

# 旅居养老难破“旅而不养”困局

随着老年旅游消费需求大幅攀升,旅居养老(又称“候鸟式养老”)这类新产品也在老年人中快速普及。11月26日,北京商报记者从多家OTA获悉,近期由于南下过冬老人增加,11月“避寒类”旅游产品预订增幅明显,其中,在携程上,三亚、昆明等地预订高峰时段机票搜索量同比上涨高达100%,而珠海和佛山等作为新兴候鸟式养老目的地,机票预订量同比增幅也超过了50%。而且,为满足“候鸟”老人南飞需求,2019年冬春航季期间,国内各航空公司纷纷新开或加密了飞往上述热门目的地的航班。不过在业内看来,旅居养老刚刚兴起,不少目的地针对老年游客的专业化设施、医疗配套尚不充足,“旅而不养”难题始终难以攻克。



## “候鸟季”开启 旅居养老需求激增



## “候鸟”集中南下

10月以来这股强冷空气的到来,不仅让爱玩雪的年轻人对冬季旅游有了更多的期待,也让众多老年人收拾行囊踏上了南下避寒、度假的旅程。近期,一年一度的“南迁”过冬高峰再次来临,而今年,加入这一队伍的老年群体出现了明显增长。”有OTA负责人告诉北京商报记者。

据携程统计数据,近期“候鸟”航班热度快速攀升。11月初至今,因大量老年人选择前往南方城市旅居养老,平台上以三亚、昆明、北海等地为目的地的机票搜索量同比增长高达100%;同时,珠海和佛山等新兴目的地,机票预订量同比增幅也超过了50%。此外,还有不少老年游客选择去东南亚享受冬日暖阳。从携程机票搜索和预订数据来看,泰国、马来西亚、越南、新加坡、印度尼西亚、柬埔寨都是这类人群选择的热门目的地。”携程旅游相关负责人表示。

无独有偶,近期上海交通大学行业研究院发布的《2019中国候鸟式养老冬季栖息地适宜度指数》中也提出,通过对最冷一

月日平均气温10摄氏度(个别略低于10摄氏度)的南方六省市51个城市的调查,三亚位居适合老年人冬季旅居养老目的地首位,而这也导致近年来当地频繁落地了诸多候鸟式养老机构。

值得注意的是,为满足“候鸟”老人南飞需求,近期多家航空公司也相应地调整了航班频次,其中,北京至三亚航线由每天11个航班增加到22个,而南京飞三亚,由每天7个航班增加至8个。

## 旅与居需求细化

“其实,候鸟式养老主要分为两种,一种是以短期度假、旅游为主的需求,另一种则是以月为单位,每年都有较长一段时间异地居住避暑、避寒的方式。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院高级研究员王兴斌介绍,选择前者的老年人可能会跟团,也可能通过自由行的方式,以旅为主、以居为辅;而对于更青睐后者的老年消费者来说,在目的地购置房产或者租住民宿可能是更主流的养老方式,居的概念重于旅。

据多家企业公开信息显示,截至目前,三亚、北海、昆明暂居今冬避寒游市场目的

地前三位。而对于旅居养老客源格局的变化,上述携程相关负责人告诉北京商报记者,虽然北方老人一直是候鸟式养老的主力人群,北京、哈尔滨、沈阳也位居候鸟式过冬客源地排行榜三甲,但由于没有集中供暖,面对冬季湿冷天气,部分南方城市及西南地区也逐渐兴起了这种新的避寒消费方式。

具体来说,对于那些仍然将旅游视为候鸟式养老主要目的的老年人,马蜂窝旅游研究中心负责人冯饶介绍,近年来,温泉与康养等旅行主题相结合的旅游线路愈发受到这类人群的关注,比如:冬季去海南养生的老年人在享受温暖气候、欣赏海南风光的同时,借助温泉来丰富自己的养生之旅。

