

进入中度老龄化社会
如何实现「老有所养」?

主持人

锦观智库

对话嘉宾

郝勇:上海师范大学社会保障与社会政策研究中心教授,成都市民政局养老服务智库专家
李长根:成都市民政局社会福利服务中心负责人
熊相宜:成都博恩养老总经理

锦观智库:人口老龄化既是一个全球性议题,也有各地自身特色。从“养老”到“享老”,不同地区的养老服务事业如何因地制宜地开展各具特色的探索实践?

养老服务是劳动密集型行业
如何培养和留住行业人才是巨大挑战

郝勇:养老,是等着人来服务,有点被动;享老,则积极得多,更加主动。有一个现象很有代表性,就是家里的保姆越能干,老人失智失能的速度就越快。所以,如何引导老人动起来,是不容忽视的一个细节。社区是社会治理的基本单元,也是养老服务体系建设的重要依托。社区治理在养老服务供给中能够起到很大作用,是我国养老服务探索中的一大特色。

首先,社区要把完善技术设施建设作为养老服务的突破口。如果一个社区连基本的公共设施都不完善,路面不平、路灯不亮、购物不便,就不可能建设出完备的社区养老设施。其次,社区可提供起居照料、上门看病送药等基础性养老服务,有效改善老年人的心理,通过组织文体活动,为老年人创造更多交流互动的机会,满足他们的精神需求,让身心都能动起来。

锦观智库:养老兼具社会性、福利性与经济性。养老产业和养老事业双轮驱动,政府、社会和家庭如何协调发力?养老产业和其他产业如何融合?

社会性、福利性、经济性……
养老事业和银发经济如何协同与融合?

郝勇:有人认为是产业和事业是泾渭分明的,但养老其实是产业和事业的结合体,二者是互相交叉的。我们常说政府兜底,一方面,政府必须要确保老年人的基本福利待遇和保障;另一方面,政府部门更多去关注那些经济困难、身体困难的老年人群体,让资源更多向困难群体倾斜。对于经济条件相对较好的家庭或老人,应该更多地借助市场力量,提供更有针对性、差异化的服务。老龄化不一定意味着负担和包袱,满足并创造养老需求,形成供需对接、供需互促的良性循环,让老年人拥有健康的身心,老有所得、老有所养、老有所乐甚至老有所用,应当是我们社会努力的方向。

李长根:随着年轻一代逐渐加入老年群体,居家为主的养老模式可能会发生改

变。尤其是随着家庭结构的变化和人口老龄化的加剧,传统的居家养老模式正逐渐向社会化养老转变,社区养老、机构养老等模式将越来越得到认可。社区养老、机构养老作为社会化养老的重要组成部分,与家政服务的结合就顺理成章地成为一种新趋势。《“十四五”民政事业发展规划》中明确提出,发展银发经济,实施“养老服务+行业”行动,促进家政行业与养老服务融合发展。除了与家政行业的融合,我们还可以进一步优化居家、社区、机构养老服务供给,发展“行业+”养老新业态,推动养老服务与物业、医疗、文化、旅游、体育、教育等行业融合发展。

熊相宜:银发经济涉及面广、产业链长、业态多元,既包括老年鞋帽、老年助

餐、居家助老、社区便民、老年健康、老年文体等项目,也涵盖老年用品、智慧健康养老、康复辅助器具、养老旅游等行业。这些产品和服务的每一个板块都是一个单独的商业模型,只有每一个商业模型都能够实现盈利,我们才能说这个产业发展成熟了。目前,除了部分养老产业能够盈利,其他更多的还处于一个亏损或半亏损状态。银发经济整体上处于一个尝试期或探索阶段,蕴藏着巨大的机会。养老产业兼具福利性和盈利性特性,决定了推动银发经济扩容提质是有效市场和有为政府共同作用的结果。市场可以办到的就交给市场,紧扣老年人多元化、差异化、个性化、品质化的消费需求,企业主体可以继续完善并创新养老产品与服务,推动实现更高层次的动态平衡。政府要发挥的作用,主要是在发展方向上,推动养老事业和产业互促互进。比如,在政策引导上,强化要素保障,助力消费环境优化;在资金统筹、项目建设等监管上,要营造平等参与、公平竞争的市场环境,推动实现规范健康发展。

