

高质量发展
新动能
产业新观察
羊城晚报记者 程行欢

银发经济催发 保险巨头加速布局养老产业

在今年的政府工作报告中，第三支柱养老保险被提到了重要地位。报告提到，加快发展第三支柱养老保险，积极应对人口老龄化，完善发展养老事业和养老产业政策机制，大力发展战略性新兴产业。

记者注意到，近年来，随着人口老龄化进程加速，我国的养老需求结构正在从生存型向发展型转变，也为养老产业的发展带来广阔的市场空间。近年来，保险巨头纷纷加速布局养老生态圈，银发经济正成为众多保险企业共同发力的重点。



养老需求结构正在从生存型向发展型转变，也为养老产业带来广阔的市场空间 新华社发

A 长期险资纷纷入场
康养的模式进行多维度的探索。随着老龄化进程加速，无论是政策引导，还是市场选择，越来越多险企在养老这一产业链上寻找新的机会。

争夺银发经济商机，成为众多保险企业的共识。数据显示，截至2023年末，我国60岁及以上人口为2.97亿人，占全国人口的21.1%，已进入到中度老龄化社会。与上述强烈的现实需求相对应的是我国养老供给亟须增强的局面。同样在2023年，中央金融工作会议首次提出要做好养老金融等“五篇大文章”，日益突出的养老问题，亟

须以更多养老资产投入、多层次养老保障体系建设、多样化养老产业发展加以积极应对，从而更好地保障老年人的生活需要，缓解社会养老压力。

近年来，党中央、国务院多次强调“规范发展第三支柱养老保险”，积极应对人口老龄化。保险作为现代金融体系的重要支柱，发挥着经济“减震器”和社会“稳定器”的作用。伴随着老龄化进程加深，社会对保险业提出了‘复合型’的期待，保险业的发展与创新被寄予厚望。”中信保诚广东分公司总经理官利伟在接受羊城晚报记者采访时

这样定义保险与养老的关系。除了顶层设计，险企还有更多的自身市场考量。中国60岁以上人口已经超2.8亿（2023年），养老产业规模预计在2030年也将达到20万亿元。随着传统寿险业务增长放缓，养老需求成为新增长点，保险公司通过布局康养产业，锁定未来数十年的客户群体。值得一提的是，保险资金具备长期性、稳定性，并且有跨周期性的特点，非常符合养老产业长周期回报特性。当保险产品与康养服务的深度绑定时，也就锁定了未来的利润空间。

最早布局的泰康保险，在这一领域已经深耕了20多年。2012年，泰康保险以年金产品+养老社区的绑定模式，成为国内首个将保险产品与实体养老服务深度挂钩的商业模式。截至2023年，该计划累计保费规模超2000亿元，锁定高端客户超15万人。

彼时，还没有养老金融的概念。泰康这一设计虽然通过“保险支付+实体医养”打通了养老金融全链条，在前端以长期寿险产品（如年金险）锁定客户未来养老资金，后端自建高端养老社区（泰康之家），提供医疗、康复、文化等综合服务，但这种模式依赖保险资金的长期性与养老社区重资产投资的匹配，需强大的资金沉淀能力与长期运营耐

心，服务的也是中高收入群体，具备不可复制性。

“养老金融概念其实涉及三大板块，即养老金金融、养老服务金融和养老产业金融。”新华保险广东分公司总经理董松芳告诉记者，这一庞大的领域按照产品形势和业态，让不同保险公司在寻求产品设计和突破上，可以结合自身的特点进行战略布局。

养老金融是为大家所熟悉的“三个支柱中”的第三支柱，即商业养老保险；养老服务金融是要求各家金融机构，尤其是保险公司提供给老年人或者未来老年人的养老产品。

这不仅包括保险产品，也包括与之相应的服务。第三板块就是每家保险公司总部指向的战略投资范围，围绕养老服务以及居家养老，把养老社区带回家。

富德生命人寿则以“美好生活”为统一品牌，以社区养老、旅居养老与居家养老共同构建养老生态。这些生态不仅包括稀缺的养老社区资源，还可以选择旅居养老以及居家养老，“把养老社区带回家”。