而对于更注重“居”的“候鸟”老人们来说,开发商则动起了各种脑筋,比如组织老年购房者以旅游看房的名义前往海南等地旅游等,而这也着实吸引不少老年人开启了异地养老的模式。家住北京的消费者王女士告诉北京商报记者,为了让家里的老年人冬季可以到南方度假,自己于2016年在三亚购置了一套房产,每年都会在当地居住1-2个月;入住后我们发现,

小区中几乎全都是从北方过去旅居养老的老年人,有些人甚至一住下就是小半年,从11月到次年3、4月都搬到海南生活”。

## “养”是关键

其实,在我国众多城市中,旅居、康养早已融入了当地的旅游产业发展规划之中。就在本月,民政部还曾发布消息称,广东、辽宁、吉林、黑龙江省民政厅共同签署了《旅居养老合作框架协议》,研究设立三省旅居养老对口合作产业服务平台,研发建立旅居养老智能化服务平台,建立老年人数据库,以此实现数据共享、系统对接、供需匹配等要求。与此同时,三省还将合作探索建立南北互动的旅居养老模式,共同研发旅居养老产品。

中国老龄研究中心副主任党俊武表示,旅居养老模式在我国已有几年的经验,总体来看取得了一定的进展。南北方城市通过建设旅游小镇共享资源信息、“冬病夏治”等方式,确实可以实现优势互补。

不过党俊武也指出,目前旅居养老在诚信经营、信息共享互通的优惠政策、老年人的安全保障等方面所做的工作还有所欠缺。

王兴斌更进一步提出,虽然不少城市都规划、建设了旅居养老基地、养老机构,有些旅游企业也推出了针对这类需求的旅游产品,但整体来看“旅而不养”的情况在行业内仍然普遍存在,大量旅居设施与一般的旅游度假设施并无二致,老年人最急需的医疗、康复、养生等配套供应短缺问题突出,相关服务的针对性也不够强。“老年人在‘候鸟式养老’的过程中,最担心的莫过于常用药能否在目的地城市买到,万一生病或水土不服,能否及时在人生地不熟的异乡找到医疗机构医治,以及医药费用能否异地报销等。”王兴斌坦言。

但另一方面,还有经营者表示,候鸟式旅游项目盈利周期过长,不像普通团队最多一周的时间就可盈利,所以大多数组团社和地接社对此类项目积极性不高。还有养老机构负责人表示,如果特别针对“候鸟”老人投资项目的,机构还需要面对淡旺季巨大客流落差的问题;“毕竟旅居不是长居,很多老年人在旅居目的地居住的时间还是不会超过自己家里的”。在王兴斌看来,这些都是开发旅居养老项目的企业和地方政府部门下一阶段需要重点解决的问题。北京商报记者 蒋梦惟

# “私人订制”风潮渐起 养老供给转型加速跑

在近日举办的“2019北京银发消费发展论坛”的圆桌论坛环节,来自日用品零售、养老驿站、电商、适老化改造、老年用品等多个涉老行业企业的代表共同探讨了各自眼中的北京老年消费新特点。多家企业负责人表示,目前,北京老年消费正逐渐趋向年轻化及便利化,同时对个性化服务、产品需求也越来越强烈。针对这一情况,多家企业表示,将通过更有针对性的服务与产品,逐步调整供给结构,增加“私人订制”的相关业务比例。



## 新趋势

随着老年消费群体的购买力不断上升,北京老年消费结构也在逐渐改变。业内专家表示,在养老市场中,老年人的需求日益呈现多样化、个性化的特点。

在居家养老层面,个性化服务需求快速增长。“居家养老主流趋势逐渐凸显,更多的老年人都待在家里,因此个性化商品及服务也是居家养老的必要条件之一。”北京今朝装饰集团副总经理吕斌表示。此外,北京鹤逸老年生活用品有限公司董事长赵强也提到,通过为不同需

