

## 拿什么解救快被压垮的照护者

我国人均预期寿命已增长到近80岁,高龄老人群体日益庞大。随之而来的,是对失能失智老人的照护难度不断增加。今年全国两会上,全国政协经济委员会副主任马建堂说,2023年我国失能失智老人总数约5000万人,但具有专业知识、长护人员极为短缺。

相比患者,发生在护理者身上的“照护综合征”则不容易被社会察觉。

### 磨淡亲情、熬坏亲属

“照护综合征”是一种以身体、精神和情绪疲惫为特征的病症。这通常是由于一个人专注于照护生病、受伤或残疾的亲人,从而忽视了自己的身心健康。有研究数据显示:30%-40%的阿尔茨海默症患者的照护者患有抑郁症和面临情绪压力;58%的照护者身体状况比同龄人更糟糕。

60岁的南京市民刘强说,自己退休后返回老家照顾父母,结果半年时间里,整个人被折腾得快垮掉了。“我和父母住在不同的小区,两位老人有点‘任性’‘糊涂’,经常半夜两三点因为一些小事给我打电话,

比如凌晨三点吵吵着要我去给他们放电视剧《西游记》。”

照护病人这份工作,远不止字面上的“照护”本身,还包括没日没夜对病人的各种定制服务,比如需要了解服药、换药的时间,需要和患者共同面对痛苦,满足病人的情绪需求,需要面对疾病所带来的痛苦与绝望感,还需要做很多医疗决策。另外,常年困于翻身、洗浴、家务以及日夜陪伴,会导致照护者与世隔绝、社交断绝。

现实中,不乏亲属因照顾老人身体被彻底搞垮的。家住北京的周雯说,她的小姑一直在照顾奶奶,其他兄妹则给予经济补贴。小姑起早贪黑任劳任怨,但糊涂的老人总不满意,经常因为饭菜口味、遛弯路线等琐事训斥小姑。小姑2023年突然查出癌症,短短几个月就离世了。

一些家庭因“父母不愿去养老机构”“送老人去养老机构就是不孝顺”等缘由,决定由子女“专兼职”照护父母,却面临“一人失能、全家失衡”的



困境。

### 市场失衡难称心

当前,养老服务市场上针对失能失智老人的服务存在失衡现象,很难找到称心如意的选项。记者了解到,照顾失能失智老人在养老服务市场的收费属于最高档位,机构收费每月数千元至数万元不等,居家养老护理员的费用更是动辄高达上万元,让不少家庭望而却步。

“我家老爷子摔伤没人照料,住养老机构一个月3000多元,住3个月能走了就赶紧回家了,实在是花费太大。”宁夏回族自治区的马洁说,自己是一名保洁员,爱人从事保安工作,老人入住养老机构的花费相当于家庭每月收入的一大半。

相比于入住养老机构的经济挑战,聘请居家养老护理员更是有可能陷入“有钱难办事”的困境。周雯说,她家里也曾请过一个阿姨,每个月花费12000元。“就这还是不专业的,还留不住,人家宁愿少挣点去伺候事,少不麻烦的,要想请个专业的,普通家庭根本负担不起。”

经济压力、照护压力、心理压力让患者家庭无法喘息。“对一些家庭来说,‘照护综合征’本可避免,关键是老人和子女能否认同去社会养老机构。”一名养老业内人士表示,当前养老机构对失能失智老人已有一套标准化服务流程,但一些老人、子女出于刻板印象认为老人在养老机构里会受苦,送老人去养老机构不孝顺。

### 积极预防“照护综合征”

养老问题绝不仅仅是家庭私事,理应引起全社会关注和共同努力。

“我国长期护理保险自2016年启动试点后,已扩大到49个城市,目前试点城市仍偏

少,试点城市保险范围也限于城镇职工;筹资渠道单一,多为医保个人账户划转和财政补助为主;给付项目偏少。”马建堂说,应解决群众养老的经济难题,尽快扩大落实长期护理保险覆盖面,建立多方共担筹资机制并将适当的居家照护、中度失能的医院照护、养老机构照护纳入支付范围。

宁夏回族自治区政协主席陈雍建议,以老年人的需求为中心,探索财政对健康养老补贴由“补机构”向“补受益人”转型,从服务、产品、就业三方面打造“银发经济圈”。

陈旧的养老观念也需要扭转。从事养老产业多年的投资人邹良说:“膝前才是尽孝的观念已不适合当前社会节奏,老人不能心里只有子女儿孙,在养老机构、社区里也可找到自己的朋友圈。”

对于照护者而言,面对慢病患者,则要做好长期战斗的准备,学会自我平衡是照护者的必备技能。华山心血管科团队提示,比如每天留出关爱自己的时间,相当于自我充电。

(摘自《半月谈内部版》2024年第4期 杨稳玺文)

## 车圈的流量“新战场”



自小米科技创始人雷军发布小米首款汽车SU7(见图)以来,屡屡上榜热搜,成为车圈现象级的营销事件。在小米汽车上市发布会上,“超豪华造车大佬团”合体现身,其中包括蔚来创始人李斌、理想汽车董事长李想、小鹏汽车董事长何小鹏、北汽集团刚刚履新的董事长张建勇以及长城汽车董事长魏建军。之后,网友们截取了大佬们的表情包进行了二次创作并进行广泛传播,同时也让小米汽车在公众视野中留下了深刻的印象。