记者注意到，不同险企在全国范围内的布局各有特点。如新华保险在全国范围内布局的养老金融上的重要一步是城心养老，包括广州在内的12个重点城市，规划建设高端康养社区或精高品质合作项目，为客户提供更丰富的康养权益；而中国平安则聚焦居家养老的一盘大棋，以集团之力，深耕居家养老领域，并整合居家养老的产业供应链，希望创立“中国式”居家养老的标杆。

养老、养生养老等新兴业态，形成一批产业链条长、覆盖领域广、经济社会效益好的产业集群。

在2025年广东省政府工作报告中，“养老”也成为重要关键词之一。报告提到，积极应对人口老龄化，完善发展养老事业和养老产业政策机制，构建老年友好型社会。开展基本养老服务提质扩面行动，率先试点全品类养老金融产品；积极应对人口老龄化，完善发展养老事业和养老产业政策机制，构建老年友好型社会。

而从市场规模来看，机构预测，2030年中国老年康养产业市场消费需求将达到20万亿元左右，老年产业规模到2030年将达到22万亿元，对GDP拉动分别达到6%和8%，产业远景可期，成为名副其实的经济支柱之一。

B 养老金融布局各有侧重

C 20万亿元康养产业的黄金机会

除了险资的深入探索，随着老龄化的深入，支撑银发经济发展相关政策密集发布，聚焦养老服务、健康医疗、老年文娱等领域的产业链逐步形成。其中，康养产业具有覆盖面广、产业链长、带动效应显著的特点，康养+文化旅游、康养+医疗、康养+体育等融合发展模式不断涌现，康养产品和服务供给日益多元化，康养产业生态日趋完善。

企查查数据显示，近十年来相关企业注册量呈整体增长态势，2024年全年注册2.79万家，同比增长10.72%，达近十年注册量峰值，截至2月12日，今年已注册了1933家相关企业。目前国内现存康养相关企业15.01万家。从成立年限来看，成立年限在5-10年的康养相关企业占比最大，为31.69%；从行业分布

来看，康养产业涉及领域广泛，其中归属于居民服务、修理和其他服务业的相关企业占比最大，达41.7%。

在全国，多地也把健康产业规划提到了重要支柱产业的高度，同时把通过产业融合建设示范区、示范项目作为工作的重点。以广东为例，早在2021年制定的《广东省养老服务体系建设“十四五”规划》中，就提出了多元业态融合发展，要大力推进“养老+行业”多元融合，拉长养老服务产业链条，丰富产品和服务供给，促进养老与文化、教育、体育、家政、医疗、商业、金融、保险、旅游等行业全面融合发展，探索发展旅居养老、文化旅游、健康养老、养生养老等新兴业态，为老年人提供多样化、多选择的产品和服务，并将旅居养老、文化养老、健康

全国第一！ 广东90个游玩地 入选“城市必打卡榜”

3月5日，大众点评2025年“必玩榜”正式揭晓，首次划分“城市必打卡+当季必体验”两张子榜单，打造地理时令出游“双参考系”。其中，广东省16个城市发布“城市必打卡榜”，90个游玩地上榜，为上榜数量排名第一省份，汕头、湛江、肇庆、揭阳、韶关、汕尾、中山为首次上榜城市。上榜游玩地中，自然景观类景点上榜数量最多，包括南澳生态旅游区、妈屿岛、硇洲岛旅游区等。

“深度旅游”持续升温

从“必玩榜”发布的情况看，国内的“深度旅游”正持续升温，二三线城市出游需求持续释放。2024年，城市越下沉，其大众点评线上流量增速越快；此外，“出境游”回暖，境外城市线上流量同步提升。另一方面，“城市特色体验”成为出行重点，彰显城市自然及人文特色的游玩地受到青睐。

“大家初到一座城市，往往希望在短时间内打卡尽可能多的经典景点，高效感受当地特色文化。”大众点评“必玩榜”负责人表示，为此“必玩榜”城市榜扩大覆盖面，新增120个城市；同时提升上榜门槛，为大众精准筛选兼具城市特色与可玩性的游玩地，避免同质化体验。

借助文化历史底蕴“出圈”的河南安阳就是新发榜城市之一，其上榜游玩地殷墟在过去一年线上评价量增长超20%。“殷商文化兴盛于安阳，游客能在馆内透过甲骨文、青铜器、宫殿遗址等感受。”景区副总经理路璐介绍，随着“文化深度游”兴起，殷墟作为世界文化遗产，2024年景区客流同比增加接近300%。

