

發展高質服務 捕捉銀髮商機



共創共享 戈峻

天九企服
董事長兼CEO

人口老化是國家無法繞開的社會問題，日益壯大的銀髮族對於高質量生活的需要，讓銀髮經濟擁有廣闊的發展空間，同時，以科技創新為引領的新質生產力快速發展，為養老服務和老齡社會生活方式注入新的生機，勾勒出新型養老模式的未來藍圖，因此，中小企業應該抓住這個既激勵當下又能長遠發展的機會。

2035年經濟規模超19萬億

據國家統計局數據，截至2023年底，中國60歲以上人口已達到2.9697億，並且比例還在逐年快速上升。老齡人口增加，意味着他們需要滿足的市場需求壯大，據復旦老齡研究院課題組的預測，到2035年，中國銀髮經濟規模將達到19.1萬億元人民幣，佔全國總消費比重為27.8%。

同時，隨着人口老齡化趨勢加劇，銀髮經濟的國家政策支持逐漸增強。今年1月15日，國務院辦公廳發布了《關於發展銀髮經濟增進老年人福祉的意見》，提出了4個方面共26項具體措施。這是國家首個以「銀髮經濟」命名的政策文件。今年全國兩會，同「加強老年用品和服務供給，大力發展銀髮經濟」也被寫入《政府工作報告》，《報告》中提到有關養老的內容，涵蓋了養老金融、老年醫療、養老照護、養老服務、養老消費、適老化改造、養老科技、農村養老等多個方面，側面證明了銀髮經濟的發展前景可期，2024年也被認為是國家銀髮經濟的元年。

既然前景可期，那麼中小企便要了解當前銀髮消費的趨勢。首先當然是銀髮族的剛需，比如養老設施機構、護理、服飾、食品，還有醫療領域。據統計，中國養老機構床位至今仍未達1000萬張，而面對近3億的銀髮族仍有很大的缺口。此外，針對銀髮族的護理、服飾和醫療，更是需要能夠打通線上線下，為他們提供一站式服務，而且要容易操作的平台，好像借助人工智能的智慧醫療，針對老年人健康狀況，為他們

進行實時監測，並提供遠程的醫療服務。另外，針對銀髮族不同身體狀況而定製的健康食品、服飾，甚至是輔助康復的機器人等等，都會有廣闊的市場。

由內地電子商務產業研究諮詢機構億邦智庫與天貓平台去年發表的《2023年銀髮人群消費趨勢洞察報告——家用電器篇》亦指出，天貓平台上「適老」家電的需求增長遠超供給。2022年的「適老家電」搜索量按年增長了2倍，需求主要集中在集成家電、冰箱、洗滌等產品，以及環境健康、居家生活、個人護理等方面。從中可見，銀髮族愈來愈注重產品的便捷性、安全性、功能性和健康性，對智能、個性化及適老化產品的需求不斷上升，這為線下服務和銷售帶來了新的機遇。對中小企業而言，順應老年群的消費新趨勢，提供高質量和創新的服務消費產品，也代表了有機會贏得銀髮商機。

其次，隨着剛需產業的發展，圍繞着養老機構和服務平台的供應鏈企業也有很大的機會和前景。例如為老年人設計製作更符合他們生理需求的專業傢具設施，以及日常易損易耗品等等；此外，更深層次的需求，好像為銀髮族定製化的學習、娛樂、旅遊，這些服務也隱藏着巨大的市場機會。而在金融服務領域，有時候連年輕人都時常搞不明白的產品和軟件操作，對銀髮族而言，就更急切需要給他們提供定製化的理財規劃，安全簡便的數字支付產品和服務，來保障老年人在金融交易中的安全性。

醫療服務需求將爆發增長

正如國際管理諮詢公司麥肯錫也曾指出，退休後大量家庭將從養老儲蓄階段轉入養老消費階段，對於交通出行、健康管理、醫療護理等服務需求將爆發性增長，因此對於相關服務機構而言，不僅要為銀髮族提供財富管理服務，也要滿足老年人的健康管理、生活護理、旅居養老等差異化需求，更好地服務老年消費者。

可以說，發展銀髮經濟已經成為了各地追逐的新經濟增長點，滿足老年人衣食住行等各類生活服務需求的產業也應運而生。銀髮經濟是中華孝道的美德體現，也是一道經濟題，更是每一位企業家需要去思考並且承擔的社會責任。

