



□ 刘丽伟

在当今复杂多变的经济形势下，面对外部关税战的冲击和内部新旧动能转换的关键节点，发展服务消费不仅是经济层面的命题，更是实现社会治理现代化的重要路径。2025年4月25日召开的中央政治局会议提出，“着力稳就业、稳企业、稳市场、稳预期”，释放出多个政策信号，其中包括大力发展服务消费，增强消费对经济增长的拉动作用。当前及下一阶段扩大养老服务消费的重点是促进消费，这不仅是“银发经济”的重要组成部分，更有助于推动社会从“应对老龄”转向“积极老龄”，最终实现“老有所养、老有所为、老有所乐”的社会治理目标，使养老服务消费成为连接经济增长与社会和谐的重要纽带。

养老服务消费是指老年人及其家庭为满足养老生活需求而购买各类养老服务和产品的行为及过程，涵盖生活照料、医疗护理、精神文化服务以及养老设施设备和产品消费等。在数智经济背景下，养老服务消费呈现出新特征新趋势。其特征表现为营利性与协同性并存，需平衡市场供给与政府托底，同时覆盖一二三产业且产业链长，涉及从支撑技术、产品服务到具体应用场景的多个环节。新趋势则体现在消费渠道线上化、服务需求智能化、消费选择个性化、服务场景多元化、消费决策理性化以及消费体验社交化等方面，这些趋势丰富了养老服务消费的内涵。《中国康养产业消费趋势报告（2025）》数据显示，随着智慧养老产业的推进，老年人及其家庭对智能化养老服务产品的接受度和需求不断上升，极大丰富了养老服务消费的新内涵。

我国养老服务消费潜力巨大，挖掘并释放这一潜力具有重大的经济和社会意义。截至2024年末，我国60岁及以上老年人口已达31031万人，占全

国人口的22.0%，其中65岁及以上人口22023万人，占全国人口的15.6%。根据联合国老龄化划分标准，65岁及以上老年人口占比超过7%，称之为老龄化社会。由此，我国已进入老龄化社会，并呈现出“未富先老、未备先老”转向“随老而富、随老而备”的趋势。数据显示，我国银发经济规模在7万亿元左右，到2035年有望达到30万亿元左右，展现出广阔的市场前景。

扩大养老服务消费更具多层面的社会价值和意义。释放养老服务消费潜力有助于对冲外部环境的不利影响。在此基础上，扩大养老服务消费还具有多层面的社会价值。一是能够显著提升老年人的生活质量，增强他们的社会融入感，减轻家庭养老负担，完善养老保障体系，并稳定就业。也就是说，养老服务业作为典型的“就业蓄水池”，在吸纳劳动力方面发挥着重要作用。二是有助于推动“养老型”科技创新，加快构建“政策引导+市场运作+社会支持”型治理网络，促进“科技向善”与社会治理数字化的有效结合。三是有助于建设“适老型”社会，提升老年人的数智化素养，让他们充分享受数智化时代的红利，从而维护社会的稳定与长期和谐。随着智慧养老服务的不断进步与发展，未来将有越来越多的老年人受益于这一领域的创新与拓展。

养老服务消费是应对我国人口老龄化、推动社会经济协调发展的重要领域。近年来，我国老年金融市场、老年健康管理、老年医疗服务等养老服务产业呈现蓬勃发展态势；与此同时，养老服务领域的短板问题也逐渐凸显。一方面，由于我国庞大的人口基数和快速的人口老龄化进程，养老服务的供需矛盾日益尖锐，导致“未富先老”现象出现。另一方面，农村

地区养老服务基础薄弱、服务水平较低，专业人才匮乏。同时，城市中居家养老服务和社区养老服务的供给质量不高，优质普惠服务资源相对稀缺，老年精神文化服务的供给也存在明显不足。为促进养老服务消费的可持续发展，推动我国养老服务高质量发展，以下策略至关重要。

一是完善消费环境。在顶层设计方面，需要完善制度，促进养老产业与养老事业协同发展，探索构建全国统一的智慧养老标准。首先，推广智慧养老试点示范应用，推动智慧健康养老产品研发，加快培养智慧养老专业人才。其次，还应做好兜底工作，保障特殊困难群体的基本养老需求，同时要规范市场秩序，确保养老服务的安全可靠。此外，建立长期护理保险制度，完善评估和护理体系，使保险制度能够切实惠及更多老年群体，为养老服务提供稳定的资金支持。最后，支持养老服务企业打造品牌，提升产品与服务的市场竞争力。同时，鼓励青年参与智慧助老活动，帮助老年人提升数字素养，更好地适应信息化社会。在此基础上，还应通过购买服务的方式，搭建养老服务供需对接平台，促进养老机构、社区服务组织与家政、医疗等服务的联动，形成居家、社区、机构“三位一体”的养老服务体系，从而带动养老产业链的完善和发展。

