

高齡社會發展下，對高齡服務產業及公共服務政策的展望

黃富順 朝陽科技大學銀髮產業管理系講座教授
中華民國成人及終身教育學會理事長

摘要

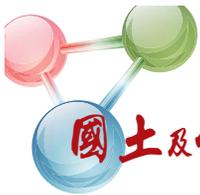
高齡社會的發展是全球普世的現象，臺灣在這一波銀髮浪潮席捲之下，自不能幸免，且因少子化的關係，正以快速的步調向前邁進，此一發展趨勢，無法回頭，故採取因應措施，至為重要。本文首先檢視高齡社會發展的現象，再分析高齡社會發展下，對國家財政、經濟成長、政治決策、商業消費、教育典範、家庭結構的影響，進而探究新一代高齡者特徵，復提出對未來銀髮服務產業的展望，包括養生保健、長期照護、旅遊、美容整型、照護科技、教育學習、老人住宅、網路購物、鐘點式客製化服務及葬禮服務等十大商機前景，並就未來在公共服務政策上的調整，包括改變對老人的傳統觀念、調整以病態老人政策為重點的做法、進行資源的調整與重行分配、掌握老人的服務需求及推動老人人力資源運用等，藉供政府參考。

關鍵詞：高齡社會、銀髮產業、公共服務政策

壹、前言

21 世紀世界人口結構的改變，可以發現有三大趨勢至為明顯，就是都市化、少子化和高齡化，無論是已開發國家或開發中國家皆然，這是一種普世的現象。所謂「都市化」就是人口不斷地從鄉村走向都市，造成都市人口急遽的增加，全世界的大都市均不斷的發展，形成更大的都會區；所謂「少子化」，就是生育率不斷地下降，造成出生人口的銳減；所謂「高齡化」，就是壽命不斷地增長，造成老年人口快速的增加，老年人口所佔的比率不斷攀升，而少子化與高齡化更形成連動的關係，造成高齡社會的快速來臨。這種現象，自 20 世紀以來，更加快速與明顯。

人類社會在 20 世紀，有非常偉大的成就。短短一百年中，征服了太空，也下到水底下數千公尺，科技文明的進步一日千里，其發展可謂空前。例如目前每個人生活中都不可或缺的三件科技產品，就是電腦、電視與電話，都是 20 世紀發明的產物，這些科技發明，已改變了個人的生活模式，影響至為深遠。但人類社會在 20 世紀的另一項重大成就，較少為人所注意，就是人類創造了生命期的倍增，這是過去任何一個世紀都做不到的。人類社會在 1900 年，全世界人口的平均壽命約為 40 歲，至 2000 年已達 70 歲以上，這種壽命倍增的成就是空前的，相信也可能是絕後。這種成就，主要拜科技的



進展、社會的進步，但醫藥的進展、環境衛生改善、經濟的發展、教育程度提高，更是重要的影響因素。也由於壽命的延長，導致人類向高齡社會不斷地邁進，其影響深遠。

貳、高齡社會的發展

高齡社會的發展，是全球普世現象，只是已開發國家走得腳步較快，開發中或低度開發國家的步調較為緩慢而已。「世界衛生組織」

(World Health Organization, WHO) 曾經提出三個指標用以衡量高齡社會發展的情形：(1) 高齡化社會 (aging society)，係指 65 歲以上老人人口達到 7%；(2) 高齡社會 (aged society)，指 65 歲以上老人人口達到 14%；(3) 超高齡社會 (super-aged society)，指老年人口達到 20%。目前人口達到 20% 的超高齡國家，有日本、德國及義大利等。日本

為全球 65 歲以上老人人口比率最高的國家，至 2015 年 12 月老人人口的比率達 26.8%，65 歲以上老年人口達 3,399 萬人（日本總務省，2016）。就臺灣的情形而言，至 2015 年 12 月 65 歲以上老年人口達 2,938,579 人，佔總人口的 12.51%（內政部，2016a）。而整個社會的平均壽命至 2014 年，已達到 79.84 歲，其中女性平均為 83.19 歲，男性為 76.72 歲（內政部，2016b）。

臺灣社會目前的高齡化程度，較之先進國家仍有一段距離，但臺灣社會的老龄化速度，卻是相當快速。行政院經濟建設委員會（2014 年與行政院研究發展考核委員會合併改制為國家發展委員會）曾多次預估至 2033 年，臺灣社會的老龄化指數將達 251%，屆時 14 歲以下的兒童與 65 歲以上老人的比例為 1：25 人。表一為臺灣高齡社會發展的速度與其他相關國家的比較。

表 1 相關國家高齡化社會進展速度比較表

區分	65 歲以上人口比率			經過年數		
	7%	14%	20%	7% -14%	14% -20%	合計
韓國	1999	2017	2026	18	9	27
新加坡	1999	2019	2026	20	7	27
臺灣	1993	2017	2025	24	8	32
日本	1970	1994	2005	24	11	35
中國	2000	2025	2035	25	10	35
德國	1932	1972	2009	40	37	77
加拿大	1945	2010	2024	65	14	79
義大利	1927	1988	2008	61	20	81
美國	1942	2014	2031	72	17	89
英國	1929	1975	2027	46	52	98
瑞典	1887	1972	2015	85	43	128
法國	1864	1990	2020	126	30	156

