

加速释放银发经济潜力

近日，中国老龄科学研究中心在北京发布《中国老龄产业发展报告（2021—2022）》，报告显示，随着人口老龄化快速发展，中长期内我国老龄产业重大需求将不断凸显，老龄产业蕴含着巨大的消费市场潜力。但与人口老龄化产生的重大需求相比，我国老龄产业发展相对滞后，如何推动老龄产业的繁荣发展？

多方面产生重大需求

近10年来，我国老龄产业取得快速发展，初步形成老龄金融产业、老龄制造产业、老龄健康产业、老龄服务产业、老龄宜居产业、老龄文化产业等主要产业领域。中国老龄科学研究中心副主任党俊武认为，这是市场自觉顺应老龄化社会和落实积极应对人口老龄化国家战略的具体体现，代表未来中国经济的新方向。“实践表明，老龄产业属于‘劳动力—资本—技术’密集型新兴产业，大力发展老龄产业，有利于充分就业、扩大消费和促进投资，也是对冲经济波动、提振经济持续发展的重大战略选择。”党俊武说。

报告显示，2021年至2035年，我国老龄产业在多个方面产生重大需求，例如，老龄健康方面的健康管理、慢病管理、医疗卫生、安宁疗护等；老龄用品与制造方面的适老化产品、康复辅具等；老龄宜居方面的适老化改造、适老化环境与服务等；老龄金融方面的个人老龄金融产品以及老龄产业金融支持等。

从长期看，2036年至2050年，随着“70后”“80后”群体步入老年，我国老龄产业需求将在消费模式、需求层次、需求内容等方面发生变化。例如，线上消费模式更加普遍，精神文化、终身学习、老有所为成为老年人追求的重要内容，智慧养老与科技助老需求凸显。此外，老龄服务的外延会进一步扩展，老年人对体育、旅游、文化、教育、法律等领域的服务需求也会显著增加。

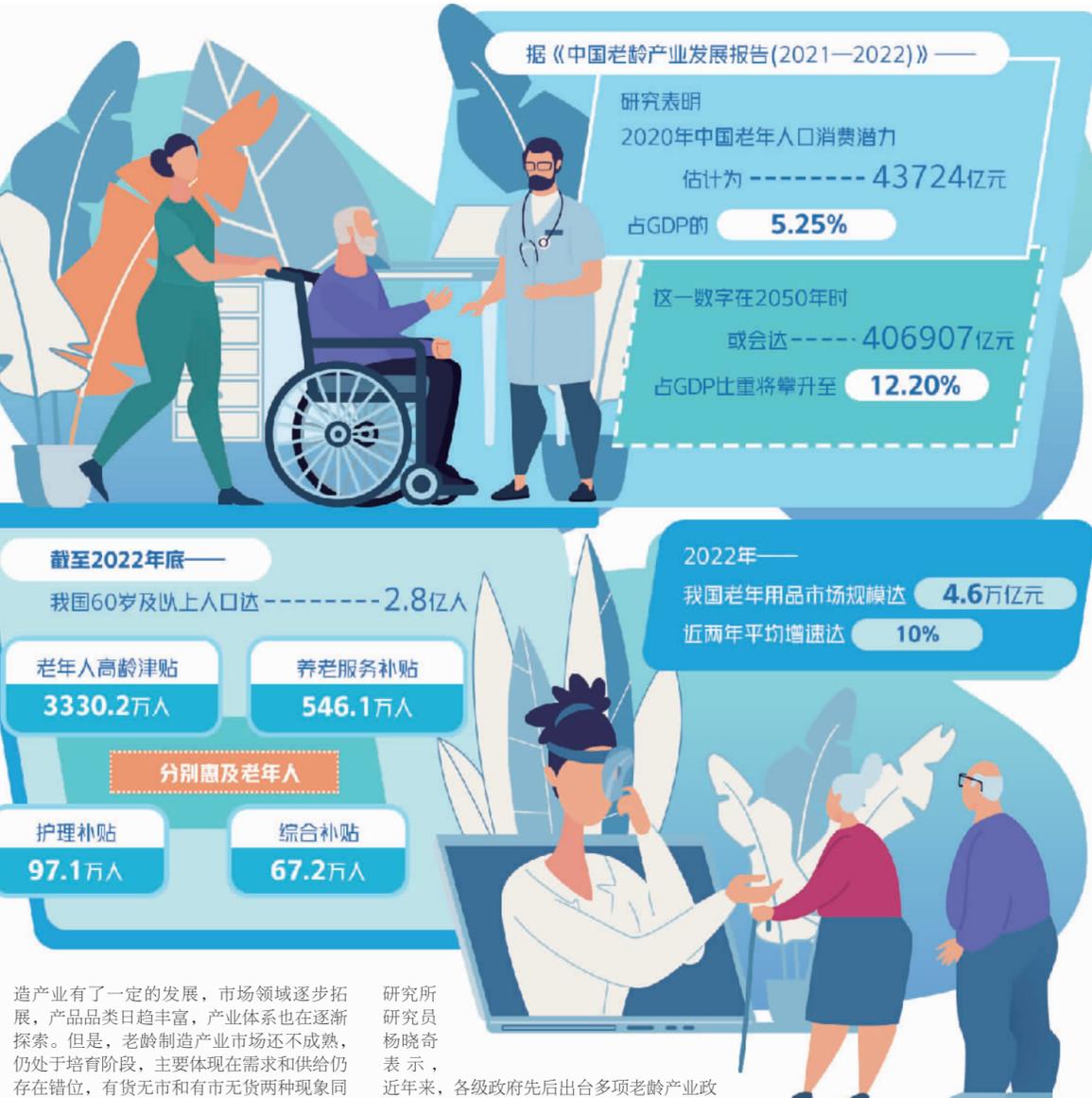
“随着‘60后’进入老年期，预计未来10多年每年都有超过2000万的新增老年人。他们文化程度较高，经济基础较好，信息渠道多样，注重精神文化生活，除了传统医疗保健之外，老年教育、心理咨询和治疗、精神文化服务和产品、可穿戴健康监测设备和老年智能辅助设备智能化健康产品、老年人健康生活解决方案规划、家庭健康机器人等人工智能产品以及中医的养生方式和产品等也将备受青睐。”中国老龄科学研究中心老龄社会与文化研究所副研究员张秋霞表示，充分运用大数据，精准提供质量过硬且多元化、多样化、适老化和个性化的健康产品，将是老龄健康产业发展的方向和趋势。

