

# 从试点到全面建制 长护险激活千亿银发市场

《关于加快建立长期护理保险制度的意见》(以下简称《意见》)近日正式发布,被誉为社保“第六险”的长护险(即长期护理保险)结束了10年试点,正式迈入全面建制的新阶段。这一制度变革不仅为失能家庭撑起一片晴空,更是被业内视为撬动银发经济的关键杠杆。

随着我国人口老龄化进程持续加快,失能失智老年人口规模也在不断扩大。国家医保局数据显示,截至2025年末,我国60岁及以上人口已达3.23亿,占总人口的比例为23%;其中失能失智老人约4500万。北京大学的一项人口学研究显示,到2030年,我国失能老人规模将超过7700万,失能老人将经历7.44年的失能期。

花样智慧养老集团董事长陈泽岑表示,《意见》的发布,在中国应对人口老龄化进程中具有“里程碑”意义。“第六险”的正式落地,意味着失能老人的照护问题从过去的家庭责任、民政兜底,正式上升为国家层面的社会保障制度。

“《意见》解决了银发经济

中最大的痛点——支付意愿与支付能力。”陈泽岑说,过去养老服务难以规模化,核心原因是C端用户付费意愿低、B端盈利难。长护险作为“第六险”,通过国家信用背书和资金池,极大地释放了失能家庭的刚性支付能力,长护险将真正激活养老护理产业的商业化闭环。

然而,在制度红利释放的同时,供给端的短板也日益凸显。陈泽岑认为,基础养老服务的覆盖面正在快速扩大。经过前几批试点,我国在护理床位、基础生活照料等方面的供给量有了显著提升,初步解决了“有没有”的问题。但总体来看,仍存在供给“结构性错配”。

陈泽岑指出,当前市场供给呈现出“两头薄弱”的结构性失衡。一方面,针对中重度失能老人的专业医疗级护理资源依然紧缺;另一方面,面向轻度失能、高龄独居老人的预防性干预与康复性服务供给明显不足。大量资源过度集中于中间环节,导致长护险支付端与服务供给端尚未形成精准匹

配的有效闭环。

与此同时,陈泽岑指出,专业照护人才正面临“量质齐缺”的结构性困境。护理员社会地位低、职业认同感弱、晋升路径不清晰,导致人员流失率极高。许多机构陷入“招不到、留不住、专业度不足”的恶性循环。

“这也恰好为市场化力量提供了广阔的舞台。”陈泽岑表示,长护险定位于“保基本”,但“基本”是基石,“增值”才是方向。

对于长护险带来的市场机遇,国家医保局副局长王文君近日也表示,对产业来讲,长期护理保险意味着“拉动”。可以说,这项制度的建立催生了新业态和新模式,比如辅助器具的研发生产和租赁、失能等级评估,还有社会力量参与经办等,这些都可以形成新的经济增长点。据初步统计,自2016年试点以来,长期护理保险共拉动社会资本投入相关产业超600亿元。

国家医保局数据显示,试点期间,长护基金累计购买了超过千亿元的护理服务,定点

服务机构达到1.2万家,是试点初期的10倍。预计制度全面推开后,每年都有千亿元级别的资金进入市场,这将有效降低长护市场经营的不确定性,增强经营主体持续投入资本的信心。

对社会资本来说,真正的商机或不在于上述资金如何分配,而是当最基础的护理被保险兜底后,那些超出“基本款”的需求将释放出多大空间。

中国医疗保险研究会公立医院医保管理专委会常委梁嘉琳预计,长护险扩围后,将释放3倍以上的服务覆盖面。与此同时,在基础生活照料、一般性医疗护理之外,若能提供更多改善型需求。例如,针对丧失社会尊严的造口患者提供家庭心理治疗;为阿尔兹海默病患者提供延缓认知衰退的康复训练;针对烧伤康复期患者提供防感染与居家美容护理;为卧床患者安装动态体征监测设备(如血氧监测)并实时联通家人或医疗机构;此外,稀缺性资源也是服务方向。例如,

为病情突变的患者开通国家医学中心等顶级医院的转诊“绿色通道”。

陈泽岑也认为,从市场需求来看,随着“60后”进入视野,他们普遍具有更高的消费能力、更开放的消费观念以及更强的品质意识。他们不满足于“有人管”,更追求“管得好”“有尊严”“个性化”。因此,高端照护和个性化服务并非“小众需求”,而是“刚性需求的升级版”。

“在欧洲国家或我国香港地区,这些人口深度老龄化的地方,已延伸出一条长护险产业链。”梁嘉琳表示,基本长护险叠加商业长护险,对于机器人照护(如助浴、喂食、陪伴、辅助锻炼)、数字疗法(如精神心理、认知障碍、骨骼与肌肉疾病的预防、治疗、康复)、大数据服务(如定点机构管理、基金全信息化监管)等创新产业,以及养老服务、康复辅具、长期照护师培训等成熟产业,预计将带来千亿级的市场空间。

(据《经济参考报》记者/梁倩)

