

老龄化社会来临 智能护理大有可为

张秀娟



【市场主张】
希望智能化科技能更多、更好地引入养老领域，希望我们每一个人，都能体面度过人生的最后阶段。

最近，《当一位北大教授成为24小时照护者》，在朋友圈刷屏。这个故事的主角是北大知名教授胡泳，他的母亲今年85岁，是阿尔茨海默症重度患者。胡泳教授从一个原来意气风发的学者，变成了24小时护理员，每日并

到换尿布、擦屎擦尿、洗澡、洗床单、做饭的自动化程序里。

24小时不离人的看守、巨大的精神压力、高昂的护理费用……失能老人的照护已成为亟待解决的社会痛点，“一人失能，全家失衡”更是道出了多少家庭在照护失能老人上的艰辛。

国家统计局发布的数据显示，2023年末全国60岁及以上的老人已经达到2.97亿人，占总人口的21.1%。据我国第七次人口普查数据，60岁以上的老人中，失能和半失能的老人超过4400万人，占老年群体的16.6%。这意味着，在每6个老人中，就有1个是失能老人。

什么是失能老人？按照国际通行标准，吃饭、穿衣、上下床、上厕所、室内走动、洗澡6项指标，一到两项“做不了”的，定义为“轻度失能”，三到四项“做不了”的定义为“中度失能”，五到六项“做不了”的则定义为“重度失能”。

这4400万人怎么养老？目前来看，主要分为三类：第一类是在家养老；第二类是养老机构养老，也就是进养老院；第三类是常年住院。

按照我国的养老规划9073，90%的老人是在自己的家里养老，一旦进入失能半失能的阶段，就需要不同程度的医疗护理和长期照护服务，也就是护理员。但是，护理员现在成为了最稀缺的人才。据统计，我国对于养老护

理员的需求达到600万名，但目前相关从业人员只有50万人。

除了护理员队伍培育及社会保障机制之外，“智能护理”成为解决这个矛盾的关键。

目前，护理机器人市场的产品，主要包括帮助老人移动、大小便、洗澡、喂饭、看护的机器人。另外，智能护理床、智能报警纸尿裤这几年市场份额也在快速上涨，智能护理床年复合增长率为12.5%。

大小便智能护理机器人，能自动感应使用者的大小便排泄情况，并通过真空水气分离技术进行多级系统处理，实现大小便的自动清洁与烘干，给使用者24小时无人监护的陪伴，让老人大小便更加简单，维护了老人自己的尊严。

只听说过全自动洗衣机，多数人从来没有体验过全自动洗烘一体机，它能让行动不便的老人轻松洗洗澡。用户只要躺进去，开启自动模式，就可以等着洗白白了。它会贴心地帮你涂沐浴露，洗刷刷之后帮你烘干，之后再涂上润肤露……除此之外，它还能做汗蒸、芳香SPA、声音SPA等。

从今年1月起，斯坦福大学研发出来的MOBILE ALOHA机器人更是可能成为你家里的“家务能手”：早晨拉开窗帘、打扫房间、浇花、煮咖啡、洗衣服、倒垃圾、逗弄宠物猫玩耍，甚至用

电动剃须刀为老人刮胡子，然后铺床叠被、服侍主人上床后掖好被子、关灯退出，最后还自行插上插头为自己充电。它甚至还会做干贝烧鸡、蚝油生菜这些粤菜。如果这个智能家政机器人未来大规模推广，将会大大缓解千万个家庭照顾老人的压力。

也有人表示怀疑，护理机器人是冷冰冰的，无法与人有情感交流，更无法产生与子女相似的情感依托和温暖。但是，这或许正是它的优势。机器人不会计较人的不良情绪，也不会嫌弃老人的种种异常的生理状况，更不会讨厌这份工作。而且，在实际操作中，机器人也不是完全替代亲人照护，它可以作为“帮手”，把亲人从辛苦繁琐重复的工作中解放出来，用更愉快的精神面貌面对老人——这或许就是解决中国未来无数老年人护理难题的重要方式。

