

4000万失能老人撑起的市场

# 帮人洗澡是门怎样的生意

2023年8月,69岁的周荣(化名)迎来这个夏天最大的考验:钟点工出了车祸,她不得不全天独自照顾93岁的老母亲——这是一位瘫痪一年半的脑梗患者,同时还有高血压、糖尿病。

更大的难题是给母亲洗头。周母身材高大,周荣一个人无法搬动,因为这,周母已经快十天没能洗头了。洗澡更是从2022年3月病倒后就再没有过,只能用湿毛巾擦一擦。

北京市“精准帮扶”需求调查结果显示,像周母这样的失能老人,平均每天需要投入11.5个小时的照顾时间。“我每天就忙她一个人。”周荣告诉记者。

照顾失能老人,就算一个人7天24小时投入,也还不够。失能者无法主动配合,洗澡、翻身这样听起来很“日常”的事,往往要两三人协作。若是想把老人从床上弄起来,用轮椅推着到窗下坐坐,可能就要全家上阵。至于理发、修脚那样需要“专业技能”的事,更难。

一份由北京市民政局委托某养老机构开展的调研报告显示,老年人最想要的服务项目是理发(26.6%)、修脚(19.0%)和洗澡(11.2%),然后才是康复护理(9.0%)、入户助医(8.6%)等医疗相关的项目。

“上门助浴”的服务应需求而生,最近两年突然在互联网上“火”了起来。除了洗澡,这种居家养老上门服务还提供按摩、排泄照料等项目。

一些“80后”“90后”开始进入“上门助浴”行业,成为助浴师或创业者。全国老龄办的数据显示,中国有超过4000万失能老人。在庞大的需求市场面前,包括帮忙洗澡在内的居家养老服务,能否借助设备,成为一门专业化的好生意?

## 洗澡 爬楼 为何能成为一门生意

周荣家位于一个建于20世纪的老小区,卫生间很小,母亲完全无法自主活动,哪怕有钟点工加上周荣和其他家人,洗澡也是难事。

就连洗头也得大费周章。钟点工在时,周荣会请她帮着搬动老太太,把头挪出床沿,用凳子托住、放上洗头盆,两个人一起给她洗。

周母爱干净,每周都要洗头,有时洗两次。但在钟点工受伤请假后,周荣就有心无力了。她69岁了,身材比母亲瘦小很多,就连撑起母亲的上半身帮她活动一下都很难。

周荣找了居委会,“我好像看到网络上说日本都有洗澡(服务),有洗澡的话,最好跟他们联系一下”。

周母病倒大约一年,就落实了长期护理保险(下称“长护险”)服务。她的护理级别被评为最重的六级,在上海,这样的病人每天都有长护险工作人员上门服务一小时。根据服务人员的不同,每小时收费40元到80元,个人只需支付10%,其余90%由长护险基金承担。算下来,个人每月最多支付200多元。

可长护险服务并不能顺利地让周母洗上澡。

上海的长护险提供的服务多达



“上门助浴”最近两年“火”了起来

42项,包含洗澡。但在实际操作中,护理员们能不能真的帮老人洗上澡,还要看老人的体重、失能程度、病情、居住条件等。

周母患有高血压和糖尿病。糖尿病会令人的末梢神经不敏感,容易烫伤且难以愈合。高血压更危险,一旦洗澡时温度太高,或是通风不好,会使血流速度加快,血压进一步升高。北京安贞医院心内科主任医师田锐提醒,这有可能“引起患者出现胸闷、气短以及头晕的表现,情况严重的还会出现猝死”。

对于这样的老年人,护理员多数倾向提供“擦浴”而非“沐浴”服务。除了健康风险外,还有成本的考虑:帮一名完全失能的老人洗澡,要有专业的设备,一台全自动洗澡机要十几万甚至二十万元,可移动浴缸每个几万元。想省钱,可以买充气洗浴床,再配上可拿到床边的便携式洗澡机,也要几千元。

