

产业链不全、人才难求、政策支持乏力

养老产业三大痛点待破解

老年产业系列报道之二

经济观察

网址: cj.voc.com.cn
电话: 0731-84329965

2013年中国老年人口达到2亿,并将加速步入老龄社会,到2053年,老年人口将达到顶峰,养老产业也将成为规模达到35万亿元的庞大产业。

钱景诱人,各路商家却犹豫不决,养老产业发展遭遇难

言尴尬,记者询问了多位养老产业经营者或者养老产业从业人员,试图揭开其间的奥秘——养老产业为何看起来美,想挖到金子却很难?

■三湘华声全媒体记者 潘海涛 蔡平

他山之石

芬兰

为居家养老提供周到服务

芬兰是世界上的长寿国家之一,男女平均寿命分别达到74岁和80岁。根据90%以上的老人喜欢在家中安度晚年的特点,芬兰有关部门探索并逐渐确立了一种适合老人居家养老的模式,将重点放在为老人提供周到的家政服务和保健服务等各种辅助性服务上。

日本

政企多方建设养老设施

在日本,政府、企业和非盈利组织均可建设养老设施。政府在全国建设了约3100处健康恢复型养老设施和约3700处老年疗养医疗设施,65岁以上老人在需要时,可使用社会医疗保险入住这些设施。



困局 三大痛点亟需破解

提到养老产业,入行11年的湖南枫中老年用品有限公司董事长龙登科显然极具代表意义。对于养老产业,他用一句话归纳如下,看起来很美,但市场成熟还有待时日,而在这期间,“政策乏力”、“产业链不全”、“一才难求”这三大痛点亟需破解。

龙登科结合自己11年的从业经历对此进行了阐述,他告诉记者,外人看来,老年服饰表面上看

拥有广阔的市场空间,然而由于老年人消费理念讲究价廉、实用,这直接导致老年服饰行业利润空间单薄,也难以调动老年服饰生产上游与销售下游的积极性,此外,国家税收等政策也并未对此行业进行倾斜……难以赚到钱,这个行业自然就难以做大。

除了政策乏力和产业链不全的制约,让龙登科最为苦恼的还是招工难。“企业盈利能力弱,不说留

住人才,现在招工都难,现在我们的企业都是40多岁的员工,工资年轻人没人愿意干”。

提到一才难求,左维新院长也是颇有感触,为解决用工难的问题,长沙雨花区永济老年养护院先后花费30万元联合湖南康乐年华养老服务机构培养人才,但却收效甚微,由于工作强度大、待遇低等诸多原因,联合培养的员工流失率已经超过50%。

破局 打破文化藩篱,健全产业链是关键

养老产业为何久久未能迎来市场井喷?中国社会科学院人口与劳动经济研究所副所长张车伟表示,目前购买力有限依然是国内养老产业发展的最大瓶颈之一。另外,国人的文化传统与西方社会的养老观念也有一定的出入,“多数

中国的老人依然希望把房产作为遗产留给子孙后代,而不是作为养老的本金。”

文化的藩篱固然需要破解,不过随着中国人口老龄化的加剧,现实可能会倒逼国人接受西方的养老理念。在这个问题上,湖南商学

院尹元教授直言不讳,虽然湖南有部分企业已经开始养老创新服务模式的探索,但养老产业各个层面的服务商还没有完全成型,产业链的诸多部分出现空洞,这也成为养老经济目前难以形成朝阳产业的一大关键性制约条件所在。

昆仑山挑战 6000 九城招募开启 力邀消费者探秘珍稀雪山水源

6月7日,挑战6000昆仑山自驾寻源之旅在深圳市假日广场上演招募选拔大战,6月8日,招募地转战武汉国际展览中心,这是继广州后,昆仑山线下九大城市消费者招募的接力站,稍后将陆续在杭州、成都、北京、上海等剩余六大城市地标广场展开。自驾寻源见证活动将在7月启程,历时8天,深度体验高海拔水源地的独特魅力。

九城招募预热雪山自驾寻源

昆仑山雪山矿泉水的水源地位于青藏高原海拔6000米昆仑雪山,积雪慢慢融化后,渗入岩层,经过50年的过滤和矿化,形成珍贵的雪山矿泉水。饮水质量影响生命健康,水源品质影响水的质量。与其他品类的瓶装水相比,昆仑山雪山矿泉水无疑拥有不可比拟的优势。为了让消费者深度感受雪山水源的珍稀属性,昆仑山自2009年开始,每年都会组织消费者前往昆仑雪山,探访工厂及水源地。据昆仑山企业相关负责人介绍,线下选拔环节一方面是为了确保可以选出能够有健康体魄参加自驾寻源的消费者;另一方面也是希望通过招募活动,来普及健康的饮水理念。

珍稀雪山矿泉水受追捧

随着雾霾天气、河流污染和土地污染等社会环



境问题的出现和人们消费水平的提高,人们对安全、健康的饮用水越来越重视,据了解,在欧美国家,雪山水源的矿泉水始终引领着健康饮水的潮流与趋势。

昆仑山的企业负责人也证实了雪山矿泉水在国内的迅猛发展,“这两年雪山矿泉水在终端的销售尤为火爆,大家对于饮水健康的关注度以一种飙升的速度在增长。昆仑山的雪山寻源活动,让消费者可以更深入、零距离的感受高海拔、零污染的雪山水源地,相信会有更多消费者选择雪山矿泉水。昆仑山也期望让中国消费者也可以与欧美国家的健康饮水的潮流接轨,开创一个雪山矿泉水的新时代。”徐秀峰