产业消费市场待成熟

如今，虽然养老产业、银发经济等热词已深入人心，但在现实中还存在老年用品专业性弱、购买便利程度低等问题，老年用品店也是个稀罕物。

在位于北京市西城区白纸坊街道的北京市居家养老服务综合示范中心，能买到老年人需要的带放大镜的指甲刀、镰刀状的梳子等不常见的物品。但像这样的老年用品店在北京并不多。记者走访北京部分社区养老服务驿站了解到，驿站提供的老年用品普遍为轮椅、助行器、护理垫等品类，远远无法满足老年人的个性化需求。此外，不少人对老年用品的认知还停留在尿不湿、拐杖等层面。

报告也指出，从整体上看，我国老龄制



造产业有了一定的发展，市场领域逐步拓展，产品品类日趋丰富，产业体系也在逐渐探索。但是，老龄制造产业市场还不成熟，仍处于培育阶段，主要体现在需求和供给仍存在错位，有货无市和有市无货两种现象同时并存，尚未形成有效共振。

“推动老龄产业持续、快速、健康发展，需要把培育、引导、繁荣老龄产业消费市场作为推动老龄产业健康持续发展的重中之重。”中国老龄科学研究中心老龄产业研究室主任、研究员王莉莉认为，一方面，要进一步提高中老年人收入水平，着重培育、引导老年人及其家庭的老龄产品与服务消费意识。另一方面，也要鼓励商场、超市、批发市场设立老年用品专区专柜，发展老年用品租赁市场，扩大消费渠道，提高消费意愿。此外，还要进一步完善相关标准、规范，特别是研究与制定老龄产业各类产品和服务的相关标准、规范，加强监管力度，确保老年人的消费权益得到保障。

制定中长期发展规划

党的十八大以来，党中央高度重视应对人口老龄化，将其作为国家战略，坚持双轮驱动，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，不断推动老龄事业和产业快速发展。目前，在中长期发展方面，需要进一步从顶层设计上明确发展目标、发展路径以及重点发展领域等重大问题。为此，加快制定老龄产业中长期规划，完善老龄产业政策，成为业界普遍呼声。

