

“抢老人”，该怎么抢？

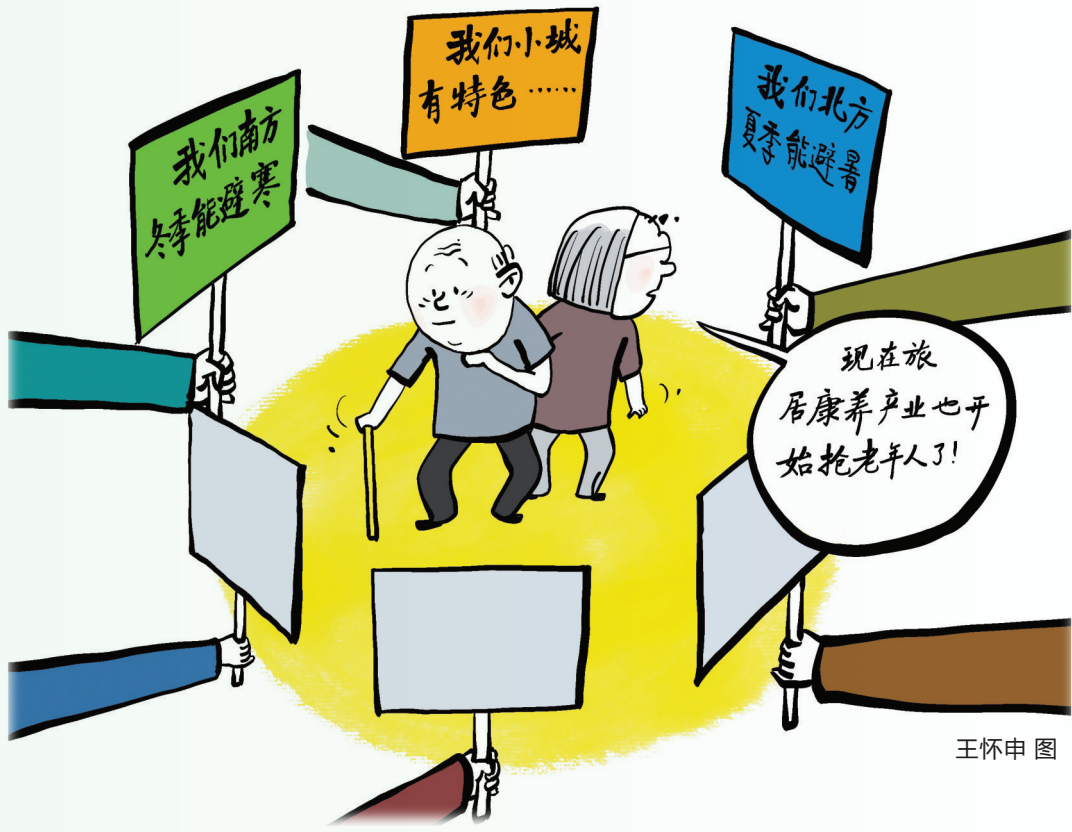
文明棱镜

看见问题的每一面

编者按

据“中国新闻周刊”微信公众号7月25日报道，最近，有着人口净流出压力的吉林，计划拿出3亿元发展旅居康养产业的消息，引起了不少关注。不仅吉林，海南、云南、广西、贵州等省份，以及四川攀枝花、河南开封、贵州黔西南、广东恩平等地，纷纷出台政策，发力旅居康养产业。“老人”成了各地的“香饽饽”，争抢的招数各异，北方瞄准夏季避暑康养，南方主打冬季避寒养老，大城市定标准、建制度，中小城市拼特色、比服务。一场“抢老人”大战已徐徐拉开大幕。

所谓“抢老人”，到底抢的是什么？扎堆入局的旅居康养赛道，究竟是适配地方发展的优质新赛道，还是转瞬即逝的投资风口？各地旅居康养产业如何真正留住老年人，让他们实现从“养老”到“享老”的转变？



王怀申 图

问题篇

“抢老人”真是一门好生意吗？

◎ 许兵

让老年人享有更高品质的晚年生活，这本身就是高质量发展、践行“老吾老以及人之老”的应有之义。近年来，部分地方早已在布局旅居康养产业，他们把老年人简单等同于“消费钱包”，抱着赚快钱的心态跟风入局，重引流轻配套、重流量轻品质，甚至靠旅居康养卖房，把本该持续发展的银发事业做成“一锤子买卖”。看似热闹的赛道，潜藏诸多隐患。

