

从首创平台到构建标准 解智慧养老产业困局

——访星石天河总经理聂磊



聂磊先生

在本月刚刚过去的首届深圳国际智慧养老产业博览会，展出了超过 1000 款智慧养老产品和技术，共有 200 家跨国公司、龙头企业、服务机构等参会，引发社会各界关注。养老产业一度被外界称为蓝海，iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2022 年中国养老产业市场规模有望达到 10.3 万亿元，同比增长 16.7%。然而大多数养老企业的生存状态却不容乐观，为何会发生这样的现象，又如何去破解这样的行业困境，一直以来困扰着众多养老产业的从业者。直到中国首个“保险+智慧养老”服务聚合平台的问世，为养老产业发展带来了新的突破口，今天我们采访到了这一平台的创建者聂磊，一共探索保险与智慧养老产业融合的新路径。作为中国人民大学管理学博士、复旦大学公共管理学博士后，聂磊在保险+智慧养老领域深耕多年，以独创的聚合平台为产业融合发展做出了极为重要的贡献，为智慧养老产业困局的化解开辟了一种行之有效的路径。

直击行业痛点 首创聚合平台

近年来，科技创新发展为养老产业的智慧化带来了许多新的机遇，技术更新迭代之快给人们的养老环境带来了很大安全感。当老人睡觉时，可以采集分析呼吸频率、心率、睡眠质量等信息，对健康问题及时的预警；当老人准备起床时，可以通过传感器捕捉姿势变化，帮助看护人及时获知不正常的姿势，进行搀扶，避免老人跌倒等。

提到这些变化，聂磊一下子打开了话匣，对于在养老产业深耕近十年的他而言，可以说是深有感触。从 2015 年加入三胞集团，担任养老产业总裁以来，他管理着全世界最大的居家养老中心安康通、以色列最大的养老集团在中国的延伸纳塔力(中国)，国内领先的社区养老运营商禾康……无论是居家养老、机构养老，还是社区养老他都有很深

的体悟。不同的养老场景对智慧养老产品有不同的需求，而不同的产品和需求之间要进行高效匹配是非常困难的。以居家养老为例，消费者如何从茫茫大海中选择适合自己的智慧养老产品、服务，没有经验的话常常是摸不着头脑的，而过高的试错成本就会导致他们不愿意迈出这一步，毕竟谁都不想拿自己的亲人当试验品。这种匹配的困难，也就是导致整个智慧养老产业链发展受阻的重要原因，没有人能在一条断裂的锁链上大步前进。

正是基于这样的思考，聂磊创新构建了国内首个“保险+智慧养老”服务聚合平台，以第三方平台的视角，聚合国内顶尖智慧康养资源，搭建养老科技平台。这个模式用一句话来表述，就是将零散的智慧养老产品和服务设计成聚合型的解决方案，通过保险公司、银行、养老机构等 B 端渠道触达 C 端用户。通过平台化的搭建，聂磊颠覆性地将原本点状的产业框架进行重新串联，从下游服务商，B 端机构，再到 C 端用户，形成端到端的条状结构，打通了整个智慧养老产业链发展的路径，一举解决了行业长久存在的用户与产品之间匹配难的问题。

“保险+智慧养老”平台整合了保险产品的金融属性和养老服务属性，由于聚合平台的存在，产业链上每一方都可以从中获益。下游的智慧养老服务商可以更专注于产品或服务的研发革新，免去了在自身不擅长的营销上费心费力。保险公司、银行等 B 端机构，可以获得更高度的养老解决方案，以更好的产品权益获得更多客户，并以更优质的服务提高客户粘性。C 端客户也可以不必自己去市场上寻找合适的智慧养老产品，可以通过平台以更优惠的价格获得更贴心全面的服务。

如今，聂磊首创的平台已经与全国超过 40 家智慧养老服务商达成了深度合作，比如提供物联网+AI 全天候智能守护的服务商春晖智慧，可以为 C 端用户提供全天候的远程看护；将人工智能应用于中医脉诊客观化的帕斯泰克，可以为

提供中医智能诊断服务等……平台至今已经在全国近 100 个城市，为超过 100 万老年群体提供了高效的智慧康养服务。

建设行业标准 推动产业融合

麦肯锡在《麦肯锡中国养老金调研究报告2023》中提到，“纵观各类市场主体，我们发现横跨保险、健康、养老、资管等经营资质的大保险行业，在助力居民积累养老财富、发挥长期资金优势以及构建康养产业链方面拥有难以替代的独特价值与优势。”换言之，养老产业与保险业的跨界合作、相互赋能、融合共生已成为行业客观存在的趋势。

养老与保险业的融合发展推动了养老服务数量的急速增长，但同时带来机构服务能力良莠不齐等问题。以养老机构为例，国内有 4 万家各种养老服务机构，仅有不到 300 家达到民政评价的四五星级标准。为了应对养老消费市场的新业态与新挑战，解决行业服务能力参差不齐、缺乏标准的难题，同时也是为了更好地维护商业养老保险客户权益，实现保险业对客户群养老服务的标准化和体系化，从而促进保险业与养老业的协同创新发展，亟须建立和完善保险养老服务质量和评价标准。

正是在这种背景下，中国保险行业协会和中国老龄协会联合发起并作为指导和发布方，由中国人民保险集团牵头，组织多家保险公司、养老机构及相关机构参与制定保险业养老服务标准体系。这一标准不仅体现在养老服务本身，还必然涉及到与养老服务嫁接的保险产品，此外，对于旅居养老机构而言，还存在业态多样性与标准统一性之间的矛盾、标准评级与市场口碑之间的关系等等。这无疑是一项极为艰巨的任务，而行业标准的建立也将长远地影响中国的保险与养老产业。

