

康养&银发产业 “十五五规划” 研究报告

目 录

第一篇 国资转型康养“十五五”， 破解“床位经济”到“人效革命”的转型密码.....	3
第二篇 国企十五五规划重点：“大而不强”困局如何靠“链主战略+区域协同”破壁.....	11
第三篇 2025 政府工作报告中银发产业发展趋势与投资机遇新方向	18
第四篇 从“养老院”到“产业链战争”：银发经济 3.0 时代.....	39
第五篇 “变与不变”，深议大会释放的企业“十五五”银发策略	46
第六篇 浅谈“十五五”期间银发产业发展的几个既定趋势.....	53

第一篇 国资转型康养“十五五”，破解“床位经济”到“人效革命”的转型密码

核心观点

- 1、区域深耕，网格化布局降本增效；
- 2、数字化重构，千亿大模型打通服务闭环；
- 3、医疗错位竞争，分级诊疗激活“非医保”金矿；
- 4、存量资产动态盘活，四级分类管理破解“无效资产”困局。

引言

2025 年作为“十四五”规划收官与“十五五”规划启动的交汇之年，国有企业迎来新一轮战略调整与产业升级的关键窗口。随着全国两会明确提出“新质生产力”发展要求，以及政府工作报告对扩大内需、优化产业结构的部署，国有企业（尤其是央企和地方国资）在康养产业中的角色从规模扩张转向高质量发展，成为推动经济转型与民生保障的核心引擎。

任务一：依托区域，提升运营能力，基于优势资源降本增效

2024 年 12 月发布的《中共中央国务院关于深化养老服务改革发展的意见》明确提出，要健全分级分类、普惠可及、覆盖城乡、持续发展的养老服务体系。三级养老服务体系指的是居家为基础，社区为依托，机构做专业支撑。目前很多区域，居家社区机构三类养老形态服务不连续、资源相对独立，接下来需要进一步巩固居家养老基础作用、强化社区养老依托作用、优化机构养老专业支撑作用。

区域的养老服务体系建设还是首要任务，是基本盘和主阵地。企业必须要在一个区域市场或者细分市场上争夺绝对的市占率和渗透率，才能不断深挖的客户端需求和多层次的服务体系，是做区域深耕的最大的优势。只有深度覆盖区域市场或者细分市场，进行网格化布局，才能够带来营销成本下降、服务能力提升以及多层次服务体系带来利润率的显著改善。这也就是为什

么多数的康养平台公司（例如山东健康、江西长天、湖南康乃馨等）不管是通过接收资产还是主动拓展，先要有一定的床位数或者网点数，所谓“吨位决定地位”。有这样的床位基础，才有利于更低成本整合相关供应商资源，才能逐步降低运营成本，才能获得更多资金补贴，以及未来争取更多的资源资产。

国有企业依托于区域发展，可以弥补很多产业发展的不足与痛点。目前我国居家养老服务仍以中小企业供应商为主，存在资金不足、医疗资源匮乏、服务质量参差不齐等问题，无法提供专业、稳定、持续的居家医康养服务。国企在资金、资源调配、品牌信任、产业协同、平台搭建等方面具有显著优势，能够有效提升养老服务的质量和可持续性。由此，国有企业更要在市场化、专业化、精细化方面去下功夫，去优化资源的配置，要优化产业的合理布局，才能提升国有资本的运营效率。

另外，十五五期间，康养产业进入了第二个发展阶段，产业发展从规模驱动到了效率驱动，即如何高效配置资源、资金、资产，如何让产业回归到效益来推动产业发展水平。所谓“降本增效，除了降本，还重在增效！”

现在的康养产业已经不仅仅是最初的养老机构，各地方政府不再会把建机构和增加床位去作为政府投入的单一重点和单一工作考核的指标。随着我国养老服务体系的发展理念逐渐从单一政策发展到注重综合政策体系构建，我国养老产业也从单一的机构评价体系，逐渐向多层次的产业生态不断发展。从产业发展阶段来看，**第一阶段是床经济**，机构床为主，怎么做都很难赚钱。第二阶段，是“4+1”张床，沿着“居家床-社区床-机构床-旅居床”链接“医疗床”，做好了能有微利。第三阶段，从床经济到人经济，服务了某个区域内最多的银发人群，布局了最密集的服务网点，全场景服务网络，做好了，可以不受床位规模限制。**第四阶段，产业供应链体系**，以产业投资为抓手，整合关键需求背后的产业资源。

任务二：推进数字化建设，构建深度服务家庭的智慧化管理平台建设+线下业务运营模式建设

地方信息化平台的搭建非国企莫属。以北康养为例，公司联合卓世科技发布全国首“北京养老行业千亿大模型”，利用AI智能，该模型拥有超千亿参数规模，预训练语料超过2万亿tokens，具备强大的数据处理和学习能力，能够提供更为精准和复杂的服务。可以预见，未来

北京养老服务网的升级，不只是机构信息驿站信息助餐点，而是能更好地理解老年人的需求和行为模式。

以和君的合作伙伴中国-东盟信息港股份有限公司，其政府数字化和产业互联网搭建极为成熟。同时，作为广西的智慧养老 TOG 平台雏形，开始逐步整合多家服务企业，这需要懂资源懂市场的企业运营。政府出钱做基础设施建设，本地国企整合资源，民企来做服务。地方国有企业不一定自己下场做服务，但要把这样的平台管理抓在手上，数据资产抓在手上，政府购买服务的支付抓在手上，同时利用人工智能、物联网、大数据等信息技术带来的革新，全面提升资源配置效率、行业创新水平和竞争能力。

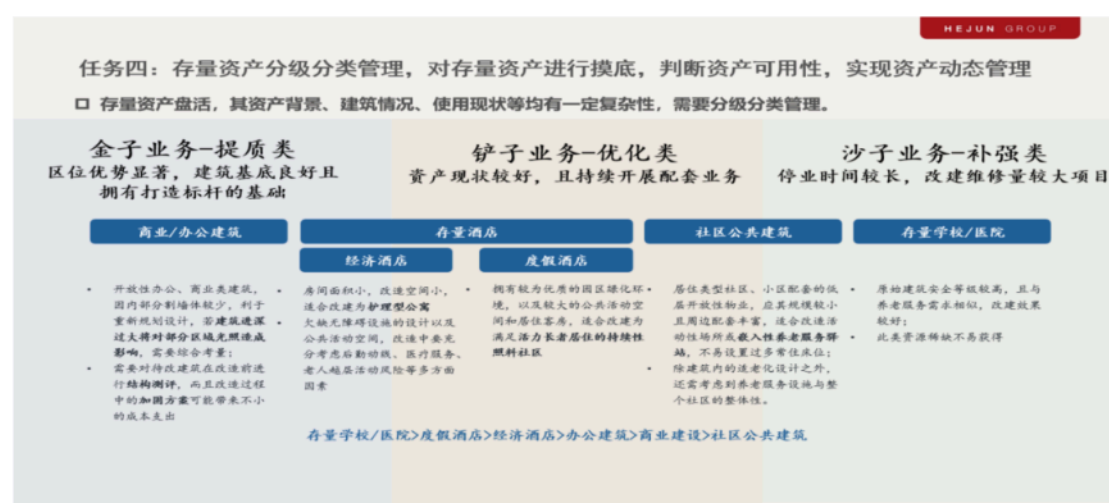
任务三：支持基层医疗机构转型发展，构建分级分层医养结合体系

2023 年初，国务院印发的《支持国有企业办医疗机构高质量发展工作方案》提出，支持提供多样化医疗健康服务，包含健康管理、医养结合、“互联网+”等服务。作为康养与养老的重要建设者、参与者，国企平台在推动医养结合、探索多样化康养业务方面有着重要作用。

很多国企拥有医院资源，国有企业办医疗机构，创新办医模式，要与公立医院错位竞争，不要只想着跟公立医院抢医生、抢病源、抢医保。因此国有企业办医疗机构应该定位在，提供基本医疗及公共卫生服务基础上，重点应该放在职业病防治、健康管理、康复、护理、医养结合、安宁疗护等领域提供多层次的医疗健康服务。

医养结合业务怎么提升，要打造“三体系”、“三融入”和“三支撑”。“三体系”指的是对照三级医疗体系，三级医院要增强专业技术能力；二级医院要做强专科，甚至打造老年病科、康复科等专业特色科室，加强学科建设；基础医疗体系要向居家延伸，做健康管理。要在这三个体系中去增强和延伸医疗运营能力。“三融入”指的是**融入高水平的医生集团揽人才，融入区域性的专科联盟揽技术，融入当地医联体通客源。**“三支撑”指的是一边构建强有力的三级医疗体系，一边构建机构、社区、居家的三级养老服务体系。

任务四：存量资产分级分类管理，对存量资产进行摸底，判断资产可用性，实现资产动态管理



大量的存量资产隶属于政府、事业单位或国有企业，这些资产包括办公楼、写字楼、废弃的厂房、仓库、酒店、学校、楼堂馆所等。这类资产经过改造后可以长期使用，一方面可以凸显国有企事业单位的社会责任与担当，另外一方面可以通过提供稳定的物业以长期支持养老服务业务的开展，在很大程度上缓解了养老服务业长周期回报的痛点。第一步想要用起来，第二步要得到质的提升，做到比原有业态更高效。例如，养老服务设施既能包括了数万平方米的大型 CCRC 社区，也可兼容几千平米的社区居家照料中心，既可以是长期居住的医养结合型的服务机构，也可以改建成为老年精神文化生活的老年大学，需要因地制宜的进行分类、甄选、改造和提升，使不同的存量资产潜能得到最佳的发挥。

培训疗养机构是最难解决的存量资产，而很多国企手里都有，大部分是被迫接的，这些资产肥瘦相间，运营不好就是包袱。培训疗养机构转型康养最大的难题是这些资产多数在郊区或者非核心城市)，地方客源不足，面临如何导入客源的难题。因此要做到统筹规划，做到培疗转型一盘棋，统一发展策略，一方面区域集中，一方面全国联动。但也不是所有资产都做成养老机构、养老床位，很多条件不允许，也不要在一个地方过剩，自己跟自己竞争。

从产业植入角度来看，这些资产可以转型的方向有养老社区，旅居基地，老年大学，疗愈康复，人才培训，展示会展，健康产品销售等等。如何进行业态筛选植入，需要考虑以下四方面因素。

第一，从资产筛选来看，要将资产分类管理，区分 A 类、B 类和 C 类资产。A 类资产是金子

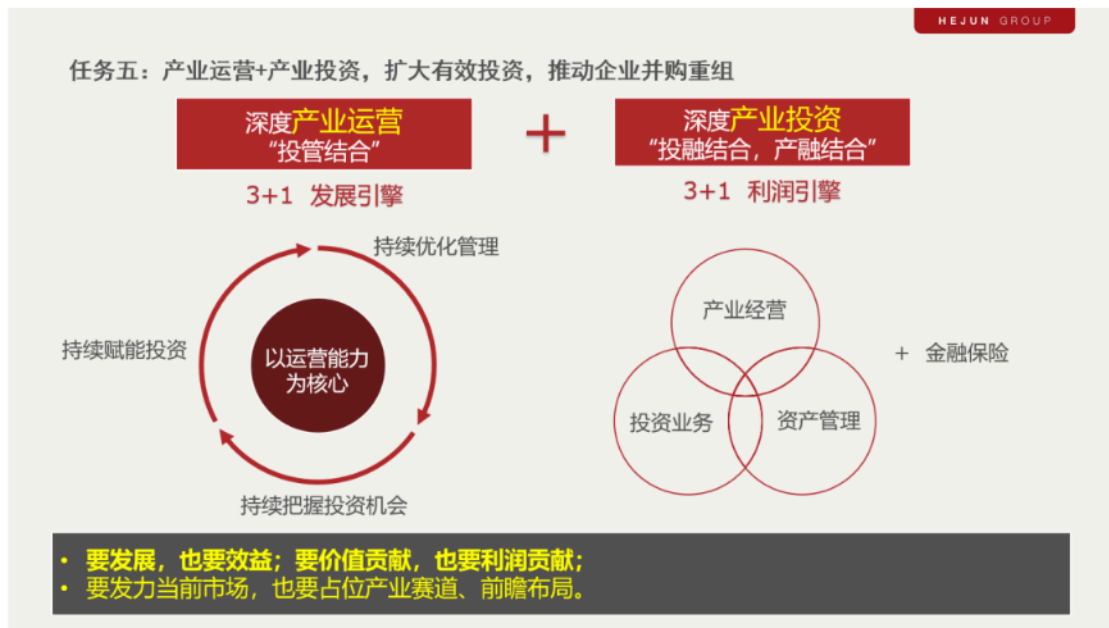
项目，以树标杆为主的提质类资产。这类资产区位优势显著，建筑基底良好且拥有打造标杆的基础，可实现单个产业亮点特色打造。B类资产是铲子项目，以造亮点为主的优化类资产。这类资产现状还可以，区位和周边条件一般，主要通过辅助产业落位，实现配套的功能和价值。适度与金子项目进行协同与功能补充，有条件的可重新规划。C类资产是沙子业务，以补强类资产为主的控制投入资产，这类资产停业时间较长，改建维修量较大项目，改造目标就是能够实现投资止损，力争实现盈亏平衡。

第二，目标策略要靠哪些细分业态支撑，多业态之间如何形成产业链闭环。仅依靠养老服务难以盘活资产，例如有一些北戴河的培训疗养资产，简单装修后继续从事酒店经营代替转型，旺季没问题，淡季经营困难，没有使资产得到充分利用。另外，不得将接收的物业长期租赁给其他市场主体，并将改革的任务一并转移。不得违背普惠原则开展偏离普惠价格的其他养老服务等。不得以养老名义经营其他业务，比如长租公寓肯定是不行的。那么，和其他企业比较，有产业布局的国企具备差异化优势。

第三，可最大化项目环境优势，匹配特色服务，作为项目亮点特色。比如，怀柔外交部的资产，上位规划怀柔是生态涵养区，是周末休闲度假目的地也是旅游旅居目的地，区境内有青龙峡和雁栖湖等自然景观，也有红螺寺，慕田峪长城和黄花城等历史人文景观。另外可以发展产业，这既是国家对外交往的国际会都，也是文化科技融合发展的中国影都，更是一座开放包容、崇尚创新的百年科学城。

第四，考核指标上要分级和分类管理。按照资产接收和人员安置进度，转型养老项目开工时间、投运时间、入住率、收费标准、服务水平等进行动态管理。

任务五：产业运营+产业投资，扩大有效投资，推动企业并购重组



貌似几乎所有产业的都会经历这样的历程，产业门槛放开后，大量公司进入造成同质竞争，企业大量亏损，市场重组兼并后迎来稳定的新格局。尤其疫情以后的经济形势会加速企业的优胜劣汰。一些中小企业负债率比较高、规模比较小、自身资金实力不够厚、专业能力不够强的企业会被清扫出局，更多的市场份额会向头部企业集中，行业集中度进一步提升，产业整合加速。