被刚上线的“必玩榜”种草，随即决定第一站就打卡殷墟博物馆的杨女士告诉记者：“临时决定周末从北京去安阳，跟着榜单不仅节省了决策时间，还能避开千篇一律的网红

用户更关注“季节限定”

根据季节特色选择出行目的地，是当下“城市游”以外另一大出行方式。杨女士就向记者表示：“以城市为维度制定行程外，还有一些基于时令特色的出行安排。例如每年3月底，我们都会到上虞覆卮山看油菜花，夏天玩水、冬季滑雪也是固定节目。”

“从平台笔记及评价来看，‘时令游’用户更关注‘季节限定’的自然景观和人文活动，并基于此安排行程。”上述榜单负责人称，这些用户更倾向深度体验，例如在一些时令特色景点停留较长时间，或者重复访问同一目的地来欣赏不同季节的景色。

为此，2025年“必玩榜”首次推出“当季必体验榜”，按季度

发榜，在全国范围内为用户甄选

“当季特色、热度高、体验佳”的时令游玩地。春季榜单32个上榜地分为赏花踏青、春日观鸟、田园风光、户外徒步四大主题，超半数为城市榜未覆盖游地，主打差异化体验。

上述榜单负责人介绍，“季节榜”评选过程中，平台会基于用户笔记评价中的“时令游”相关表达，提炼高热玩法，为用户打造“中国四季必玩指南”。在大众点评上，本次季节榜上榜地在春季普遍会有明显的流量升势。

上榜赏花踏春主题的洛阳中国国花园相关负责人郑涛就

荷包里的
新消费

文/羊城晚报记者 沈钊
图/受访者提供

从洗脑神曲到“雪王宇宙” 6元茶饮如何实现千亿市值？

低20%以上，支撑起“6元一杯”的极致性价比。

从终端零售数据来看，2023年全年及2024年前九个月，蜜雪冰城的门店网络分别实现饮品出杯量约74亿杯、71亿杯，以及478亿元和449亿元的终端零售额。应该说，蜜雪冰城以“蚂蚁雄兵”策略在下沉市场构建了“基础设施级”网络——三线以下门店占比57.2%，覆盖4900个乡镇，数量超过第二名至第五名之和。这种毛细血管式的渗透，使其在消费周期中保持抗风险能力。

“雪王”IP颠覆品牌气质

2018年，“雪王”IP的横空出

世彻底改变了蜜雪冰城的品牌气质。头戴皇冠的雪人形象与《蜜雪冰城甜蜜蜜》洗脑神曲，在短视频平台创下超30亿次播放量，将品牌从“街头小店”升级为年轻群体的文化符号。此后，蜜雪冰城持续通过动画、衍生品和跨界联名强化IP影响力，并孵化出定价5元—10元的咖啡品牌“幸运咖”，构建“茶饮+咖啡+零售”的生态矩阵。

近两年，新茶饮行业曾深陷“规模陷阱”——奈雪的茶上市后市值缩水超80%，茶百道、古茗虽登陆港股但市值总和不足蜜雪冰城一半。蜜雪冰城的突围，揭示了一条差异化路径：拒绝资本催熟，用长期主义换生存空间。

不过，蜜雪冰城的成功并非高枕无忧。招股书显示，其2024年前三季度营收增速较2023年同期下降6个百分点，单店销售额增速亦从2022年的4.9%放缓至2024年的1.4%。随着三线以下城市覆盖率逼近84%的乡镇空白区，国内市场增量空间收窄；而在东南亚市场的先发优势正面临喜茶、霸王茶姬等品牌的贴身围剿。此外，新茶饮行业同质化竞争加剧，消费者对价格敏感度提升，蜜雪冰城若无法在品质与创新上持续突破，或陷入“低价内卷”困局。其市盈率23.21倍虽高于同行，但能否支撑千亿市值，仍取决于全球化故事的真实成色。

消费新观察

“蚂蚁雄兵”策略扎根下沉市场

蜜雪冰城的核心竞争力，在于用20余年筑起的供应链护城河。记者了解到，截至2024年9月，其自建五大生产基地年产能达165万吨，覆盖糖、奶、茶等七大类原料，蜜雪冰城提供给加盟商的饮品食材超过60%为自产，其中核心饮品食材100%自产；仓储网络覆盖中国31个省份及海外四国，97%门店实现冷链覆盖，90%县级区域12小时内触达。通过全球采购网络，蜜雪冰城将柠檬等核心原料成本压至行业均价的50%—80%，较同行业降