在上海市黄浦区政协组织的一场专题协商会上,有人提出:“长护险实际运营中,部分演变成了家政服务,失去了长护险应有的居家护理服务功能……养老服务机构为了规避风险,导致一些存在特殊困难的老人享受不到专业化的养老服务。”

在失能老人的需求与长护险难以完全触及的服务之间,上门帮人洗澡的商业服务找到了自己的空间。

血压计、能实时显示温度的洗澡机、可以在床上搭建的“纳米温疗房”、浴缸和洗头盆,护理团队标配至少两人,有时三四个人。

这些配置让“助浴师”看起来和普通的护理员确实有点不一样。尽管只是一个新兴事物,但“上门助浴”这种居家养老服务中的细化服务,一出现便迅速成为网上的热门服务。

## 商业项目 长护险护理机构的未来

提供包括长护险服务在内的居家养老服务机构,是提供上门助浴等商业化服务的主力,它们的动力很简单:通过设备加专业服务来提高客单价。

以长护险服务为主的居家养老服务机构,利润率本就不高。新冠疫情暴发前,提供居家养老服务的福寿康

护,从“上门洗澡”开始起了个头。现在,它需要说服更多人买单,这也是做老年人生意最难的部分。

前述北京市民政部门委托开展的调查结果显示,78.5%的老年人可接受护理费在每月2000元,20.7%的老年人可以接受每月2000元至5000元。山西太原市的调查则显示,65.2%的老年人对医养结合养老服务的支付意愿在1500元/月以下。在江苏农村,六成以上老人每月只愿为医疗照护或生活服务支付200元以下费用。

商业化的上门助浴服务,收费一般在200元至500元之间,一个月或一周洗一次澡,就要花去多数老年人愿意每个月支付的总价。帮助老人上下楼的爬楼机,单次要价100元,节假日翻倍,不少人直言“用不起”。

“付费意愿需要有一个培育的过程。”徐亚峰告诉记者,目前,国药康养在上海选择了三个社区开展商业化助浴服务。

“上门洗澡”这类商业化项目最初的客源,是民政或社工、残联系统的政府采购。周荣的母亲进入了上海市普陀区“社区老年人助浴服务项目”服务名单,可以免费享受十次上门助浴。之后若还想继续,就要自己买单,收费398元/次,买十送三。

“政府给出的名单,100个里差不多能有五到十个转化为自费客户。”在一位上门助浴服务项目负责人看来,5%到10%的商业转化率,相对电商已经非常不错。

但也有个问题。这样的政府购买项目,多数优先供给的是条件困难家庭。“真正转化为长期客户的,主要还是市场化用户。”徐亚峰透露,在整个国药康养体系,市场化客户贡献了最大比例的收入,约占40%。

除了个人支付,商业保险和企业采购也是居家养老服务的市场化客户。“比如健康险的老年客户要去医院体检,保险公司就会批量采购爬楼机接送到家服务;专门组织老年人旅游、娱乐的公司,也会采购上门助浴服务,作为一项会员福利。”国药康养居家养老相关项目负责人介绍。

年轻人通过互联网渠道为长辈采买的,并不太多。一方面,像周荣这样50岁至69岁的家庭成员,是失能老人的主要照顾者和决策者,他们更相信线下门店或熟人推荐。另一方面,中青年人对居家养老“服务”的支付意愿也不太高。前述北京市相关调研结果显示,仅两成子女愿意为父母购买此类服务。

“目前来看,可能还是需要充分运用医保、商保、长护险、政府买单等等,形成多元支付体系。不光是我们产业界,可能政府端、金融端都要参与。”徐亚峰表示,中国的商业化居家养老服务还相对零散,需要一个底座把整个市场先撑起来。这个底座,目前尚在形成。

在徐亚峰看来,短期内,居家养老要像新能源汽车一样呈现爆发式增长,目前不容乐观。“这是一个缓慢增长的行业。”

(《财经》凌馨)

## 谁来买单

向老年人提供更专业的健康照