

预计到本世纪中叶中国老年人口总量还将翻一番

中日养老互学互鉴开新篇

■ 本报记者 范丽敏

在10月23日举办的首届中日养老服务合作论坛上,华润集团与日立(中国)有限公司签订合作协议,将在智慧养老平台的开发、养老服务设施运营管理、养老人才培养交流等方面开展合作。

事实上,日立早已布局中国养老市场,希望打造“互联网+社区居家养老”新模式。

“‘健康中国2030’是公司的重点事业,公司十分看好中国养老市场的发展前景。”日立解决方案(中国)有限公司董事、总经理张若皓表示。

此外,日本制纸阿珂亚株式会社、日本医学馆株式会社和日本医疗健康产业株式会社等分别与中企签约,希望从日益发展壮大的中国养老产业市场中分得一杯羹。

“中国是全球老年人口最多的国家,蕴含着世界上最大规模的养老服务市场。”民政部社会福利和慈善事业促进司副司长黄胜伟在论坛上表示,随着我国养老服务业扶持政策的不断完善和政策效应的不断释放,养老服务业在中国将成为最具发展潜力的朝阳产业。

国家发改委社会司司长欧晓理列举了这样一组数据,中国与世界在2000年同步进入老龄化社会,2017年中国60岁以上老年人口已超过2.4亿,占总人口比例达到17.3%,其中65周岁及以上老年人口1.58亿,占总人口的11.4%。中国人口老龄化总量大、发展速度快,预计到本世纪中叶老年人口总量还将翻一番。

“近年来,我国养老服务投入大规模增长。”黄胜伟介绍说,“十二五”以来,各级财政对养老服务和老年人福利直接投入达840多亿元,其中中央财政投入近300亿元。2015年以来,国家发改委累计发行

养老产业专项债券27支,总金额280余亿元。

此外,我国养老服务主体更加多元,养老服务质量明显提升。然而,“我国养老服务政策体系仍处于建立和完善的关键阶段,还存在顶层设计不完善、政策体系不健全、政策力度不太足、政策落实不到位等问题。”黄胜伟坦言,需要根据新时代新形势新要求,以实现人人老有所养为目标,以经济困难、高龄、失能、失独等特殊困难老年人为重点,以建立健全基本养老服务制度为关键,进一步完善养老服务政策体系。

黄胜伟表示,下一步,我们将逐步完善养老服务支付保障政策、供给政策、评估政策,加快形成以社区力量为主体,市场配置资源为关键,居家为基础、社区为依托、机构为补充、医养结合更加成熟完善的养老服务体系。

“人口老龄化是包括中日两国在内的全球各个国家共同面临的机遇与挑战,对经济、社会、文化等多方面都具有深刻而长远的影响。”欧晓理说,中国经济正稳步进入高质量发展的轨道,市场潜力巨大。而日本比中国更早进入老龄化社会,在应对人口老龄化和发展养老服务业方面积累了大量有益经验。两国文化和历史的渊源,决定了双方可以在发展养老服务业方面取长补短,互学互鉴;未来合作一定前景广阔,大有可为,这也是两国乃至世界各国积极应对人口老龄化的客观需要。

日本杏林大学教授刘迪表示,中日领导人5月举行双边会谈,确认两国将在包括养老服务业在内的环保、科技等方面重点合作,这必将带动双方产业发展,把两国经济关系推向新的广度与深度。

“未来,我们将主要从以下三个

方面推进养老服务业高质量发展。”欧晓理表示,一是加强政策落实力度。推动各地将投融资、土地、税费、人才支持等优惠政策落到实处,加强政策落实督促检查和跟踪分析力度,为社会力量参与养老服务业降成本、增便利。

二是推动改革创新。加快养老行业信用体系建设,深入开展养老服务综合改革、公办养老机构改革等试点工作,及时总结各地典型经验和有益做法,推动形成示范效应。

三是加大多元投入力度。国家发改委将继续推进实施“十三五”社会服务兜底工程,安排中央预算内投资支持养老服务设施建设,提高兜底保障能力,并支持社会资本通过公建民营、发行养老产业专项债券等方式积极参与,持续扩大有效供给,满足多层次、多样化的养老服务需求。



图为家用电器参展商为采购商介绍产品性能。近日,第124届中国进出口商品交易会(广交会)在广州开幕,吸引了来自210多个国家和地区的近20万名采购商到会。本届展会参展品牌、展品更贴近消费者的生活痛点,以创新产品聚焦消费升级下用户对高端化、个性化、专业化产品的需求。