中國上月出口總值若以美元計，同比增長7.6%，對整體經濟帶來龐大的得益。



中國近期出口表現突出，並成為首季經濟增長的主要動力。展望未來，中國出口表現仍然樂觀，除了外部需求向好外，中國產品的競爭力也在不斷提升。不過，隨着歐美的貿易保護主義抬頭，中國需要開拓更多市場，以及擴大國內需求。

中國出口強勁 經濟超預期



經濟探針 溫彬

民生銀行
首席經濟學家

今年以來，受外需回暖帶動，出口保持較強景氣度。1月至5月，中國出口金額超過1.4萬億美元，同比增長2.7%。其中5月出口總值3023.5億美元，同比增長7.6%，較上月的1.5%大幅改善。出口的良好表現，既有賴於外需保持韌性，也依託於強大的競爭力。出口帶動之下，經濟也有超預期表現。

環球經濟向好 外需具韌性

國際貨幣基金組織（IMF）在4月份發布《世界經濟展望》，將2024年全球經濟增速預期上調至3.2%，與2023年全球經濟增速持平，較1月份預期上調0.1個百分點，較去年10月份預期上調0.3個百分點。同時，IMF預測2024年全球貿易增長3%，大幅高於上年的0.3%。經濟運行平穩、貿易增速反彈是2024年的主要特徵。

外需保持韌性，一方面是由於全球製造業景氣度回升。今年1月，摩根大通全球製造業PMI（採購經理指數）上升至50，自2022年9月以來首次站上榮枯線。此後幾個月始終保持在景氣區間，5月甚至上升至50.9，達到2022年8月以來最高水平。

主要發達與發展中國家製造業景氣度同步回暖，如5月美國Markit製造業PMI由50上升至51.3；歐元區製造業PMI由45.7上升至47.4，逆轉了年初以來的下降趨勢，越南、印尼、菲律賓等東盟國家製造業PMI繼續保持在榮枯線上方。

全球製造業景氣度回升，對中國產品出口帶動顯著。今年1月至5月，中國出口船舶2363艘，價值170億美元，同比分別增長25%和93%，延續了年初以來的快速增長。汽車出口245萬輛，價值464億美元，分別同比增長26.8%和20.1%。集成電路出口1139億個，價值626億美元，分別同比增長10.5%和21.2%。

另一方面則是由於歐美的庫存回補。今年3月，美國庫存總額同比增长0.65%，自去年11月-0.05%已開始反彈。其中零售庫存同比增长4.2%，自去年7月的低點開始反彈；製造商庫存同比增长0.7%，結束了連續9個月的同比負增長。截至3月，14個大類行業中有11個行業進入主動補庫，較上月增加1個。上游4個行業和下游6個行業或均處於主動補庫，中游4個行業僅有1個處於主動補庫。美國轉向庫存回補周期，對中國的消費品出口也將產生明顯的帶動。如1月至5月中國傢具及其零件出口同比增长16.6%，家用電器出口同比增长14%。5月中國對美國出口同比增长3.6%，較上月的-2.8%明顯改善，美國佔中國出口份額比重也回升0.3個百分點至14.6%。

產業鏈完善 出口競爭力強

2023年，中國出口佔全球出口比重14.2%，穩居世界最大出口國地位。完善的產業鏈、出色的產品競爭力以及拓展多元化市場的努力，都為中國出口保持景氣度奠定了基礎。

從產品角度看，中國是全球散貨船、油船和汽車運輸船的最大出口國，手持船舶訂單增速屢創新高，因此在航運市場復甦的背景下，船舶出口能一枝獨秀。此外，中國基本建成完備且有競爭力的新能源車產業鏈，在全球範圍內處於領先地位，「新三樣」成為中國產品出口的新品牌。

從貿易夥伴角度看，隨着「脫鉤斷鏈」加劇，歐美發達國家在中國出口中的份額持續回落，新興經濟體的佔比則不斷提高。根據海關總署統計，一季度，中國對共建「一帶一路」國家進出口增長5.5%，高於整體0.5個百分點；對拉美、中亞五國進出口均實現兩位數增長。其中東盟和巴西是兩個典型代表。