二是提升消费能力。为提升老年人的消费能力，需从增加收入和激活有效市场两方面发力。鉴于老年人平均收入水平较低，难以满足养老服务的刚性需求，我国各级政府和相关部门应采取有效措施提高老年人的收入水平。一方面，积极开发针对刚性需求的养老服务市场和中高收入老年群体市场，培育老年人的消费习惯和对养老服务平台的忠诚度，从而逐步激

活智慧养老服务市场。另一方面，应不断完善养老保障体系，持续优化老年人消费优惠政策，增加服务供给、提升服务质量、创新消费模式，以全方位促进养老服务消费。

三是提升消费供给的质量。为了更好地满足老年人多样化的养老服务需求，应鼓励有影响力的智慧养老企业牵头成立产业联盟，加强养老服务产品的创新研发，提升智慧养老产业链的整体实力。一方面，引导社会资本积极参与智慧养老产业，营造自由选择和个性化服务的市场环境，以满足不同老年群体的特殊需求。另一方面，应引进优质智慧养老服务企业，并建立相应的补贴和退出机制，以保障服务质量和市场活力。同时，推动智慧养老产业链上中下游企业之间的协同合作与信息交流，促进涉老数据的共享与整合，实现智慧养老服务的规模经济和长尾经济效益。

四是培育新型消费文化。为适应人口老龄化社会的需求，应积极培育“适老型”消费文化，倡导兼具自由度和舒适度的“机构居家化”养老模式。鉴于老龄化是一个需要学习和适应的过程，社区和村民委员会应发挥作用，帮助居民为老年生活做好准备。从国际经验来看，一些发达国家在应对人口老龄化问题上，逐渐从依赖机构养老转向“去机构化”和“机构居家化”。借鉴此经验，我国的养老机构应改变传统的管理模式，为老年人提供更多的精神护理和心理慰藉，使养老服务消费更具人性化和温馨感，为老年人提供更具“家的味道”的服务。

政策与治理

盘活扶贫资产助力乡村振兴

□ 张 承 段宜嘉

习近平总书记指出，“脱贫攻坚形成了庞大的扶贫资产，对这些资产要摸清底数、加强监管，确保持续发挥作用”。扶贫资产是指使用各级财政资金、地方政府债券资金、东西部协作资金、社会捐赠和对口帮扶资金等投入扶贫领域形成的各类资产，并按经营性资产、公益性资产和到户类资产进行管理。所谓盘活扶贫资产，即通过科学的管理和创新的运营手段，充分挖掘扶贫资产的经济价值与社会效益，实现资产的保值增值，进而为巩固拓展脱贫攻坚成果、防止返贫提供坚实且持续的支撑与保障。因此，加快构建扶贫资产长效运营机制，确保扶贫资产持续稳定发挥效益助力乡村振兴，其意义非凡，影响深远。

以提升经营性资产质效为核心，锻造乡村振兴新质生产力。乡村振兴的关键在于产业振兴，而经营性资产在其中发挥着“现金流”的重要作用。比如，有些地方通过引入专业团队对扶贫产业项目进行运营，成功将闲置的农产品加工厂打造成区域知名品牌，带动了周边农户增收致富，这一实践充分证明了提升经营性资产质效的重要性。首先，要摸清家底，建立资产台账管理制度，明确资产类型、产权归属及运行状态，评估资产价值，对亏损、低效、闲置、劣质资产进行分类，并确定保值增效的优先级。其次，规范运营，构建市场化运营机制，精准对接市场需求，接入平台与产业链，调整产品结构，利用电商平台如直播带货、社区团购、商超直供等打通销路，拓展销售渠道，强化品牌化建设，打造地域特色品牌，通过地理标志认证提升溢价能力。再次，控制风险，做好风险防范预案，动态评估市场、自然、政策等风险，制定应急预案，发展多元复合经营，合理使用保险与金融工具分散经营风险。

最后，统筹规划，优化收益分配机制，在保证脱贫村（户）优先受益的前提下设置阶梯式分红机制，将收益分配与资产运营绩效、参与主体贡献度挂钩，既保障基础收益，又激励高效运营。

