



■ 一周头条

1. 黄山区打造研学旅游特色品牌。为了适应研学旅游市场的新变化，近年来，黄山市黄山区创新“旅游+”思维，整合区域旅游资源，开发旅游产品，积极打造研学旅游特色品牌。

挖掘特色研学产品。以黄山区秀美的山水景观为依托，整合茶乡茶园、红军北上抗日先遣队纪念馆、途居黄山奇瑞露营地、《黄山映象》、东黄山度假区等旅游景区（点），融入农业采摘、红色文化、工业制造、艺术体验、非遗文化等元素，精心推出“茶香体验游”“乡村采摘游”“红色缅怀游”“房车体验游”“艺术研学游”“民俗探秘游”等多条特色线路，进一步丰富游学内容。

打造研学旅行基地。太平湖风景区以打造研学基地为目标，不断加快景区建设提升；红军北上抗日先遣队纪念馆新增军博园项目，添置了火箭、坦克、发报机、机关枪等退役军事设备；《黄山映象》针对舞蹈学校的研学团队，安排艺术老师进行专业指导；以知青文化为背景，东黄山度假区将其打造成孩子们“忆苦思甜”的训练营。太平湖风景区、红军北上抗日先遣队纪念馆被推介为2017黄山市首批研学旅游示范点。

加强研学合作推广。黄山区旅委联合媒体开展宣传合作，拍摄旅游专题片，组织线下活动，在合肥市首推“艺术研学之旅”。此外，芙蓉谷景区与安徽华景文化旅游产业集团、安徽外国留学生教育管理委员会对接合作，成立了“华景研学黄山总部基地”、“安徽省外国留学生教育管理学会”。依托网络、微博、微信平台，进一步加大旅游产品宣传力度。2017年，黄山区研学旅行模式被收录至《全国旅游业改革创新典型案例》。

■ 行业信息

1. 人社部：今年5月底养老保险覆盖城乡居民5.08亿。2016年，中央财政累计对企业养老保险基金投入超过4000亿元，同比增长12.9%，截至今年5月底，我国养老保险城乡居民覆盖人数达5.08亿人，领取待遇人数1.59亿人，但是由于地区间经济发展不平衡，仍存东部结余多、中西部结余少的情况。

人社部有关部门负责人介绍，为促进养老保险制度可持续发展，我国已实施全民参保计划，扩大覆盖范围。截至2016年底，职工养老保险人数3.79亿人，比2015年末增加2569万人。同时加大财政投入，增强基金收入。地方财政也在加大投入，



2016年各省市县级财政投入合计668亿元，同比增长79.6%。

我国前5月职工养老保险基金总收入15769亿元，同比增长23.9%；基金总支出13505亿元，同比增长23.2%。但是由于地区间经济发展不平衡，存在着基金分布不均衡的结构性矛盾，特别是在东北等老工业地区，缴费人员少、退休人员多、抚养负担重的情况比较突出，基金出现了当期收不抵支。

2. “莲花佛国”池州：绽放莲业经济之花。“江南可采莲，莲叶何田田，鱼戏莲叶间”，这是汉乐府民歌描绘江南水乡采莲时的热闹欢乐场面。素有“莲花佛国”美誉的池州市，生态优良，水质清新，低洼田面积较大，交通也非常便利，水运、陆运、空运都很方便，莲产业经济正在蓬勃发展。目前，该市莲产业种植面积约有3.3万亩，在全省各地市莲业种植面积中位居第一，一朵莲业经济之花，正在莲花佛国翩然绽放。

3. 合肥铁路再调图，合肥到兰州10小时高铁可达。7月1日，铁路部门将再次调整列车运行图。因配合徐兰高速线宝鸡南至兰州西段即将开通，合肥至兰州可经蚌埠南、徐州东、郑州东、西安北接续高铁至兰州西，由原普速车22小时47分缩短至10小时之内。

据了解，此次调图新增合肥站-徐州东站的G7410次，增加了北京方向的售票能力。同时恢复温州-兰州K306/7次开行，满足合肥地区去往兰州方向的旅客出行需求。

4. 汤池、三河要打造特色小镇，鼓励建设地域特色和魅力的美丽乡村。6月22日，省政府发布《安徽省新型城镇化发展规划(2016—2025年)》，提出将倡导建设一批有地域乡村特色的绿色农房；此外，合肥的汤池、三河还将打造特色小镇。