在接下来的并购潮中，国企央企将成为新增的投资方主体，大型国有企业或者大独角兽公司由于业务体量大、资金流安全，正在积极地寻找质地优良且价格合理的标的公司进行并购整合，补足自身短板又开疆拓土，占领被淘汰企业释放出来的市场，快速扩大规模，品牌积累和品牌优势将逐步形成。也许下个阶段，逐步涌现出一批能够覆盖全产业链的行业巨头公司，能够推动产业发展的领军企业。

未来，国资并购重组常态化趋势，外延式的并购+内生式的增长成为新的发展方向。新国九条鼓励上市公司聚焦主业，综合运用并购重组、股权激励等方式提高发展质量。国企上市公司可以借此机会进行产业整合和转型升级，优化资源配置，提高整体竞争力。完善吸收合并等政策规定，鼓励引导头部公司立足主业加大对产业链上市公司的整合力度。

目前，IPO 申请难度正在实质性提高，整体上会数量和过会率呈现双降的态势，能够登陆二级市场的项目数量骤减，即使项目真的成功 IPO，一二级市场估值倒挂、上市破发等频频

生，不仅很难见到所谓的极致回报，甚至还要面临亏损风险。很多民营企业，规模不大不小，遇到增长瓶颈，会面临被国资并购的机遇。

任务六：“串珠成链”，发挥国资在银发经济产业中载体链、政策链、服务链、金融链

客观来讲，当前企业之间的所谓产业链，不是刚性组合，而是业务链的柔性组合。上下游之间都是非标需求，都出不来规模和效益。没有规模，没有固化成价值规律，产业始终没有成长起来，看似具备一定规模和集中度，形成了部分龙头企业，也占据了某些细分市场的基本盘，实际上从产业化而言还是处于非常低级的状态。所以各地方政府发展银发产业，仅有一个地方国资还是不够的，要通过招商引资又是很难的，简简单单免租减税，没有任何吸引力。

在区域产业角度，国有在其中要发挥以下四个角色的作用。**一是载体链。**提供空间、场地，以减轻入驻企业的投入成本和后期运营负担为主。这种模式下，企业发展环境的建设，园区的基础设施建设。**二是政策链。**作为承上启下的桥梁和平台，帮助政府一起制定招商政策，如土地政策、税收优惠、厂房优惠、租金减免等各种方式。包括各种资金支持，政府购买服务，一定是先给到国企。能够帮助民企拿到更好的政策支持和资源支持。**三是服务链。**给与物流支持，渠道支持，市场支持。**四是金融链。**通过成立文旅及康养为主题的产业投资基金，以专业的产业投资战略性引入生态圈合作伙伴布局新赛道。平台公司要发挥国有资本的带动作用，引入优质资本、银行、证券公司、信托公司等金融机构，打造小额贷、供应链金融、商业保理、融资租赁等类金融生态，打造服务的资本生态，大力推动产融结合，助力企业快速成长。而这样的资本不是借贷，一锤子买卖，能贯穿企业成长全周期。

和伊康养-和君康养事业部

和伊康养专注于康养产业的专业研究与运营实践，携手各级政府机构、产业联盟、行业协会，链接和君平台化资源，定期发布行业白皮书、蓝皮书等报告，深入一线为各类企业、机构、社会团体、从业人员，提供康养产业政策与发展趋势研究、项目战略规划与落地执行、商业模式创新设计与优化提升、品牌提升与营销推广、运营管理服务、投融资平台搭建、人才培养等一站式解决方案。

扫描下方二维码

关注“养老 BAR”获取更多干货，添加和君康养事业部客服微信



第二篇 国企十五五规划重点：“大而不强”困局如何靠“链主战略+区域协同”破壁

作者：和君康养事业部曹卓君

核心观点

1、央企重仓万亿医养融合：国药、华润等 20 家央企通过主业延伸（如国药依托全国药房网络布局健康消费品）、医疗资源整合（通用技术集团承接 339 家医疗机构）及培疗资产转型（中国康养百亿资本运作），构建“医疗-养老-消费”全产业链生态；

2、地方国资平台“区域攻坚”：北京、山东等省级平台通过资产划拨（北康养整合首钢、金隅等市属资源）与民生服务捆绑（兜底 400 万老龄人口需求），探索“存量盘活+政企协同”模式；

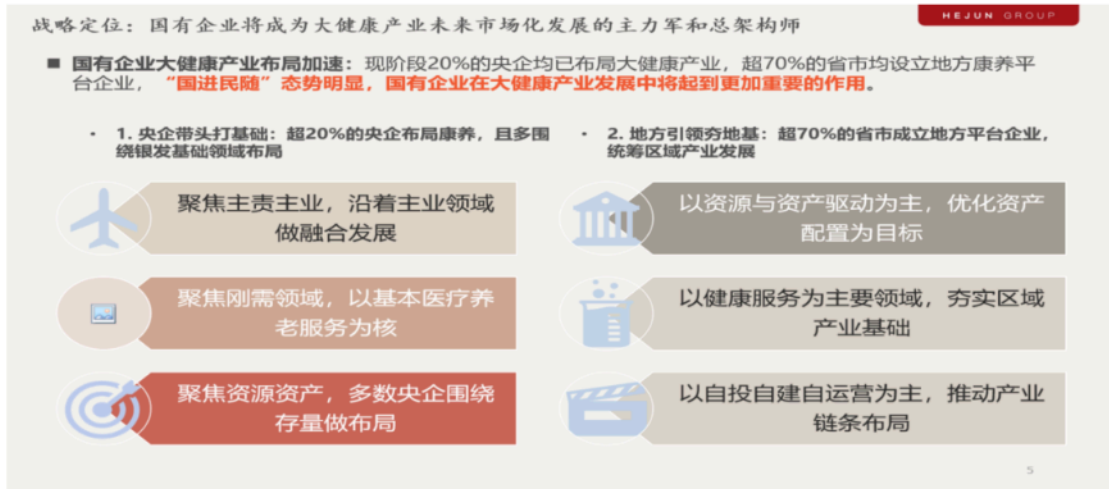
3、规模扩张暗藏隐忧：全国超 50 家省级康养平台陷入“大而不强”陷阱——资产散乱差（80 年代老旧物业占比超 30%）、定位模糊（民生保障与市场化盈利失衡）、机制僵化（重组后管理条线混乱），倒逼“十五五”转向科技赋能与产融结合破局。

引言

“十四五”期间强调国有经济布局优化和结构调整，**推动国有经济向提供公共服务、应急能力建设和公益性等关系国际民生的重要行业集中，向前瞻性战略性新兴产业集中**，尤其是各地方政府三级养老体系搭建，四梁八柱结构化体系化搭建的事还是要靠国企，通过划拨资产、业务重组，十四五期间新成立了很多地方康养平台公司，肩负了很多政治性政策性的任务。

经过十四五期间的规模化发展进程，很多央企康养集团、地方国资康养平台公司已经达到全国或区域领先的规模，构筑起相对完整的产业链条和产业结构，这为十五五深化改革、产业整合奠定了根基。国有企业有了基本盘，虽然床位不是最重要的，但是有多少张床位做打底，才有可能延伸和链接其他服务，才有所谓高科技、高效能、高质量增长的空间，这是形成扩大内需、刺激消费、拓展银发经济新模式的新时期。

总体战略定位：国有企业将成为大健康产业未来市场化发展的主力军和总架构师



一、央企重仓大健康，万亿医养融合赛道靠“链主”战略+存量资产激活破局

据和君康养事业部不完全统计，在国资委直管的98家央企中（未统计财政部直管企业，如光大集团），有20家企业开展了跟大健康相关的业务。其中6家有二级公司以医疗大健康为主营业务，国投，国药，华润，通用，中国诚通，国新医疗。这6家也是当年轰轰烈烈在国企医疗机构改革中，承接了很多国有企业医院的主体。

整体来看，这些央企布局康养产业有如下三点重点任务：

任务一：聚焦主责主业，沿着主业领域做融合发展

以国药集团为例，作为由国务院国资委直接管理的唯一一家以生命健康为主业的中央企业，旗下有7家上市公司，以投资重组并购为核心做的产业链，搭建一个产业平台，围绕的是生命健康。目前国药集团的业务当中，以医药批发零售为主，而且大健康板块的利润快速增长，未来有可能还要超过国药集团其他方面的业务。所以国药集团的核心是以生命健康为主业，利用全国覆盖的零售药房布局网络，全国采购、物流资源的统筹调配，批发零售一体，发挥全产业链优势，通过平台化运作，实现多业态协同融合。国药集团要想做个健康产品、健康消费品，营养保健、健康食品及饮品、美妆个护等，以现成的渠道网络，很快就能铺设全国，形成全国网络化布局。

作为产业链链长单位，除了自身要做大做强，还承担着建链、补链、强链的任务。例如，

国药是生命健康产业链连着、华润是中医药产业链链长、中粮是现代农粮产业链链长，这些链长单位要强化资源整合去打造和形成产业生态，要当好产业基础能力提升的支撑者、产业发展方向的引领者和产业协同合作的组织者。

任务二：聚焦刚需领域，以基本医疗养老服务为核

以通用技术集团为例，2018 年以来积极参与国有企业办医疗机构改革，与 20 家央企和地方国企达成合作，共承接医疗机构 339 家，这些医疗机构分布于全国 26 个省市，开放床位 4.5 万张，其中三级医院 27 家，二级医院 59 家，其他都是一级医院或者社区卫生服务中心。所有医疗机构年门急诊量超过 2800 万人次，职工人数超过 5 万人，养老床位 7200 余张。集团旗下两家上市公司（中国医药和环球医疗），在此基础上，还成立了通用技术集团健康养老产业有限公司。

通用技术集团快速发展成为床位数量领先、网络覆盖全、产业链全的央企医疗集团。通用技术集团布局康养产业，则是沿着医疗床位去延伸康复、护理、养老业务。因此，公司在打造自身康养产业布局时，就是沿着医疗去做养老三级医疗体系，做三级养老体系的布局，在全面转型过程中，构建起分级和分层的医养结合体系。

任务三：聚焦资源资产，围绕存量做布局

以中国康养集团为例，作为央企中国诚通控股集团有限公司的下属公司，承接发改委、党政机关国有事业单位的重点企业。2016 年，党中央、国务院决策部署党政机关和国有企事业单位培训疗养机构改革，决定撤销、脱钩的党政机关和国有企事业单位，单位培训疗养机构划转至国有资本运营公司，由符合条件的国有资本运营公司组建跨区域、跨领域的健康养老产业集团。此后，国务院国资委在认真调研的基础上，最终确定中国诚通作为参与党政机关和国有企事业单位培训疗养机构改革相关工作的国有资本运营公司。得益于中国诚通在 2014 年就主动参与培训疗养机构改革调查研究、文件起草及座谈等工作，公司因此能够提前准备落实措施，仅仅 2 个月后，就出资 100 亿元成立了中国健康养老集团有限公司，作为培训疗养机构改革资产集中统一运作平台。

培训疗养机构改革的接收和转型是很大的系统工作，和君康养事业部也全面、深入地参与了全过程，从资产的梳理到负债和人员的平稳移交，这些资产要与原有单位脱钩，承接企业还要能接得住、管的好，保证国有资产不流失，资源得到有效利用。

二、地方国资：用“存量盘活+民生服务”打赢康养产业升级战

1、以资源与资产驱动为主，优化资产配置为目标

对地方国资而言，资产是国有康养企业核心优势之一，与央企相比，这些地方国资公司在所在地有非常丰富的资产类型。各地方国资委、国有公司的资产会率先划给地方国企公司，特别是省级平台公司资源更为丰富。从全国来看，几乎条件成熟的省份或者城市均有一家或数家康养产业区域平台公司，避免资源分散、业务不强不专甚至加重区域同质化竞争的情况，以提高资产的使用效率，这些公司也已经具备了一些规模和体量。

比如北康养承担了北京市属国资康平台公司的责任。把北京多个国有企业的相关资产、康养项目划拨进公司，还有一些市属资产也会划拨给北康养发展康养业务，同时，公司也承担北京市医疗改革资产转型的任务。所以这样的地方国资康养平台，承担了区域范围内增加产业规模、丰富市场供给的作用。

2、以健康服务为主要领域，夯实区域产业基础

省市一级的康养平台，除了盘活存量资产外，还肩负着政治责任、社会责任、经济责任，其优先次序是先满足政治责任，同时履行社会责任，还要能够去实现经济责任，也就是除了做市场化业务，也要为地方政府分忧、承担兜底的保障。

以北康养为例，公司承担首都健康养老民生工程服务支撑任务。聚焦老年人在社会保障、养老、医疗等民生问题上的“急难愁盼”，为首都不同阶层老年群体提供多层次多样化养老解决方案，成为贯彻市委、市政府战略部署和服务民生保障的可靠中坚力量和主力军。北京作为一个超大型城市，要解决常住 400 多万老年人口的养老难题，要打造老年友好型城市，积极构建全面覆盖、城乡统筹、独具北京特色的“三边四级”精准居家社区养老服务体系，为老年人提供便捷可及、品质较高的养老服务。这些都是需要区域国企去承担的社会责任。

因此，对于市属或者省属国企，康养产业的布局应兼顾事业性示范和产业化引领的双重作用。

3、以自投自建自运营为主，推动产业链条布局

地方国企承接了很多资产，这些资产的盘活要与当地区域的发展能去深度融合，要从“被

动接”，到“主动要”，主动把握资产盘活运作整合过程，在节奏、方向、层次与区域产业发展相匹配。“主动要”意味着，要在公司发展规划当中，沿着公司主要产品线和主要业务领域，主动寻找区域一些符合未来业务发展的优质资产、适合资产。区域国企要想高质量发展，不仅仅去盘活闲置资产，从运营角度来看，闲置资产装修、改造的资金投入不小，需要很长时间的固定折旧摊销，不够优质的资产以及过高的改造投入，会影响公司整体经营效率。

以贵阳工商养老产业投资发展有限公司为例，公司最开始是一家工商企业，旗下资产以砂轮厂、橡胶厂等老旧工厂，以及废弃的写字楼、办公楼为主，一方面通过资产经营，植入康养产业，盘活现有资产，另一方面，在和君康养事业部的五年发展规划建议下，要根据未来业务发展，去和政府“要资产”，通过一些优质资产的注入，推动公司在区域康养产业链的布局。

三、万亿规模“省级康养航母”起航，地方康养平台需突破“大而不强”困局

十四五期间，很多地方国企将康养产业列为战略新兴产业，国资领军苗头显现。据和君康养事业部不完全统计，浙江、山东、湖南、江西、河北等众多省份纷纷成立了地方性政府平台公司，有的是承接了国家/省市一级的资产划拨，有的是将原有多个公司/多个业务板块，重组成为新的整合平台。

