

帮爸妈买到更好服务

本报记者 教 蓉

新年伊始,消费领域迎来了一部重磅文件——民政部、国家发展改革委、工业和信息化部、财政部、自然资源部、商务部、市场监管总局、国家知识产权局8部门联合发布了《关于培育养老服务经营主体 促进银发经济发展的若干措施》,以系统性、针对性政策支持,持续优化发展环境,进一步培育和激活养老服务经营主体,推进养老服务供给侧结构性改革,让银发消费这片经济蓝海有了更多利好预期。

培育更多经营主体

在养老服务行业中,养老服务经营主体是服务者、供给侧,老年人是被服务者、需求侧,二者相辅相成、相互促进。民政部养老服务司司长李邦华认为:“在养老服务过程中,保护好老年人的合法权益,老年人才能安心消费,增进福祉;保护好经营主体的合法权益,经营主体才能持续发展,良性竞争。”

“菜不油腻、不咸,用料新鲜,特别适合老年人。”天津市宝坻区马三立综合养老服务中心的老人家食堂,每天提供15种至20种科学搭配的津味儿美食,让市民贾洪芳对这里的就餐体验赞不绝口。不仅如此,老人家食堂还成为附近老年居民的社交会客厅与公共服务中转站。

如今,深谙美食之道的天津人把这张“幸福餐桌”经营得有声有色。全市已开设老人家食堂1852家,实现100%市场化运营,累计服务全人群2200万人次,其中老年人1584万余人次,困难高龄补贴老年人704万人次。

吃饭是老年人最需解决的刚性需求。这几年老年助餐服务新模式新业态在各地发展得红红火火,不过如何实现可持续性经营,始终是困扰从业者的难题。

“培育充满活力的市场化服务主体,是老年助餐服务可持续发展的核心。我们的经验之一是优化市场环境,让主体‘进得来’。”天津市民政局二级巡视员郭勐介绍,天津将食堂纳入基本养老服务清单和民心工程。设施布局上,由乡镇(街道)无偿或低价提供场地,优先发展“明厨亮灶”的一级食堂,打造集制餐、堂食、送餐等多元服务于一体的核心点位;鼓励中央厨房连锁运营二级食堂,提供简单二次加工服务,提升助餐效率;支持在社区党群服务中心增设三级助餐点位,打通助餐服务“最后一米”。目前一级食堂已从184家增至333家。业态融合上,以助餐纽带增进老年人交往,方便企业对接需求、拓展增值项目,增强服务黏性。补贴激励上,开办老人家食堂不给建设补贴,仅对高龄困难老年人实行“补老人3元、企业2元”的双补贴,享受补贴老年人数量从2019年的12.9万人次增至2025年的170万人次。

郭勐说:“通过算清需求、责任、经济3本账,优化环境、明确路径、创新机制,基本实现了城镇地区服务全覆盖,初步构建起‘政府低补贴、全市场运营、全人群服务、可持续发展’的老年助餐服务网络,使老年人吃得起、企业能盈利、服务可持续。”

这次出台的《若干措施》同样以支持稳定运营入手,就土地、期限、资金等维度提供支持。其中,为稳定经营预期期限,对承接公办养老机构运营的经营主体,按稳定经营预期



左图 在山东省乐陵市德乐怡嘉长者公寓,老人们在制作福袋包。
贾 鹏摄(新华社发)

下图 在河北省石家庄市新华区一家养老公寓,社区志愿者和老人包饺子。
陈其保摄(新华社发)



原则确定承接期限;对有较大投入的运营方,可适当延长期限,帮助经营主体制定长期发展规划,增强长期投资信心。

丰富养老消费场景

最近两年,有关服务消费的政策措施不断出台。党的二十届四中全会明确提出,要“以放宽准入、业态融合为重点扩大服务消费”。中央经济工作会议强调,要扩大优质商品和服务供给,释放服务消费潜力。2024年国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》,将养老服务作为基础性服务消费领域进行统筹部署。这些硬核举措将伴随着我国老年人口数量的扩大和养老消费理念的转变,不断释放出养老服务消费的巨大市场潜力。

对接养老供需已经成为发展银发经济的重要内容。2025年,第八届进博会设立健康养老专区,共有7家境外企业参展,第137届、第138届广交会专设银发经济专区,2025年服贸会围绕智慧养老、适老化改造、养老金融等热点集中展示了一批优秀产品和服务,第五届消博会在大健康展区集中展示适老化产品。

便民生活圈的建设,让养老消费新场景从新鲜有趣转变为触手可及。截至2025年7月,全国210个试点地区累计建设6255个便民生活圈,涉及养老、家政等商业网点150.3万个,覆盖人群范围1.29亿人。商务部服贸司副司长王波介绍:“2025年,全国开展了形式多样、内容丰富的养老服务消费季、促进月、提振年等活动,取得了良好效果。今年商务部将加快推进消费新业态、新模式、新场景试点,组织开展好2026年‘服务消费季’系列活动,同时将银发消费嵌入网络扩消费活动,鼓励电商平台围绕适老化产品和服务,丰富优质供给。”

