

# 2022 年养老消费调查项目研究报告

中国消费者协会  
2022 年 12 月

## 目录

第一部分 背景与目的 .....	1
第二部分 调查说明 .....	2
一、问卷调查 .....	2
(一) 调查对象和范围 .....	2
(二) 调查内容 .....	3
(三) 调查方法与样本结构 .....	4
二、定性深访 .....	10
(一) 深访调研内容 .....	10
(二) 深访样本情况 .....	11
第三部分 主要调查结论 .....	14
一、养老消费需求调查发现 .....	14
(一) 居家养老关注“日常所需”和服务收费 .....	14
(二) 机构养老的吸引力来自服务质量和“性价比” .....	15
(三) 老年人的需求重点是辅助用品、保健品 .....	17
(四) 身心和观念影响老年人的消费选择和消费过程 .....	18
(五) 消费环境需更加“适老”，老年人维权意识有待加强 ..	19
二、养老消费供给调查发现 .....	19
(一) 养老服务融合发展，服务标准体系尚待完善 .....	19
(二) 助老设施和产品需求较高，人性化程度尚待提升 .....	20
(三) 高龄人群刚需凸显，政策支持力度仍需加强 .....	21
第四部分 养老消费需求调查结果 .....	22
一、居家养老服务需求与评价 .....	22
(一) 居家养老是多数老人的现实选择 .....	22
(二) 居家养老的老人与配偶同住率高 .....	24
(三) 熟悉的环境是居家养老核心驱动 .....	27
(四) 家政清洁等日常照料服务最急需 .....	30
(五) 居家养老所需服务并未充分满足 .....	33

(六) 居家养老服务收费合理性有待提升.....	36
(七) 居家养老服务质量满意度亟需提高.....	38
(八) 养老服务价格不透明问题呼声强烈.....	39
(九) 与商家自行协商是主要维权手段.....	40
二、机构养老服务需求与评价 .....	43
(一) 选择机构养老多因担心拖累子女家人.....	43
(二) 具备公办性质的机构更受青睐.....	46
(三) 机构以医疗、日常生活服务为主 .....	47
(四) 养老机构医疗服务提升空间最大.....	49
(五) 养老机构服务收费合理性有待提升.....	53
(六) 养老机构服务质量满意度需提升.....	55
(七) 食品安全、费用乱调问题亟需解决.....	57
(八) 养老机构积极处理消费者权益问题.....	59
三、老年商品购买需求与认知 .....	62
(一) 食品、服装和保健品是购买率最高的品类.....	62
(二) 特殊用品是消费者最急需产品.....	64
(三) 消费者基本认同老年保健品和专用食品.....	67
四、养老理念及关注行为 .....	69
(一) 老人注重隐私不愿子女安装监控.....	69
(二) 老人使用电子设备存在困难障碍.....	70
(三) 日常消费生活亲情营销高频发生.....	71
(四) 老人更偏好与家人陪伴居家养老.....	72
(五) 老人对机构养老多持有担忧态度.....	75
五、养老服务消费权益维护 .....	77
(一) 虚假折扣优惠价格问题凸显 .....	77
(二) 虚假夸大质量问题反映强烈 .....	78
(三) 借机推销其他产品违背消费意愿.....	79
(四) 购买或支付不便捷影响消费体验.....	80
(五) 主要依靠自行与商家协商维权.....	81

(六) 消费维权重在整治假冒伪劣乱象.....	82
第五部分 养老服务从业人员深访调查发现 .....	84
一、涉老产品需求旺盛，低龄老人消费升级意愿强烈 .....	84
二、助老设施需求升高，国产设施智能化程度待提升 .....	84
三、医养结合服务较受欢迎，政策红利助推服务惠民 .....	86
四、养老服务品质提升呼声渐高，个性化需求凸显 .....	87
五、居家社区服务融合，专业养老机构延伸服务触角 .....	88
六、老年用品购物渠道受限，便捷化程度仍需提升 .....	89
七、精细服务涌入赛道，服务规范与标准体系尚不健全 .....	90
八、高龄人群需格外呵护，政策支撑力度尚待提高 .....	90
第六部分 下一步工作建议 .....	91
一、深化开展涉老产品质量与服务专项品质提升 .....	92
二、聚焦高龄老人，加大政策支持力度 .....	92
三、畅通老年消费渠道，构建老年消费便利圈 .....	93
四、推动科技助老，营造“适老”消费环境 .....	93
五、加强消费宣传，改善老年消费维权环境 .....	94
第七部分 附录：问卷 .....	96

## 第一部分 背景与目的

伴随着我国老龄化进程加快，老年人口规模日益庞大，“银发经济”蓬勃发展。第七次全国人口普查数据显示，我国60岁及以上人口占全部人口的比重为18.7%，处于轻度老龄化阶段。其中60-69岁的低龄老年人口占55.83%。一方面低龄老年人群中，受教育程度相对较高，财富积累及消费能力也相对较强，提升了养老产业、涉老服务、老年用品的消费需求。另一方面我国养老服务供给结构性失衡，供给质量相对不高，限制了养老消费的蓬勃发展。此外部分老龄用品和服务行业发展仍处于分散型、自发型、盲目型的状态，老年数字应用友好型有待完善，老年文化旅游休闲服务尚待丰富，老年人面临的虚假宣传、诱导消费、集资诈骗、冒充“以房养老”等“消费陷阱”层出不穷，其维权仍存在诸多短板。为保障老年人养老消费安全，助力养老服务升级和高质量发展，中国消费者协会开展了养老消费与维权调查项目。通过开展该项目，拟达到以下目标：

一是厘清当下养老服务和老年消费的现状。全面摸清养老产业的整体情况，摸清养老服务项目、服务质量、收费标准、医疗护理等现实状况。

二是调查分析养老消费中的“急、难、愁、盼”，挖掘服务与消费短板。调查养老服务与消费中的供需矛盾，总结不便利、未满足的需求，分析影响养老服务供给与质量提升的制约因素。同时梳理涉老消费的重点服务和商品，调查老年健康养生、文化娱乐、旅游休闲等涉老消费的新趋势和新

需求。

三是总结危害养老服务，妨害消费安全的高发典型案例。分析养老服务与消费维权的高发问题，总结危害严重的涉老消费“陷阱”，揭示不良服务案例和不良消费营商手法。

四是提出促进养老消费高质量发展，为消费安全保驾护航的建议。一是针对养老服务与老年消费存在的问题短板，提出解决方案。二是围绕养老消费的新需求和新变化，为满足升级型需求和消费品质提升建言献策。

## **第二部分 调查说明**

依据项目研究目标，采用案头研究、问卷调查与访谈调查相结合的方式收集数据。通过案头研究，厘清“银发经济”、养老服务消费需求；通过问卷调查，全面调查老年消费热点与痛点；通过定性访谈，挖掘养老服务供给现状与问题短板。

### **一、问卷调查**

围绕养老服务需求，养老方式选择、养老服务问题、老年商品的消费与维权，关注养老消费服务的升级需求、对各类产品和服务的满意度，合理设计调查问卷，全面调查老年人的服务需求与质量感受。

#### **（一）调查对象和范围。**

考虑经济发展水平、老龄化水平、消费习惯等不同因素，选择 10 个城市开展问卷调查。选取原则：一是老龄化程度较高（依据第七次人口普查数据），选择 6 个城市，分别为南通、大连、上海、沈阳、哈尔滨、重庆；二是养老机构数量较多，床位规模较大，养老服务相对发达的 2 个城市，为

北京、青岛；三是兼顾地区差异，补充调查 2 个中西部城市，选择大理和郑州。

表 2.1 调查城市范围

序号	城市	城市类型	所属地区
1	南通	地级市	东部地区
2	大连	计划单列市	东部地区
3	上海	直辖市	东部地区
4	沈阳	省会城市	东部地区
5	重庆	直辖市	西部地区
6	哈尔滨	省会城市	中部地区
7	北京	直辖市	东部地区
8	青岛	计划单列市	东部地区
9	郑州	省会城市	中部地区
10	大理	地级市	西部地区

根据调查需要，对各年龄阶段老人（含机构养老、社区养老、居家养老）、老人子女（含失能老人家属）或陪护者开展问卷调查。

## （二）调查内容。

本次调查围绕养老服务需求、老年商品、消费新需求、消费维权等几个主要维度，全面调查养老产业与老年消费供需现状。调查指标与重点关注问题（暂定）如下表。根据调查指标，设计调查问卷详见附件 1。

表 2.2 养老消费问卷调查指标与重点关注内容

序	一级指标	重点关注问题
---	------	--------

号		
	养老服务	<p>养老方式的接受度（家庭养老、社区、养老机构）</p> <p>养老服务供给是否丰富（机构养老、社区养老服务、康复护理、健康教育、家政服务等）</p> <p>养老服务价格承受度</p>
	老年消费用品 与消费行为观念	<p>食品、餐饮服务、药品</p> <p>服装服饰（尿裤、护理垫、护理湿巾、溃疡康复纺织品）</p> <p>日常生活器具（老花镜、助听器、拐杖等助视助听助行器具，排泄器、可升降坐便椅、防滑浴具、）</p> <p>智能设备、辅具（可穿戴设备、便携式健康监测设备、自助式健康检测设备、智能养老监护设备、家庭服务机器人）</p> <p>电子产品使用对老年人的友好度（电视机、智能手机、电子书、定位仪、交互游戏机等）</p>
	消费新需求	保健养生、文化娱乐、家政服务、旅游休闲
	消费维权	<p>维权意识和维权知识、维权渠道、便利度和效果、高发领域（养老金融、医疗保健品骗局、电信诈骗、产品三包等问题）</p>

### （三）调查方法与样本结构。

本次调查采取拦截访问和入户访问的调查方式，开展问卷调查。2022年9-11月份，累计收回2141份问卷。调查样本满足城市配额、性别的配比，同时兼顾不同年龄、收入、职业、学历等条件。

1. 样本满足城市配额要求。10个城市回收样本均多于



样本量要求（180 个），各城市数量分布均匀，符合调查需求。

表 2.3 调查样本城市分布情况

序号	城市	有效样本量（个）
1	南通	201
2	大连	203
3	上海	206
4	沈阳	259
5	重庆	209
6	哈尔滨	203
7	北京	194
8	青岛	209
9	郑州	211
10	大理	246
合计		2141

1. 调查样本以老人本人为主。参与调查的老人本人最多，占比为 42.64%，其次老人家属（老人基本可以自理）占比为 32.41%，老人家属或陪护者（失能失智型老人）占比 24.94%。

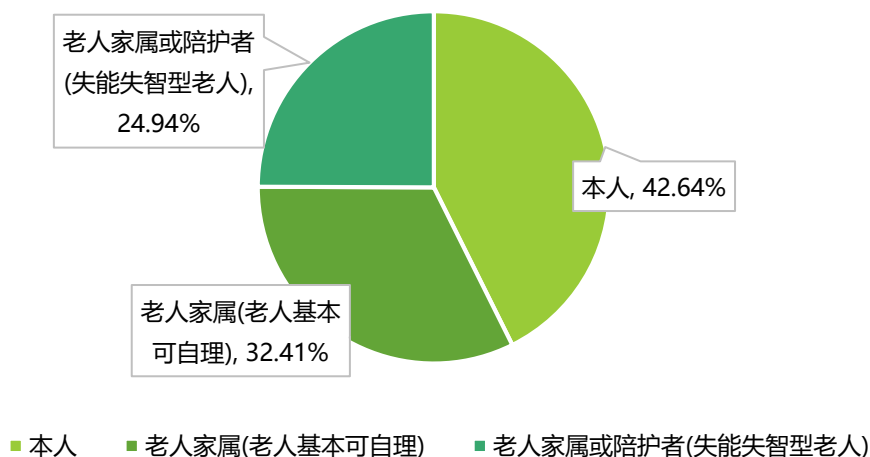


图 2.1 调查样本身份分布情况

2. 调查样本性别比例均衡。从性别结构来看，女性比例稍高于男性，其中女性占 51.80%，男性占 48.20%。

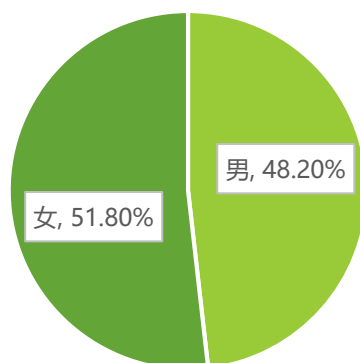


图 2.2 调查样本性别结构情况

3. 样本年龄集中在 60-79 岁。从年龄分布来看，60-69 岁的样本最多为 52.03%，其次为 70-79 岁的占比为 30.03%，50-59 岁、80-89 岁、90 岁及以上分别占 6.26%、8.50%和 3.18%。

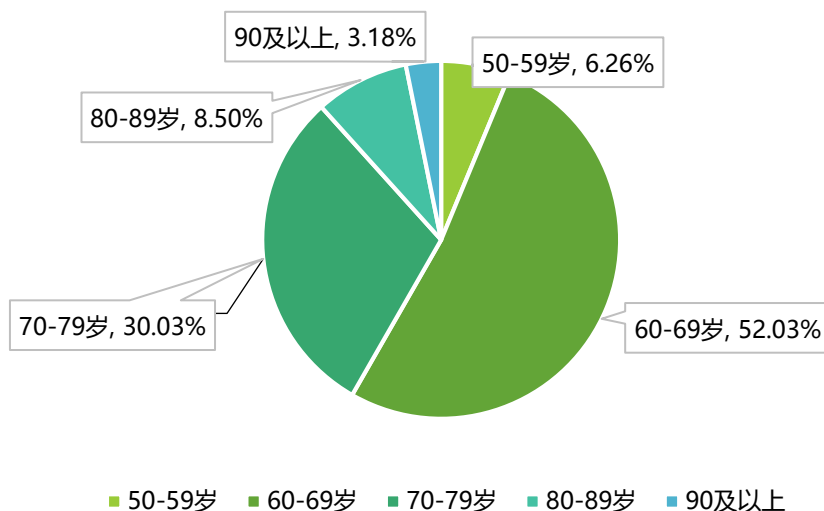


图 2.3 调查样本年龄分布情况

4. 调查样本以城市户籍为主。从户籍情况来看，城市户籍样本最多，占比达到 75.11%，农村户籍的样本占比为

24.19%，其他占比 0.7%。

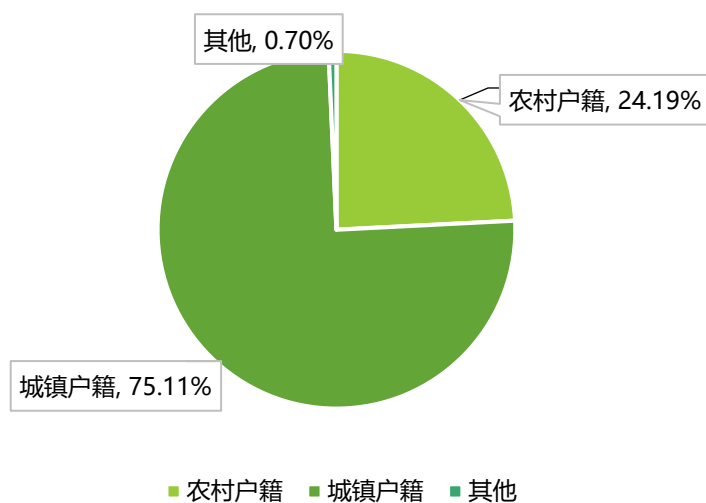


图 2.4 调查样本户籍分布情况

5. 子女数量集中在 2 个。从子女数量情况来看，2 个孩子的老人占比为 43.86%，其次，1 个孩子的样本占比为 39.47%，3 个及以上占比 16.67%。无失独或孤寡老人。

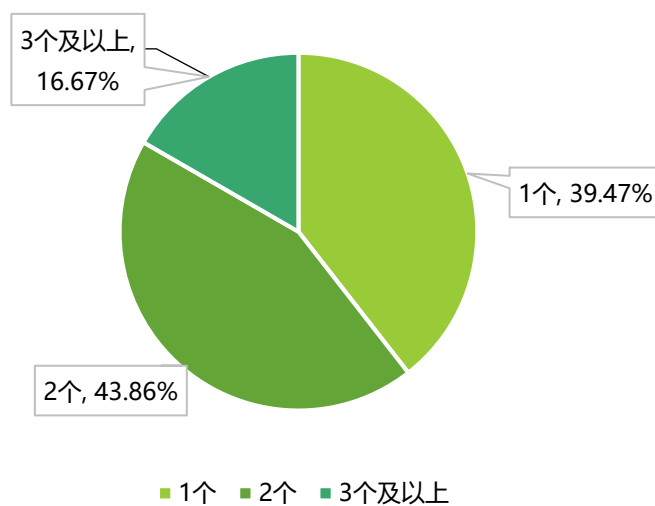


图 2.5 调查样本子女数量分布情况

6. 身体状况以能够生活自理为主。从样本身体状况来看，53.85%的老人身体状况良好，生活能够自理，22.93%主要依靠别人照顾，23.21%需要部分照顾。

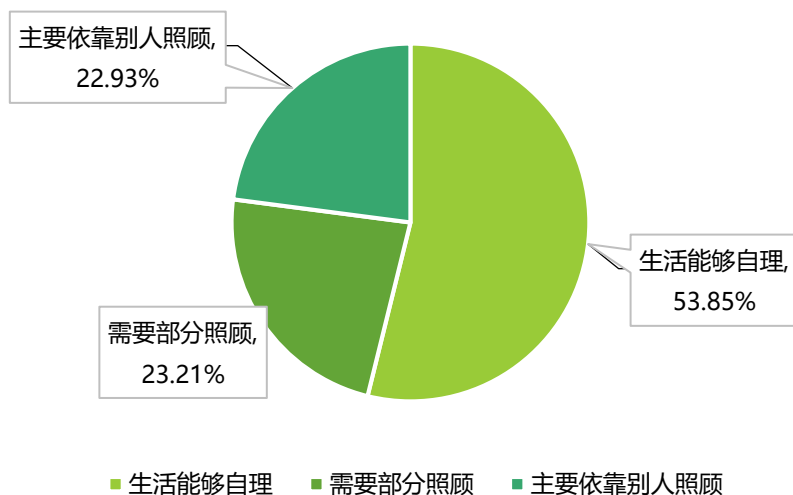


图 2.6 调查样本身体状况分布情况

7. 学历集中在初中及以下。从学历情况来看，初中及以下低学历最多，占比为 47.17%，其次高中或中专占比为 38.35%，大专比为 11.07%，本科占比 2.94%，硕士及以上占比为 0.47%。

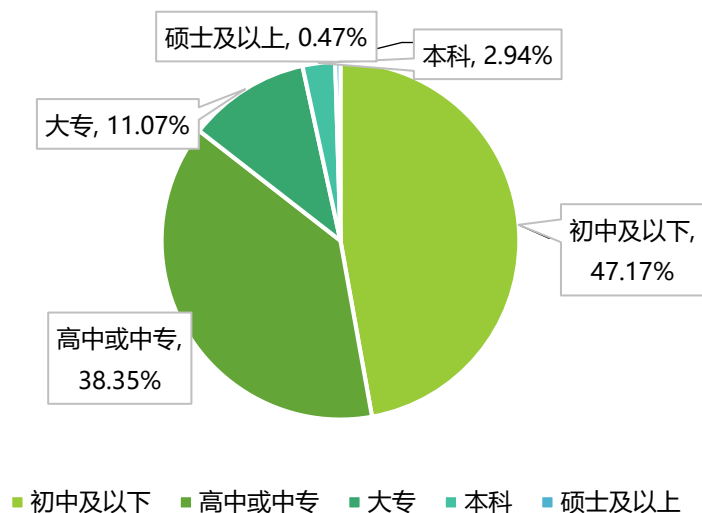


图 2.7 调查样本教育程度分布情况

8. 月收入 3001-5000 居多。八成调查样本的个人月收入在 5000 元以下，其中 3001-5000 元最多，占比 37.51%，2000 元以下收入占比 19.10%，2001-3000 元占比 24.75%，

5001-8000 元占比 16.30%，8000 元以上收入仅占 2.34%。

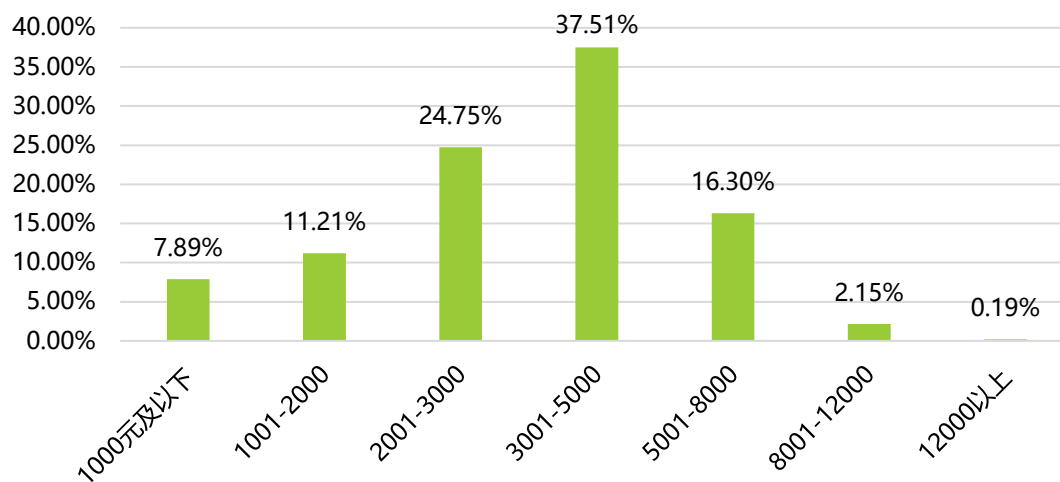


图 2.8 调查样本个人月收入情况

9. 退休金是被访者主要收入来源。从收入来源来看，退休金、个人储蓄和子女等给的赡养费是老人收入的主要来源。有 72.12% 的被访老人主要收入来源选择退休金。有 40.17% 的被访老人选择个人储蓄，有 33.91% 的被访老人接收到子女给的赡养费。另有 4.90% 的老人有股票等投资收入，4.95% 的老人拥有出租房产等收入，1.26% 的老人收入来源于种地、打工等其他收入。

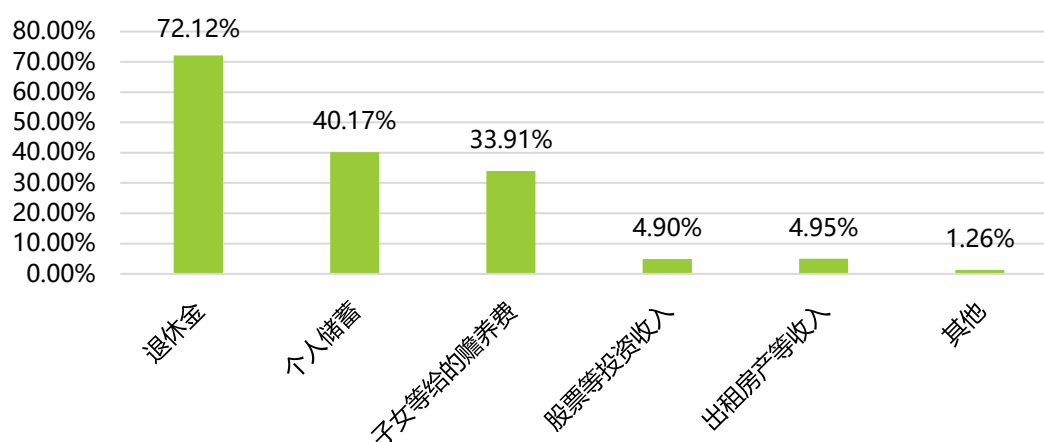


图 2.9 调查样本收入来源分布情况

## 二、定性深访

深度访问主要面向养老机构管理者和从业者开展，基于与被访者的深度沟通，从养老服务供给端，全面了解养老消费服务现状及消费者需求痛点，分析挖掘影响消费的各类因素，提出合理可行的养老消费优化政策建议。

### （一）深访调研内容。

深度访问面向养老机构管理者和从业者分别开展，基于不同养老服务角色视角，深度全面了解养老消费服务以下内容：

#### 1. 养老机构基本情况。

了解被访养老机构的性质，机构辐射的服务区域，周边环境、床位规模、入住老人数量，入住形式、院内工作人员数量以及护理服务能力等基本情况。

#### 2. 养老服务内容及价格。

重点了解养老机构主要提供的养老服务内容、院内设施情况、收费标准、本机构特色服务。机构除了日常照料服务，是否开展文化和娱乐等其他服务内容，挖掘老人偏好的服务类型以及对服务的现实反馈、院内设施情况。

#### 3. 养老消费者服务需求。

深度挖掘老年消费者在日常护理、医疗健康、商品购物等方面的消费需求。总结老年群体的消费特点、获取老年消费者购买老年商品的渠道途径。

#### 4. 养老机构经营难点。

盘点被访养老机构整体运营现状，了解实际运营过程中

在资金、场地、人员素质、服务能力、品质提升、客户流失等方面的困难点。获取服务供给方对国内养老服务体系建设的现状看法。

## 5. 养老服务发展规划建议。

从养老服务从业者视角，了解被访养老机构未来在服务能力提高、服务品质提升，以及目标客户群体扩展延伸方面的发展规划。倾听服务人员对国内养老体系发展的意见建议和政策支持的需求和建议。

### （二）深访样本情况。

#### 1. 样本基本条件。

- 养老机构负责人：公办、公办转成民营、民营等各类型养老机构主要负责人，负责养老机构运营管理工作，了解机构运营基本情况，掌握本院养老服务内容特点与老年人消费者需求，愿意分享对养老消费升级发展的观点看法。
- 养老机构服务人员：公办、公办转成民营、民营等各类型养老机构的一线服务人员，以护理员为主，了解机构养老消费者实际痛点需求，愿意分享对养老服务优化提升的看法意见。