这些地方康养平台公司具备以下四大发展优势：

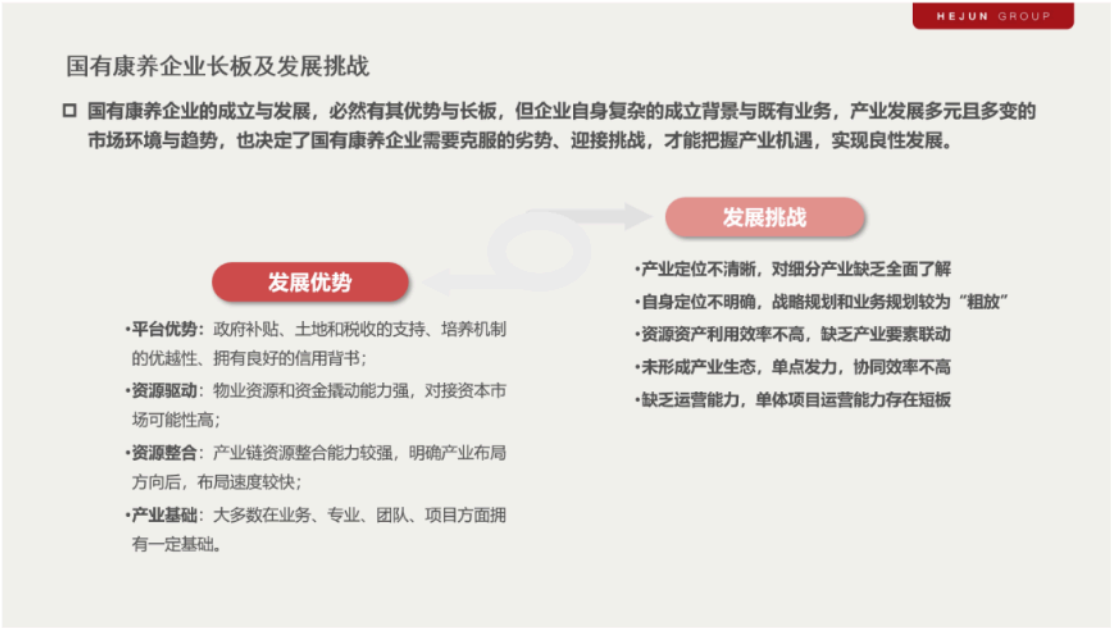
“大”：是指这些企业发展的规模庞大，资金实力强，往往以上万张床位为启动规模，产业布局，特别是机构布局遍布全省；

“厚”：是指家底厚实，前期有大量资产注入，资产规模短时间内达到几十亿甚至上百亿。公司由地方国资委牵头，通过国有资产战略重组成立，公司资产资源多，体量大，但资产良莠不齐现象明显。

“宽”：是指省级企业涉及产业宽广，主业布局多样，并不局限于医疗或养老领域等一个领域，而是将医疗、养老、医药、流通服务等业务领域结合起来，实现产业互促互进。在传统养老服务的基础上，一般会在医疗医药、健康产品、智慧平台、生产制造等多个领域进行布局。

“重”：是指省级企业担负着全省的养老服务体系建设和产业水平提升、存量资产盘活、产业平台搭建等任务，其产业发展任务较其他类型国有企业更重。

现实情况并没有规划中那么良好，很多区域康养平台公司的成立，无非就是重组后改了个名字、换了个牌子而已，“大而不强”、“多而不专”、“散乱差”的业务很难盘整。具体来看，一是业务散，特别是业务格局散，很多业务都是划拨而来；二是乱，公司内部管理条线很乱，原母体单位各自一摊；三是差，很多划拨资产情况其实很差，有一些是80年代建筑，这些老旧建筑无土地证无产权证，甚至无图纸，消防不合格，加固、改造投入大等问题不少。散乱差的业务布局很难盘整，而且最难的是“定位不清、职责不明、业务不实、机制不灵”。这样组建的平台公司，仅仅重形式而轻实质，很难有好结果。



因此，国有康养平台公司在发展过程中遇到五大发展挑战。

一是企业自身定位不明确。这就造成产业布局方向不清晰。公司在产业选择方面，更多是机遇性布局，缺乏整体布局的合理性与依据，产业布局缺乏方法。为“康养”而成立，做什么“康养”是不明确的，医养、医药还是健康食品？主业不清晰、不突出。

二是国有康养企业的资源与产业布局不匹配。企业自身资源如何与产业布局相匹配不清晰，或是企业拥有大量无法在短期内快速促进产业发展的资源，也不明确如何充分利用与挖掘资源的价值，让资源变成负担甚至负债。

三是公司在康养产业能力不足。国有康养企业在成立初期，往往缺乏运营服务能力或核心技术，资源资产利用效率不高，缺乏产业要素联动，单点发力的话难以形成产业生态。

四是缺乏市场化机制。国有企业往往缺乏核心从业人员团队的聘用机制，对于工资总额、人员编制、绩效激励以及合规性的要求，也会造成对人才的吸引力不足等一系列问题。

五是企业管控严格和高人力成本。国有企业的组织管控模式与高人力成本与康养产业对人才高度依赖的产业特征不匹配，同时国有康养企业往往在项目运营方面缺乏精细化管理能力，与优质民营企业的合作也缺乏多种灵活的模式。

因此，对于国有企业，在经营风险可控范围之内，要以提升资产运营效率为主，而在组织保障上，要最大限度实现组织机制的灵活化。

和伊康养-和君康养事业部

和伊康养专注于康养产业的专业研究与运营实践，携手各级政府机构、产业联盟、行业协会，链接和君平台化资源，定期发布行业白皮书、蓝皮书等报告，深入一线为各类企业、机构、社会团体、从业人员，提供康养产业政策与发展趋势研究、项目战略规划与落地执行、商业模式创新设计与优化提升、品牌提升与营销推广、运营管理服务、投融资平台搭建、人才培养等一站式解决方案。

扫描下方二维码

关注“养老 BAR”获取更多干货，添加和君康养事业部客服微信



第三篇 2025 政府工作报告中银发产业发展趋势与投资机遇新方向

作者：曹卓君

核心观点

- 1、**银发经济**：2025 年两会中，银发产业的多方面发展被深入探讨。
- 2、**需求端**：健康相关消费具备高依从性和转化率，逐步细化需求，以适应不同消费群体和生活方式。
- 3、**供给端**：需要创造更多场景，促进康养与多产业融合，满足多样化需求。市场化产品和服务极为重要，通过创新和个性化服务吸引流量和高频转化。
- 4、**金融支持**：政府通过国债、专项债券、鼓励企业上市等金融手段支持银发产业发展，以扩大有效投资和资源整合。
- 5、**科技创新**：科技创新在提升服务质量和效率中的关键作用，如 AI 和机器人技术的应用。

总体而言，结合 3 月 5 日召开的全国人民代表大会上，国务院总理李强所作的政府工作报告，从银发产业角度出发，以“政策引领、开放协同、资本助力、科技创新”为核心脉络，分析银发产业政策信号及发展机会，旨在为康养企业十五五发展提供新思路和新解决方案。

引言

从 2025 年政府工作报告来看，有很多超出预期的部分。在整个报告当中，关于新质生产力、扩大内需、重点发展哪些产业，做了很多详细的阐述和说明。报告中提到的，“积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济”，银发经济是有利于把老年人的需求变成产业发展的新动力，带动养老场景智能化重构，进而衍生出智能护理机器人、远程医疗等需求。”这样的提法对于做产业的人而言，释放出一系列积极的信号。

已经不仅仅局限于养老，也不只是社会民生的一部分，而是把银发经济列入到扩大内需的一部分。扩内需很重要的一点就是因为人口结构变化而带来的大市场，也是银发经济为何被提到这样的重量级的高度，是由人口结构的需求变化来倒推传统产业的变革和升级，拓宽应用场景、落地标志产品，带动战新产业和未来产业增长。

2025 年是十四五规划收官之年，也是十五的开启之年，同时也是深化改革，推动科技创新、产业创新融合发展的关键年。当下的时点非常关键，需要顺势而为，借助政策红利，打造产业发展的势头。

一、政府工作报告的新变化，从“补短板”到“高质量”

今年的政府工作报告，特别注重高质量、抓改革、惠民生、强信心，总体基调方面就是稳中求进。2024 年 GDP 全年增长 5%，经济总量达到 134 万亿元，首次突破了 130 万亿元的大关。放眼全球来看，不仅是高于全球的 3% 左右的增长水平，还高于了很多的新兴市场和一些发展中经济体的整体增速。

在这样的一个总的基调方面，我们能看到几个方面的亮点和重点：

HEJUN GROUP

2025年全国两会释放的主要信号

坚持“稳”“中求”“进”的工作总基调

- 更加积极的财政政策、适度宽松的货币政策
- 产业政策要发展和安全并举：促进传统产业改造升级，培育壮大战略性新兴产业，着力补强产业链薄弱环节
- 科技政策要聚焦自立自强：发挥好政府在关键核心技术攻关中的组织作用，突出企业科技创新主体地位
- 社会政策要兜牢民生底线：落实落地就业优先政策，切实保障好基本民生

着力扩大国内需求

- 扩大健康、养老、托幼、家政等多元化服务供给/政府投资与政策激励带动有效社会投资/实施城市更新行动

科技创新和产业创新融合发展

- 培育壮大新兴产业、未来产业/持续推进“人工智能+”行动/激发数字经济创新活力

有效激发各类经营主体活力

- 深化国资国企改革（国有经济布局结构/现代公司治理/科技创新体制机制）；切实依法保护民营企业合法权益

保障基本民生和发展社会事业

- 加强普惠性、基础性、兜底性民生建设，稳步提高公共服务和社会保障水平

第一个亮点

关于更加积极的财政政策，更加适度宽松的货币政策

这一点，不光是在我们这次政府工作报告当中，关注政策的朋友们大家会发现，其实在年

初中国人民银行的工作会议，就提出综合运用多种的货币政策工具，要有更加积极的财政政策和更加适度宽松的货币政策。所以这“两个更加”，表述的微妙之处，相比以往多年的政策相关的提法当中，还是发生了很重大的变化。自1998年房改以来到现在，财政政策和货币政策都更加积极，更加适度宽松，这对组合首次更加强化力度。在政策表述当中，从98年房改到现在，这对组合首次在政策表述中同时强化力度。这有利于加大逆周期调节力度，更好应对经济运行中的不稳定、不确定因素，为实现全年目标任务提供强有力的政策支撑，尤其是楼市和股市这对“难兄难弟”，再多次“稳住”的新提法中将迎来新的政策曙光。

第二个亮点

扩大内需，打破了消费是慢变量

如果大家持续关注报告或者仔细读报告，可以看到这次报告充分体现了9月26日中央政治局会议以来，党中央对宏观调控思路的创新。强化宏观政策民生导向，打破了“消费是慢变量”的常规，把提振消费放在更加突出的位置，而且强调促消费和扩投资之间要形成互动。**想要促进消费，有三个方面的核心问题得去解决。第一要解决消费能力不足的问题**，比如增加个人养老金，提到了要完善劳动者工资正常增长的机制，提到了要推动中低收入人群来去增收和减负。说白了就是要配套一系列的措施，让消费者有钱可以去消费。**第二要解决优质供给不足的问题**。除了消费能力不足，是供给不足。从放宽准入、减少限制、优化监管方面入手，以及扩大健康、养老、托幼、家政等多元化的服务供给，创新和丰富消费场景，同时释放文化、旅游、体育等等的一些消费潜力……就是去解决优质供给不足的问题，让消费者有好东西、好服务去消费。**第三要解决消费环境进一步改善的问题**。政策当中提到了落实和优化休假制度，强化消费者权益保护，完善免税店政策。让消费者有地方、有时间、放心去消费。所以有关扩大内需的政策非常直接和具体，在这次的报告当中打破了消费是慢变量的常规，把提消费要真正做到底，政策要给足，放在更加突出的位置上。

第三个亮点

在提振消费的同时，报告对投资也作了针对性部署

光促消费还不行，得要扩大有效投资，尤其是针对一段时间以来投资领域存在和出现的一些问题，要去积极的扩大有效投资，要提高投资收益。比如说在资金的力度上，要扩展资金来源和加大资金规模。报告中提到了一些结构化的政策工具，包括超长期的国债、中央预算内的

投资资金支持，地方政府的专项债等等。就是说政府在相关的投资规模方面明显加大，优化相关的管理机制。这是投资和消费之间的关系，投资带动产业，只有产业带动了才能有增收，才能带动增收和就业。只有收入和增加了就业增加了，老百姓才有信心、有预期、有后劲，才敢去消费。所以投资和消费是双轮驱动，也是报告的重点和亮点。

第四个亮点

激发国企改革与民营经济活力并重

国家发展改革委等八部门关于印发《促进普惠养老服务高质量发展的若干措施》的通知，支持各类经营主体发展连锁化、集团化普惠支持型养老机构。以健康养老为主业和具有康养业务板块的中央企业、地方国有企业要在品牌创建、服务标准、设施运营、人员培养等方面发挥引领作用。

今年是国企改革深化提升行动的关键年，国企在深化改革时，要在市场化、专业化、精细化方面去下足功夫，去优化资源的配置，要优化产业的合理布局，才能提升国有资本的运营效率。所以把国企在未来的产业发展当中，放到一个非常重要的位置。另外，今年的政府工作报告，对民营经济是施以浓墨重彩。前段时间的民营企业座谈会，华为、宁德时代这样的一些企业参与，杭州六小龙火爆出圈。民营企业和国企错位竞争，在不同的优势产业发挥不同的发展特性。国企擅长搞基础设施建设，民营企擅长在新产业方面先行先试搞创新，所以明确提出了坚持和落实两个毫不动摇，让国有企业和民间资本公平竞争，都有更大的发展空间。释放出来的重要论断，就是让国企敢投敢建，让民企敢干敢闯。

现在的养老产业也不再是最初的养老机构，各地方政府不再会把建机构和增加床位去作为政府投入的单一重点和单一工作考核的指标。随着我国养老服务体系的发展理念逐渐从单一政策发展到注重综合政策体系构建，我国养老产业也从单一的机构评价体系，逐渐向多层次的产业生态不断发展。

第五个亮点

强调将政策资源更多“投资于人”，服务于民生

投资于人，就是通过教育，通过技能培训强化人力资源投资。去提升劳动力的质量。社会上较为突出性的结构性矛盾，比如就业，一方面有人找不到工作，又一方面岗位找不到合适的

人。特别是养老行业，家政服务、养老护理这样的一些服务人员比较缺乏。在“投资于人”政策下，不管是通过社会还是企业，要开展大规模职业技能的提升培训，来解决结构性就业矛盾。包括解决民生领域的一老一小问题，有一系列支持措施。比如针对老年人不同的服务需求，推进社区支持的居家养老、强化失能老年人的照护、加大老年的助餐服务、加强老年的医学建设、完善无障碍的适老化设施等等。