成都日报锦观新闻记者 陈仕印

专刊

宝马集团高翔:
坚持驾驶乐趣,秉承初心穿越周期

宝马集团大中国区总裁兼首席执行官高翔

“宝马在成都车展上,重点讲了两个故事:有着52年历史的BMW M和历经25年更迭向前的BMW X家族。”——宝马集团大中国区总裁兼首席执行官高翔在成都车展期间接受媒体采访时如是说。

本次成都车展上,宝马带来了前所未有的强大阵容:13款新车,刷新成都车展参展的宝马新车规模之最。BMW M和BMW X这两个故事,阐述的是宝马贯穿始终的两大精神:驾趣与创新。市场变化、新车更迭,宝马始终是宝马的原因,归结于此。

宝马的初心 在M5上展现得淋漓尽致

“M代表着宝马的初心,也代表着宝马品牌的精髓——纯粹驾驶乐趣。”高翔表示,“一直以来,纯粹驾驶乐趣和宝马的品牌精神同样重要。我们相信,无论何时大家仍然会追求纯粹驾驶乐趣。而BMW M系车型,彰显的正是宝马品牌的精髓。”

成都车展上首次亮相中国的BMW M5所带来的,不仅是BMW M创新技术灯塔的全新迭代,更是一次品牌精髓的具象化表达。作为高性能行政豪华轿车的创新先锋,BMW M5诞生已近40年,历经七代演进,每一代BMW M5车型,都成为了细分市场的先驱。

于成都车展上首次亮相的第七代BMW M5亦是如此。新车首次搭载源自勒芒24小时耐力赛BMW M Hybrid V8赛车的高性能混动技术,成为BMW M首款高性能混合动力轿车。车辆首次搭载的M混合动力驱动系统由4.4升M专属高性能V8双涡轮增压发动机和高性能电机组成,进一步提升内燃机效率,更在低转速时给予更多扭矩输出,最大输出功率达到535千瓦,峰值扭矩达1000牛·米,零到百公里加速仅需3.5秒,在80-120公里/小时的中段加速性能比上一代最强版本M5 CS甚至

还快了0.1秒。自适应M运动悬架、整体主动转向系统、M xDrive智能全轮驱动系统、M运动型差速器、M专属制动系统等配置的加成,让BMW M5能够为驾驶者提供全方位的驾驶乐趣。

同时,BMW M5提供ELECTRIC(电动)、eCONTROL、HYBRID(混动)以及Dynamic和Dynamic PLUS多种模式,可油、可电、可混动,满足不同人群不同场景的使用需求。

不只是全新M5。“马力易得,驾趣难寻”,BMW M代表着BMW极致的性能和纯粹驾驶乐趣,凝聚了BMW品牌的创新科技和品牌魅力。2024年是宝马的“M之年”。BMW推出强大的M产品攻势,包括全新BMW M5、全新BMW M2双门轿跑车、全新BMW M3、全新BMW X1 M35Li和BMW M240i双门轿跑车等,满足中国消费者的多样化需求。

高翔说:“未来的一段时间里,我们会重点讲高性能、纯粹驾驶乐趣的故事,来体现宝马的历史传承,以及如何将纯粹驾驶乐趣带入未来。”他透露,今年11月,宝马将在成都举办BMW M热血嘉年华,为每一位热爱驾驶、享受驾驶乐趣的人,讲好M这个故事。



X3的首秀 特意选在了成都

在成都车展亮相的全新BMW X3长轴距版,原本计划在广州车展首秀——因为新车要在明年年初才正式上市。但宝马特意将其全球首发定在今年的成都车展上。对这款车,宝马寄予厚望,正如高翔所说:“这款车是专为中国市场量身打造的,我们对它充满信心。”高翔同时认为,成都以及西区市场对宝马而言具有战略性的地位,SUV车型也深受西区客户的青睐。最新数据显示:2023年,成都的汽车保有量已经超过700万辆,位居全国第一。他说:“成都对于我们来讲是非常重要的、关键的城市之一,是很重要的汽车市场。成都这座城市所具备的松弛感也让它充满魅力。”