按照规划，到2025年，将选择160个左右产业基础较好、生态环境优良、文化积淀深厚的小城镇进行重点培育，形成一批具有徽风皖韵、凸显专精美活的生态宜居型特色小镇或特色小镇。其中，重点支持庐江县汤池镇等小城镇，注重特色旅游业态打造，以休闲旅游为核心产业，构建融合文化、旅游、生态、社区等功能的创新创业发展平台，完 提升 接待能力。重点支持肥西县三河镇等小城镇，造文化风 特色，加大 建 、 区的保护开发力度。此外，我省还要保护一批历史底蕴厚重的名城 镇。

全省依据地理 经济条件分为皖北、皖中、沿江、皖西 皖南片区，建设各具特色 力的美 乡村。因地制宜，尊重群众智慧，从历史挖掘、当地选材、环境 调等方面 ，倡导建设具有地域乡村特色的绿色农房，形成广 覆盖的风景。其中，皖北地区的农房 导保留中原地区风 ，保护 州 合 、淮北民居等传统



建；皖中保持江淮地区风格，保护江淮落式、天井式、桐城氏家大宅、圩寨等传统建筑；沿江有水乡秀特色风格，融江南水乡皖南民居特点，保护等水乡传统建筑；皖西有部分徽元素，保护皖西南大、皖西北圩寨等传统建筑；皖南是徽建筑风格，保护徽州民居、土墙、树皮、石等传统建筑。

5. 合肥万达乐园成安徽旅游新名片。近日，在途牛旅游网对外发布的《2017在线亲子游消费报告》中，合肥万达乐园凭借其趣味十足的游乐设施、融入徽文化的主题特色、便捷的交通区位优势，从一众旅游景点中脱颖而出，入选“孩家最爱周边主题乐园TOP10”，成为亲子家庭出游的首选地。此前，在被称作国内旅游界“奥斯卡”的中国旅游总评榜中，合肥万达乐园2016年度“中国旅游景区人”。虽然开业不到一年，但合肥万达乐园实力交出了一满的答卷，已成为华东旅游版图上不容小觑的一颗新星。

作为首家大型徽文化主题乐园，合肥万达乐园并不满足于传统主题乐园营销模式的复制粘贴，从消费者角度出发，创造消费者真正关心、需要的游园环境，从在欢声笑语中输出中华传统文化，打造真正具有中国特色的主题乐园。“孩家最爱周边主题乐园TOP10”、“中国旅游景区人”这高含金的奖项肯定了中国特色主题乐园的市场价值与无限潜力。

6. 第五届西旅会推出近10万份旅游优惠产品。6月23日，第五届中国西部旅游产业博览会，吸引了西部12个省以及国内外100多个旅游城市、40多个旅游机构、300余家旅游企业参展参会，展会上推出的近10万份旅游优惠产品成为最大亮点。

届西旅会由重市人民政府主办，主题为“山水重、多西部”。展会期间，将推出特色旅游产品、精品旅游线路、智慧旅游、全域旅游等大型“展示·体验·交流”活动，还将举办中国互联网旅游企业旅游合作推广经验分享会、中国西部文旅发展主题分享会、旅游风光展演、旅游惠民月等特色活动。

旅游惠民月活动作为届西旅会的重要活动之一，整合了重市内知名景区门票、5星级游轮套票、温泉免费门票、免费机票、5星级酒店免费房券、自助餐、企业金券、特色旅游产品等。活动将持续一个月，景区门票、酒店优惠券、旅游特产等优惠产品超过10万份，总价值近1000万元。

2009年至今，中国西部旅游产业博览会已成功举办了八届，通过形式新颖的旅游推介、丰富多样的旅游产品、精彩纷呈的旅游活动，充分展示了西部地区旅游整体形象，实现了良好的经济社会效益。