#### 2. 样本配额考虑。

##### （1）样本城市配额考虑。

考虑全国各地养老服务内容与观念的差异，本次深度访谈的被访样本全面覆盖东部、西部、中部城市，同时覆盖省会城市、地级市、计划单列市、直辖市四种类型城市，样

本满足城市配额。

30 个样本按照不同地区划分，东部地区 17 个样本，中部地区 7 个样本，西部地区 6 个样本。按照不同城市类型划分，省会城市 7 个样本，直辖市 9 个样本，计划单列市 5 个，地级城市 9 个，详见表 3.1。

### (2) 样本身份配额考虑。

考虑不同养老服务提供者身份对养老消费服务的认知差异，本次深度访谈的被访样本覆盖管理者与一线服务人员两种身份，样本满足管理人员与护理人员的配比。

30 个样本按照不同被访者身份划分，养老机构管理者 12 个样本，养老机构一线护理人员 18 个样本，详见表 3.1。

### (3) 样本所在机构性质配额考虑。

考虑不同性质养老服务机构服务内容与特点的差异，本次深度访谈的被访样本覆盖公办、公办转成民营、民营三种类型养老服务机构，样本满足不同性质养老机构人员的配比。

30 个样本按照不同性质养老机构划分，公办机构 5 个样本，公办转成民营机构 7 个，民营机构 18 个。

表 3.1 调查样本背景情况

序号	城市类型	区域	城市	被访者身份	养老机构性质
1	直辖市	东部	北京	养老机构院长	民营
2	直辖市	东部	北京	护理人员	民营
3	直辖市	东部	北京	护理人员	民营
4	直辖市	东部	北京	养老公寓负责人	民营
5	地级市	中部	平顶山	养老公司董事长	公办民营
6	地级市	中部	平顶山	护理人员	公办民营



7	地级市	中部	平顶山	护理人员	公办民营
8	省会城市	东部	沈阳	养老机构主任	民营
9	省会城市	东部	沈阳	护理人员	民营
10	省会城市	东部	沈阳	护理人员	民营
11	直辖市	东部	上海	养老机构主任	民营
12	直辖市	东部	上海	护理人员	公办
13	直辖市	东部	上海	护理人员	民营
14	省会城市	中部	哈尔滨	养老机构院长	公办
15	省会城市	中部	哈尔滨	护理人员	民营
16	省会城市	中部	哈尔滨	护理人员	民营
17	省会城市	中部	哈尔滨	护理人员	民营
18	计划单列市	东部	青岛	养老机构院长	公办民营
19	计划单列市	东部	青岛	护理人员	公办民营
20	计划单列市	东部	青岛	护理人员	公办民营
21	直辖市	西部	重庆	养老机构负责人	公办
22	直辖市	西部	重庆	护理人员	公办
23	直辖市	西部	重庆	护理人员	公办
24	地级市	西部	大理	院办主任	民营
25	地级市	西部	大理	护士长	民营
26	地级市	西部	大理	院长	民营
27	地级市	东部	南通	创始人	民营
28	地级市	东部	南通	行政客服部主管	民营
29	地级市	东部	南通	护士长	民营
30	计划单列市	东部	大连	养老机构院长	民营

## 第三部分 主要调查结论

### 一、养老消费需求调查发现

(一) 居家养老关注“日常所需”和服务收费。

#### 1. 家政清洁、餐饮服务是普遍需求。

调查结果显示居家养老是多数老人的首选养老方式。年龄越大，收入越低，自理能力越强更倾向于选择在熟悉的环境中养老。从服务需求来看，居家养老的老人服务需求度最高的是家政、清洁等日常照料服务（24.6%），其次是餐饮、老年饭桌（23.4%）服务，再次是社会交往（23.4%）和康复护理等医疗服务需求（22.6%）。

#### 2. 康复护理和日间照护是高龄老人更高需求。

分年龄段来看，60-69岁老人更看重社会交往、餐饮服务、家政清洁和健身体育服务，70-79岁老人更需要家政清洁、餐饮服务、日间照护和康复护理服务，80岁以上老人更需要康复护理和日间照护服务。

#### 3. 超三成老人并未购买和使用所需服务。

32.62%的老人没有购买过养老服务。购买和使用较多的服务分别是：家政清洁等日常照料服务（27.84%）、慢性病诊疗及康复护理等医疗服务（22.48%）和餐饮服务、老年饭桌等服务（20.59%）。

#### 4. 近四成老人对收费合理性认同感不高。

当被问及对居家养老服务收费合理性时，仅有9.51%的老人表示非常合理，45.60%的老人表示比较合理，36.55%的老人对收费合理性表示一般，认为不合理的比例达到8.34%。

## 5. 价格不透明是居家养老服务主要槽点。

仅有 12%的消费者对服务质量表示非常满意，比较满意的占比 51.75%，36.24%的消费者对居家养老服务质量表示一般或不满意。消费者在购买居家养老服务过程中遇到的首要问题是价格不透明（29.3%），其次是获取过多个人信息（25.2%），和遭遇亲情营销与消费（23.1%）。

### （二）机构养老的吸引力来自服务质量和“性价比”。

#### 1. 医养结合渐成服务主流模式。

从服务内容来看，养老机构提供的服务已经从基本的生活照料拓展至医疗服务，休闲娱乐等内容。调查显示除基本生活照料之外，养老机构提供的服务包括医疗服务（81.86%），娱乐休闲（54.85%），文化教育（41.35%）等。分不同地区来看，中部城市养老机构提供日常生活服务比例最高，东部城市养老机构提供医疗服务的比例更高。

#### 2. 医疗服务和休闲娱乐等需求明显。

从服务内容来看，消费者对养老机构医疗服务水平提升需求最大，占比 51.48%，其次是娱乐休闲服务，占比 35.02%，再次是日常生活服务，占比 31.65%。表明随着老人吃饱穿暖的基础性生活得到满足之后，对医疗、休闲娱乐等服务有了更多需求。

#### 3. 老人认为收费合理性有待提升。

调查显示，52.74%的消费者认为养老机构的收费合理，37.13%消费者认为收费合理性一般，不太合理占比 8.86%，

非常不合理占比 1.27%，整体上看，对收费合理性评价相对不高。

#### 4. 仅六成消费者对养老机构服务满意。

调查显示，消费者对养老机构服务表示非常满意的 12.24%，比较满意占比 49.79%，其中认为服务一般的比例为 29.54%，不满意的比例达到 8.44%，整体满意度仍有进一步提升空间。

#### 5. 翻身机、按摩椅、助卧助浴和特殊用品需求较大。

调查显示：机构养老的老人对翻身机(28.3%)、按摩椅(27.8%)、助卧助浴(18.1%)和特殊用品(16.5%)需求度更高。需要依靠别人来照顾的老人对特殊用品商品（尿不湿、成人尿不湿、护理品）的需求度最大，对助卧助浴商品的需求也相对较高。从不同地区来看，东部地区老人对特殊用品（成人尿不湿、护理品）需求比例高于中西部地区。

#### 6. 购物便捷程度仍需提升。

被访养老机构服务人员反映，老年人外出购物受限制，多数机构养老的老年人生活用品主要依靠家属购买，家属进不来，老人不掌握线上购物的技能且机构内部未设置超市，影响日常用品消费和使用。有的养老机构护理人员帮助老人代购商品、线上购物，或采取专人外送等方式帮助老人购买日常商品。对于老人所需特殊用品、专用护理用品、智能保健用品等商品，机构和社区并没有专门的老人用品商店，有的养老机构内小超市也没有，缺乏标准产品名录，老人专用的特殊商品的便捷购买需求不能很好满足。

### （三）老年人的需求重点是辅助用品、保健品。

#### 1. 老年特殊用品（成人尿不湿、护理品）需求较高。

调查显示，特殊用品（成人尿不湿、护理品）是需求度最大的老年商品，占比 28.4%；其次是服装服饰，占比 27.4%；再次是老年食品，占比 27.4%，此外对健康管理用品（血压仪、血糖仪、健康监测设备）、保健品和按摩椅都有一定需求。表明随着我国人口老龄化程度不断加深，保健食品、智能电子、医疗康养等适老化产品和服务需求旺盛。老年消费者购买需求也从满足日常生活必需向提高自身生活品质转变。产品和服务供给也从拐棍、轮椅、老花镜、助听器等简单生活辅助用品，向种类繁多、资本集聚、科技赋能的老年产品服务转变。

#### 2. 老年人对保健食品认同度较高。

消费者对老年保健食品和专用食品认同度较高。45.35%的消费者认为老年保健食品和专用食品有效果，食用有益健康，36.67%的消费者不确定食用实际效果，但愿意尝试。表明更具消费能力的低龄老年人，对生活品质有着更高要求，助推老年产品消费升级。

#### 3. 低龄老人消费升级需求较为明显。

访谈发现，年龄较大且患有疾病，需要依靠家人、护理人员或养老专业机构照料的老人，消费需求主要集中在日常生活必需品和医疗康复服务方面，所需服务购买决策人主要是老人家属和护理服务人员；而年龄较小，身体健康，自理能力较强的老人，生活内容更加丰富，外出社交场景多，除

了基本日常生活品的购买需求，对文化娱乐、时尚服饰、电子产品、保健产品购买意愿更加强烈。选择机构养老的低年龄健康老人，也会主动向家人提出购物需求，掌握网购技能的老人会自行上网选购商品。

#### **（四）身心和观念影响老年人的消费选择和消费过程。**

##### **1. 老年人更倾向于居家养老。**

调查发现，近九成的老年消费者选择居家养老作为养老方式。老年消费者出于身体自理情况、年龄、收入等客观因素，倾向于“主动”选择在熟悉的环境中养老。而在面对“机构养老”的选择时，超过 70%的老年消费者首先认为是因为“不想麻烦子女或家人”，带有“被动”选择或接受的意味，无论是观念层面，还是消费选择的情境，都是被动的。

##### **2. 近四成老人注重隐私不愿子女安装监控。**

调查显示，37.88%的老人不愿子女安装监控，认为侵犯隐私，31.11%的老人对安装监控行为表示接受，30.87%的老人认为部分接受，可在不涉及隐私的公共区域安装。

##### **3. 近六成老人认为使用电子设备存在困难障碍。**

调查显示，58.15%的老人使用电子设备时，字体小，看不清；56.80%的老人表示操作复杂，学不会；51.66%的老人表示设备声音小，听不清。表明老人在跨越“数字鸿沟”，充分享受信息技术带来的便捷生活上，仍需更多的帮助。

##### **4. 合理的收费与价格、较好的服务质量是共同期待。**

调查发现，无论是居家养老还是机构养老，老年消费者对相关服务的收费合理性、价格透明性等都有共同关注，两

类消费人群认为收费不合理或合理性一般的比重均超过 40%，居家养老服务价格不透明、机构养老随意增加或调整收费等现象受到较大关注。

**（五）消费环境需更加“适老”，老年人维权意识有待加强。**

### **1. “亲情营销”高频发生。**

调查显示，60.91%的老年消费者遇到过“亲情营销”的情况，销售人员通过赢得老人的好感，售卖产品或者服务。

### **2. 夸大宣传和虚假折扣是消费主要问题。**

调查显示老年人在消费中遇到过的主要问题：一是商家虚假宣传，故意夸大质量（62.88%）；二是虚假折扣优惠问题显著，占比 54.74%；三是商品或服务质量差以次充好（53.06%）；四是价格不透明问题，占比 49.60%；五是商家设计隐形消费项目占比 33.77%。

### **3. 老年人消费维权意识有待加强。**

调查显示，遇到消费者侵权时，老年消费者主要维权方式是：找商家或购物平台理论（41.99%）、打电话向消费者协会等机构投诉（26.25%）、自认倒霉（19.99%）。表明老年人在消费维权方面仍缺乏必要的引导与帮助。

## **二、养老消费供给调查发现**

### **（一）养老服务融合发展，服务标准体系尚待完善。**

随着老龄化程度的逐步加深，以及老年人花钱购买服务的养老消费观念不断更新，老人个性化养老消费需求不断攀

升。具体来看，一是对老年食品、服装服饰品质需求提升，二是食品安全和餐饮品质需求不断提升，三是对养老机构环境设施要求不断增加，四是文化体育、休闲旅游等文化需求提升，五是配药取药、心理慰藉、医疗康养、护理用品及特殊用品购买等方面消费需求旺盛。随着市场需求的稳步增加，居家养老、社区养老服务、机构养老服务规模稳步发展，服务内容不断丰富，服务半径不断延伸，呈现出融合发展的趋势。比如有的养老机构开展“日常照料+康复训练+医疗绿通”相结合的一条龙服务，受到老年人及子女家属的欢迎。

但部分受访者反应，所在地区目前缺乏统一的服务标准和价格标准，养老服务的提供方服务水平参差不齐，服务价格高低不等，从业人员素质良莠不分，导致行业竞争乱象丛生，价格欺诈时有发生，亟需制定完善的涉老服务标准和要求，不断加强监督管理来规范行业高质量发展。

## （二）助老设施和产品需求较高，人性化程度尚待提升。

我国养老基础设施条件较弱，居家、社区、养老机构助老设施陈旧，缺少适老化、智能化设施设备。部分受访者表示受制于规模、资金限制，无法满足老人对养老服务机构的设施设备要求。

一是文化体育娱乐设施不足。有的虽然能够保证日常照料的基本需求，但是对于老人文娱、体育、音乐、助浴、助洁、助餐等多元化需求供给能力不足。

二是康复设备不足。对于失能失智、需要特殊照料，生活自理能力较弱的老人，需要先进的康复设备，这些设备不



仅可以充分满足老人的日常康复诊疗与生活起居，同时对护理人员来说，可以有效提升康复医疗的效率及安全性。

三是智能化水平不足。部分国产设施价格不高，但是人性化程度仍有待提升，还需性价比较好的智能设备为老人提供个性化养护需求，推进提供智慧照护和精准照护。

### （三）高龄人群刚需凸显，政策支持力度仍需加强。

我国高龄老人（80岁以上）大多数不具退休工资，面临自身经济压力大、无人陪伴等主要难题。虽然国家推行了高龄老人补贴，但对于失能失智老人来说，补贴成本与照护成本相比是九牛一毛。受访者反馈目前机构养老客户多为失能失智高龄老人，照护成本高但个人经济水平不高，多为儿女负担费用，对整个家庭经济造成较大压力。据了解，虽然国家将失能失智老人医疗费用纳入医保，但大部分地区受制于地方经济和财政收入水平，医保报销费用不高，对这些需要照护的高龄老人来讲，仍然面临较高的经济压力。

## 第四部分 养老消费需求调查结果

### 一、居家养老服务需求与评价

(一) 居家养老是多数老人的现实选择。

近九成老年人选择居家养老方式。居家养老仍是目前老人能接受的主流养老方式，占比 88.93%，选择机构养老的老人相对较少，占比 11.07%。

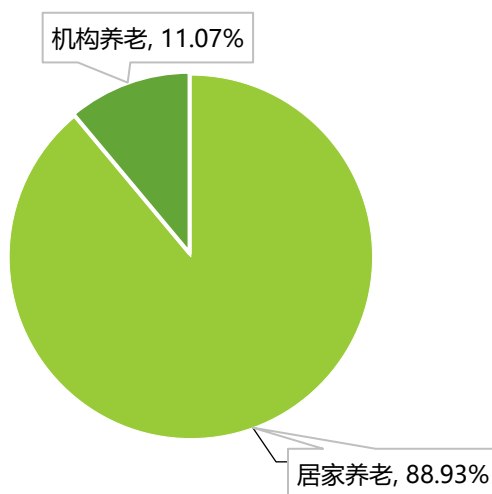


图4.1 主要选择养老方式分布情况

1. 中部城市对居家养老更偏好。从不同地区来看，中部城市选择居家养老比例最高，达到 93.24%，其次是西部城市，对居家养老选择比例为 89.89%，东部城市选择居家养老方式的比例最低为 87.19%。

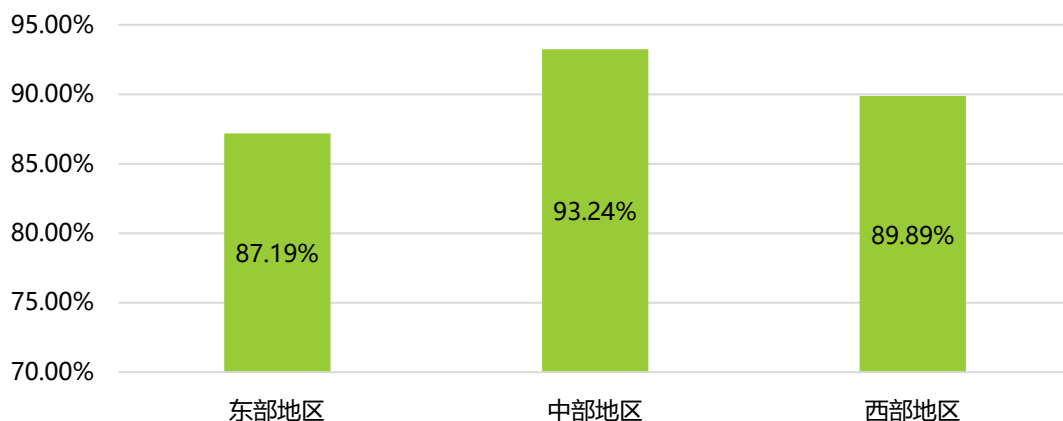


图4.2 不同地区对居家养老方式选择情况

2. 70岁及以下老人更青睐居家养老。从不同年龄段来看，60-69岁老人选择居家养老比例最高，占比93.27%，50-59岁选择居家养老的老人占比90.30%，而70岁及以上老人选择居家养老方式的相对偏低。

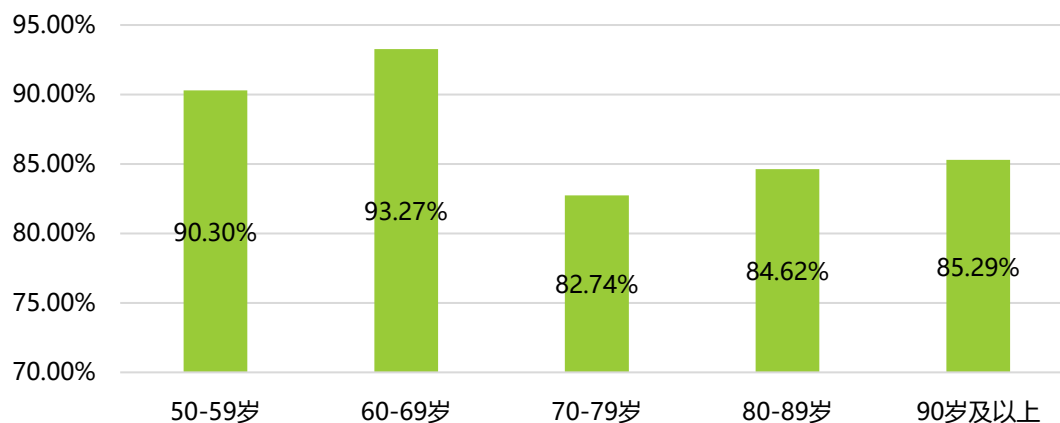


图4.3 不同年龄段对居家养老方式的选择情况

3. 自理能力高的老人多选择居家养老。从不同身体状况来看，生活能够自理的老人选择居家养老方式的越多，其次是主要依靠别人照顾的老人，需要部分照顾的老人选择居家养老的相对较少。

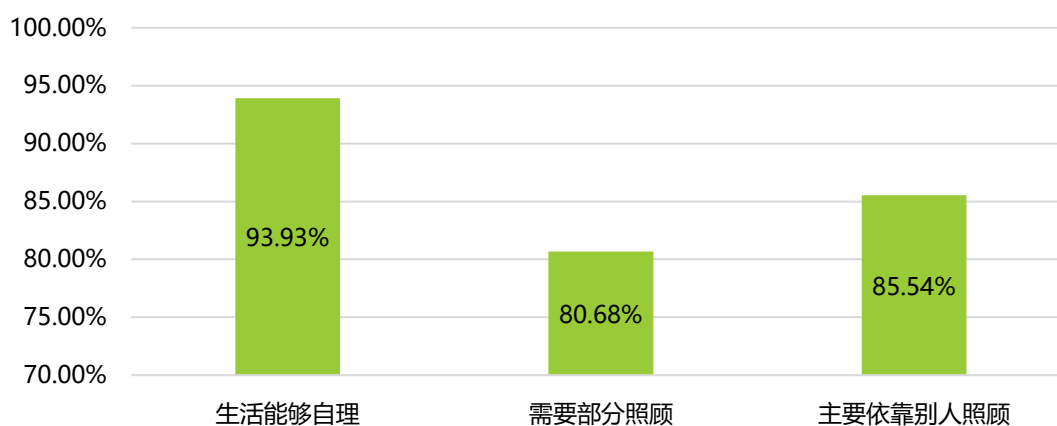


图4.4 不同身体状况对居家养老方式的选择情况

4. 教育程度越低越倾向于居家养老。从不同教育程度来看，初中及以下学历的老人选择居家养老的比例最高，其次

是高中或中专、大专、本科，硕士及以上教育水平较高的老人选择居家养老的相对最少。学历水平越高越能够接受机构养老模式，相反学历水平越低越倾向于居家养老。

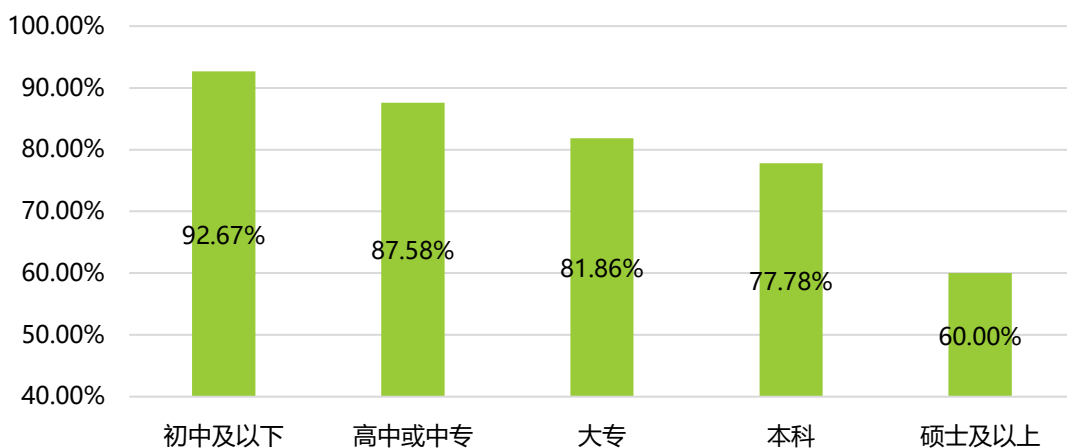


图4.5 不同身体状况对居家养老方式的选择情况

5. 低收入老人居家养老意愿强。收入水平会影响老人对养老方式的选择，月收入在 3000 元及以下的老人更多选择居家养老方式，而月收入水平在 8000 元及以上高收入的老人选择居家养老的相对较少，偏好机构养老的更多。

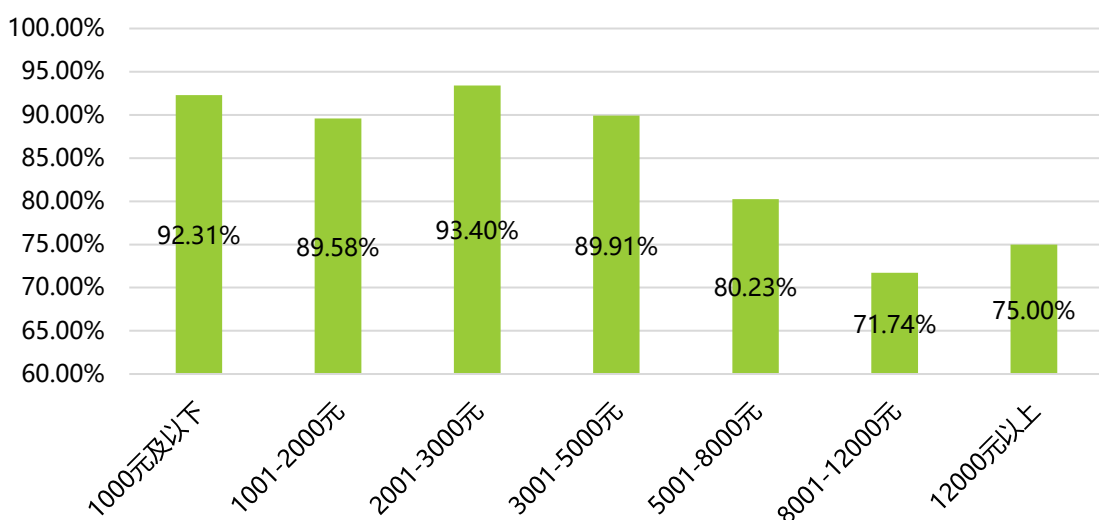


图4.6 不同月收入老人对居家养老的选择情况

(二) 居家养老的老人与配偶同住率高。

居家养老的老人主要与配偶同住。选择居家养老的老人与配偶同住比例最高，达到 40.65%，其次是与配偶及子女共同居住占比 23.95%，与子女同住占比 20.96%，独居比例相对较低为 12.82%，仅有 1.63%的老人与孙辈共同居住。