全新BMW X3长轴距版的打造,也是本着一种“让人感到舒适和愉悦”的精神进行的。新车首次加长轴距——在标准轴距版基础上增加了



110mm,达到2975mm——与BMW X5标准轴距版一致。同时长度达到4865mm,宽度达1920mm,车身尺寸的增加,带来的自然是更加舒适自在的乘坐体验。

在设计上,全新BMW X3长轴距版同样讲求“人文为本”,结合精妙极简、灵感科技的设计语言,强调功能大于形式,通过精妙极致的极简设计,提供一种放松、安逸的状态。

稳扎稳打 稳步推进电动化、智能化进程

2024成都车展上,宝马集团携BMW与MINI两大品牌共计带来了13款新车,刷新成都车展参展的宝马新车规模之最,是宝马参加成都车展以来最强大的一次产品阵容。而宝马在新能源车赛道上的推进节奏,也是不少人关注的重点之一。

“目前我们正处于宝马集团电动化发展的第二阶段,而下一阶段将是迎接BMW新世代车型的投产和上市。”据高翔介绍,2023年,宝马纯电动车在中国市场销量接近10万辆。今年前7个月,宝马纯电动车销量同比增长20%。他透露,宝马新世代车型将于明年开始在全球投产,2026年将在沈阳实现国产。新世代车型问世后的24个月内,宝马将推出至少6款新

世车型,其中包括一款轿车和一款SUV。“2026年BMW新世代车型在中国投产之后,我们在纯电车型方面的竞争力会迈上一个新台阶。”

在人工智能、数字化等方面,高翔认为,中国消费者对于数字化、智能化的要求比全球其他市场要高很多,接受速度也更快。同时他表示,宝马在中国的客户平均年龄比其他市场要年轻10-20岁,是“数字原住民”,因此对数字化的要求也更高。在这一点上,宝马走的是稳扎稳打的路线:“我们不拿消费者做技术测试,不会把看上去非常前沿但未经验证的技术应用到我们的车型上。可能大家会说有的厂商动作很快,但宝马坚持的是为客户提供成熟、安全的技术,让他们放心使用。”高翔说。

耕耘中国市场30年 宝马每一步都很扎实

2024年是宝马进入中国的第30个年头,高翔认为,过去30年中国的高速发展堪称是一个经济奇迹,“我们也非常幸运能够参与其中”。他说:“过去30年间,宝马在中国市场快速发展,与中国经济、社会共同成长,宝马是中国经济飞速发展的受益者。”

同时,宝马也一直在不断地提升本土研发实力。高翔举例说,最新一代BMW操作系统中,70%的功能都是由本地数字化团队打造的。早在2021年,宝马集团与诚迈科技共同成立了一家合资企业——宝马诚迈,专门从事软件开发工作,今年宝马诚迈的软件工程师将达到600多名。高翔表示,“宝马通过与优秀的中国科技企业合

作,不断扩大科技‘朋友圈’。在未来,我们也将把前沿科技,比如大语言模型应用到未来车型中。”

不可否认,在新的市场环境下,宝马也面临着新的挑战,高翔用“长期主义”表达了宝马对市场的认知和应变方式。他说:“作为一家企业,需要不断平衡市场份额、盈利水平、经销商盈利能力和消费者需求。我们希望尽可能保持住自己的节奏,在销售节奏和销售质量方面能够达成一个很好的平衡。”在终端市场,宝马仍旧授权经销商根据市场情况自主决定销售时的终端零售价格,厂家无权干预。高翔表示,今年下半年,宝马还将“给予经销商更大的灵活性”。

作,不断扩大科技‘朋友圈’。在未来,我们也将把前沿科技,比如大语言模型应用到未来车型中。”

不可否认,在新的市场环境下,宝马也面临着新的挑战,高翔用“长期主义”表达了宝马对市场的认知和应变方式。他说:“作为一家企业,需要不断平衡市场份额、盈利水平、经销商盈利能力和消费者需求。我们希望尽可能保持住自己的节奏,在销售节奏和销售质量方面能够达成一个很好的平衡。”在终端市场,宝马仍旧授权经销商根据市场情况自主决定销售时的终端零售价格,厂家无权干预。高翔表示,今年下半年,宝马还将“给予经销商更大的灵活性”。