

康养新机遇 媒体新价值

——致老年康养行业同仁的一封信

导读

中共中央 国务院
关于深化养老服务
改革发展的意见

18 版

全力守护家庭幸福基石
——记太原方卓红鬃马体检中心

19 版

山西省老龄产业协会
全面推进社区康养

20 版

忆当年康养公社
传承与创新 绘制新春画卷

21 版

2025 中国(山西)老龄产业
博览会邀请函
养老人非来不可的理由

22 版

逸养时光滨河社区驿站
开启武术传承与健康活力盛会

23 版

古中国 新康养
——运城盐湖：解码千年盐文化
与生态康养的融合之道

24 版

亲爱的老年康养行业的同仁们：

我们期待与您共同探索：康养领域如何通过深度报道，让一家县域医养结合中心的经验走向全国？如何借力媒体传播，将冷冰冰的适老化改造数据转化为温暖的人文故事？如何构建行业话语体系，使中国康养模式获得国际社会认同？

一、产业繁荣背后的深层挑战：从“规模增长”到“价值重构”

康养产业的蓬勃崛起，是中国社会经济发展与人口结构变迁的深刻映射。截至2024年6月，我国60岁以上人口已突破3亿大关，占总人口的21.3%，老龄化进程的加速与《“健康中国2030”规划纲要》的深化推进，共同将康养产业推至国家战略。数据显示，2024年行业市场规模达10.8万亿元，年均复合增长率超15%。然而，高速扩张的表象下，三大结构性矛盾正制约产业高质量发展：

1、产业价值认知的错位

养老服务、健康管理等细分领域虽呈现“硬件竞赛”的繁荣景象，却深陷“工具理性”困境——过度聚焦床位数量、智能设备覆盖率等量化指标，忽视服务温度与品牌文化构建。消费者在决策时，常面临“数据透明但情感疏离”的割裂体验。北京大学康养研究中心2024年调研显示，68%的老年人更看重“服务人员的情感关怀”，而非硬件设施的豪华程度。

2、政策与市场的“双向盲区”

国家接连出台《智慧健康养老产业发展行动计划》《银发经济促进法》等政策，但大量中小企业在政策解读、资源对接上仍面临“最后一公里”障碍。江苏省某地级市调研显示，73%的养老机构负责人坦言“知道政策利好，却不知如何借势”；与此同时，部分地方政府的扶持措施因缺乏行业反馈，出现“供需错配”现象。

3、信任机制的脆弱性

康养服务的本质是对生命质量的承诺，但行业信息壁垒导致供需双方信任成本高昂。中国消费者协会2024年报告指出，61%的受访者认为“缺乏权威信息渠道”是选择服务的最大阻碍，更有34%的家庭因“难以验证服务质量真实性”而延迟决策。

二、媒体的本质重构：从传播工具到产业生态共建者

在数字化浪潮下，媒体已超越传统的信息传递功能，演变为连接政策、市场、技术与人文的超级枢纽。对于康养产业，媒体的核心价值在于三重角色进化：

1、构建信任共同体：破解“塔西佗陷阱”

当行业公信力遭遇质疑时，媒体的第三方立场成为破局利刃。通过深度调查报道、行业白皮书发布、服务标准解读，媒体能构建透明的信息场域：

国际借鉴：日本《高龄者住宅新闻》定期发布“养老机构服务质量指数”，推动行业建立星级评价体系，消费者决策效率提升50%；

理论支撑：传播学“议程设置理论”表明，媒体对“专业”“安全”“温度”等议题的持续聚焦，可重塑公众认知，重建行业信任基线。

2、推动产业协同进化：政策、技术与市场的翻译器

康养产业涉及卫健、民政、医保等多部门协同，技术创新与商业模式更迭迅猛。媒体的核心功能在于：

政策解读：将文件术语转化为企业可落地的

行动指南，如《银发经济促进法》中“适老化改造补贴”的具体申领路径；

技术普惠：通过案例化呈现AI护理机器人、远程医疗等技术的真实应用场景，消除“概念炒作”与“落地鸿沟”；

需求洞察：基于区域老龄化差异分析，揭示三四线城市“社区嵌入式养老”的蓝海机遇。

3、培育行业文化基因：从商业逻辑到人文关怀

康养服务的终极目标是实现“老有所安、病有所依”的人文理想。媒体通过人物特写、服务故事、文化专栏等形式，完成双重使命：

对内：挖掘护理员深夜值守的坚守、康复师创新疗法的匠心，帮助企业提炼服务中的情感价值；

对外：通过《百岁人生》纪录片、“代际对话”公益行动，引导公众建立科学康养观，缓解社会老龄化焦虑。

三、《市场信息报·康养周刊》的实践：做产业生态的“基础设施”

专注康养领域，《市场信息报·康养周刊》始终秉持“共建、共享、共生”理念，致力于成为老年康养产业的：

1、权威信息中枢

联合相关行业组织或研究机构发布《中国康养产业发展指数报告》，构建涵盖政策热度、技术渗透率、消费者满意度的三维评价体系；

开设“政策显微镜”专栏，邀请法律专家将《长期护理保险试点方案》等文件拆解为“十步落地操作清单”。

2、价值共创平台

发起“康养媒体人工作室”，建设全国各地康养媒体服务中心、运营中心等机构，制定“康养媒体人服务指南”；

打造“康养人物志”IP，记录养老院院长、健康驿站站长、康养中心主任、养老顾问及护理员、社工师、康复师、理疗师等平凡英雄的故事，全媒体传播宣传。

3、跨界资源枢纽

搭建“媒体+智库+社团”三维生态，在年度“中国银色产业博览会”实现产学研资源精准匹配，2025年促成更多项目落地发展；

开发“康养舆情地图”，实时监测区域政策风向、突发事件与消费诉求，为企业提供风险预警与机遇洞察。

四、致行业同仁：以媒体为镜，照见未来

康养产业的升级，本质上是一场关于“如何定义美好生活”的社会实践。在这个过程中，媒体不应是旁观者，而应成为：

1、行业文明的记录者：用笔尖铭刻护理机器人研发者的坚持、居家养老志愿者的温情；

2、专业主义的守护者：通过持续传播国际JCI认证标准、CCRC社区运营规范，推动行业标准化建设；

3、创新火种的传递者：让一个小型养老机构的智慧照护方案，成为启发全行业的标杆案例。

媒体的真正力量，在于能否唤起一个行业对初心的坚守、对创新的敬畏、对生命的尊重。《市场信息报·康养周刊》愿以笔为桥、以画为道、以像为路，连接每一份致力于提升国人生命质量的理想。因为我们深信：当所有微光汇聚，便是照亮产业未来的星河。

《市场信息报·康养周刊》编辑部
2025年2月14日