

引爆银发经济 哪些产业迎来机遇

房企：子女与父母就近居住

根据此前国家卫健委老龄健康司发布的《2020年度国家老龄事业发展公报》，截至2020年11月1日零时，我国60周岁及以上老年人口26402万人，占总人口的18.7%；我国65周岁及以上老年人口19064万人，占总人口的13.5%；我国老年人口抚养比为19.7%，比2010年提高7.8个百分点。

而在《意见》中最受关注的一句话是：研究制定住房等支持政策，完善阶梯电价、水价、气价政策，鼓励成年子女与老年父母就近居住或共同生活，履行赡养义务、承担照料责任。从这个地方可以看出，后续从养老的角度出发，一些购房政策会有所调整。可以设想会有类似的政策，即各地楼盘认购过程中，可以向此类有赡养和照料父母需求的购房者倾斜，在购房方面提供优先或便利。至少类似表述说明，养老方面的支持力度提高，相关购房的支持力度也会强化。”易居研究院智库中心研究总监严跃进称。

就近居住、共同生活，子女与父母的最优距离，是“一碗汤”的距离。家住北京东城区地坛公园附近的贺先生去年为父母在距自己家两公里附近买了一套小户型。用他的话说，自己家所在的小区是个东城学区房，社区内再买一套的难度太大，但距小区两公里外便属于朝阳区，购房成本单价从13万元/平方米降低至不到7万元/平方米。房子更新、社区更好。

“我们这种上有老下有小的，除非实力特别强，想在小区内买两套房子，要么顾得了孩子上学，就不顾了老人的舒适度，要么就像我这种选择，一站地的距离，比一碗汤更现实。”在贺先生看来，要想兼顾孩子上学与父母养老的房子，三公里内的教育与医疗配套一样不可少，而家里顶梁柱的职住平衡也同样重要。距离单位不超过半小时路程、12年内不错的教育、一家三甲医院可能是我们这个年龄段的理想住宅。”

医疗：“互联网+照护服务”

随着我国人口老龄化进程加快，老年健康成为社会各方关注的重点。此次《意见》提出，完善老年人健康支撑体系，要提高老年人健康服务和管理水平，加强失能老年人长期照护服务和保障以及深入推进医养结合。

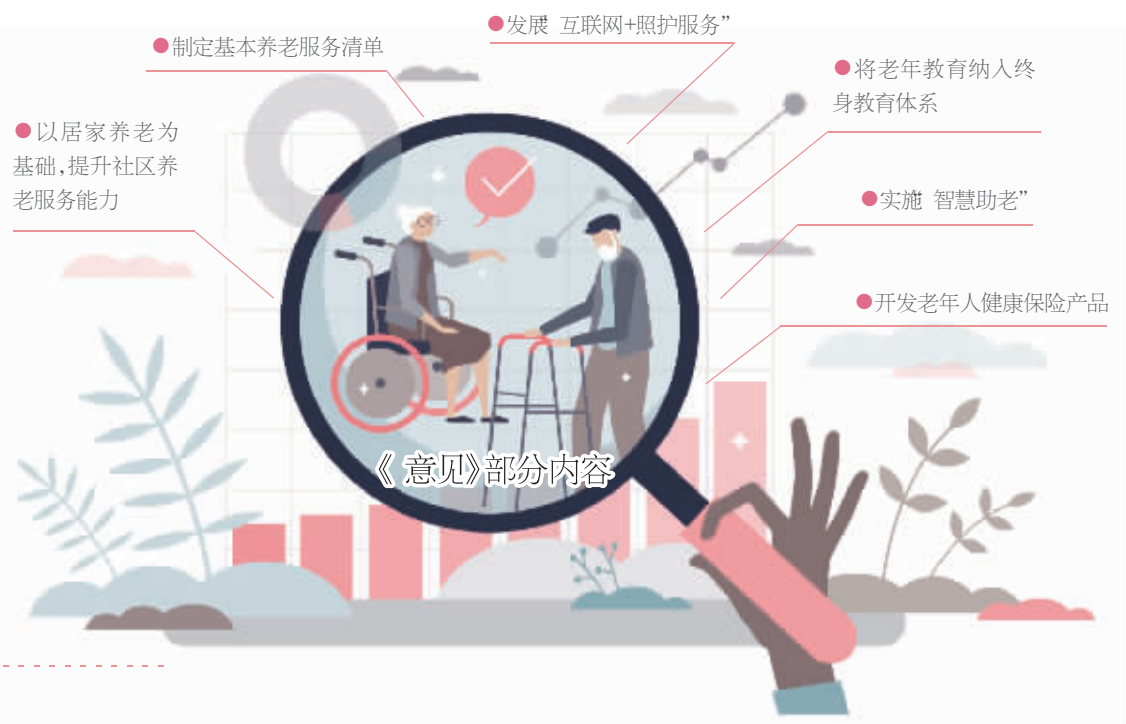
事实上，此前国家多次发布有关护理服务的利好政策。2018年，国家卫健委等十一个部门印发促进护理服务业改革与发展的指导意