政府工作报告中“高质量”贯穿全文主线，高质量发展不仅仅是补短板。不管是财政政策、货币政策、产业发展、扩大内需、增强企业活力，甚至包括公共服务和社会保障水平，都要有稳步的提高。

二、顶层部署：供需并重聚焦高质量增长，打出促进银发经济发展组合拳

HEJUN GROUP

顶层部署：供需并重聚焦高质量增长，打出促进银发经济发展组合拳

2024年初国常会及各项政策与2025年国常会中对于银发经济的部署，逐步呈现出供需并重推动，将银发经济纳入国家“两新”发展的趋势：

2024

- ✓ 发展银发经济是积极应对人口老龄化、推动高质量发展的重要举措，既利当前又惠长远；
- ✓ 运用好市场机制，充分发挥各类经营主体和社会组织作用，更好满足老年人多层次多样化需求，共同促进银发经济发展壮大；
- ✓ 切实履行政府保基本、兜底线职责，加强老年人基本民生保障，增加基本公共服务供给。

2025

- ✓ 要聚焦牵引性强、增长空间大的消费领域，深挖消费潜力；促进服务消费提质惠民，优化“一老一小”服务供给，支持便民服务消费，扩大文体旅游消费；
- ✓ 强化消费品牌引领，支持新型消费加快发展，促进“人工智能+消费”等，持续打造消费新产品新场景新热点；
- ✓ 要着力创新提升服务贸易……在电信、教育、文化、医疗、金融等领域研究推出一批新的开放举措；
- ✓ 推动服务消费高质量发展，实施服务消费提质惠民行动，支持服务消费场景创新、业态融合、产业集聚，完善文化旅游、餐饮住宿、养老托育、数字消费等领域标准；
- ✓ 通过“对外开放”、“对内放开”的办法，综合运用财政、税收、金融等政策，充分利用市场力量，进一步增加优质服务供给，更好满足群众多样化服务消费需求。

一分部署，九分落实。政府报告是提纲挈领，围绕政府工作报告前后出台的很多相关的政府文件，提出了具体贯彻落实要求。能不能实现产业发展的目标，一看发展态势，二看能力条件，三看支撑政策。

2024年初国常会及各项政策与2025年国常会中对于银发经济的部署，逐步呈现出供需并重推动，将银发经济纳入国家“两新”发展的趋势：

22

2024 年 1 月 5 号，银发经济国办一号文，是首个聚焦老年人群，研究银发经济，增进老年人福祉的政策举措。其中，具体提到三点，一是发展银发经济是应对人口老龄化，推动高质量发展的重要举措。二是要运用良好的市场机制，发挥各类经营主体和社会组织的作用，满足老年人的多样化多层次的需求。三是要履行政府保基本、兜底线的职责，加强民生保障和公共服务的供给。从这三个具体的政策举措，我们发现还是需求导向，做银发经济，是为了应对人口老龄化，要解决老年人基本生活服务需求的问题。

2025 年国常会提到银发经济，出发点不一样了。侧重“经济”二字。什么叫经济？就是银发经济从应对老龄化的人口的负担，到新增的产业新需求、新动能和新机会。已经不是把养老产业当成一个负担，是一个长期的需求和机会。要通过政策的系统性设计、通过技术和科技的深度融合、通过对社会需求的精准把握、通过对产业模式的创新研究，把养老产业从一个民生工程升级为一个新的增长引擎，给各个区域的经济发展也注入了新的动力。

具体体现在几个方面：

- • **要聚焦牵动性强、增长空间大的消费领域，深挖消费潜力；**促进服务消费提质惠民，优化“一老一小”服务供给，支持便民服务消费，扩大文体旅游消费；
- • **强化消费品牌引领，支持新型消费加快发展，促进“人工智能+消费”等，持续打造消费新产品新场景新热点；**
- • **要着力创新提升服务贸易……**在电信、教育、文化、医疗、金融等领域研究推出一批新的开放举措；
- • **推动服务消费高质量发展，实施服务消费提质惠民行动，支持服务消费场景创新、业态融合、产业集聚，完善文化旅游、餐饮住宿、养老托育、数字消费等领域标准；**
- • **通过“对外开放”、“对内放开”的办法，综合运用财政、税收、金融等政策，充分利用市场力量，进一步增加优质服务供给，更好满足群众多样化服务消费需求。**

在政策的引领下，我国各类养老企业和社会组织数量快速增长。截至 2024 年 12 月 31 日，我国养老服务相关企业约 16 万家，比 2023 年底增长 24.36%，其中，康复护理、老年教育、医疗疗养等相关行业取得较快发展，增速分别为 36.05%、34.15%、31.26%；我国养老相关的各类社会组织共有约 1.65 万家，比 2023 年底增长 2.12%。

相关的企业快速增长，印证了刚才我们提到的政策中未来谋划的方向和关键点。银发经济将来是扩大内需、带动产业动能的新引擎。所以这样一些政策方面的顶层部署，从供需两方面并重、聚焦产业的高质量增长，打出了银发经济发展的组合拳。

三、2025 政策组合拳，聚焦突出问题整合政策资源集中发力

HEJUN GROUP

2025，政策组合拳，聚焦突出问题，整合政策资源集中发力

- 2024年银发经济正式开端，政策、市场、机制均未准备好。
- 2025年起，中国银发产业即将迈入**高质量发展**和**全面升级**的新阶段。
- 银发经济领域最重要也是最关键的工作，便是在政策端进行蓄力，**以银发经济扩容提质以及银发消费释放引导为目标，以资金保障、养老金融、支付体系建设为重点**，构建适配银发经济高效、高质量发展的政策体系。

产业规模进一步扩大，多元需求释放，老年消费市场蓬勃，推动银发产业向精细化发展

- 健康服务体系
- 养老服务体系
- 银发产品体系
- 老年消费市场
- 老年友好社会
- 社会民生保障

扩大消费引领，银发市场环境将进一步打通商业模式堵点

- 优化消费者支付体系
- 打通企业退出机制
- 提高老年群体消费意愿能力
- 做强“养老+”，推动多产业融合，拓宽服务消费渠道

市场力量参与更加活跃，跨界合作增多，科技加速赋能

- 政府、市场、社会三方协同
- 发挥有效市场作用
- 发挥有情社会作用

资本金融助力，养老金融保障机制将有望与市场发展更好衔接

- 养老金融
- 养老产业金融
- 养老消费金融

客观来讲，在 2024 年被称为银发经济元年的时候，政策市场机制还均尚未准备好。2025 年标志着中国银发产业进入快速发展的新阶段。随着人口老龄化加速和政策的持续支持，2025 年银发产业有望迈入高质量发展和全面升级的新阶段。

具体政策来看，进一步强化宏观政策取向一致性，加强一致性评估，加强各个部门间的协同配合。还要聚焦突出问题，整合政策资源集中发力，打出组合拳，发挥“1+1>2”的政策效果。

总结来说，体现在四个方面：规模更大、质量更高，参与更广，保障更强。

一是规模更大，产业规模进一步扩大，老年消费市场蓬勃，推动银发产业向精细化发展。

银发经济相关的产业规模进一步扩大，市场规模在不断的增加，产业在不断的融合发展。因为随着老年人口的数量增加，消费能力不断提升。银发产业的市场规模在逐渐打开边界，在不断破除传统产业界限。银发+文旅、银发+医疗、银发+农业、银发+科技、银发+金融……各种融合的产业模式。预计未来到 2035 年银发经济产业规模 50 万亿。所以在这样的一个产业规模

24

的背后，是多元化的需求释放。

三个感受很明显：一个是老年人的需求从基本生活保障向健康管理、文化娱乐、旅游休闲等多元化领域扩展，推动银发产业向更广领域延伸。第二是老年用品市场扩容，老年服装、食品、保健品、康复器械等用品市场将迎来快速增长。第三是老年旅游和文化娱乐兴起，老年旅游、老年教育、老年文化娱乐等产业将成为新的增长点，满足老年人精神文化需求。再有，个性化服务需求增加，老年人对个性化、定制化服务的需求增加，推动银发产业向精细化方向发展。

二是质量更高，扩大消费引领，银发市场政策环境将进一步打通商业模式堵点。

这些年市场起不来，很多问题出在支付上。提倡“大力提振消费”，可提振消费不能仅靠刺激，还要推动改革、完善机制，通过提高居民消费能力、效益意愿以及供给对消费的适配度去提振消费！报告提出“实施提振消费专项行动，制定提升消费能力、增加优质供给、改善消费环境专项措施，释放多样化、差异化消费潜力，推动消费提质升级。”这是真正抓到了核心。具体的举措，比如强化就业提高居民工资性收入、稳定楼市股市以提高居民财产性收入、增加基本养老金和基础养老金以提高居民转移性收入。这才是真正能够促进消费的抓手。

银发消费从根本上取决于三个方面：消费能力（收入）、消费意愿（比如医疗养老教育等社保体系的完善程度，长期护理险全面推广等等）以及供给的适配性。

三是参与更广，社会力量参与更加活跃，跨界合作增多，科技加速赋能。

近两年更多的社会资本在进入银发产业，推动养老服务、老年用品、老年医疗等领域的市场化发展。跨界合作增多，和君康养事业部服务的很多客户，有农业企业（中粮）、制造业（京东方）、消费品（伊利、茅台）、互联网（京东）、高科技（优必选）、平台型公司（携程）、上市公司（中关村科技），还有大量的保险公司……都在跨界布局银发赛道，连银行网点也做适老化、连锁药店积极转型，要么是聚焦新人群，要么是研发新产品，要么是创建新场景，都与银发强链接。养老产业与医疗、保险、科技、旅游等行业的跨界合作更加频繁，形成新的商业模式和增长点。

在此基础之上，智慧养老的全面推广，人工智能、物联网、大数据等技术在养老服务中的应用更加广泛，智能穿戴设备、健康监测系统、远程医疗等成为标配。企业将加大适老化产品的研发力度，推出更多适合老年人使用的智能家居、康复辅具、健康管理设备等。这些解决方

案未来也会融入到很多新的健康住宅和宜居空间的打造，以及存量资产改造和城市更新的样板中。

四是保障更强，资本助力，养老金融保障机制将有望与市场发展更好衔接。

很多做产业的朋友对金融政策和支持不关注也不敏感，恰恰相反，这些政策的实施将对中国养老事业和金融服务业产生深远影响，标志着我国养老金融进入体系化发展的新纪元。对养老金融的具体指导非常明确，也是金融脱虚向实、支持实体经济的产业信号，是产业发展的强心剂！

重点一：持续鼓励长期资金入市。

一方面，推动保险资金等长期资金的实际投资比例逐步靠近投资上限，增强长期资金投资意愿等。落实落细《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》的相关要求，如大型国有保险公司从 2025 年起每年新增保费的 30% 用于投资 A 股等。另一方面，破除养老基金、企业年金、个人养老金自身发展的制度约束，从根本上提高长期资金开源能力，提高可用于投资的规模。如参考美国打通养老二三支柱的经验，允许职工退出企业年金后，由个人养老金账户承接原企业年金账户资产。

重点二：加大养老金融供给力度，拓宽银发经济融资渠道。

2024 年 12 月 8 日发布的《关于金融支持中国式养老事业 服务银发经济高质量发展的指导意见》，首次系统性聚焦金融支持，将金融作为推动养老事业和银发经济发展的核心手段。其中明确提出，扩大银发经济经营主体和产业集群发展的信贷投放。鼓励银行业加大对老年用品和服务供给、养老基础设施建设和适老化改造、智能助老设备设计研发等信贷支持。支持银行业创新以养老服务领域经营主体有偿取得的土地使用权、产权明晰的房产、养老设施等固定资产为抵押，应收账款、知识产权等权益质押的信贷产品。十四五期间，国开行、中国银行率先对于养老项目抵押贷款，获取低成本、长周期的信贷支持做了很多政策研究和产业实践。

除了银行信贷外，研究创设养老专项金融债券、养老主题金融债券，募集资金主要用于养老相关领域。鼓励各类资金积极科学配置银发经济领域相关股权、股票、债券、指数基金等多种形式资产。支持保险公司参与养老社区和养老服务机构建设。

重点三：加大银发经济企业直接融资支持力度。

鼓励和支持业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性的银发经济企业在主板上市。支持符合条件的银发经济中小企业在创业板、北京证券交易所、全国中小企业股份转让系统上市或挂牌融资。支持符合条件的已上市银发经济企业通过发行股份等方式进行再融资和并购重组。

重点四：鼓励银行、保险、证券、基金等金融机构积极参与到个人养老金账户和各类商业保险产品中。

2023 年 12 月中央金融工作会议提出“金融强国”，要想努力提升老年人的获得感、幸福感、安全感，认真做好“养老金融”这篇大文章。未来金融产品不再是一纸简单、制式合同，更是囊括全新维度的综合性供给体系，围绕消费者最关心、最需要的健康、养老……都是一张存单/保单背后可以链接的服务，这是构建新时代的产品力。在养老金融方面合作落地，比如苏康养率先走在前面，跟建设银行江苏分行合作推出“健养安”1314 养老金融服务体系，跟东吴人寿推出养老年金保险产品，跟苏州信托推出“瑞居”养老信托服务体系，作为养老金融创新试点，很多经验值得借鉴。长寿时代，谁能构建与生命等长的财富储备和健康需求。金融机构可以将工作期的养老金资产积累，到退休期的养老消费，结合起来，满足多层次需求。

这一系列的组合拳让我们发现从需求到供给再到产业规模，方方面面都有所涉及，在机制方面都有所提及。未来一定是造就了一个规模更大、质量更高、参与更广、保障更强的市场。有此我认为未来的政策体系为银发经济也会打造了一个更高效更高质量发展发展的环境。

四、发展方向预判：做好银发产业需紧抓的重点机会

机会一：

抓住康养服务供给端扩面提质、深化改革的机遇期

我国康养产业度过了萌芽期和成长期，正处于扩张期阶段，受政策与需求两大要素驱动，马上迎来最好的时间点，此阶段将从 2022 年会延续到 2035 年深度老龄化之前。

银发经济全产业链版图崛起，创新深化，会涌现出一系列规模化、集聚化、品牌化的龙头企业，有望出现康养为主业上市公司。

1、品质升级：从“有”向“优”的供给侧改革

随着经济社会的不断发展进步，我国老年人需求结构逐渐由生存型向发展型、享受型升级，从偏重物质保障向追求高品位的精神文化生活转型，对康养服务提出了更高要求。

市场化的开端是 2013 年 9 月 6 日，国务院以国发〔2013〕35 号发布《关于加快发展养老服务业的若干意见》，开启了养老服务从事业向产业的发展之路。时隔十余年，中共中央、国务院印发《关于深化养老服务改革发展的意见》（以下简称《意见》），再提养老服务，聚焦品质升级，从“有”向“优”提质升级，满足人民美好生活的需求。首次在中央层面对养老服务工作做出了系统性、总体性、框架性制度设计，明确了今后一个时期深化养老服务改革发展的时间表、任务书和施工图。