資料來源：修改自鎌田實、辻哲夫、秋山弘子、前田展弘，2013

由上表中可以清楚的看出，臺灣社會從高齡化社會走到超高齡社會，預估將費時 32 年，相較於法國則須 156 年、瑞典為 128 年、英國為 98 年、美國為 89 年，而日本也需 35 年，故臺灣社會高齡化的速度，均較這些國家快。造成臺灣這種高齡社會快速來臨的原因，主要是生育率的下降所至。臺灣社會婦女的生育率在 2014 年為 1.17，與相關國家相比，幾為世界最低，只比新加坡的 0.8 高。圖一為臺灣婦女生育率與先進國家的比較。

參、高齡社會的發展對高齡服務產業的影響

人口高齡化的發展，對全世界均產生影響，它將持續進行，歷久不衰，影響深遠，是人類歷史上從未發生的事件。人口高齡化對人類的社會，是一種挑戰，也是一種機會，它是 21 世界中各國所面臨的重大課題。人口高齡化對國家財政、經濟、政治、消費及商業行為、醫療保健、教育、消費等，均有相當大的影響。茲就對高齡服務產業與公共服務等相關層面的影響，探討如下。

一、國家財政負擔加重

老年潮產生的結果，最直接而龐大的壓力，就是造成國家財政負擔的加重，反映在養老金、

健康照護及社會照顧等三方面，各約佔國家生產毛額的 13%，其對整個國家財政的負擔極為沈重，故西方財政專家以銀髮海嘯比老年潮對國家財政的影響，它將如同海嘯一般席捲社會經濟建設的成果，會對國家財政炸出一個大缺口。

二、經濟成長下降

高齡社會，老年人口大量增加，相對的，年輕勞動人口的縮減，造成生產萎縮，儲蓄減少，勞動力緊縮，這些現象自然影響生產力，使生產毛額縮小，造成經濟成長的下滑。依據經濟合作發展組織（Organization for Economic Co-operation and Development, OECD）的估計，一個國家開始進入高齡化社會後，實質國民生產淨額（GDP）成長率將降低 0.35 至 0.75（聯合報，2011），這對國家是不可承受之重，將具體反映在每個人身上。工作者的負擔加重，影響國家整體經濟的成長，使其呈現靜止或產生衰退的現象。

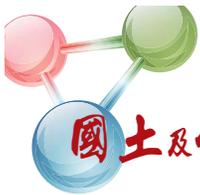
三、對政治的影響

由於老人人口增加，政府政策的決定必然會重視與老人相關的議題，如長照保險、老人福祉服務、友老環境的建構等。依據西方先進國家的發展，新一代老人意識覺醒，往往會組成團體來影響國家的政策，要求政府對老人提出更多的公共預算。以美國為例，自 2006 年開始，



圖 1 主要國家總生育率比較

資料來源：劉永祥，2015



嬰兒潮世代開始步入退休期，自 2011 年開始，每天至少有一萬名嬰兒潮老人進入退休，一直持續至 2030 年。65 歲以上老人占美國選民總數的比例將提高 10% 左右，美國兩黨的選舉與政策制定，都不能不考慮這些人的立場和需求。目前臺灣各縣市政府，鑑於老人人口增多，紛紛提出有關高齡友善城市、社區老人照護、銀髮專屬服務網站 (lkk.nttpc.gov.tw.)、高齡友善藥局、送餐服務、高齡友善銀行、長青樂活健康食堂、長青學苑、愛心醫療專車、瑞智學堂、長照樂智據點、樂齡行動導航、長青快樂學堂、遠距健康照護服務管理中心、到宅加熱乾燥車、沐浴車服務、老人愛心商店、老人健康促進家園站等有關老人照護、福利、福祉、服務的措施，可為明證。

四、影響商業及消費行為的改變

老年人口增長帶動了行業的消長，及消費行為的改變，全球老人市場 (mature market) 正在各地發酵發展。日本是世界口最高齡化的國家，發現逐漸喪失的行業為醫院小兒科、玩具業、一般教育及年輕的房地產買者；而高唱凱歌的是護士業、寵物業、休閒旅遊及宗教信仰。美國的旅遊業，老人已佔 75% 的市場 (Tirrito, 2003)。隨著老年潮的來臨，會帶來新的行業，包括老人醫學服務、手術（如白內障）、藥劑、功能性醫藥及特殊製造業（如修復業、視聽力輔助器、胰島素注射及人工關節）；復次為回復青春的行業或產品，如化妝品、染髮劑、整形美容等；再次為老人相關的專業服務業，如家庭顧問、房地產顧問、家庭維修及個人服務業、葬禮服務業等。目前日本最夯的銀髮商機為：旅遊、益智（腦力鍛鍊的遊戲軟體）、學習（樂器、電腦）、美容整型、照顧、科技、社群網

站及具療癒寂寞作用的電子玩具等（林孟儀，2007）。

在高齡社會發展下，由於老年人口大量增加，從行業的消長，即可看到消費行為的改變，加上新一代老年人有錢，年長者已成為消費市場的主力，黃金消費者已從過去的年輕人，逐漸轉移到老人身上，他們的人數與財富一起成長中。高齡社會發展下，消費行為已從製造業產品轉移至對個人的服務的需求之上。