今年首5個月，中國對東盟出口2359億美元，同比增長9.7%，佔中國出口份額16.8%，最大貿易夥伴的角色更加穩固。中國與東盟的貿易合作之所以逐步加深，主要由於雙方產業結構和貿易結構的互補性。一方面，愈來愈多的中國企業將東盟作為走出去的第一站，選擇在東盟投資設廠，進而帶動了中間產品、半成品的出口。另一方面，隨着美國對中國貿易制裁的不斷升級，東盟作為貿易中轉國的角色愈發凸顯。

今年首5個月，中國對巴西出口285億美元，同比增長25%，遠高於去年全年-4.6%的增速。今年3月，巴西正式超過比利時，成為中國電動汽車出口的第一大市場。今年首4個月，中國對巴西出口超過8.5萬輛新能源汽車，同比大增940%。

出口回升 經濟復甦關鍵

4月30日召開的政治局會議指出，年初以來「呈現增長較快、結構優化、質效向好的特徵，經濟實現良好開局」。此中關鍵，無疑是出口的快速增長。

一季度中國GDP（國內生產總值）同比增長5.3%，高於去年全年的5.2%，好於市場預期。三駕馬車中，一季度淨出口拉動GDP增長0.8個百分點，好於去年全年的-0.6個百分點。而消費拉動點數由4.3下滑至3.9個百分點，資本形成總額拉動點數由1.5下滑至0.6個百分點。出口的邊際改善幅度最大，且拉動點數已經超過資本形成總額。

實際上，出口的拉動作用，在經濟運行的方方面面均有體現。

一是帶動製造業生產保持較快增長。今年首5個月，中國製造業增加值同比增长6.7%，好於去年全年的5%。其中與出口相關的幾個行業表現尤為亮眼：計算機、通訊和其他電子設備製造業同比增长13.8%，大幅高於去年全年的3.4%；鐵路、船舶、航空航天和其他運輸設備製造業增值同比增长11.1%，大幅高於去年全年的6.8%；汽車製造業增加值同比增长10.5%，保持在兩位數水平，且快於工業生產整體增速。

二是帶動製造業投資保持較快增長。首5個月製造業投資同比增长9.6%，大幅高於去年全年的6.5%，也高於固定資產投資增速4%。投資三大支柱中，基建投資和房地產開發投資已低於去年全年增速，製造業投資是拉動投資增速反彈的主要動力，

而製造業投資增速反彈，一方面同中央對新質生產力重視有關，另一方面，則與出口的拉動作用密不可分。

三是帶動中小企業經營狀況改善。出口產業鏈上有不少中小企業，因此也更能受到外需回暖的傳導。今年3月，製造業中型企業PMI回升至50.6，小型企業PMI回升至50.3，均為去年4月以來首次站上榮枯線。4月中型企業景氣度回升至50.7，小型企業則持平於50.3，均好於大型企業。

四是帶動就業狀況改善。根據商務部統計，出口大致能提供約1.8萬億的就業崗位。出口景氣度提升帶動中小企業景氣度改善，進而會改善就業狀況。4月全國城鎮調查失業率由上月的5.2%回落至5%，與去年9月至11月持平，均為2021年12月以來的最低水平，外來農業戶籍人口調查失業率則由上月的5%回落至4.5%，為今年以來最低水平。

近期不少國際機構均上調中國今年經濟增速預期，如IMF將增速預期由4月的4.6%上調至5%，原因是中國一季度GDP的強勁增長，以及近期推出的有關政策舉措。出口的超預期表現無疑是重要砝碼。

