

第三章 发展基础：产业状况分析

中国已经处于老龄社会初期阶段,正在向老龄化经济体转变,也将成长为全球老龄产业市场潜力最大的国家。老龄产业是老龄社会条件下的基础性产业、支柱性产业和战略性产业,发展老龄产业是发达国家调整产业战略的主攻方向之一,也是未来中国经济发展的新的增长引擎。预测表明,到2050年,中国老龄产业的市场总容量将达到届时GDP的三成左右。

——《中国老龄产业发展报告(2014)》

有效应对人口老龄化,不仅能提高老年人生活和生命质量、维护老年人尊严和权利,而且能促进经济发展、增进社会和谐。

——习近平在主持中共中央政治局第三十二次集体学习时的讲话

本章主要就我国老龄产业发展的状况进行分析。首先运用美国竞争战略专家迈克尔·波特提出的 SWOT 分析方法,对我国老龄产业发展的优势和劣势、机遇和挑战进行深入探讨。同时,就我国老龄产业发展的规模以及老龄产业发展的前景进行分析。

一、老龄产业发展的优势和劣势

1. 老龄产业发展的优势

(1) 我国老龄人口迅速增长

人口老龄化是老龄产业形成和发展的现实基础。从老年人口的规模来说,目前我国老年人口已经超过 2 亿,是世界上唯一一个老年人口过亿的国家。据我国学者预测,在未来 30 年里,这个数字将以每年 3% 的速度递增,到 2030 年,我国 60 岁及以上人口数量将达到 3.1 亿,占总人口比重的 20.42%;到 2050 年老年人口将高达 4.37 亿,达到人口总比重的 31.2%,意味着每 3 个人中就有 1 个老年人,“三人行必有一老”的局面终将形成^①。也就是说,35 年之后,老年人将成为我国最为庞大的消费群体。中国老龄化的进程要比发达国家迅猛得多,从 65 岁以上的人口比例由 7% 上升到 14% 需要经历的时间来看,法国需要 115 年,美国需要 65 年,而中国仅需要 27 年,由此可见,中国的人口老龄化发展迅速,银发浪潮可谓呼啸而至。

老年人口的增加是老龄产业发展的前提。如此快速的老年人口增长,如此庞大的老年人口规模将催生出大量的对于老龄产品的潜在需求,为老龄产品生产企业创造无限商机,也必然会带动老龄产业的发展,成为老龄产业发展的巨大潜力。

(2) 老年人的收入不断提高

一个产业的发展在很大程度上受其服务对象购买力水平的制约,而购买力是以收入作保证的。随着我国经济发展水平的不断提高和社会保障体系的不断完善,我国老年人的收入水平将不断提高。我国老年人所具有的购买力,虽然无法与发达国家的老年人相比,但是,作为一个日益庞大的消费群体,其购买力总和还是相当大的。

从 2005—2014 年,我国已连续 10 年调整企业退休人员基本养老金水平。与 2005 年调整前人均 700 元的水平相比,2013 年调整后企业退休人员月人均养老金达到了 1893 元;毫无疑问,2014 年调整后的企业退休人员月人均养老金又将获得新增量。企业退休人员的养老金“十连增”后将更好地保障和提升退休人员的基本生活水准和生活质量。加之近几年大批中高收入者进入退休老年人行列,老年人消费市场在不断增大。且近 10 年来城镇老年人领取退休金的比例从 69.1% 上升到 84.7%,城镇老年人得到了基本养老保障。农村老年人年均总收入 10 年增长了 1.5 倍,其中年均公共转移性收入由 60 元增加到了 784 元,增长了 12.1 倍。

老年人经济状况明显改善,收入水平的提高为我国老龄产业的发展奠定了经济基础。据中国老龄科学研究中心的一项调查,仅退休金一项,到 2020 年就将增加到 28145 亿元,

^① 张俊浦. 社会养老体系建设的问题及对策研究[J]. 四川理工学院学报, 2011(6): 35.

2030年为73219亿元。此外,在60岁到65岁的老年人中,约有45%的人会继续就业,这样在退休金的基础上,还会有额外收入。老年人在经济上更加自由、更加宽裕,同时在购买行为选择上也更加自主,老年人的购买力在整个社会购买力中的重要性越来越大。将来中国老年人口所形成的购买力将很有可能接近或超过发达国家的水平。这将为老龄产业的发展创造千载难逢的机遇。

(3) 老年人消费需求日益扩大

老年人消费需求日益扩大为老龄产业的发展奠定了基础。随着一大批中高收入者退休进入老年人行列,老年人消费市场蛋糕一年比一年大。有经济学家估计,未来十大最有潜力的消费领域之一就是老龄用品市场。迅猛而来的老龄化现象必然将快速拉动老龄产业的发展,据有关资料显示,西方发达国家的老龄产业在人口老龄化过程中得到显著的发展,老龄产业的产值及其占国民生产总值的比例均呈现快速增长的趋势。目前,我国老年人消费需求总量也在不断扩大,每年以15%以上的速度递增,而且速度还在加快,日益扩大的老年人消费需求必将为我国老龄产业的发展奠定坚实的基础。