见；2019年1月，国家卫健委印发《关于开展“互联网+护理服务”试点工作的通知》，在北京等6省市开展“互联网+护理服务”试点工作，重点为高龄或失能老年人、出院后患者、康复期患者和终末期患者等行动不便的人群提供医疗护理服务。

多家企业在上述背景下开展了业务相关布局。2020年12月，老百姓大药房连锁股份有限公司与湖南格物智慧科技有公司正式签订了共建“互联网+护理服务”战略合作协议。微脉于2018年年底布局“互联网+护理服务”，目前微脉已经探索出一条以老龄群体为中心，集预防、管理、治疗为一体的全生命周期管理体系。

微脉首席医疗官胡炜告诉北京商报记者，公司在全病程管理服务的探索中发现，医院对老年疾病的管理及提升老年人依从性上存在一定的断点，特别是在三四线城市，年轻人口外流，人口结构老龄化严重。很多老年人在诊后、检后、术后及院后的管理都要依靠个案管理师与专业的医护团队，聚焦向老年群体提供全方位、全周期的医疗健康服务已成为一个社会性的话题，此次意见的提出，无疑释放出了一个利好的信号，国家正在推动企业等社会机构参与到老龄工作中来。

金牌护士联合创始人兼CEO丁少磊告诉北京商报记者，老年健康支撑体系是老龄工作的重要组成部分，而“护理康复、长期照护、安宁疗护”又是老年健康的重要内容且以护理为重点。政策的发布，进一步加速了“互联网+护理”（照护）的落地实施，为老年健康工作增加有效护理服务供给，推动了产业的发展。



在智能化产品上，部分企业也早有动作。乐普云智相关负责人告诉北京商报记者，心脏康复是一种对心血管疾病患者进行综合而又复杂的干预治疗，乐普心电图人工智能技术能连续记录到患者日间和夜间时段的心电活动情况，对医生和患者及时调整治疗方式提供帮助，降低急性缺血性冠脉事件的发生率和住院率。降低心衰患者的心血管原因死亡率和心衰原因住院率，改善心衰患者的生活质量。

保险：多层次养老保险体系

作为共同富裕的重要一环，养老早被决策层列入顶层设计，推进第三支柱养老金体系、构建多层次养老保险体系建设时不我待。《意见》明确完善多层次养老保障体系，大力发展企业（职业）年金，促进和规范发展第三支柱养老保险。

据了解，第一支柱为基本养老保险，第二支柱为企业补充养老保险（即企业年金）和职业年金，第三支柱为个人储蓄型养老保险及商业保险。

那么，目前全国范围内的第三支柱养老保险产业发展情况如何？北京联合大学管理学院金融系教师杨泽云分析表示，第三支柱的个税递延型商业养老保险自2018年5月开始启动试点，到2019年年底，仅有4.7万人参保，2019年保费收入也只有2.45亿元。目前，第三支柱的商业养老保险发展严重不足，但未来的发展潜力巨大。

商业保险公司发展第三支柱养老保险产品应该从何处着手？杨泽云建议称，首先是开

发设计差异化的商业养老保险产品。人所处生命周期不同，对于商业养老保险的需求不同，应根据客户需求开发设计不同的产品。其次，要控制风险，加强信息披露。商业养老保险的资金周期较长，面临较大的风险。而养老需求的特殊性使得其资金不能有较大的波动。因此，资金管理需要在控制风险的基础上追求收益，同时也要做好信息披露。

对于发展适老相关产业，《意见》指出，鼓励商业保险机构在风险可控和商业可持续的前提下，开发老年人健康保险产品。

事实上，近年来，银保监会鼓励保险机构发展各类老年人保险产品，丰富老年人可选择的商业保险品种，充分发挥商业保险在社会保障体系中的重要作用。

数据显示，目前可供老年人选择的保险产品已超过1000个，基本涵盖了老年人最为关注的疾病险、医疗险、意外险、养老险等产品。截至今年10月，已上线25款投保年龄超过70岁的费率可调长期医疗险产品。

不过，与我国规模庞大的老年人口相比，保险覆盖率仍需进一步提升。截至目前，全国有1.07亿60岁及以上老年人持有商业保险保单，老年人商业保险渗透率（购买商业保险的人数/人口总数）为41%。

首都经贸大学保险系副主任李文中分析指出，目前商业保险机构推出的健康保险产品在市场上受欢迎程度较低，造成这种情况的主要原因是消费者认为产品定价偏高。而带有普惠性和政策性的健康险产品，由于逆选择风险，亦使人担忧制度的可持续性。对此，李文中表示，老年人健康保险未来的发展