一哄而上，同质化竞争。翻开各地的康养项目推介手册，四季宜居、天然氧吧、长寿之乡成了高频词，宣传片里都是蓝天白云、青山绿水、老人漫步、笑容可掬。南北城市的竞争思路高度雷同——靠气候优势“抢人”，靠低价旅居“引流”，甚至靠发补贴“争夺”客源。看似各有特色，实则“千城一面”：避暑的都在推高山林海，避寒的都在讲滨海阳光，差异化的核心竞争力在哪里？老年人的最大需求被简化为“温度+空气”卖点，不少地方坐拥本土非遗、特色中医药康养资源等，却未能充分挖掘转化、打造特色产品，最终只能陷入同质化竞争的泥潭。

重招商宣传，轻配套服务。不少地方在旅居养老推介会上把PPT做得花团锦簇，口号喊得震天响，可外地老年人真的拖着行李箱住下来，才发现处处都是旅居康养堵点：家门口的诊所看不了常见病，异地就医结算在社区卫生服务中心还有诸多不畅，最近的三甲医院要一两个小时车程；老年活动中心、便民食堂还在

规划图里……旅居养老需要医疗、交通、安全、文化、适老化环境等全链条配套兜底。各地费尽心力将老年群体吸引过来，配套保障却跟不上，不仅损害老年人切身权益，也透支区域旅居康养口碑。

更有甚者，借“康养”之名，行卖房之实。在个别地方，各类康养小镇、养老社区项目重在推销住宅，所谓的康养配套项目只是营销、包装手段。房产销售完成后，承诺的养老医疗、康复服务常常落空，个别项目陷入烂尾困境。虚假营销不仅损害老年购房者的切身利益，也造成土地与公共资源浪费，背离银发经济发展初衷。

还有部分地方在面对旅居养老的季节性特征时，精细化管理不足。旅居养老其实是“候鸟式养老”，具有极强的季节性，考验着城市的管理水平。旺季时，外来老人激增，找不到养老床位，公交车拥挤，菜市场菜价飞涨，本地居民的日常生活受到影响；淡季时，大量设施又闲置荒废，基础设施“吃不饱”，又造成资源的极大浪费。这种运营模式，暴露出部分地方在旅居养老方面缺乏系统规划和精细化管理。

说到底，“抢老人”抢的不是流量，不是短期消费数字，更不是房地产去库存的“接盘侠”。从一些媒体报道的案例可以看到，一些地方在产业基础、医疗配套、公共服务没跟上的情况下，盲目上马大型旅居康养项目，结果入住率惨淡，“抢老人”并没有变成一门好生意。

对策篇

旅居养老必须回归以人为本

◎ 杨玉龙

旅居养老正成为一种时髦的养老方式。在人口老龄化趋势加速的背景下，旅居康养作为银发经济与健康产业的价值交汇点，成为推动经济转型发展的一条重要赛道。当然，旅居老年人的身份介于旅游者 and 原住民之间，这意味着，在热热闹闹“抢老人”的同时，各地应将更多心思用于“留住老人”，通过补齐配套产业、优化公共服务、破除制度壁垒等举措，让来自异乡的老年群体真正实现安心舒心康养。

发展旅居康养产业，要摒弃单纯依靠售卖商品房变现的粗放模式。倘若打着养老旗号开发楼盘，重房屋销售、轻服务运营，配套的医疗、养老设施长期跟不上需求，无异于饮鸩止渴。一旦市场热度消退，很容易出现房屋大量空置、项目难以为继的局面。发展旅居康养产业，核心在于“养”而非“房”，各地应摒弃卖房获利的短视思维，持续完善养老服务供给，提升康养服务能力，谨防旅居康养赛道异化为房地产转型的营销噱头。

对于布局旅居康养产业的地方而言，应树立差异化发展理念，依托自身资源打造特色亮点，避免恶性竞争。南方地区可依托宜人的气候、完善的医疗资源等，把季节性客流转化为长期旅居群体，抢先形成产业规模；北方地区可依托夏季凉爽、生态多样的优势，深耕夏季避暑康养。如果脱离自身条件盲目跟风模仿，单纯依靠政策让利吸引游客，机械复刻同类项目，难免造成“千城一面”，消耗区域文旅资源，阻碍康养产业良性