胡泳教授说，世界上只有四种人：曾经是照护者的人，现在是照护者的人，即将成为照护者的人，以及需要照护者的人。

现在，我国已经进入深度老龄化社会。很多人的父母都已经老了。我们自己也正在老去。养老和被养老，是所有人都必须面对的难题。希望智能化科技能更多、更好地引入养老领域，希望我们每一个人，都能体面度过人生的最后阶段。

（作者系养老创客会联合创始人）

车企竞争新趋势：技术向上 服务向下

李羊



【羊羊大观】
通过为车主开车门这种细节，汽车企业高管躬身一线，传导到下面员工，消费者能看到企业对客户的关怀和体贴，这不仅能够收获流量，也能收获消费者的忠诚度。

4月15日，长城汽车董事长魏建军开启其个人直播首秀，直播展示长城汽车无高精地图全场景NOA，魏建军

开启其个人直播首秀，直播展示长城汽车无高精地图全场景NOA，魏建军上阵直播引发关注，与余承东、雷军、李彦宏及蔚小理三位新势力不同，长城汽车并不属于新能源车造车新势力，而是传统老牌汽车品牌。在这场“真无图、真挑战、长城汽车智驾系统”的直播中，魏建军坐在主驾驶位上，一改此前低调的风格。

此前，长安汽车董事长朱华在全球伙伴大会上也是为自家汽车呐喊，从近几年的汽车新品发布会来看，一些传统车企一把手已经从幕后来到台前，直面公众，为自家的产品发声造势。

再来看小米汽车，4月18日雷军在抖音进行直播，顺势而上，聊聊SU7开售这些天的事情，让线上的网友通过视频参观小米汽车的北京体验中心、交付中心及展厅，介绍从外观颜色到性能等，从网络段子到互动问答，又是给产品做了一次线上发布会，播放不到一小时，流量破一亿之众。

根据数据，2023年我国汽车产销量均首次突破3000万辆，多项指标创历史新高，技术研发在不断迭代中创新突破，但汽车后市场涉及的链条颇多，服务也愈发呈现复杂性和多样性，各种疑难杂症，需要服务手段、能力不断下沉。擅长掌握流量密码的小米汽

（作者系财经专栏作者）

为什么爱穿牛仔裤的人少了

蒋光祥



【灵光一闪】
人们在物质丰富之后，迎接的是精神层次的多元。牛仔裤不再能够代表时尚，恰恰也说明了这个时代更加时尚。

随性、洒脱、百搭的牛仔裤似乎已经在国内走下神坛，除了极个别跨国品牌，已经很少能在中国一二线城市的热门商圈看到卖牛仔裤的店面。以往，多个国内服饰品牌会专门在自家产品中推出跨界牛仔系列，现在基本也看不到了。无他，销量不行，买牛仔裤、穿牛仔裤的人少了。好在牛仔裤最后的消费阵营还没有塌台，那便是互联网大佬标配的硅谷牛仔风。对于现在国内互联网创投圈来说，致敬苹果创始人乔布斯的必备装备，就包括三宅一生黑上衣、新百伦运动鞋、Levi's牛仔褲。小米专卖店曾有雷布斯雷军同款牛仔褲在售，每条近两百块的售价不算便宜。

笔者作为一个从学生时代就穿不惯牛仔褲的人，看到曾经的时尚神品牛仔褲有今天的境遇，还是有点百感交集。笔者当初坚决不肯跟风穿牛仔褲的原因很朴实，那便是牛仔褲布料太硬，穿上很不舒服，褲型对男生裆部也很不友好。穿着牛仔褲走路，如同古代士人穿了盔甲一般，对于不从军出征的人而言，实在没必要穿。在笔

者学生时代，洗衣机尤其滚筒洗衣机还不是一般家庭的标配，大多数人的牛仔褲只能手洗，比较费劲。好在牛仔褲不用常洗，一年意思个两次就差不多了，反正多数牛仔褲本来颜色就很接地气，容易和污渍不分彼此。当时，一些牛仔褲品牌是号称一年只需要洗一次，并以此为荣。细一想，牛仔褲的精神起源于美国西部牛仔片，人家穿牛仔褲是淘金工作需要，耐脏耐磨，也的确不用天天洗。

