

香港中文大學那打素護理學院

流金頌培訓計劃

CTP005: 社區及院舍的長者照顧

非正規及家庭照顧者培訓工作坊 (三)

社區照顧與長者晚年生活

日期：2012年4月26日



香港賽馬會慈善信託基金
The Hong Kong Jockey Club Charities Trust

內容大要 (第五課)

- 介紹嶄新的生活資訊，協助長者留在社區生活以，以達致居家安老：
 - 發展銀髮市場的重要性
 - 銀髮市場的由來及發展
 - 香港銀髮市場的新趨勢

發展銀髮市場的重要性

發展銀髮市場的重要性

- 長者利用社區提供的設施及服務，如家居照顧服務、醫療、保健用品、購物、進修、旅遊、消閒娛樂
- 長者可繼續住在自己的住宅內安度晚年
- 提供長者熟悉 (對人、事、物) 的環境
- 希望每一位有照顧需求的長者能夠優先尋求社區資源的協助, 在社區沒法照顧的前提下, 才接受院舍服務

發展銀髮市場的重要性

- 改變以往以長者遷就環境，而是以長者的意願及需要為本，創造有利的條件，改變他們的生活環境配套，即使體弱不能照顧自己的長者仍能留在他們熟悉的環境中渡過晚年
- 發展銀髮市場，讓長者得以 “居家安老”
- 本地和外地研究顯示，長者均期望可於熟悉的社區和生活環境安享晚年

銀髮市場的 由來及發展

銀髮市場的緣起及發展

- 人口老化
- 戰後嬰兒潮→長者潮
- 2033年 — ¼為長者
- 224萬人， 27% (65歲以上)
- 人口結構的變化→城市規劃、房屋政策、社會福利、經濟帶來影響

銀髮市場的緣起及發展

- 研究顯示，新一代長者的健康狀況和經濟能力較上一代佳
- 樂意消費、追求較優質生活
- 銀髮市場潛力優厚
- 20年後，1/4為長者人口
- 市場需求很大

銀髮市場的緣起及發展

於2006年11月18日舉行首個「銀髮市場展覽會」

銀髮市場的緣起及發展

2007年7月17至19日

長青康健及生活時尚展



短片分享

日本的銀髮市場

日本、美國的銀髮市場

- 根據香港貿易發展局的《日本老人產品市場》研究報告
- 日本65歲或以上的長者，於2000年的消費額佔全國21%，至2010年時↑至27%
- 2003年，55至64歲的美國人花了150億在旅遊方面，比其他年齡人士多出40%

中國的銀髮市場

- 於2005年，中國的退休人士達三千萬人
- 其退休金、再就業收入、贍養費達二千億人民幣
- 內地的百貨公司逐漸開設了老年用品專櫃，以保健產品最暢銷
- 每天的利潤高達萬元

短片分享

老有所屬

加拿大、日本、台灣的長者住屋



銀髮一族的消費特徵

一般銀髮人士有以下特徵：

- 有能力消費
- 但不敢花，因為香港沒有養老保障，怕花光了，臨老唔過世
- 很精明
- 精打細算
- 不容易受哄
- 按自己需要

銀髮市場的種類

- 保健產品
- 醫療用品
- 長者日常用品, 如老花眼鏡
- 旅遊
- 醫療套餐
- 長者房屋
- 旅遊
- 進修
- 消閒娛樂



短片分享

香港長者博覽

發展銀髮市場 – 香港年長人士消費模式調查報告 (2006年)

- 2,015位50歲或以上的長者, 7成是女性
- 金額來源: 子女給予 (51%), 投資及儲蓄 (39%)
- 64%扣除了必需支出後, 剩\$1,000-2,000佔24%
- 三項長者最希望消費項目如下:
 - 旅遊 (34%)
 - 飲食 (23%)
 - 健康產品 (10%)

發展銀髮市場 —

香港年長人士消費模式調查報告 (2006年)

長者揀選消費項目時首要考慮因素：

- 旅遊：行程專為長者需要而設
- 娛樂：節目專為年長人士而設
- 衣：價錢
- 食：價錢
- 健康產品：價錢

香港銀髮市場的發展潛力

- 戰後出生率飆昇，此群組日漸步入晚年
- 20年後, 1/4為老年人
- 據人口統計，至2011年接近一半的55-69歲的人士，學歷達中學或以上
- 30%有退休保障
- 47%有不同種類的投資

政府統計處, 2001

香港的銀髮市場

- 以青年人為主導
- 切合長者消費要求的產品很少
- 多以老弱多病的長者為市場目標
- 欠缺設計創新或以長者日常生活所需的用品
- 只有長者用品專門店，如拐杖、輪椅，可以有其他嗎？
- 長者多未雨綢繆，退休後生活無憂，消費能力比年青人還要強
- 不再固守「食飽穿暖便夠」的觀念

活動一

- 假如你每月有\$5,000, 你會如何使用在以下各項支出中呢?
 - 買衣服
 - 旅遊
 - 消閒娛樂 (看粵劇、香港一日遊、飲茶)
 - 保健食品
 - 醫療
 - 進修 (長者學苑)
 - 投資 (買金、外幣、股票)

