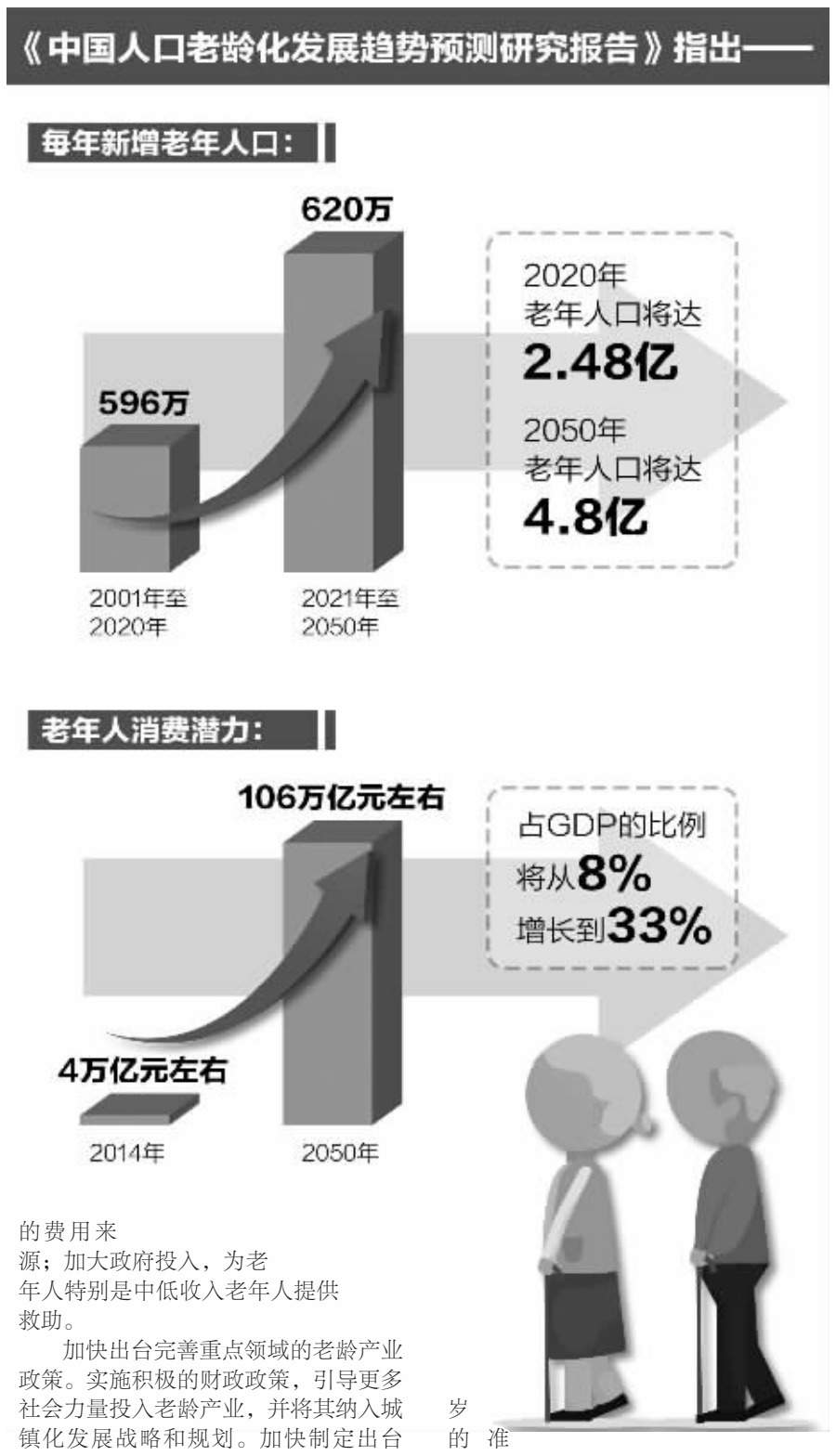
至2050年我国老年人口消费潜力占GDP比重将达33%左右——

抢抓“最大老龄市场”产业机遇

本报记者 陈 郁

视点

首部老龄产业发展蓝皮书的发布，释放出我国老龄产业日趋重要的清晰信号。到2050年，逾百万亿元的消费潜力，近36.8亿人次的老年人口就诊人次，7900万左右老年人口的养老需求……巨大的市场前景将会吸引巨量的资本进入——



日前，中国老龄科学研究中心发布我国首部老龄产业发展蓝皮书《中国老龄产业发展报告（2014）》。报告显示，我国已经处于老龄社会初期，人口老龄化进程加快释放了老龄产业发展空间，未来中国将成长为全球老龄产业市场潜力最大的国家。

