

优化银发经济发展路径 破解“政策热、市场难”

黄松松

2024年1月国务院办公厅颁布《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，实施一年多以来，一方面，社会各界普遍认为，银发经济是极具发展潜力的新赛道；但另一方面，市场主体也普遍反映“政策热、市场难”，运营困难状况没有根本缓解，一些领域同质化竞争、价格内卷现象突出。有学者认为，当前对银发市场规模和发展前景的估计过于乐观，一些领域出现了产能过剩。究竟如何把握我国银发经济的发展态势，“十五五”时期又该如何优化政策措施，以实现银发经济的高质量发展？

当前我国银发经济的发展态势

一方面，在政策和市场的双重推动下，我国银发市场主体持续活跃，重点领域持续升温。据全国组织机构统一社会信用代码数据服务中心的数据，截至2024年12月31日，我国养老服务相关企业约有16万家，比2023年底增长24.36%，其中康复护理、老年教育、医疗疗养等相关行业取得较快发展，增速分别为36.05%、34.15%、31.26%；我国各类养老相关社会组织共有约1.65万家，比2023年底增长2.12%。从消费热点看，适老化改造、智慧养老、银发文旅等领域需求加快释放。住房城乡建设部数据显示，2019年至2023年，全国累计新开工改造城镇老旧小区22万个，加装电梯10.8万部，增设养老、托育等各类社区服务设施6.8万个。2024年商务部、国铁集团等单位开通“一钱多游、错峰旅游”银发列车服务，迅速成为新的消费热点，银发旅游人数已占据全国旅游总人数的20%。市场主体的快速增长是行业发展的基础和根基，重点领域的升温有利于增强市场的信心，形成以点带面的示范效应，推动银发整体市场的全面活跃。

另一方面，当前我国银发经济的政策堵点和市场难点仍然客观存在。银发经济的发展短期看需求、长期看供给。我国宏观经济正同时面临需求收缩、产能过剩、预期转弱三重压力，尽管老龄化不可逆转，未来银发市场规模持续扩大是确定的，但银发市场规模不仅取决于老年人口规模，更取决于经济整体发展状况、银发群体消费能力的提升，以及家庭消费意愿的持续释放。当前比较突出的认识误区是错把潜在需求视作有效需求，弱化了对于

银发经济发展不确定性和困难与风险的评估。事实上，“未富先老”的现实国情决定了我国银发市场供需结构性失衡的矛盾还将长期存在，老年人和备老人群“买不起服务”和“有钱买不到称心的服务”的现象仍将持续一段时间。如何在银发消费换挡增速时期解决制约需求释放的障碍，是银发经济可持续健康发展的关键。必须准确把握我国银发经济发展的阶段性特征，破除传统的认识误区和路径依赖，用积极老龄观、健康老龄化观的新思维来冷静思考、科学应对。

我国银发经济发展的阶段性特征

从全球老龄化先行国家经验看，进入轻度老龄化社会，银发需求主要集中在生活照料等服务上；进入中度老龄化社会，高龄、慢病、失能风险日益普遍化，对长期照护的需求凸显。同时，低龄活力老年人的旅游、教育、社会参与等多元发展需求愈发凸显；而步入重度老龄化社会以后，银发族的金融投资等个性化需求释放，整体的国民经济与产业都将银发化。

中国银发经济的典型性特征是银发需求的多层次性、异质性，不同银发群体的经济条件、消费诉求和行为特征不同，不同地区发展银发经济的资源禀赋条件和主导业态也各不相同。目前已有近30个省份进入老龄化社会，其中12个省份进入重度老龄化社会，一些地区的重点在满足基本养老服务需求，而一些超大城市银发消费正向多领域扩散。预计到2035年左右，我国将进入重度老龄化阶段，经济的逐步银发化也在所难免。

必须立足国际国内两个市场。尽管我国是世界上老年人口最多的国家，占全球老年人口约四分之一，但“未富先老”的基本国情决定了与发达国家相比，我国银发市场的消费能力、消费层次偏低。培育银发经济必须融入双循环，依托国际、国内两个市场，既要立足国内需求，也要提前布局、长远谋划，义无反顾地占领全球银发分工的主动地位。单纯从国内市场出发，认为我国老年人没有“花钱爱服务”的文化，“在老龄或失能后潜在需求才会变成有效需求”等认识是片面的。京东发布的银发族消费报告显示，近年来，我国银发跨境电商进口需求旺盛，出口市场快速崛起。进口商品主要集中在化妆品、食品（保健品）、日用品等领域，其中保健品占消费额30%以上，并呈向药品、医用药