五、教育典範的轉移

談到教育，很多人就想到學校，這種正規學校教育的思維雄踞教育界達 4 至 5 百年之久。但隨著嬰兒出生率的降低，各級學校入學學生日漸減少，由小學而大學，逐級而上，減班、併班、廢校、併校之聲四起。但生命的另一端，老年人口卻不斷增加，老人教育需求的提供急遽上升，各類型的老人教育活動，如雨後春筍，迅速崛起，如第三年齡大學、老人寄宿所、旅遊學習、樂齡學習中心、樂齡大學、長青學苑等，整體教育的重點已從公共教育中的兒童、青少年轉移到年齡較大的工人企業訓練和老人的終身教育活動上。

六、家庭結構窄化、代間增長及家庭產生裂解

老年潮的到來，使得家庭外型窄化、代間增長，家庭易產生裂解。由於少子化的影響，下一代旁枝少，加上壽命延長，每一代生存期間增長，個人系譜樹只有樹幹，沒有樹枝，形成支竿家庭 (beanpole family) 的型態。同時，由於社會變遷、家庭離婚、分居、工作分隔兩地，家庭成員分散各地，難以像過去數代同堂，長相聚守。這股銀髮浪潮，已為整個社會帶來

深遠的影響，稱之為「銀髮革命」誠不為過，這是一種社會的無聲革命，要加以重視與因應。

肆、高齡社會發展下新一代高齡者的特徵

銀髮浪潮不但影響社會的各層面，銀髮社會發展下的高齡者也與過去的老人圖像，有所不同。這些新銀髮族有何特徵？有必要進一步來加以認識與了解。高齡社會的快速發展，乃在於有一批為數龐大的族群正快速地向老人的國度推進所致。這一批新時代的老人，就是嬰兒潮時代出生的人。二次大戰結束前後，在全球各地人口的出生上產生一項非常值得重視的發展，就是那時出生的嬰兒特別多，俗稱嬰兒潮（baby boom）。所謂嬰兒潮世代，通常係指 1946 年至 1964 年間（亦有指 1945 至 1965 年間），將近 20 年出生的嬰兒，因數量龐大，這一世代的人每走到一個年齡階段皆在該階段帶來特定行業夯起，而有明星產業的出現，同時他們也正是二次戰後，提振各國經濟成長，創造經濟奇蹟的世代。這一嬰兒潮世代的龐大族群，現正逐漸進入老人國的國度，因而造成高齡社會的快速來臨。這一嬰兒潮世代的老人，或稱為新銀髮族、新熟年、新世代的老人，他們具有哪些特徵呢？有必要加以重視與了解，才能洞悉其對社會和產業的影響，做好因應與服務的工作。茲歸結嬰兒潮世代老人的特徵如下：

一、數量龐大，人數眾多

全球在二次大戰前後，大多數國家在人口的出生上均有一種普遍的現象，即這一期間出生人數特別多，出生率大幅提升。以美國而言，自 1946 至 1964 年間出生的嬰兒高達 7,590 萬人，這些人佔美國目前總人口的三分之一，僅 1946

年就出生了 340 萬個嬰兒，這些是當今美國社會的中間力量。以臺灣而言，嬰兒潮世代人口達 5,960,936 人，約佔臺灣人口的三分之一至四分之一，佔整體勞動人口的 58%（林燕翎，2005）。自 1951 年至 1960 年間出生的嬰兒數達 3,998,848 人，是 1931 至 1940 年間出生嬰兒數的 3.6 倍。可見嬰兒潮世代人數眾多，數量龐大，其影響力深遠。

二、經濟良好，生活有保障

過去對高齡者普遍的印象是貧窮、體弱、多病，但嬰兒潮世代的高齡者將顛覆過去對老人的圖像，這些人創造了各國經濟大繁榮的時代，也成長於該時代，其累積的財富，極其可觀，其所得輕易超過之前各世代的人。他們趕上股市、房地產大幅上漲時機，致力於投資，故能斗然而富，同時享受 1980 年代的低稅率，故嬰兒潮世代被喻為「海綿世代」，吸盡了所有經濟繁榮的利益，也被稱為「吸乾抹淨的世代」。以日本為例，日本 50 至 64 歲以上老人人口，其個人金融資產就佔全日本個人資產的 72%。就美國而言，至 2008 年來，嬰兒潮世代掌握了 13 億美元投資性資產，50% 可支配收入，財富總額 40 萬億美元，佔美國家庭總財富的 70%（互動百科，2015）。而臺灣嬰兒潮世代人口約佔 20%，卻控制 40% 的國民所得與 77% 的私人投資。因此，新一代老人經濟普遍良好，生活有保障，與過去弱勢者的形像不同。

三、教育程度高

戰後由於各國政府普遍重視教育，以普及教育做為國家建設的重要政策，紛紛推出公共教育制度，以期提高民眾的素質，改善人力素質，脫離貧窮，打造國家富強的基礎。因此，相關國家致力發展教育，健全公共教育體系，努力