中新社记者 陈骥骅 摄

吉布提“丝路驿站”:一带一路在非建设支点

吉布提共和国位于非洲东北部亚丁湾西岸,自然环境恶劣,资源贫乏,工农业基础薄弱。但吉布提濒临红海,与阿拉伯半岛隔海相望,是印度洋通往地中海的必经之路。自2012年起,招商局集团开始探索在吉布提复制深圳蛇口经验,投资建设以“前港—中区—后城”为核心内容的“丝路驿站”,以综合开发模式打造“一带一路”在非洲的建设支点。

招商局集团驻吉布提副首席代表黄明元告诉记者,吉布提连接亚非欧三大洲,具有重要的战略地位。同时,吉布提也是“21世纪海上丝绸之路”的重要节点。从海向看,吉布提是国际贸易的海上咽喉,经由此地的航运量占到全球总量的三分之一,船舶年通过量接近2万艘次;从陆向看,吉布提是埃塞俄比

亚等东非国家的出海口,埃塞俄比亚正处于工业化快速发展时期,是承接新一轮产业转移最有潜力的目的地之一。

黄明元说,非洲人口年轻化、劳动力成本低,加上低廉的原材料、能源成本,以及欧盟和美国等给予非洲国家的关税优惠,使得非洲具备承接产业转移的潜力。非洲所欠缺的恰恰是配套基础设施和园区,自贸区正好弥补了这一劣势。

据介绍,吉布提自贸区的产业分布主要有四个方向:一是依托港口,面向埃塞俄比亚的物流集散业务;二是将吉布提建设成一个面向非洲市场的商品集散中心;三是简单的出口加工,主要是一些产业链比较短、附加值比较低的产业;四是商务配套服务,包括办公、酒店、住宅等。

黄明元介绍,招商局在吉布提投资建设的多哈雷多功能码头为吉布提带来了先进的港口设备和管理经验,极大地提升了船舶作业效率,减少了在泊作业时间。自贸区采用国际标准,极大提升了通关一体化、贸易便利化水平。同时,自贸区还将为中国的产品、服务走出去搭建平台,通过开展保税仓储物流、区域商品集散中心等业务,吉布提将成为非洲的贸易聚集地和重要的物流节点。黄明元说,未来自贸区将与港口和亚吉铁路配合,实现基础设施互联互通,为东非乃至中非的纵深发展提供动力。

此外,自贸区中的出口加工区将利用吉布提综合优势,顺应国际产能转移趋势,承接相对简单的劳动密集型产业,促进吉布提实现工业化。其产品面向非洲、欧美消费

市场和中东阿拉伯世界,实现产品再出口。

吉布提国际自由贸易区的产业布局不仅积极响应“一带一路”倡议,还综合考虑了吉布提的地缘优势和吉布提政府的“2035愿景”。“我们的目标是努力把吉布提自贸区打造成具有国际竞争力的综合服务平台,为践行‘一带一路’倡议和中非产能合作打造高质量平台,也为吉布提成为区域航运中心和商业中心的目标作出贡献。”黄明元说。

在吉布提项目推进过程中,也面临不少困难。黄明元说,中吉双方都有各自的理念和习惯,如果不能作出适应和改变,项目就无法推进。双方通过不断努力和磨合达成共识,在尊重吉布提当地生活工作节奏的同时,加快项目推进,“建设

吉布提新港我们用了24个月,建设吉布提自贸区用了8个月,创造了非洲的‘深圳速度’”。

随着经济合作规模不断扩大,中非经济合作模式产生了深刻变化,由以贸易和承包工程为主逐渐向产能、投资、技术、金融、服务等领域持续扩展,其中产能合作成为中非经济合作趋势性和战略性的重点领域。中国的角色也从简单的建设者转变为投资者和运营者。“角色的转变给大部分习惯承包工程的企业带来了一定的考验和挑战。这就要求我们企业要摒弃短视思维,立足长远发展。‘一带一路’倡议鼓励中非开展产能合作,这就要求我们企业要立足长远,与非洲各国结成命运共同体,实现互利共赢。”黄明元说。

(周明阳)

◆ 企业动态

中企首获欧盟出资项目

美媒称,中国路桥工程股份有限公司成为承建克罗地亚亚桥梁项目的最新一家公司。对许多克罗地亚人来说,期待已久的桥梁工程现在有望完成,这个可能性本身就是值得庆祝的理由。