械、美妆、宠物用品等领域拓展趋势。银发跨境出口以帮助老年人生活更方便的产品为主，例如康复设备、出行辅助设备、看护设备、适老化家居建材等。智能陪伴产品成为新宠，涌现出众多专注于老年人智能陪伴的创新解决方案，例如机器人伴侣、智能陪伴屏幕等。

必须运用好公共消费和私人消费两种资源。在估算银发经济的潜在规模时，既应包括私人消费，也应包括公共部门的消费，私人消费包括个人和家庭支出、政府补贴，公共部门的支出包括大数据库等涉老基础设施建设，社区养老设施和适老化改造等。2018年受欧盟委员会的委托，由Technopolis集团与牛津经济研究院合作发布的《银发经济报告》(The Silver Economy-Final report)显示，2015年欧盟有约1.99亿50岁及以上人口（占总人口的39%），银发经济支撑了超过4.2万亿欧元的GDP和超过7800万个就业岗位。这其中银发私人消费支出价值3.3万亿欧元。预计2025年，银发经济人口将增加至2.22亿（占总人口的42.9%），银发经济的贡献将上升至欧盟总增加值(GVA, Gross Value Added)的31.5%和就业的37.8%。最初银发经济发展依赖政府公共投资，重点在维持公共医疗、护理和养老金支出的可持续性上。此后，这一重点已扩展到更全面地应对人口老龄化的挑战，涉及科技进步和社会创新，以减缓公共财政的压力并释放家庭和社会的潜力，形成老龄化风险递次应对的格局。中国的现实情况是对公共部门投入相对过大，私人消费和社会资本尚未有效激活，这也是未来最具潜力的领域。由此，启动私人部门的消费成为“十五五”时期撬动银发经济高质量发展的“杠杆”。

优化我国银发经济的发展路径

加快完善促进需求释放的便利消费政策。“十五五”时期，我国银发经济的发展必然将从“政府主导的事业发展”阶段，转向“事业和产业协同发展”的新阶段，其业态发展也将从“以养老服务为主体”的养老产业，转向“养老、为老、享老、备老”的多业态发展新格局。为此，宜顺应全球银发需求发展趋势，按照“需求端激活—供给端优化—技术创新引领”逻辑进行系统梳理，在供给、需求、制度和制度层面协同发力，全面创新和完善综合性支持政策，让银发族“能消费、敢消费、愿消费”，形成银

发商品消费和服务消费共同发展、相互促进的新局面，推动银发供给与银发需求在更高层次的动态均衡。

加快完善全产业链发展的产业组织政策。对银发产业进行业态细分有利于从顶层设计、中层谋划和底层操作上推动银发经济国家战略设计的落实和地方实践。在当前的宏观形势下，对银发产业进行分类有助于提振社会资本进入银发市场的信心。许多社会经营主体先入为主地认为银发产业是利润不高、盈利困难的微利产业，实际上银发产业链条长、细分领域广、交叉和融合性强。区分来看，直接提供养老服务的基础性行业具有投资周期长、微利但长期稳定等特点，而服务于享老、备老的补充性行业具有价格弹性大、高回报等特征，科学细分银发产业的业态，构建与之相配套的统计指标体系，推进信息公开、明确社会预期就成为当前最迫切需要解决的问题。

加快完善重点领域率先突破的产业结构政策。立足中国的资源禀赋优势，应以科技创新为引领、以制造业为根基，抢占新赛道、获取新机遇。一是互联健康：开发移动医疗设备市场（如神经、心脏、呼吸暂停及睡眠监测设备）和移动医疗服务市场（涵盖预防、诊断、监测及健康管理等领域），提升诊断精准度、优化用药方案、减少药物不良反应，全面满足老年人群的健康需求；二是人工智能赋能养老服务：推动人工智能发展，以减轻护理人员负担并提高老年人自我照护能力；同时将人工智能与游戏产业结合，促进人机互动，满足情感需要。三是银发旅游：完善便利外国老年人旅游的支持政策，优化旅游产品供给。可以预计，以全球最长、最发达、最快捷的高速铁路网络，搭配丰富多样的自然风光、人文景观，中国“轨道上的银发文旅”有望成为继全球“邮轮经济”以后最具潜力的银发经济新业态。四是适老化建成环境开发（含智能家居解决方案）：支持创新型智能新建及改造家居环境，贯通健康监测和远程医疗、智能家居和安全监护、智能语音交流互动等多个应用场景，让“终端设备+智慧平台+线下服务”的居家养老模式真正落地生根。