老龄消费潜力将超百万亿

根据预测，2050年全世界老年人口将达到20.2亿，其中，中国老年人口将达到4.8亿，几乎占全球老年人口的四分之一，是世界上老年人口最多的国家。2014年至2050年间，中国老年人口的消费潜力将从4万亿元左右增长到106万亿元左右，占GDP的比例将从8%左右增长到33%左右。我国将成为全球老龄产业市场潜力最大的国家。

当前，中国老龄产业发展政策环境良好，市场需求逐渐释放，市场供给不断扩大，社会力量参与老龄产业的热情日益高涨，迎来了前所未有的发展机遇。老龄用品业市场日渐升温，老龄用品、辅具和保健品等需求旺盛；老龄服务业发展持续加速，以养老服务、健康服务为主的老龄服务业成为市场投资热点；老龄房地产业市场供给走旺，以房地产开发企业、保险公司等为代表的各路资本竞相投入。

报告同时指出，在看到大好形势的同时，也要看到中国老龄产业发展还存在有效需求不足、产业结构不合理、产业组织发育迟缓、产业政策不明晰等问题。在经济结构调整、政府职能转变和政府加大对老龄产业扶持的新形势下，老龄产业作为老龄社会条件下的基础性产业、支柱性产业和战略型产业，既是未来中国宏观经济的重要组成部分，也是发展老龄经济和应对人口老龄化严峻挑战的战略选择。

“要抓住老龄产业发展的机遇期，最大限度地创造老龄产业发展的有效刚性市场需求，加快出台完善重点领域的老龄产业政策，加速培育老龄产业组织，打造老龄服务网络，建立国家老龄产业核心技术研发基地等，促进老龄产业健康快速发展。”全国老龄办副主任吴玉韶说。

医卫消费需求强劲

老龄金融业、老龄用品业、老龄服务业和老龄房地产业，将是老龄产业的4个板块。

报告指出，从2013年到2050年间，中国老年人口内部将发生重要变化，这些变化都是未来开发老龄产业的重要依据。

首先，老年人口高龄化日趋严峻，80岁及以上高龄老年人口将逐步增多，2020年达到2900万，2054年达到峰值1.18亿。为此，未来开发老龄产业的整体战略布局重点应逐步转向中高龄老年人口。“失能老年人口也将大幅增长，2020年将达到4700万，到人口老龄化的高峰年2053年，将超过1亿。对于老龄用品业、老龄服务业和老龄房地产业来说，这将是一个巨大的市场。”中国老龄科学研究中心副主任党俊武说。

其次，空巢老人和无子女老人将越来越多。到2050年，临终无子女老年人将增加到7900万。“他们的老龄服务需求将变得异常强劲，并带动老龄用品业和老龄房地产业的发展。针对他们提供适销对路的产品和服务，将是一个较大的有待开发的市场。”党俊武说。

报告指出，老年人口的医疗卫生消费需求巨大。根据预测，中国老年人的慢性病患者将从目前的1.1亿例增长到2050年的3亿例，就诊人次将由当前的13.5亿人次增长到2050年的36.8亿人次，老年人口的医疗卫生消费占GDP的比重将在2050年达到5%以上。这些数字的背后，是巨大的医疗卫生消费市场。同时，老年病医院及康复护理机构建设将成为医疗卫生事业新的增长点。目前，我国老年病医院及康复护理机构建设刚刚起步，到人口老龄化高峰期，无论是基础设施建设还是器械配备、人员培训，都将产生一个巨大的产业。

报告指出，未来老年人口受教育程度将越来越高，老龄用品的设计、老龄服务的提供以及老龄房地产的供给必须充分考虑到老年人的文化品位。“这也是老龄产业向更高层次迈进的强劲推手，其间蕴含的商机无法估量。”党俊武说。

抓准战略着眼点

报告指出，从未来老龄产业的发展走向看，国家开发老龄产业的战略着眼点主要表现在8个方面。

最大限度地创造老龄产业发展的有效刚性市场需求。具体措施包括：改革完善养老、医疗保障制度，建立长期照护保障制度，为全体居民应对老年期可能的收入、疾病和失能风险创建制度性的费用来源；加大政府投入，为老年人特别是中低收入老年人提供救助。

加快出台完善重点领域的老龄产业政策。实施积极的财政政策，引导更多社会力量投入老龄产业，并将其纳入城镇化发展战略和规划。加快制定出台《国家老龄用品分类目录》和《国家老龄服务分类目录》，构建国家老龄产业标准体系和统计指标体系。