所谓的品质升级、供给侧改革，要聚焦全区域覆盖、全场景服务，持续推动养老服务从“有”向“优”提质升级。

• • **聚焦全区域覆盖。**覆盖城乡的三级养老服务网络，“十四五”期间，政府加大财政投入力度，打造十五分钟生活圈，健全服务网络。接下来是否还要持续加大投入？我个人认为，基于区域，一方面从需求端摸清数据。组织开展 65 岁以上老年人能力综合评估，建立精准的老年人需求数据库；一方面供给端，全面摸清各类养老服务设施和服务供给底数的基础上，全面梳理短板和弱项，建立供给数据库；第三是从供需两端科学布局。基于供需两端的精准数据统计分析，结合地方财政状况、经济发展潜力及老龄化发展趋势、老年人分布情况，合理规划县乡村三级养老设施布局、服务类型和规模，确保养老服务网络建设既符合实际需求又不超越地方承受能力。

• • **聚焦全场景服务。**目前很多区域，居家社区机构三类养老形态服务不连续、资源相对独立，接下来需要进一步巩固居家养老基础作用、强化社区养老依托作用、优化机构养老专业支撑作用。通过“社区+物业+养老”等服务模式，培育社区居家养老服务主体，不断优化社区养老服务有效供给，为选择家门口养老和居家养老的老年人提供专业照护、日间照料、康复护理等服务，让老年人就近就便享受到“类机构”的专业养老服务。

2、盘活存量：统筹利用存量资产，支持整合改造闲置社会资源发展养老服务

两个层面的意义：一个是加大存量商品房和存量土地的盘活力度，成为推动房地产市场止跌回稳的关键举措之一，发展康养产业对于很多商品房和存量用地的盘活有非常有力的促进作用。要建好房子，政府工作报告首次把“好房子”写进去。什么叫好房子？适应人民群众高品

质居住需要，完善标准规范，推动建设安全、舒适、绿色、智慧、满足健康需求、有服务有功能的才是“好房子”。引导鼓励高品质住宅产品开发，以优质供给满足居民合理需求。

二是盘活存量闲置资产。我国养老服务业的确面临着公共服务体系不健全和大量公共或私营资源闲置浪费的问题。2017年11部委颁布有关整合改造闲置资产的通知后，2018年全国各省市加大力度支持整合改造闲置社会资源发展养老服务，积极将闲置土地/闲置资产转型养老用作养老设施。很多养老服务企业将眼光投向这部分资产，将城区中闲置的厂房、医院及事业单位改制后腾出的办公用房，城郊区划调整后的办公楼，以及转型中的党政机关和国有企事业单位举办的培训中心、疗养院等各类机构，整合改造为养老机构、社区居家养老设施用房等养老服务设施，一方面增加服务供给，一方面物业获取成本得以降低。

围绕盘活存量资产加大政策支持，比如，各地方发展改革部门牵头，对适合改建或转型普惠养老服务设施的党政机关和国有企事业单位培训疗养机构、闲置用房、学校等，务实推动解决规划调整、不动产权证书办理、房屋报建及改扩建、消防验收、养老机构备案等方面存在的困难。对于党政机关和国有企事业单位培训疗养机构的原生产经营性划拨用地，改革后用于建设普惠养老服务设施的，在符合现有规定、履行相应程序的前提下，可采取作价出资（入股）、授权经营等方式处置。对历史上权证缺失、难以补办的存量资产，在符合相关规定的情况下，可视情推动其转型普惠养老服务设施……扫清障碍，打开通道。

当然想要完成存量资产的改造和运营并不容易，这种不“以地产开发为主”的康养项目，考验的正是团队运营能力的“硬功夫”。能找得到区位佳、成本低的项目，能支撑二次改造的投入，能算得过来账，能吸引客户，还能控制得好成本。由此，发展的逻辑引向正向循环，就是如何提高养老服务质量、完善养老设施，在营销与运营的过程中不断体现客户价值，才能使得客户愿意为产品或服务付费，企业才会从中取得收入进而进行盈利，才能进行更多项目的继续投入。

3、银发经济产业园：带动区域经济发展的新引擎

在探索银发经济红利的大背景下，区域经济结合自身城市特色，整合资产、技术与资源，探索适应养老和备老市场的银发经济产业业态，成为城市经济新旧动能转换，挖掘新增长极的一个必然选择。康养产业化一直是顶层设计关心的问题，各地方政府非常看重银发经济产业园带来的营收产值、人才就业，以及对龙头企业的招引。

2021 年，国务院在《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》提出“在京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝等区域，规划布局 10 个左右高水平的银发经济产业园区……结合积极应对人口老龄化重点联系城市评选，在全国打造一批银发经济标杆城市，推进在服务业融合发展、制造业转型升级、新技术新业态培育方面的探索创新”。

2024 年，《国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》中，再次提出建设高水平银发经济产业园区，并明确提出“发挥国有企业引领示范作用，鼓励和引导国有企业结合主责主业积极拓展银发经济相关业务”。广东、山东、江苏、陕西、云南、贵州、上海、天津等省市也就银发经济领域创新开展了一系列动作。

银发经济涉及面广、产业链长、业态多元、潜力巨大，比如像上海、苏州、顺德等地的产业基础雄厚、地理位置优越和应用场景丰富，有条件、有能力、有基础成为银发产业发展的沃土。例如，顺德立足粤港澳大湾区，将当地的优势产业与银发人群对高品质生活的追求紧密结合，聚焦“适老化改造、银发机器人、老年营养和健康产品、数智化银发平台、银发专业服务”五大核心领域，推动养老事业与养老产业双轮驱动，协同发展。

银发经济逐渐成为区域产业发展的一个新高地，但是目前我国实力雄厚的银发经济产业企业数量较小，依靠传统引入外部优质企业投资的方式，较难实现产业园区快速落地。因此，区域更加需要在此过程中培育发展属于自身的龙头企业，实现链式招商。一方面通过龙头企业，推动产业园区整体建设与运营工作，另一方面围绕龙头企业，实现产业链上下游发展壮大，真正实现龙头企业发展带动作用，是银发经济产业园与龙头企业共同发展之路。在龙头企业壮发展的同时，能够有效孵化带动一批区域内中小型体量，但市场竞争能力强，活力充足的银发产业从业企业，打造区域银发经济产业品牌，展现示范效应，实现共同成长。

机会二：抓住银发经济的“消费革命”，正在催生一系列的消费场景和商业模式

为什么说叫消费革命？因为需要需求端和供给端两个方面的巨大变化。首先需求端来看，不是要靠三年五年而是一代人两代人的代际变化，需要时间和阶段更替。同时，也需要供给端，完成从弱到强、从旧到新、从传统到现代、从粗放低效到提质增速的一系列爬坡过坎的全面变革。银发经济像是一场静默的革命，它不会像互联网浪潮般席卷全球，却会像春雨般渗透每个家庭的裂缝。当医院开始研究“抗衰和主动健康”，当城市规划者预留“老年宜居城市、银发友好指数”，当 Z 世代争相报名“适老化产品设计师”……我们会发现，银发消费早

已不是老人的专利，而是一场所有人都必须参与的文明升级。由此，会催生一系列的消费场景和商业模式。

需求端分层细分：

精确到微观层面的市场细分与深度洞察，满足不同的消费需求和生活方式，满足从有到好的需求、从高价的好到平价的好

党中央、国务院高度重视全国统一大市场建设，中国拥有超大规模市场，有 14 亿多人口，任何 1% 的需求，对应的是 1400 万人的大市场。更别说我国 3.1 亿老年人口，50 万亿的大市场。如果说过去 30 年，消费是在满足从无到有的需求，那么未来十年，消费行业至少有一个确定性的需求，就是要逐步满足从有到好的需求，从高价的好，到平价的好的需求。

• • **生活消费：**日常生活需求消费增速较快，其中与美丽时尚相关的需求增长显著，例如老花镜的需求从功能实用性逐渐向潮流时尚转变，消费者期待拥有好看且潮流的款式，以便搭配不同服装。与爱好相关的需求增长显著，旗袍和钓鱼竿的销量增加。

• • **服务消费：**从“买商品”到“买体验”，服务消费迎来高增长。老年人通常最缺的不是某个实物产品，需要的是产品背后所提供的服务，尤其低龄老年人最需要的不是医疗服务、照护服务，很有可能是本地生活服务、社交文娱平台、异地旅居服务、婚恋服务、法律服务等等。中国银行很早就开始探索银发场景组的解决方案，银行网点除了提供老花镜、轮椅等适老化便利之外，也利用网点空间增加了老年人的活动空间，提供书画文娱、健康教育、理财咨询、遗产咨询、法律援助等等，不仅有助于吸引更多老年客户到店，还能助力实现存款目标，并增强客户群体的忠诚度与粘性。

• • **精神消费：**疫情后最先爆火的就是老年旅游，“银发族”已经成为了国内旅游市场的“主力军”之一。携程数据显示，在国内旅游市场中，银发人群的消费潜力逐步释放。2024 年 1 月份至 9 月份，50 岁及以上银发人群旅游订单同比增长 26%，高于其他年龄段人群。其中，61 岁至 65 岁的银发群体增长幅度最高，达 58%。目前，50 岁及以上银发人群已占携程用户整体的 10%，且他们的购买力高于携程用户平均水平 30%。最近，商务部、文化和旅游部、国铁集团等九部门联合发布《关于增开银发旅游列车促进服务消费发展的行动计划》，从购票、上车、游览都是适老化，车上设置医疗护理区，除此之外，充分考虑“银发族”“快旅慢游”的需求，高铁也精心串联了众多旅游景点，打造专属线路。对于广大的中老年群体而言，银发旅

游不同于普通旅行社的线路设计，所有内容的设计都是以社交为底层逻辑，去哪儿不是最重要的，一场旅游是有主题的、有内容的、有圈子的、有回忆的，好的内容可以让用户有更佳的参与感和代入感。促进健康老龄化，丰富老年人精神文化生活是其中的重要一环。《哪吒2》破百亿的票房中，数据显示每四个买票的人里就有一个是40岁以上的群体，十四五规划说要扩大观影群体，现在中老年直接扛起票房大旗，要知道，=去年票房前十的电影有九部中老年观众超10%，八年前才三部！银发经济的精神消费要重新定义了，不久的将来，会有越来越多的老年网剧、潮玩、老年版的泡泡玛特、迪士尼。

• • **健康消费：**服务活力品质生活，如何整合领先的国内国际专业医疗领域，比如特色医疗技术、医疗网络保障、互联网+人工智能、家庭管理与医生管理结合，以及药食同源的健康食品，这些需求粘性强、转化高。仅仅抗衰老这一项就有很大的增长空间，老龄化程度的不断加深，使得越来越多的中老年人开始关注健康问题，希望通过营养品来改善身体状况，延缓衰老。2024 年国务院办公厅发布《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，明确提出要发展抗衰老产业，推动生物技术与延缓老年病深度融合，鼓励研发适合老年人咀嚼吞咽和营养要求的保健食品、特殊医学用途配方食品。与此同时，年轻群体的预防性消费意识也在逐渐觉醒。《2023 中国新消费趋势白皮书》显示，超四成“00 后”购买过功能性保健食品或保健仪器，三分之一的“00 后”“95 后”购买过营养补剂。在天猫健康平台上，“90 后”群体买走了 30% 的辅酶 Q10 和 45% 的护肝片。这些数据都表明，年轻一代已经成为抗衰老营养品市场的重要消费力量。

供给端多元场景：做强“养老+”文章，推动养老服务与家政、物业、文化、旅游、健康、教育、体育等融合发展，加大优质供给

一是为特定用户群体打造特定场景。好的产品不是简单的功能叠加，而是面向特定用户的最优解决方案。瞄准用户痛点，一类用户场景可以定义一款产品，会越来越“细”，越来越“精”。比如，光是针对老年人的功能性食品，就能足够分化出一系列品类，有补脑益智的、减肥轻体的、降压降脂的、利肤多发的、刺激味蕾的、改善便秘的、调节睡眠的、预防痴呆的……只要我们把痛点研究得足够深、分类就能足够细、产品也会足够垂直，这些需求是深度的，甚至是隐晦的，不是表面的消费行为，是很少提及的感受，是尚未满足、又希望被满足的愿望，由此才能产生共鸣、才能建立链接、才能被感知价值。

二是强化品牌形象和信任感。从“流量”到“留量”，是要输出情绪价值的，多数涉老平

台有粉丝群、有流量，不够深度触达、没有高频粘性，也就无法精准转化。情绪价值是平台“圈粉”的重要抓手，老年群体的流量密码是“被尊重、被需要”的自我价值实现”，老年群体对品牌更看重、忠诚度更高，是稳定的活跃群体，也更容易与品牌建立深度链接。未来在老年赛道一定会出现类似宝宝树这样的私域社群，宝宝树已不只是个母婴垂类电商平台，建立起来的专业母婴内容、社区服务体系，以家庭生态为基础，以地域为特色，集结城市中母婴专家为新生代宝妈提供专业指导和心理疏导，收获的是用户的流量和信任，在认知度、使用率、使用频率及推荐意愿均领跑行业。同理，无论是线上还是新下的老年平台要注重与用户的互动和沟通，建立真实、信任和稳定的用户关系，通过积极回应用户反馈、提供优质的客户服务和定期的用户互动活动，可以增加用户的忠诚度和参与度，从而建立稳固的用户基础。这样一来，不仅能够避免流量困境，还能够实现可持续的品牌发展。

机会三：借助资本力量，善用金融工具，扩大有效投资，加速资源整合

政府工作报告中提到，“今年赤字率拟按 4%左右安排，比去年提高 1 个百分点，赤字规模 5.66 万亿元，比上年增加 1.6 万亿元...””，都是创历史新高。合计起来今年新增政府债务总规模达到 11.86 万亿元，这个规模很大，是去年 9 月 26 日中央政治局会议调控思路的延续。国内总需求不足，尤其是消费不振问题比较突出，所以需要宏观政策加大逆周期调节力度，这是现实需要。从政策空间来看，我国也具备条件，政府负债率在 70%左右、比主要经济体都低，尤其中央政府负债率是比较低的，有比较大的举债空间。

1、善用结构性工具，统筹用好中央预算内投资、地方政府专项债等资金渠道。

发债力度上，看到的也基本都是“增加”——（提到三类债券，一个中央预算）

“拟发行超长期特别国债 1.3 万亿元，比上年增加 3000 亿元...”

“拟发行特别国债 5000 亿元，支持国有大型商业银行补充资本...”