（作者系中国人民大学国家发展与战略研究院高级研究员、老龄产业研究中心主任、老年学研究所博士生导师）

专家建言“十五五”规划

【时代风口】

警惕以稳定币为噱头的新型非法集资诈骗

李凤文

日前，北京市互联网金融行业协会发布风险提示，直指部分不法分子借“稳定币”等新型概念实施非法集资。这类行为往往披着“金融创新”“区块链技术”“数字资产”的外衣，通过编造“虚拟货币投资项目”“稳定币理财计划”等话术，以“高额回报”为诱饵吸引公众投入资金，其本质已涉嫌违法犯罪，需引起社会高度警惕。

从金融属性来看，稳定币是加密货币的特殊分支，其设计初衷是通过与法定货币（如美元、欧元）、实物资产（如黄金）或一篮子资产挂钩，对冲比特币等加密货币的剧烈价格波动，从而成为区块链生态中的支付工具。例如，USDC、USDT等主流稳定币的核心功能是在加密货币交易中充当“价值锚点”，以减少价格波动，而非投资标的，其币值稳定的特性决定了本身缺乏升值空间，更不应被视为“获利工具”。

然而，随着稳定币发行机构圈环公司(Circle)在纽交所上市首日股价暴涨168%，叠加相关概念股持续走强，市场对稳定币的关注度骤升。这种热度被部分不法分子利用，演变为新型金融诈骗的“温床”。他们刻意混淆稳定币的支付属性与投资属性，将其包装成“低风险、高回报”的理财产品，通过虚构“去中心化金融(DeFi)协议”“跨境支付套利”等概念，制造信息壁垒误导投资者。

一方面，不法机构以“前沿科技”“国际趋势”为包装，利用公众对区块链、数字货币的认知盲区，刻意放大稳定币的“创新标签”；另一方面，他们抓住部分投资者“一夜暴富”的心理，抛出“保本付息”“月收益20%”等虚假承诺，甚至通过“拉人头返利”的传销模式扩大涉及范围。实际上，这些项目往往缺乏实际业务支撑，其资金运作模式往往依赖于吸收新投资者的资金来维持运转或支付前期投资者的收益，一旦资金链断裂或项目方跑路，投资者将面临本金无法收回的巨大风险，本质是典型的“庞氏骗局”。

根据我国现行监管规则，任何未经批准的代币发行融资、虚拟货币交易炒作均属非法金融活动。《防范和处置非法集资条例》明确规定，国家禁止任何形式的非法集资，因参与非法集资受到的损失，由集资参与人自行承担。从司法案例来看，此类案件中，不法分子常通过境外服务器搭建平台、虚拟货币转移资金等方式逃避监管，一旦卷款跑路，投资者往往面临“维权无门、血本无归”的结局。

面对层出不穷的诈骗手段，公众需建立三道“防线”：一是强化认知，明确稳定币的支付工具属性，警惕“稳定币=稳赚币”的偷换概念；二是坚守常识，牢记“高收益必然伴随高风险”，对“保本保息”“稳赚不赔”等话术保持本能怀疑；三是认准资质，选择具有合法资质的持牌金融机构并通过正当渠道进行投资理财，远离任何形式的虚拟货币炒作、非法代币发行及未经批准的“数字资产”投资项目。

金融创新的边界是合规，技术进步的前提是安全。稳定币作为区块链技术的应用探索，其价值在于提升支付效率，而非成为诈骗分子的“敛财工具”。唯有公众提高警惕、监管持续发力、行业加强自律，才能遏制此类违法活动蔓延，为真正的金融创新营造健康环境。也只有投资者提高风险防范意识，才能切实保护个人财产安全，避免上当受骗。

【发展之道】

整治违规吃喝正是餐企转型之机

冯海宁

2025年1—5月，全国餐饮收入22773亿元，同比上升5.0%，呈现良好发展态势。但在餐饮业总体表现良好的同时，一些信号值得关注：部分餐企营收利润下降或增收不增利；过去一年据说近300万家餐饮门店折戟；部分星级酒店开始摆地摊；许多餐企老板感叹生意越来越难做……在此情况下，多地组织召开餐企企业座谈会等活动，是帮助餐企探索转型、走出困境的有益之举。