中国老龄科学研究中心老龄经济与产业

研究所研究员杨晓奇表示，近年来，各级政府先后出台多项老龄产业政策，有力推动了老龄产业的发展，但整体来看还存在不足。一是政策体系不完善，有些领域产业政策非常多，比如老龄服务产业，而其他领域如老龄文化产业、老龄制造产业、老龄金融产业、老龄宜居产业等出台的专项产业政策很少。二是政策效力不足，大部分以意见、通知、办法等规范性文件出现，上升到行政规划和法律层面的政策很少。三是政策操作性不强，很多政策过于原则，口号性、倡导性条款多，缺乏配套措施。

“当前，旧的供给体系难以适应新的需求结构，迫切需要国家出台老龄产业中长期发展纲要，从顶层设计、中层谋划和底层操作上对老龄产业及其各细分领域作出中长期的战略和政策安排。”党俊武建议，通过着力打造老龄健康产业体系、老龄制

造产业科技创新、老龄服务产业质量提升、适老化环境改善、老龄产业金融支持体系构建、老龄文化产业繁荣、老龄产业品牌打造、老龄产业布局优化、老龄产业标准提升、老龄产业人才培养10个重大工程，引导企业走出转型困境，确保老龄社会条件下经济的繁荣稳定，确保长寿时代有新的经济支撑。

“完善老龄产业政策，首要任务是制定老龄产业中长期发展规划，让产业的中长期发展有章可循。对此，需要处理好长期和短期之间的关系、城市和农村之间的关系、政策扶持力度和经济发展水平之间的关系、老龄事业和老龄产业之间的关系、国际市场和国内市场之间的关系、政策支持和法律保障之间的关系等。”杨晓奇说。

主要网约车平台、互联网道路货运平台公司下调抽成比例或会员费上限响应了群众呼声，也有利于行业持久发展和产业链各环节的互利共赢。

交通运输部近日表示，截至今年7月底，各主要网约车平台、互联网道路货运平台公司均已发布公告下调抽成比例或会员费上限。目前来看，各主要平台公司下调幅度普遍在1个至3个百分点。

此举响应了群众的呼声，也是多方努力的结果。随着移动互联网的普及，网约车平台和互联网道路货运平台公司对司机群体的影响越来越大。据统计，截至今年7月底，各地共发放网约车驾驶员证597.6万本；调查显示，通过互联网平台揽货的货车司机占比达到43%左右。随着规模的扩大，平台抽成高、不透明等问题不断显现，影响了司机群体的切身利益，下调抽成比例是他们的共同心声。早在2021年，交通运输部就要求有关平台降低抽成比例并督促其公开计价规则，此后多次印发专项工作方案，指导各地交通运输主管部门加快落实。各行业协会加强与平台和从业者的沟通，为司机们争取话语权，保障其合法权益。媒体也频频发声，呼吁平台企业下调抽成比例或会员费上限，规范“一口价”等计价规则。各方共同努力推动下调成为现实。

从长远看，下调抽成比例或会员费上限，有利于行业持久发展。一方面，司机的收入得到保障，工作压力和身体状况得到改善，积极性也有了提升；另一方面，乘客能够享受更加优质的服务，打车更加便捷。平台企业也通过让利赢得了好的口碑和长远发展，还可促使其改进成本核算、优化算法、加强管理，提高了企业竞争实力。

从各方反响来看，此轮下调抽成比例得到了各方的认可，也有利于产业链各环节的互利共赢。但1个至3个百分点的下调比例，相较于18%至30%的行业平均抽成仍显不足，期待有更大的调整幅度和更快的节奏。

首先，抽成要更加阳光透明。目前来看，下调抽成比例主要是平台企业主动作为，硬约束不够，司机仍处于弱势地位，对于调整抽成比例的影响不大、了解也不多。下一步，要想办法加大行业协会、从业者在确定抽成比例方面的话语权，鼓励平台从行业、企业长远发展的角度出发，及时公布成本构成、抽成比例确定原则，让抽成更加透明，兼顾各方利益。

其次，要久久为功形成长效机制。交通主管部门要将下调抽成比例或会员费上限作为民生实事的重要内容，巩固已经取得的成果，总结经验，持续推动抽成比例下降至合理区间，防止出现“拉抽屉”“开倒车”现象。此外，还要防止个别平台随意调整经营规则，利用调价费、管理费等手段变相提高抽成比例，增加司机负担。