“拟安排地方政府专项债券 4.4 万亿元，比上年增加 5000 亿元...”三个万亿级政府债券发行，帮助地方政府化债、降低风险，一方面解除包袱，轻装上阵，发展经济。

中央预算内投资：拟安排 7350 亿元。

当前以各类再贷款工具为代表的结构性工具，已基本实现对金融“五篇大文章”的全覆盖。下一步，政策将引导商业银行提高主动性和前瞻性，加大对科技、养老等领域的信贷投

放，落实无还本续贷政策，强化融资增信和风险分担等支持措施，用足用好普惠养老专项再贷款等工具。

因此，作为银发相关企业，以提质增效为重点，可以统筹用好中央预算内投资、地方政府专项债等资金渠道，继续加大对养老设施建设的投入，聚焦失能失智老年人服务刚需，重点扩大护理型床位有效供给。包括用作资本金，解决了去库存的资金来源。

对于国企，更要利用好地方专项债和政策性贷款的发行规模，充分形成多元化的融资渠道。对于民企，要关注市场化的募资路径，以民营经济为代表的优质企业融资门槛会降低，但需要加强的是，未来业务拓展的同时，需要注重营收、利润与估值等关键指标，倒逼民营企业的合规运作和治理水平。

2、借助资本力量，加大资源整合，扩大有效投资，推动企业并购重组。

貌似几乎所有产业的都会经历这样的历程，门槛放开—大量公司进入—同质竞争—大量亏损—市场重组兼并—稳定的新格局。尤其疫情以及今年的经济形势不好会加速企业的优胜劣汰。很多康养企业负债率比较高、规模比较小、自身资金实力不够厚、专业能力不够强的企业会被清扫出局，更多的市场份额会向头部企业集中，行业集中度进一步提升，产业整合加速。

接下来的并购潮中，国企央企将成为新增的投资方主体，大型国有企业或者大独角兽公司由于业务体量大、资金流安全，正在积极地寻找质地优良且价格合理的标的公司进行并购整合，补足自身短板又开疆拓土，占领被淘汰企业释放出来的市场，快速扩大规模，品牌积累和品牌优势将逐步形成。也许下个阶段，逐步涌现出一批能够覆盖全产业链的行业巨头公司，能够推动产业发展的领军企业。

在投资方面，报告提到要积极扩大有效投资。切实选准选好项目，坚决防止低效无效投资。**壮大“耐心资本”，鼓励创投发展，强化金融要素支撑。**放宽创业投资在投资范围、投资策略、杠杆适用、存续期限等方面的限制，同时为创业投资退出提供更多便利。如支持其在私募股权二级市场流转、开展份额转让等。比如，支持龙头企业对问题企业并购重组，提高行业集中度，促进规模化、集约化经营，改善供求关系，防止内卷式竞争。

由此，能够预见到的是康养产业的发展竞争要素升级，网络布局、高净值客户积累、不动产管理以及金融支付手段，都是所需的资源禀赋，是深耕康养产业的有力支撑。中国康养产业格局的改变，需要借助资本的力量，优势企业借助资本手段可以迅速拉开差距、占领市场位

势，进而淘汰落后企业，改善产业环境。这些企业不仅需要股权融资、资本运作和市值管理的系统解决方案，更多需要引入产业引导基金、产业发展基金，让推动产业资源配置又多了一种可能性，基于产业和资本的良性互动来寻求事业新突破。

机会四：科技创新、数字技术将推动银发经济在“技术端发力、产品端创新、产业端升级”形成新的路径

2025 年的《政府工作报告》提到“人工智能+”行动的概念。一年来，中国的人工智能、特别是民营企业取得了令人瞩目的发展，世界关注 DeepSeek 开发的生成 AI，宇树科技开发的人工智能机器人，今年报告也提出“人工智能+”。

第四次科技革命是以人工智能为代表的。一些传统行业的增速放缓的背景下，发展以科技创新为代表的新质生产力，成为提高经济增长潜力的重点。如果说前几年在养老或者银发领域谈科技创新有些早，那 2024 年底和 2025 年初发生的科技算法革命，也势必将康养企业的“十五五”规划主题推向科技化的大浪潮。科技创新、数字技术，将推动银发经济在“技术端发力、产品端创新、产业端升级”形成的新路径。

跟银发产业怎么结合？报告中，**第一，产业赋能方面，第二，终端应用方面，第三，场景培育方面。**套用一下，我认为跟银发产业的结合也完全可以从这三个方面来思考。

1、场景培育方面：探索人工智能大数据在银发服务场景中的深度应用

国务院近日印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》中明确提出，要“大力发展银发经济，促进智慧健康养老产业发展”。

3 月 3 日，红松宣布已全面接入深度求索（DeepSeek）人工智能大模型，并推出国内首款专为 50+退休人群量身定制的智能生活助手“AI 松小智”，全面升级中老年用户的兴趣文娱生活服务体验。在深度个性化服务中老年兴趣学习上，红松正在同时基于 DeepSeek-V3 大模型与自有学习大数据开发“松小智 AI 学习助手”，在为用户进行更为具体的学习问题解答与个性化学习内容推荐。目前，这一项目已在部分用户中测试，预计 3 月全面上线。它既可以充当用户的健康管家，为用户提供健康建议、食谱推荐等，又可以成为用户贴身的“百科全书”，大到银发领域的宏观政策，小到每天出门前想要查询的天气预报；而通过智能对话、深度思考等功能。这标志着国内首个拥抱生成式 AI 大模型的银发文娱生活产品正式落地，银发科技创新正在打破“次元壁”。

2、产业赋能方面：探索智慧养老与物联网在新时代居家养老模式的应用

居家养老的痛点，是高龄失能失独老年群体的居家安全如何解决，以及需求的碎片化和供给的精准对接。通过智能检测设备在居家场景的引入，为老年人的健康管理提供了有力支持，24 小时监测老人的心率、血压、血糖等关键生理指标，一旦发现异常立即通知家人或医疗机构，有效预防了突发疾病的风险。很多地区和重点城市，已覆盖了辖区内 60 岁以上户籍老人，能精准掌握老年人服务需求，无论是健康管理、紧急救助、生活照料还是精神慰藉，平台都能迅速响应，并且促进养老服务需求有效对接。这样的智慧养老大数据平台与能够实现数据共享，融合信息收集、数据分析、服务支撑、业务监管于一体，打破了信息的壁垒，提高的交易效率，集约了服务成本。

3、终端应用方面：探索机器人技术在护理、康复训练方面的应用

用机器人养老，这事靠谱吗，一直或有争议。但随着科技进步、技术创新与深度老龄化社会的需要，机器人的辅助应用一定会被普及。现阶段机器人只能解决陪伴和节约人工成本的问题，还不能解决提高服务质量的问题。但是也许人工智能在人形机器人上的应用，很有可能 5 年内人形机器人就能出现在我们身边替代很多养老行业中重复、枯燥、不需要太多与人交流的工作，因为 AI 让机器人有脑子了，随着大规模机器学习和训练，不断强化学习算法，以及在人身上装很多感应器，通过视频采集和模拟，迭代的速度远超过我们的想象。

最近看到一则新闻让我有些震惊，日本东京近期正在测试一款名为 AIREC（AI 驱动护理机器人）的人形机器人，以探索其作为日本老龄化人口护理助手的潜力。这款机器人在演示中成功地将一名男子轻轻侧转，这一动作对于更换尿布或预防褥疮等护理工作至关重要。要知道我们以前有很多陪聊机器人，而护理机器人的要求相对复杂，需要根据各种不可预见的情况调整动作，提供护理需要更复杂的力控制，机器人必须知道何时以及如何施力，以确保安全、高效的护理，同时避免对脆弱部位施加不必要的压力。然而快速的机器学习让这些都不再是技术上的难题，也提高了应用的可行性。在机器人和人工智能的辅助下，更有望实现这个目标，“到 2029 年，中国将基本建立一个全国性的养老服务网络，到 2035 年，**确保所有老年人都能在适合中国独特需求的成熟护理体系下享受基本服务**”。

再有，近日国际电工委员会（IEC）正式发布由我国牵头制定的养老机器人国际标准（IEC 63310《互联家庭环境下使用的主动辅助生活机器人性能准则》）。该项标准依据老年人生理、心

理和行为特点，为各类养老机器人的产品设计、制造、测试和认证，比如功能和性能分类，可用性、可靠性、无障碍、能耗和噪声等方面提供基准，这将引领全球养老机器人产业健康发展。

标准的确立为将来技术出海、中国的产品贸易和服务贸易走向国际化，拉近了距离，打下了基础。据摩根士丹利发布的《人形机器人 100：绘制人形机器人价值链图谱》报告显示，在已确认涉足人形机器人领域的百强企业中，中国企业占比高达 56%。在全球人形机器人产业链中，中国的份额达 63%，我国发展养老机器人有着其他国家无法比拟的优势。

2025 年将成为人形机器人发展的分水岭，标准的设立，有望实现大规模生产和商业化突破。这也为我国银发产业的“科技化”创新推向国际前沿。如何围绕科技创新大环境、大趋势，打造康养从业企业自己的“新质生产力”，亦将成为“十五五”期间企业发展规划的重点命题。

结语

在人口结构深度变革、健康需求持续升级的当下，有品质需求的老龄化群体持续增长的趋势明显，迫切需要为社会提供更多专业优质的银发相关服务。

过去的三年疫情没有改变周期，不过是加速了新一轮经济的新陈代谢。目前中国众多的康养企业在商业模式、资产管理、金融支付等方面，跟国际上的一些企业、其他产业的企业相比差距还是很大的，自我升级是所有康养企业的必修课。

在蓬勃的市场机会和激烈的竞争环境中，和君咨询康养事业部致力于通过研究驱动、价值赋能来帮助从业者减少不确定性、应对变化和把握未来。

和伊康养-和君康养事业部

和伊康养专注于康养产业的专业研究与运营实践，携手各级政府机构、产业联盟、行业协会，链接和君平台化资源，定期发布行业白皮书、蓝皮书等报告，深入一线为各类企业、机构、社会团体、从业人员，提供康养产业政策与发展趋势研究、项目战略规划与落地执行、商业模式创新设计与优化提升、品牌提升与营销推广、运营管理服务、投融资平台搭建、人才培

养等一站式解决方案。

扫描下方二维码

关注“养老 BAR”获取更多干货，添加和君康养事业部客服微信



第四篇 从“养老院”到“产业链战争”：银发经济 3.0 时代

作者：和君康养事业部曹卓君

核心观点

1、银发消费需求跃迁：3.1 亿老年人推动市场从“生存型消费”转向新场景——老花镜“时尚化”引爆生活消费、银行网点“老年活动中心化”重构服务消费、银发旅游订单同比暴涨 58%激活精神消费、抗衰老产业政策红利催生千亿健康消费；

2、产业边界跃迁：国务院 1 号文定义银发经济为“全年龄链产业”，覆盖农业（药食同源）、制造业（智能护理机器人）、服务业（异地旅居平台），撬动 50 万亿市场，倒逼国企从“养老院运营商”转型“产业链架构师”；

3、竞争逻辑跃迁：中粮、京东方、携程等 30+ 行业巨头跨界入局，通过“文旅+AI+医疗”生态卡位，争夺“老年迪士尼”“潮玩 IP”等新增长极，银发经济成反周期投资“安全垫”。

引言

2025 年的全国两会，政府工作报告中能够看到很多关于银发产业的政策信号及发展机会。与十四五相比，政策的鼓励方面已经不仅仅局限于养老，也不只是社会民生的一部分，顶层不是将养老作为应对人口老龄化的被动选择，而是把银发经济列入到扩大内需的一部分。政策明确提出，银发经济是有利于把老年人的需求变成产业发展的新动力。

由此有两个关键点，一要聚焦牵动性强、增长空间大的消费领域，深挖消费潜力，扩大跟银发相关的文体旅游消费；二要促进人工智能+消费，带动养老场景智能化重构，进而衍生出智能护理机器人、远程医疗等需求。这都为十五五发展提供新思路和新解决方案。

一、消费需求升级：从基本生存型向品质化、个性化、差异化的多层次需求转变

党中央、国务院高度重视全国统一大市场建设。中国拥有超大规模市场，有 14 多亿人口，任何 1% 的需求，对应的是 1400 万人的大市场。更别说我国 3.1 亿老年人口，对应着 50 万亿的大市场。如果说过去 30 年，消费是在满足“从无到有”的需求，那么未来十年，消费行业至少有一个确定性的需求，就是要逐步满足“从有到好”的需求，从高价的好，到平价的好的需

求。



① 生活消费：日常生活需求消费增速较快，其中与美丽时尚相关的需求增长显著。背后的底层诉求是“你不能认为我的人生只需要生存便利，我仍然需要审美和其他感受”。例如老花镜的需求从功能实用性逐渐向潮流时尚转变，消费者期待拥有好看且潮流的款式，以便搭配不同服装。另外，与爱好相关的需求增长显著，旗袍和钓鱼竿的销量增加。

② 服务消费：从“买商品”到“买体验”，服务消费迎来高增长。老年人通常最缺的不是某个实物产品，需要的是产品背后所提供的服务，尤其低龄老年人最需要的不是医疗服务、照护服务，很有可能是本地生活服务、社交文娱平台、异地旅居服务、婚恋服务、法律服务等等。例如，中国银行很早就开始探索银发场的解决方案，银行网点除了提供老花镜、轮椅等适老化便利之外，也利用网点空间增加了老年人的活动空间，提供书画文娱、健康教育、理财咨询、遗产咨询、法律援助等等，不仅有助于吸引更多老年客户到店，还能助力实现存款目标，并增强客户群体的忠诚度与粘性。

③ 精神消费：老年群体经常说，“我不是只能被人照顾，我仍然有价值、有份量，我只是需要一个配角，来协助我继续输出我的社会价值和份量”。促进健康老龄化，丰富老年人精神文化生活是其中的重要一环。疫情后最先爆火的就是老年旅游，“银发族”已经成为了国内旅游市场的“主力军”之一。携程数据显示，在国内旅游市场中，银发人群的消费潜力逐步释放。2024年1月份至9月份，50岁及以上银发人群旅游订单同比增长26%，高于其他年龄段人群。其中，61岁至65岁的银发群体增长幅度最高达58%。目前，50岁及以上银发人群已占携

程用户整体的 10%，且他们的购买力高于携程用户平均水平 30%。对于广大的中老年群体而言，银发旅游不同于普通旅行社的线路设计，所有内容的设计都是以社交为底层逻辑，去哪儿不是最重要的，一场旅游是有主题的、有内容的、有圈子的、有回忆的，好的内容可以让用户有更佳的参与感和代入感。

④ 健康消费：老年人的心理是“你不能点破“我老了”这件事，你得不动声色地帮我修复身体机能”。服务活力品质生活，如何整合领先的国内国际专业医疗领域，比如特色医疗技术、医疗网络保障、互联网+人工智能、家庭管理与医生管理结合，以及药食同源的健康食品，这些需求粘性强、转化高。仅仅抗衰老这一项就有很大的增长空间，老龄化程度的不断加深，使得越来越多的中老年人开始关注健康问题，希望通过营养品来改善身体状况，延缓衰老。2024 年国务院办公厅发布《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，明确提出要发展抗衰老产业，推动生物技术与延缓老年病深度融合，鼓励研发适合老年人咀嚼。