於教育的普及與提高，故嬰兒潮世代教育機會大增，教育水準提高，其所受教育平均比父母輩高出許多。基於教育具有累加性（addition），他們的教育程度高，對學習的態度積極，參與繼續學習的動機強。故他們在歷經人生各階段，更樂於參與各種非正規學習活動，樂於利用非正式的學習管道，不斷地增進新知，累積知識，具有終身學習的觀念，這也是與其父母輩相當不同的地方。

四、身體健康，樂於參與社會活動

嬰兒潮世代，因教育程度高，吸取相關健康知識的機會與管道多元，且樂於接受新知，因此，他們具有較佳的養生觀念與公共衛生的素養，加上醫藥的進步，故他們身體的健康均較父母輩為優。他們會做健康檢查，具運動與保健的觀念，注意飲食養生。因此，他們健康情形良好，這也是促成當前社會平均壽命不斷後移的原因，健康生命階段延長，雖然他們不免會有一種以上的慢性病，但控制得宜，故仍具有活力，屬於亞健康者。在我國 65 歲老人族群中，屬健康及亞健康生活能自理者占 79%，而實際需要他人照護者占 20.8%（衛生福利部，2014），故我國老人族群中，絕大多數均為大致健康的人。

五、對財產觀念改變，消費欲望高

嬰兒潮世代者被稱為「建造者」（constructor），他們創造了國家經濟的繁榮，也為個人累積了大筆的財富，但他們也樂於投資自己，消費欲望高，成為各世代消費實力最強的一群。他們對財產的觀念，也與父母輩不同，他們並不留過多的財產給子女。不少嬰兒世代的企業家，都表明要將財產捐出做公益，如臺灣王品集團的前董事長戴勝益宣稱捐出財產，設置唐獎的

潤泰集團董事長尹衍樑及長榮集團董事長張榮發亦宣稱未來要將財產捐給社會，進行裸退等。可見嬰兒潮世代對財產的觀念已有改變。

伍、對未來高齡服務產業的展望

依據前述分析，可知新一代的高齡者正逐漸走入老人國的國度，這一批高齡者他們人數眾多，數量龐大，又具有相當的經濟基礎，身體又健康，活力十足，同時他們對財產的觀念又與其父祖輩不同，他們願意投資自己，不會刻意要把財產留給自己的子女，這種人口結構與特質的改變，必然帶來對產業的衝擊，也就是全球老人市場正在發光發熱，成為最夯商機的原因。因此，我們面對這樣的改變，首先在觀念上應做調整，破除「老人是社會弱勢的族群」，以及「老人是社會的負債」，正視新一代銀髮對社會的影響，了解銀髮商機的夯起。依據甚多的研究均指出，正在興起的銀髮商機，將集中在科技和服務業上。全球 65 歲以上老人將在 10 年內直逼 7 億，其衍生出來的商機估計將達新臺幣 1,122 億元，而成為 21 世紀最具潛力的產業之一。2005 年美國大都會人壽成熟市場研究院公布的調查顯示，龐大的嬰兒潮世代，每年消費金額高達 2 兆美元，是年輕族群的一倍（劉叢浩，2013）。而臺灣的銀髮消費市場，在未來 10 年內其產值將可望衝上 3.6 兆台幣，其商機無限（彭杏珠，2014）。這些數量龐大的商機遍及食衣住行育樂，借鏡日本的發展經驗，預估未來銀髮商機將展現在養生保健、長期照顧、觀光旅遊、美容整形、照護科技、教育學習、老人住宅、網路購物、鐘點式、客製化服務及葬禮服務業等十大產業上（彭杏珠，2014；詹文男，2013；劉叢浩，2013）。茲分述如下：

一、養生保健

新一代的高齡者教育程度高，他們具有健康養生的知識，因此，他們重視養生，有關養生的食品必然大受歡迎。醫藥、食品化學等產業，正不斷研發抗衰老的產品，「抗衰老工程」將掀起第二次醫學革命。20世紀初醫學用於「對抗疾病，遠離死亡」，21世紀則轉為「追求不老，享受生命」，商機無限，估計每年將有500億元的商機。同時，現代社會的疾病型態由「急性」轉為「慢性」，依據國家衛生研究院2008年的調查，我國65歲以上老人，平均每人約有1.2項的慢性病。依衛生福利部（2014）對老人生活的調查顯示，現階段臺灣地區約有76%的老人罹患慢性病，因此，治療與照護慢性病的用藥必然大增。目前我國有240萬65歲以上老人使用處方箋，健保局每年給付慢性病用藥預算即高達700億（彭杏珠，2014）。此種疾病由急性轉為慢性的型態，維護慢性病用藥也是極大的商機。因此，未來養生照護的商機相當龐大。

二、長期照護

依世界衛生組織（World Health Organization, WHO）的預測，未來的老人可以分為兩大類，一類為大致健康的人，包括健康和亞健康的人，此類人佔老人的大多數；另一類為長期罹患無法治療的疾病，身體虛弱，生活上需要特別的養護和照顧，此部分是老人中的少數，包括已無法自理及僅能部分自理者兩部分，需要依賴他人的照護與協助。依衛生福利部（2014）的調查，大致健康的人佔79.2%，需要他人照護或協助者佔20.8%。需要被照顧的老人雖僅少數，但臺灣老人失能臥床的時間相當久，達7.3年，日本為6.2年，相較於北歐國家平均只