由于历史和巴尔干战争的偶然原因,克罗地亚的一个角落同该国其他部分之间,被属于邻国波斯尼亚一段12英里宽的地带分隔开来。克罗地亚长久以来一直想用一座大桥把这条被隔开的沿海区域与本国其他地方连接起来。

几十年来,在战争、腐败、政治纷争和全球金融动荡的困扰下,建桥工作一直止于几个废弃的混凝土桥墩和两个俯瞰亚得里亚海的青铜天使雕塑。

直到今年夏天中国人的到来。中国国有建筑公司——中国路桥工程股份有限公司成了承接建桥项目的最新一家公司。

这座大桥将横跨的水域位于被隔开地区的一个半岛与科玛纳村和克罗地亚其他地区之间。这是中国企业首次赢得一个主要由欧盟出资支持的项目。

中国移动香港扩大5G基站商用外场测试

港媒称,中国移动香港行政总裁李帆风出席活动后表示,本月初于科学园进行28吉赫5G基站商用外场测试后,正计划在市区如旺角或铜锣湾作相同测试,有待政府批准。

李帆风称,11月将与科学园合作,测试无人驾驶,由中国移动香港提供网络支持。他认为,政府早前于《施政报告》提出的将电讯商供应1000个政府物业地点作基站建设是可行的,这是因为5G需要建设大量基站,而基站点地商讨时间长,但仍待政府公布详情。

记者从中国移动获悉,中国移动历来高度重视5G建设,2018年将在国内17个城市开展5G试验,共建设约1000个试验基站。在5G应用方面,中国移动在全国范围内建设了14个5G开放实验室,并在上海、雄安等地建立产业研究院,联合合作伙伴,在包括人工智能、智慧城市等领域进行5G应用试验。

(本报综合报道)

企业如何用好新媒体?

■ 本报记者 钱颜

消费者变化、供给者变化等。

“如今,互联网用户对企业产品提出了六个方面的要求,一是内容追求极致精致。庞杂信息堵塞信息渠道,令人们应接不暇,因此消费者愿意付费选取更精品的内容阅读;二是产品需要将碎片化二次打碎。过载的信息不断打碎人们的时间,令人们注意力分散、破碎,因此产品内容服务需要不断迎合这个变化;三是精准化匹配用户,内容应按照用户兴趣进行定制化生成,引发共情,并提供给更多感兴趣的人。四是创造多元表现形式。利用公众号图文、直播、短视频、AR、VR等不断更新的形式,令产品内容形式更加多元化。五是充分利用好自媒体,在人人皆媒体的时代,公众号、直播、短视频、音频等自媒体兴起,普通人也逐渐成为内容生产者,企业既要利用好自媒体资源,也要提高自身内容质量。六是产品应细分内容、领域、

形式、人群,通过多维细分方式将庞大的信息量和用户细致的选择标准进行匹配,实现内容消费升级。”丛晓洁表示。

从了解新闻到娱乐需求,再到思考价值和自我成长,用户的需求呈螺旋状上升,企业要从社交需求、产品消费、内容消费、精神消费、知识消费、生活品质消费等多方面把握用户需求。“用户的消费需求在哪里,企业的升级目标就在哪里。”丛晓洁告诉参会企业,使用公司产品的全部用户分为非纯娱乐、敢于消费、随手留痕、难以取悦等多种类型,其中只有20%是价值用户,企业应根据行为价值、经济价值、内容价值对价值用户进行判断,再针对价值用户优化自身内容。

未来,内容发展的泛娱乐之势将持续扩张,生产者话语权和商业价值进一步集中,创作行业愈加专业化、工业化等趋势,消费者将会追求愈加丰富的体验形式,丛晓洁建

议企业在垂直细分领域方面多下功夫,把握机遇。

除了充分利用新媒体形式外,如今的企业线下活动,也与新媒体分不开。丛晓洁以云音乐“看见音乐的力量”活动为例强调,做好线下活动,就要用做产品思路讲故事。该活动将来源于用户,最能产生共

鸣的乐评为文案,投放在地铁内,并利用微信公众号、云音乐APP、视频总结、用户访谈、全媒体报道等新媒体方式进行配合宣传,取得了极佳的宣传效果。这一线下活动背后,包含着优秀的创意、情感的调动、对用户的洞察、活动场景考量等诸多要素,缺一不可。