从多地有关方面的表态来看，餐企困境与整治违规吃喝有一定的关系。不可否认，过去不少餐企尤其是高端餐企主要靠公务宴请和商务宴请来支撑业绩。随着我国整治违规吃喝走向集中走向深入，这类餐企的日子自然就不好过了。但餐企依靠违规吃喝支撑业绩，本来就是一种病态，不可能长久，因为整治而出现业绩下滑是迟早的事。作为餐企对此应该有清醒的认识。

其实，整治违规吃喝恰恰是餐企转型的良机。其一，长期寄生于违规吃喝的餐企很难“断舍离”，集中整治违规吃喝倒逼餐企转型。其二，餐企转型怎么“转”，有关方面给出不少合理化建议，如拥抱数字、拥抱百姓、调整菜品口味和经营策略。其三，为餐企提供务实帮助，如派发优惠券引导群众消费。

其中，多地不约而同建议餐企服务回归大众市场。例如，有地方建议，拓宽家庭聚餐、朋友聚会等多元客群市场；有地方提出，正风肃纪促使行业回归大众市场。这类观点是合理的，因为公务宴请也好，商务宴请也罢，目标客群很有限，而百姓或大众市场的客群是巨大的，餐企薄利多销就有望盈利。

从最近越来越多的星级酒店摆地摊，受到消费者欢迎，取得不错销售额来看，转型拥抱大众市场是成功的。这为其他餐企转型打开一个样。不过，越来越多餐企转型大众市场，不免对原有地摊小吃经营者产生冲击，这在某些城市已有表现。可见餐企转型不宜“趟红海”，而是要做好市场“细分文章”。

需要指出的是，不能将部分餐企业绩下滑或陷入困境的原因都归咎于整治违规吃喝。事实上，部分餐企业绩不佳，是因为菜品和服务存在同质化问题，缺乏创新；部分普通餐馆客流下降或倒闭关门，从其自身原因看是缺乏特色，从市场角度看是供过于求。市场经济中，优胜劣汰本来就是正常现象。

不过，鉴于餐饮服务关乎民生，餐企存亡关乎就业、税收、经济增长等，在部分餐企面临困境、面临转型的关口，各地无论是提供建议还是提供实质扶持，都值得肯定。但转型怎么“转”，还得由餐企来决定。

【世相百态】

不可小觑的“瘦身经济”

杨婷

从今年全国两会开始，“体重管理”频频登上热搜。减肥不是一个挺私人的事儿吗，怎么突然就上升到国家高度了呢？

数据显示，我国成年人的肥胖率超过了50%，人数已经超过4亿人，全球第一。青少年的肥胖问题也不容乐观，每5个人中就有一人超重。如不控制，到2030年，中国成年人的超重肥胖率将达到70.5%，而儿童达到31.8%。

孩子胖乎乎的是挺可爱，可肥胖与糖尿病、脂肪肝等200多种疾病强相关，且有重疾低龄化趋势。治病要花钱。有研究预测，如果中国肥胖问题持续蔓延，到2030年，国家每年需要拿出4200亿元来给超重肥胖人群治病，占全国医疗总费用的四分之一还多。如此看来，肥胖这件事儿往小了说是个人健康问题，往大了说，真可能会影响整个国家经济的运转，疾病冲击的是公共医疗开支，很多国家已有先例，真不可小觑。

再从市场层面来看瘦身，减肥需求催生了丰富多样的产业——代餐食品、减肥茶、功能性保健品等琳琅满目；健身服务行业也蓬勃发展的，健身俱乐部、减肥中心不断涌现，人们经常走着路，就被浑身肌肉的帅哥拦住，注意，他不是要你的微信，而是往你手里塞传单，健身吗？减肥吗？健身的若不是人人都咽得下的，很多人选择了医美，瘦身塑形项目也呈现出快速增长的态势，据统计，2024年中国瘦身塑形市场规模增长至620亿元，占医美整体比重28%，瘦身经济的市场竞争极为激烈，也印证着人们的急切心理。

