

关于发展老年卫生健康服务领域的若干思考

陆杰华¹, 陈 谊², 陈 功¹, 杨宏星¹

(1 北京大学人口所, 北京 100871; 2 北京市老龄协会, 北京 100029)

[摘要] 本文在界定了老年卫生健康服务领域的基础上, 详细地分析了老年人对该领域产品或服务需求的基本现状, 认为在现阶段发展老年卫生健康服务领域必须考虑到老年人的购买能力以及消费特点; 还要依靠产业政策的扶持带动老年消费市场的持续发展。

[关键词] 老年卫生健康服务领域; 老年产业; 老年消费市场

[中图分类号] C924 - 24 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1004 - 1613(2000)04 - 0014 - 05

Some Considerations of Developing Mature Health Service Market

LU Jiehua¹, CHEN Yi², CHEN Gong¹, YANG Hongxing¹

Abstract: Based on the definition of the mature health service market, this paper makes detailed analyses of its demand and comes to the conclusion that we must take into account the actual purchasing power and consumption patterns of the elderly in order to develop the mature health service market. Also, new industrial policies should be introduced to promote its rapid development.

Key Words: mature health service market; mature industry; mature consuming market

随着中国人口老龄化速度的加快, 老年人口对特定产品或者服务的需求在逐步增大。学者估计, 由于中国未来几十年老年人口数量和比重的大幅度增加将使老年市场成为众多市场中一个极具魅力、潜力巨大的市场(陆杰华, 1999)。有人估算, 目前全国老年人的离退休金、再就业收入、亲朋好友的资助大概可以达到3000-4000亿; 到了2025年和2050年, 我国60岁及以上人口将分别达到2.8亿和接近4亿, 而那时老年人潜在的市场

[收稿日期] 2000 - 06 - 07

[作者简介] 陆杰华(1960 -), 男, 人口学博士, 北京大学人口所副教授, 《市场与人口分析》杂志执行主编。

* 作者对于北京市老龄问题研究中心为本文提供了“北京居民生活状况研究”数据表示衷心的感谢。

购买力将分别达到 14000 亿和 50000 亿 (穆光宗, 1999)。因此, 经济学家估计, 满足老年人的潜在消费需求将是未来中国经济发展的一个新的增长点, 而老年用品市场将是未来十大最有潜力的消费领域之一 (《北京日报》, 1999)。

面对日益增长的巨大老年需求市场, 积极开拓与发展老年产业是一种必然的选择, 这已逐步为政府决策者和商家所关注。目前, 无论是企业还是学界在涉及老年产业各个领域的基本框架上达成了基本的共识, 即老年产业所涉及的领域应包括卫生健康服务业、家政服务业、日常生活用品业、保险业、金融业、房地产业、旅游和娱乐业、教育产业、咨询服务业及其他特殊产业等十个方面, 其中老年卫生健康服务领域由于老年人特殊的消费需求性使在老年产业的整个体系中占有其重要、不可忽视的地位。本文将以发展老年卫生健康服务领域为主要切入点, 详细论证老年卫生健康服务领域应包括主要内容、服务对象以及它在发展整个老年产业体系中的地位, 并利用北京市 1999 年数据就老年人对卫生健康服务需求的个体客观特征以及他们的态度做定量上的描述, 然后对未来发展老年卫生健康服务领域需要考虑的关键因素进行理论上的深入探讨, 最后就文章的研究结果做小结。

1. 关于老年卫生健康服务领域的界定

老年卫生健康服务业包括满足老年人健康需求的药品、医疗器具、保健品、老年人常用医疗辅助设备以及适合老年人身体健康需要的各种卫生、保健服务, 它涉及到生产、经营和服务三个方面, 这里需要特别提出, 经营是拓宽老年卫生健康服务领域的一个重要因素。从以往产业发展的经验上看, 商家往往注重根据特殊群体需要生产产品或者提供服务, 但却忽视经营在产业发展过程的重要作用, 因为老年市场的开拓是以产品或服务为产业发展载体, 以经营为产业发展之本的。经营的好坏是将产品或者服务的潜在效益转化为现实经济效益的重要环节; 当然, 任何产品或服务与经营又是密不可分的, 缺少适合消费者需要的产品或服务, 经营也就无从谈起了。我们从上述老年卫生健康服务领域所涉及的主要内容看, 它不仅涉及到第二产业, 如医疗设备和制药设备的生产等, 同时更多的是第三产业, 如药品的流通与销售、老年卫生、保健服务等。也正是从这种意义上讲, 老年卫生健康服务领域将是未来 50 年里一个方兴未艾的消费市场之一。