强化各类扶贫资产协同运营，持续提高扶贫资产整体效能。在扶贫资产分类细化的框架下，围绕“功能互补、资源互通、利益共享”的协同运营原则，构建系统化运营模式，形成“经营性资产造血—公益性资产搭台—到户类资产参与”的闭环。比如，一些贫困地区通过整合经营性资产、公益性资产和到户类资产，形成了“产业带动、设施保障、农户参与”的协同发展模式，有效提升了扶贫资产的整体效能，为当地乡村振兴提供了有力支撑。一是以经营性资产为引擎，持续创造经济效益，增强造血能力，反哺公益性资产建设与到户类资产管护。二是以公益性资产为基础，改善农业农村基础设施条件，降低协同发展成本，为经营性资产提供配套硬件保障。三是以到户类资产为纽带，激活个体参与经营性资产运营的能力，反哺经营类资产运营与公益性资产管护。通过空间协同、时序协同与权责协同，做好对协同效果的经济维度、社会维度、可持续性维度量化评价，形成扶贫资产协同运营机制。

联农联村发展，提升脱贫村（户）的内生能力。过渡期后，巩固拓展脱贫攻坚成果不能一直依赖外部“输血”，扶贫资产的盘活离不开脱贫村（户）的深度参与及实时监督。一方面，以人才支持，开展“技术导师+商业导师”培训，培育“技能+市场”型乡村振兴人才，提振对扶贫资产的运营信心，让脱贫户从“被动受助”转向“主动创收”，在持续参与中实现“技艺赋能—收益增加—投资扩容—能



力提升”的良性循环，切实提升脱贫户的内生发展能力。另一方面，加强监管，充分发挥村集体的自治作用，探索成立“扶贫资产监督管理委员会”，由新乡贤、第三方审计机构、村委会、村民代表等共同监督和参与资产运营，实时公开资产收益、分配和使用明细，形成“资产监管—资产运营—产业联结—乡村振兴”的正向循环，切实提升脱贫户的乡村振兴水平。同时，让脱贫户成为扶贫资产运营的“主角”，设置“奖励基金”，实行“乡村工匠”阶梯式认证激励，持证脱贫户优先享有扶贫资产的承包权。

健全资产帮扶政策，阻断规模性返贫致贫风险。在阻断规模性返贫致贫的征程中，以健全资产帮扶政策为扶贫资产赋能，筑牢返贫致贫风险防线，助力乡村振兴稳步前行。首先，在衔接乡村振兴战略时，将扶贫资产纳入项目库并延续支持政策，政府应从主导者转变为引导者和服务者，通过规划和政策引领产业发展，避免资源浪费。同时，强化服务职能，提供优质公共服务，营造良好环境，健全农业技术推广体系，完善金融支持政策，激发市场活力。此外，政府还须

不断完善联农带农机制，鼓励经营主体与农户合作，让农民共享产业增值收益，实现共同富裕。其次，强化配套帮扶政策，以可持续发展为目标导向，协调满足扶贫资产经营主体对基础设施的需求，出台扶贫资产经营主体对接市场销售链、原材料供应链、金融贷款、保险、技术等方面的政策。再次，在扶贫资产运营过程中，强化多主体协同参与，以政府、市场、社会、村集体等主体塑造多主体共同利益体，构建自下而上的内生运营与监管模式，整合多方资源，形成资金、技术、市场合力，增强抗风险能力。最后，提供法律法规保障，出台扶贫资产管理办法，通过合同明确各方权责，确保资产形成、确权移交、管护运营、收益分配、风险分担等方面依法依规，为乡村振兴奠定坚实基础，让脱贫成果更加巩固、更可持续。

基层治理

艺术和乡村自古有之，当二者碰撞到一起，会产生怎样的火花？近年来，“艺术乡建”作为乡村振兴的一种重要路径，正在不少地方蓬勃兴起。文艺工作者们通过建筑营造、文化活动、非遗传承等方式，将文化艺术深度融入乡村建设，不仅美化了乡村环境，更激活了乡村资源价值，提升了村民的物质和精神双重获得感。这种模式与2025年中央一号文件提出的“农业增效益、农村增活力、农民增收入”的发展目标高度契合，展现出广阔的发展前景。

在“艺术乡建”的热潮中，一些深层次问题也逐渐显现。首先，村民参与度不足的问题。部分项目缺乏对当地文化的深入挖掘和传承转化，简单套用成功模板，导致村民缺乏认同感和参与热情。其次，乡村风貌同质化倾向问题。有的地方一味追求复古，有的则简单复制城市审美，使乡村文化丧失了在地性和多样性。更令人担忧的是可持续性問題。一些项目没有建立“价值共创”机制，轰轰烈烈一阵子后便销声匿迹，不仅未能带来实质改变，反而破坏了原有的乡土文化生态。

面对这些挑战，“艺术乡建”必须回归其本质目的。首先要明确的是，“艺术乡建”的根本在于解决人的发展问题，必须以村民为主体，充分尊重其意愿和需求。在实践层面，需要特别注重三个关键点。一是要深入挖掘和传承本土文化，避免千篇一律的复制。二是要建立村民深度参与的机制，提升其文化自信和自主发展能力。三是要注重可持续发展，将艺术建设与产业发展、生态保护有机结合。只有根植乡土、依靠村民，“艺术乡建”才能真正激发乡村的内生动力，实现可持续的乡村振兴。