当然，有一点必须要承认，牛仔褲风行九州的时候，一件褲子常年不换还能凸显个性，照样潇洒的背后，是大家都没什么钱。倾其所有，来一条牛仔褲，能天天穿，还能穿个几年，实在是普通家庭的不二之选，布料硬点就硬点。虽然后来牛仔褲的种类和款式开始多样，尤其是布料质地开始朝人性化靠拢，人们口袋也开始充实了之后，但同样的服饰选择面也大了许多，李宁、匡威开始出道，直到如今的各大运动品牌百花齐放，以及不少女士直接用用来出街的瑜伽褲大行其道，留给牛仔褲的机会越来越少了。不少人

富裕了之后不穿了，摊牌了，谁愿意一天到晚只穿那件硬戳戳的褲子？以前是钱少只能买一条，那就挑牛仔褲。现在是多买几条也无所谓，自然是怎么样舒服怎么来了。不信的话，可以站在街头随机观察一下，除了职业装，穿运动褲、休闲褲的是不是比穿牛仔褲的多了去了。即便是对于硅谷牛仔风，也有互联网大佬迄今不跟风，很多互联网大佬走的是比尔·盖茨的休闲风。

凭借一件牛仔褲，可以化身为一个与命运抗争的斗士，仿佛有着超然物外的精神，这样的时代可能已经过去了。如今，人们在物质丰富之后，迎接的是精神层次的多元，不光是因为不下工地才不穿牛仔褲。牛仔褲不再能够代表时尚，恰恰也说明了这个时代更加时尚。不过，话说回来，时尚这个领域，向来就是三十年河东、三十年河西的事情，也许过了若干年之后，牛仔褲兜兜转转就又会回来引领潮流了，只不过那时一条褲子的涵义不会再有这么深。

（作者系财经专栏作者）

理性看待北向资金在A股市场的作用

付英俊



【付之一说】
分析发现，2020年以来，北向资金的交易属性越来越明显，投资行为逐渐短期化，甚至很多时候成为A股走势的反向指标。

引入北向资金是我国金融业对外开放的重要步骤，也是助力A股市场国际化的重要力量。作为A股市场的重

要资金主体，北向资金在推动我国资本市场高质量发展中发挥积极作用。

北向资金为A股市场提供高水平的流动性。高水平的流动性是A股市场高质量发展的体现。从金融服务实体经济视角看，充足的流动性可通过治理效应提高投资效率，增加研发投入创新能力，改善上市公司绩效，进而促进实体经济的发展。此外，充足的流动性还有助于维护资本市场稳定，防范系统性金融风险。北向资金具有示范效应，能通过信息机制带动境内投资者的参与和关注；还可通过竞争机制引入内资对手盘，促进价格发现，进而整体提高A股市场流动性。截至2022年11月底，北向资金8年累计成交额达89.4万亿元，累计1.7万亿元资金净流入A股市场，2022年北向资金交易金额占A股总交易额的比例达5.2%，北向资金已成为决定A股市场流动性的重要力量。

北向资金是促进A股市场国际化的加速器。我国股市的国际化是一个逐渐积累、不断提升完善、不断改革开放的过程。2014年沪港通和2016年深港通的开通，以及QFII、RQFII等多种投资渠道的建设为香港资本和国外资本进入A股市场提供了便利的渠道。北向资金使A股市场与国际市场联系更加紧密，增加了A股市场对外部信息

变化的敏感度和反应能力。北向资金进入A股市场，带来成熟的境外机构投资者和成熟的投资理念，使得A股市场更加符合国际标准和规范，提升了A股市场在国际上的知名度和吸引力。

随着我国资本市场对外开放程度的扩大，北向资金对A股市场的影响不容忽视。北向资金由于自身的结构特点，体现出一定的“聪明资本”特征，受到境内投资者特别关注。一些境内投资者将北向资金视为A股的风向标，认为北向资金的进出决定着A股的涨跌，盲目追随北向资金。然而，事实上，北向资金并非A股的风向标，更不能决定A股市场走势。普通投资者追踪北上资金进行投资，无论在短期还是长期投资中都很难获利。过度渲染北向资金，夸大其前瞻性指向作用，容易引起境内投资者交易误判，加剧A股市场交易波动和投资者情绪变化。