求的老年人找到最适合自身的辅助品,有利于老年人更好地完成自我照料,减轻生活负担。因此,一对一的专人服务愈发受到老年消费者的青睐。

“如今,老年人在消费时,越来越强调个性化,而且这类需求已不亚于年轻人。他们更愿意与年轻人保持在同一个消费层面,而这一过程则需要专业化程度更高、更有针对性的服务做支撑。”百花蜂业副总经理汪海鹰称。赵强还进一步提出,在老龄产业服务中,针对群体的特殊性;“私人订制”已是大势所趋,因此,向定制化转型,将成为供给结构调整的重要方向。

## 新尝试

针对老年人越发强烈的个性化需求,目前,已有部分企业开始尝试改变此前普适化、大批量提供服务和产品的模式,推出一些有针对性的解决方案。以适老化改造行业为例,吕斌分析称,目前,老人对于这类服务的需求已经不仅仅是安装楼梯扶手那么简单,他们会要求企业按照不同的情况进行细节调整和设计。“老年人身体状况千差万别,需求也不尽相同,针对行动不便的老年人,我们会定制透明衣柜、全面降低高度宽度后的厨房用具、伸缩晾衣钩、无门

槛开合门等,满足他们的日常生活需要。”吕斌称。

同时,赵强表示,面对高速发展的数字经济,如何将线上线下机构进行结合,同时发挥线上的便捷优势及线下的定制化服务,也是养老行业应当考虑的问题。对此,赵强提出,可以通过提供一站式综合服务来提升老年人的购买体验以及客户黏性。“以前我们在超市、医院里面开的很多老年用品店,销售状况都不太理想,究其原因,是商家把老年用品、辅具当成普通产品来卖,显然与实际需求难以匹配,而现在在北京、上海、宁波等地尝试开设的综合性辅具服务中心,涵盖了产品的展示、体验、销售、租赁等一系列综合性服务,有效地改变了上述情况。”赵强直言,通过在线下安排专业人士对接老年消费者,对不同需求的老年人进行基础评估,按照实际情况给支付能力、健康状况、身体素质不同的老年人提供更合适的辅具功能介绍,才是更符合老年消费者需求的经营模式。

此外,在线上消费方面,北京心悦邻和科技有限公司总经理王韬也表示,随着老年消费者线上购买力的不断增加,越来越多的老年消费者希望电商平台能够提供便捷、更普惠、更有人情味的服务,相对应的,部分电商平台也开始设置专业导购。“通过工作人员一对一辅助下单,为长者们解读平台上商品的详情,保留了传统商业的人情味,有利于促进老人们共同消费、共享服务。”王韬称。

## 新难题

转型往往会伴随阵痛,养老市场亦是如此。赵强表示,定制化服务比例增加,意味着企业需要在人力上投入更多成本,而且这类需求也对服务团队的专业度及灵活度有着更高的要求。因此,在转型过程中如何最大限度地提高人力资源的利用效率,同时保障服务的质量,是企业进行转型的关键。

赵强也提出,老年人消费还存在一定的盲区,很多老年人虽然提出了自身需求,但对市面上种类繁多、功能不同的老龄产品却并不了解。北京诚和敬养老健康产业集团总裁王寅表示,因为缺乏切入不同老龄消费者需求的服务,很多老人的需求尚未得到满足。因此养老企业强化个性化服务的前提,就是必须要提高一线服务人员的专业性,能“对症下药”地根据老人实际情况推荐最符合其需求的产品和服务。

此外,吕斌表示,老年消费市场供给结构的变化,也给企业的生产能力提出了新的挑战。“虽然订单总量不断上涨,但每一笔‘私人订制’订单都有着不同的细节需求,这就要求养老企业必须加速向上游延伸,形成更完整的产业链。”吕斌直言,如果不具备独立生产的能力,那么合作的线下工厂能否及时提供相应产品、怎样平衡单笔订单和批量订单的生产工序及资金投入,都将会成为摆在养老企业面前的新难题。

北京商报记者 蒋梦惟 实习记者 杨卉