

# 愿意买 买得到 买得起 适老消费“浙”样挖潜能



本报记者 张伟群  
见习记者 乐美真

“让老年人愿意买、买得到、买得起”，随着养老消费渐成“火势”，这句话常被提起。

2022年底召开的中央经济工作会议，将“着力扩大国内需求”作为2023年重点工作任务，其中，“养老服务消费”被特别提及，成为扩内需、促消费的“潜力股”。

浙江省养老服务发展“十四五”规划提出，鼓励市场逐步形成高中低合理配置的养老服务供给格局，引导老年人转变养老消费理念。

历来消费活跃的浙江，做了哪些事来引导消费理念，“助燃”养老消费？我们认为，从两件事可以找到答案。



外卖小哥为金华老人上门送餐。  
金华市民政局供图

## 爱心卡： 从基础服务到消费力量

2022年，浙江对全省1200多万名老年人进行自理能力筛查，以及养老需求普查。调查结果显示，需求度最高的前5项是方便看病、有人聊天、帮忙打扫卫生、参与活动、助餐吃饭。

民以食为天，吃是“硬消费”。近年来，政府推行的助餐、送餐机制让许多老人意识到，花很少的钱，也可以享受“外卖”服务。而在金华市金东区，因为一张小小的“爱心卡”，助餐这种本为解决老人基本需求的服务，正变成一种更符合养老新需求的消费引导。

去年8月，金东区成为全省7个养老服务“爱心卡”试点县(市、区)之一。“爱心卡”具备老年人身份识别、补贴发放、生活照料、家政服务、健康护理等综合功能，但在老人们眼中，它更像是一张养老服务专项“消费卡”，上面有养老机构、医院，还有数百家老年食堂、爱心商家，在这些地方使用爱心卡消费，可以享受一定的优惠。

截至目前，金东区“爱心卡”助餐8万余人次。金华市民政局养老服务处相关负责人表示，通过养老服务“爱心卡”，希望聚集更多餐饮方面的企业、商家，极大丰富菜品和口味，建立更为完善、便捷的送餐模式，为老年人用餐提供更多选择，拓宽老年人“专属”餐饮消费渠道。

而助餐只是养老服务“爱心卡”的其中一个功能。随着全省7个试点快速推进，这张小小的卡片也会成为强劲的消费力量。

## 适老化改造： 从默默无闻到市场行为

浙江省98.5%的老年人首选居家养老，一个适老的家居环境，也是老人幸福安全的保证。

上个月，家住杭州市上城区的周爷爷花了1.3万元，给自己家进行了一番适老化改造，床边和走廊加装扶手，安装紧急呼叫按钮、燃气报警器，摄像头还跟子女手机连接……

周爷爷说，一个月住下来，改造后的家既安全又方便，子女和他自己都放心不少。

2020年开始，浙江实施困难老年人家庭适老化改造，连续两年列入省政府十方面为民办实事项目，至2022年底累计完成42733户。浙江还在积极培育相关企业从事家庭适老化改造工作，符合条件的企业和机构，可享受相应税收优惠政策。

杭州一家企业试水家庭适老化改造领域，并从去年下半年尝试将该业务市场化。到今年4月底，该公司市场化适老化改造户均金额达到1万元左右，最高单户9.2万元，市场化收益显而易见。该公司总经理说，相比于销售额，更重要的是市场对适老化改造接受度的提高，同时老年人的消费观念也在逐渐改变，因此这是一个有广阔市场前景的消费领域。

正是在政府、家庭、市场、社会共同推动的合力中，适老化改造这样的消费产品日渐被知晓、被接纳，进入老年人的消费清单，进而释放出养老消费需求的更大潜能。

## 消费环境需“适老”提升

见习记者 乐美真

目前，浙江省养老金超过3000元/月的老年人有307万人，占老年人总数的25%，养老服务市场规模较大，但养老消费意愿仍然不强。以养老院收费为指标，按月收费3000元以下、3000元至5000元、5000元以上三类划档，老年人接受率分别为93.7%、5.7%和0.6%。

另一方面，“家门口养老”逐渐成为养老消费主流，专业养老机构及养老服务逐步延伸触角至社区，但据中消协发布的相关研究报告显示，部分受访者表示，目前服务方服务水平参差不齐，服务内容也不尽相同，出台统一的地方服务标准和价格标准是不少从业者的心声。

诚然，如今的老年人对养老消费不止于基本生活需求，更期待满足精神上的补足，比如，越来越多的老年人学会网购、拍短视频、看直播等等，但也有不少人面临着数字化带来的诸多不便。

中消协专家表示，养老消费不仅要便捷，关键是“适老”。就手机应用软件(App)来说，字体小、广告多、弹窗不易关闭等现象困扰着不少老年消费者，因此迫切需要加快App适老化改造，注重老年人视听感官的特点，开发完善老年人专用手机软件。同时，各行各业要为老年人提供更友善的服务，例如合理保留人工服务、现金支付等传统服务方式。

养老服务市场升温“劲头”虽猛，但也要看到，养老服务存在有效供给不足、消费环境有待改善等问题。让养老服务消费从“潜力股”真正成为“绩优股”，还需下足功夫。

中消协专家表示，要加大高龄老人养老服务供给支持力度，鼓励居家与机构养老服务更多聚焦高龄老人；同时，畅通老年消费渠道，构建老年消费便利圈。依托养老服务智慧化和科技化，推动养老服务与其他医疗、教育、文旅等行业融合发展，推动科技助老和消费新业态发展。

激发养老服务消费潜力，关键是要让老年人愿意消费、便捷消费、安心消费，以此推动“银发经济”航向更广阔蓝海。