

未来5至10年是中国应对老龄化的重要窗口期

“活力老人”激发养老服务产业新活力

■本报记者 李晨瑛

民政部最近一次数据显示,全国有各类养老机构4.23万个,床位429.1万张,收住老年人214.6万人。不难看出,养老机构空置率接近一半。而第七次全国人口普查显示:我国60岁及以上人口已达2.64亿,约占总人口的18.7%,65岁以上人口比例已达13.5%,接近深度老龄化。

面对持续增长的庞大老年群体,全国养老机构平均入住率仅50%,问题出在哪?“银发浪潮”下,到底以何种思维来破解养老问题?近日,在中欧国际工商学院“中国式养老发展新机遇与新模式”论坛上,专家学者提到,不应一味将“老龄化”看作一个“负面名词”,它更意

味着经济转型以及蕴含的勃勃生机。当前,中国的老年人以60-69岁的低龄老人为主,大部分是较健康的“活力老人”。在专家看来,未来5-10年是中国应对老龄化的重要窗口期,抓住机遇有望激发养老服务产业的新活力,在转型中迎来一片新蓝海。

老龄化加快,养老服务相对滞后

目前,我国推行的养老模式是以居家养老为基础、社区养老为依托、机构养老为补充的“9073”模式,即90%的老年人口在家养老,7%的老年人口得到社区养老服务的支持,3%的老年人口在机构养老。在中欧国际工商学院院长汪泓看

来,中国老龄化有三个显著特点:速度快、趋势猛、程度深,与之相对的却是养老服务体系和老龄产业发展相对滞后。

“高龄老人快速增加,意味着空巢、独居、带病的老人大量增加,这会带来许多新问题。”中欧国际工商学院教授、中欧卫生健康产业研究中心主任周东生说,据测算,我国每年有4000多万老人至少发生1次跌倒,其中一半发生在家中,失能失智老人越来越多,“如果此时不从前端介入,将医疗、康复、护理等手段与养老有机结合,那么,最终将带来高昂的医疗费用和护理费用。”

为何养老机构入住率偏低

养老,既是一个有巨大潜力的广阔

市场,也是一个需要迫切解决的社会问题。目前,我国养老产业呈现“三热一冷”特点,在迎政策热、舆论与研究热、社会资本热的同时,养老产业却“遇冷”。

眼下,许多老年人仍存在“一提养老机构便摇头”的情况,产生抵触心理。这真是一种惯性思维吗?亲和源集团有限公司董事长奚志勇说,传统养老观念是其一,更重要的是现今大部分养老院的运行模式并不符合老年人的生活习惯、养老需求。

“人到老,最需要的是什么?一个家,一份安全感与归属感。如果一名老人认为,住进养老院是‘无家可归’,那显然这个服务方向就错了。”奚志勇说,当前很多养老机构是“宿舍型养老院”,一对老夫妻生活了一辈子,让他们过上

集体生活,按男寝、女寝分开住,显然不合人情。

必须承认,一方面,现阶段的老年人“重积累、轻消费”的传统观念难以在短期内改变,而另一方面,成熟且有品质的养老机构也明显缺乏,导致养老产业的发展面临困境。“就目前来看,老年人的支付能力呈现‘橄榄型’结构,而养老机构的供给呈现‘哑铃型’,需求最大的中端养老机构存在巨大缺口。”汪泓说。

养老观念革新,对服务要求更高

中国式养老该如何突围?此前中欧卫生健康产业研究中心就养老需求进行的一份调研能反映一些趋势,在1657

份有效问卷中,近80%受访者自己或其父母有养老需求。

“还有一个有意思的现象,在养老方式的选择上,绝大部分父母辈会选择以居家社区养老为主,选择机构养老的仅占10.70%,而问卷填写者自己对养老机构接受度有较大提高,30.38%选择机构养老,这一比例是父母的三倍。”周东生认为,60后开始进入老年期,他们的受教育程度、财富水平较现在的老年人有明显提高,其养老观念、消费水平也会发生根本转变。这提示,养老将不再是一个单纯消耗社会资源的困局,而是一个汇集相当比例人口需求的市场新机。