首先，北向资金的持股规模在A股市场中占比有限。从股市上涨的本质来看，资金是推动股市上涨的原始动力，资金的流入在某种程度上意味着后市股市有望受到追捧。最新数据显示，北向资金持仓市值占A股流通市值比例在3.2%左右，而公募基金持股占A股流通市值的比例约为8.9%。此外，私募基金、险资的持股规模也相对较

高。北向资金的资金规模和持有A股市值占比有限，因此，北向资金不具备所谓的机构“定价权”，更不能决定A股市场走势。

其次，北向资金不能完全代表外资多空情绪。除了经过沪深港通渠道进入A股市场外，外资还可以通过QFII、RQFII投资A股市场。因此，北向资金不能代表外资全貌。投资者通常视北向资金为一体化，但北向资金是由数以万计的账户组成，每个账户的交易方向并不一致，每日披露的北向资金流入流出的汇总信息，不能完全代表北向资金的一致看法。此外，北向资金的构成复杂，既有长线配置型资金，也有短线交易型资金，既有主动管理型资金，又有被动跟踪型资金，难以从汇总后数据判断具体哪种类型的资金在流入或流出。

第三，北向资金并非一直是“聪明投资者”。杰米·格雷厄姆在《聪明的投资者》一书中提出“聪明投资者”概念。“聪明投资者”具有更好的专业知识来有效获取和处理信息，能够获得超额收益，以投资收益率来界定“聪明投资者”在投资实务中已有应用。北向资金曾经明显获得超额收益，但仅在少数年份出现。随着市场环境悄然发生变化，北向资金已不再那么“聪明”。2020年以来，北向资金的交易属

性越来越明显，投资行为逐渐短期化，甚至很多时候成为A股走势的反向指标。数据显示，从2014年至今的十年里，北向资金收益率仅有五年高于Wind全A指数，并未实现长期稳定的远超大盘的高收益。

北向资金流向受到境内投资者广泛关注，主要是因为A股市场交易信息披露不对称。北向资金交易的信息披露具有频率高、范围广的特点，远超A股其他类型资金。在频率上，北向资金交易信息在盘中、盘后均实时披露，个人投资者和机构投资者均可获取盘中实时披露的北向资金流入流出情况。在范围上，北向资金交易披露成交个股、成交额、持仓量等详细信息。而相比之下，A股市场上公募基金、私募基金、保险资金、社保基金以及券商自营等机构投资者交易信息只在定期报告中略有披露，且存在滞后性。目前而言，A股市场投资者的结构仍然以散户投资者为主体，这种交易信息披露的不对称容易导致散户投资者过度关注北向资金动向，盲目跟踪北向资金进行操作。北向资金交易信息的高频广泛传播进一步放大其对A股市场带来的情绪和波动。与此同时，由于机构投资者的信息收集分析能力、投资决策能力远超过散户投资者，北向资金交易信息向全

市场公开，有可能加大机构投资者的信息优势。机构投资者与散户投资者在北向资金信息使用上的不平衡，叠加媒体过度渲染，极易导致散户投资者对市场的误读误判。

A股市场在一定阶段形成的投资风向，是由各种类型的资金在相互博弈中形成的，中小投资者应理性看待北向资金的动向与影响。一方面，中小投资者不应过分倚重北向资金交易信息数据，盲目追随北向资金进行择股择时操作。另一方面，监管部门应完善信息披露制度，改正A股市场信息披露的不对称，实时公布公募基金、私募基金、保险资金等资金的进出动向，保障市场整体信息披露的公平性。此外，信息披露并不是应该毫无保留地提高信息公开度。相关研究表明，信息公开度与社会福利呈现倒U形关系，当信息公开度超过一定程度时，社会福利会降低，信息披露并非越多越好。因此，监管部门在披露北向资金交易信息时，应结合A股市场发展阶段、投资者结构和信息披露惯例，考虑进一步从盘中实时交易信息披露，适当减少披露内容或降低披露频率。

（作者系武汉大学金融学博士，供职于中国建设银行湖北省分行，高级经济师，研究员）