有2週，相去甚遠（郭中天，2013）。由於需要長期照護的時間長，商機極為龐大。我國長期照顧服務法業經立法院於2015年5月15日通過，即將於2017年5月正式實施，其所帶來的商機，相當龐大，各方正摩拳擦掌，躍躍欲試，搶食此塊大餅。

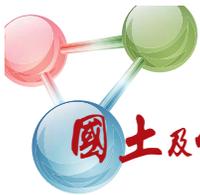
三、旅遊商機

新一代的銀髮族健康良好，經濟有保障，教育程度高，有錢又有閒，他們最想做的活動就是休閒旅遊。在前述的探討中，曾提出美國旅遊市場的產值，75%係由老人提供。日本團塊世代的高齡者，目前最夯的商機也是旅遊，包括搭豪華郵輪去環遊世界這種為期較長的國外旅遊，和國內各種的短期的旅遊，都很受老年人的歡迎與喜愛，商機無限。

四、美容整形

新一代的高齡者，健康良好，也很重視個人形貌的維護，因此美容整形的商機大發。以日本為例，高齡者對假髮、去皺、除斑、抗老，整形美容的消費，呈現急遽增長的趨勢。日本最大的化妝品牌資生堂，過去以二、三十歲的女性為主客戶，現在客服中心則改在各養老院舉辦化妝講座。日本愛德蘭絲公司的假髮訂做部門發現，70歲以上的銀髮族已成為主力客戶。日本老人認為自己至少要有三頂以上的假髮，才能隨時更換造型。男性對去皺、除斑的風氣也愈來愈盛。

此一現象，就臺灣而言也愈來愈明顯，不只老人化妝品的業績直線長紅，而且整形美容愈趨普遍。整形外科統計，我國60歲以上高齡者的整形人口已超過35歲以下的族群。依據國際美容外科學會（ISAPS）調查顯示，隨著國人平



均壽命延長，加上微創手術普及化，整形年齡層呈現往上發展趨勢。2014年接受整形手術者，60歲以上為32%，35歲以下則只為27%。非手術的微整形方面，60歲以上者為42%，35歲以下者只有16%。這些新一代老人在年輕時代打拼，有積蓄願掏腰包回春，注射玻尿酸、肉毒桿菌素、拉皮或割眼袋等，已屬稀鬆平常（詹建富，2016）。

五、照護科技

未來龐大的高齡人口的陸續加入，加上壽命的延長，有關為彌補老人生理衰退所發展的商機，也正大力發酵。從老花眼鏡、助聽器、各種輔具、助行器、電動車等的發展，到遠距醫療、遠距照護、異常監視、餵食機器、家事服務的好幫手等紛紛出籠，各種提供給老人生理輔助功能的器具，以及協助照顧老人的各種新科技產品正在大力發展，不斷研發。功能更為健全，效果更加良好的新科技產品，正不斷推陳出新，其商機未可限量。

六、教育學習

新一代的高齡者，他們教育程度高，因此，也熱衷參與教育的活動。他們的學習不為升遷，而是為了興趣，充實生活。在學習方面，主要的學習會集中在生活休閒、科技和活化腦力等。在生活休閒方面，主要在學習文化性課程和音樂的學習。文化性活動，如舞蹈、瑜珈、繪畫、烹飪、陶藝、語言等急遽發展。在音樂方面，各種歌唱和樂器的學習，如烏克蘭麗麗、二胡、古箏、鋼琴、小提琴、吉他等，不斷向老人招生，正是當前日本團塊世代相當夯熱的學習項目。在科技方面，主要在於電腦和智慧手機的學習，相當受歡迎；在活化腦力方面，主要在於刺激用腦，避免老化，造成老人癡呆，如各種刺激

腦力的電腦軟體、數讀、拼字、填字等也甚為老人歡迎，形成無限的商機。在教育活動方面，各種型態的老人教育活動，正在各國發熱，如第三年齡大學、老人寄宿所活動、退休學習學會、老人學苑、長壽大學、高齡學園、老人大學等，也因老人人口眾多，正如雨後春筍，不斷發芽成長。我國教育部也因勢利導，自2008年推出樂齡學習中心、樂齡大學、高齡自主學習團體帶領人培訓等，目前全國樂齡學習中心已達313所，樂齡大學也有106所大學辦理，高齡自主學習團體帶領人也陸續辦理三屆，受訓帶領人達800餘人，將在全國各地遍地開花，積極推展學習活動。故未來的教育活動，將由正規學校教育轉移至高齡者的終身學習活動上。

七、老人住宅

由於少子化的緣故，加上工作市場全球化的開拓，新一代老年人與子女同住的機會將愈來愈少，而住到集合住宅的比率也越來越高。由內政部及衛生福利部2009年及2012年的老人生活狀況的調查，便可看出此一趨勢。2009年的調查，65歲以上與子女同住者為11.8%，2012年的調查則降為9.8%，明顯的有下降趨勢；另一方面65歲以上住在機構者2009年調查為2.8%；至2012年的調查，已微增至3.4%。但當提示，未來生活可自理時，使用老人安養機構、老人住宅、老人公寓等意願時，則有14%表示願意；如未來生活無法自理者，願意住進老人長期照顧或護理之家時，反應願意者，高達43.1%（衛生福利部，2014）。可見，老人住宅或集合住宅的需求，未來成長相當龐大。尤其新一代老人教育程度高，對住到老人住宅的接受度，將更為提高。依衛生福利部2013年調查，未來生活無法自理時，55-64歲願意住進長期照護機構或護理之家者，高達72.2%。這