二、产业边界变化：从养老服务到银发经济，挖掘银发经济重点潜力赛道



如何理解银发经济？2024 年国办 1 号文就是关于银发经济，银发经济不等同于养老产业，不是光服务老年人，不是光赚老年人的钱，而是让老年人花钱促消费。当人口结构 1/3 都是老年人且平均预期寿命 80 岁，那么各行各业都应该围绕这方面做转向。比如社会不要光盯着月子中心、学前教育和培训了，很多幼儿园都已经关闭了，社区要发挥服务一老一小的功能，属地的设施相互转化，家庭要为自身的养老保障提前做规划做储备。

因此银发经济是随着社会老龄化而产生的一个多元化的产业集群，涉及到国民经济的一二三产业，康养农业，康养制造业，康养服务业，一二三四级几十个细分产业。银发经济，拉动区域经济发展、或是企业发展新的增长点，一头连着经济发展，一头连着民生福祉。

对于很多多元化的国资产业集团，产业要素齐全，产业链完整，不用担心短期回报，又能长远布局，站在人口结构、产业结构的角度，银发经济又是不断上升的周期，又能与主业协同，很适合长远布局。布局银发经济，在资本市场和经济下行下体现出来不错的抗周期性，还能提升自身的造血能力和可持续发展的能力。

三、 竞争格局变化：从单点深入，到链式、生态式产业布局

从市场来看，这两年更多的社会资本在进入银发产业，推动养老服务、老年用品、老年医疗等领域的市场化发展。跨界合作的案例增多，和君康养事业部服务的很多客户，有农业企业（中粮）、制造业（京东方）、消费品（伊利、茅台）、互联网（京东）、高科技（优必选）、平台型公司（携程）、上市公司（中关村科技），还有大量的保险公司等等，这些企业都在跨界布局银发赛道，连银行网点也做适老化，连锁药店也在积极转型，要么是聚焦新人群，要么是研发新产品，要么是创建新场景，都与银发强链接。康养产业与医疗、保险、科技、旅游等行业的跨界合作更加频繁，形成新的商业模式和增长点。

鉴于区域资源相对集中，区域型国有企业更有条件和机会做成区域的产业链。康养产业的产业关联足够广，农业、制造业、城市更新、乡村振兴、文化旅游的社会面非常宽，能形成非常大的经济体，为当地龙头企业进行资源整合提供良好外部条件。

四、科技发展变革：AI 与具身智能，为康养产业带来新的变革机遇，新质生产力发展具备可行性



智慧养老的全面推广，人工智能、物联网、大数据等技术在养老服务中的应用更加广泛，智能穿戴设备、健康监测系统、远程医疗等成为标配。企业将加大适老化产品的研发力度，推出更多适合老年人使用的智能家居、康复辅具、健康管理设备等。这些解决方案未来也会融入到很多新的健康住宅和宜居空间的打造，以及存量资产改造和城市更新的样板中。在原有产业上科技创新有很大的想象空间。更会因为高端的智能制造、技术创新带来的市场机会，有大幅提升全要素生产率的变革空间。

对于康养产业，如何定义新质生产力，什么叫全要素生产率提升？用大白话来讲就是投入产出比提升。若要提升投入产出比，在以下三方面要进行创新或效率提升。

一是转化端的产业或企业模式创新，以科技创新为核心驱动力。由于康养产业目前的转化不够有吸引力，技术含量不高，科技属性不强，未来的产业格局中，各方参与者都需要科技创新。以酒业公司为例，其主营业务增量放缓，集团在寻找新的增量市场。其主要客户纷纷布局老年阶段。因此在客户市场，要关注银发市场，在产品创新方面，茅台就提出，酒中有一种强有力的抗氧化剂，能有效清除体内自由基，具有抗肿瘤、抗疲劳、抗病毒以及抗衰老功能。还有粮食企业（中粮）、制造业（海尔、美的、松下的适老智能家居），甚至养殖业畜牧业，还有服装、鞋帽公司。银发产业这个内需大市场，需要对传统产业进行变革。

二是投入端的要素创新，以数字化、网络化、智能化新技术为支撑，以数据为关键生产要素。我们梳理国外的智慧养老产业实践，美国、英国、日本、新加坡、澳大利亚，所采取的运

作模式，基本大同小异，都是政府+企业+信息化平台，“数据”代表了政府的政务管理和服务水平。我国也在加速布局，贵阳、遵义是获得了世界银行的 5.1 亿贷款额度用以建设智慧养老云平台，该平台将会用于政策支撑、能力输出、行业监管、需求匹配、服务追踪。这可加快建设统一权威、互联互通的全民健康信息平台，实现健康数据的有效归集与管理。鼓励企业面向居家、社区、机构等场景，开发养老服务管理系统、为老服务信息平台，强化物联网、人工智能等基础能力，联动云管边端，丰富服务种类，提升服务质量，实现服务的流程化标准化。利用人工智能、物联网、大数据等信息技术带来的革新，全面提升资源配置效率、行业创新水平和竞争能力。

三是产出端的产品或服务创新，以金融平台/生态平台建设为应用场景。例如，京东健康已经形成了一套由社会资本所推动的医药健康生态。在这个生态中，京东健康是无可争议的价值中枢，持续放大的社会资本则驱动整个联盟价值进一步提升。伴随服务用户数、赋能企业数、促成交易数的不断增多，逐渐形成了正向强反馈螺旋向上循环之中。大量的活跃用户与交易成为吸引商家入驻的筹码，而大量新增的商家又会进一步吸引更多的用户使用平台，这种正反馈带来的结果就是整个生态联盟体系越来越强大，京东白条、京东金融 T0 B T0C 发挥了巨大作用。这种由“增长飞轮”所驱动的增长并不仅限于京东健康自身，而是能给所有入驻平台的药企、用品企业带来切实的业绩增长，从而真正实现产业共赢，这才是新的生产关系和增长方式。

五、产业发展阶段变化：我国康养产业现处于扩张期，“提速+高质量+延展创新”为特征



在政策的引领下，我国各类养老企业和社会组织数量快速增长。截至 2024 年 12 月 31 日，我国养老服务相关企业约 16 万家，比 2023 年底增长 24.36%，其中，康复护理、老年教育、医疗疗养等相关行业取得较快发展，增速分别为 36.05%、34.15%、31.26%；我国养老相关的各类

社会组织共有约 1.65 万家，比 2023 年底增长 2.12%。

我国康养产业正处于扩张期阶段，并且受政策与需求两大要素驱动，马上会迎来最好的时间点。此阶段将会延续到 2035 年，留给我们的窗口期就是两个五年，所以十五五很重要。一是银发经济全产业链版图崛起，创新深化。二是这一阶段会出现一系列规模化、集聚化、品牌化的龙头企业，有望出现以此为主业的上市公司。

和伊康养-和君康养事业部

和伊康养专注于康养产业的专业研究与运营实践，携手各级政府机构、产业联盟、行业协会，链接和君平台化资源，定期发布行业白皮书、蓝皮书等报告，深入一线为各类企业、机构、社会团体、从业人员，提供康养产业政策与发展趋势研究、项目战略规划与落地执行、商业模式创新设计与优化提升、品牌提升与营销推广、运营管理服务、投融资平台搭建、人才培养等一站式解决方案。

扫描下方二维码

关注“养老 BAR”获取更多干货，添加和君康养事业部客服微信



第五篇 “变与不变”，深议大会释放的企业“十五五”银发策略

作者：和君康养事业部杨围围

3月5号的政府工作报告一出，各大公众号都在拿着放大镜寻找跟“银发”相关的各领域的“热词、热点”，拼命想从寥寥无几的字眼中，嗅到、抓住未来一年甚至几年银发产业发展的方向重点。于是乎，“X处提及”“X大方向”“X个信号”一时间喷涌，让人眼花缭乱，但是看完后，感觉知道了，但是又似乎没看懂、没看透，如隔靴搔痒，一点不痛快，很多“关键词”对自己企业的业务发展很重要，但是又不知道为什么重要、如何承接落地。

银发产业是长周期、慢产业，对任何时间点所谓“银发热点”的追踪，不能仅看写了什么，需要将其放到更长的时间周期，沿着历年两会的涉老关键词，对2025年政府工作报告中提到的涉老内容，进行审慎分析，并在历年“旧话”的内容中，寻找和拆解出政府层面对银发产业构建的“总设计”思路，对于银发从业者，尤其是银发专业“智力机构”，不能“一知半解”的看政府工作报告，更不能“以偏概全”的妄自解读，在各路碎片化、片面化信息蜂拥的时点，更要保持十足的冷静，从银发产业的本质特征与发展的底层规律，去解读政策的“价值性”和“有用性”。

从企业角度来看，到底今年的政府工作报告信息有何不同？在2025年这一时间节点释放的“信号”又有何特殊含义？企业如何解读者寥寥无几的“银发字眼”？即将到来的“十五五”该如何应对？和君康养事业部认为，作为“十四五”最后一年的政府工作报告，作为“银发经济”提出之后的第一个政府工作报告，我们得拉长时间轴，需要关注十年政府工作报告中的“不变量”与“创新词”，去正确领悟政府工作报告信息中关于银发产业的那些“变”与“不变”。

一、「“不变”的主旋律和“变化”的新词」

纵观历年政府工作报告，对于老年、老龄、养老、银发的描述，其多年不变的主题词多集中在完善社会保障制度（以养老金三支柱为重点）、支持社会力量参与、发展医养结合（老年健康服务体系建设）、机构社区居家“三位一体”养老服务体系、扩大长护险制度试点等方面，贯穿历年政府工作报告的“涉老”内容主线。围绕上述主旋律所代表的国家银发经济基础工程建设，经过历年对比，我们也不难发现每年两会的涉老新词，包括养老金融、科技研发、

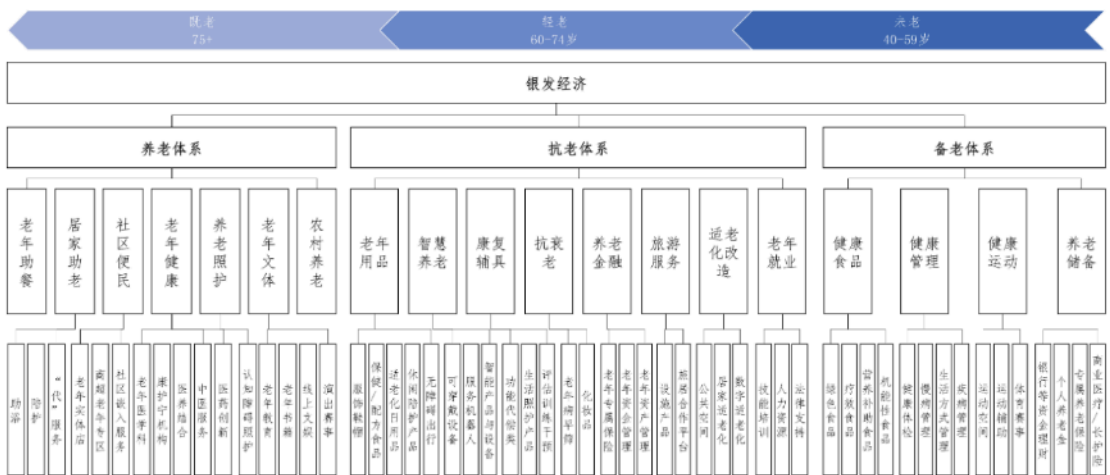
人才培养、城乡供给、社区融合等，全国层面的银发产业发展。跟踪历年“新词”变化，和君康养事业部发现，在 2020 年之后，“一老一小”、基本养老服务体系、智能化、优化供给、老年教育、养老金融、老年消费等开始频繁出现，这与 2020 年前经过近十年的发展我国养老服务体系政策体系机制和供给总规模、总框架基本成型且养老产业与养老事业发展取得阶段性成果有关，更与 2020 年后（加之疫情三年）我国以 60 后为代表的“新老人”涌入市场，更加多元、复杂、重叠的需求群体，对供给提出新的挑战，对能够推动银发产业化发展但却以政府为主导“支付体系、保障机制、市场环境”等的要素建设需求更加急迫，鼓励多元化供给创新与全体系要素保障并行成为新的政策主旋律。

年限	涉老重点
2013 年	• 完善社会保障制度 • 重视发展老龄事业
2014 年	• 扩大内需消费 • 支持社会力量 • 完善社保体系 • 发展养老事业
2015 年	• 促进养老健康消费 • 提升社会保障水平
2016 年	• 支持养老健康消费 • 养老服务业综合改革试点 • 继续提升社会保障 • 医养结合
2017 年	• 支持社会力量提供养老服务 • 发展医养结合新消费 • 继续提供基本养老金
2018 年	• 推进医疗养老“互联网+” • 支持社会力量增加服务供给 • 积极应对人口老龄化 • 居家、社区和互助式养老
2019 年	• 大力发展社区养老服务业 • 农村养老服务设施建设 • 扩大长护险制度试点 • 完善社会保障制度和政策
2020 年	• 发展养老、托幼服务 • 发展居家养老等社区服务
2021 年	• “一老一小” • 发展基本养老服务体系 • 促进医康养相结合 • 发展普惠型和互助性养老 • 智能服务适老化
2022 年	• 社区养老设施建设 • 公共设施适老化改造 • 优化城乡养老服务供给 • 创新发展养老教育 • 推动老龄事业和产业高质量发展
2023 年	• 推动优质医疗资源扩容下沉和区域均衡布局 • 加强养老服务保障
2024 年	• 大力发展养老金融 • 加强健康、养老等民生科技研发应用 • 促进消费，推动养老服务扩容提质 • 加强养老照护人才职业技能培训 • 加强社会保障和城乡社区养老服务网络建设，加大农村养老服务补短板
2025 年	• 从放宽准入、减少限制、优化监管等方面入手，扩大健康、养老、托幼、家政等多元化服务供给 • 完善养老金融标准体系和基础制度 • 加强老年医学专业队伍建设 • 推进社区支持的居家养老，强化失能老年人照护，加大对老年助餐服务、康复辅助器具购置和租赁支持力度，扩大普惠养老服务，推动农村养老服务发展 • 加快建立长期护理保险制度