世界杯来袭,选 TCL 球迷·专属电视尽享“足球盛宴”

日前中国电子商会及国家广播电视质量监督检验中心举办的消费者主观评测活动对消费者如何选择4K电视,给出了权威推荐。

TCL TV+ 游戏电视 E5700 在拖尾、色纯、清晰度、图像层次感、临场感这五项重要画质指标表现均高于对比电视,从而被独家授予“球迷·专属电视”证书,可谓世界杯必选装备。此次 E5700 独家获授

权威机构颁发的“球迷·专属电视”,依赖于 TCL 4K 电视强大的 4K 技术、卓越的软硬件配置以及出众的性能。TCL TV+ 游戏电视 E5700、E6700 能让你与朋友一起“玩”足球。据介绍,6月13日至6月15日, TCL 将打造“畅享超高清 惠聚视界杯”的大型促销钜惠活动,近期有换购计划的消费者要尽早留意,早日把心仪电视抱回家。

国美在线 618 巅峰对决 5 天 5 夜真低价

进入2014年以来,国美在线与京东在家电领域的频频交锋,已成为行业热点话题。随着6月世界杯和618的临近,两大电商的正面PK逐渐进入白热化阶段。据国美在线营销副总裁黄向平介绍,6月9日,国美在线再砸10亿,家电一降到底,全线底价,贵就赔。消费者发现比京东贵就奖100元,买贵就赔300元。

除了推出贵就赔外,从6月11日起至6月20日,国美在线还拿出真金白银每天派发10万红包,红包金额5元至200元不等,消费者只要参与100%中奖。作为国内领先的电商企业,国美在线投入巨额资金进行促销大战,无论是树立行业服务标杆,还是低价让利打造更好的购物体验,都旨在为消费者带来实实在在的低价与优质的服务。

球王贝利携手绿源电动车 助力中国少年足球梦

绿源少年足球公益计划暨绿领世界冠军纪念版发布会在京举行

2014年6月3日,“绿领世界·源梦行动——绿源少年足球公益计划暨绿领世界冠军纪念版发布会”在北京国际会议中心隆重举行。世界球王贝利亲临现场,应邀出任“绿源少年足球大使”。绿源少年足球公益计划启动,贝利出任少年足球大使



举世瞩目的2014巴西世界杯即将开幕之际,中国电动车行业著名品牌绿源发起了“绿领世界·源梦行动”的少年足球公益计划,特邀球王贝利不远万里来到中国担任“绿源少年足球大使”,全力支持中国少年足球的发展。此次绿源之行能为中国少年足球运动发展出一份力,他感到很荣幸,很有意义。绿源此举激发了足球界人士和公众对中国少年足球运动的热切关注和参与!“绿源少年足球公益计划”主要包括三个部分:

- 1、成立“绿源少年足球夏令营”:今年起,绿源电动车将联合足球运动主管部门、学校和社会力量,把绿源少年足球夏令营作为选拔、培养少年足球精英的常设活动在全国各省市开展。
- 2、开展“城市足球广场”活动,倡导全民足球:绿源将动员全国各地代理商力量,赞助社区足球运动,在城市街区开展以足球为主题的“城市足球广场”活动,倡导家长们带孩子一起走出户外,运动起来,强健少年体魄,传递“拼搏成就梦想”的足球运动精神!
- 3、开展绿源“千校万球”少年足球希望工程:为中国1000所希望小学捐助10000个标准足球,首批为西部贫困地区100所学校捐赠的1000个足球即将落实。

绿源“球王版”新车拍出50万元创世界纪录!

6月3日上午,绿源全新研发的绿领

世界冠军纪念版新车也在国家会议中心正式发布。发布会现场,绿源集团对球王贝利亲笔签名的第一辆“绿领世界球王版”主题电动车进行了现场拍卖。

经过现场绿源合作伙伴、媒体记者和足球界人士的多轮激烈竞价,绿源球王版拍卖出了50万元的高价,比肩奥迪、奔驰等豪车身价,更是创造了两轮电动车价格的世界之最!而此次拍卖所得将全部投入绿源少年足球公益计划实施用途。**足球少年圆梦,“少年足球夏令营”开营**

下午,在国家奥林匹克足球训练场的草地上,阳光灿烂,笑语欢歌。首都足球界知名人士、足球少年和绿源集团合作伙伴欢聚在这里,共同见证绿源首届“少年足球夏令营”开营。**走出户外、拥抱足球——“绿领中国”新浪潮**

秉承“只为生活更美好”的使命和“满街都是绿源车”的企业愿景,绿源集团走过了17年的创业征程,开创了中国电动车产业,实现了千万倍的跨越式增长!绿源电动车创立至今,一直倡导低碳环保出行的生活方式,努力推动个人绿色出行,引领绿色交通产业的健康发展,倡导国民享受绿色低碳的品质生活。