随着社会的变迁,当前的老年人的需求层次已经发生了很大的变化,老年人的需求也越来越多元。传统老年人的“重积累、轻消费、重子女、轻自身”的消费观念在逐渐发生变化,老年人也越来越追求高质量的生活方式。

老年人作为特殊的消费群体,随着我国社会经济水平的提高及老龄化程度的增加,客观上已经形成了一个规模庞大、结构多元、丰富多彩的需求市场,现有老龄产业略具规模并呈现多样化趋势,老龄产业新产品不断涌现。目前我国老龄产业主要涉及养老服务业、金融业、老年旅游业、医疗保健业、老年法律服务业和老年房产等领域,其中以养老服务、保健品领域发展较为迅速。未来几十年我国的老龄产业还将呈现出不断迅速扩大的趋势,这对于涉老行业的老龄产业来说商机无限。

(4) 传统的尊老文化资源优势得天独厚

以“孝”文化为核心的尊老文化为老龄产业的发展提供了大市场。据中国国家老龄委提供的数据,目前我国老年人用品市场的需求量为7000亿~8000亿元(每年仅老年人的服饰穿着至少有1000亿元的消费需求),而现阶段我国为老年人提供的产品不足10%,与市场需求存在较大差距。在逐渐形成的“4—2—1”家庭(即一对夫妻赡养四位老人和抚养一个孩子)结构中,子女对老人的日常护理总是力不从心,所以老龄产品就成为分担子女一部分责任的最佳载体。在此背景下,我国传统的尊老文化必将推动“孝心消费”,产生“孝心市场”,从而为老龄产业的发展提供了一个大市场^①。

“孝”作为一种文化体系、一种社会意识形态,在中国历史上发挥着举足轻重的作用,我国也因此孕育了大量蕴含“孝文化”的人文景观和物质资源,并以此派生了以孝道为行为取向的思想观念、文化精华。在当前“银发浪潮”袭来,养老产业亟须发展的大形势下,我们要依托孝文化开展老龄产业的规划发展,在产业建设中延续孝文化历史文脉,同时在经济活动中体现孝文化精髓,实现人文资源与自然资源的转化互动^②。

① 张梅. 略论我国发展老龄产业[J]. 珠海市行政学院学报, 2012(3): 33.

② 侯文颖, 潘泽江. 促进我国老龄产业健康发展的建议[J]. 郑州航空工业管理学院学报, 2015(10): 56.

(5) 全国老龄产业市场规模将快速增长

经济学理论告诉我们,市场需求取决于如下三大要素:一是具有某种需求的人。一定的人口规模是形成市场的前提,也是某种产业形成的前提。二是购买欲望。人们必须对某种商品与服务具有购买的欲望,才能产生实际的购买行为。三是满足这种需求的购买力水平。购买力是形成市场的重要条件,即市场是由人口数量、购买欲望和购买力三要素组成的统一体,老龄产业的产生与发展取决于由老年人口规模、老年人口购买欲望和老年人口购买力水平所决定的市场需求^①。用公式表示如下:老龄产业市场规模=老年人口数量×购买欲望×购买力。

2015年陈俊华、黄叶青、许睿谦通过分析中国老龄产业市场规模不同维度的影响因素,尝试运用系统动力学模型,构建中国老龄产业市场的各类型反馈回路,对2012—2020年全国、分省和分地区老龄产业市场规模进行仿真预测,得到如下主要结论:全国老龄产业市场规模将快速增长。全国水平的仿真预测结果显示,以2012年老龄产业市场需求规模1万亿元为基础,中国老龄产业市场规模的增长率在2015年增加到16.68%,2016年开始呈逐渐下降趋势,到2020年增长率降至14.49%,同时总体市场规模增长到30895亿元。但中国老龄产业市场发展的省际差异十分明显,人口大省和经济大省的老龄产业市场规模与增量都相对较大,东北、大西北和西南地区的省份老龄产业市场发展相对缓慢,总体水平落后于沿海地区省份^②。

总之,伴随着这种经济增长,在21世纪上半叶中国老龄产业规模将呈现出持续扩大的趋势。

2. 老龄产业发展的劣势

(1) 对老龄产业发展认识不足

到目前为止,尽管我国老龄化已非常严重,但老龄产业在我国仍是一个新兴产业,至今一些决策部门对什么是老龄产业以及如何发展老龄产业还缺乏足够的认识。且社会上的投资者和企业还没有看到老龄市场巨大的发展空间和潜力,认为老龄产业属于微利产业,大多不愿涉足老龄产业,影响了他们对老龄产业的直接参与和投入,使得老龄产业发展难以满足快速增长的老龄人口需求^③。

(2) 老龄产业处于初级阶段,存在诸多问题

尽管老龄产业有着广阔的发展前景和快速增长规模,背后却蕴含着我国老龄产业仍处于发展初级阶段的事实,其中一个明显的印证是老龄产业市场规模仅是简单以老年人口消费规模增长为基数,并且普遍存在总量规模大但单体规模小、产业链过短过窄、产业间横向合作少、产业间融合程度低等诸多突出问题^④。

我国专营老龄产品和服务的企业少,没有形成产业规模,发展不规范,很多领域尚未开发,如老年娱乐业、高科技产品等。就养老机构来说,虽然目前我国养老机构的数量总体呈

① 李齐云,崔德英.老龄产业发展现状、问题与对策研究[J].山东经济,2008(1):72.