擴大內需 警惕外部衝擊

5月出口增速雖然超預期回升，但一些值得警惕的苗頭已出現。5月製造業PMI中的新出口訂單指數回落2.3個百分點至48.3，近3個月以來首次跌破榮枯線。

展望下一階段，出口增速回升仍有基礎，包括去年二三季度基數偏低、全球商品價格步入上行區間等，但一些逆風因素無疑也值得關注。

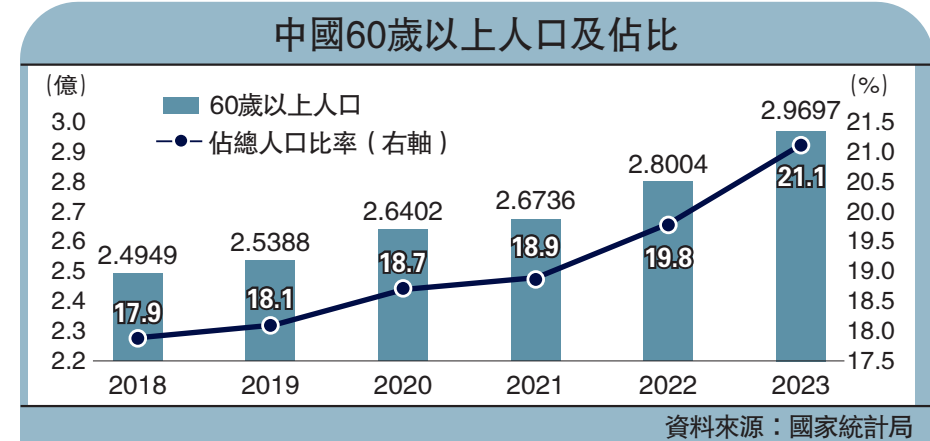
一是美國經濟已經出現降溫跡象。美國一季度實際GDP環比折年率從初值1.6%下修至1.3%，較去年四季度的3.4%大幅放緩。4月份美國個人消費指數環比增長0.2%，低於前值0.7%；實際個人消費支出環比下降0.1%。舊金山聯儲的研究顯示，美國居民超額儲蓄在3月或已消耗完畢，對於美國未來的消費需求或產生一定影響。加上美國緊縮政策效果顯現，庫存周期回升斜率相對緩和，可能會對下一階段的外需形成衝擊。

二是貿易保護主義有所抬頭。上月14日，美國白宮發布聲明稱，將對包括鋼鐵和鋁材、半導體、電動汽車在內的一系列中國商品加徵關稅，總價值約180億美元。

因此，儘管當前出口仍處於景氣周期，但下一階段的下行風險亦需關注。而政策對此已有充分準備。

4月30日召開的政治局會議要求「堅持乘勢而上，避免前緊後鬆，切實鞏固和增強經濟回升向好態勢」，將「擴大國內需求」上調至重點工作首位。5月以來，超長期特別國債如期發行，一系列穩地產措施陸續出臺，目的都是為了對沖外需放緩風險。

總體來看，我們對於下一階段出口走勢持謹慎樂觀態度。外需仍有望保持韌性，但未來的放緩壓力以及貿易保護衝擊也不容忽視。中國一方面要繼續積極拓展出口市場，不斷擴大出口目的地，另一方面要立足國內需求，以穩定內需的積極性、主動性、確定性來應對外部的複雜性、嚴峻性與不確定性。



與市場共舞 升跌市皆可獲利



樓市新態 汪敦敬

祥益地產總裁

很多人會將現時的樓價和幾年前作比較，並用最差的時間點去形容房地產投資的失敗，但這並不全面也不中肯，因為這對買了樓的人是不公平的。如果你覺得樓價升完就可以跌，那麼是否也應該相信樓價跌完就可以升？我們試看看樓價跌幅最大的時段，1997年至2003年樓價總共跌了近七成！樓價跌了那麼多，最後要13年時間才可「返家鄉」，這告訴了我們跌得愈多，就需要愈長的時間才回到原本水平；但同樣也等於谷底回升愈多回報愈豐厚。

筆者不主張投資者在部署上預算必定可以「返家鄉」，雖然在大多數住宅板塊都擁有這優越特性，只是複雜的局面改變可能會延遲回報的時間表。

樓價升到最高時，自然也是市場信心最高的時候，甚至是最多人看好樓市，原來這時風險亦是最大。相反，樓價最低時亦是市場信心最弱的时候，但是回報往往都是最高的。單純地看大局趨向，原來都會錯失了很多機會。

長遠投資項目 不在乎短期跌市

大多數人看見的是錯，但是眾人皆醉我獨醒，又不是每個人都可以做到！何必介意樓價升還是跌，不如學習怎樣在升市和跌市的時候正確地和市場相處，筆者提倡「與市場共舞」，因為每個市道都有一個有利的位置，而每個時空都有其優勢。樓價跌到最低的時候，你做買家角色就容易成為贏家；樓價摸頂的時候，當你趁機賣出，很大機會亦是贏家。

成功的投資是講究投資組合，當中包括長遠的投資項目。如果遇上跌市，對長遠投資項目根本是沒有關係的，投資者關心的是長遠回報有否受到影響，同時把握跌市的時機適當地將合適的物業轉為長線，可能也是對整體投資組合的一個強化，因時制宜先做長線部署，將來才再做短線，其實沒有浪費到時間或者機會成本，總結來說這只是一個管理。



利，樓市下跌未必對所有投資者不利，這或是買家入市的好時機。