当然,养老观念的革新也对养老服务产品提出了更高要求。上海发布的养老服务发展“十四五”规划中,提出要充分发展高品质的养老服务产品、提供多层次的养老服务供给梯度等,让老年人“老有所养”。九如城集团创始人、董事长谈义良认为,不妨打造全生命周期的养老模式,比如“活力老人”可以选择特色旅居、颐养中心、日间照料中心等,高龄、半失能长者可选择康养中心、护理院等,全失能长者可选择康复医院、护理院等,失智症长者可选择安养中心等。

陶行知先生提倡的理念在教育系统催发生动新实践

“生活即教育”何以给当下新启发

■本报记者 张鹏

“双减”政策落地后,学校该如何将教育延伸到课后服务中,赢取更多的优质教育资源,又如何从道德、学习、生活等各个方面悉心教育和辅导学生?这是留给教育系统的一道新思考题。

“捧着一颗心来,不带半根草去”,百年前,教育家陶行知先生已给出过答案。陶行知先生一生坚守爱国精神、求真精神、奉献精神,提倡“生活即教育”,近日,在陶行知先生诞辰130周年之际,在他亲手创办的上海市行知中学,诸多教育工作者谈到陶行知先生的诸多理念对当下仍有深深的教育启示。

“处处是创造之地,天天是创造之时,人人是创造之人”,陶行知曾号召教师要要有创造精神,要培养学生创造意识和创造能力,要培养创新人才。上海市杨浦高级中学名誉校长、人民教育家、共和国勋章获得者于漪也被陶行知的教育精神深深打动。于漪说,陶行知为国民、舍己为公的爱国魂对她影响至深。

让于漪感受最深的,莫过于陶行知先生的教育实践几乎都是原创的。“我们所从事的



宝山区行知中学内的“行知育才旧院”重修开馆,学生们再现当年育才学院学习的场景。

是有中国特色的社会主义教育,要始终铭记‘培养什么人,为谁培养人’这个根本问题。陶行知先生提倡的‘创造智慧’,是教育实践的源泉。”于漪说。

陶行知先生提倡“生活即教育”,与当下

将学生的“体验性”作为现代学习方式特征一脉相承。“将学生直接经验的获得和发展,作为学习的重要目的。间接经验要融合和转化为学生的直接经验,才能让学习保持真正的教育意义和人的发展价值。”上海市教育学会会长尹后庆说。

遵循“生活即教育”主张,宝山实验学校重构“自然生态、生活安全”等四大主题课程,以“人与自然的和谐”“科技与职业体验”等生活化、社会化、综合化的内容培养“真善美的活人”。同时,在“社会即学校”的启发下,学校与博物馆等20余家场馆深度合作,调动家长及社会中“双师”资源,让孩子真正“读懂生活”。

上海市行知中学校长杨卫红研究陶行知教育精神30余年,她提及,先生的劳动教育思想对当下学校教育仍有参考。比如,坚持“手脑相长”,重视劳动教育的价值,积极进行创造性劳动。为更好开展“手脑相长的实践创造性劳动”,行知中学与复旦大学、上海交通大学、同济大学等院校合作建立了12个陶行知“生活教育”实践基地。

近年来,宝山区持续探索、积极践行陶行知先生“解放儿童的头脑、双手、眼睛、嘴、空间和和实践”等“六大解放”的呼吁,打造“五育并举、融合建设”的区域共享精品课程群。成立了67个劳动教育实践基地、12个劳动教育校外实践基地,建立了上海首家“行知创”青少年创新人才协同培养基地。

中小学教师资格考试10月30日举行

本报讯(记者张鹏)2021年下半年中小学教师资格考试(上海考区)将于10月30日举行。昨天,上海市教育考试院发布考试防疫工作方案,建议考生考前14天若非必要不要离沪。考生入场必须持当日更新的本人“随申码”绿码和“行程码”,并接受身体健康检测。“行程码”显示14天内有外省市活动轨迹的,须提供48小时内新冠肺炎核酸检测阴性报告(电子版或纸质版均可)。不能提供核酸检测阴性报告者,不得入场。