路径应该主要为老年人提供各种健康服务，同时提供适度可控的健康风险保障。

老年人健康保险产品对于我国未来养老工作的推进有什么意义？李文中表示，对于老年人而言，保证生活质量仅仅有养老金是不够的，他们身体机能衰退导致对健康风险保障需求和健康服务需求非常大。因此，促进和实现医养结合对养老工作具有重要意义。

《意见》指出，稳妥推进长期护理保险制度试点，加大探索力度，完善现有试点，积极探索建立适合我国国情的长期护理保险制度。

长期护理保险主要是为被保险人在丧失日常生活能力，年老患病或身故时，侧重于提供护理保障和经济补偿，目前我国的护理保险也有了社保型的护理保险制度、商业性护理保险两大类。

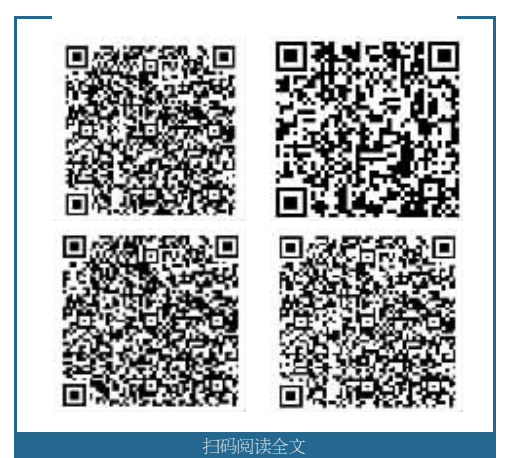
针对长期护理保险，国家多次出台政策大力支持商业保险公司参与，目前绝大部分试点城市的长护险项目都是商业保险公司承办。但目前长护险服务水平有待提高，护理服务需求与供给不对称，庞大的老年人健康、医疗和护理服务需求给现行康养体系带来严重挑战等问题。

清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心研究总监朱俊生表示，目前护理保险加失能保险保费占比不到2%，从商业健康险来看，长护险目前还未完全发挥成效。

数据显示，预测2020年中国失能/半失能老年人口数量为4250万人，占比为17%。而预测2030年、2050年中国失能/半失能老年人口数量分别为6290万人和9600万人，占比分别为17%、20%。

在上海对外经贸大学保险系主任郭振华看来，对于长护险来说，随着失能老人逐渐增加，而长护险及长护险配套体系可以解决该问题，这使得长护险的政策需求大大增加。

北京商报记者 王寅浩 姚倩 荣蕾 胡永新 实习记者 李秀梅



滑雪季来临 雪具市场的冰与火

兵马未动，粮草先行。随着雪季的到来，不少雪友都开始置办或更换滑雪装备。对于滑雪爱好者而言，雪季前置办好装备是滑雪前重要的准备工序之一。而随着2022年北京冬奥会临近，雪友们更是热情高涨，雪具市场是否也呈现出一片热闹的景象呢？带着这样的问题，北京商报记者走访了雪具市场。

销量先热后冷

今年10月，随着崇礼万龙滑雪场的试运行，滑雪市场再度升温，许多雪友也开始为自己置办新装备。冷山雪具总店店长路伟在接受北京商报记者采访时称：“上个月我们卖出了400万元左右”。但进入11月，由于疫情扩散及进出京政策的变化，前往万龙滑雪场变得有些困难，雪具市场也因此受到了影响。

“近一个月北京市场的雪具销量稍微差一些，这个月目前大概在200万元左右。”路伟有些遗憾地说道。

冷山雪具总店位于磁器口雪具城三楼，北京商报记者探访时发现，由于当日为工作日，雪具城的顾客较少，大部分顾客集中在较为有名的品牌店内，一家雪具店的店员表示，现在光顾他们店面的顾客以老顾客及滑雪从业人士为主。

除了新装备，在二手市场滑雪装备的销

量也没有往日亮眼。有位雪友表示，自己上个月挂了一个滑雪用的头盔，至今无人问津，如果实在卖不出去会考虑再降价“出手”。

路伟还表示，由于雪板的使用具有一定的延续性，顾客需求量较大的仍是雪服、雪鞋等产品，雪鞋是冷山固定的销量增长点。家住北京的李女士也向北京商报记者表示，他们带着孩子滑雪时，更倾向于租借滑雪场的雪板等雪具，衣物类则会单独为孩子置办。