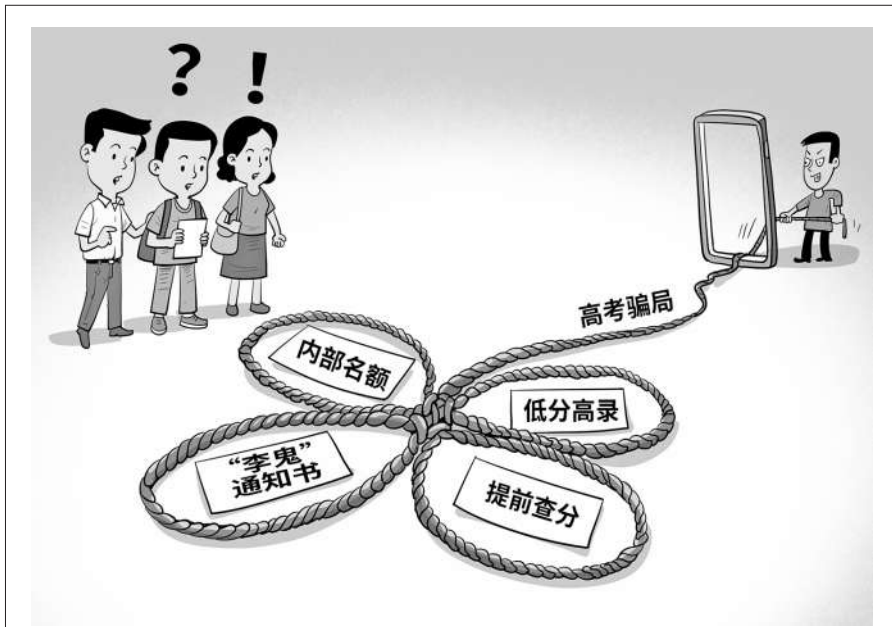
各色消费行为充满了经济学规律，更演变成一些有趣的经济现象。小美从决定减肥开始，用了一年时间减了二十五

斤，她没去健身房，而是买了各种健身器材、跑步鞋、瑜伽垫、瑜伽服等，她很少去聚餐，选择在家做饭，烹饪各种健康食物，基围虾、三文鱼，好牛肉，包括各种低GI蔬果，她算了一笔账，一年下来减了二十五斤肉，却并没有多花多少钱。反观小嘉，健身房私教就花了几万元，还买了很多代餐、减肥茶、减肥减脂的保健品……重点是小嘉还没瘦几斤——她已经在寻求吸脂及进口减肥药物的帮助了。排除对有效性减肥的探讨，从商家角度来说，肯定喜欢小嘉这样的爱爆金币的，还有那些越减越肥的，都是被商家瞄准的消费大户。

经济学家说，减肥第1天的努力和第100天的努力，对于减肥者来说心理成本是不同的，第100天的努力因为要付出更多的坚持，承受更多的诱惑，心理成本会更高。对于有些人，少吃是省了点钱，但心理内耗却增加了，例如小嘉就在减肥过程中陷入数据焦虑，每天频繁称重，精确计算每一餐的热量，一旦体重出现波动或未达到预期目标，小嘉就会陷入严重的情绪问题中，被自责、焦虑的情绪漩涡裹挟，心理问题严重了，就要去看医生，这也算是减肥心理学的——尚不知有没有“意念减肥”心理学流派诞生，顾名思义，就是心想事成，吸引力法则那一套，窃以为这绝对是个生财之路。

“瘦”字始见于《说文》小篆文中，“瘦，羸也。”本义是指肌体肉少、脂肪少，后又引申有细小、孱弱、贫穷、稀薄、减损之义。所以“瘦身经济”绝不只是减肥，有时候也指裁员，企业美其名曰“瘦身计划”，着眼于长远发展，也不可小觑。

人工智能高速发展直接取代了许多工作岗位，造成了失业，裁员重灾区涉及互联网和科技行业、金融行业、消费与零售业、制造业及房地产等，6月份外媒报



警惕涉高考录取骗局花样翻新

诗曰

围绕高考多骗局，又见李鬼通知书。
你说查分可提前，我吹录取能特殊。
最恨无良逞奸诈，可怜有人犯糊涂。
期待合力扫妖氛，从今往后莫添堵。

朱慧卿/漫画 孙勇/诗

道，谷歌近期向多个部门的美国员工推出自愿离职计划；英特尔中国预计部分部门裁减幅度要达到50%，微软将从2025年7月中旬开始在全球裁员，预计一大波华人员工将卷铺盖回国，到时候国内职代会愈加内卷。财报显示，2024年年底，阿里员工人数减少至19.4万人，这一裁员规模预计为阿里节省了不菲的成本。

这里面裹挟着一个奇怪的现象，现

在购物中心基本都变成了大食堂，餐饮业态比重迅速增大，甚至达到了六成以上的商业面积，出了购物中心的门，满街除了小门面，还有很多摊贩，贩卖的都是人间烟火，各色美食。很多夜跑的人都说“不安全”，本打算出门消耗卡路里的，结果又一顿小烧烤安排上了，人的爱好似乎只剩下“小确幸”的吃吃喝喝了，那能不胖吗？