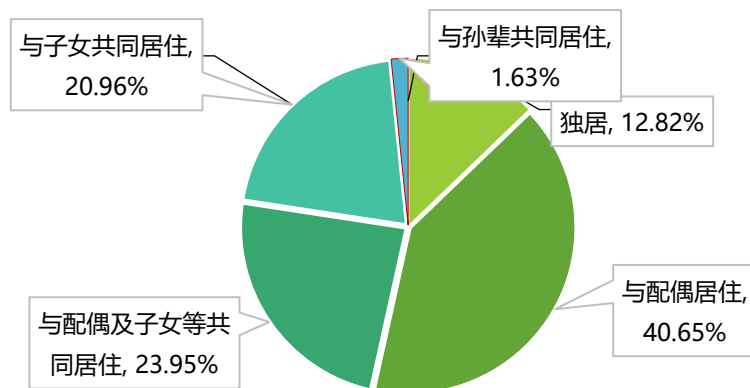


图4.7 居家养老的同住情况

1. 东部城市居家养老与配偶同住率高。从不同地区来看，东部地区居家养老的老人与配偶同住情况最多，而中部和西部城市选择居家养老的老人，实际与子女居住的比例更高。

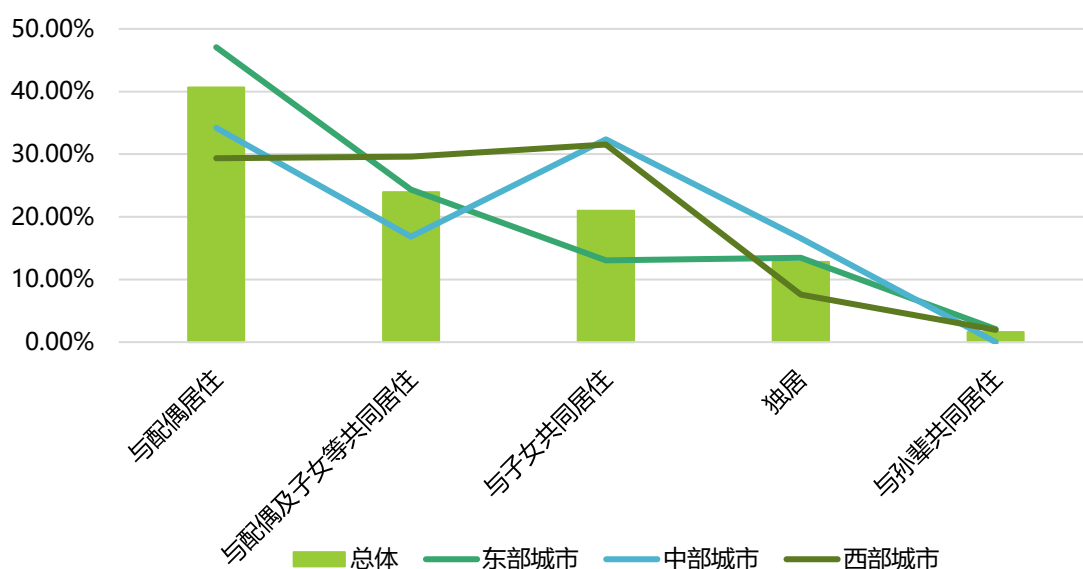


图4.8 不同地区居家养老的同住情况

2. 不同年龄居家同住情况存在差异。从不同年龄段来看，

90 岁及以上老人独居养老比例不低，69 岁及以下的老人与配偶居住比例更高，80-89 岁的老人更多选择与子女共同居住养老。

表4.1 不同年龄居家养老的同住情况

	50-59 岁	60-69 岁	70-79 岁	80-89 岁	90 岁及以上
独居	17.4%	12.6%	11.5%	8.4%	<b>31.0%</b>
与配偶居住	<b>47.1%</b>	<b>48.8%</b>	31.8%	10.4%	43.1%
与配偶及子女等共同居住	23.1%	21.7%	29.3%	24.7%	15.5%
与子女共同居住	10.7%	15.5%	25.4%	<b>54.5%</b>	10.3%
与孙辈共同居住	1.7%	1.4%	2.1%	1.9%	0.0%

3. 不同子女数量影响居家同住情况。从不同子女数量来看，独生子女家庭老人居家养老多是独居和与配偶同居，与子女同住比例最低，而拥有 3 个及以上孩子的老人更多选择与子女同住形式居家养老。

表4.2 不同子女数量居家养老的同住情况

	1 个	2 个	3 个及以上
独居	<b>16.2%</b>	11.2%	9.2%
与配偶居住	<b>49.1%</b>	39.8%	23.3%
与配偶及子女等共同居住	22.1%	25.4%	24.5%
与子女共同居住	11.8%	22.1%	<b>39.3%</b>
与孙辈共同居住	0.8%	1.6%	3.7%

4. 生活自理能力影响居家同住情况。从老人不同身体状

况来看，生活能够自理的老人更多选择独居和与配偶同居，而身体状况欠佳，主要依靠别人照顾的老人选择与配偶及子女和与子女共同居住的情况偏多。

表4.3 不同身体状况居家养老的同住情况

	生活能够自理	需要部分照顾	主要依靠别人照顾
独居	16.3%	10.5%	6.0%
与配偶居住	52.6%	34.4%	15.7%
与配偶及子女等共同居住	16.5%	27.4%	39.8%
与子女共同居住	13.2%	24.2%	37.9%
与孙辈共同居住	1.3%	3.5%	0.7%

### （三）熟悉的环境是居家养老核心驱动。

在熟悉环境中养老是最主要因素。希望在熟悉的环境中养老是老人选择居家养老最核心的因素，其次是身体条件允许在家养老，占比 52.57%，此外，家里人能够提供照顾也为老人居家养老提供条件。

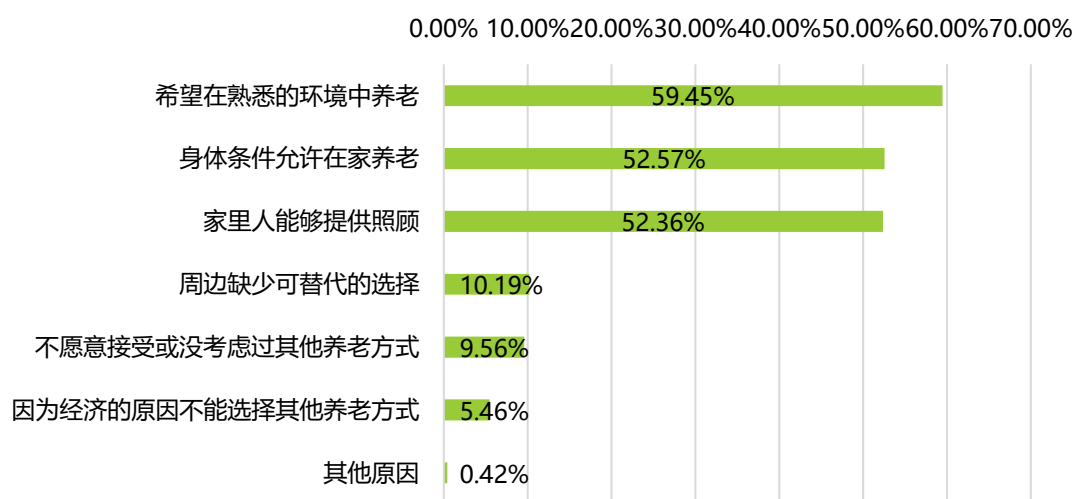


图4.9 选择居家养老的主要原因

1. 西部城市老人更期望在熟悉环境养老。从不同地区来

看，西部城市老人因期望在熟悉环境中养老比例最高，中部城市因家人能够提供照顾而居家养老的比例最高，东部城市老人多是因自己身体条件允许而选择居家养老。

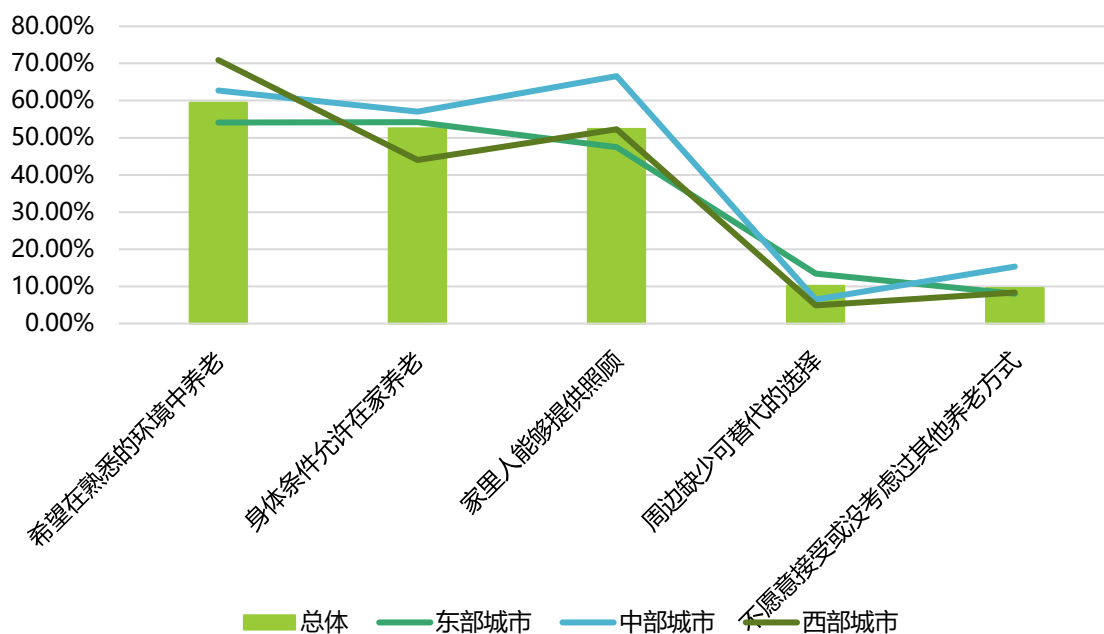


图4.10 不同地区居家养老的主要原因

2. 90岁及以上老人更期望在熟悉环境养老。从不同年龄来看，90岁以上老人居家养老主要原因是依赖熟悉环境，70岁-89岁老人家里人能够提供照顾，更倾向于居家养老。

表4.4 不同年龄居家养老的主要原因

	50-59岁	60-69岁	70-79岁	80-89岁	90岁及以上
希望在熟悉的环境中养老	53.7%	58.9%	61.3%	55.8%	74.1%
身体条件允许在家养老	43.0%	58.8%	51.7%	29.9%	29.3%
家里人能够提供照顾	30.6%	49.1%	61.3%	72.7%	20.7%
周边缺少可替代的选择	13.2%	10.3%	10.3%	9.7%	1.7%
不愿意接受或没考虑过其他养老方式	6.6%	8.9%	10.2%	18.2%	0.0%



因为经济的原因不能选择 其他养老方式	3.3%	3.9%	6.2%	16.9%	0.0%
其他原因	0.0%	0.4%	0.4%	1.3%	0.0%

3. 身体状况影响居家养老动因。从不同身体状况来看，生活能够自理的老人倾向居家养老的主要原因是身体条件允许以及希望在熟悉的环境中养老，而生活自理能力较弱的老人更多因家人能够提供照顾居家养老。

表4.5 不同身体状况居家养老的主要原因

	生活能够自理	需要部分照顾	主要依靠别人照顾
希望在熟悉的环境中养老	64.8%	45.9%	58.6%
身体条件允许在家养老	63.9%	49.6%	26.2%
家里人能够提供照顾	42.5%	52.9%	<b>77.4%</b>
周边缺少可替代的选择	8.3%	16.0%	9.5%
不愿意接受或没考虑过其他 养老方式	6.5%	14.0%	13.3%
因为经济的原因不能选择其 他养老方式	3.6%	5.2%	10.5%
其他原因	0.6%	0.0%	0.5%

4. 子女少的老人更期望在熟悉环境养老。从子女数量来看，仅拥有1个孩子的老人因期望在熟悉环境中养老的比例高，子女数量在3个及以上的老人，多因家里人能够提供照顾而希望在家中养老。

表4.6 不同子女数量居家养老的主要原因

	1个	2个	3个及以上
希望在熟悉的环境中养老	65.4%	55.0%	57.1%
身体条件允许在家养老	52.1%	54.0%	50.0%
家里人能够提供照顾	43.8%	56.9%	60.7%
周边缺少可替代的选择	9.5%	11.2%	9.2%
不愿意接受或没考虑过其他养老方式	8.6%	8.3%	15.0%
因为经济的原因不能选择其他养老方式	3.6%	6.6%	7.1%
其他原因	0.4%	0.2%	0.9%

#### （四）家政清洁等日常照料服务最急需。

居家养老对家政清洁、餐饮服务需求最大。从服务需求来看，居家养老的老人服务需求度最高的是家政、清洁等日常照料服务，占比 24.6%，其次是餐饮、老年饭桌等服务，再次是社会交往的服务需求。

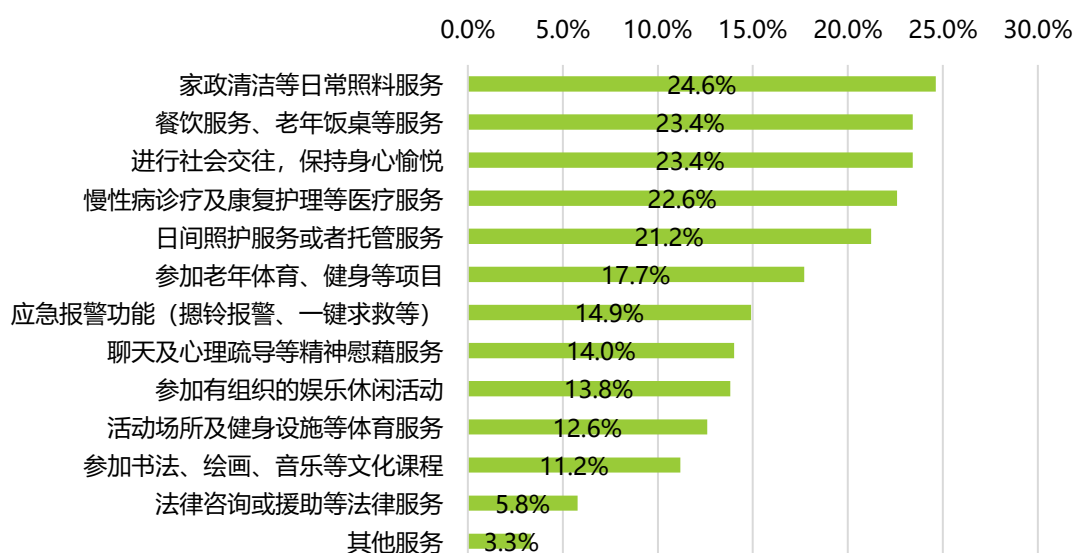


图4.11 居家养老的主要服务需求

1. 各地区对日常照料服务需求较均衡。从不同地区来看，东中西部地区老人对日常照料服务需求比较均衡，但值得关注的是，中部地区对慢性病诊疗及康复护理的医疗服务，以及保持社会交往、身心愉悦的服务需求较大。

表4.7 不同地区居家养老的服务需求

	东部	中部	西部
餐饮服务、老年饭桌等服务	24.4%	30.6%	13.9%
慢性病诊疗及康复护理等医疗服务	20.8%	<b>33.4%</b>	17.1%
应急报警功能（摁铃报警、一键求救等）	17.3%	12.4%	10.8%
日间照护服务或者托管服务	22.5%	22.8%	16.4%
家政清洁等日常照料服务	<b>24.0%</b>	<b>25.1%</b>	<b>25.9%</b>
活动场所及健身设施等体育服务	13.9%	12.7%	9.0%
参加有组织的娱乐休闲活动	14.2%	10.6%	15.9%
参加书法、绘画、音乐等文化课程	13.3%	6.0%	10.5%
参加老年体育、健身等项目	17.0%	17.6%	19.8%
进行社会交往，保持身心愉悦	19.3%	<b>30.1%</b>	28.4%
法律咨询或援助等法律服务	8.1%	1.0%	3.9%
聊天及心理疏导等精神慰藉服务	12.8%	15.8%	15.6%
其他服务	3.3%	0.5%	5.9%

2. 80-89岁老人对日常照料服务需求最大。从年龄来看，80-89岁老人对家政清洁等日常照料服务需求最大，其次是70-79岁老人，与此同时，70-89岁老人对日间照料和托管服务的需求也较大，90岁及以上老人对上述两项服务的需求相对较低。

表4.8 不同年龄居家养老服务需求

	50-59岁	60-69岁	70-79岁	80-89岁	90岁及以上
餐饮服务、老年饭桌等服务	15.7%	23.0%	25.0%	27.3%	22.4%
慢性病诊疗及康复护理等医疗服务	18.2%	20.3%	23.3%	39.0%	22.4%
应急报警功能（摁铃报警、一键求救等）	14.9%	14.0%	17.9%	14.9%	5.2%
日间照护服务或者托管服务	16.5%	17.4%	26.5%	<b>33.8%</b>	17.2%
家政清洁等日常照料服务	17.4%	23.7%	27.1%	<b>29.9%</b>	20.7%
活动场所及健身设施等体育服务	13.2%	13.0%	13.3%	9.7%	5.2%
参加有组织的娱乐休闲活动	18.2%	15.3%	13.2%	5.2%	6.9%
参加书法、绘画、音乐等文化课程	19.8%	11.6%	11.1%	3.9%	5.2%
参加老年体育、健身等项目	18.2%	21.3%	14.8%	7.1%	6.9%
进行社会交往，保持身心愉悦	20.7%	26.2%	23.3%	13.6%	6.9%
法律咨询或援助等法律服务	3.3%	6.4%	6.2%	3.2%	3.4%
聊天及心理疏导等精神慰藉服务	12.4%	14.4%	14.8%	12.3%	6.9%
其他服务	0.0%	3.9%	2.8%	3.2%	3.4%

3. 自理能力弱的老人对照料服务需求最大。从不同身体状况来，主要依靠别人照顾的老人对家政清洁等日常照料服务、慢性病诊疗及康复护理等医疗服务最急需，而自理能力较强的老人对体育、健身等项目以及保持身心愉悦的社会交往服务需求更大。

表4.9 不同身体状况养老服务需求

	生活能够自理	需要部分照顾	主要依靠别人照顾
餐饮服务、老年饭桌等服务	22.1%	22.7%	27.6%
慢性病诊疗及康复护理等医疗服务	16.3%	21.9%	<b>39.5%</b>
应急报警功能（摁铃报警、一键求救等）	13.7%	17.5%	15.7%
日间照护服务或者托管服务	13.1%	26.2%	<b>37.4%</b>
家政清洁等日常照料服务	20.5%	25.9%	<b>34.0%</b>
活动场所及健身设施等体育服务	16.6%	11.2%	3.6%
参加有组织的娱乐休闲活动	16.8%	15.7%	4.3%
参加书法、绘画、音乐等文化课程	13.0%	13.5%	4.3%
参加老年体育、健身等项目	<b>23.1%</b>	16.0%	5.5%
进行社会交往，保持身心愉悦	<b>29.7%</b>	15.5%	14.8%
法律咨询或援助等法律服务	5.4%	9.2%	3.3%
聊天及心理疏导等精神慰藉服务	13.6%	14.5%	14.8%
其他服务	4.1%	1.7%	2.9%

#### （五）居家养老所需服务并未充分满足。

超三成老人并未购买和使用所需服务。从不同居家老人所需服务满足情况来看，32.62%的老人没有购买过上述所需服务，老人购买和使用较多的服务分别是：家政清洁等日常照料服务（27.84%）、慢性病诊疗及康复护理等医疗服务（22.48%）和餐饮服务、老年饭桌等服务（20.59%）。

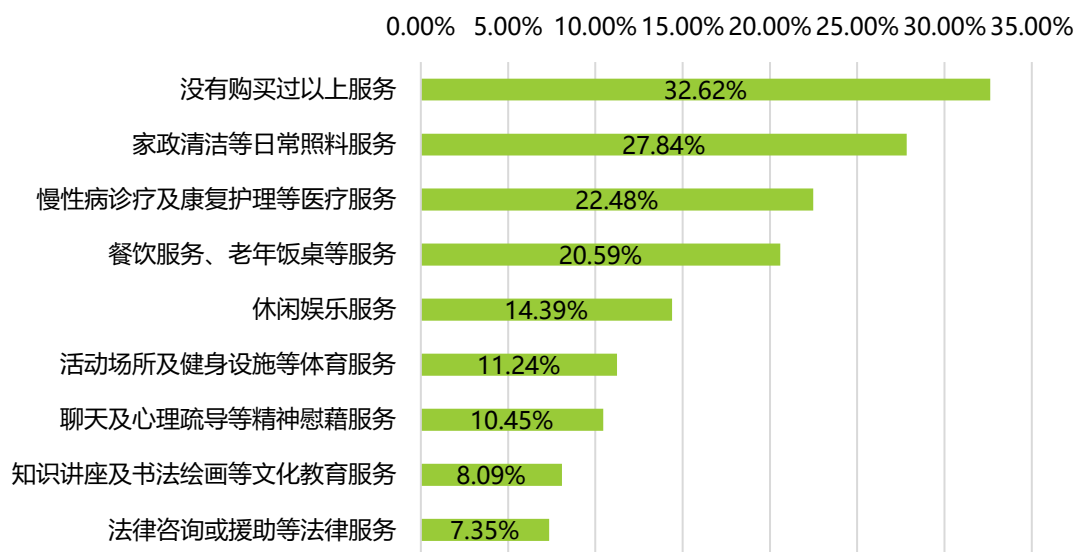


图4.12 购买使用过的居家养老服务

1. 中部老人服务需求满足程度较低。从不同地区居家养老服务满足情况来看，中部城市老人购买使用各类居家养老服务的比例最低，其中法律咨询或援助服务、知识讲座及书法绘画等文化教育服务和聊天及心理疏导等精神慰藉服务购买和使用率最低，而东部老人购买和使用服务比例较高。

表4.10 不同地区购买使用过的居家养老服务

	东部	中部	西部
餐饮服务、老年饭桌等服务	27.2%	7.8%	14.7%
慢性病诊疗及康复护理等医疗服务	23.5%	21.0%	21.0%
聊天及心理疏导等精神慰藉服务	12.4%	<b>2.1%</b>	13.2%
家政清洁等日常照料服务	28.2%	27.5%	27.1%
知识讲座及书法绘画等文化教育服务	11.5%	<b>0.5%</b>	6.1%
活动场所及健身设施等体育服务	14.4%	4.1%	9.3%
法律咨询或援助等法律服务	11.1%	<b>0.3%</b>	3.9%
休闲娱乐服务	17.1%	6.2%	14.7%
没有购买过以上服务	22.7%	<b>51.8%</b>	41.3%

2. 生活自理能力影响购买服务类型。从不同身体状况老人购买的服务类型来看，主要依靠别人照顾的老人购买家政清洁等日常照料服务以及慢性病诊疗及康复护理等医疗服务的较多，而生活自理能力较强的老人更愿意购买休闲娱乐服务。

表4.11 不同身体状况购买使用过的居家养老服务

	生活能够自理	需要部分照顾	主要依靠别人照顾
餐饮服务、老年饭桌等服务	20.7%	22.2%	18.8%
慢性病诊疗及康复护理等医疗服务	18.5%	25.9%	<b>29.5%</b>
聊天及心理疏导等精神慰藉服务	9.0%	15.5%	9.5%
家政清洁等日常照料服务	25.9%	25.4%	<b>35.0%</b>
知识讲座及书法绘画等文化教育服务	8.2%	12.7%	3.3%
活动场所及健身设施等体育服务	11.8%	15.0%	6.2%
法律咨询或援助等法律服务	6.5%	13.5%	3.8%
休闲娱乐服务	<b>17.5%</b>	16.5%	4.5%
没有购买过以上服务	35.2%	22.9%	35.2%

3. 80-89岁老人未购买服务比例最高。从不同年龄老人购买的服务情况来看，80-90岁老人没有购买过所需服务的比例最高，90岁以上老人购买和使用所需服务的比例最高。

表4.12 不同年龄购买使用过的居家养老服务

	50-59岁	60-69岁	70-79岁	80-89岁	90岁及以上
餐饮服务、老年饭桌等服务	19.0%	20.2%	22.4%	16.2%	25.9%
慢性病诊疗及康复护	14.9%	21.8%	24.4%	30.5%	10.3%



理等医疗服务					
聊天及心理疏导等精神慰藉服务	11.6%	11.4%	9.6%	7.1%	8.6%
家政清洁等日常照料服务	19.8%	28.0%	29.7%	27.9%	24.1%
知识讲座及书法绘画等文化教育服务	8.3%	8.3%	9.6%	2.6%	5.2%
活动场所及健身设施等体育服务	9.1%	12.3%	11.7%	6.5%	5.2%
法律咨询或援助等法律服务	12.4%	7.7%	6.8%	4.5%	3.4%
休闲娱乐服务	14.0%	16.6%	13.7%	5.8%	5.2%
没有购买过以上服务	32.2%	32.1%	32.7%	<b>38.3%</b>	25.9%

#### （六）居家养老服务收费合理性有待提升。

近五成老人对收费合理性存疑。当被问及居家养老服务收费合理性时，仅有 9.51% 的老人表示非常合理，45.60% 的老人表示比较合理，36.55% 的老人对收费合理性表示一般，认为不合理的比例达到 8.34%。

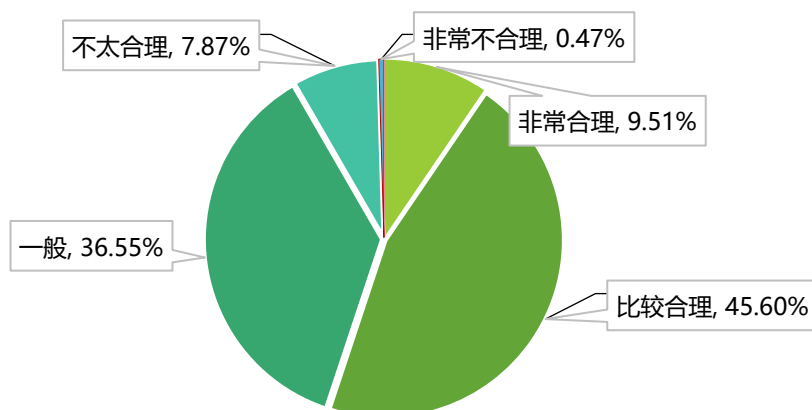


图4.13 居家养老服务收费合理性评价



1. 西部地区服务收费合理性评价最低。从不同地区来看，西部城市居家养老服务收费合理性评价最低，多数西部地区老人认为服务收费合理性一般，而中部地区的服务收费合理性评价相对较高。

