址并下单。对此大家担心,所谓的“免费养生课”只是诱饵,为的是后期捆绑销售高价药品或服务。

此次调研报告也指出,由于老年人对法律知识和维权流程的了解相对较少,他们在遇到问题时往往不知所措,难以有效维护自己的合法权益。一方面导致老年消费者的经济损失,另一方面打击了老年群体对市场的信任度和消费积极性。调研显示,在网络购物中,持不满意态度的受访者认为网上购物平台上图片与实物差异较大,存在不良广告诱惑,假冒产品多等问题,尤其是养生保健、老年旅游等消费领域更易成为老年人消费侵权的重灾区。

建议:鼓励企业多层次开发市场

为应对人口老龄化,加强老年民生保障,2022年,国务院印发《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》,其中明确要发展壮大老年用品产业,加强老年用品研发制造,大力开发满足老年人衣、食、住、行等需求的老年生活用品。2024年,国务院发布《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》,这是国家出台的首个支持银发经济发展的专门文件。

“大力发展老年用品产业,不仅能给老年群体带来便利,对养老产业而言也是一个很好的发展契机,企业投资应该持长远眼光。”中国人民大学人口与健康学院副教授张航空认为,银发经济未来大有可为,现阶段的重点是通过社会保障政策提升老年人的消费能力,同时,政府应该强化监管,减少消费市场的乱象。他认为,要想让老年用品真正进入寻常家庭,全社会首先应该形成爱老敬老的氛围,要鼓励企业、商家线下多开设老年用品实体店。考虑到老年用品超市可能面临经营负担,政府相应的扶持政策、优惠政策也应持续推进,以减轻企业、商家的经营压力。