依据上海市教育考试院要求,考生考前14天内有境外或非低风险地区活动轨迹的,或者为新冠肺炎确诊病例、无症状感染者、疑似患者、确诊病例密切接触者,或治愈未超过一个月的病例、不能排除感染可能的发热患者,不得参加本次考试,并按上海市疫情防控最新规定进行处理。

10月16日前,考生须下载并打印《2021年下半年中小学教师资格考试(笔试)上海考区考生健康安全承诺书》,做好备考期间个人防护和健康监测,按要求如实、完整填写《承诺书》相关信息和健康数据并签字确认,考生对《承诺书》真实性负责。

考生考前14天内如有发热、咳嗽、咽痛、呼吸困难、呕吐、腹泻等症状,应按规定及时就医。考前14天内出现体温≥37.3℃症状的考生,须持考前48小时内新冠肺炎核酸检测阴性报告作为考试当日入场凭证。

考试当日,考生必须在开考前60分钟到达考点,预留足够时间配合考点工作人员进行入场核验。在身份核验环节,考生须出示填写完整的《承诺书》、纸质版准考证和有效身份证件原件,证件不齐者不得进入考场。

考生须自备口罩,入场时,除核验身份环节外应全程佩戴口罩。考生进入考场就座后可自由选择是否佩戴口罩。工作人员须全程佩戴口罩。考生如中途离座去厕所,须佩戴口罩。备用隔离考场考生在考试过程中必须全程佩戴口罩。

对话安利:奋力领跑“个性化营养”新赛道

林涛

10月15日—17日,大健康产业的全国性盛会——第六届中国特殊食品大会在无锡举行。国内外行业专家和企业高管围绕“大健康”前沿问题各抒己见,畅所欲言。三天里,无论大会交流,还是圆桌论坛,抑或小型“对话”,高频热词都只有一个:“个性化营养”。

前国家食品药品监督管理局副局长、中国营养保健食品协会会长边振甲在主持“个性化营养产业发展论坛”时说:个性化营养基础研究和产业发展,体现了“健康中国”倡导的由“疾病治疗”转向“疾病预防”,由“传统营养”转向“精准营养”的发展理念,将促进和提升国民精准营养健康水平,带动我国营养保健食品行业和大健康行业的发展。安利(中国)总裁余放则在发言中表示,大健康 and 个性化营养产业,在中国及全球均属于新兴产业,发展前景广阔。作为全球营养保健食品行业龙头企业,安利将紧紧抓住健康中国建设的战略机遇,发挥全球研发、产品、品牌等服务优势,为个性化、一站式健康生活方式提供解决方案。

及早布局“个性化营养”基础研究

大健康产业在拉动内需、带动新兴行业发展、降低医疗成本、提升居民幸福感和生活质量等方面,促进了多赢,社会效益显著。但有一个“瓶颈”也显而易见:由于每一个个体的遗传基因、健康状况、代谢水平、地域环境、性别年龄、生活方式等存在差异,营养食品如何改变“千人一面”而实现“精准效果”,是行业赢得突破性发展必须跨越的鸿沟。

而在跨越“鸿沟”的竞技场,安利的一举一动带有风向标意义。

在10月16日的一场三四十人参与的“对话”中,问答双方围绕“个性化营养”的发展道路展开了热烈探讨。首先,营养保健食品发展至今所呈现的趋势,是人们普遍关心的。刚刚参加完圆桌论坛的余放总裁鲜明地表示,中国乃至全球市场对营养食品的需求已经到了“井喷式爆发”的阶段。有数据表明,中国人在营养保健食品方面的消费支出步入了高速发展期,未来需求会愈加旺盛。而消费端的结构也日趋多元,从过去以中老年为主发展到今天覆盖所有年龄段。不少年轻人,甚至90后、00后都在讲养生,这既反映了市场变化的趋势,也折射出多元化的需求。毫无疑问,市场消费端的迅速扩大以及随之而来的个性化、定制化需求,引发了行业新方向和新赛道。其间,安利不断探索和探索,从产品、品牌、渠道、营销等方面力求提供高质量的服务。