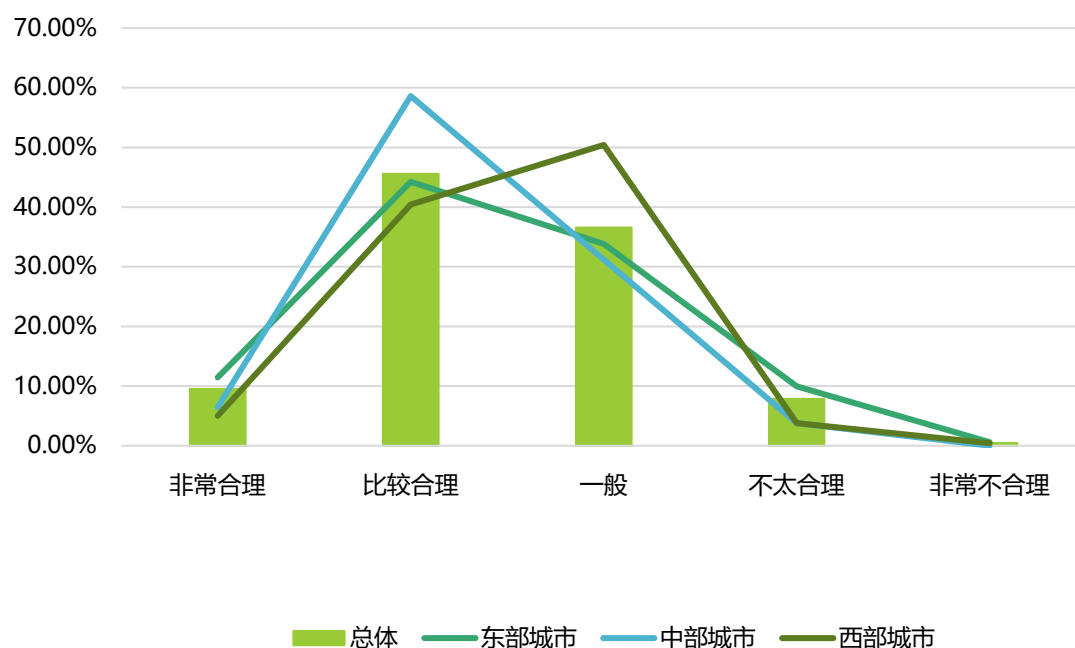


图4.14 不同地区居家养老服务收费合理性评价

2. 高收入群体对合理性评价较高。从不同收入来看，收入在12000元以上的高收入群体对居家养老服务收费合理性认同度较高，月均2001-3000元收入的老人对购买服务收费的合理性满意度最低。

表4.13 不同收入居家养老服务收费合理性评价

	1000元及以下	1001-2000元	2001-3000元	3001-5000元	5001-8000元	8001-12000元	12000元以上
非常合理	32.5%	9.6%	11.4%	7.7%	2.9%	6.9%	0.0%
比较合理	34.9%	45.9%	41.9%	48.4%	48.8%	41.4%	100.0%
一般	30.1%	40.7%	30.7%	36.5%	43.4%	48.3%	0.0%

	1000 元 及以下	1001-2 000 元	2001-300 0 元	3001-500 0 元	5001-800 0 元	8001-120 00 元	12000 元 以上
不太合理	2.4%	3.7%	15.1%	7.0%	4.5%	3.4%	0.0%
非常不合理	0.0%	0.0%	0.9%	0.4%	0.4%	0.0%	0.0%

### （七）居家养老服务质量满意度亟需提高。

居家养老服务质量满意度仍有提升空间。当被问及对居家养老服务质量满意度，仅有 12%的消费者对服务质量表示非常满意，比较满意的占比 51.75%，36.24%的消费者对居家养老服务质量表示一般或不满意，对质量水平存疑。

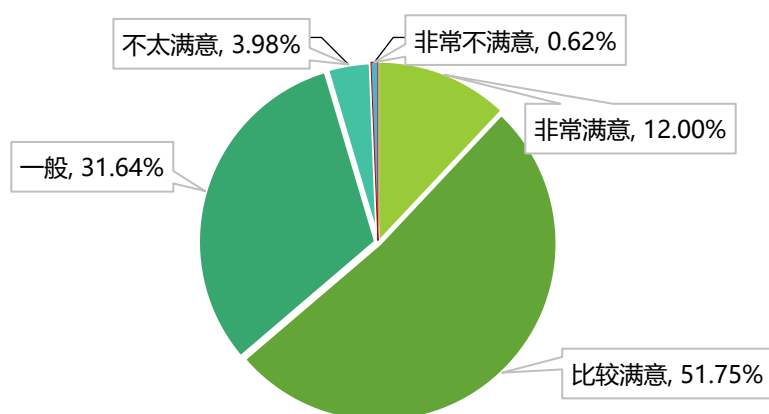


图4.15 居家养老服务质量满意度水平

西部城市服务质量满意度较低。从不同地区来看，西部城市消费者对居家养老服务质量满意度最低，仅为 48%，低于总体水平，而中部地区消费者对居家养老服务质量的满意度相对较高，满意度达到 78%。

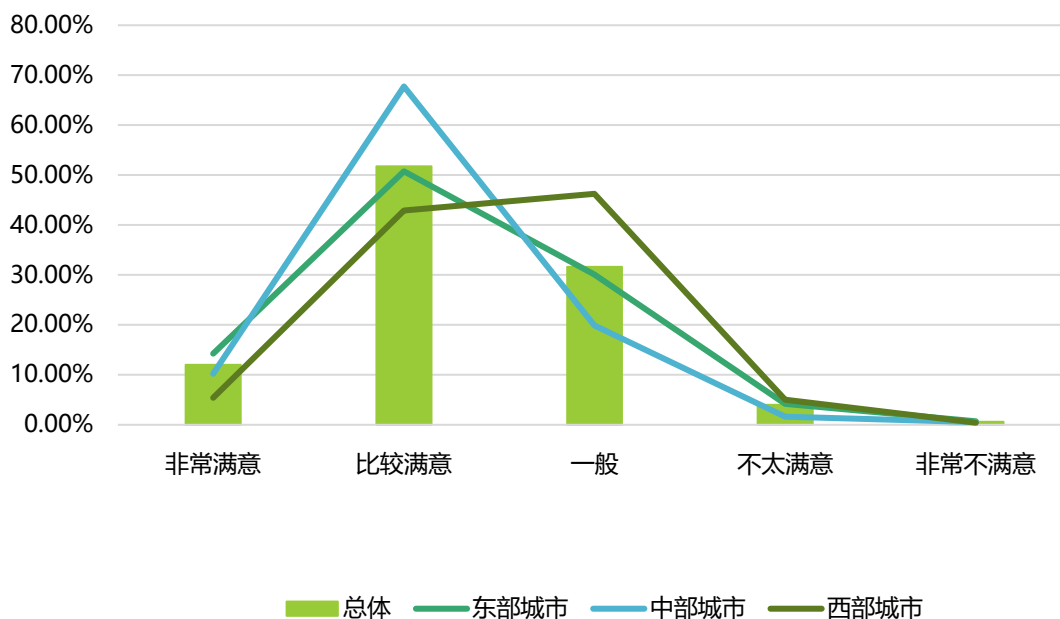


图4.16 不同地区居家养老服务质量满意度水平

(八) 养老服务价格不透明问题呼声强烈。

服务价格不透明问题凸显。消费者在购买居家养老服务过程中遇到的首要问题是价格不透明（29.3%），其次是获取过多个人信息（25.2%），亲情消费（23.1%）。

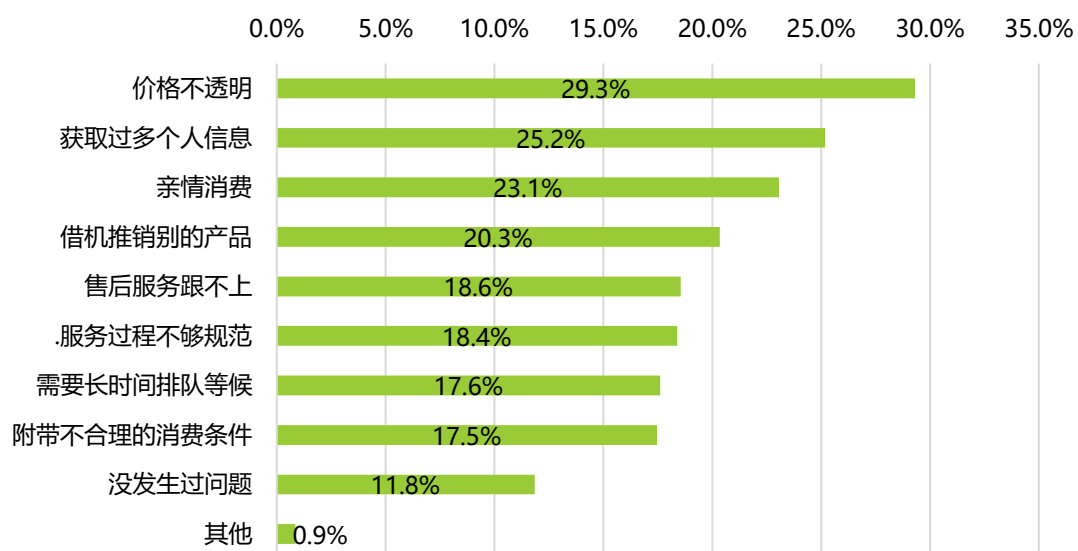


图4.17 购买居家养老服务遇到的问题

东部城市价格不透明问题关注度高。从不同地区来看，东部城市消费者遇到价格不透明问题比例更高，此外，东部城市对亲情消费、获取过多个人信息等养老服务问题呼声较多。

表4.14 不同收入居家养老服务收费合理性评价

	东部	中部	西部
价格不透明	30.6%	22.6%	30.0%
附带不合理的消费条件	19.8%	8.1%	16.3%
亲情消费	25.9%	11.3%	22.1%
借机推销别的产品	18.1%	14.5%	32.9%
获取过多个人信息	30.5%	15.1%	14.2%
服务过程不够规范	21.0%	12.4%	13.8%
需要长时间排队等候	18.1%	9.7%	22.1%
售后服务跟不上	21.5%	15.6%	10.4%
其他	0.9%	1.1%	0.4%
没发生过问题	5.4%	37.6%	15.0%

（九）与商家自行协商是主要维权手段。

消费者主要采取与商家自行协商维权。调查显示，当消费者遇到购买养老服务问题时，41.20%的人主要采取自行与商家协商解决的方式，20.34%的人会通过消费者协会等途径进行解决，15.47%的人选择由社区或街道出面解决。值得关注的是，仍有9.73%的消费者遇到问题时，选择不了了之。

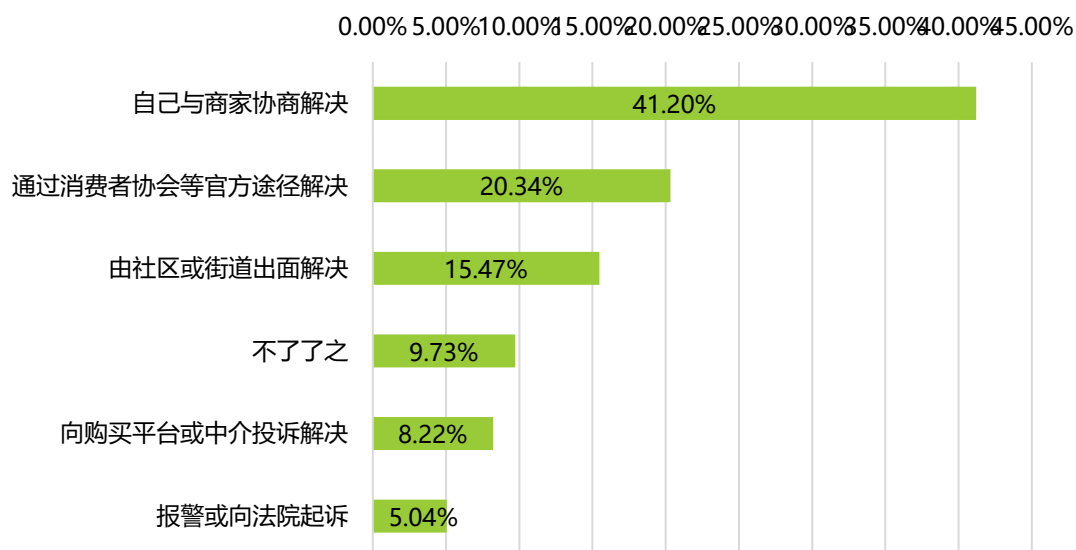


图4.18 居家养老服务问题解决方式

1. 中西部消费者更倾向自行协商维权。从不同地区来看，中部和西部城市消费者在遇到服务问题时，更偏向于自己与商家协商解决，而东部城市消费者通过消费者协会等途径解决的比例更高。

表4.15 不同地区居家养老服务问题解决方式

	东部	中部	西部
通过消协等官方途径解决	25.4%	6.0%	8.3%
由社区或街道出面解决	19.2%	5.2%	6.4%
自己与商家协商解决	36.4%	50.9%	54.9%
向购买平台或中介投诉解决	9.0%	2.6%	8.3%
报警或向法院起诉	4.1%	0.0%	11.8%
不了了之	5.9%	35.3%	10.3%

2. 教育程度会影响维权方式的选择。从学历水平来看，高中以下学历水平消费者选择自行与商家协商解决的较多，

而硕士以上高学历消费者通过消协等官方途径维护权益的比例更高。

表4.16 不同学历居家养老服务问题解决方式

	初中及以下	高中或中专	大专	本科	硕士及以上
通过消费者协会等官方途径解决	18.0%	21.0%	25.8%	14.3%	<b>40.0%</b>
由社区或街道出面解决	15.3%	15.6%	15.5%	17.1%	0.0%
自己与商家协商解决	<b>40.0%</b>	<b>44.9%</b>	34.2%	40.0%	20.0%
向购买平台或中介投诉解决	6.7%	8.0%	12.9%	8.6%	20.0%
报警或向法院起诉	5.3%	3.3%	7.1%	17.1%	0.0%
不了了之	<b>14.7%</b>	7.2%	4.5%	2.9%	20.0%

## 二、机构养老服务需求与评价

### （一）选择机构养老多因担心拖累子女家人。

担心麻烦子女是选择机构养老的主因。调查显示，选择机构养老的老人 70.04%出于不想麻烦子女或家人，其次，42.19%的老人观念上认同机构养老，29.11%老人受到宣传和口碑影响选择机构养老。

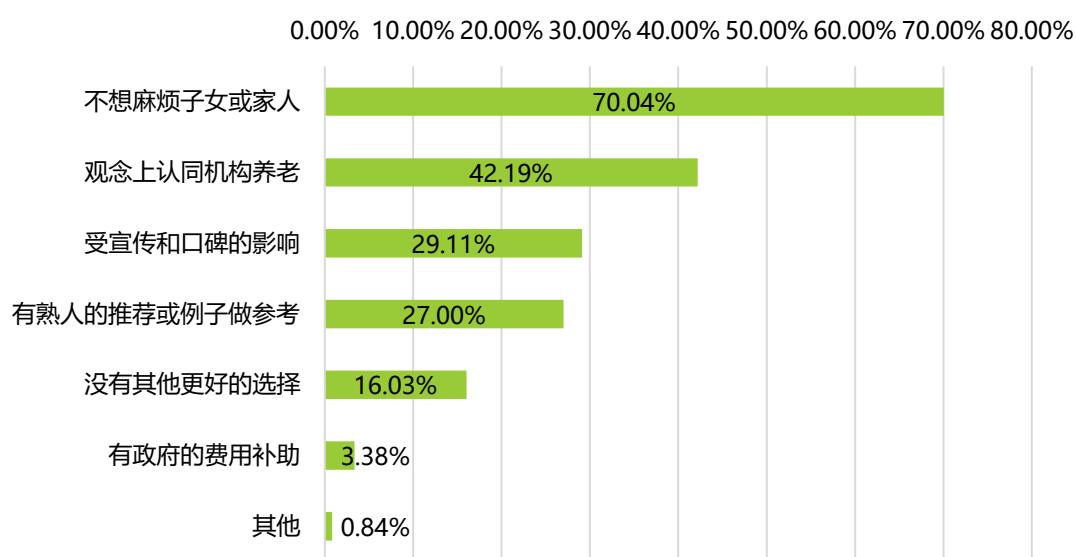


图4.19 选择机构养老的主要原因

1. 中部老人担心拖累子女选择机构养老比例高。从不同地区来看，中部城市老人因不想麻烦子女和家人选择去机构养老的比例最高，同时，中部城市老人对机构养老的认同度也最高。

表4.17 不同地区选择机构养老主要原因

	东部	中部	西部
观念上认同机构养老	42.3%	50.0%	37.0%
不想麻烦子女或家人	65.6%	92.9%	71.7%

受宣传和口碑的影响	33.7%	17.9%	19.6%
有熟人的推荐或例子做参考	29.4%	25.0%	19.6%
没有其他更好的选择	17.2%	14.3%	13.0%
有政府的费用补助	4.3%	0.0%	2.2%
其他	1.2%	0.0%	0.0%

2. 80-90岁选择机构养老多因拖累子女家人。从不同年龄来看，80-90岁的老人因不想麻烦子女或者家人而选择去机构养老的比例最高，同时，80-90岁的老人从观念上对机构养老认同度较高。

表4.18 不同年龄选择机构养老主要原因

	50-59岁	60-69岁	70-79岁	80-89岁	90岁及以上
观念上认同机构养老	15.4%	48.0%	40.5%	<b>50.0%</b>	30.0%
不想麻烦子女或家人	38.5%	70.7%	72.1%	<b>75.0%</b>	70.0%
受宣传和口碑的影响	46.2%	36.0%	25.2%	25.0%	10.0%
有熟人的推荐或例子做参考	53.8%	21.3%	26.1%	42.9%	0.0%
没有其他更好的选择	7.7%	17.3%	13.5%	25.0%	20.0%
有政府的费用补助	7.7%	2.7%	4.5%	0.0%	0.0%
其他	0.0%	0.0%	0.9%	3.6%	0.0%

3. 身体状况是影响选择机构养老的动因。从不同身体状况来看，生活自理能力较强的老人选择机构养老主要是主观上观念的认同，而生活自理能力较弱，主要依靠他人照顾的老人选择去机构养老原因较被动，主要是担心麻烦子女和家人。



表4.19 不同身体状况选择机构养老主要原因

	生活能够自理	需要部分照顾	主要依靠别人照顾
观念上认同机构养老	52.9%	36.5%	39.4%
不想麻烦子女或家人	65.7%	70.8%	<b>73.2%</b>
受宣传和口碑的影响	42.9%	27.1%	18.3%
有熟人的推荐或例子做参考	27.1%	25.0%	29.6%
没有其他更好的选择	2.9%	21.9%	21.1%
有政府的费用补助	1.4%	4.2%	4.2%
其他	0.0%	1.0%	1.4%

3. 高收入群体去机构养老多因不想拖累他人。从不同收入来看，收入水平越高的老人因担心拖累子女和家人而选择机构养老的比例越高。

表4.20 不同收入选择机构养老主要原因

	1000元及以下	1001-2000元	2001-3000元	3001-5000元	5001-8000元	8001-12000元	12000元以上
观念上认同机构养老	76.9%	28.0%	48.6%	34.6%	42.0%	69.2%	0.0%
不想麻烦子女或家人	23.1%	52.0%	62.9%	71.6%	<b>84.1%</b>	<b>84.6%</b>	<b>100.0%</b>
受宣传和口碑的影响	7.7%	20.0%	28.6%	22.2%	44.9%	30.8%	0.0%
有熟人的推荐或例子做参考	0.0%	32.0%	8.6%	27.2%	39.1%	23.1%	100.0%
没有其他更好的选择	15.4%	20.0%	11.4%	25.9%	8.7%	0.0%	0.0%
有政府的费用补助	0.0%	4.0%	2.9%	1.2%	4.3%	15.4%	0.0%
其他	76.9%	28.0%	48.6%	34.6%	42.0%	69.2%	0.0%

## （二）具备公办性质的机构更受青睐。

老人多选择有公办性质的养老机构。从不同性质来看，在公办转成民营的养老的人更多，占比 27.85%，其次是纯公办性质的养老机构，占比 25.74%。整体上，消费者对具有公办背景和性质的养老机构更偏好。

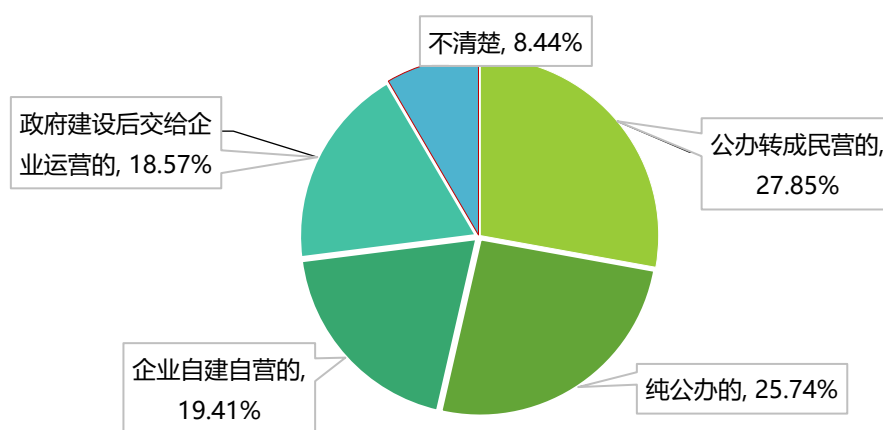


图4.20 所在养老机构的性质分布

东部群体对公办性质的养老机构更偏好。从不同地区来看，东部城市的老年群体对公办转成民营、纯公办、政府建设后交给企业运营的带有政府背景的机构偏好度更高。

表4.21 不同地区所在养老机构性质

	东部	中部	西部
纯公办的	27.6%	21.4%	21.7%
公办转成民营的	30.7%	14.3%	26.1%
政府建设后交给企业运营的	20.9%	3.6%	19.6%
企业自建自营的	16.0%	35.7%	21.7%
不清楚	4.9%	25.0%	10.9%

### （三）机构以医疗、日常生活服务为主。

机构主要为老人提供医疗和日常服务。从服务内容来看，养老机构提供的服务主要包括：医疗服务（诊疗、开药、输液、健康检查等），占比 81.86%，日常生活服务（吃饭、洗澡、清洁），占比 75.95%。

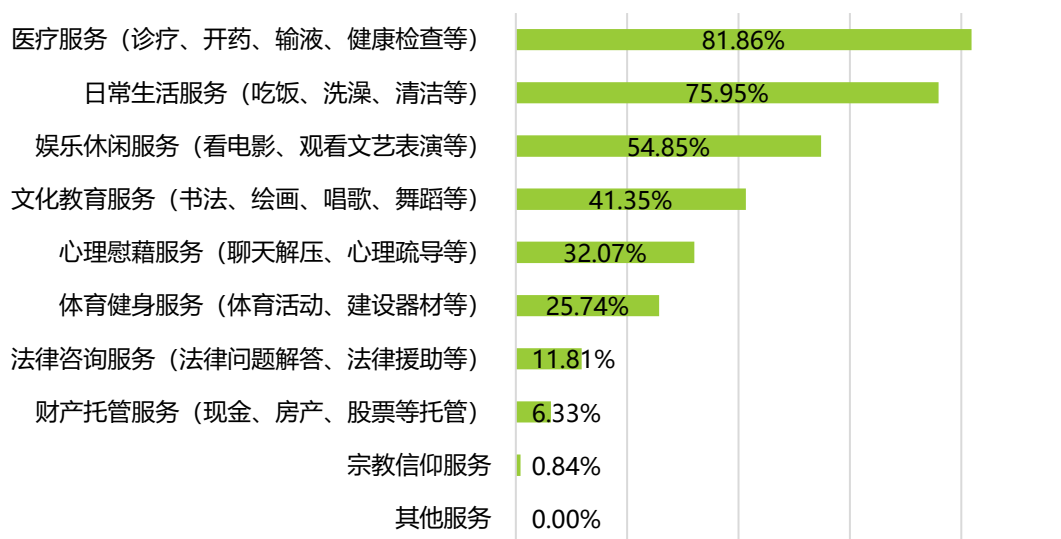


图4.21 养老机构提供的服务内容

1. 中部机构基本覆盖日常生活服务。从不同地区来看，中部城市养老机构提供日常生活服务比例最高，同时在文化教育服务、体育健身服务中部城市也最高，东部城市养老机构提供医疗服务的比例更高。

表4.22 不同地区养老机构提供的服务内容

	东部	中部	西部
日常生活服务（吃饭、洗澡、清洁等）	76.1%	100.0%	60.9%
医疗服务（诊疗、开药、输液、健康检查等）	85.3%	78.6%	71.7%
娱乐休闲服务（看电影、观看文艺表演等）	58.9%	57.1%	39.1%
文化教育服务（书法、绘画、唱歌、舞蹈等）	42.9%	60.7%	23.9%

心理慰藉服务（聊天解压、心理疏导等）	30.7%	42.9%	30.4%
财产托管服务（现金、房产、股票等托管）	7.4%	0.0%	6.5%
体育健身服务（体育活动、建设器材等）	20.2%	<b>67.9%</b>	19.6%
法律咨询服务（法律问题解答、法律援助等）	14.1%	3.6%	8.7%
宗教信仰服务	1.2%	0.0%	0.0%
其他服务	0.0%	0.0%	0.0%

2. 公办机构提供医疗和日常服务比例高。从不同机构性质来看，纯公办的养老机构能够提供医疗服务（诊疗、开药、输液、健康检查等）和日常生活服务（吃饭、洗澡、清洁）的比例最高。

表4.23 不同性质养老机构提供的服务内容

	纯公办的	公办转成民营的	政府建设后交给企业运营的	企业自建自营的	不清楚
日常生活服务（吃饭、洗澡、清洁等）	85.2%	74.2%	52.3%	82.6%	90.0%
医疗服务（诊疗、开药、输液、健康检查等）	90.2%	83.3%	65.9%	82.6%	85.0%
娱乐休闲服务（看电影、观看文艺表演等）	52.5%	50.0%	59.1%	67.4%	40.0%
文化教育服务（书法、绘画、唱歌、舞蹈等）	41.0%	39.4%	43.2%	45.7%	35.0%
心理慰藉服务（聊天解压、心理疏导等）	26.2%	34.8%	29.5%	43.5%	20.0%
财产托管服务（现金、房产、股票等托管）	1.6%	3.0%	20.5%	6.5%	0.0%
体育健身服务（体育活	26.2%	18.2%	34.1%	26.1%	30.0%