## 马力全开! 春日消费“花开”多地



在云南省昆明市大观寨新农贸市集,摊主向游客展示新上市的春花。

荆昭延 / 摄



3月21日,游客在南京中山植物园赏花拍照。

苏阳 / 摄

春光作序,万物向新。农历马年,春日消费“花开”多地,沉浸式体验、传统文化融入春景……这股涌动的“春潮”,既是消费需求升级的多彩答卷,更是中国经济蓬勃活力的生动注脚。

微风轻拂,花枝摇曳,北京市玉渊潭公园樱花竞相盛开。樱花冰淇淋、樱景冰箱贴……樱花主题商品上新。“00后”游客陈梦瑶购买了一款樱花DIY亚克力“摇摇乐”,自己挑选配件完成拼装。

“今年推出了消费者可动手参与制作的产品,感受亲自拼装文创的乐趣。”北京市玉渊潭公园文创经营中心主任郭欣说。

3月22日,以“群樱荟萃”为主题的2026年武汉马拉松鸣枪开跑,赛道串联了27处樱花打卡点,带来“边赏樱花边跑马”的独特体验。来自北方的一位跑者冲过最后760米“樱花跑道”抵达终点后,十分激动。对他来说,在奔跑中饱览黄鹤楼美景,品尝美食,是一次沉浸式的城市微度假。

春天的第一口鲜,源于菜市场。走进云南省昆明市大观寨新农贸市集,吆喝声、交谈声此起彼伏。市场与云南农

业大学联建的研学服务站为市民、游客开设了讲解服务,让人们不但能买菜,更能吃春、赏春。

“春天头一茬的金雀花、桑葚花、玉荷花,冲着口感清甜,来买的人很多,供不应求。”春菜摊主肖天华告诉记者,“春吃花”是云南人最基本的“咬春”仪式。

云南农业大学旅游管理系主任杨春和说:“越来越多游客放慢脚步,从‘打卡’转变为‘沉浸’,深度体验‘舌尖上的春天’。”

民俗入花海,非遗进春光,传统韵味点亮春日消费。

传统拦路对歌喜迎八方来客、身着华丽畲族服饰巡游……在浙江温州文成县周山畲族乡,七彩油菜花梯田迎来最佳观赏期,当地以“七彩油菜花+畲乡风情”为特色,通过“花海+共富市集+民俗活动+长生宴”等组合模式延长消费链,打造多元新场景。

在江西婺源,13万亩油菜花次第绽放。金黄花海间,粉墙黛瓦的徽派古村错落有致,万亩梯田层叠起伏,油菜花与青山碧水相映成趣。广东游客黄婧身着传统服饰,置身花海中:“不是单纯看风景,更是

感受到了江南乡村的烟火气。”

婺源篁岭文旅股份有限公司营销总监谢巧娟介绍:“今年景区打造了花海秋千和近30个NPC互动项目,汉服旅拍还能提供三代同堂的‘全家桶’新服务。”

依托花海资源,篁岭将徽派文化、民俗非遗融入赏花体验,油墩子、打麻糍等互动项目让游客沉浸式感受乡土风情。

不论是乡土文化还是传统文化,当它们与春日盛景相融,便不再是陈列的展品,而成为可触摸、可参与、可回味的生活。

专列赴花海,好戏连登台,让消费从“一季热”到“四季旺”。

进入3月,福建武夷山燕子窠生态茶园热闹非凡。不少农户告诉记者,乘坐“赏花专列”前来赏花的游客络绎不绝,附近的农庄、茶庄、农家乐饭馆生意都特别好。

今年2月以来,中国铁路南昌局集团有限公司累计增开南昌、福州、厦门等主要城市前往武夷山、婺源等方向的“赏花专列”22列。武夷山市文旅部门相关负责人谢映华介绍,通过高铁串联,单一的赏花

游正在向“赏花+茶旅”“赏花+康养”“赏花+研学”延伸,推动地方文旅实现“一季花开、四季受益”。

渤海之滨,夜幕低垂,天津中国大戏院,好戏登场。鼓点声起,大戏院二楼阳台,京剧演员一身“虞姬”装扮惊艳亮相,婉转清越的唱腔引得路人驻足欣赏。“天气暖和了,出来逛街,没想到竟然邂逅了一场京剧表演,感觉很新鲜!”定居中国的美国人赵鑫赞叹不已。

“天津这座城市就像一个‘无处不沉浸’的大剧场,一年四季好戏连台。”虞姬扮演者、天津中国大戏院京剧演员吴靖童深有感触。

这个春天,天津打造100项精品活动。春日过后,这里还将推出“夏日清新 独爱天津”“秋意盎然 津彩斑斓”“冬日暖阳 津味绵长”的四季文旅活动。

“春日流量”看似和季节相关,实则背后是农文旅体商的跨界融合,满足人民群众多样化、高品质生活需求。”南开大学旅游与服务学院院长徐虹说,春光短暂,只有将“流量”转化为“留量”,才能为“四季经济”积蓄动能。(据新华社)