在土壤优质、环境优美的中国无锡

安利全球唯一的植物研发中心坐落

个性化营养食品有望成为“行业风口”。而安利在顺应和满足精准营养需求方面具体做了哪些探索?对此,安利亚洲科技创新中心副总裁陈佳娓娓道来:所谓个性化营养,或精准营养,概念均源自“精准医疗”。将“精准性”运用于营养学,成为近年全球研究热点。陈佳认为,中国在这方面的研究探索并不落后。她以创设在无锡的安利植物研发中心为例,介绍道,该中心致力于大健康产业的最前端,即基础研究,研究对象是植物。譬如植物与土壤的关系,怎样的土壤才能培育出最好的植物,植物基因与消费者健康的关系——在什么时候给什么人吃怎样的东西,等等。这一连串的铺排研究,涉及技术升级、检测提升等诸多复杂环节。简而言之,研究的升级,促进产品的升级,之后还有服务升级,通过公共宣传教育,让人们懂得根据自己的健康状况,选择个性化的对应产品。

据权威调查,中国成年居民超重及肥胖率超过50%,心血管病患者约3.3亿,青少年高血压患病率已达8.8%。而科学均衡的营养,积极必要的营养干预,是国际公认的减少肥胖、心血管疾病、糖尿病等慢性病和相关风险因素最为有效和节约的方法之一。然而,看似简单的“应该吃什么来保持健康”的问题,并不适合所有人。避免“一刀切”,依据人群的不同特征(性别、年龄、民族等)、特殊人群(孕妇、儿童和老人等)的遗传基因、代谢类型和饮食习惯,为其提供最优化的营养组合,才是促进预防和控制慢性疾病的“阳光大道”。

提速上市“个性化营养”产品和服务

由于及早布局了“个性化营养”研究,安利在产品供应和服务上“领先一步”。近几年,安利在相关的基础研究上取得的成果已经陆续实现技术转化。去年,安利在中国创立了亚洲保健食品研发中心,提速上市更多符合中国和亚洲消费者的产品;今年上线的“小安营养师微信小程序”,将个性化营养方案惠及更多的人群,他们针对青少年、孕产妇、上班族、中老年、慢性病等细分人群,聚焦不同人群最为普遍而突出的健康问题和需求,譬如免疫、肠道、骨骼、抗衰老、减重塑形等,为顾客定制具有针对性的

健康方案,包括个性化产品推荐、对应的运动方案、生活方式建议、推荐的社群活动等,服务显得立体而全面。

据余放介绍,其一是安利紧随“健康中国”这一国家发展战略“排兵布阵”;其二是安利追随崔莱87年来坚持的“深耕细作”。安利从最初的创业到今天,历经数十年的历史风云变化,但他们越来越坚定于一点——成为由创业者主导的、为消费者提供整体健康解决方案的大健康产业领导者;并且基于基因组学、大数据和人工智能算法,推动全线产品向个性化、智慧化、生活化“三化”全面升级。在如此漫长的征途里,安利从研发到生产,围绕大健康产业打造了一条“从种子到成品”的完整产业链。消费者的信赖也源于此:安利的产品从筛选种子、选择农场,到采收、萃取,再到生产、包装和运输,每一个环节都做到了“可追溯”。

目前,安利在全球27个国家和地区拥有有机认证农场,在100多个国家和地区进行销售。安利的核心优势,不仅仅是为消费者提供“可追溯”的优质产品,还包括多年来为广大营销人员开展产品及专业服务技能培训,使得数以万计的营养健康方面的专业人才得以施展才干和抱负。仅仅在今年,安利就联手中国营养学会,培养了上万名经过中国营养学会认证的“营养健康顾问”。他们打造的线上线下融合的健康生活社群,通过社交媒体分享个人兴趣、秀



安利(中国)总裁 余放



安利亚洲科技创新中心副总裁陈佳



前国家食品药品监督管理局副局长、中国营养保健食品协会会长边振甲

出健康生活,用陪伴式的方式,与消费者共同学习、互相监督、彼此鼓励,帮助消费者掌握科学的营养健康知识,把知识变成行动,把行动养成习惯,从而打造健康的生活方式。

与此同时,安利还连续十年和中国健康教育中心等权威机构合作,举办“营养中国”活动,做营养科普,促健康认知,累计覆盖人群过亿;今年,他们还将全国各地的实体店体验店挂牌为“健康促进科普基地”,使之成为向百姓开展健康公益传播活动的场所。