\$5,00

\$250

買衣服

5%

\$1,000

進修

10%

旅遊

20%

醫療

30%

消閒娛樂

15%

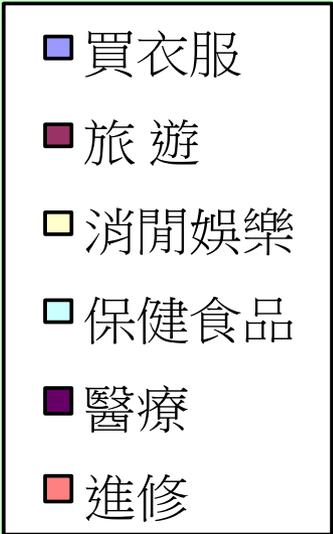
保健食品

20%

\$750

\$1,500

\$1,000



香港銀髮市場 發展新趨勢

長者住屋服務

長者安居樂計劃

長者安居樂短片介紹

長者住屋服務

- 長者安居樂：由房協興建，非政府機構營運，提供一站式長者住屋服務
- 開放式單位及一房一廳單位兩款
- 配套設施：健身室、圖書館、美容院、室內泳池及綜合醫療診所等
- 新發展：北角的丹拿山、筲箕灣及天水圍長者住屋計劃

長者安居樂

- 落成年份：2003年樂頤居，2004年彩頤居
- 為中產長者提供關顧式房屋
- 新一代長者不再要求 “有瓦遮頭” 那麼簡單
- 現今的長者居住環境、服務及設施均有要求
- 三代、四代同住的情況很少
- 傾向獨立生活
- 提供全面配套和服務設施，考慮日常需要

長者安居樂

- 以終身租約形式推出
- 入住者繳付租住權費
- 毋須繳付租金
- 每月繳交管理費及基本服務費

長者持續進修

- 2002年起於嶺南大學 “圓我大學夢” 長者持續進修計劃
- 展現 “活到老、學到老” 的終身學習精神
- 追求年輕時戴四方帽的夢想
- 為50歲或以上的長者設計多元化進修課程
→ 升讀嶺南大學本科課程
- 過著規律的校園生活，令健康改善
- 兩代人相處融洽，相約一起打球

長者持續進修

長者學苑：

- 2007年9月由安老事務委員會成立長者學苑
- 108間中小學及大專院校成立長者學苑
- 政府更於去年撥款1 000萬元成立「長者學苑發展基金」，長者學苑計劃能持續發展

北上養老

國內安老院與時並進

- 現時分別有兩間在國內由香港機構營辦的安老院
- 因現時香港輪候安老院的時間需要35-37個月
- 私營安老院質素參差
- 國內安老院相對便宜
- 鼓勵港人在國內養老，社署推出「綜援長者回廣東及福建省養老計劃」
- 只屬起步階段

綜援長者廣東及福建省養老計劃

- 1997年推出，2005年8月起推至福建省
- 選擇廣東或福建省養老的綜援受助者提供現金援助
- 申請資格：領取綜援**至少一年**
- 備註：公屋住戶必須交出公屋單位/取消戶籍
- 必須申報預算離港到內地居住的日期（申請此計劃起3個月內）
- 不能同時享有其他特別津貼（如租金津貼、特別膳食津貼）

資料來源：社會福利署2010

長者刊物 --- 長訊

- 為長者及護老者提供的第一本雜誌
- 於2004年底發行
- 提供健康和戲曲等為題材
- 提供產品、消閒活動、名勝古蹟、護老知識、

長者用品專門店

- 市場以青少年為主導
- 因長者身型關係，需要穿較大尺碼的衣服
- 市面上大多出售“婆仔衫”，暮氣沉沉之感

長者用品專門店

黃大仙店

地址：九龍黃大仙竹園(南)邨秀
園樓地下

電話：2952 7203

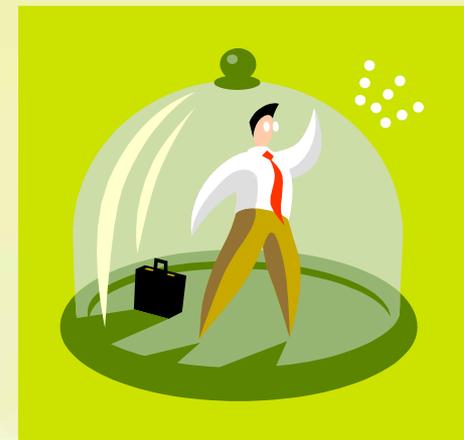
油麻地店

地址：九龍油麻地駿發花園地下
C2舖

電話：2388 6043

購物陷阱

- 消委會於2004年有23宗投訴
- 大多關於長者購買保健產品時受騙
- 長者應於購買時多作查詢及比較
- 與家人商量
- 認識消費的權益，如退貨、退款、換貨、維修及保養



建議

- 人口高齡化使市場消費結構出現轉變
- 長者不單消費於生活用品、護理服務和相關產品
- 還包括保健、旅遊、理財投資、文化娛樂等市場空間
- 銀髮旅遊市場前景無限，旅遊業界須積極發展相關配套
- 如行程的設計、食宿的安排、導遊和領隊對帶領長者的技巧等

建議

- 檢視現在本港的消費市場仍以兒童和青年人為主導
- 服務從業員對年長顧客的重視程度需得到提升，讓服務從業員了解長者的需要和特性，銷售的技巧和態度，清楚向長者講解使用方法
- 設立全民退休保障制度，為銀髮市場發展營造有利條件

建議

- 清楚知道消費的權益
- 倡議建立《長者消費的企業約章》：
 - 為年長消費者提供真確和充份的產品和服務資料
 - 銷售手法以「四不」為主：不威嚇，不取巧、不欺騙、不隱瞞
 - 價目清晰明確，任何配件或附加的消費項目必須讓年長消費者充份知悉
 - 培訓服務人員瞭解長者的需要和合適的銷售技巧和態度
 - 清楚註明反映產品 / 服務意見的途徑，並訂立合理回應的機制
 - 設立合理和公平賠償的機制

多謝各位