发展。

搭建面向旅居老人的高质量服务体系。各地的发展思路需要及时调整，重心要从依靠短期优惠政策“吸引人”，转向持续完善医疗、社交、便民等配套措施“留住人”。例如，织密基层医疗网络，健全急救救护、慢病管理服务，打通异地医保便捷结算通道，推进体检结果互认、养老服务政策互通。丰富社区文体活动与社交场景，搭建本地居民与旅居老人交流平台，让旅居老人舒心地融入“新家”。简言之，要让政策红利转化为长久的吸引力。

此外，发展旅居康养产业，还需要平衡外来旅居老人与本地居民的公共资源分配。发展旅居康养产业可带来人流红利，也会加大医疗、交通、社区服务、公共空间的供给压力，地方政府不能顾此失彼，必须满足本地老人的养老需求，否则，容易造成相关资源出现阶段性紧张，甚至诱发社会矛盾。一方面，应增加公共资源供给，另一方面，应根据实际需求，建立公共资源弹性调配机制，比如根据旅居淡旺季动态调配服务资源。搭建多元沟通平台，推动本地居民与旅居老人友好共处，实现外来旅居者安心养老、本地群众安居乐业的双赢局面。

从“抢老人”到“留住老人”，本质是发展逻辑从逐利向为民的转变。优惠政策可以吸引老人一时，完善的医疗配套、均等的公共服务、包容的城市氛围才能真正留住人心，保障旅居康养产业长远发展。

让“共享儿女”服务有章可循

◎ 周慧虹

据媒体报道，近年来，不少年轻人化身老年人身边的“共享儿女”“社区儿女”，用善意和专长为老年人提供帮助，其中既有老人或其子女付费购买的服务，也有年轻人无偿自愿的帮扶。此类互助养老模式成为居家养老的补充，但也面临信任建立难、服务边界模糊等现实困境。

不少独居老人不仅无人照料日常生活起居，而且长期独处会出现精神孤寂问题。“共享儿女”既能高效解决老人就医办事、物资采购等实际困难，也能给老人带来精神慰藉，还可有效缓解专业养老资源紧缺的问题。从就业角度说，付费“共享儿女”服务时薪约为30元至100元，适合自由职业者等群体的就业需求，他们以真诚细致的劳动获取合理报酬，实现了爱心帮扶与灵活增收的双向共赢。

不过，“共享儿女”助老模式，在快速发展中也暴露出诸多短板。信任隔阂与服务边界模糊是最突出的问题。据报道，部分老人的子女对“共享儿女”存在抵触心理，担忧服务人员与老人相处过近，产生情感联结，进而出现拉黑、投诉服务人员的情况。同时，该助老模式沿用“儿女”这一家庭伦理称谓，容易混淆亲情陪伴与商

业服务的属性，致使供需双方权责划分模糊，纠纷处置缺乏清晰依据，服务过程中也存在隐私泄露、权益受损等风险。

要让这种助老模式行稳致远，需要搭建标准化服务体系。行业需制定统一的服务规范，细化服务内容、服务方式及双方的权责，摒弃模糊的伦理化称谓，确立专业化服务定位。设立行业激励性荣誉，提升养老服务岗位的社会认可度与职业吸引力。建立风险预警与应急处置机制，为服务从业者及老年群体配置专项意外保险，妥善化解各类服务纠纷与突发风险。

健全培育机制，稳定服务人才队伍。各地可推行固定结对的服务模式，减少人员流动造成的服务断层。相关主管部门可出台统一的从业培训、考核标准，常态化开展专业技能与服务礼仪培训，提升从业者的综合素质。

压实管理职责，筑牢行业规范根基。街道与社区可建立常态化管理体系，落实从业者实名备案、资质核验与动态考评制度，整治无序接单、服务越界、隐私泄露等问题。对于服务当中出现的相关纠纷，及时组织人员调查了解情况，联手职能机构依规合理予以处置。

到王虹老家“沾喜气”？变味的致敬该叫停

◎ 刘少华

中国籍数学家王虹、邓煜双双获得菲尔兹奖，国人为之振奋。据媒体报道，近日，不少人慕名到王虹老家广西桂林平乐县沙子镇芦笛桥村参观打卡，发布相关视频，有家长带着孩子前去“沾喜气”，有游客举着刊有《王的猜想》报道的报纸拍照；还有小贩在王虹旧宅不远处支起摊子售卖饮料、零食等。沙子镇政府工作人员介绍，在王虹获奖后，平均每天有上百人到芦笛桥村参观。