最后，要提高从业人员的获得感。作为新就业形态，网约车和网络货运为社会提供了大量的就业机会，对于保障民生发挥了积极作用。在保障从业者收入之外，还要注重满足从业人员的其他合理需求。如设立关爱司机基金，为司机提供误工、医疗、养老等保障补贴；通过专用信箱、协商恳谈会等渠道，倾听一线司机群体的意见建议，并相应调整有关经营策略等。

新元素引领文旅消费升级

本报记者 周琳

- 根据市场和消费端变化，创新经营，开发新的产品和服务模式，提高服务质量和客户体验，才能更好适应新的市场环境和趋势。
- 适应文旅业消费升级需求，除了新装备、新技术之外，还要有新思维。探索协同发展路径对于发挥地区优势、提升旅游整体竞争力具有重要意义。

科技感满满的VR旅游眼镜、古色古香的非遗展览、国际范儿十足的文旅盲盒……近日，由文化和旅游部与天津市政府联合主办，以“聚产业力量，促旅游发展”为主题的第十三届中国旅游产业博览会圆满闭幕。在本届博览会上，新的文旅装备、新的文旅科技、新的文旅业态频出，展现了中国文旅产业新趋势和新动向。

中共中央宣传部分管日常工作的副部长，文化和旅游部党组书记、部长胡和平表示，当前，旅游业迅速回暖、强势复苏，成为稳增长扩内需惠民生的重要抓手、满足人民美好生活新期待的重要途径。本届旅博会为推动中外旅游交流合作和行业恢复发展构筑展览展示窗口、洽谈交易平台、赋能助力引擎。

今年以来，我国旅游市场呈现强劲提升势头，康养旅游、体育旅游、城市夜游等新业态不断涌

现，旅游产业迎来转型升级的新机遇。文化和旅游部统计显示，今年上半年，国内旅游总人次23.84亿，比去年同期增长9.29亿人次，同比增长了63.9%；国内旅游收入2.3万亿元，比去年同期增长1.12万亿元，同比增长95.5%。世界旅游联盟主席张旭表示，旅游业是一项综合性、带动性特征明显的产业，旅游对满足人民群众美好生活需求、提升国民经济发展质量有着不可替代的作用。

“如今，大众旅游呈现多样化、个性化的消费需求，消费场景已不再局限于旅游景点本身，而是融入了文化、教育等元素，推动旅游产业转型升级。”中国旅游景区协会理事长姚军表示，面对游客需求的增长与旅游业竞争的态势，需要根据市场和消费端变化，创新经营，开发新的产品和服务模式，提高服务质量和客户体验，才能更好适应新的市场环境和趋势。

那么，以“吃住行游购娱”为主要模式的传统旅游行业，能否适应新的文旅行业发展需要？中国旅游研究院院长戴斌在《“旅游+”助力构建现代旅游产业体系》主题演讲中表示，目前，吸引年轻游客到访城市的决定因素，是彰显个性和多样性的文化休闲资源。旅游是经济属性比较强、市场化程度比较高的产业，举办相关展会的根本目的是要拉动经济贸易和市场需求。“相关城市要抓住办展会的机遇，让更多的企业来投资，只有把资源变成消费者可触可感的产品，同时，激活利用历史文化街区，才能打造国际知名的旅游目的地。同时，还需要跟上政策供给，形成旅游发展的合力。”戴斌说。

适应文旅业消费升级需求，除了新装备、新技术之外，还要有新思维。南开大学旅游与服务学院院长徐虹表示，区域旅游合作是旅游发展的客观需求，探索协同发展路径对于发挥地区优势、提升旅游整体竞争力具有重要意义。

9月5日至6日，京津冀文旅协同专题工作会召开，会上提出共同开发旅游线路、进行产品推介，联手开展文旅宣传、举办数字营销活动，推动京津冀文化旅游市场一体化发展，加快形成“协同管理、优势互补、资源共享”的良好格局。

“希望广大文化和旅游工作者坚持旅游为民、发挥旅游带动作用，持续完善旅游政策体系，大力发展大众旅游、智慧旅游、绿色旅游、文明旅游，推进文化和旅游深度融合发展，向着旅游业高质量发展的目标不断迈进。”胡和平说。



重庆市丰都县栗子乡南江村，金黄色的梯田与民居、乡村公路交相辉映，构成一幅乡村振兴美丽图景。目前，当地特产“栗子贡米”已陆续进入成熟期，丰收在即。

本报记者 吴陆牧摄(中经视觉)