■ 专题报告——顺势而为，看房企的养老产业走向

自35 文件《国 关于加快发展养老 业的 见》发布以来，资 市 市场纷纷试水养老产业，在近三年的市场发展，企业投入重资 戟沉沙的消息不绝于耳，业内对于养老产业这片蓝海也有了新的认识。但幸有各路资 对这 公益 事业不断的 试与探 ，我国的养老产业发展也在不断进步，同时政 也开 着 市场积极调整变化。整体来 养老事业的前途是光 的，但 路是 的， 房企 选择进入时不但要讲情怀，也要 条件，讲方法。

消费不足、结构性过剩与政策转向

中国历年老年人口数量



数据来源：国家统计局

中国与世界人均GDP情况



数据来源：IMF

目前我国60岁以上的老龄人口已在2.2亿以上，占据总人口的16.1%，但人均GDP与发达国家仍有较大差距，因此市场很大，但消费需求并不旺盛。从我国的养老结构来 ，政 倡导“9064”式结构，即90%的老年人选择居家养老，6%的老年人在社区养老，4%的老年人入 养老 机构集中养老，目前的市场 要围 社区及机构养老，90% 的强调 的居家养老 有资 进入。

当前的养老产业也存在结构性过剩 题，15年中国老龄 学研 中心的数据显示：全国的养老机构空置 高达48%，在被 养老机构中，有利润盈余的养老机构比例为19.4%，32.5%的机构亏损，48.1%的机构基 持平。 有限的养老机构 高端养老机构较多，未照顾到中等收入群体。根据胡润《2016中国高净值人群白皮书》



统计，中国16年资产 1000 万以上的人口达134万人，按照高净值人群家庭平均赡养3位老人，10%参与机构及社区养老来算，目前最多有40.2万个养老床位需求，虽然这人口的消费能力不可小觑，但数量有限，在险资、房企介入下，目前高端养老项目的竞争将十分激烈。

从养老政策来看，我国的养老方向正逐步发生改变，政府对于微型养老机构的投入开始加大。这类机构一般建于社区之内，床位最低在10张即可申请养老牌照，即社区嵌入式养老微机构。该养老微机构可以担当社区养老角色，也能满足90%的居家养老需求，老人可在不离开其原有生活圈进行养老，对于子女来也方便照顾，一般价格较为适中，因此入住率也较为可观。其中北京计划在2020年建成1000家“养老驿站”，驿站一般设置10-15张床位。上海计划在今年年底实现各镇“长者照护之家”全覆盖，规模多在10-45张床位之间，前者皆属于社区嵌入式养老，这类的养老政策推出也将对其他城市形成示范效应，该类养老机构在未来有不少的增长潜力。

房企投资谨慎，养老模式各异

对于养老地产，目前已不是房企多元化发展的优选目标。早在2014年，孙正义在博鳌论坛会上谈及养老地产的话题上这样回应：“有的人有老，老的人有，为要”，这也较能反映当前多数房企对于发展养老地产的顾虑。从进入养老产业的房企来看，多数房企对养老项目投入相当有限，甚至也有房企苦战多年然无果。但也有房企的养老产业已形成一定规模影响力的，如万科、远洋、保利这三家。

1、万科：社区嵌入式养老

万科2010年进入养老市场，在经过多年的探索，万科养老产品已经覆盖居家、社区、机构三大养老体系，截至目前，万科已在杭州、广州、北京、上海、青岛、成都、济南、合肥等10个城市布局了近130个养老项目，其中开业运营了超过70个养老项目，目前政策导向，着力发展其嵌入式养老微机构，即万科的智慧社区颐园之家项目。智慧养老项目在上海、广州等地布局，已成为当地的标杆微型养老社区项目，其中上海的智慧社区颐园已经转正。（2017年3月5日，合肥万科颐园示范区正式开放，万科颐园是万科在合肥首个医养结合的五星养老机构，通过万科公园社区大配套理念，打造合肥市标杆养老机构。）

但从投入回报来看，嵌入式养老微机构目前营利并不乐观，以上海的宝智为例，该机构总计有34张床位，配有万科团队人员16名，其中8名护理，整体运营



成较高，在入住率达到90%才能保证收支平衡，该项目前期投入即有650万元，依靠护理收入以维持运营。出现这种问题的除了政府扶持不够外，也在于该机构“麻雀虽小，五脏俱全”，因此成本较高，暂时未能形成规模效应，未来对机构的周边社区老龄人口提供居家养老服务，在业务发展的同时也能实现人力成本节约，将会为机构取得新的利润增长点。