动、建设器材等)					
法律咨询服务(法律问题解答、法律援助等)	11.5%	9.1%	18.2%	13.0%	5.0%
宗教信仰服务	1.6%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%
其他服务	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

#### (四) 养老机构医疗服务提升空间最大。

机构医疗服务水平最需提升。从服务内容来看，消费者对养老机构医疗服务水平提升需求最大，占比 51.48%，其次是娱乐休闲服务，占比 35.02%，日常生活服务，占比 31.65%。

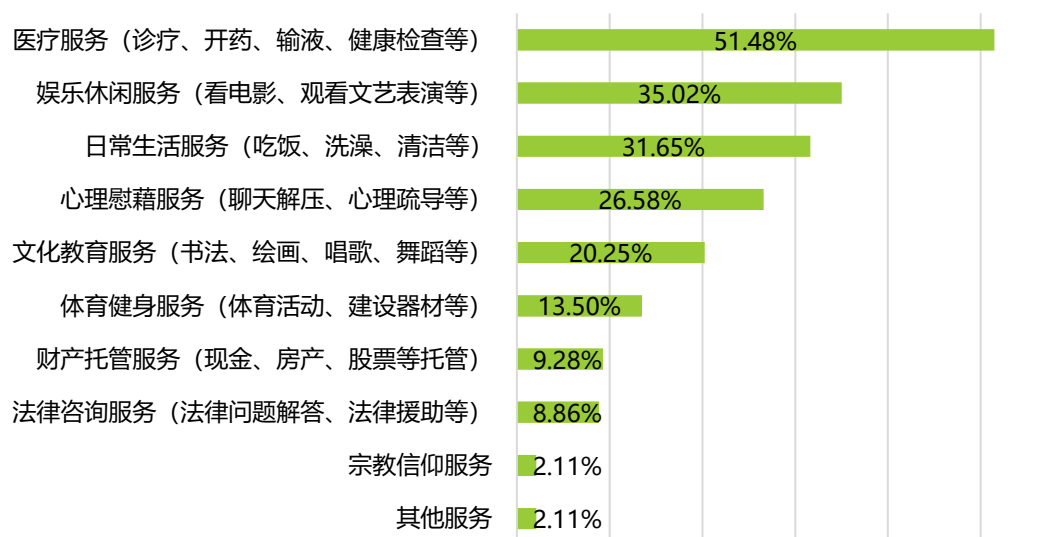


图4.22 养老机构需提升的服务内容

1. 不同地区需提升服务内容存在差异。从不同地区来看，中部地区消费者对日常生活服务内容提升需求最大，东部地区消费者对医疗服务水平关切度较高，而西部地区消费者认为文化教育、法律咨询等方面的服务亟待提升。

表4.24 不同地区养老机构需提升的服务内容

	东部	中部	西部
日常生活服务（吃饭、洗澡、清洁等）	30.1%	<b>50.0%</b>	26.1%
医疗服务（诊疗、开药、输液、健康检查等）	<b>57.7%</b>	21.4%	47.8%
娱乐休闲服务（看电影、观看文艺表演等）	38.0%	14.3%	37.0%
文化教育服务（书法、绘画、唱歌、舞蹈等）	19.0%	17.9%	<b>26.1%</b>
心理慰藉服务（聊天解压、心理疏导等）	26.4%	32.1%	23.9%
财产托管服务（现金、房产、股票等托管）	11.0%	0.0%	8.7%
体育健身服务（体育活动、建设器材等）	15.3%	10.7%	8.7%
法律咨询服务（法律问题解答、法律援助等）	8.6%	0.0%	<b>15.2%</b>
宗教信仰服务	3.1%	0.0%	0.0%
其他服务	1.2%	0.0%	6.5%

2. 不同性质机构需提升服务内容存在差异。从不同性质的机构来看，消费者认为企业自建自营型机构在日常生活服务方面提升空间较大，公办转成民营型机构在医疗服务方面有待提升，政府建设企业运营型机构的娱乐休闲服务需改进，纯公办机构的体育健身服务需提高。

表4.25 不同性质养老机构需提升的服务内容

	纯公办的	公办转成民营的	政府建设后交给企业运营的	企业自建自营的	不清楚
日常生活服务（吃饭、洗澡、清洁等）	39.3%	16.7%	15.9%	<b>43.5%</b>	65.0%
医疗服务（诊疗、开药、输液、健康检查等）	50.8%	<b>59.1%</b>	50.0%	52.2%	30.0%

娱乐休闲服务（看电影、观看文艺表演等）	39.3%	31.8%	<b>50.0%</b>	30.4%	10.0%
文化教育服务（书法、绘画、唱歌、舞蹈等）	18.0%	15.2%	36.4%	17.4%	15.0%
心理慰藉服务（聊天解压、心理疏导等）	26.2%	24.2%	29.5%	26.1%	30.0%
财产托管服务（现金、房产、股票等托管）	6.6%	6.1%	18.2%	6.5%	15.0%
体育健身服务（体育活动、建设器材等）	<b>19.7%</b>	13.6%	11.4%	13.0%	0.0%
法律咨询服务（法律问题解答、法律援助等）	6.6%	9.1%	4.5%	15.2%	10.0%
宗教信仰服务	3.3%	0.0%	2.3%	0.0%	10.0%
其他服务	1.6%	1.5%	0.0%	6.5%	0.0%

3. 不同年龄老人提升服务需求不同。从不同年龄来看，90岁以上老人更关注日常生活服务水平提升，60-79岁老人对医疗服务水平提升需求较大，60岁以下年轻的老人对娱乐性服务和财产托管服务水平更为关切。

表4.26 不同年龄养老机构需提升的服务内容

	50-59岁	60-69岁	70-79岁	80-89岁	90岁及以上
日常生活服务（吃饭、洗澡、清洁等）	15.4%	26.7%	35.1%	32.1%	<b>50.0%</b>
医疗服务（诊疗、开药、输液、健康检查等）	46.2%	<b>57.3%</b>	<b>54.1%</b>	32.1%	40.0%
娱乐休闲服务（看电影、	<b>61.5%</b>	48.0%	27.9%	21.4%	20.0%

观看文艺表演等)					
文化教育服务(书法、 绘画、唱歌、舞蹈等)	23.1%	29.3%	13.5%	21.4%	20.0%
心理慰藉服务(聊天解 压、心理疏导等)	15.4%	18.7%	29.7%	<b>42.9%</b>	20.0%
财产托管服务(现金、 房产、股票等托管)	<b>30.8%</b>	8.0%	5.4%	17.9%	10.0%
体育健身服务(体育活 动、建设器材等)	7.7%	13.3%	16.2%	10.7%	0.0%
法律咨询服务(法律问 题解答、法律援助等)	7.7%	5.3%	9.9%	17.9%	0.0%
宗教信仰服务	7.7%	0.0%	0.0%	10.7%	10.0%
其他服务	0.0%	0.0%	1.8%	10.7%	0.0%

4. 不同自理能力对服务提升需求不同。从不同身体状况来看，生活能够自理的老人认为机构日常生活服务水平有待提升，需要部分照顾的老人更加关注医疗服务水平质量，主要依靠别人照顾的老人对心理慰藉服务水平和质量更关注。

表4.27 不同身体状况养老机构需提升的服务内容

	生活能够自理	需要部分照顾	主要依靠别人 照顾
日常生活服务(吃饭、洗澡、清洁 等)	37.1%	28.1%	31.0%
医疗服务(诊疗、开药、输液、健 康检查等)	51.4%	<b>56.3%</b>	45.1%
娱乐休闲服务(看电影、观看文艺 表演等)	37.1%	42.7%	22.5%
文化教育服务(书法、绘画、唱歌、	11.4%	26.0%	21.1%



	生活能够自理	需要部分照顾	主要依靠别人照顾
舞蹈等)			
心理慰藉服务(聊天解压、心理疏导等)	17.1%	25.0%	<b>38.0%</b>
财产托管服务(现金、房产、股票等托管)	11.4%	6.3%	11.3%
体育健身服务(体育活动、建设器材等)	5.7%	19.8%	12.7%
法律咨询服务(法律问题解答、法律援助等)	2.9%	8.3%	15.5%
宗教信仰服务	1.4%	2.1%	2.8%
其他服务	0.0%	1.0%	5.6%

#### (五) 养老机构服务收费合理性有待提升。

消费者对养老机构收费合理性存疑。调查显示, 52.74%的消费者认为养老机构的收费合理, 37.13%的消费者认为收费合理性一般, 不太合理占比 8.86%, 非常不合理占比 1.27%, 整体上看, 对收费合理性评价相对不高。

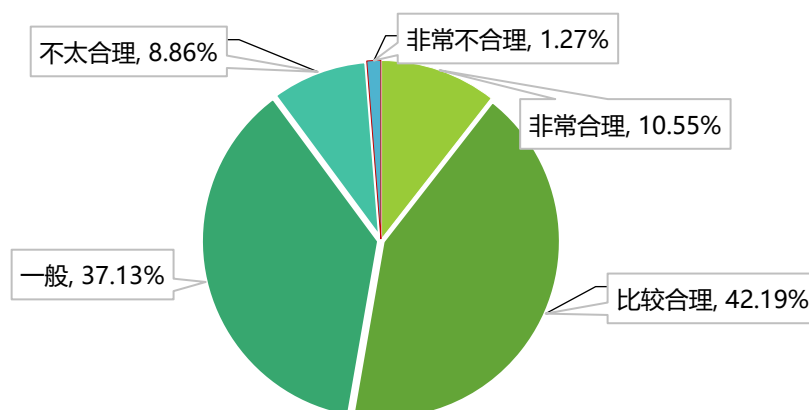


图4.23 养老机构收费合理性评价

1. 西部城市对收费合理性评价最低。从不同地区来看，西部城市对养老机构收费合理性认同度最低，东部地区的消费者对养老机构收费合理性评价相对较高。

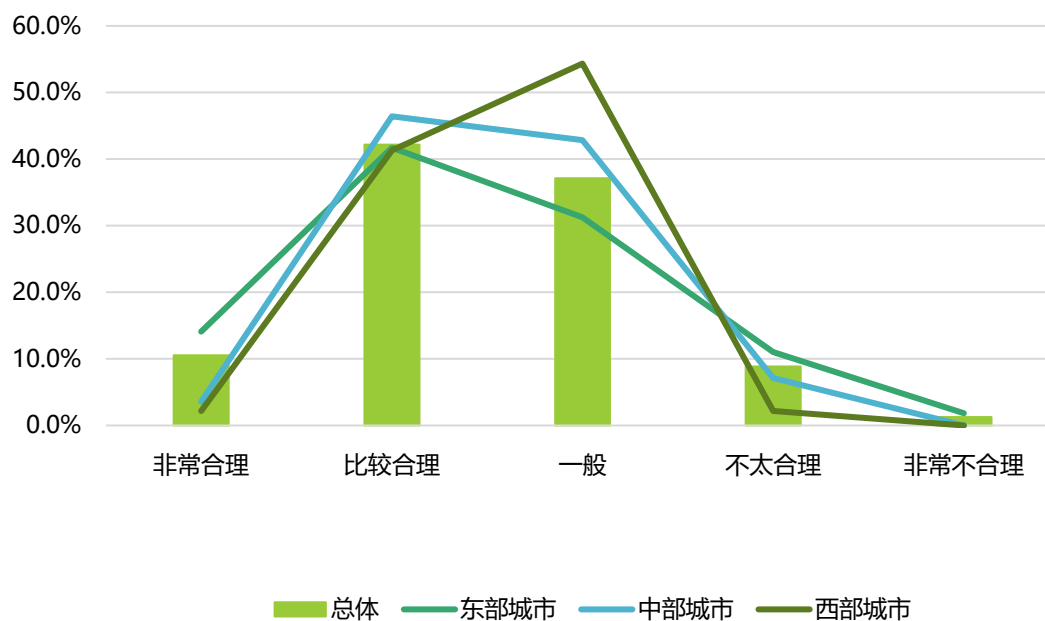


图4.24 不同地区养老机构收费合理性评价

2. 政府建设后交给企业运营机构收费评价最低。从不同性质养老机构来看，消费者对政府建设后交给企业运营的养老机构收费的合理性评价较低，质疑比例较高。

表4.28 不同性质机构收费合理性评价

	纯公办的	公办转成民营的	政府建设后交给企业运营的	企业自建自营的	不清楚
非常合理	13.1%	7.6%	13.6%	8.7%	10.0%
比较合理	42.6%	54.5%	20.5%	52.2%	25.0%
一般	36.1%	33.3%	40.9%	30.4%	60.0%
不太合理	8.2%	4.5%	<b>20.5%</b>	8.7%	0.0%
非常不合理	0.0%	0.0%	<b>4.5%</b>	0.0%	5.0%

3. 不同收入对收费合理性评价不同。从不同收入来看，月收入 12000 元以上群体对收费合理性认同度较高，而 2000-3000 元消费人群对收费合理性评价最低。

表4.29 不同收入对收费合理性评价

	1000 元及以下	1001-2000 元	2001-3000 元	3001-5000 元	5001-8000 元	8001-12000 元	12000 元以上
非常合理	32.5%	9.6%	11.4%	7.7%	2.9%	6.9%	0.0%
比较合理	34.9%	45.9%	41.9%	48.4%	48.8%	41.4%	100.0%
一般	30.1%	40.7%	30.7%	36.5%	43.4%	48.3%	0.0%
不太合理	2.4%	3.7%	15.1%	7.0%	4.5%	3.4%	0.0%
非常不合理	0.0%	0.0%	0.9%	0.4%	0.4%	0.0%	0.0%

#### （六）养老机构服务质量满意度需提升。

六成消费者对养老机构服务满意。调查显示，消费者对养老机构服务表示非常满意的占比 12.24%，比较满意占比 49.79%，其中认为服务一般的比例为 29.54%，不满意的比例达到 8.44%，整体满意度仍有进一步提升空间。

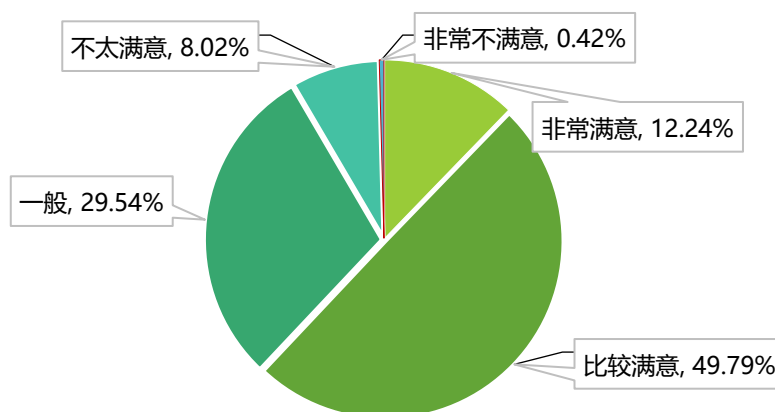


图4.25 养老机构服务质量满意度

1. 中部城市服务质量满意度最高。从不同地区来看，中

部城市消费者对养老机构服务质量满意度相对最高，而东部城市消费者对服务质量满意度相对较低。

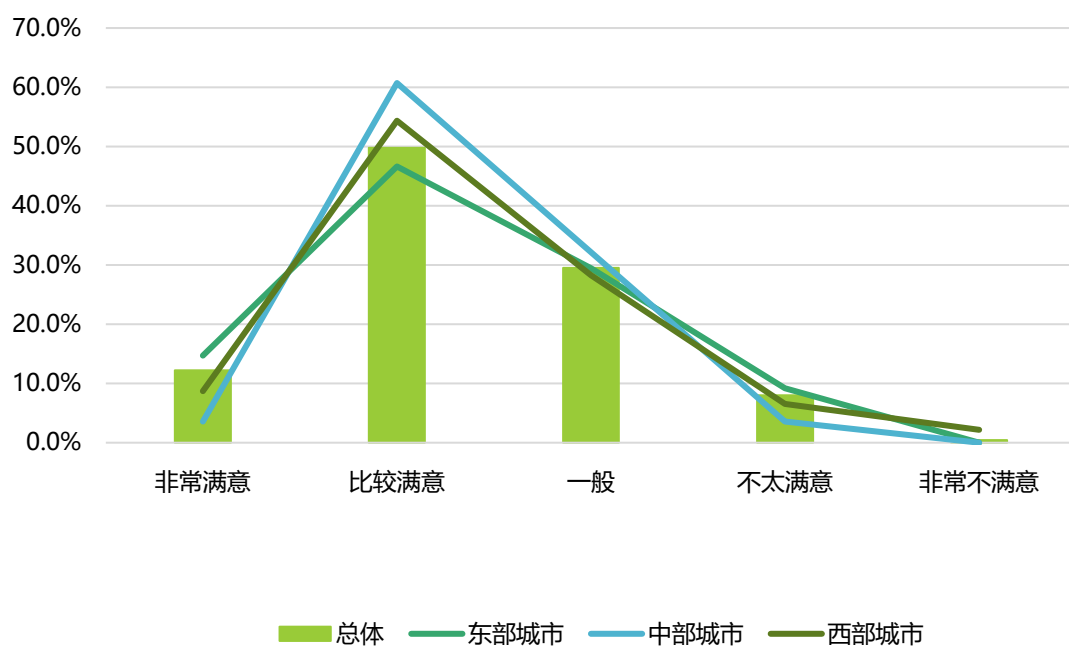


图4.26 不同地区养老机构服务质量满意度

2. 公办养老机构服务质量得到认可。从不同性质机构来看，消费者对纯公办养老机构的服务质量满意度相对最高，对于政府建设后交给企业运营养老机构的服务满意度水平相对较低。

表4.30 不同收入对服务质量满意度

	纯公办的	公办转成 民营的	政府建设 后交给企 业运营的	企业自建 自营的	不清楚
非常满意	11.5%	15.2%	13.6%	8.7%	10.0%
比较满意	62.3%	56.1%	27.3%	50.0%	40.0%
一般	21.3%	21.2%	43.2%	32.6%	45.0%
不太满意	4.9%	6.1%	15.9%	8.7%	5.0%
非常不满意	0.0%	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%

3. 不同年龄对服务质量满意度存在差异。从不同年龄老人来看,60岁以下年轻老人对养老机构服务质量满意度相对较低,80-89岁老人对养老机构服务质量满意度相对较高。

表4.31 不同年龄对服务质量满意度

	50-59岁	60-69岁	70-79岁	80-89岁	90岁及以上
非常满意	23.1%	17.3%	9.0%	7.1%	10.0%
比较满意	15.4%	41.3%	53.2%	71.4%	60.0%
一般	46.2%	30.7%	30.6%	17.9%	20.0%
不太满意	15.4%	9.3%	7.2%	3.6%	10.0%
非常不满意	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%

#### (七) 食品安全、费用乱调问题亟需解决。

食品安全、费用乱调问题需关注。调查显示,养老机构消费者遇到的主要服务问题是:食品安全事故,占比26.58%,随意增加或调整费用,占比26.16%,摔倒等人身安全事故,占比24.47%。

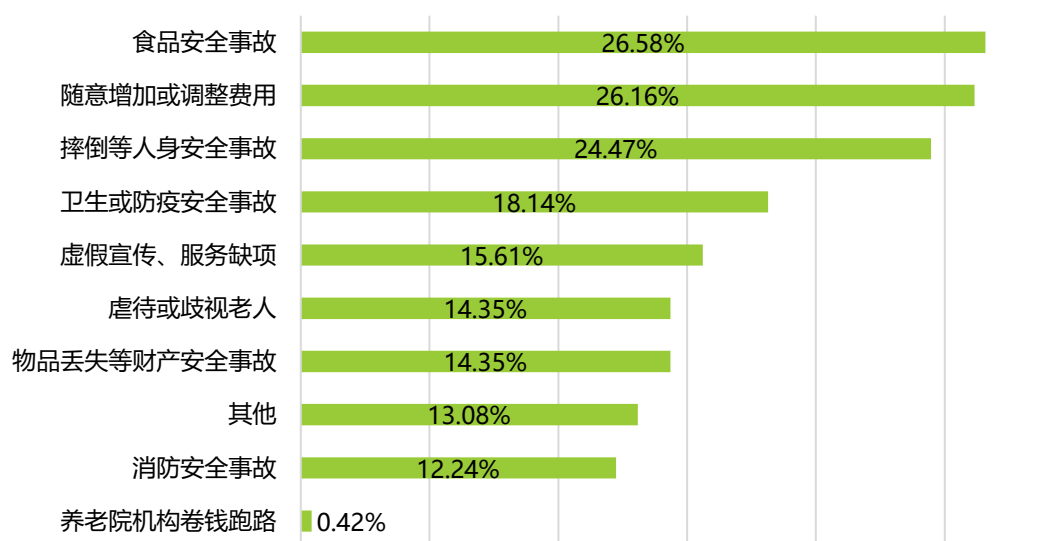


图4.27 遇到的养老机构服务问题

1. 不同地区养老机构服务问题存在差异。从不同地区来看，东部消费者对随意增加或调整费用、食品安全事故、摔倒等人身安全事故较为关注，西部地区消费者遇到虐待老人或歧视老人问题比例较高。

表4.32 不同地区养老服务问题

	东部	中部	西部
随意增加或调整费用	30.7%	21.4%	13.0%
食品安全事故	31.3%	14.3%	17.4%
摔倒等人身安全事故	28.8%	10.7%	17.4%
虐待或歧视老人	12.9%	0.0%	28.3%
消防安全事故	16.6%	0.0%	4.3%
卫生或防疫安全事故	20.2%	14.3%	13.0%
物品丢失等财产安全事故	17.2%	7.1%	8.7%
虚假宣传、服务缺项	17.8%	14.3%	8.7%
养老院机构卷钱跑路	0.0%	0.0%	2.2%
其他	7.4%	21.4%	28.3%

2. 不同性质养老机构服务问题存在差异。从不同性质的养老机构来看，纯公办养老机构随意增加或调整费用比例最高，公办转成民营的机构食品安全事故较多，政府建设后交给企业运营的人身安全事故比例较高，企业自建自营机构存在虚假宣传、服务缺项问题相对较多。

表4.33 不同性质机构养老服务问题

	纯公办的	公办转成 民营的	政府建设 后交给企 业运营的	企业自建 自营的	不清楚
随意增加或调整费用	34.4%	27.3%	18.2%	19.6%	30.0%
食品安全事故	36.1%	37.9%	20.5%	15.2%	0.0%
摔倒等人身安全事故	27.9%	18.2%	38.6%	17.4%	20.0%
虐待或歧视老人	16.4%	6.1%	20.5%	15.2%	20.0%
消防安全事故	11.5%	13.6%	22.7%	6.5%	0.0%
卫生或防疫安全事故	19.7%	16.7%	31.8%	13.0%	0.0%
物品丢失等财产安全 事故	11.5%	12.1%	20.5%	15.2%	15.0%
虚假宣传、服务缺项	13.1%	12.1%	11.4%	21.7%	30.0%
养老院机构卷钱跑路	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%
其他	9.8%	9.1%	0.0%	28.3%	30.0%

#### （八）养老机构积极处理消费者权益问题。

服务问题以养老机构积极处理为主。目前，养老机构消费者在遇到服务问题，主要是通过养老机构积极处理来解决，占比 45.57%，其中政府出面调解占比 14.35%，通过消费者权益渠道解决占比为 12.66%。

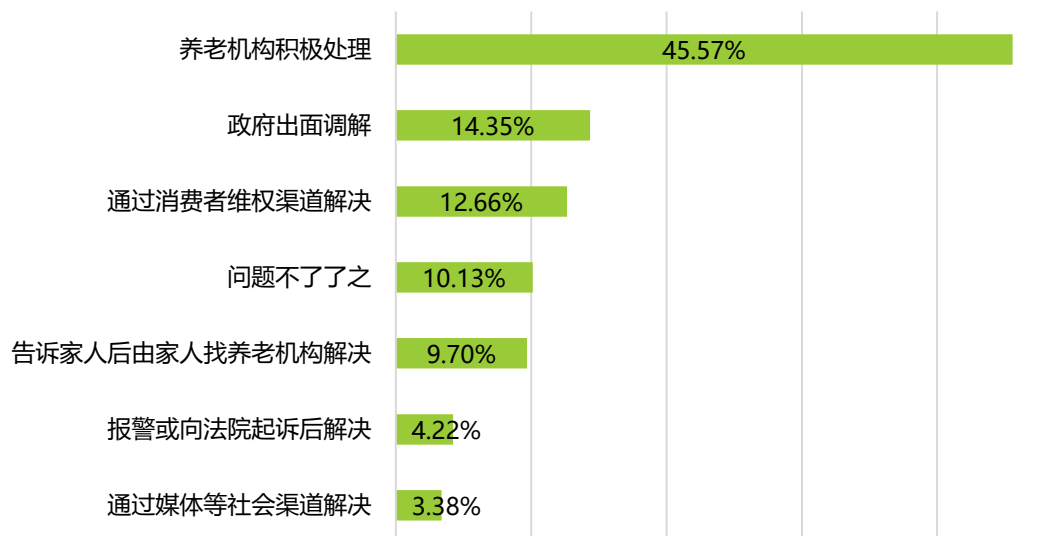


图4.28 养老机构服务问题解决方式

1. 中部消费者依靠机构自行解决问题。从不同地区来看，中部城市通过政府、消费者维权渠道等社会力量解决问题比例较低，主要依靠养老机构协商解决，问题不了了之的比例也相对较高。

表4.34 不同地区养老机构服务问题解决方式

	东部	中部	西部
养老机构积极处理	45.4%	<b>50.0%</b>	43.5%
政府出面调解	16.0%	0.0%	17.4%
通过消费者维权渠道解决	13.5%	0.0%	17.4%
报警或向法院起诉后解决	6.1%	0.0%	0.0%
通过媒体等社会渠道解决	3.1%	0.0%	6.5%
告诉家人后由家人找养老机构解决	7.4%	<b>28.6%</b>	6.5%
问题不了了之	8.6%	<b>21.4%</b>	8.7%