应当看到, 老年卫生健康服务领域的服务对象主要是各个年龄段的老年人口, 同时也包括部分即将进入 60 岁的轻龄人口, 这要求商家在设计产品或者提供服务时需要周密地考虑到各个年龄段人口的不同消费特点、身体状况条件、购买力等因素。同时, 发展老年卫生服务健康领域还要选择好产品或服务的渠道, 如老年人常用医疗辅助设备 (像助听器、血压计等) 的营销渠道应选择信用性较好的城市商业中心, 分销层次不宜过于分散; 药品或保健品的销售渠道可以以社区或者城市一般商业网点为推销网络, 分销最好直接面对老年人; 而老年卫生、保健服务等则视其价位、需求频率等特征选择好服务的场所, 一般性的老年卫生与保健服务可选择社区或家庭为依托, 以便最大限度地满足老年人的日常性需求。

我们在前面已罗列了中国老年产业发展所涉及的十个基本领域, 但是考虑到我国目前经济条件所限, 笔者认为, 我们还不可能在近期内大张旗鼓地发展老年产业的各个领域。相反, 我们呼吁, 要想促使中国老年产业的长期和健康发展, 我们应当做好老年产业发展的短期和长期规划。也就是说, 我们现阶段必须选择好老年产业发展的突破口。根据我国的实际国情和老年人的特殊需求以及其购买力状况, 我们认为, 从现阶段上看, 中国老年

产业的优先发展领域是家政服务业和日常生活用品业，辅以卫生健康服务业，即发展老年产业的_{重点}应放在家政服务业、日常生活用品业及卫生健康服务业，待时机成熟时再全面启动其他服务领域，以此带动中国老年产业的整体发展。

2. 老年人对卫生健康产品或服务需求的现状分析

在市场经济条件下，老年卫生健康服务领域的开拓是与老年人对此的需求紧密相关的，因为从任何市场的发展角度讲，需求是供给的晴雨表。一般而言，任何市场是由人口总量、购买力与购买欲望的三个要素组成的，缺少任何一个要素都不可能将潜在需求变为现实需求。因此，我们有必要深入地分析老年人对卫生健康服务领域的需求状况。

1999年，北京市老龄问题研究中心开展“北京居民生活状况”调查。调查共在8个城区随机地选取了2000名60岁以上老人。根据本次调查数据的汇总，我们对老年人卫生健康服务方面的需求特点有了初步的判断。

2.1 老年人对养老问题最担心的是经济来源问题，而且这种状况在低龄老人中反映得更突出

在涉及养老最担心的问题时，老年人对没有生活来源的忧虑最突出，比重为35.4%，其次是生病没有钱治疗，占总数的21.0%，说明经济支付能力方面的问题是老年人最为关注的问题。如果按60-69岁、70-79岁和80岁以上年龄组划分，有趣的是，低年龄组老年人对经济来源的担心最大。例如，在选择没有生活费来源为最担心养老问题的老年人中，60-69岁的低年龄人口占了63.2%，而仅有4.1%的80岁以上人口为此忧虑。在选择生病没有钱治疗的老年人中，为此忧虑的老年人低龄化趋势更为明显。从性别上看，女性老人对经济来源问题最为忧虑，如在选择没有生活费来源为最担心养老问题的老年人中，女性老人就占了67.2%，充分反映出了女性老人是更为脆弱群体的特征。