在规模化经营上，万科的杭州绿城园之家的表现优异，通过与当地合作政府，依靠自建养老团队支持各社区养老机构运营，在2016年10个月内即完成从1家到100家的快速扩张，在未来三年，万科计划将绿城园养老布局至100个网点，接待客数超过5万名，覆盖长者将达60万人，这均是以万科在杭州的大型养老机构绿城园树护理为依托的，因此园之家也可作为万科养老业务扩张的一个支点。整体来看，万科的养老事业前途光明，未来通过与政府合作，盘活资产，品牌化输出或成常态，其养老产业的市场占有率将进一步提高。

2、远洋：资产式养老

远洋养老项目以资产方式运营，目前远洋在北京有7家养老机构，已运营三个高端养老社区，一个项目即将开业，三个项目在建。背靠安邦及中国人寿大股东，远洋发展养老产业的战略也比较符合险资的投资偏好。根据远洋总裁在2016年中期业绩会上的发言，“养老地产可以占据远洋三分之一的业务”，由此可看出远洋未来在养老产业领域的投入将继续加大。

远洋自2013年开始以子公司方式布局养老，运营的养老项目全为高端养老项目，均是通过收购、自建的方式完成建造，选取的项目一般位置靠近三环路，再通过与国外成熟的养老机构合作，引入设施及专业护理人员，保证了项目的高品质。根据远洋2016年的中期业绩会显示，其北京第一个养老公寓已经满员。其他三个项目出租率当时分别为50%及40%，40%出租率的项目是在项目开业4-5个月之内完成的，总体上运营较为成功。虽然远洋资产的运作方式减缓了公司的资金压力，但整个行业当前并未实现盈利，高端养老项目也并非对应的高回报，具体原因除了政府补贴不足外，可能还与北京高端养老项目激烈的竞争环境有关。整体来看，远洋养老地产的品牌建设比较成功，节省了一部分资金的同时，为其未来的资产化运营、高端品牌输出打下了基础。

3、保利：全产业链介入式养老

保利地产在2010年即涉足养老产业，经过这几年的探索，目前发展有三个子品牌，专注机构养老的嘉会，提供社区及居家养老服务的悦生活馆，还有参



与提 养老产业产品与 的保利安平，形成了保利全产业链介入的养老产业模式。根据保利2016年 年报显示，公 在北京、上海、广州、成都等核心城市规划或投入运营养老项目 11个，目前 要以 熏会形式的机构养老为 ，面向高端客 ，与远洋地产的 ， 目前整个 熏会也暂未达到盈亏平衡，仍在提高市场占有率 以及品牌经营 段，距 其在全国范围内形成80个 熏会 化经营的目标还有一段距 ，因此对养老产业也将持续投入。

保利在养老产业上下游的 试正对当前养老市场的 口，根据民政部数据，全国养老 位数2015年达到680万 ，按照1位护理人员照顾5位老人来 ，当前市场上至少有100万以上的专业护理人才 口，保利安平通过培训专业人才，向外可提 专业化的护理 ， 资产化运营， 向内也可为 熏会补 人才，是一个比较好的规模增长点。此外，保利安平的 也覆盖养老 ，设施运营管理等方面，依照其 熏会的品牌及自 的专业 度，保利地产在养老产业的上下游的前景值 好。

总结：整体来 ，我国的养老市场远未成熟，政 端也需要不断发力支持。已进入该市场的房企目前均 在抢占市场及经营品牌 段，盈利效果不如人 。从各典型企业的 现来 ，未来的养老市场在社区嵌入式养老微机构、 资产运营、养老产业上下游建设上的机会较多，房企可借此投入有限的资金，来撬动一个未来的大型消费市场。 对于中小房企 并不建议进入，因当前的养老市场盈利空间 分有限，需要企业有足够厚实的家底才能“玩 起”， 是有足够良好的政 关系，提前布局有 关的 产业，那就 好了。