事实上,随着智能电动车的到来,汽车行业似乎不再仅仅“闭门造车”,各大车企的创始人和高管从不公开点评对手到公开致敬、直接开怼,汽车的营销模式正在发生深刻变化。以创始人个人IP的品牌形象也正在深入人心,例如李想被称为“微博之王”,华为常务董事、智能汽车解决方案BU董事长余承东由于言辞大胆则被人称“余大嘴”。何小鹏、李斌等创始人以及众多车企的高管都成为了擅于利用社交媒体来制造舆论的营销“高手”。

深度科技研究院院长张孝荣在接受记者采访时表示,各位“车圈大佬”正是看到了流量营销的重要性,以及其对品牌知名度和关注度的提升作用。个人IP的打造有利于成就流量虹吸,因为他们的言行和决策就能够吸引大量的关注和讨论,从而提升品牌的影响力和知

名度。然而,这种“流量狂欢”也存在一定的风险,过度依赖流量营销可能会导致品牌形象和产品质量的失衡,从而影响消费者的信任和忠诚度。

成为话题中心,不仅有掌声和鲜花也会有质疑和批判。正如雷军所说:“小米热度特别高,一点问题就会被大家拿1万倍的放大镜在看。”事实上,巨大的流量让小米收获大笔订单的同时,也带来了更多的“投诉”和争议。小米汽车上市发布会的第二天,“被曝出现多起退定投诉”迅速登上了热搜。在流量的裹挟之下,交付等大小问题也更快地暴露出来。

值得一提的是,不久前,由于理想汽车首款纯电车型MEGA的外形备受争议,李想也罕见地在平台上自动“闭麦”了20天,再次出现在网络上则是为自己的纯电战略进行反思和认错。李斌则在一场直播中与其妻子王屹芝共同向公众道歉让其成为了“话题人物”。另外,车企高管之间的口水战以及隔空互怼的现象也频频出现,备受关注。

据了解,车企的定位,如今已经不仅仅是埋头苦干的制造商,更是直接面向用户的服务商,需要努力通过与用户的直接沟通,树立品牌形象,抓住用户的心智,占领更多的市场份额。

有业内人士认为,新能源汽车品牌的社交打法、内容打法以及事件和跨界营销,都与传统车企截然不同。传统燃油车营销打算是基于“漏斗”模型进行的公域投放逻辑,新能源汽车品牌则形成了以优质内容和营销事件为媒介,寻求与用户直接沟通、接触的策略。

北京社科院副研究员王鹏在接受采访时表示,流量并不直接等同于销量。虽然高流量可能带来更多的曝光和关注,但要转化为实际销量还需要企业在产品、服务、品牌等方面做出努力。(摘自4月8日《中国经营报》陈燕南文)

## 到家服务消费新风强劲



上门喂猫服务

家住上海陆家嘴某小区的陈阿姨,最近时常交出家里的掌勺“大权”。她每天只需将菜买好放在厨房,就会有预约好的阿姨上门。菜品和要求已提前在微信里沟通好,不必再自己动手,两小时后一桌颇具本帮风味的饭菜便准时上桌。“比起以往自己忙碌小半天,现在找人上门做饭食材放心又能吃到大厨水平,划得来!”偶尔在电梯间里遇到相熟的邻居,陈阿姨常要推介一番。

近年来,生活服务消费新风强劲,以家政、洗涤、维修为代表的家政服务行业快速发展,已支撑起万亿级规模的市场。

### 日益专业化、细分化

“除了感情不修,其他都修。”啄木鸟家庭维修的COO李奇隆习惯了这样的开场白。企业现已覆盖全国2200多个县级以上城市。“我们维修服务有410个场景,大概有1000多个SKU(最小存货单位)单品,数量很多,我们认为细分市场还有很大的潜力。”

近年来,众多从业者都和李奇隆一样,看到了生活服务专业化、细分化发展趋势。“比如宠物卫生打扫、衣柜整理收纳,这些服务以前没有,但近年来复合增长速度很快。”e家政CEO林杰坦言,尽管企业偏向于聚焦家政保洁某个单品类目,但能明显感受到,从2023年到2024年,消费者尤其是年轻

人的需求越来越多元和个性化,催生出一系列新的服务内容和场景。

洗鞋行业正是为解决年轻人的生活烦恼而兴起的典型。“我们的消费者中,18岁-35岁的消费者占了75%。”大鲸洗创始人张国庆介绍,巨大的需求推动市场供给翻了七八倍,服务纯线上订单的洗衣工厂模式开始出现。

据美团数据,生活服务消费频次逐年上升,2023年交易额同比增长100%。其中,上门代厨、喂猫遛狗等新型服务快速增长。

### 下沉市场成为“新引擎”

林杰表示,尽管一线城市生活服务需求旺盛,但受住房面积以及消费者空闲时间等影响,需要三四个小时的家政服务常常被压缩成两小时。因消费时长缩短、竞争激烈,林杰坦言,家政类目的市场空间和收益率,有的大城市反倒不如小城市。多位行业负责人都在采访中表示,与较为完善成熟的一二线城市相比,下沉市场正在成为生活服务增长的“新引擎”。美团数据显示,2023年,三线及以下城市的用户交易规模,增速居各线城市首位。

但目前,生活服务行业向上发展仍面临一系列挑战。“对于一个万亿级市场来说,生活服务行业‘大市场、小主体’格局显著,各业态处于高度离散状态,品牌多以单城经营为主,服务供给不充分、不平衡的问题在旺季尤为凸显。”美团生活服务业务负责人宫玉清这样剖析行业现状。

为推动服务业高质量发展,2023年底,商务部等12部门联合印发《关于加快生活服务数字化赋能的指导意见》,从5个方面作出部署,助推以数字化驱动生活性服务业向高品质和多样化升级。(摘自4月8日《工人日报》裴龙翔文)