

促进银发经济发展

8 部门发文培育养老服务经营主体

民政部等8部门近日联合印发《关于培育养老服务经营主体 促进银发经济发展的若干措施》，聚焦品牌化建设、供需平台搭建、发展环境优化等方面，出台14项具体举措，进一步培育养老服务经营主体、促进银发经济发展。

我国银发经济发展潜力巨大，前景广阔。截至2024年底，全国60岁及以上老年人口达3.1亿人，预计到2035年，这一群体数量将超4亿人，银发经济规模有望突破30万亿元。

推进品牌化建设

让经营主体更“靓”

养老服务商标品牌培育，对于促进银发经济高质量发展十分重要。

“支持连锁化养老服务经营主体设置具有品牌特色的标识牌匾”“鼓励省级民政部门推动规范各类养老服务经营主体名称及标牌”“择优将养老服务品牌纳入中国消费名品方阵”……

文件明确提出若干举措，鼓励养老服务经营主体擦亮品牌、打响品牌，从品牌的塑造、保护、推广上给予全方位引导支持，为培育养老服务领域知名品牌、壮大龙头企业提供清晰政策路径。

搭建供需对接平台

让消费更便利适配

在浙江，建设省级银发经济产业园，



2025年9月，观众在深圳国际智慧养老产业博览会现场了解智慧睡眠产品。

梁旭/摄

银发经济产值近28亿元；在陕西，连续两年发布银发经济产业目录，将9类适老化产品纳入以旧换新范围，带动消费近12亿元……各地不断打通银发消费供需对接堵点，取得阶段性成效。

面对庞大的老年群体及其日益丰富多元的养老服务需求，如何进一步释放银发

消费潜力、营造老年友好消费环境，成为一项“必答题”。

在优化养老服务和适老化产品供给方面，提出引导养老机构通过连锁化运营发展社区支持的居家养老；鼓励研发适合老年人的化妆品，研发加工低糖、高蛋白、易咀嚼等适合老年人的食品。在搭建

供需对接平台方面，支持大型商业综合体、连锁超市等开辟适老化消费专区，便利老年人线上线下消费。

优化发展环境

让市场秩序更规范

近年来，我国在土地、税收、人才、资金等方面出台众多优惠政策，各类养老服务经营主体，特别是民营经济快速发展壮大。

截至2025年底，全国有养老机构4.17万家，从业人员达72.2万人。其中，民营及公建民营养老机构占比达71.9%。可以说，社会力量已经成为养老服务多元供给的主力军。

为进一步构建规范有序、充满活力的养老服务市场生态，文件在营造公平竞争环境、完善政务服务、支持稳定运营等方面制定系列实打实措施。

比如，明确在养老服务项目政府采购等环节，杜绝通过“玻璃门”等隐性门槛排斥外地优质养老机构落地经营；探索实行养老服务领域电子证照应用和全国互通互认，让“数据多跑路、企业少跑腿”；要求合理确定养老机构行政检查方式，规范检查行为等。

期待我国养老服务更加可及、便利和智能，更好满足亿万老年人多层次、多样化需求。（据新华社 记者/朱高祥）

强监管之下，外卖平台如何重塑行业新生态？

近日，国务院反垄断反不正当竞争委员会办公室依据《中华人民共和国反垄断法》，对外卖平台服务行业市场状况开展调查、评估。

对此，三家外卖平台均回应称，将积极配合此次调查、评估工作，维护行业公平竞争秩序。中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉表示，通过对外卖行业市场状况进行调查、评估，可以明确平台之间的竞争边界和行为底线，有助于进一步遏制“内卷式”竞争，推动平台从拼价格向拼服务拼创新转变，重塑行业新生态。

外卖行业“内卷式”竞争加剧

国务院反垄断反不正当竞争委员会办公室有关负责人表示，外卖平台服务行业作为我国平台经济的重要组成部分，在促进消费、扩大就业、推动创新等方面发挥了重要作用。但近段时间以来，外卖平台服务行业拼补贴、拼价格、控流量等问题突出，挤压实体经济，加剧行业“内卷式”竞争，社会各方面反映强烈。

