

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

主題：居家安老新概念 – 銀髮市場



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

講座內容

- 講解銀髮市場的由來及發展
- 香港的銀髮市場的起步
- 介紹各種適合長者使用的日常用品及服務，以助居家安老
- 銀髮市場發展帶來的好處及其前瞻性



流金頌培訓計劃簡介



宗旨：

- 促進公眾對人口老齡化的關注，提高公眾對長者的社會及醫護服務需求的認識。
- 培養公眾對人口老齡化的正確認識和正面態度。
- 對非專業老年照顧者進行護老基本知識和技巧的培訓，使其能夠應付日常護老工作。
- 提升從事護老工作之醫護及社福界專業人員的老年專科知識，使其為長者群提供更高質素的跨專業服務。

流金頌培訓計劃簡介



培訓對象：

- **市民大眾**：對護老知識感興趣的所有人士。
- **非專業及家庭的老人照顧者**：那些在日常生活或工作中，需要為長者提供日常照顧，例如：長者之家人、鄰居、朋友、家傭及義務工作者。
- **醫護及社福界專業人員**：從事護老工作之醫護及社福專業人員，如註冊護士、社工、臨床心理學家、職業治療師、物理治療師及醫生。



五個主題課程



CTP001:健康老齡化及代際關係之凝聚

CTP002:長者的心社靈照顧

CTP003:慢性疾病處理及臨終關懷

CTP004:老年痴呆症之預防及照顧

CTP005:社區及院舍的長者照顧

流金頌培訓計劃簡介

費用

流金頌培訓計劃由香港賽馬會慈善信託基金捐助，所有培訓課程，費用全免。

流金頌培訓計劃簡介

流金頌培訓計劃辦事處

香港中文大學利黃瑤璧樓626室

電話：26961249

電郵：cadenza@cuhk.edu.hk

網站：<http://www.cadenza.hk/training/>

人口老化

- 根據統計處資料，長者人口以平均每年**5.1%**速度增長
- **2008**年底香港**60**歲以上人口達**1,208,900**人，佔總人口比例**17.1%**（約六分一）
- 預計到**2036**年**60**歲以上人口達**2,740,600**人，將佔總人口**31.98%**（約三分一）
- 全球人口老化：「老人潮」不僅是香港獨有現象，亞洲歐美國家亦然
- 戰後出生的「嬰兒潮」人口，大部份已屆退休或將屆退休之齡，「老人潮」是全球大部分國家會面對的課題

老年撫養率

- 老年撫養率↑
- 出生率不斷↓
- 2005年老年撫養率為: **168**
(即每1000名勞動人口, 需要撫養168名65歲以上的長者)
- 2023年老年撫養率為: **282**
- 2033年老年撫養率為: **428**

預期壽命

- 據世界衛生組織2007年資料顯示，香港人均壽命高居全球第二
- 2007年：
 - 男性的預期壽命：79歲
 - 女性的預期壽命：85歲
- 2033年：
 - 男性的預期壽命：82.5歲
 - 女性的預期壽命：88歲

長者的生活狀況

屋住狀況

- 獨居長者的人口日漸提升
(2000年的98,600人升至2004年的105,400人)
- 與家人同住的長者 **56.8%**
- 獨居長者 **11.3%**
- 與配偶同住 **18.4%**

資料來源: 政府統計處 (2005) 11

長者的生活狀況

長者的就業及入息狀況

- 就業：佔13.4%

入息狀況

- 2001年，入息中位數是\$2,600(個人入息\$10,000)
- 2007年，領取綜合社會保障援助(>18萬名長者)(17%)
- 2007年，領取高齡津貼(>46萬5千名長者)(54%)

政府統計處(2005)

長者健康狀況

慢性長期病

- 70%患上一種或以上的長期疾病
- 高血壓、關節病、糖尿病
- 現時，每10名65歲的長者中便有1名老年痴呆症的患者
- 2020年，痴呆症的人口達至11萬

政府統計處(2005)

長者的健康狀況

2005年10月進行的統計調查結果：

- 71.6%患有長期疾病
- 28.3%(1種)；21%(2種)；11.6%(3種)；10.8%(4種)
- 55.6%(高血壓) 34.9%(關節炎)
- 22.1%(糖尿病) 21.8%(眼疾)
- 17.1%(膽固醇高) 14.8%(心臟病)

政府統計處(2005)

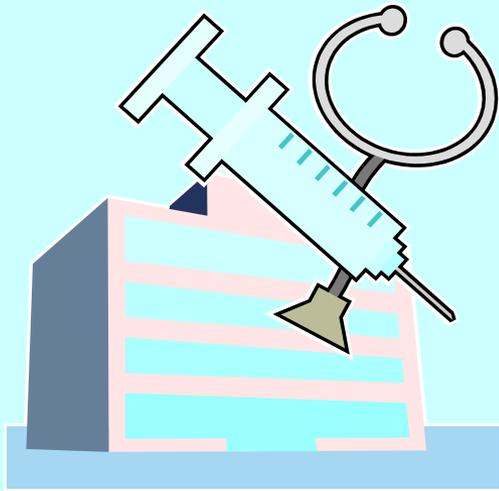
長者的健康狀況

- 接受非正式照顧(22.8%)
- 當中有照顧者(54.7%)
 - 子女(36.9%)
 - 配偶(26.7%)
 - 家庭傭工(23.2%)
- 打算入住本港安老院舍(2.8%)，入住政府資助的安老院(90.9%)
- 沒有打算入住本港安老院舍的長者中，身體轉差時仍希望留在家中(80.9%)