加速培育老龄产业组织，鼓励扶持现有金融机构业务向老龄金融领域延伸，鼓励兴办一批新的老龄金融专业机构，引入部分外资金融机构开展老龄金融服务；鼓励传统相近制造业转型，扶持新建一批具有竞争力的老龄用品生产销售商；培育养医护相结合的老龄服务组织，逐步推进公办养老院改革，由政府直接提供服务向政府购买服务转变，重点扶持一批居家服务机构和住养型服务机构。

构建老龄产业融资平台，建立国家老龄产业发展基金，各地建立相应的老龄产业融资平台；鼓励扶持转型的金融机构和老龄金融专业公司开展老龄用品和老龄服务投融资业务；鼓励公益基金向老龄产业拓展。

加快老龄金融创新，向40岁至59岁的准老年人群开发储蓄、证券、保险、基金、信托、房地产等新产品，重点开发综合性的、新型混业经营的老龄金融产品。

着力开发老龄用品市场，规范发展老年保健品和老年医药用品，重点开发生产康复、护理、老年日用品、助行、老年电子、老年文化产品，建设老龄用品物流配送网络平台。

打造两个老龄服务网络——住养型老龄服务机构网络和依托社区的居家养老服务网络。

建立国家老龄产业核心技术研发基地。借鉴发展高新技术的经验，把发展老龄产业核心技术纳入科技创新战略，选择3至5个地方建立老龄产业核心技术创新基地或老龄科技创新示范园，为老龄产业持续发展提供强大的技术支持。

热点点击

汽车后服务业迈向细分时代

新华社记者 韩 洁

交通运输部、国家发展改革委等10部门日前联合印发《关于促进汽车维修业转型升级 提升服务质量的指导意见》，一系列举措剑指4S店等行业垄断顽疾的同时，“鼓励连锁经营”等新提法让中外投资者看到中国偌大汽车后服务市场的潜在商机。

IBM大中华区副总裁冯国华说，中国汽车后服务业潜藏巨大的蓝海市场，怎样更好地服务约2亿车主，怎样经营好上万亿元的蓝海市场，随着行业进入细分时代，这一领域未来成长空间巨大。

统计显示，截至2013年底我国乘用车保有量1.37亿辆。业内测算，2013年中国汽车售后服务市场规模超过4500亿元，按照目前国内汽车销量增速，预计2015年整个汽车售后服务市场规模将超过7600亿元。

对国内汽车消费者来说，4S店的高大贵且不透明、路边修车店的脏乱差，国内汽车维修业水平的参差不齐，都为汽车后服务市场的细分带来机遇。

北京轮库汽车服务连锁董事长梁子强介绍，从国外发展经验看，汽车售后服务市场通常会经历小店——综合性大店——细分服务等发展阶段。相对于美国目前约2.5亿辆的乘用车保有量，中国汽车销量的快速增长让轮库看到了更广阔的国内轮胎服务市场。

“欧美发达国家成熟的汽车服务市场主要以轮胎钢圈替换服务和轮胎零售连锁店延伸出汽车保养和维修服务，而国内则以简易汽车保养快修和美容为主体。‘轮库’要借鉴欧美市场的成熟模式，并通过创新把它根植在国内，使它发展壮大。”梁子强说。

轮库成立于2008年，其母公司科昂集团是山东青岛一家大型民营轮胎出口企业。2010年国际金融危机肆虐之际，集团董事长梁子强就开始将目光投向汽车大规模进入中国家庭催生的国内轮胎“黄金市场”。

但由于国内汽车配套轮胎市场服务近九成被国外品牌占据，几年来轮库在国内发展轮胎服务连锁的战略并非一帆风顺。

此次十部门意见的发布，让梁子强看到了未来发展的希望。意见明确提出，要充分运用物联网技术，建立汽车维修配件追溯体系，保证配件供应渠道公开、透明，实现汽车维修配件可溯源、可追踪，消费者合法权益受到损害时可追偿、可追责；鼓励发展第三方的汽车维修配件认证机构，强化配件质量和信誉保证；鼓励连锁经营，促进市场结构优化等。

“十部门意见指明的方向，都将体现在我们未来的发展战略中。”梁子强告诉记者，互联网时代倒逼企业转换思维，今年双方将整合各自优势资源，一方面线下扩店，另一方面网上发展，通过对国内混杂的汽车后服务行业进行梳理，开启国内汽车后服务细分市场。

（据新华社北京10月7日专电）

重点领域 诚信

提升政府采购领域信用建设

随着我国经济社会的转型及政府采购市场的逐步开放，政府采购信用建设越来越受到关注。为此，要加强政府采购信用管理，强化联动惩戒，保护政府采购当事人的合法权益；要完善政府采购市场的准入和退出机制，充分利用工商、税务、金融、检察等其他部门提供的信用信息，加强对政府采购当事人和相关人员的信用管理。