2. 不同机构性质影响问题解决方式。从不同性质的机构来看，具有公办背景性质的养老机构积极处理问题的比例更



高，而企业自建自营型机构服务问题发生后，不了了之的比例相对更高。

表4.35 不同地区养老机构服务问题解决方式

	政府建设				
	纯公办的	公办转成 民营的	后交给企 业运营的	企业自建 自营的	不清楚
养老机构积极处理	52.5%	51.5%	36.4%	41.3%	35.0%
政府出面调解	21.3%	16.7%	18.2%	2.2%	5.0%
通过消费者维权渠道 解决	8.2%	19.7%	18.2%	8.7%	0.0%
报警或向法院起诉后 解决	0.0%	3.0%	13.6%	4.3%	0.0%
通过媒体等社会渠道 解决	1.6%	3.0%	6.8%	4.3%	0.0%
告诉家人后由家人找 养老机构解决	9.8%	0.0%	4.5%	19.6%	30.0%
问题不了了之	6.6%	6.1%	2.3%	<b>19.6%</b>	30.0%

### 三、老年商品购买需求与认知

（一）食品、服装和保健品是购买率最高的品类。

购买过老年食品的消费者最多。从各类老年商品来看，消费者实际购买过最多的是老年食品，占比 56.47%，其次是服装服饰（39.42%）、保健品（35.17%）、健康管理产品（血糖仪、血压仪、智能监测设备等，26.86%）。

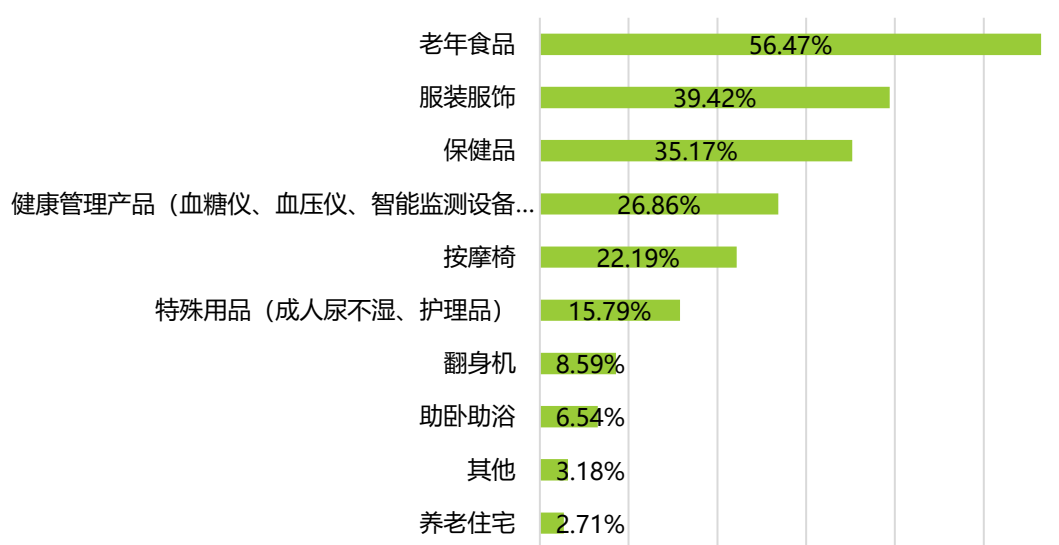


图4.29 购买过的老年商品

1. 中部地区老人更青睐老年食品。从不同地区来看，中部地区老人购买过老年食品的比例最高，此外，中部消费者对服装服饰、保健品以及健康管理产品偏好度较高。

表4.36 不同地区购买过的老年商品

	东部	中部	西部
老年食品	53.3%	<b>76.1%</b>	47.5%
服装服饰	28.1%	<b>58.0%</b>	54.3%
翻身机	10.1%	1.2%	11.0%
按摩椅	26.2%	12.8%	19.6%

助卧助浴	8.7%	1.9%	4.6%
保健品	31.1%	<b>51.4%</b>	31.9%
特殊用品（成人尿不湿、护理品）	16.4%	18.6%	11.6%
养老住宅	3.4%	0.5%	2.9%
健康管理产品（血糖仪、血压仪、智能监测设备等）	17.6%	<b>50.5%</b>	31.2%
其他	3.7%	0.7%	4.0%

2. 不同养老方式偏好的老年商品存在差异。从不同的养老方式来看，居家养老的老人对按摩椅、保健品和健康管理产品购买比例较高，机构养老的老人对老年食品、服装服饰以及特殊用品的购买率较高。

表4.37 不同养老方式购买过的老年商品

	居家养老	机构养老
老年食品	55.8%	<b>61.6%</b>
服装服饰	39.2%	<b>41.4%</b>
翻身机	7.9%	14.3%
按摩椅	<b>22.5%</b>	19.4%
助卧助浴	6.1%	9.7%
保健品	<b>35.3%</b>	34.2%
特殊用品（成人尿不湿、护理品）	15.1%	<b>21.1%</b>
养老住宅	2.7%	3.0%
健康管理产品（血糖仪、血压仪、智能监测设备等）	<b>28.0%</b>	17.3%
其他	3.4%	1.7%

3. 不同年龄购买的老年商品存在差异。从不同的年龄来看，随着年龄增长对老年食品购买率增高，90岁以上老人对老年食品最为青睐，购买比例最高。

表4.38 不同年龄购买过的老年商品

	50-59岁	60-69岁	70-79岁	80-89岁	90岁及以上
老年食品	47.8%	54.0%	59.7%	61.0%	70.6%
服装服饰	29.9%	41.0%	40.1%	44.0%	13.2%
翻身机	3.7%	9.1%	9.2%	9.3%	2.9%
按摩椅	15.7%	22.9%	21.9%	27.5%	11.8%
助卧助浴	7.5%	6.6%	6.5%	7.7%	0.0%
保健品	20.9%	35.1%	37.2%	46.2%	16.2%
特殊用品（成人尿不湿、 护理品）	9.0%	13.1%	18.7%	31.9%	2.9%
养老住宅	3.7%	3.4%	2.2%	0.0%	1.5%
健康管理产品（血糖仪、 血压仪、智能监测设备等）	26.1%	23.1%	30.8%	43.4%	8.8%
其他	1.5%	3.3%	3.0%	3.8%	4.4%

### （二）特殊用品是老年消费者最急需产品。

消费者对特殊用品的需求度最大。从各类老年商品来看，特殊用品（成人尿不湿、护理品）是需求度最大的老年商品，占比 28.4%，其次是服装服饰，占比 27.4%。表示不需要其他产品的消费者占比 26.8%。

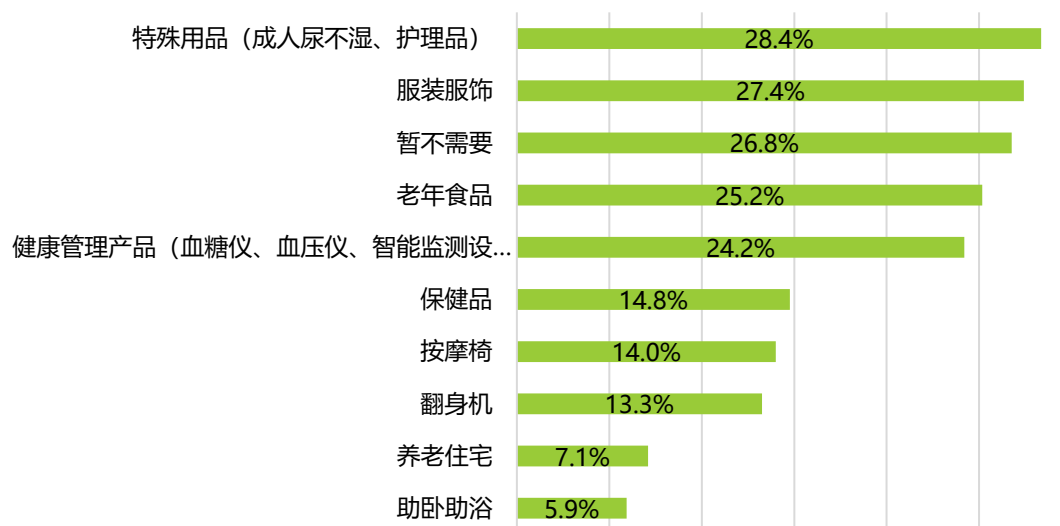


图4.30 需要的其他老年商品

1. 东部消费者对特殊用品的需求最大。从不同地区来看，东部地区老人对特殊用品（成人尿不湿、护理品）需求比例最高，西部地区对老年食品需求度较高，中部地区对保健品需求度相对最高。

表4.39 不同地区需要的其他老年商品

	东部	中部	西部
老年食品	22.1%	28.3%	<b>31.0%</b>
服装服饰	27.0%	28.3%	27.9%
翻身机	17.0%	10.4%	12.5%
按摩椅	23.4%	27.5%	23.3%
助卧助浴	17.0%	12.3%	7.3%
保健品	24.6%	<b>36.0%</b>	31.9%
特殊用品 (成人尿不湿、护理品)	<b>15.6%</b>	7.5%	11.9%
养老住宅	7.1%	4.1%	4.4%
健康管理产品 (血糖仪、血压仪、智能监测设备等)	26.1%	27.8%	27.7%
暂不需要	7.4%	3.1%	9.9%

2. 不同养老方式需要的老年商品存在差异。从不同的养老方式来看，居家养老的老人对老年食品、服装服饰的需求度更高，而机构养老的老人对翻身机(28.3%)、按摩椅(27.8%)、助卧助浴(18.1%)和特殊用品(16.5%)需求度更高。

表4.40 不同养老方式需要的其他老年商品

	居家养老	机构养老
老年食品	26.2%	16.9%
服装服饰	28.2%	21.1%
翻身机	13.1%	28.3%
按摩椅	23.7%	27.8%
助卧助浴	13.5%	18.1%
保健品	28.5%	27.4%
特殊用品（成人尿不湿、护理品）	12.9%	16.5%
养老住宅	6.1%	4.2%
健康管理产品（血糖仪、血压仪、智能监测设备等）	27.5%	21.1%
其他	7.6%	3.4%

3. 生活自理能力弱的老人对特殊商品需求最大。从不同的身体状况来看，需要依靠别人来照顾的老人对特殊用品的需求度最大，对助卧助浴商品的需求也相对最高。

表4.41 不同身体状况需要的其他老年商品

	生活能够自理	需要部分照顾	主要依靠别人照顾
老年食品	26.1%	21.1%	27.1%
服装服饰	28.3%	29.4%	23.4%
翻身机	11.2%	19.3%	18.5%
按摩椅	22.3%	28.4%	24.4%

助卧助浴	10.0%	17.9%	<b>19.6%</b>
保健品	27.1%	30.6%	28.9%
特殊用品（成人尿不湿、护理品）	8.6%	13.9%	<b>23.6%</b>
养老住宅	6.3%	8.5%	2.4%
健康管理产品（血糖仪、血压仪、智能监测设备等）	28.5%	27.0%	22.4%
其他	8.3%	3.8%	7.5%

### （三）消费者基本认同老年保健品和专用食品。

消费者对老年保健品和专用食品认同度较高。45.35%的消费者认为老年保健品和专用食品有效果，食用有益健康，36.67%的消费者不确定食用实际效果，但愿意尝试，有近三成消费者不相信，认为都是虚假宣传。

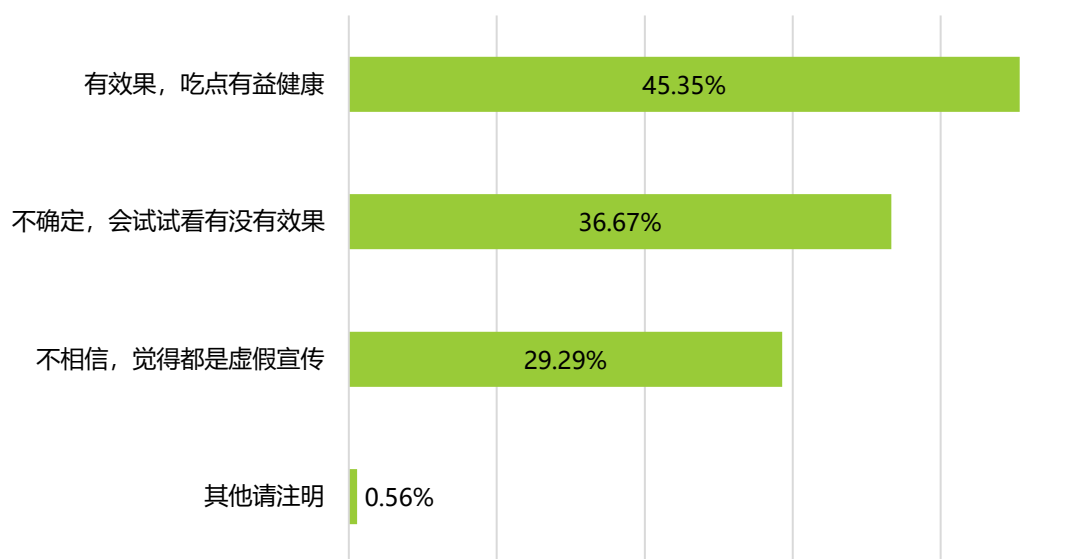


图4.31 对老年保健品和专用食品看法

1. 中部地区消费者对老年保健品和食品认同度最高。从不同地区来看，中部消费者对老年保健品和食品的食用效果

认同度最高，东部地区消费者更多表示不相信其效果，认为都是虚假宣传。

表4.42 不同地区对老年保健品和专属食品看法

	东部	中部	西部
有效果，吃点有益健康	43.8%	51.7%	44.0%
不相信，觉得都是虚假宣传	34.6%	17.6%	25.1%
不确定，会试试看有没有效果	32.0%	41.5%	45.3%
其他请注明	0.6%	0.5%	0.7%

2. 年龄越大对老年保健品和食品认同度越高。从不同年龄来看，年龄越大的消费者对老年保健品和食品的认同度越高，认为其是虚假销售的比例越低。

表4.43 不同年龄对老年保健品和专属食品看法

	50-59岁	60-69岁	70-79岁	80-89岁	90岁及以上
有效果，吃点有益健康	44.0%	44.3%	43.9%	53.8%	55.9%
不相信，觉得都是虚假宣传	26.1%	31.3%	28.8%	25.8%	16.2%
不确定，会试试看有没有效果	44.0%	34.3%	38.7%	40.7%	30.9%
其他请注明	0.0%	0.7%	0.3%	0.5%	1.5%



## 四、养老理念及关注行为

### （一）老人注重隐私不愿子女安装监控。

老人不愿子女安装监控，侵犯隐私。调查显示，37.88%的老人不愿子女安装监控，认为侵犯隐私，31.11%的老人对安装监控行为表示接受，30.87%的老人认为部分接受，可在不涉及隐私的公共区域安装。

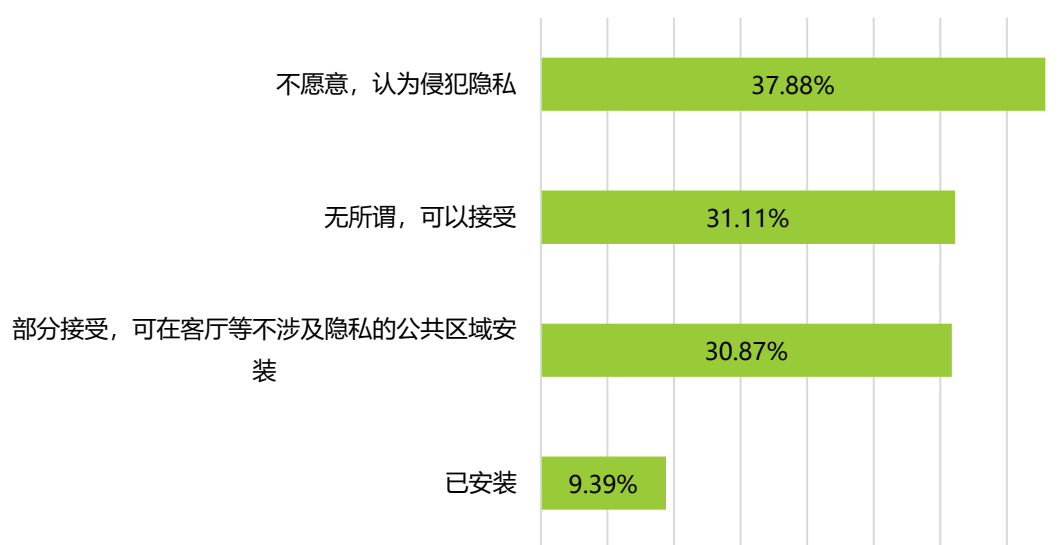


图4.32 对子女安装监控的看法

1. 中部老人对子女安装监控行为最为反对。从不同区域来看中区老人对子女安装监控行为反应最强烈，认为侵犯隐私比例较高，西部地区老人对此行为接受度相对最高。

表4.44 不同地区对子女安装监控的看法

	东部	中部	西部
不愿意，认为侵犯隐私	39.4%	48.6%	24.0%
部分接受，可在客厅等不涉及隐私的公共区域安装	38.8%	14.5%	23.5%
无所谓，可以接受	27.4%	29.0%	43.5%

	东部	中部	西部
已安装	5.9%	10.6%	18.0%

2. 不同身体状况对子女安装监控看法存在差异。从不同身体状况来看，生活自理能力越强对子女安装监控的行为反对比例越高，主要依靠别人照料的老人对安装监控的接受度最高，需要部分照顾的老人部分接受的相对最多。

表4.45 不同身体状况对子女安装监控的看法

	生活能够自理	需要部分照顾	主要依靠别人照顾
不愿意，认为侵犯隐私	45.6%	35.4%	22.2%
部分接受，可在客厅等不涉及隐私的公共区域安装	29.5%	41.2%	23.6%
无所谓，可以接受	27.8%	30.4%	39.7%
已安装	6.2%	8.5%	17.9%

(二) 老人使用电子设备存在困难和障碍。

老人使用电子设备会遇到多种问题。调查显示，58.15%的老人使用电子设备时，字体小，看不清；56.80%的老人表示操作复杂，学不会；51.66%的老人表示设备声音小，听不清。

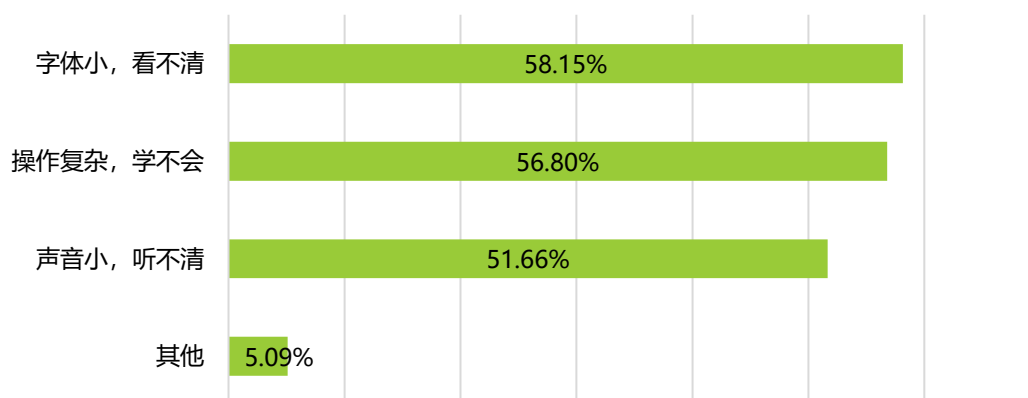


图4.33 使用电子设备遇到问题

不同身体状况老人使用电子设备遇到问题存在差异。从不同身体状况来看，生活能够自理的老人，主要面临问题是字体小，看不清；生活自理能力较弱的老人面临声音小，听不清，操作复杂，学不会的困难比例更高。

表4.46 不同身体状况使用电子设备遇到的问题

	生活能够自理	需要部分照顾	主要依靠别人照顾
字体小，看不清	60.7%	54.1%	56.2%
声音小，听不清	49.1%	53.5%	55.8%
操作复杂，学不会	54.5%	52.7%	66.4%
其他	5.6%	2.4%	6.7%

（三）日常消费生活亲情营销高频发生。

超六成老年消费者遇到亲情营销。调查显示，60.91%的老年消费者遇到过亲情营销的情况，销售人员通过赢得老人的好感，售卖产品或者服务。

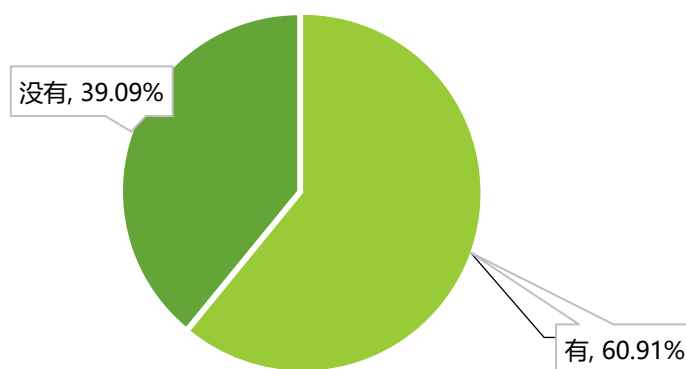


图4.34 是否遇到过亲情营销

1. 东部地区亲情营销发生比例更高。从不同地区来看，

亲情营销在东部城市发生比例最高，占比 67.85%，其次是中部地区，占比 60.14%，西部地区相对最低，占比 42.20%。

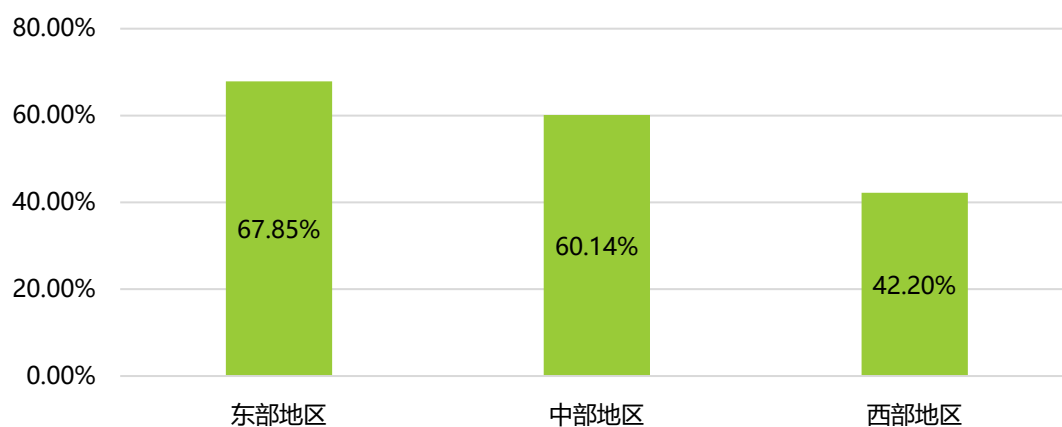


图4.35 不同地区亲情营销遇到情况

1. 90 岁以上老人遇到亲情营销的比例最高。从不同年龄来看，90 岁以上老人遇到亲情营销的比例相对最高，占比 73.53%。70-79 岁老人遇到亲情营销的比例相对较低，占比 55.52%。

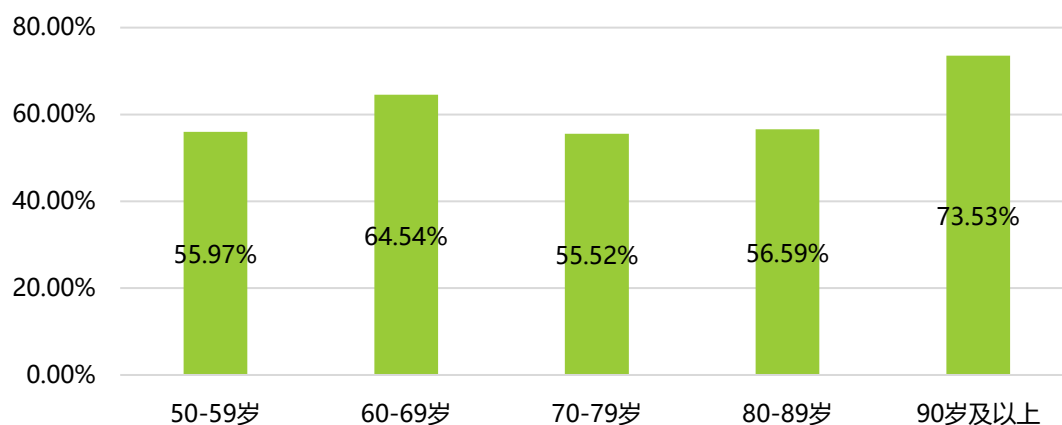


图4.36 不同地区亲情营销遇到情况

(四) 老人更偏好与家人陪伴居家养老。

老人更期望与儿女家人居家养老。从养老方式观念来看，53.81%的老人更希望和儿女家人同住养老，41.20%的老人在

身体允许条件下，愿意居家和配偶或一人居家养老。

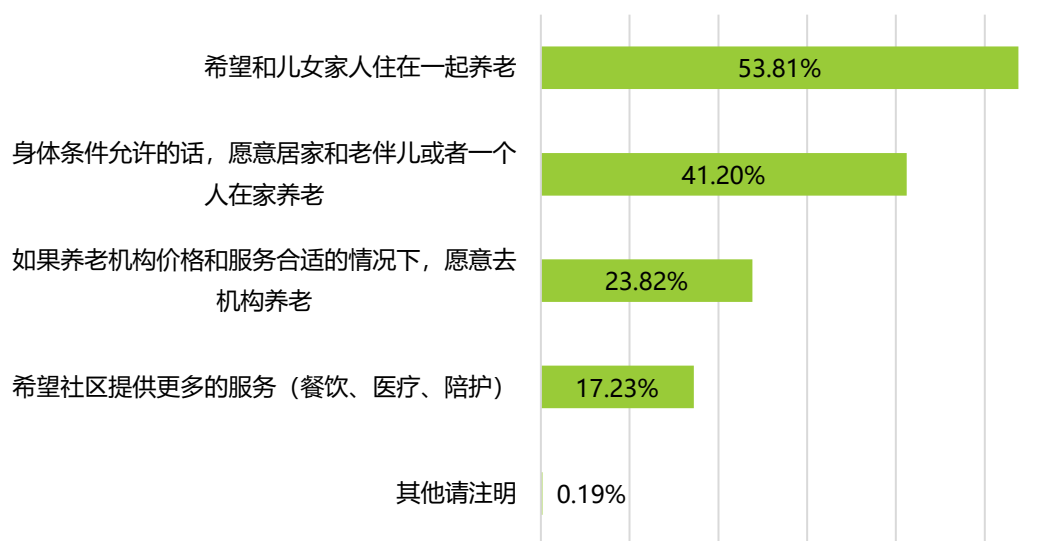


图4.37 养老方式选择的观念

1. 西部地区与家人居家养老理念更重。从不同地区来看，西部地区老人更偏好与儿女家人同住养老，东部地区对机构养老的理念接受程度相对更高。

表4.47 不同地区养老方式选择的观念

	东部	中部	西部
身体条件允许的话，愿意居家和老伴儿或者一个人在家养老	41.8%	43.7%	37.1%
希望和儿女家人住在一起养老	51.6%	53.9%	<b>60.0%</b>
如果养老机构价格和服务合适的情况下，愿意去机构养老	<b>26.3%</b>	23.4%	17.1%
希望社区提供更多的服务（餐饮、医疗、陪护）	15.0%	24.9%	16.5%
其他	0.1%	0.0%	0.7%