这一幕是不是似曾相识？莫言获得诺贝尔文学奖后，他老家的房屋外人满为患。全红婵在奥运会上夺冠后，她老家成了网红打卡点。很多人深陷一种思维惯性：有人斩获大奖，第一反应不是去追问他做了什么、怎么做到的，而是急着去“沾喜气”“蹭流量”，全然忽视这种行为可能给当事人带来困扰。当“沾喜气”“蹭流量”变成一门生意，对先进榜样人物的致敬就彻底变了味。

这几年，全红婵的老家、山东“拉面哥”的家乡被自媒体、商家和游客“集结”围堵。每一次，我们都会批判这种行为，都在呼吁“要理性”，但每一次，这样的场景又会重复上演，热闹散去后一地鸡毛。在王虹身上，我

们真正该“沾”的“喜气”是什么？是对知识的敬重，是对长期主义的信心，是对“小镇也能出大师”这件事的认真对待。王虹的故事之所以打动人，不在于她运气好，而在于她在漫长的、不被看见的岁月里，把一个猜想“磨”成了真理——耗费巨大精力，从零搭建完整证明链条，把“隐约成立的猜测”变成无可辩驳、被世界认可的数学真理。这份耐心和定力，才是我们最该从她身上学习的。

所以，对于那些在王虹老家打卡的人来说，与其举着报纸在村口摆拍，不如回去认真阅读、思考、体悟那些让她成名的经历、态度和方法。即使每个人的天然禀赋不同，不可能人人都成为王虹，但学习先进的姿态，成为先进的决心，比一百条打卡视频都来得真诚。家长与其带孩子来“沾喜气”，不如告诉孩子：这位姐姐用了很久年，做了一件很难的事，你将来也可以选择一件难事，慢慢做。

我们乐见知识精英成为社会偶像，但真正的偶像不应被盲目膜拜，更不该怀着朝圣或从众的心态去打卡留念，而是要将他们的精神内化为自身前行的动力，在自己的学习和事业上取得更好的成就。

掌握电子邮件礼仪应是大学生的“标配”

◎ 张立美

据媒体报道，近日，“发现好多大学生不懂邮件礼仪”话题登上热搜，引发热议。根据网友讨论，不少求职、实习阶段的大学生将电子邮件当作微信随意发送，缺少标题、称谓混乱、行文口语化、附件遗漏等问题频频出现。不少网友呼吁将邮件礼仪纳入礼仪课程，也有人认为职场沟通早已多元化，烦琐礼仪不利于提升效率。

在实习求职、商务合作、学术交流等场景中，电子邮件不仅是信息传递的工具，还是个人专业素养与态度的直观体现。电子邮件礼仪看起来内容烦琐，邮件的主题、正文、附件、结尾署名、回复技巧，以及关于对方的称呼与问候、正确使用发送和抄送等功能均有讲究，这么做不只是讲礼貌，更重要的目的是节省电子邮件阅读者的宝贵时间，把有价值的信息精准传递给对方。电子邮件本质上是传统信件电子化延续，一封规范得体的电子邮件，也是大学生的加分项，既能提升沟通效率、减少协作成本，也能给对方留下一个良好的形象。

当下，一些大学生把电子邮件当成微信随意发送，没有格式、不讲逻辑。这不仅可能无法将信息精准传递给对方，造成误读、误解，还容易给对

方留下不尊重人、缺乏职业素养等负面印象，不利于相关事项的进一步推动。因此，大学生要主动跳出碎片化沟通的误区，主动学习、掌握电子邮件礼仪等基础礼仪，养成规范表达、尊重他人、严谨做事的良好习惯。

当然，我们也应看到，“好多大学生不懂邮件礼仪”也有其他原因。现在的大学生，日常沟通习惯了QQ、微信的碎片化和即时性，没有接受过专门的电子邮件礼仪训练，甚至对电子邮件礼仪不了解、不熟悉，在发送电子邮件时便没有那么多讲究。一些网友呼吁将电子邮件礼仪纳入大学课程，这不是小题大做，而是为大学生进入职场打下基础。

令人欣喜的是，据报道，近年来，国内部分高校已将电子邮件礼仪纳入教学内容。例如，北京大学基础医学院、南京大学就业创业指导中心通过官方微信公众号发布了“邮件礼仪指南”“商务电子邮件的写作礼仪”，北京大学环境科学与工程学院等陆续开设相关培训讲座，介绍相关邮件写作需要注意的礼仪。其他高校也应顺应大学生实习求职、商务合作、学术交流等需求，让电子邮件礼仪成为大学课程的标配，且宜早不宜迟。