二、「“不变”的总供给和“变化”的主战场」

从历年涉老政策内容来看，经过十余年的发展，尤其是 2024 年年初《国务院办公厅关于发

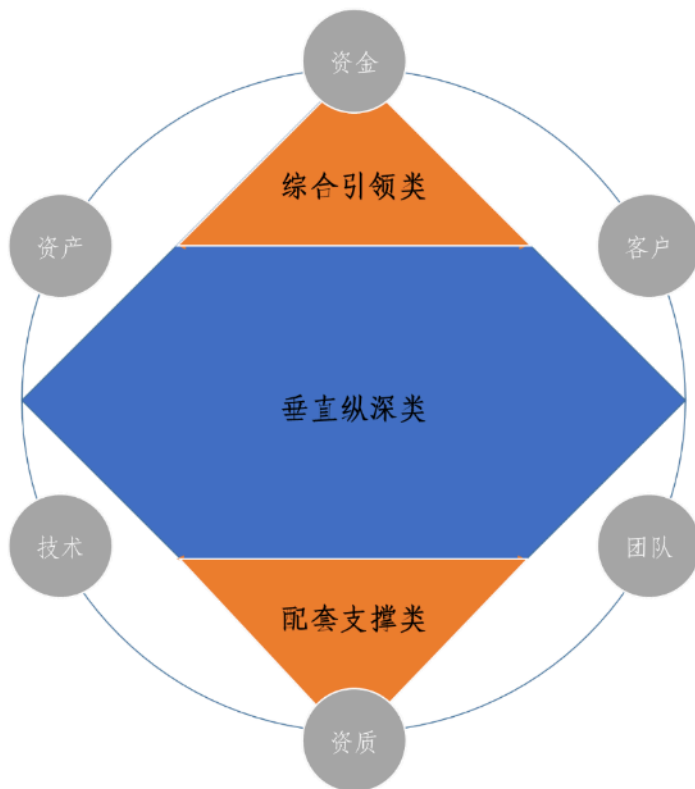
展银发经济增进老年人福祉的意见》的发布，我国银发产业总供给早已在政策脉络中初步定型，并在未来银发产业发展中起到“总指引”和“总纲领”的作用。和君康养事业部梳理总结如下图的银发经济整体产业版图。从供给角度讨论市场新机会时，我们不难发现，虽然银发产业发展历经十余年发展，但多数还是集中在“养老体系”的供给领域，围绕“轻老”一代（60-74岁）的抗老体系、围绕“未老”一代（40-59岁）备老体系尚处于整体发展的初期阶段，是现有涉老企业及其他各领域的企业均有可能布局、转型和涉足的领域，也是未来市场总规模最大、竞争主体最多元、竞争要素最复杂、市场化程度最高的领域。由此不难看出，从2013年的“养老/养老事业”、2018年的“积极应对人口老龄化”、2022年的“老龄事业与老龄产业高质量发展”，2024年的“银发经济”，对于涉老行业的不同总称和定义，也预示着，最起码在“十五五”期间，或者可以大胆地把眼光拉长至2035年超级老龄化社会到来之前，银发产业的商业化竞争重心将由服务“既老”群体（75岁+）为主的养老体系建设，向抗老体系、备老体系领域不限渗透与蔓延，并在此过程中，在社会保障制度不断完善、产业发展政策机制不断健全、参与主体不断多元的基础上，以“金融+科技”为两翼，真正实现我国银发产业的商业化发展。



三、「不变」的竞争生态和“变化”的市场分工

从理念两会的相关内容可以看出，虽然鼓励发展的范围从养老产业向银发经济延展，但参与的主题仍然还是“养老事业”和“养老产业”，政府之外，社会力量的进入与留存，对产业化、市场化程度越来越高的未来银发产业发展，必然会越来越重要。从竞争生态的角度，“十五五”期间甚至更长的时间（2035年前），我国银发产业的竞争生态仍将以“养老体系”竞争为主赛道、“抗老体系”与“备老体系”竞争为总引领的总生态，金融类、科技类、制造类、

消费类、大数据类的企业将主动或“不得不”的参与市场竞争。在银发产业市场扩容和“大门广开”的基础上，未来的市场分工或者是竞争格局将会不断变化，如在过往十余年市场参与主体多以有资源、资产、资金、能力等企业初期市场撬动比较优势要素的企业，如地产、国央企、险资等，但随着事业与产业的边界越发清晰、基本养老服务与市场化创新供给的分工越发明确，我国银发产业的参与主体将逐渐变成有运营能力、有资本运作、有科技创新、有相关主业优势、有大规模客群市场的企业，这类企业掌握着更快撬动银发业态充分市场化竞争扩张的竞争要素，如金融、互联网、科创、制造、消费等。另外，随着上述分工的更迭变化，银发产业基础工程、基本服务供给等内容建设，将越来越多的由国央企、各级地方国资等企业担任，进而在银发市场腾飞之下，打好银发产业发展总地基，做好银发经济发展“压舱石”。



我国银发产业未来企业市场分工生态版图

四、「在“变与不变”动荡中拆解企业“十五五”应对策略」

上面所说的“变”与“不变”已经展示了“十五五”期间我国银发产业布局，企业所需面对的复杂环境，可谓是在“动荡”中寻找“长线可能与可行”路径。2025 年伊始，两会前后，《关于金融支持中国式养老事业 服务银发经济高质量发展的指导意见》《关于深化养老服务改革发展的意见》《关于做好金融“五篇大文章”的指导意见》等重磅政策，也无疑为我国“十五

五”期间银发产业的发展明确了特定“主基调”。

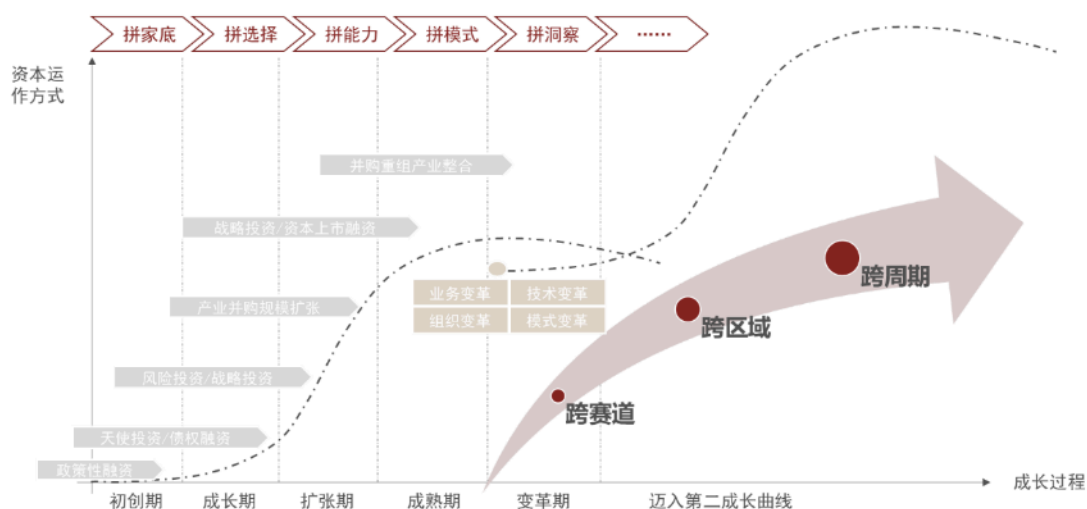
对于企业而言，站在“十四五”期末和不久到来的“十五五”开局，需要应对银发政策的“变与不变”，围绕下述方面，关注四个转变，做好“十五五”期间的企业应对策略。

1. 从规模竞争向盈利竞争转变：以最早发展的机构养老业态为代表，不管是早期的房企、险资，还是后期的国央企及运营型企业，在短期的资本疯狂涌入，养老服务运营基础能力架构完成之后，多数企业的竞争便逐渐开始从“要吨位要规模”向“要效益要效果”转变，盈利模式清晰且能最快实现盈利的企业或项目，往往受到更多资本与市场合作方的青睐。

2. 从床位竞争向流量竞争转变：以2020年为届，随着政策鼓励的重点从机构床位建设变为社区、居家养老服务，以及机构养老领域的竞争逐渐同质化、白热化，占据我国老年产业99%市场空间的社区居家领域开始不断扩容，整个银发市场的竞争开始走向围绕老年群体“个体”的流量竞争，谁能优先获取并绑定有效客流，谁便能在市场竞争和资本竞争中取得先机。

3. 从局部竞争向产业链竞争转变：随着越来越多不同类型、不同领域的企业切入银发市场，我国银发企业的竞争也从“局部致胜”向“共融共生”演变，做养老机构服务运营的企业依靠单纯的运营管理能力不再能轻易获取市场竞争优势，而布局核心业务上下游产业链进行相关业务布局的企业更能获得产业链竞争优势。越来越多的企业开始多元业务布局，更使得整体银发市场开始走向合作共生、生态共建的阶段。

4. 从单域竞争向区域竞争转变：除了在各自业务领域做延伸布局并不断突破和转变竞争模式和竞争重点之外，我国银发产业的市场空间领域，也从围绕单个城市的区域布局，向更加广泛的省域、省际甚至全国蔓延，更大的市场代表更多的消费群体以及更多元的产业链合作，进而带来更高的盈利天花板。



银发企业的成长周期与第二增长曲线

和伊康养-和君康养事业部

和伊康养专注于康养产业的专业研究与运营实践，携手各级政府机构、产业联盟、行业协会，链接和君平台化资源，定期发布行业白皮书、蓝皮书等报告，深入一线为各类企业、机构、社会团体、从业人员，提供康养产业政策与发展趋势研究、项目战略规划与落地执行、商业模式创新设计与优化提升、品牌提升与营销推广、运营管理服务、投融资平台搭建、人才培养等一站式解决方案。

扫描下方二维码

关注“养老 BAR”获取更多干货，添加和君康养事业部客服微信



第六篇 浅谈“十五五”期间银发产业发展的几个既定趋势

作者：和君康养事业部杨围围

“十四五”即将收官，“十五五”接踵而来，国家、各级政府也正稳步推进“十五五”规划相关工作，和君康养事业部深扎康养产业，也接到不少央国企、康养民营企业的“十五五”规划诉求。地方两会之后，银发产业的发展在各个省市的重要性开始凸显，2025年的全国两会势必也会再提银发产业、养老服务、一老一小、养老金融等发展关键词。在此之前，基于十余年对康养产业的持续深耕，我们在此先预判和浅谈下“十五五”期间银发产业发展的几个基本确定的重点和方向。

一、「养老服务领域供给侧改革持续深化」

老人也许不舍得花钱，但少子化和老龄化的对撞势必会倒逼老年人到了高龄阶段，或者失能、半失能阶段必须接受第三方提供的老年健康服务和养老服务。因此，不管银发产业边界如何延展，产业链如何创新，养老服务业仍将是整个银发产业的基底层、中心线和主赛道，其规模也会随着我国老年群体的“高龄化”在银发产业总规模版图的占比越来越大。2024年12月，国务院印发《关于深化养老服务改革发展的意见》，养老服务领域的深化改革持续推进，2025年，服务网络的城市与县乡村全覆盖、服务提供的供给侧改革、服务质量的普惠化与品质化等仍将持续推进，同时养老事业与养老产业的边界划分、从业主体划分、清单划分、标准划分、权责划分等将会更加明确，全体老年人享有基本养老服务，适合我国国情的养老服务体系加速成熟定型。

二、「银发产业潜力赛道的发展热点频出」

2024年伊始的国务院文件《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》首次从银发经济的角度去界定了银发产业的“已老”和“备老”目标受众范围，也在养老服务之外，提出了老年用品、智慧健康养老、康复辅助器具、抗衰老、养老金融、旅游服务、适老化改造七大银发潜力赛道。“十五五”期间，在持续夯实老年助餐、居家助老、社区养老、老年健康、养老照护、老年文体、农村养老等急难愁盼业态服务的基础上，定会针对上述潜力赛道，出台对应的专项支持政策，明确发展重点、发展路径与支持要素，七大潜力赛道也会成为康养从业企业“十五五”规划中无法回避的大趋势，也定会吸引科技类、制造类、金融类、文体服务类的优质企业“跨界入局”，进而在更短时间内，跑出不同潜力赛道的黑马和头部企业。

三、「养老金融持续给足市场发展底气」

在和君康养事业部的研究报告中，养老金融分为养老金金融、养老产业金融和养老消费金融。其中，养老产业金融是推动整个银发产业高质量发展的关键动力，也是近十余年我国养老服务业或银发相关产业政策中不断提及和深化落地的重点内容。但是经过十余年发展，我国养老金融的上述三方面，进展寥寥，也让从业企业等得着实有些难耐。2024 年 12 月底，中国人民银行等九部门联合印发了《关于金融支持中国式养老事业 服务银发经济高质量发展的指导意见》，是近几年金融支持养老相关产业发展的重磅级政策，也是明确提出金融支持银发经济发展的首个专项政策。在从业企业最为关心的养老产业金融方面，也提到鼓励银行要等金融机构加大对老年用品和服务供给、养老基础设施建设和适老化改造、智慧助老设备设计研发、银发产业园区等领域的发展支持，鼓励和支持业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性的银发经济企业在主板上市。由此可预判，不管是对于老年人的消费能力支持，还是对于养老企业的生存发展，养老金融的突破都备受瞩目，某种层面上更成为我国银发经济能否从银发事业向银发市场突破打造的决定力量。因此，“十五五”期间，国家势必会深化养老金融相关政策的出台和落地，银行、保险等金融类企业也势必成为银发经济布局角逐的主力中的主力。

四、「各级国有康养平台企业提速角逐」

如果说近十余年央国企对养老产业的布局“稳健中带点迟疑”，“十五五”期间，对于银发经济的布局将会更加笃定。已入局的央国企将从更广泛、更多元的触角布局银发产业，未入局的央国企在“十五五”期间势必会跟上大部队不掉队，纷纷涉足。对于目前 70%左右的省市已经组建成立的区域康养平台企业而言，如果说“十四五”期间是组建和论证阶段的话，那“十五五”则是各地方康养平台企业加速发展的一年，大概率会看到各地方政府推动下各国有康养平台企业基于不同的区域条件与发展基础，走出各自不同的发展模式，届时将真正实现银发产业“国资力量”带队下的百花齐放，银发产业商业模式的多元性发展将真正到来。

五、「科技创新带动新质生产力的变革」

如果说前几年在养老或者银发领域谈科技创新有些早，那 2024 年底和 2025 年初发生的科技算法革命，也势必将康养企业的“十五五”规划主题推向科技化的大浪潮。机器人的人工替

代、智能化的大数据监测、智慧化的信息管理以及区域范围内养老数据大模型（如北京）的创建，也势必在“十五五”期间为我国银发产业的发展创造新质生产力。本月 27 日，国际电工委员会（IEC）近日正式发布由我国牵头制定的养老机器人国际标准（IEC 63310《互联家庭环境下使用的主动辅助生活机器人性能准则》），依据老年人生理和行为特点，为各类养老机器人的产品设计、制造、测试和认证等提供基准，这也为我国银发产业的“科技化”创新推向国际前沿。如何围绕科技创新大环境、大趋势，打造康养从业企业自己的“新质生产力”，亦将成为“十五五”期间企业发展规划的重点命题。

和伊康养-和君康养事业部

和伊康养专注于康养产业的专业研究与运营实践，携手各级政府机构、产业联盟、行业协会，链接和君平台化资源，定期发布行业白皮书、蓝皮书等报告，深入一线为各类企业、机构、社会团体、从业人员，提供康养产业政策与发展趋势研究、项目战略规划与落地执行、商业模式创新设计与优化提升、品牌提升与营销推广、运营管理服务、投融资平台搭建、人才培养等一站式解决方案。