2. 养老方式选择理念与实际行动较契合。调查显示，最终选择居家养老的老人，其养老观念也更偏向于与家人同住

居家养老，最终选择机构养老的老人，其养老观念对机构养老观念接受度更高。

表4.48 不同养老方式的老人养老观念

	居家养老	机构养老
身体条件允许的话，愿意居家和老伴儿或者一个人在家养老	43.3%	24.1%
希望和儿女家人住在一起养老	56.5%	32.5%
如果养老机构价格和服务合适的情况下，愿意去机构养老	19.4%	59.1%
希望社区提供更多的服务（餐饮、医疗、陪护）	16.2%	25.3%
其他	0.1%	0.8%

3. 生活自理能力影响养老观念。从不同身体状况来看，生活自理能力强的老人更偏向于与家人同住居家养老，而需要他人照顾的老人更偏向于选择机构养老。

表4.49 不同身体状况老人养老观念

	生活能够自理	需要部分照顾	主要依靠别人照顾
身体条件允许的话，愿意居家和老伴儿或者一个人在家养老	53.6%	28.8%	24.6%
希望和儿女家人住在一起养老	44.7%	62.2%	66.8%
如果养老机构价格和服务合适的情况下，愿意去机构养老	19.6%	29.4%	28.1%
希望社区提供更多的服务（餐饮、医疗、陪护）	15.6%	16.3%	22.0%
其他	0.1%	0.2%	0.4%

### （五）老人对机构养老多持有担忧态度。

老人对机构养老多存在担忧。调查显示：40.21%的老人可以接受机构养老，认为有同伴，能得到好的照护；但33.72%的老人认为养老机构条件不好，不如在家自由，32.37%的老人认为养老机构稳定性差，不可靠，29.24%的老人认为养老机构收费太高，不划算。

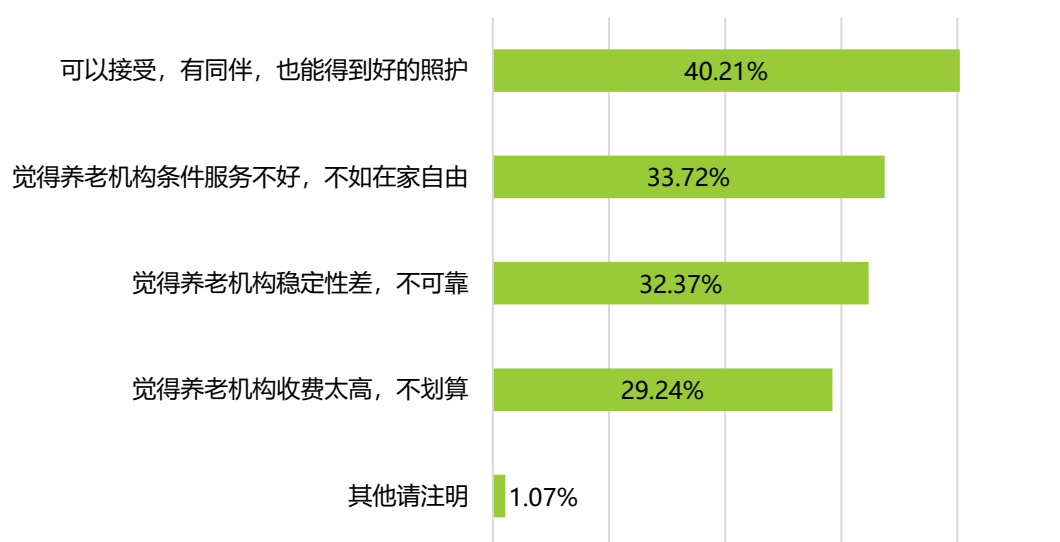


图4.38 到养老机构养老的看法

1. 中部老人对机构养老的认同最低。从不同地区来看，中部地区老人对机构养老态度认同度最低，东部地区老人对机构养老接受度相对较高。

表4.50 不同地区对机构养老的看法

	东部	中部	西部
可以接受，有同伴，也能得到好的照护	42.5%	34.1%	39.6%
觉得养老机构稳定性差，不可靠	38.9%	22.9%	22.6%
觉得养老机构条件服务不好，不如在家自由	32.7%	33.8%	36.5%

	东部	中部	西部
觉得养老机构收费太高，不划算	22.5%	44.9%	33.8%
其他	0.5%	0.5%	3.3%

2. 养老方式选择理念与实际行动较契合。调查显示，最终选择居家养老的老人，对养老机构稳定性、服务水平和收费都存在质疑，最终选择机构养老的老人，其对机构养老观念接受度更高，且体验过机构养老的老人对机构养老认同度更高。

表4.51 不同养老方式对机构养老的看法

	居家养老	机构养老
可以接受，有同伴，也能得到好的照护	37.3%	<b>63.3%</b>
觉得养老机构稳定性差，不可靠	33.2%	25.3%
觉得养老机构条件服务不好，不如在家自由	35.7%	18.1%
觉得养老机构收费太高，不划算	30.4%	20.3%
其他	0.9%	2.1%

3. 生活自理能力影响养老观念。从不同身体状况来看，生活自理能力强的老人对机构养老接受度更高，而部分需要照顾得老人更多对养老机构不信任。

表4.52 不同身体状况对机构养老的看法

	生活能够自理	需要部分照顾	主要依靠别人照顾
可以接受，有同伴，也能得到好的照护	<b>44.0%</b>	37.6%	34.0%
觉得养老机构稳定性差，不可靠	28.3%	<b>40.8%</b>	33.4%
觉得养老机构条件服务不好，不如在家自由	32.6%	<b>37.2%</b>	32.8%
觉得养老机构收费太高，不划算	25.2%	23.7%	44.4%



其他	1.0%	0.4%	1.8%
----	------	------	------

## 五、养老服务消费权益维护

### （一）虚假折扣优惠价格问题凸显。

虚假折扣、虚假优惠价格问题较多。从不同价格问题来看，养老消费中，虚假折扣优惠问题最显著，占比 54.74%，其次是价格不透明问题，占比 49.60%，商家设计隐形消费项目占比 33.77%。

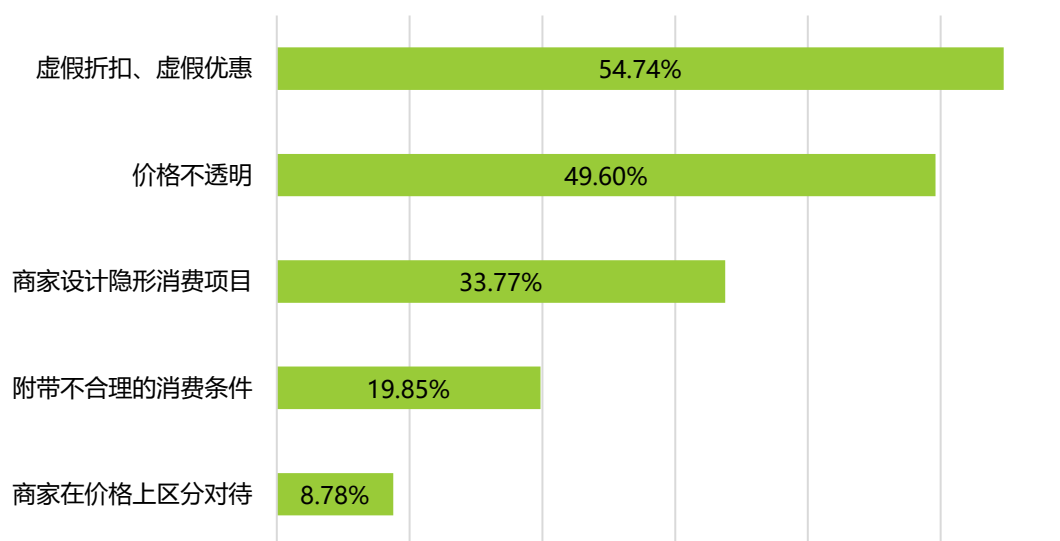


图4.39 养老消费价格问题

西部地区虚假折扣优惠问题显著。从不同地区来看，西部地区消费者遇到虚假折扣和优惠情况较多，东部地区消费者主要对价格不透明问题反映较多，中部地区商家设计隐形消费项目比例较高。

表4.53 不同地区养老消费价格问题

	东部	中部	西部
价格不透明	50.2%	47.8%	49.7%

	东部	中部	西部
虚假折扣、虚假优惠	47.9%	59.9%	<b>69.2%</b>
商家设计隐形消费项目	34.1%	<b>44.9%</b>	22.6%
附带不合理的消费条件	21.5%	21.3%	14.1%
商家在价格上区分对待	8.3%	11.8%	7.3%

## （二）虚假夸大质量问题反映强烈。

商家虚假夸大质量问题频发。从不同养老消费质量问题来看，老年消费者主要遇到是：商家搞虚假宣传，故意夸大质量（62.68%），商品或服务质量差以次充好（53.06%）。

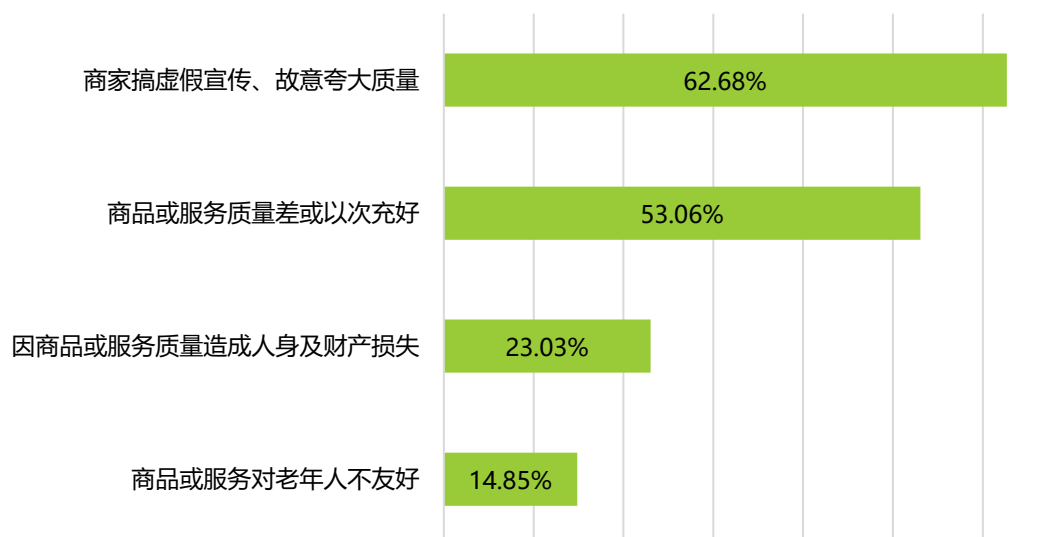


图4.40 养老消费质量问题

中部地区虚假宣传夸大质量问题凸显。从不同地区来看，中部地区商家搞虚假宣传，故意夸大质量的问题发生比例更高，东部地区消费者遇到商家或服务质量差或以次充好情况相对更多。

表4.54 不同地区养老消费质量问题

	东部	中部	西部
--	----	----	----

	东部	中部	西部
商品或服务质量差或以次充好	49.1%	59.9%	58.0%
商家搞虚假宣传、故意夸大质量	59.3%	<b>70.5%</b>	65.1%
因商品或服务质量造成人身及财产损失	<b>30.1%</b>	8.9%	16.0%
商品或服务对老年人不友好	13.8%	17.6%	15.2%

### （三）借机推销其他产品违背消费意愿。

商家借机推销别的产品问题较多。调查显示，消费者认为违背消费者意愿的主要问题是：商家借机推销别的产品（51.99%）、商家获取过多个人信息（47.92%）、商家没有完整进行告知、解释（30.78%）。

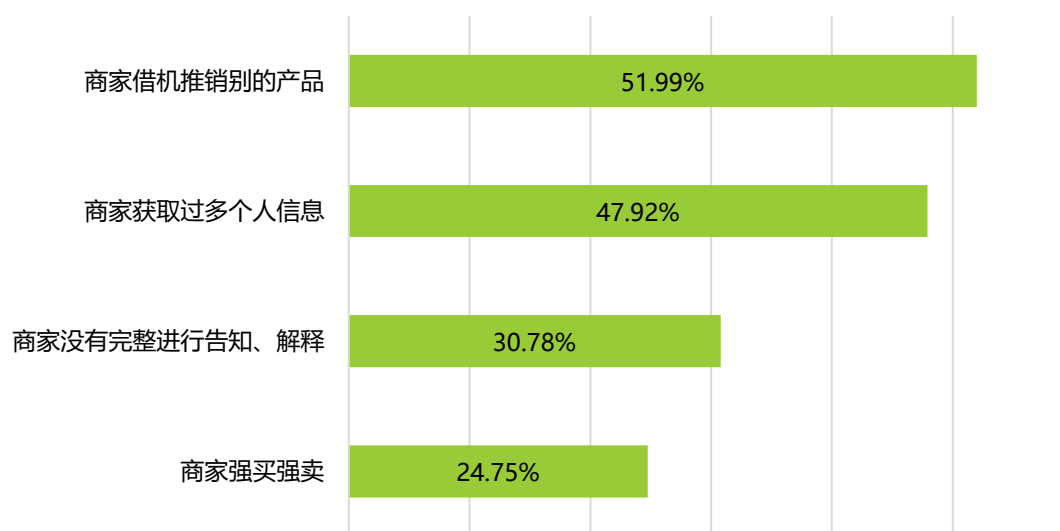


图4.41 养老消费违背消费意愿问题

中部地区商家借机推销其他产品问题严重。从不同地区来看，中部地区消费者遇到商家借机推销其他产品比例更高。

表4.55 不同地区养老消费违背消费意愿问题

	东部	中部	西部
商家借机推销别的产品	48.1%	52.4%	<b>62.4%</b>

	东部	中部	西部
商家获取过多个人信息	52.3%	51.4%	32.5%
商家强买强卖	26.1%	30.7%	15.6%
商家没有完整进行告知、解释	21.7%	48.1%	40.4%

#### （四）购买或支付不便捷影响消费体验。

购买或支付便捷影响消费方便度。调查显示，消费者遇到影响消费便携性的问题主要是：购买或支付不便捷（41.29%）、商家不愿意提供体验、试用服务（39.05%）、缺少针对老年人消费引导或提示（37.46%）。

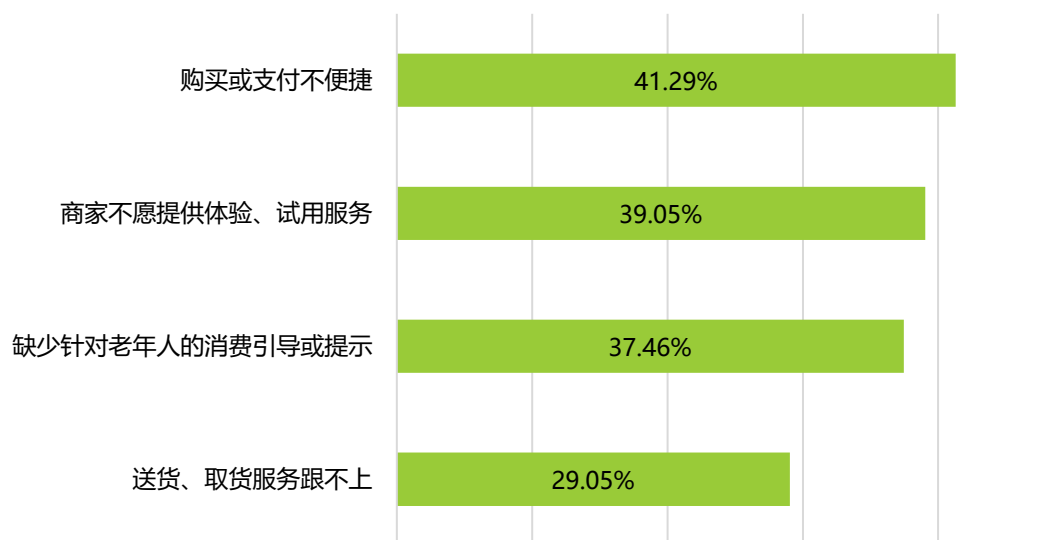


图4.42 养老消费影响消费便捷问题

东部地区购买支付不便捷问题最突出。从不同地区来看，东部城市消费者购买或支付不便捷发生比例更高，同时，商家不愿意提供体验和使用服务也影响东部消费者的便捷性。

表4.56 不同地区养老消费影响消费便捷问题

	东部	中部	西部
购买或支付不便捷	45.1%	42.3%	29.7%

	东部	中部	西部
商家不愿提供体验、试用服务	45.2%	24.6%	34.9%
送货、取货服务跟不上	29.1%	34.8%	23.7%
缺少针对老年人的消费引导或提示	26.8%	47.3%	58.2%

#### （五）主要依靠自行与商家协商维权。

与商家或平台协商是主要维权方式。调查显示，遇到经营者侵权时，老年消费者主要维权方式是：找商家或购物平台理论（41.99%）、打电话向消费者协会等机构投诉（26.25%）、自认倒霉（19.99%）。

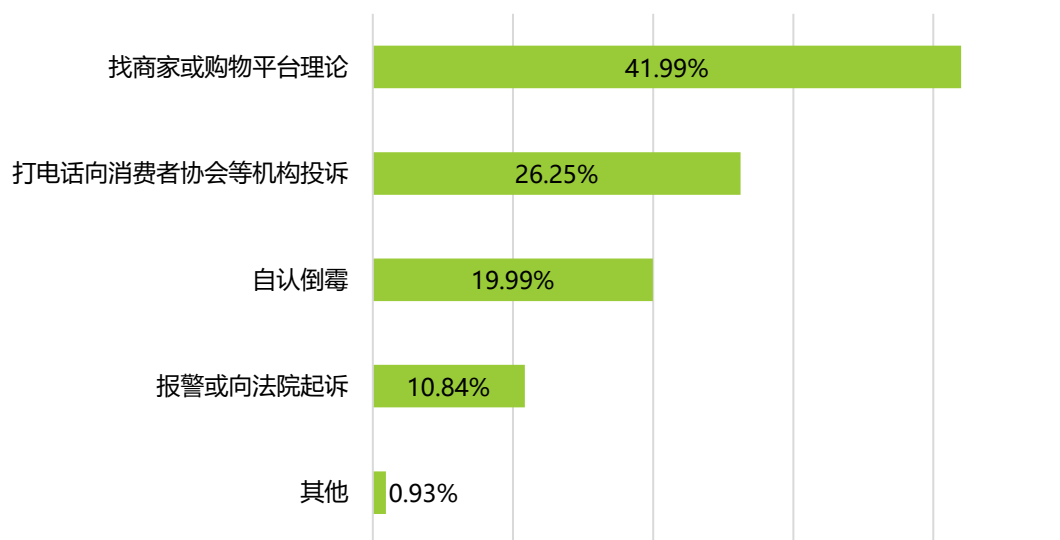


图4.43 遇到侵权的处理方式

不同地区采取维权方式存在差异。从不同地区来看，东部地区消费者选择向消协等官方机构投诉的比例更高，中部地区消费者自认倒霉的更多，西部地区消费者多选择自行与商家理论协商解决。

表4.57 不同地区遇侵权的处理方式

	东部	中部	西部
--	----	----	----

打电话向消费者协会等机构投诉	34.7%	13.0%	14.7%
找商家或购物平台理论	38.1%	46.1%	49.0%
报警或向法院起诉	11.2%	7.7%	12.7%
自认倒霉	15.5%	32.4%	21.3%
其他	0.6%	0.7%	2.2%

#### （六）消费维权重在整治假冒伪劣乱象。

整治假冒伪劣保护消费安全势在必行。调查显示，针对老年人消费维权应重点开展工作，首要是整治假冒伪劣，保护老年人消费安全（61.37%），其次是加强宣传教育，给老年人提示消费风险（56.89%），加强行业监管，整顿行业乱象（29.05%）。

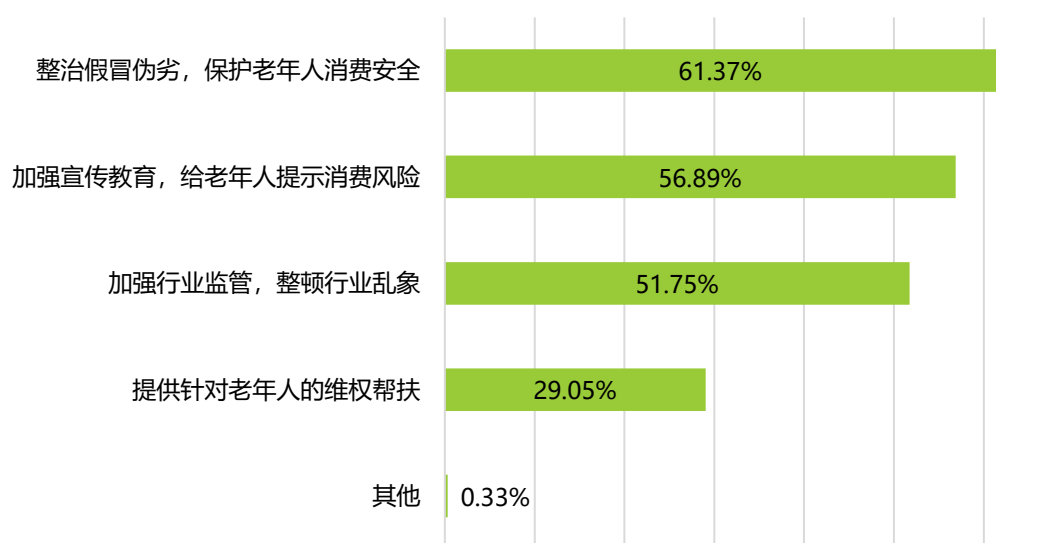


图4.44 消费维权重点开展工作

不同地区采取维权方式存在差异。从不同地区来看，中部地区对整治假冒伪劣，保护老年人消费安全需求较大，西部地区消费者更多期望能够加强宣传教育，给老年人提示消费风险。

	东部	中部	西部
加强宣传教育，给老年人提示消费风险	56.5%	49.5%	<b>64.6%</b>
整治假冒伪劣，保护老年人消费安全	55.3%	<b>71.5%</b>	69.2%
加强行业监管，整顿行业乱象	43.9%	68.1%	58.7%
提供针对老年人的维权帮扶	21.2%	45.9%	35.6%
其他	0.4%	0.2%	0.2%

## 第五部分 养老服务从业人员深访调查发现

### 一、涉老产品需求旺盛，低龄老人消费升级意愿强烈

访谈发现，年龄较大且患有疾病，需要依靠家人、护理人员或养老专业机构照料的老人，消费需求主要集中在日常生活必需品和医疗康复服务方面，所需服务购买决策人主要是老人家属和护理服务人员；而年龄较小，身体健康，自理能力较强的老人，生活内容更加丰富，外出社交场景多，除了基本日常生活品的购买需求，对文化娱乐、时尚服饰、电子产品、保健产品购买意愿更加强烈。选择机构养老的低年龄健康老人，也会主动向家人提出购物需求，掌握网购技能的老人会自行上网选购商品。被访者建议迎合老人消费需求，可建立专门的老人商品连锁商城或实体店。

哈尔滨护理员刘女士：“对于身体健康的老人来说，有购买日常用品的需求，有些老人会通过网络购买，有智能手机的老人会网购。”

上海养老从业者沈先生：“老人日常会提出血压计、耳温枪，零食、茶叶等产品购买需求，会通过子女寄送，服装、舒适的运动鞋、老花镜等所需商品。”

河南养老服务公司赵女士：“老人用品消费需求多，本人经营老年人康乐玩具、洗澡用品（助浴产品）、适老化家具。例如适合老人的多功能沙发、特护服装，建议每个城市建立老年人用品商城，设备完善、用品繁多、价格实惠的商城或实体店。”

### 二、助老设施需求升高，国产设施智能化程度待提升

目前，我国养老基础设施条件较弱，仍有进一步提升优化空间。居家、社区、养老机构助老设施陈旧，缺少适老化、



智能化设施设备。随着互联网、大数据、人工智能技术的发展，居家养老和上门护理服务的数字化、智能化升级成为行业发展趋势。各地通过不断提高设备设施利用率，以设施的大提升换来养老服务质量的跃升，但目前养老、医康助老设施需求较多，智慧化水平有待提升。

访谈发现，目前各地养老服务机构助老设施产品需求较高，主要表现以下几个方面：首先，养老院基础设施作用极为重要，但目前基础设施有待提升，因为规模、资金限制，无法满足老人对养老服务机构的设施设备要求，有的虽然能够保证日常照料的基本需求，但是对于老人文娱、体育、音乐、助浴、助洁、助餐等多元化需求供给能力不足；其次，失能失智、需要特殊照料，生活自理能力较弱的老人，需要国外先进的康复设备，这些设备不仅可以充分满足老人的日常康复诊疗与生活起居，同时对护理人员来说，可以有效提升康复医疗的效率及安全性；再次，国产设施人性化，智能化水平不足，亟需智能设备动态日常监测老人的身体状态及个性化养护需求，及时有效提供智慧照护和精准照护。