乐活购 A11

600场团购燃爆广州 以旧换新直接带动销售额超450亿元

文/羊城晚报记者 沈钊 孙绮曼

广汽、小鹏汽车、特斯拉、广百、京东、海尔、美的、格力、TCL、苏宁、华为、小米、欧派、索菲亚……近日，广州市商务局会同市住建局、市直机关工委、市总工会，组织开展以旧换新活动。叠加双重优惠后，部分1万元左右的电视机、电冰箱等高端家电，6千元左右即可到手，优惠力度空前。到场人员纷纷现场下单，第一时间享受实实在在的优惠。

据了解，集体团购活动可享受双重优惠。一方面国家政策补贴，最高补贴可达产品售价的20%；另一方面，参加团购活动企业现场打折让利，优惠力度普遍在20%左右。叠加双重优惠后，部分1万元左右的电视机、电冰箱等高端家电，6千元左右即可到手，优惠力度空前。到场人员纷纷现场下单，第一时间享受实实在在的优惠。

为了让消费者买得安心，广州市商务局还专门制定了参加以旧换新集体团购活动供应商的“六条”规范，要求供应商提前做好优惠产品清单和参与活动人员业务培训，并倡导企业优先展示绿色、环保、智能、前沿产品，产品价格要体现国家补贴、企业补贴双重优惠，原则上限定优惠前的价格不高于主流平台网上同一规格(型号)的产品价格，确保团购产品买得优惠，用得放心。

据悉，广州市自2024年9月启动加力消费品以旧换新活动以来，直接带动销售额超450亿元，成为全市社会消费品零售总额增长的重要引擎。其中独具特色的“五进”（进大院、进单位、进企业、进社区、进学校）集体团购活动，更是点燃购物热情。截至2025年2月底，全市举办集体团购活动超600场，参与人数超30万人次，直接引流超10亿元。

据了解，集体团购活动可享受双重优惠。一方面国家政策补贴，最高补贴可达产品售价的20%；另一方面，参加团购活动企业现场打折让利，优惠力度普遍在20%左右。叠加双重优惠后，部分1万元左右的电视机、电冰箱等高端家电，6千元左右即可到手，优惠力度空前。到场人员纷纷现场下单，第一时间享受实实在在的优惠。

为了让消费者买得安心，广州市商务局还专门制定了参加以旧换新集体团购活动供应商的“六条”规范，要求供应商提前做好优惠产品清单和参与活动人员业务培训，并倡导企业优先展示绿色、环保、智能、前沿产品，产品价格要体现国家补贴、企业补贴双重优惠，原则上限定优惠前的价格不高于主流平台网上同一规格(型号)的产品价格，确保团购产品买得优惠，用得放心。

据了解，集体团购活动可享受双重优惠。一方面国家政策补贴，最高补贴可达产品售价的20%；另一方面，参加团购活动企业现场打折让利，优惠力度普遍在20%左右。叠加双重优惠后，部分1万元左右的电视机、电冰箱等高端家电，6千元左右即可到手，优惠力度空前。到场人员纷纷现场下单，第一时间享受实实在在的优惠。

为了让消费者买得安心，广州市商务局还专门制定了参加以旧换新集体团购活动供应商的“六条”规范，要求供应商提前做好优惠产品清单和参与活动人员业务培训，并倡导企业优先展示绿色、环保、智能、前沿产品，产品价格要体现国家补贴、企业补贴双重优惠，原则上限定优惠前的价格不高于主流平台网上同一规格(型号)的产品价格，确保团购产品买得优惠，用得放心。

据了解，集体团购活动可享受双重优惠。一方面国家政策补贴，最高补贴可达产品售价的20%；另一方面，参加团购活动企业现场打折让利，优惠力度普遍在20%左右。叠加双重优惠后，部分1万元左右的电视机、电冰箱等高端家电，6千元左右即可到手，优惠力度空前。到场人员纷纷现场下单，第一时间享受实实在在的优惠。

据了解，集体团购活动可