在生活中一项乐于挑战的聂磊，欣然接下这一挑战。这也是去年以来聂磊心头的首要大事，他作为专家组成员参与到保险养老服务质量标准体系的构建之中。“我要做的是服务的集成，但我有自己的产品逻辑：一是和保险产品的强连接，比如远程看护和寿险的结合；二是服务和保险之间的衔接形成全周期服务闭环。目的是建立起保险和养老双向赋能、融合共生的强连接模式。”聂磊说。

历时 1 年，今年 9 月，聂磊已带领团队向中国保险行业协会递交了保险业养老服务标准体系的技术方案，下一步将组织有关专家进行技术审核和意见征询。预计明年，这一标准将正式由中国保险行业协会和中国老龄委正式对外发布，并投入实施。有了完善的标准体系，就可以协助保险公司向市场甄选采购，同时促进养老服务机构提升自身服务水平，以达到行业的要求，总整体上优化当前的保险养老产业市场。

作为智慧养老领域的产业专家，聂磊用“保险+智慧养老”聚合服务平台催化了产业融合的化学反应，用保险养老行业标准树立了行业市场化发展的风向标，在解决行业困局之余，更探明了产业融合发展的新方向，为中国智慧养老事业的可持续发展留下了浓墨重彩的一笔。

(张楠文/图)

资讯

吴门举办拜师典礼 为中国白酒的发展推波助澜

日前，一场弘扬中国白酒雅文化、发扬中国白酒匠心精神的拜师典礼在泸州江畔大饭店隆重举行。这场典礼的主角是国家白酒大师、吴门当代掌门人吴晓萍，她以吴门第三代传承人的身份开启收徒仪式，吸引了众多业内人士及媒体的关注。

据了解，吴门是由中国白酒大师吴晓萍发起的公益团队，秉承泸州百年白酒世家吴氏家族的价值观念，以师徒传承的方式弘扬中国传统精湛的白酒酿造技艺，倡导及推广中国白酒雅文化。吴门弟子分为技术弟子与雅行弟子，他们不仅学习精湛的白酒酿造技艺，还致力于中国白酒雅文化的传播与推广。

吴门传统酿制技艺已有百年历史，历四代连续传承。世代传承人恪守“传承专注做酒，乐善好施助人”之祖训，坚持古法手工酿造。独有的“吴家酒传统酿制技艺”被列入非物质文化遗产名录，成为不可多得的文化与技艺的瑰宝。

在拜师典礼上，吴晓萍表示：“吴门举办拜师典礼是为了传承和发扬中国白酒的匠心精神，让更多的人了解和喜爱中国白酒。我们将秉承‘传承专注做酒，乐善好施助人’的祖训，致力于酿造高品质的白酒产品，同时也会通过各种方式传播和推广中国白酒文化。”

据悉，吴门将通过严格的选拔和考核，招收技术弟子与雅行弟子。这些弟子将在吴门的生产基地——泸州市吴家酒业有限公司接受严格的培训和指导，学习酿酒技艺和传统文化。

作为中国白酒的重要组成部分，吴门以其卓越的酿酒技艺和深厚的文化底蕴，为中国白酒的发展做出了不可磨灭的贡献。此次拜师典礼的成功举办，不仅是对中国传统酿酒技艺的传承和弘扬，更是为中国白酒的发展注入了新的活力。

未来，吴门将继续秉承其价值观和使命感，致力于中国白酒的发展和传承。同时，吴门将通过各种形式的公益活动和宣传，让更多的人了解和喜爱中国白酒文化，为中国白酒产业的繁荣和发展做出更大的贡献。

(王辉)

佳尔优优天猫 牙胶品类销售品牌 成就母婴细分领域领创者

日前，佳尔优优在天猫牙胶品类销售中再次成功拔得头筹，成为 2023 年 1-7 月天猫牙胶品类的销售品牌。这一成就不仅凸显了佳尔优优产品的受欢迎程度，也标志着该品牌成功巩固了其在安胎牙胶品类的领先地位。

据了解，佳尔优优是一家专业母婴品牌，其主创团队从事母婴行业 10 余年，专注于婴幼儿口腔健康发育领域。经过多年努力，佳尔优优已成功打造出一条涵盖各类牙胶产品的优质生产线。

去年，佳尔优优曾荣获 2022 年度天猫牙胶品类销售品牌，这充分说明了其在母婴行业中的坚实地位和消费者的高度认可。而此次再次成为 2023 年 1-7 月天猫牙胶品类销售品牌，无疑将佳尔优优在母婴行业的领先优势进一步展现出来。

值得一提的是，佳尔优优的产品线不仅覆盖了从出牙期到换牙期全过程的口腔健康护理需求，还针对不同阶段推出了不同类型的产品。其中，明星产品小月亮磨牙棒以其独特的设计和功能深受消费者喜爱。这款产品曾获得过 K design 国际设计大奖金奖、Muse 国际设计大奖银奖、台湾金点设计奖等多个国内外设计奖项。这些奖项无疑是对佳尔优优产品设计和实用性的高度肯定，也为该品牌赢得了更广泛的市场关注。

“我们将在巩固现有成果的基础上，继续深化对母婴行业的研究与探索。”佳尔优优相关负责人接受采访时表示，佳尔优优将继续优化产品线和服务质量，为消费者提供更多具有创新性和实用性的母婴产品。同时，佳尔优优也将密切关注市场动态和消费者需求变化，积极拓展新的销售渠道和合作伙伴，以保持品牌在市场上的领先地位。

该负责人表示，佳尔优优还将进一步推动与相关领域的合作与交流，积极参与母婴行业的各项活动和展会，通过与同行的深入交流和经验分享，不断提升品牌的竞争力和影响力。

(刘爽)