政府統計處(2005)

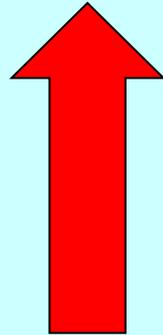
人口老化的影響

- 增加醫療負擔



人口老化的影響

- 長期護理照顧
- 社會保障需要
- 發展銀髮市場



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

“居家安老” 五大優勝之處

1. 觀念問題

2. 減少付出高昂的院舍費用

3. 難以割捨的感情/家事/處理財產的事情

4. 欠缺私隱及自主性

5. 院舍數量及質素不能滿足實際需要

6. 可以在自己熟悉的地方、事物、人物繼續生活

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 — 1/4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」

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%**，預計至**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%**

易用手機 (NTT Docomo “RakuRaku”)

- 具慢速通話系統，把接收
- 的話 音速度減慢
- 有話音清晰系統，在嘈雜
- 環境可調高通話及鈴聲的
- 音量

為長者而設的電腦 --- Slate DT

- 電腦內置視像系統
- 採用輕觸式螢幕
- 操作模式簡化
- 讓長者輕鬆容易上網購物
- 與朋友交談聯繫

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

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

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%扣除了必須支出後,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

香港銀髮市場 發展新趨勢

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

長者安居樂未來發展

- 2030年約有**210**萬長者,當中有**20**至**50**萬長者屬中產人士
- 發展銀髮市場,興建「富貴長者屋」
- 需求殷切
- 於**2011**年北角丹拿山落成
- 分別筲箕灣南安里第三個「長者安居樂」的屋苑及天水圍近濕地公園興建

一線通平安鐘服務

- 1996年一個寒冬
- 逾百名長者因失救而身故
- 後推行 “一線通平安鐘”
- 由6歲至109歲使用服務
- 現已佔八成市場
- 提供緊急求助

資料來源: 長者安居服務協會 (2010)

一線通平安鐘服務

- 24小時運作
- 按動主機或身上的遙控掣，呼援服務員與求助者對話，協助其需要,提供服務

資料來源: 長者安居服務協會 (2010)

電子病歷服務

- 與醫管局合作
- 透過用戶按動平安鐘，醫護人員即可連接至求助者存放於醫管局的病歷紀錄
- 傳真服務使用者的病歷記錄至有關急症室，以加快救援
- 提供直接支援

室外支援服務

「隨身寶」

- 戶外平安鐘
- 2008年12月1日起提供服務
- 長者安居服務協會
- 特點：位置搜尋、24小時支援、遙控響號等

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
- 78間中小學
- 7間大專院校
- 提供超過10,000 個學位

課程種類

自我健康管理

老化過程

慎防跌倒

認識高血壓

適應退休

低溫症

長者保健運動

認識糖尿病

必修健康課程

健康生活模式

認識中風

吸煙與健康

做過開心快活人

退化性關節炎

認識流行性感冒

其他課程類別

英文

中國歷史

認識香港

中文

家居安全

中樂粵曲

養生之道

精明理財

預防疾病

義工服務

認識大自然

另類治療

長期照顧社區資源

義工服務

認識老年
癡呆症

長者遊學團

- 研究調查顯示，三分一受訪長者會把金錢放在旅遊上
- 旅行社開拓長者遊學團
- 因長者年輕時沒有機會外遊
- 傾向選擇養生遊學性質，如學習活動圍繞太極、園藝、中草藥、茶道、穴位按摩；參觀寺廟；膳食以健康為主題，如靈芝宴、上素宴

長者遊學團

- 目的地以內地為主
- 因與香港位置、飲食、文化接近
- 在旅途上長者較易適應
- 隨著長者教育程度、外語能力↑，較容易接受往外國旅行

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



衣



拉鏈延長器

穿鈕器

穿襪器

穿鞋器

尿液袋收藏褲

穿衣掛勾

穿襪架

前上幅開合褲



食

長者健康食品

住

沖涼板

拾物長臂

鈕扣輔助器

牙膏擠出器

長者用高背椅

冷、熱墊

醫療床

分隔手指套

便椅

沖涼椅

放大鏡指甲鉗

4"廁板加高

簡易開門器

放大鏡



切藥丸盒



電子響鬧提示藥盒

藥丸杯



血壓機



血糖機

鎖匙輔助器

防滑拖地水

開水龍頭輔助器

防熱手墊

省力開瓶器

枱角防撞器

小夜燈

行

摺疊手杖收藏器



大字手提電話



手杖固定器

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

銀髮市場 未來的發展

銀髮市場未來發展

- 人口老化
- 核心家庭
- 三代同堂漸不普遍
- 獨居 / 兩老長者居住↑
- 銀髮市場有待發展
- 但現時及未來仍有幾十萬的清貧、低收入、低技術長者，依賴綜援、生果金過活
- 即使是中產的退休人士，有一筆退休金，但「今日唔知聽日事」，消費也很謹慎

建議

- 以每人每月有**1000**元餘錢可自由使用，長者群體每月的總消費額已超過**10**億元，這確實是非常可觀的數目
- 全港有**160**多萬五十歲或以上人士：
 - **36**萬收入少於兩千元的長者
 - **18**多萬領取綜合保障援助的長者 x \$1000

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

在這優化措施的配合下，長者自然可以安心，舒適地在家中及熟悉的社區裏安享晚年，享受優質化的生活。

勞頓和帕姆拉：「自主及安全對老年人的個人環境關係而言非常重要。只要擁有自主與安全，老年人的生活質素才會更好，生活才有保障。」

完