是新一代老人的意願反應，值得特別關注。以日本的經驗，大多數老人均住到老人安養院裡。美國的老人住到安養機構的比也達到 22%，臺灣此方面需求尚有大幅成長空間。故未來老人的個人、雙人套房、老人社區和老人住宅等將為市場明日之星。

八、網路購物

新一代的銀髮族教育程度高，樂於接觸新科技，願意學習新科技產品的使用，也發現新科技產品的威力與魅力，因此，對新科技產品普遍較能接受，尤其是應用電腦與手機的能力，遠非過去老人所能比。因此，他們使用電腦或智慧型手機上網購物的習慣，也越來越普遍，網路已出現不少銀髮族購物網站。日本在十多年前即大力開發銀髮族商品，如字體超大手機、折疊式拐杖、項鍊放大鏡、戶外休閒輔助行動車、傘杖、軟化食材等（謝梅芬，2015），形成無限的商機。據尼爾森最新調查，臺灣有 53% 的人透過網路訂購日常用品並送貨到家，比例僅次於中國大陸的 62%，居全球第二；更有 4 成的人已在網路上網購，或到店取貨服務，比率居全球之冠。使用網路或手機購物清單比例也達 35%，僅次於印度的 40%，全球排名第二。而目前 50 歲以上的未來銀髮族，上網比率 18%，較之 2012 年成長率為全體民眾的 2 倍。未來，新一代高齡者陸續湧入老人國的國度，加上第二、第三代的孝親網路族（上網購物給長者使用），未來網路市場將威力無窮（楊清輝，2014）。

九、鐘點式、客製化服務

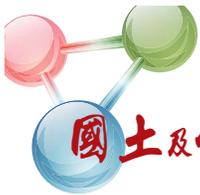
由於少子化的關係，加上子女在遠地工作或未住在一起，故老人夫妻二人同住或獨住的現象正逐漸成型，以日本為例，日本老年人最大的

問題就是獨居或孤獨死的問題。老人單獨居住，其衍生的問題就是服務的提供，故目前各種鐘點式的服務業興起，以應市場的需要，如陪同購物、買藥、看醫生、家庭維修、陪伴看電視、接送、聊天、做家事、整理家務等需求不斷興起，已成為新型態的服務類型，商機不斷擴展。臺灣目前這種鐘點式服務業，也在數年前開始運作。而第一家從事輪椅接送服務的多扶事業也在 2009 年 5 月誕生，現擁有接近 20 臺大中小巴士提供服務，連住在公寓的輪椅族也可透過多扶的協助，輕鬆下樓，走向戶外。這種光做接送的市場，至 2016 年將有 20 萬人，需要 4,000 臺車輛。以目前平均每天 1,100 位身障者搶一臺復康巴士，一年至少有新臺幣 100 億元商機。此外，行動不便老人的客製化旅遊服務、陪伴及送餐等服務正不斷興起，營收年年成長，商機看好（劉杏珠，2014）。鑑於日本經驗，此項新型態的服務商機，也將在臺灣不斷興起。

十、葬禮服務

由於高齡人口激增，對高齡者最後的服務工作，也隨之增長，不斷地向前推進，包括墓地、塔位、葬儀社以及葬禮的相關產品與服務，不斷擴張，展現商機。以臺灣每年至少 15 萬人需要殯葬服務，如平均一次喪葬的費用為 40 萬元，則殯葬市場估計即有 600 億元以上的規模，隨著高齡者人數不斷地上升，此項服務規模將不斷擴大。目前大學開設葬禮服務的專業已誕生，每年參與葬禮人員考照者亦不斷成長，吸引年輕人投入，未來商機相形看好。

因此，高齡人口增多，將帶來無限的商機，老人可買的東西大增，很多的事業，從教育學習、化妝品、科技產品到運動等，都要針對老人的需要重新設計與包裝他們的產品，很多零



售業的經營者，已將焦點從年輕人身上移轉到中老年人。在先進國家目前市場賣出的染髮劑已遠比嬰兒奶粉多，賣出的老年人紙尿褲也比嬰兒多。過去市場專家口中的「黃金消費者」，已從年輕人轉到黃金老人，他們的人數及財富均一起在成長中。此種對社會產業及商業的改變，雖聽不到炮聲，聞不到煙硝味，但其影響正在靜靜進行，形成一種無聲的革命，影響深遠。

陸、對推動老人公共服務的展望

前述探討指出新一代高齡者的快速成長，對整個產業的影響巨大而深遠，掀起了社會靜態的革命。因此，公共服務對象的人口結構已有所轉變，政府在公共服務上的策略也應及時調整，才能因應時代的變遷。茲就政府公共服務的策略，應行改變與調整之處，提出以下數項供參：