也有资深雪友谈到，雪板是根据滑雪水平来选择的，大部分雪友滑雪水平进阶之后，就会把以前的雪板放在二手市场上打折卖掉。同时，不同品牌的雪服防水系数、透气性、抗寒冷指数等也有所不同，所以根据品牌以及使用程度来最终决定卖出的价格。该资深雪友还谈到，其实，按初学者配置的装备来看，置办一套雪具大概在两三千元钱不等，但在进阶后，就会购买更高级的装备，而旧装备就会通过二手平台卖出，这样不仅能够“回血”，还能处理一些闲置的雪具。

冰雪热情仍在

事实上，当前雪具市场销量短暂下滑的主要原因与疫情有着极大的关系。一方面，北京滑雪场还未开放，另一方面，不少资深雪友在去崇礼滑雪场时也担心受到疫情管控无法顺

利回京，遂搁置了出行计划。

路伟表示，购买冷山雪具的顾客大多是相对资深的滑雪爱好者，这些人多会选择前往崇礼的滑雪场，而目前崇礼滑雪场的限制较多，因此有些人还是存在顾虑的。据崇礼富龙滑雪场工作人员表示，目前非中高风险地区外地顾客进入崇礼滑雪场须持48小时核酸检测阴性证明，进入雪场前仍需做一次核酸检测，且健康码及行程码也需要绿码。崇礼云顶滑雪场也表示，进入雪场前要在酒店进行核酸检测。

由于担心出京滑雪不可控因素较多，部分滑雪爱好者也因此暂时搁置了购买雪具的计划，一位滑雪爱好者向北京商报记者透露，“北京雪场较小，崇礼又受到疫情防控的限制，因此暂时还处于观望状态。万一出京赶上疫情了，回不来就比较麻烦了。如果去吉林松花湖等大型滑雪度假地，距离又比较远，周末时间肯定不够，因此还是等等看”。

在资深旅游专家王兴斌看来，雪具销售量短暂下降毫无疑问是受到了疫情变化的影响，而北京对于疫情防控更加严格，在此情况下，人们对于雪具的购买力也会有所下降。下一步，人们对于冰雪运动的需求量、购买雪具的购买力如何，也将取决于疫情的变化。

虽然暂时“遇冷”，但雪友们对滑雪的热情依旧存在。根据去哪儿网数据显示，未来一个

月入住北大湖、松花湖和长白山滑雪度假区酒店的预订量均已超过2019年同期，北大湖滑雪度假区的酒店预订量增长超2倍。

路伟也表示，今年雪具的总体销售情况比2018—2019年要好，等到北京雪场开放，本月的雪具销售量应该能与上个月持平。对于未来雪具的销售情况，他抱有积极的态度，“但前提是要等北京雪场开业或者去崇礼的政策放宽一些”。

“雪二代”有望持续增长

“北京的滑雪场马上就要开了，我们还是比较期待的，想趁着开板首日带着孩子去体验一下。”资深滑雪爱好者王先生说。虽然滑雪装备的销量暂时受到波动，但滑雪爱好者对于滑雪的热情依旧存在。随着“小雪友”们的加入，冰雪运动未来还是值得期待的。

北京商报记者了解到，北京已经有部分滑雪场晒出了今年雪场开板的时间。根据北京石京龙滑雪场订阅号消息，万科石京龙滑雪场将于2021年11月27日正式开板。与此同时，南山滑雪场预计试营业时间为2021年11月27日—12月3日。

而在北京的滑雪场开板之后，相信伴随着“雪二代”的到来，雪场会更加“年轻”。路伟告诉北京商报记者，近几年的儿童雪具销

量也在逐年增长，而且越来越多4—5岁的孩子加入到了滑雪运动中来。家住北京的李女士今年要带着7岁的孩子去滑雪，她表示：“如果没有疫情的话我们会选择去崇礼滑雪场，但现在由于疫情的变化，我们打算周末去北京的滑雪场，因为本身我们就很喜欢滑雪，希望孩子也能够体会我们的这份快乐。”由此可见，大家逐渐开始注重对“小雪友”的培养，在冰雪经济的不断发展和2022年北京冬奥会的助推下，越来越多的人会加入到滑雪产业中来。

北京市滑雪协会主席李晓鸣指出，冰雪运动发展和人们生活水平的提高有着很大的关联度。近几年来，北京、上海等一线城市的消费者，特别是青少年，对于参与冰雪运动的热度反而比原来老冰雪运动的城市要高。

“因为雪场的面积较大，滑雪又是一个户外运动项目，所以基本上不会存在人群聚集的问题，同时，滑雪需要佩戴头盔、护面、滑雪镜等装备，从某种程度上讲，能够对疫情防控起到相对的隔离作用，所以在冬奥会热度的加持下，北京的滑雪市场要比去年同期有所上升。”李晓鸣还谈道：“除此之外，雪场也要在消费者进入雪场前做好严格的疫情防控工作，要确保进入雪场的消费者是健康安全的。”

北京商报记者 关子辰 吴其芸 实习记者 张怡然