2.2 老年人最愿意消费的领域依次为储蓄养老、改善伙食等，显示出他们讲究实用的消费特点

在回答您最可能把余钱花在哪一方面上，30.3%的老年人选择了储蓄养老，说明老年人更愿意为将来的养老进行积蓄财力，这对老年卫生健康服务领域的发展未尝不是一个好的兆头，因为老年人部是要在将来时期内将部分积蓄花费在医药或保健服务方面。此外，22.7%的老年人希望将余钱花在改善伙食上，而仅有3.3%的老年人最希望将余钱直接购买营养保健品或健身器材上。由于希望余钱直接购买营养保健品或健身器材与发展老年卫生健康服务领域有着某种内在联系，我们有必要按年龄和收入对此作出区分。按年龄上看，在愿意购买营养保健品或健身器材的老年人中，79岁以下的占总数89.2%；而从收入上看，月收入在500元以上的老年人更倾向将钱花费在营养保健品或健身器材上，占总数的81.5%。另外，有趣的是，健康或者比较健康的老年人则更愿意将余钱投入到这方面消费上，占了总数的68.7%，这也从一个侧面反映出相对比较健康的老年人同样是老年卫生健康服务产业的潜在消费者。

2.3 在现阶段条件下，老年人最为关注的问题仍然是衣食住行问题，表明对于老年卫生健康服务方面的需求需要更多的消费引导

在回答现在生活的主要问题是否解决温饱，老年人给予的均分是3.01（满分是5，以下同），表明老年人的消费模式正从温饱型向发展型和享受型过渡。伴随这种过渡的加快，

老年人对老年卫生健康服务领域的需求势必会增加。不过,还要看到,老年人对衣食的消费并不挑剔,他们对此的均分达3.86,是所回答的问题中所得均分最高的。相对比而言,老年人对目前出行的不便表示了不满,均分为3.07;而对于在家里安装紧急呼救装置,老年人的认同感并不高,均分仅为2.49,相比其他几个方面的认同感低了许多。上述情况表明,我们在发展老年卫生健康服务业上需要采取多种渠道积极培育老年人的消费需求市场。

2.4 老年人的身体状况及对社区日常护理服务的需求为老年卫生健康服务领域的开拓带来了契机

据调查,北京市老年人群常见慢性病患病率较高,如老年人高血压、脑血管病和冠心病患病率分别为33.1%、26.9%和26.4%,昭示着老年人对这些疾病的药品、保健品或服务需求是巨大的。再比如,北京市老年人最需要的社区服务中,入户护理服务占第一位,为22.6%。所有这些地为老年卫生健康服务业的发展创造了无限的商机。

3. 制约老年卫生健康服务领域发展的关键因素

我们从上述分析中不难看到,现阶段发展老年卫生健康服务领域不仅充满着许多潜在机遇,同时也面临着诸多的挑战。因此,政府和企业有必要认真分析和研究制约中国老年卫生健康服务业发展的各种因素,以便能够将潜在的市场机遇转化为实在的市场消费,最终带动中国老年产业的整体发展。为此,我们需要从下面几个方面着手开拓老年卫生健康服务领域:

3.1 开拓老年卫生健康服务业必须解决好产业规范与产业政策引导问题

笔者始终认为,在老年产业发展的最初阶段,国家产业政策的制定和完善是带动老年产业发展的最基本和最主要因素,我们目前老年产业发展过程中所欠缺的是强有力的政策支持和政策引导(陆杰华,1999)。此外,老年卫生健康服务业又是一个比较特殊的行业,更需要在其发展初期得到政府产业政策的扶植和引导。一是对于涉及老年卫生健康服务产品或服务,政府要给予必要的政策扶植,包括降低税率、低息贷款、减免一些不必要的杂费等,但在审批相关项目时还要严格把关,防止一哄、盲目上马的局面出现。二是选择好发展老年卫生健康服务业的突破口,特别是选择好老年卫生、保健服务的场所,可以以社区为载体,逐步完善这类服务网络体系。三是制定相应法律和法规,规范老年卫生健康服务业的各种制度,并尽快出台统一的产品和服务标准。