一、改變對老人的傳統觀念

面對新一代老人快速的湧入老人的國度，這些新世代的老人與過去不同，政府宜正視他人的特性，調整傳統對老人的圖像，破除「老人是弱勢」、「老人需要被照顧」、「老人是社會的負債」等三大錯誤的觀念，才能及時調整政策方向，提供適當的服務決策。

二、調整以病態老人為政策重點的做法

身體衰弱需要他人協助的老人，事實上只有少數，就我國而言，約占 20%，而廣大的老人均為大致健康的老人，約占 80%。目前政府對老人公共服務的政策，只偏重在需要被照顧的老人身上，如《長照法》的推出及種種長照政策的提出，挹注了龐大的經費；而對眾多大致健康的老人，相關的政策甚少或未見涉及，這就是見樹不見林的現象。事實上，如能以少量的經費關注到大致健康老人的健康維護，即可讓這

些人延長健康的年限，減少人生晚期醫療照護的龐大支出。我國老人晚年臥床時間平均為 7.3 年，日本為 6.2 年，而北歐國家老人臥床只有 2 週，其對健康老人的相關政策（如全民運動計畫、教育學習、旅遊及鼓勵積極生活型態等），均值得借鏡。

三、進行資源的調整與重行分配

嬰兒潮世代的老人，正以 3 倍以上的數量衝進老人國，而生命前端的幼童，正快速的減少，這種人口結構改變的事實是全球普世的現象，在臺灣尤其快速明顯，過去公共服務或政策的重點，側重在兒童或青少年，乃至青年的身上，而整個國家的資源也都集中在這些人身上。但就目前及可見及的未來，老人人口正快速飛奔成長，有如海嘯的到來，政府在資源的分配宜儘速因應人口結構改變進行調整，將資源挹注重點調整到老年人的身上，才能符合人口的變遷。例如過去教育政策及資源類皆投注於正規教育的兒童、青少年及青年人的學校教育上，而有錯誤的「廣設高中、大學的政策」，如今已成為高等教育的大災難，這就是未顧及人口改變的錯誤政策。目前由於少子化關係，正規學校學生快速減少，各級學校的教室、設備、設施及師資等，均不斷空餘閒置，亟宜因應人口的改變，轉移到高齡者的學習活動或服務方面。政府其他的公共資源、空間及服務措施，亦宜及時調整與改變，才能迎接高齡社會的到來。

四、掌握老人的服務需求

要做好高齡社會的公共服務政策，宜對高齡社會上居於主流的老人服務需求有所了解，不能再以過去對老人的刻板化印象，甚至是偏見或歧視的行為與態度來對待老人。因此，要做好對高齡社會發展下，新一代老人的公共服務，宜

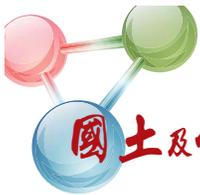
先了解老人的服務需求。不同年齡階段，不同居住地區，不同社會階層及不同教育程度的老人，其服務的需求不一，社會上的老人不是一種人，一般慣常以老人都如何如何來看待老人，將老人視為同一族群，這是相當大的錯誤，因而常以一種政策或服務措施來施之於全體老人。事實上，老人是一種差異度很大，歧異性高的族群，他們不是一個人，不是一種人，其服務的需求不同，各級政府宜掌握各自轄區內老人的特質與需求，才能做好服務的工作，老人的服務政策，不宜一窩蜂，不能東施效顰，看別人做什麼，就想做同樣的事，這是目前各地方政府頗為普遍的通病，對老人的服務措施，類皆相似或相同。公共服務的措施宜掌握自己地域老人的需求，才能因應他們的需要。在國家的層次上，亦宜掌握新一代老人的服務需求，才能做好服務的工作。

五、推動老人人力資源的運用

新一代老人健康良好，教育程度高，他們是創造許多國家經濟大繁榮與奇蹟的一代，他們累積了豐富的經驗，目前正快速走入老人國。值茲少子化現象的來臨，社會上呈現人力不足的現象，勞動力短缺，很多工作未來將沒有人做，這種現象已在先進國家拉起警報，採取各種因應的措施。依先進國家的經驗，其解決的重要管道之一，就是老人人力的再運用。新一代老人，健康良好，經驗與技術純熟，亦有再繼續回饋社會，發揮餘光餘熱的心理，他們也不願成為社會的負擔，成為社會的負債，而有強烈的回饋心理傾向，因此，老人人力的應用，是一種雙贏的工作，無論是政府與民間，均應高度重視此一議題，早日規劃與實施，以創造雙贏。其可行途徑為：（一）消除對老人的歧視：過去認為老年人沒有再工作的能力，不予雇用或在職場