随着老年人口消费理念转变,规范化、品



牌化服务的重要性更加凸显。“发挥商标品牌引领作用,有助于培育更多以科技、质量和信誉为支撑的知名商标品牌,能够提升养老服务的社会效益和市场价格。”国家知识产权局运用促进司副司长姜伟表示。据了解,“十四五”期间,全国范围内推动建设了5100余个商标品牌指导站,为养老服务等各类经营主体提供便利化、公益性的商标品牌业务服务,年均服务各类主体60余万次。同时,在国家知识产权局开展的两批商标品牌价值提升活动中,大健康产业、相关服务行业均有代表性企业参加行动。

丰富多样的养老消费新场景提升了民生消费的新鲜度和好感度。苏州市民政局局长盛乐告诉记者,当地推出了“苏式孝亲”促消费活动,绘制了“银龄18甄选地图”,还通过“苏颐养1号店”等线上平台,上线“银龄18优选好物”,让企业的“工厂好货”能直接送到老年人手上,帮助科技产品从实验室走进千家万户。

绘就银龄生活新图

《若干措施》结合我国养老服务、银发经济发展实际,共提出5个方面14项具体举措。李邦华介绍,这些措施从推进品牌化建设、促进养老服务市场化供需对接、支持科技赋能养老服务、优化养老服务发展环境、加大要素扶持力度5个方面入手,推动形成一批具有市场竞争力的养老服务品牌和龙头企业,显著提升养老服务的可及性、便利性和智

能化水平,更好满足广大老年人多层次、多样化需求。

拥有制造业优势的苏州市将智慧养老植入“示范中心+智慧机构+居家社区”三大场景。在苏州市银发科技与人文关怀示范中心、机构养老、社区照护等各种真实场景免费对企业开放,符合条件的企业都可以来测试新产品、收集数据,优化产品,现在已有近20款智慧照护、康复科技产品入驻。通过这些努力,苏州已建成智慧养老院65家,相当于2/3的乡镇街道都已覆盖,部分智慧养老院也对外开放了这些生活场景。

“今天,科技创新和供给优化是破解养老服务领域人力短缺、提升服务效率和质量的核心动力,也是推动养老服务体系从传统照料型向智慧提质型升级的必由之路。”工业和信息化部消费品司副司长李强介绍,工信部聚焦养老服务机器人等关键领域,由生产企业和下游应用企业共同开展核心技术攻关和产品的研发,重点推进人形机器人、健康监测设备、康复辅助器具等在家庭、社区、养老机构等场景实现规模化应用。

“缓解老年人生活痛点,就是促进养老消费的着力点。工信部将加大养老服务机器人、适老鞋服、易吞咽食品等产品研发力度,加快推进智能终端、智慧社区、智慧家庭等领域重点标准发布实施,持续深化互联网应用及智能终端适老化改造,提升适老化产品和服务供给能力,让我们的爸爸妈妈们过上更加美好、舒心、便利的老年生活。”李强表示。



前不久,一向勤俭节约的邻居花了2000多元换了台冰箱。平时精打细算惯了,这次怎么舍得“下血本”?老人家一语道破:“以前的冰箱用了多年,太费电,现在搞活动有国补,选择一级能效,长远看省电、划算。”

邻居的心里揣着一本账,账本里藏着消费观念的变迁。自带水杯买咖啡、点外卖选择“不需要提供餐具”、选购节能节水的家电产品……这些看似仅仅是个人当下的选择,如今正汇聚成一股不可忽视的消费潮流——绿色消费。

数据说话:我国有机产业持续保持强劲增长势头,2024年有机产品销售额达1247亿元,较2023年增加了231.5亿元,同比增长22.79%;2024年我国二手商品交易额达1.69万亿元,同比增长28%,近6年平均复合增长率达12%;2024年以旧换新八大类家电中,一级能效产品销售额占比达90%以上……随着适度简约、绿色低碳成为新时尚,绿色消费如今在中国已蔚然成风。

“绿色奇迹”是如何创造的?观念的转变是关键,从“追求更多”到“追求更好”,人们的消费理念正经历一场静悄悄的重塑。二手交易平台上,小到一本书、一件衣服、一个包,大到冰箱、洗衣机、家具,形形色色的二手交易背后是一种绿色生活方式的兴起——当物质生活极大丰富,人们逐渐意识到消费的目的是更好地生活,于是在做决策时不仅考虑个人喜好和支付能力,也悄然将环保、低碳等理念融入日常消费。正如有网友所说,“每次选择自带杯子喝奶茶,都感觉自己是在为地球作贡献,这种感觉真好”。

消费者与企业双向奔赴的同时,更与国家政策同频共振,形成了强大合力。市场监管总局等5部门印发《优化消费环境三年行动方案(2025—2027年)》,聚焦数字消费、绿色消费、健康消费等打造新型消费场景;中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》,推动汽车、家电、家装等大宗耐用消费品绿色化、智能化升级……近年来,一系列政策密集出台,为绿色消费“清障加油”,越来越多的消费者向“绿”而行。