上海养老机构李主任：“希望养老、医疗、康复可以整体合作，康复设施建设有待进步。”

南通养老机构创始人顾先生：“目前国内对于适老化的设施较为缺少，鼓励政府后期去建设一些适老化的设施，让更多有经验的机构和公司去做这些养老服务的事情。”

重庆养老机构负责人王女士：“通过智能化看护的拓展，人工智能、老人身体日常监护等基础性设施提高。引进智能机器人，具备娱

乐表演性或者更佳高科技智能的，例如检测老人睡眠等，养老服务品质提升呼声渐高，个性化需求凸显。”

青岛养老机构唐女士：“因为规模、资金限制，无法满足老人对老年公寓的设施设备要求、医疗需求等，从护工的角度来说养老院多配备一些设施会更方便工作。”

### 三、医养结合服务较受欢迎，政策红利助推服务惠民

我国 70%以上的老年人患有一种以上慢性病，还有 4000 万失能和部分失能的老年人，均有不同程度的医疗护理服务需要。“十四五”期间，我国深入推进医养结合发展，计划到 2025 年，养老机构普遍具备医养结合能力。部分省份出台政策，大力推动医养结合，如江苏省印发了《关于深入推进医疗卫生与养老服务相结合的实施意见》（以下简称《实施意见》），规定参加城镇职工基本医疗保险、城乡居民基本医疗保险的老年人，入住护理型养老服务机构发生的符合政策的医疗费用，可以按照相关规定报销结算。针对居家老年人，将符合规定的家庭病床、医疗巡诊等医疗费用纳入医保支付范围等。

访谈发现，被访各地养老服务机构开展“日常照料+康复训练+医疗绿通”相结合的服务受到老年及子女家属的认可。部分面向身患疾病，需要定期配药、身体按摩、康复锻炼和医疗辅助治疗的老人，目前养老机构在日常服务中，配有专门的工作人员提供服务。暂没有条件开展医养结合服务的机构，只能提供基本养老服务，无法满足老人康健和医护的个性化需求，多期望能够引进康复治疗设备，为老人提供

康健、就医绿色通道，为老人配药服务。

大连养老机构于女士：“机构康复和照顾相结合，服务内容除了老人的生活起居，还有老人的康复治疗。老人身患疾病，需要康复锻炼，需要工作人员做辅助治疗，康复训练。对于健康的老人，有按摩的需求，有专门配备的按摩师做身体按摩。”

北京养老院护理员郭女士：“希望医养结合，及康复治疗设备，但是考虑到养老院的实际情况，只是提供养老服务。对康健这方面有特别需要的老人，养老院会在老人入住之前就告知情况。身患疾病的老人会有康健的需求，希望可以有一个绿色通道，帮助老人配药等，老人不舒服时可以实现马上就医。”

#### 四、养老服务品质提升呼声渐高，个性化需求凸显

老人个性化消费需求不断攀升。一是对餐饮品质需求不断提升，二是对养老机构环境设施要求不断增加，三是文化体育、休闲旅游需求提升。访谈发现：老人除了日常用品消费，在餐饮服务、心理慰藉、医疗康养、护理用品及特殊用品购买，配药取药、法律咨询、文化娱乐、体育活动等方面消费需求旺盛。但目前缺乏统一的适老化产品及服务标准，提供养老服务的机构受到资金情况、运营能力、护理服务水平、基础设施水平等因素影响，服务水平、服务质量、服务价格参差不齐。

大理养老机构吴院长：“老人有加餐的需求，我们会提供个性化的配餐需求，子女现在愿意多花点钱，让老人吃的更好。”

南通养老机构创始人：“现在老人对生活品质的要求提升了，我们会去做一些个人的选择，比对老人对床品、环境设施有一些要求，

对文体娱乐活动的要求，我们都会尽力去满足。”

沈阳养老机构叶女士：“提升专业技能知识，提高服务质量和意识，员工的风险教育，文化学习，提高防范意识，比如药物的错食误食，跌倒，擦伤等，尽量避免这种情况发生。”

### 五、居家社区服务融合，专业养老机构延伸服务触角

目前我国养老意愿仍以居家为主，身体健康能够生活自理或者孩子能照顾的老年人基本选择家庭养老，身患疾病生活不能自理同时子女无暇照顾的老年人大多被动选择养老机构养老。而上门居家服务，能够提供给不能来或不愿意到养老院的老人照料服务。目前国内开展家庭养老床位居家养老模式，推动养老机构把专业养老服务送到家，由养老机构运营家庭养老床位并提供服务。社区居家养老和专业机构养老融合发展，专业养老机构延伸服务触角到社区。

访谈发现：被访养老机构已开展居家养老和社区养老服务，上门提供基本日常生活照料，代购日常用品，心理疏导等服务，获得老人和家属的正向积极反馈。政府提供扶持很大，以北京为例：对于失能老人来说每个月有 600 左右的床位补贴。同时在风险把控方面政府设置老人综合责任险，政府和机构分担上门服务风险。具备居家和社区养老服务供给条件的机构也积极探索服务盈利模式，将机构服务内容延伸到居家和社区服务中。

北京养老院郝女士：“北京在风险把握方面，北京政府设有对于老人的综合责任险，对于员工的雇主责任险，政府负担 80%，机构负担 20%，对于老人，包括工作人员来说具有保驾护航作用”。

南通机构创始人顾女士：“社区医养非常有潜力，从投入测算、资金回报等有测算模型，符合‘十五分钟养老’政策，计划在自身机构上直接把医疗加进去，更加为老年人提供简便服务，做品牌连锁化。”

## 六、老年用品购物渠道受限，便捷化程度仍需提升

扩大养老服务供给，促进养老服务消费，事关亿万老年人及其家庭幸福生活，对拉动内需、扩大就业、促进经济发展具有重要作用。访谈发现：被访养老机构服务人员反映，受到疫情影响，老年人外出购物受限制，多数机构养老的老年人日常生活用品主要依靠家属购买，家属进不来，老人不掌握线上购物的技能且机构内部未设置超市，影响日常用品消费和使用。有的养老机构护理人员帮助老人代购商品、线上购物，或采用专人外送等方式帮助老人购买日常商品。对于老人所需特殊用品、专用护理用品、智能保健用品等商品，机构和社区并没有专门的老人用品商店，有的养老机构内小超市也没有，缺乏标准产品名录，老人专用的特殊商品的便捷购买需求不能很好满足。

上海护理工沈先生：“老人主要需求饮食、季节交换时的穿衣，也会提出血压计、耳温枪等需求，建议在养老院内部开设一个小超市，方便老人解决购物需求。”

哈尔滨护理工郝女士：“老年人有购买水果及日常生活用品需求。养老院平常不提供水果，仅在就餐的时候配备。商品主要通过家属送，疫情之前老人也会自己出去买，疫情期间通过家里人网购再由工作人员转达。”

河南养老服务公司赵女士：“建议每个城市建立老年人用品商城，

设备完善、用品繁多、价格实惠的商城或实体店。建议开设老人寿宴餐厅，目前国内没有专门给老人做饭的地方。”

### 七、精细服务涌入赛道，服务规范与标准体系尚不健全

访谈发现：被访者对社区居家养老、失能失智照护，中高端养老服务质量和价格标准规范反馈较多。首先，国内目前选择居家养老的老人居多，政府扶持惠民政策力度大，但是社区居家服务没有统一的服务和价格标准，没有一个统一的机构管理，市场鱼龙混杂，需要有监督体系，为老年消费者提供维权保障；其次，机构养老各类养老机构目前没有标准等级划分，贵的很贵，便宜的服务很差，养老机构服务水平、服务能力、服务质量层次不齐，需要进一步市场监管。

河南养老服务公司赵女士：“社区养老承载着日间照料和嵌入式托养。社区居家、机构、养老院需要融合发展。现在居家养老最大的难点就是当前国内没有收费标准和服务标准。除此以外，还有一个问题就是不知道要用什么机构来监督这居家养老的服务标准。第一建议养老院一定要有等级划分，第二居家服务一定要尽快出台标准，包括价格和服务标准；第三居家改造不能仅限于社会兜底老人，应该社会全面化；以及必须要有监督体系，目前市场鱼龙混珠。”

### 八、高龄人群需格外呵护，政策支撑力度尚待提高

目前，养老服务消费刚性需求者主要是高龄老人（80岁以上）以及需要长期照护服务的失能失智老年人。调查结果，这部分年龄段的老人大部分不具备较高的收入水平，养老消费和服务大多数是子女买单。这部分高龄老人生活自理能力较弱，高龄、失能失智的老人对照护服务水平以及硬件人员

需求更高，多元化、便利化、个性化服务需求更多，费用更高。目前，我国鼓励建立老年人补贴制度，各地结合自身实际，普遍建立了高龄津贴、养老服务补贴和失能老年人护理补贴制度，提高高龄老人照护服务品质和消费能力，但对于实际养老消费支出来看，仍显不足。

访谈发现：养老消费服务主力军高龄、失能失智老人虽服务需求高，有的需要专人 24 小时照顾，但经济支付能力往往不足。被访养老服务机构照护的高龄与失能失智老人中特困、经济困难比重较高，中高收入家庭的老人虽有服务消费能力，但购买决策人主要是子女和家属，老人并不具有实际支付能力。高龄老人的消费观念较低龄年轻人更加传统，不舍得花，不敢花钱是高龄老人的多数消费态度。因此，被访机构负责人呼吁，聚焦高龄及失能失智老年人长期照护服务的刚性需求，重点扶持发展满足基本养老服务需求、服务高龄及失能失智老年人的养老机构，帮助养老机构提高对高龄及失能失智老年人的照护能力，加大政策扶持，引入社会力量满足多元化、便利化、个性化服务需求。

河南养老服务公司赵女士：“当前国内养老服务体系建设的现状：必须要跨过目前时期，这一代的老人消费观念跟不上，舍不得花钱。政府要拿出政策和资金来引导和扶持运营企业，先养成一个消费习惯。现阶段的老人消费达不到国家提倡的高品质发展。其次，政策不应该一刀切，需要接地气，应该按照老人的实际需求来。”

## 第六部分 下一步工作建议

## 一、深化开展涉老产品质量与服务专项品质提升

**开展老年用品质量专项提升行动。**围绕功能性老年服装服饰、智能化日用辅助产品、养老照护产品、康复训练及健康促进辅具等重点老年用品领域，开展质量专项提升行动。从提高老年用品功能性、安全性等方面入手，推广和运用精益制造、全面质量管理、卓越绩效等先进质量管理技术和方法，促进老年用品质量提升。同时加强建设标准化、专业化的老年用品第三方质量测试平台，加强老年用品质量测评、验证和认证工作，制定产品信息和隐私安全的检测评价技术方法。

**推进服务管理标准化促进养老服务能力提升。**大力推进养老服务业标准化试点项目，通过试点项目的示范引领作用，促进行业服务标准化水平。二是开展养老护理员培训提升行动。鼓励高等院校和职业院校开设养老服务相关专业，培养高水平护理人员。开展养老护理员培训与认证，提升养老护理员的专业水平与社会认同感。三是开展协同化日常监管。推进以“双随机、一公开”监管为基本手段、以信用监管为基础的跨部门综合监管机制，联合多部门开展质量提升、打击养老服务诈骗等专项行动。

## 二、聚焦高龄老人，加大政策支持力度

**加大高龄老人养老服务供给支持力度。**针对现阶段高龄老人收入低、养老需求高的情况，加大对高龄老人养老的政策力度。加大公益性、非营利性养老服务设施建设补贴和运营补贴等手段，加大针对高龄老人养老服务供给端的支持力



度。

**鼓励居家与机构养老服务融合发展。**一是推动养老机构与居家养老服务机构一体化运营，实现资源共享，降低运营成本。二是通过社会化、市场化手段，鼓励社区居家养老服务机构实现品牌化、连锁化经营。三是鼓励有能力的养老机构在人力、物力、服务等环节向周边社区的居家老人辐射，为居家和社区养老的老年消费者提供上门服务。

### **三、畅通老年消费渠道，构建老年消费便利圈**

**持续推进老年人融入数字经济。**引导社区、老年大学开设老年信息媒介类培训，指导老年群体更好接触信息技术和科技设备，为生活带来便利。引导鼓励电商平台打造“银发专场”，拉动银发群体线上消费。加快服务类APP适老化改造，增加电子产品和APP应用的老年友好性。

**引导促进线下老年用品实体店布局。**针对老年人的传统消费观念和消费习惯，积极引导商场、超市、社区建设线下养老生活圈，组织“银发专场”，切实解决老年人消费需求，撬动银发经济发展。

### **四、推动科技助老，营造“适老”消费环境**

**推动养老服务智慧化、科技化。**加快智能化产品开发，优先发展“互联网+医疗健康”“互联网+护理服务”，提升智慧养老、智慧家政、智慧旅游等消费新业态服务水平，实施智慧助老行动，推动线上线下消费深度融合。关注老年人身心特点，以“适老”为核心重点开发能弥补老年人体力、身体劣势的技术产品，多提供低成本、具有高技术含量、适

合老年人方便使用的产品，满足老年人提高生活品质的需求。

**推动养老服务与其他行业融合发展。**实施“养老服务+行业”行动，促进养老服务与文化、旅游、餐饮、健康、金融等行业融合发展。同时推动为养老服务行业和领域进行适老化转型升级，为老年人提供更友善的服务，合理保留人工服务、现金支付、纸质材料等传统服务方式，智能化服务过程和服务端（手机 APP、网站等）应更注重老年人视听感官特点，推动解决老年人“数字鸿沟”难题。

## **五、加强消费宣传，改善老年消费维权环境**

**加强养老消费安全宣传教育。**利用各类媒体和平台广泛开展以消费安全为主要内容的养老消费宣传教育活动，提升老年群众抵御违法犯罪分子以打“健康牌、亲情牌、礼品牌”等手段欺诈销售的意识和能力。要及时跟踪报道专项整治行动工作动态、典型案例，指导老年群众科学健康养生，热情提供健康咨询服务和消费法律帮助，做好老年群众消费维权服务工作，积极保障老年群众的健康诉求和消费权益，为老年群众创造安全放心的消费环境。

**强化重点领域养老消费维权。**结合国家打击整治养老诈骗专项行动，重点加强养老服务提供、养老产品销售、养老保险代办、养老旅游等领域的维权监督，对侵害老年人合法权益的行为进行依法处理。消协部门与市场监管等部门密切配合、加强监管，进一步压实企业和平台责任，严厉打击侵犯知识产权、制售假冒伪劣商品、侵害老年人人身和财产权益等违法行为，完善老年人维权机制。



## 第七部分 附录：问卷

### 养老消费服务调查问卷

为全面了解老年群众养老服务消费的需求，对居家和社区养老、机构养老的升级型需求，以及对老年商品和服务的新需求，进而助力构建新发展格局，推动养老服务高质量发展。请您抽出宝贵的时间，如实的反映您对周边产品和服务质量改善的要求和意见，感谢您的支持和配合！

#### 1. 基本情况

##### 1.1 请问您的身份是：

A. 本人 跳答 1.2

B. 老人家属(老人基本可自理) 跳答 1.3

C. 老人家属或陪护者(失能失智型老人) 跳答 1.3

##### 1.2 年龄（单选）

A. 50-59

B. 60-69

C. 70-79

D. 80-89

E. 90 及以上

##### 1.3 年龄（单选）

A. 20 以下

B. 20-29

C. 30-39

D. 40-49

E. 50-59

F. 60 及以上

1.4 性别（单选）

A. 男

B. 女

1.5 请问您的户籍性质是？（单选）

A. 农村户籍

B. 城镇户籍

C. 其他

1.6 请问您有几个子女？

A. 1 个

B. 2 个

C. 3 个及以上

1.7 身体状况（单选）

A. 生活能够自理

B. 需要部分照顾

C. 主要依靠别人照顾

1.8 教育程度（单选）

A. 初中及以下

B. 高中或中专

C. 大专

D. 本科

E. 硕士及以上

1.9 收入来源（多选）

- A. 退休金
- B. 个人储蓄
- C. 子女等给的赡养费
- D. 股票等投资收入
- E. 出租房产等收入
- F. 其他

1. 10 月收入水平（单选）

- A. 1000 及以下
- B. 1001-2000
- C. 2001-3000
- D. 3001-5000
- E. 5001-8000
- F. 8001-12000
- G. 12000 及以上

2. 问卷主体部分

2.1 目前的主要养老方式（单选）

- A. 居家养老(跳转至 2.2 部分)
- B. 机构养老(跳转至 2.3 部分)

2.2 【居家养老和社区养老】

2.2.1 请问您目前的居住情况是？（单选）

- A. 独居
- B. 与配偶居住
- C. 与配偶及子女等共同居住

D. 与子女共同居住

E. 与孙辈共同居住

F. 其他情况

2.2.2 请问您选择居家养老的主要原因？（限选3项）

A. 希望在熟悉的环境中养老

B. 身体条件允许在家养老

C. 家里人能够提供照顾

D. 周边缺少可替代的选择

E. 不愿意接受或没考虑过其他养老方式

F. 因为经济的原因不能选择其他养老方式

G. 其他原因（            ）

2.2.3 请问您主要的居家养老服务需求是？（限选3项）选项随机出现

A. 餐饮服务、老年饭桌等服务

B. 慢性病诊疗及康复护理等医疗服务

C. 应急报警功能（摁铃报警、一键求救等）

D. 日间照护服务或者托管服务

E. 家政清洁等日常照料服务

F. 活动场所及健身设施等体育服务

F. 参加有组织的娱乐休闲活动

G. 参加书法、绘画、音乐等文化课程

H. 参加老年体育、健身等项目

I. 进行社会交往，保持身心愉悦

J. 法律咨询或援助等法律服务

K. 聊天及心理疏导等精神慰藉服务

L. 其他服务 ( )

2.2.4 请问您购买或使用过哪些服务? (多选) 选项随机出现

- A. 餐饮服务、老年饭桌等服务
- B. 慢性病诊疗及康复护理等医疗服务
- C. 聊天及心理疏导等精神慰藉服务
- D. 家政清洁等日常照料服务
- E. 知识讲座及书法绘画等文化教育服务
- F. 活动场所及健身设施等体育服务
- G. 法律咨询或援助等法律服务
- H. 休闲娱乐服务
- I. 没有购买过以上服务 (跳转至 2.5)

2.2.5 请问您觉得这些服务的收费是否合理? (单选)

- A. 非常合理
- B. 比较合理
- C. 一般
- D. 不太合理
- E. 非常不合理

2.2.6 请问您对这些服务质量是否满意? (单选)

- A. 非常满意
- B. 比较满意
- C. 一般
- D. 不太满意
- E. 非常不满意

2.2.6 请问您购买这些服务是否遇到过以下问题? (限选 3 项)



- A. 价格不透明
- B. 附带不合理的消费条件
- C. 亲情消费
- D. 借机推销别的产品
- E. 获取过多个人信息
- F. 服务过程不够规范
- G. 需要长时间排队等候
- H. 售后服务跟不上
- I. 其他（            ）
- J. 没发生过问题（跳转 2.5）

2.2.8 请问问题发生后是如何解决的？（单选）

- A. 通过消协等官方途径解决
- B. 由社区或街道出面解决
- C. 自己与商家协商解决
- D. 向购买平台或中介投诉解决
- E. 报警或向法院起诉
- F. 不了了之

### 2.3 【机构养老】

2.3.1 请问您选择机构养老的主要原因是什么？（限选 3 项）

- A. 观念上认同机构养老
- B. 不想麻烦子女或家人
- C. 受宣传和口碑的影响
- D. 有熟人的推荐或例子做参考
- E. 没有其他更好的选择

F. 有政府的费用补助

G. 其他（ ）

2.3.2 您所选机构养老的性质是什么？（单选）

A. 纯公办的

B. 公办转成民营的

C. 政府建设后交给企业运营的

D. 企业自建自营的

E. 不清楚

2.3.3 请问您所在养老机构提供了哪些服务？（多选）

A. 日常生活服务（吃饭、洗澡、清洁等）

B. 医疗服务（诊疗、开药、输液、健康检查等）

C. 娱乐休闲服务（看电影、观看文艺表演等）

D. 文化教育服务（书法、绘画、唱歌、舞蹈等）

E. 心理慰藉服务（聊天解压、心理疏导等）

F. 财产托管服务（现金、房产、股票等托管）

G. 体育健身服务（体育活动、建设器材等）

H. 法律咨询服务（法律问题解答、法律援助等）

I. 宗教信仰服务

J. 其他服务（ ）

2.3.4 请问您觉得哪些服务还需要提升？（多选）

A. 日常生活服务（吃饭、洗澡、清洁等）

B. 医疗服务（诊疗、开药、输液、健康检查等）

C. 娱乐休闲服务（看电影、观看文艺表演等）

D. 文化教育服务（书法、绘画、唱歌、舞蹈等）

- E. 心理慰藉服务（聊天解压、心理疏导等）
- F. 财产托管服务（现金、房产、股票等托管）
- G. 体育健身服务（体育活动、建设器材等）
- H. 法律咨询服务（法律问题解答、法律援助等）
- I. 宗教信仰服务
- J. 其他服务（        ）

2.3.5 请问您觉得所选养老机构的收费是否合理？（单选）

- A. 非常合理
- B. 比较合理
- C. 一般
- D. 不太合理
- E. 非常不合理

2.3.6 请问您对所在养老机构的服务质量是否满意？（单选）

- A. 非常满意
- B. 比较满意
- C. 一般
- D. 不太满意
- E. 非常不满意

2.3.6 请问您在入住后是否遇到过以下问题？（多选）

- A. 随意增加或调整费用
- B. 食品安全事故
- C. 摔倒等人身安全事故
- D. 虐待或歧视老人
- E. 消防安全事故

- F. 卫生或防疫安全事故
- G. 物品丢失等财产安全事故
- H. 虚假宣传、服务缺项
- I. 养老院机构卷钱跑路
- J. 其他（      ）

2.3.7 请问上述问题发生后是如何解决的？（单选）

- A. 养老机构积极处理
- B. 政府出面调解
- C. 通过消费者维权渠道解决
- D. 报警或向法院起诉后解决
- E. 通过媒体等社会渠道解决
- F. 告诉家人后由家人找养老机构解决
- G. 问题不了了之

#### 2.4 【老年商品需求】

2.4.1 请问您购买过哪些类型的养老商品？（多选）

- A. 老年食品
- B. 服装服饰
- C. 翻身机
- D. 按摩椅
- E. 助卧助浴
- F. 保健品
- G. 特殊用品（成人尿不湿、护理品）
- H. 养老住宅
- I. 健康管理产品（血糖仪、血压仪、智能监测设备等）

J. 其他（ ）

2.4.2 请问您还需要哪些类型的养老商品？（多选）

A. 老年食品

B. 服装服饰

C. 翻身机

D. 按摩椅

E. 助卧助浴

F. 保健品

G. 特殊用品（成人尿不湿、护理品）

H. 养老住宅

I. 健康管理产品（血糖仪、血压仪、智能监测设备等）

J. 其他（ ）

2.4.3 请问您对老年保健品和专用食品的看法是？（多选）

A. 有效果，吃点有益健康

B. 不相信，觉得都是虚假宣传

C. 不确定，会试试看有没有效果

D. 其他请注明\_\_\_\_\_

## 2.5 【关注行为】

2.5.1 请问您是否愿意子女给自己安装监控设备？（多选）

A. 不愿意，认为侵犯隐私

B. 部分接受，可在客厅等不涉及隐私的公共区域安装

C. 无所谓，可以接受

D. 已安装

2.5.2 请问您在使用电子设备（手机、电脑、IPD）时有没有遇到以下问题？

（多选）

- A. 字体小，看不清
- B. 声音小，听不清
- C. 操作复杂，学不会
- D. 其他请注明\_\_\_\_\_

2.5.3 您身边是否有老人遇到亲情营销（通过赢得老人的好感，售卖产品或者服务）？

- A. 有
- B. 没有

2.5.4 请问您对养老方式选择的观念是：

- A. 身体条件允许的话，愿意居家和老伴儿或者一个人在家养老
- B. 希望和儿女家人住在一起养老
- C. 如果养老机构价格和服务合适的情况下，愿意去机构养老
- D. 希望社区提供更多的服务（餐饮、医疗、陪护）
- E. 其他请注明\_\_\_\_\_

2.5.5 请问您对到养老院机构养老的看法是？

- A. 可以接受，有同伴，也能得到好的照护
- B. 觉得养老机构稳定性差，不可靠
- C. 觉得养老机构条件服务不好，不如在家自由
- D. 觉得养老机构收费太高，不划算
- E. 其他请注明\_\_\_\_\_

## 2.6 【消费维权】

2.6.1 请问您在购买过程遇到过哪些价格问题？（多选）

- A. 价格不透明
- B. 虚假折扣、虚假优惠
- C. 商家设计隐形消费项目
- D. 附带不合理的消费条件
- D. 商家在价格上区分对待

2.6.2 请问您在购买过程遇到过哪些质量问题？（多选）

- A. 商品或服务质量差或以次充好
- B. 商家搞虚假宣传、故意夸大质量
- C. 因商品或服务质量造成人身及财产损失
- D. 商品或服务对老年人不友好

2.6.3 请问您在购买过程遇到过哪些违背您消费意愿的问题？（多选）

- A. 商家借机推销别的产品
- B. 商家获取过多个人信息
- C. 商家强买强卖
- D. 商家没有完整进行告知、解释

2.6.4 请问您在购买过程遇到过哪些消费不方便的问题？（多选）

- A. 购买或支付不便捷
- B. 商家不愿提供体验、试用服务
- C. 送货、取货服务跟不上
- D. 缺少针对老年人的消费引导或提示

2.6.5 您遇到消费侵权的时候，一般是怎么处理？（单选）

- A. 打电话向消协等官方机构投诉
- B. 找商家或购物平台理论
- C. 报警或向法院起诉

D. 自认倒霉

E. 其他（        ）

2.6.6 您认为针对老年人消费维权应重点开展哪些工作？（限选3项）

A. 加强宣传教育，给老年人提示消费风险

B. 整治假冒伪劣，保护老年人消费安全

C. 加强行业监管，整顿行业乱象

D. 提供针对老年人的维权帮扶

E. 其他\_\_\_\_\_