上採取種種歧視行為與態度，迫使其離職，這是普遍且需改正的做法；（二）要建立媒合機制：社會需要老人人力再投入，老人也想回饋社會，再持續發光發熱，中間的媒合機制就相當重要。我國已在 2014 年於新北市永和區設置「銀髮人才資源中心」，這是一個好的開始，類似的媒合機制，也需要在各地設置，或由民間組織來推動；（三）採取延後退休：65 歲強迫退休的規定，係出現於 1870 年代的普魯士社會，與當前社會現況差距甚大，亟宜仿效若干先進國家做法，提高退休年齡，如美國、冰島、法國、丹麥、德國等的做法，故修改有關退休年齡的規定，也是高齡社會來臨要考慮的課題，以使新一代老人能有更長時間留在職場。新近的研究亦指出「晚一年退休，失智風險少 5%」（鄧桂芬、吳佳珍，2015），故晚退對老年人的身心健康均有幫助；（四）推動彈性退休及彈性工作制度：目前 65 歲強制而全面的退休規定，有待重行考慮，要使老人持續留在職場，宜仿效先進國家作法，採取彈性退休或階段性退休設計，以及彈性工時的安排，可以讓老年人的人力獲得更好的發揮；（五）鼓勵投入志工行列：新一代老人健康，有各種專業知識及經驗，又有回饋社會心理，如不想留在職場奉獻心力，從事志工也是很好的選項。志工利人利己，又能展現社會溫馨、溫暖的一面，是一種創三贏的工作，因此多鼓勵老人當志工，多規劃社會各領域運用老人志工，這也是老人人力再運用的良好方式。依衛生福利部（2014）公布的 2013 年調查結果，65 歲以上擔任志工的比率，2009 年為 14.1%，2013 年的調查升至 15.4%，55-64 歲者則為 26.6%，顯示有成長的空間。

柒、結語



以上本文就高齡社會來臨，分析高齡社會發展下對整個社會的影響與衝擊，其次探討新一代老人的特徵，再進而分析未來高齡服務產業發展的 10 大商機，包括養生保健、長期照顧、觀光旅遊、美容整形、網路購物、照顧科技、教育學習、鐘點式、客製化服務、老人住宅及葬禮服務等，最後本文提出對公共服務的展望，包括改變對老人的傳統觀念、調整以病態老人為

政策重點的做法、進行資源的調整與重行分配、掌握老人的服務需求與推動老人人力資源的運用。高齡社會正在全球各地快速發展，為因應這種銀髮海嘯的來臨，亟宜加以瞭解、正視及採取因應的措施，並改變公共服務決策的做法。本文指出這種社會現象的改變，期望無論政府、民間及個人，均能及時做好因應與改變的工作，以順利迎接老人社會的來臨，創造未來幸福美

參考文獻

1. 財互動百科。2015。美國嬰兒潮。〈<http://www.baik.com/wiki/%E7%BE%8E%E5%9B%BD%E5%A9%B4%E5%84%BF%E6%BD%AE>〉（檢索於 2015 年 12 月）
2. 內政部。2016a。戶籍登記現住人口數按三段、六歲年齡組分。〈<http://sowf.moi.gov.tw/stat/month/m1-05.xls>〉（檢索於 2016 年 1 月）
3. 內政部。2016b。103 年簡易生命表。〈<http://sowf.moi.gov.tw/stat/Life/103年簡易生命表.xls>〉（檢索於 2016 年 1 月）
4. 林孟儀。2007。日本企業搶抗還老「銀」礦。《遠見》2：172-185。
5. 林燕翎。2005。戰後嬰兒潮老人，大退休潮來了。〈Wt.pixnet/blog/post/6534450〉（檢索於 2015 年 12 月）
6. 社論。2011。少子化是國家安全警訊，《聯合報》（1 月 23 日），A2 版。
7. 郭中天。2013。從成功老化談行動力及安全照護的重要暨社會企業的新思維。〈<http://www.cspha.org.tw/action/active-20140321.html>〉（檢索於 2016 年 1 月）
8. 彭杏珠。2014。銀色海嘯大商機。《遠見》8：88-97。
9. 楊清輝。2014。臺灣銀髮族市場初探。〈mymkc.com/articles/contents.aspx?Article/221945〉（檢索於 2016 年 1 月）
10. 詹文男。2013。推動銀髮服務產業化發展。行政院經濟建設委員會。〈ws.ndc.gov.tw/Download.ashx?u...n...icon=..pdf〉（檢索於 2016 年 1 月）
11. 詹建富。2016。修臉拚回春，熟齡整形超過年輕族群，《聯合報》（1 月 11 日），A8 版。
12. 劉永祥。2015。3 箭 5 亮點政府力扮送子鳥，《中國時報》（10 月 15 日），A5 版。
13. 劉叢浩。2013。打造優質銀髮樂生活。《中衛報告》4：1-11。
14. 衛生福利部統計處。2014。老人狀況調查。〈http://www.mohw.gov.tw/cht/DOS/Statistic.aspx?f_list_no=312&fod_list_no=4695〉（檢索於 2016 年 1 月）
15. 鄧桂芳、吳佳珍。2015。晚一年退休，失智風險少 5%，《聯合報》（11 月 24 日），A1 版。
16. 謝梅芬。2015。銀髮族能花敢花，老商機發燒，《聯合報》（11 月 23 日），A11 版。
17. 日本 務省統計局。2016。人口推計 -- 平成 27 年 12 月報。〈<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/201512.pdf>〉（檢索於 2016 年 1 月）
18. 鎌田實、辻哲夫、秋山弘子與前田展弘。2013。國立社會保障人口問題研究。〈<http://www.ipss.go.jp/syoushika/tonkei/newes/04/sh240/to.htm>〉（檢索於 2016 年 1 月）
19. Terry, Tirrito. 2003. *Ageing in the new millennium: A global view*. Columbia: University of South Carolina press.