为推动外卖平台依法合规经营、公平有序竞争，形成优质优价、良性竞争的市场秩序，国务院反垄断反不正当竞争委员会办公室依据《中华人民共和国反垄断法》规定，决定对外卖平台服务行业市场状况开展调查、评估。

本次调查评估是国务院反垄断反不正当竞争委员会办公室表达竞争关注、评估垄断风险、规范市场秩序的重要举措，将通过现场核实、当面访谈、问卷调查等方式，深入了解外卖平台竞争行为，广泛听取平台内经营者、新就业群体、消费者等各方意见，全面调查市场竞争状况，组织开展分析论证，传导监管压力，提出处置措施。外卖平台要积极配合市场调查、评估工作，严格落实反垄断合规主体责任，有效防范化解垄断风险，公平参与市场竞争，促进外卖平台服务行业创新健康发展。

三家平台回应称积极配合

1月9日，美团、淘宝闪购、京东外卖三家外卖平台公开回应称，将积极配合此次调查、评估工作，维护行业公平竞争秩序。

美团方面表示，近一段时间以来，外卖市场拼价格、拼补贴、控流量等非理性竞争问题突出。美团多次呼吁行业回归理性，坚决反对“内卷式”竞争。美团将以此次调查为契机，和行业内各平台一起，共同落实主体责任，公平参与市场竞争，促进外卖平台服务行业创新健康发展。

淘宝闪购方面表示，欢迎并将积极配合此次行业市场竞争状况调查、

评估工作，严格落实合规主体责任，持续与商户、生态合作伙伴等各方携手，提供更多元化、更高质量的服务，共同维护好公平有序的市场环境，合力推动外卖服务行业进一步繁荣发展。

京东外卖方面表示，高度赞同反内卷、维护市场公平竞争秩序，保障消费者与经营者、骑手合法权益的措施。作为数实融合的新型实体企业，京东外卖坚定不移地抵制行业内存在的“内卷式”恶性竞争，将通过供应链模式创新，大力推动品质外卖的高质量发展，更好地服务广大消费者、合作商家与骑手，促进外卖平台服务行业创新健康发展。

应从拼价格转向拼服务拼创新

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬告诉记者，自2025年初以来，外卖行业掀起“补贴大战”。“补贴大战”虽然短期内吸引了大量消费者，使得不少商家订单增加，但也打破了健康的餐饮生态，导致部分商家利润空间被压缩。一些大型连锁餐饮企业低价订单增多，出现“增收不增利”问题。一些中小商家由于议价能力和数字化运营方面处于弱势，陷入两难境地：参与平台补贴会侵蚀利润，不参与就可能被边缘化。

继2025年5月5部门联合约谈外

卖平台后，当年7月，市场监管总局再次约谈相关外卖平台，要求外卖平台严格落实主体责任，进一步规范促销行为，理性参与竞争，共同构建消费者、商家、外卖骑手和平台企业等多方共赢的良好生态，促进餐饮服务行业规范健康持续发展。2025年底，针对外卖平台“补贴大战”等现象，市场监管总局又出台推荐性国家标准《外卖平台服务管理基本要求》，强化竞争秩序规范。

两次约谈以及《外卖平台服务管理基本要求》出台之后，外卖平台“补贴大战”现象得到遏制，但从周末外卖平台的实际表现以及商家、骑手、消费者的反馈来看，外卖平台的补贴现象依然存在。

“此次国务院反垄断反不正当竞争委员会办公室开展调查、评估，与前两次约谈相比，力度明显加大，有助于遏制外卖行业‘内卷式’竞争。”欧阳日辉对记者表示，外卖平台应尽快从拼价格转向拼服务拼创新，以公平竞争推动行业优胜劣汰，以数字化能力助力商家降本增效和提升餐饮品质，以无人机配送等服务创新来提升用户消费体验，并不断优化算法让配送路径更合理，更好保障骑手权益，重塑行业新生态，促进餐饮业健康可持续发展。

（据《工人日报》记者/杨召奎）