3.2 商家应当根据老年人的实际购买力水平制定产品或服务的市场营销策略

我们从目前老年人的消费模式不难判断,老年人的消费方式定位是温饱型;他们对商品价格的定位为节俭型;而其商品购买特点则定位为理智型。这种状况是与老年人较低的购买力水平相吻合的,这要求商家在设计产品、制订产品价格及提供相应服务时必须认真研究老年人的消费心理、收入水平与购买行为等要素。例如,北京市调查数据显示,老年人存在着年龄上升,其购买力水平不断下降的趋势(见图1)。如60-64岁和65-69岁老年人月收入低于199元的分别占同龄组的9.9%和13.0%,而70-79岁和80岁及以上老年人的同一指标却分别上升到18.0%和33.3%。相对比而言,老年人随着年龄的增高,其对卫生健康的需求却在增加。所有这些都需商家在制定产品或服务市场营销策略时加以考虑,以便能够准确地面对潜在的消费群体。

3.3 发展老年卫生健康服务业需要将老年需求与产品开发有机地结合起来

相对其他年龄组，老年人本身特有的心理、身体、文化等因素使老年人的需求更具有其特殊性，这种特殊性可以反映在两个方面：一是商品或者服务的不可替代性，即老年人所需求的卫生健康产品或服务一般均是为老年人所设计的，不能用其他产品或服务所替代；二是消费习惯的特殊性，老年人对商品

或服务的消费频率、购买方式有别于其他年龄组。基于上述特殊性，商家如何根据老年人特殊需求来开发出真正符合老年人实际需要的卫生健康产品或服务是当前亟等解决的一个重要问题，这个问题解决不好有可能直接影响到老年卫生健康服务业的开拓和发展。

3.4 具有技术含量与性能的卫生健康产品或服务是最初开拓老年卫生健康服务领域的一个至关重要的前提条件

在开发产品或提供服务时不但考虑到老年人的经济承受力，即如前面所述制定符合老年人购买力水平的价位，同时还要注重产品或者服务的新技术含量及性能。在知识经济时代，产品或服务的新技术应用程度在一定程度上反映着产业或行业发展的科技创新潜力以及未来发展的走向。因此，我们认为，发展老年卫生健康服务业首先应向那些将新技术应用到产品或服务的企业倾斜，包括政策扶持、项目审批等；其次是鼓励产、学、研三者有机结合，为老年人生产出更多具有新技术特点的产品。

4. 结论

如前面所述，发展老年卫生健康服务业是现阶段开拓老年消费市场的一个重要突破口，商家如何把握人口老龄化所带来的巨大商机不但有利于商家在市场竞争中占有先机，而且对于发展中国老年产业无疑具有重要的借鉴意义。

我们的研究结果显示，商家和政府对于发展老年卫生健康业起着各自不同的角色。商家应当根据老年人的特殊需求来开发特定产品或提供适合他们特点的卫生健康服务，依据市场细分的原则划分老年市场，并依此制定出有效的市场营销方略，这样才能培养培育和发展老年卫生健康服务市场。政府在发展老年卫生健康服务业的职责是制定出产业规范和产业发展政策，积极鼓励商家投资于相关的老年卫生健康服务领域，并全力提供政策的保障，这样才能带动这一领域的快速发展。

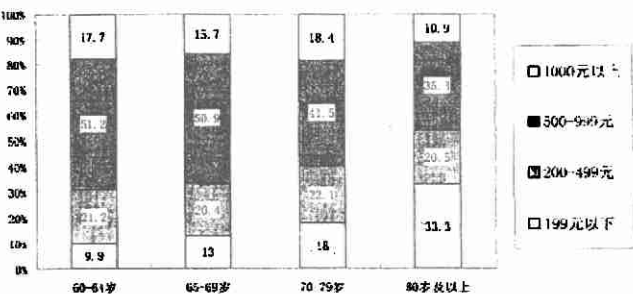


图1 北京市分年龄组老年人的月收入状况

资料来源：北京市老龄问题研究中心编，北京市人口老龄化图集，北京：中国人口出版社，第24页。

[参考文献]

- [1] 陆杰华，关于我国老年产业发展现状、设想与前景的思考 [C]，北京：北京大学 99' 老龄问题学术研讨会，1999.
- [2] 穆光宗，人口与可持续发展 [M]，北京：中国人民大学博士学位论文，1999.
- [3] 北京日报，经济学家预测最有发展前途的十大行业 [N]，1999-03-1 (7) .