作为一个完整的系统，政府采购信用体系还应将供应商、评审专家、代理机构等多个主体纳入管理范畴，制定供应商、评审专家、政府采购代理机构以及相关从业人员的信用记录标准，为净化政府采购市场增加一道“门禁”。另外，还应依法建立政府采购供应商不良行为记录名单，对列入不良行为记录名单的供应商，在一定期限内禁止参加政府采购活动；加快建设全国统一的政府采购管理交易系统，提高政府采购活动透明度，实现信用信息的统一发布和共享，使这道“门禁”逐渐发挥实质性作用。 （关 平）

现场

秋粮收获颗粒归仓

10月7日，内蒙古赤峰市克什克腾旗芝瑞镇广兴源村农民在收割玉米。金秋时节，我国北方重要的商品粮油大区——内蒙古自治区秋粮生产和农作物收获全面展开。

新华社记者 张 领摄

链接

中消协提示：

保健品功效宣传不靠谱

目前，在保健品（包括保健食品和保健用品）等消费领域，我国老年消费者的合法权益容易受到损害，近年来涉及老年人投诉保健品质量问题及虚假宣传问题较为突出。为此，中国消费者协会特别提醒广大老年消费者，不要轻信保健品功效宣传。

中消协指出，一些保健品经营者打着健康知识讲座、培训班等旗号，或假借政府、公益组织的名义，或以赠品为诱惑，吸引老年人听课，实际是为了宣传和推销保健品。这些保健品经营者通常会夸大保健品的功效，大多数甚至会声称其具有治疗效果。保健品说到底不是药品，不是医疗器械，千万不要轻信、不要购买那些宣称具有治疗或者辅助治疗作用的保健品。

选购保健品务必注意维权。保健品市场鱼龙混杂。在购买保健品时，要注意查看产品保健批号、生产厂家，现场索取并保留好相关票据和凭证，防止出现维权无据的情况。

老龄产业亟待金融给力

“我国老龄金融业面临金融意识缺失、产品匮乏、金融市场开发滞后等问题，迫切需要创新理念、转变战略，构建适应老龄化经济体要求的新型金融体系

“在老龄产业的金融业、用品业、服务业和房地产业中，老龄金融是重中之重。”《中国老龄产业发展报告（2014）》指出。

在西方发达国家，老龄金融是现代金融体系的主体板块，大力发展老龄金融是未来国际金融业的主攻方向。“以美国为例，2012年，美国有3.11亿人口，金融行业从业人员有621万人，其中60%从事老龄金融业。与此同时，我国有13.5亿人口，全国同期金融行业从业人员只有527万人。”中国老龄科学研究中心副主任党俊武说。

目前，我国老龄金融业面临着国民老龄金融意识缺失、老龄金融产品匮乏、老龄金融市场开发滞后等问题，迫切需要创新理念、转变战略，构建适应老龄化经济体要求的新型金融体系。

“从长远来看，应对人口老龄化的挑战，我国在金融领域的准备明显不足。”中国老龄科学研究中心战略研究所副所长王海涛说，推进包括互联网金融在内的金融创新、建立健全老龄金融体系，既是大力发展老龄产业的需要，更是深化经济体制改革、增强经济增长内生动力、打造经济发展新引擎的重要保障。

目前，我国的老龄金融发展尚处于起步阶段。总体而言，以养老储蓄为代表的传统老龄金融服务依然处于银行类老龄金融产品的主流地位。但是，养老储蓄的流动性和灵活性较差，大规模储蓄不利于老年人应对突发疾病等急需使用大笔资金的情况。同时，不少老年人将所有收入都投入储蓄实际上也是一种低效的理财方法。这也从另外一个侧面反映出，我国养老金融产品的单一和低效。

报告预测，随着中国经济的进一步发展，银行、保险、基金、证券等金融机构已经意识到人口老龄化带来的机遇与挑战。“未来数十年的中国是一个不可逆转的老龄社会，创新发展老龄金融产业是社会发展的必然选择，要发挥和整合社会资本、开发性金融力量、风险投资等多种类多行业的金融力量，实现多元化、多层次、人性化、简单化、均衡化的可持续老龄金融市场格局，以实现中国金融在老龄社会阶段的健康发展。”王海涛说。

文/张蔚蓝

本版编辑 牛 瑾 胡文鹏
美 编 吴 迪
本版邮箱 jjrbjrcj@163.com