当然,绿色消费蓬勃发展的过程中也会遇到一些“烦恼”。比如,绿色产品溢价较高;市面上各种标有“天然”“有机”等字样的产品琳琅满目,让人真假难辨。这些问题的解决,还需要更严格的监管、更透明的信息披露、更多的制度创新以及更积极的政策引导。

积土成山、积水成渊,每位消费者看似微观的消费选择,其实都是对未来的投票。向“绿”而行,从你我做起。

沈 慧

市
消
费
瞭
望

「
绿
」
而
行

从读书到品文化

本报记者 李 丹

社长、总编辑进直播间推荐书,名家与读者面对面交流,展台前等候读者签售的读者排起长队……在刚刚闭幕的2026北京图书订货会上,3天超10万人次入场。有着行业“风向标”之称的北京图书订货会,不仅是一场行业盛会,更是一次大众文化消费嘉年华,充分展现出图书市场消费热情不减,人们对优质内容的追求依旧迫切。

订货会上发布的《2025年度全国新书市场报告》显示,2025年上市新书共有19.8万种,占总动销品种的8.8%;新书码洋品种贡献效率保持高位,较上年小幅提升。记者在展会现场看到,为适应读者多场景阅读需求,不少出版社推出经典图书迷你书、口袋书,以平价小开本的形式让经典著作更易触达读者。中央编译出版社展台工作人员介绍,他们推出的《《资本论》箴言集》将2000多页的中译本浓缩成900多页的口袋本,上市两个月就销售了1万多册。

近年来,出版社不断深耕内容主业、延伸产业链条,实现了从“做书”到“做文化”的升级。中信出版集团与中国国家博物馆联袂推出的《思接千载:115件文物里的古代中国》,就成功做成了博物馆的文创产品。该书主编韩慧琴介绍,近两年,每年超过700万人次观众到馆参观,他们几乎都会参观“古代中国”展厅。对这些观众来说,一本兼具专业性和科普性的文物故事图书,是非常有价值的文创纪念品。透过书中多角度

的文物插图和细致的文字描述,读者能发现在现场参观时难以看到的文物角度,进一步感受文物的内涵意蕴。

少儿图书一直是图书市场的热销产品,订货会上的少儿图书展会异常火爆,观众络绎不绝。陕西人民教育出版社推出的《大作家的作文》系列丛书,挑选了曹文轩、徐刚、吴克敬、徐则臣等名家作品中篇幅短小、适合青少年阅读的篇目结集出版。“世界一流的大作家,没有一个不是从短篇练起的。”该丛书作者之一、中国作协儿童文学委员会主任曹文轩表示,短篇能够让孩子们在短时间内汲取文学养分、提升构思能力,对孩子们的阅读和写作有很大帮助。

接力出版社“我的探月计划”系列新书,将探月工程背后庞杂的知识转化为孩子们易懂的故事,在“萤火虫队长”“蝴蝶博士”和“黄蜂博士”3名小主角的带领下,孩子们不仅可以知晓探月故事,还能理解其背后的科学内涵。书中还设计了多项挑战任务,通过参与选火箭、应对月球车故障等难题,孩子们化身策划者面对登月挑战,对前沿科技有了更深入的了解。

“我们身边的科普资源并不只是图书,天文馆、博物馆也是线下的科学导师。孩子们在书里读到月球探测故事之后,如果能到天文馆看一看嫦娥五号带回的月壤、月球探测车模型,这种从纸上到眼前的冲击会点燃他们的好奇心。”北京天文馆副馆长齐锐建议,

天文馆可以与出版社合作,推出“图书+场馆资源包”,标注知识点与场馆对应展项,配套探索手册、设计打卡任务,实现图书与更多科普资源深度互动。

《全民阅读促进条例》2026年2月1日将正式实施,全民阅读迈入被法律保障的新阶段。从校园到城市,从社区到景区,形式多样的阅读空间、阅读设施将为人们提供形式多样的阅读服务。

订货会上,由新华互联和章鱼上古科技推出的24小时智慧城市书房吸引了不少观众。此次展出的智慧借阅终端集成RFID射频识别、多模态身份认证及人脸识别三大核心技术,可实现图书借还操作秒级完成。除了实体书外,设备还内置3000册优质电子书资源,精准匹配读者的多元阅读需求。

智慧借阅终端的柜门采用了透明屏设计,实时显示图书电子简介、作者背景及借阅热度,能帮助读者快速选书。通过大数据分析,终端还可根据用户阅读习惯提供定制化推荐,提升读者主动阅读意愿。新华互联电子商务有限责任公司工作人员孙磊介绍,智慧借阅终端可广泛应用于车站、机场、银行、商场、企事业单位等各种场所,依托城市书房和智慧借阅终端构建的服务网络,读者可享受跨区域通借通还的共享阅读服务,让“15分钟阅读圈”成为实实在在的民生实景。



2026北京图书订货会上,读者正在挑选书籍。

本报记者 李 丹摄