② 陈俊华,黄叶青,许睿谦.中国老龄产业市场规模预测研究[J].中国人口科学,2015(5):79-80.

③ 刘东生.老龄化背景下我国老龄产业发展的SWOT分析[J].经济师,2014(8):90.

④ 陆杰华,王伟进,薛伟玲.中国老龄产业发展的现状、前景与政策支持体系[J].城市观察,2013(4):8.

现井喷现象,但面对庞大的老龄人口数量,这些服务设施是远远不够的。且也存在矛盾,有些老人院、老年公寓、福利院生活单调,缺乏乐趣,对老年人没有吸引力;有些又过于奢华,收费过高,致使许多老年人望而却步,不敢消费,结果是老人院、老年公寓没有充分利用,造成资源闲置和浪费。老年产品和服务有些质量差,花色品种单一,有些由于价格相对昂贵不能为老年人充分享用,不能充分满足老年人的需求,造成老龄产业的供给不足与供给相对过剩的矛盾^①。

虽然目前国家已经放宽社会资本进入老龄产业的门槛,但大多数企业在市场和产品开发中只是浅尝辄止,涉足不深,未能根据市场的变化来相应地调整和开发自己的产品,老龄产业的商业化运作水平不高。产业结构不合理,结构失衡比较严重。目前,老龄产业还是以老年护理业为主,并涉及一些医疗设施产品的相关产业,而银行、保险、住宅开发、文化、教育、旅游、运动、信息服务等行业发展比较慢。虽然政府也积极鼓励各方面力量参与老龄产业的培育和建设,但是由于政策的具体内容缺乏,缺少对市场发展的总体导向,影响了资本的导入方向,也造成老龄产业结构难以合理发展的现状。

老龄产业产品与服务销售渠道单一,促销手段极为落后。目前,老龄产品市场的基本格局是产品种类少,专业化程度低,市场细分不够,缺乏专营的品牌。在产品、价格和渠道原本同质性就很强的情况下,针对老年人的市场营销意识较弱阻碍了我国老龄产业的快速发展,具体表现在缺乏系统的市场竞争战略,产品销售渠道单一,甚至仍然存在等待顾客上门的状况。此外,老龄产品宣传促销手段不得法、不到位的主要原因是市场对老龄人口变化的了解程度不够,导致不断变化的老龄需求与老龄产品和服务之间不相适应的矛盾,使得部分涉老产品或者服务在市场竞争中处于被动地位,这与企业对产品或者服务定位不准有着直接的关系^②。

(3) 老龄产业的市场研发严重滞后

有学者提出,老龄产业市场存在供需双向缺位的“怪现象”的根本原因在于老龄产业的市场研发严重滞后,传统产品为主的局面仍未打破,市场研究和产品开发相对脱节。目前,国内学界对老龄产业的研究主要集中在微观和宏观两个层面,且大多集中在社区老年健康医疗方面,研究仍然以老年人的健康和物质需求为主,缺乏从多个领域对老龄产业进行综合性研究。总体来说,老龄产业发展的理论研究和实践研究都滞后于社会发展,这种状况严重阻碍了老龄产业的发展^③。

从整体而言,我国大多数老龄产品的研发还处于对发达国家的仿制阶段,独立研发能力十分有限。老龄产业已开发出的产品和服务大多属于传统项目,主要集中在食品、服装和医疗保健等方面的产品和服务,产品和服务明显单一,层次较低,尚不能满足老龄人口日益多元、高层次的物质和精神需求,对住房、安全、旅游、金融、保险等方面的产品和服务缺失则更为严重。此外,考虑到我国老龄产业多为中小企业,这些企业不可能在市场研究和产品开发方面花费大量的人、财、物力。因此,政府需要在鼓励和推动老龄产业发展高新产

① 李珊珊. 江苏连云港老龄产业的 SWOT 分析[J]. 统计科学与实践, 2012(8): 38.

② 陆杰华, 王伟进, 薛伟玲. 中国老龄产业发展的现状、前景与政策支持体系[J]. 城市观察, 2013(4): 9.

③ 侯文颖, 潘泽江. 促进我国老龄产业健康发展的建议[J]. 郑州航空工业管理学院学报, 2015(10): 57.