尊重乡土文化主体性，传承弘扬中华优秀传统文化。乡村作为承载地域文化特色的生活空间，“艺术乡建”必须扎根乡土文化根基，充分融合当地的历史文脉、民俗传统、农耕文明和民间艺术等要素，重塑具有文化深度的乡村文明形态。这要求我们在实践中切实贯彻2025年中央一号文件关于“加强乡村文化遗产保护传承和活化利用”的精神，重点做好以下工作。首先，要系统梳理和深入挖掘乡村特色文化资源。通过全面普查乡村的生态资源、人文历史、文物古迹等文化要素，建立完整的乡土文化档案。在此基础上，遵循乡村原有生态格局和文化脉络，采用艺术化的手段进行创造性转化。比如通过修缮活化闲置老宅、传播乡土美学意蕴等方式，构建“产业、村落、居民、文化、景观”有机融合的文化艺术空间。其次，要突出村民在文化传承中的主体地位。“艺术乡建”不能停留在简单的环境美化层面，而要以提升村民的文化自觉和文化认同为核心目标。通过开展文化传承活动、培育乡土艺术人才等方式，让村民真正成为乡村文化的传承者和受益者，从而激发乡土文化内生的发展活力。最后，要注重满足现代人的精神文化需求。在城镇化快速发展的背景下，“艺术乡建”要着力打造能够唤起乡愁记忆、满足精神回归需求的文化空间，让乡村成为现代人寻找文化根脉的精神家园。这既是传承发展中华优秀传统文化的需要，也是实现乡村振兴的重要途径。

激发在地村民主动性，建设宜居宜业和美家园。“艺术乡建”要实现可持续发展，关键在于激发村民内生动力。这需要突破简单的艺术下乡模式，建立多方参与与持续性对话机制，让村民真正成为乡村建设的主人翁。首先，在宜居环境营造方面，要把握三个重点。一是坚持“修旧如旧”理念，尊重乡村原有肌理，避免刻板复古或生硬植入。二是推进基础设施现代化改造，实现传统风貌与现代生活的有机融合。三是持续改善人居环境，让美丽乡村建设成果真正惠及村民日常生活。其次，在产业培育方面，要充分发挥艺术的赋能作用。一是通过艺术设计提升农产品附加值，打造特色品牌。二是推动艺术与农业、旅游等产业深度融合，培育新业态。三是建立文创产品开发机制，让艺术创造切实转化为经济效益。最后，在乡风文明建设方面，要注重发挥文化艺术的社会治理功能。一是以艺术活动为载体，弘扬中华优秀传统文化，通过公共艺术空间营造，促进邻里和谐。二是创新艺术表现形式，传播社会主

义核心价值观，最终实现环境美、产业兴、民风淳的协调发展，让艺术真正成为乡村振兴的内生动力。

培育典型引领主力军，打造“艺术乡建”特色品牌。“艺术乡建”要实现长效发展，必须着力培育两支关键力量。一支是扎根乡村的文艺人才队伍，一支是具有示范效应的特色品牌项目。首先，在人才队伍建设方面，要重点做好三项工作。一是建立“文艺导师”制度，鼓励知名艺术家、文艺工作者深入乡村开展结对帮扶。二是培育本土文艺骨干，通过专业培训、项目实践等方式提升在地人才艺术素养。三是完善激励机制，在文艺创作扶持政策中加大对“三农”题材的倾斜力度。其次，在品牌项目打造方面，要突出三个特色。一是实施“一村一品”培育计划，充分挖掘各地文化资源禀赋。二是打造差异化艺术村落，形成文学、美术、音乐等特色艺术集群。三是构建区域联动机制，通过“艺术长廊”等载体实现资源共享、优势互补。只有通过人才与品牌的双轮驱动，“艺术乡建”才能真正形成可复制、可持续的发展模式，为乡村振兴注入持久的文化动能。

“艺术乡建”的要义不在于打造多少网红景观，而在于培育多少乡土艺术家；不在于短期轰动效应，而在于持续提升内生动力。当村民从被动接受者转变为主动创作者，当传统技艺从博物馆展品转化为生活日常，艺术才能真正成为乡村振兴的源头活水。这需要我们以“功成不必在我”的胸怀，既要“送文化”，更要“种文化”；既要“塑形”，更要“铸魂”，做好“艺术乡建”的基础工程。唯有如此，才能让艺术之根深扎乡土，让文化之树枝繁叶茂，最终实现乡村物质富裕和精神富足的双重丰收。

社会观察