

聊城年过六旬老人已超 93 万

养老服务形势十分严峻,未来 3 年将增 1.2 万张床位

本报聊城 1 月 31 日讯(记者 邹俊美 通讯员 李璠鸣) 1 月 31 日,聊城市民政局、市慈善总会在鸿福老年公寓举行捐助仪式,筹资 30 万元对经民政部门认定的 13 家床位在 50 张以上的市区非营利民办养老机构实施慈善资助。

据介绍,此次救助参考机构规模和养老人数,给予每家一定数量的现金和米面油等物资,让老人过一个祥和幸福的春节。

活动中,记者从聊城市民政局了解到,目前聊城市 60 岁以上的老年人已经超过 93 万人,占总人口的 15% 左右;65 岁以上的老年人有 54 万人,占总人口的 9% 左右。预计到 2020 年,全市 60 岁以上的老年人将占总人口的 22% 以

上,养老服务形势十分严峻。目前,全市养老机构主要以公办福利院、福利中心、敬老院为主,社会养老机构数量少、档次低、规模小、条件差,养老床位缺口较大,医养结合的中高档养老机构与群众需求差距明显,居家和社区养老还处于起步阶段。

聊城市民政局工作人员介绍,为了加快社会养老服务,未来 3 年聊城市将新增 1.2 万张床位,每千位老人拥有 30 张养老床位;养老服务上岗前都要进行专项培训持证上岗。同时,加快发展居家养老服务,引导各类服务实体进入居家养老领域;推进城乡社区养老服务,到“十二五”末,每个街道办事处建设一所具有老年人托养功能的综合性养老服务设施。



31 日中午,一家老年公寓的护理员给老人端上刚做好的大包子。 本报记者 邹俊美 摄

延伸调查

目前共有 19 家民办养老机构

才 1870 张床位,而且大多经营条件较差

目前,聊城共有 19 家民办养老机构,拥有床位 1870 张,分布在 7 个县(市)区。正在筹办的有 7 家,扩建的有 3 家。通过对市区的民办养老机构调查,记者发现大多数老年公寓租房经营,条件较差。但养老服务机构兴办方式多样,多家老年公寓正在筹建新公寓,医养结合的老年公寓一床难求。

现状

大多租房经营条件较差

记者走访过程中发现,聊城现有的 19 家民办养老机构中,多数老年公寓都是租的房子,而且租的都是平房,有的条

件较差,房间内没有洗手间,老人上厕所要走出公寓或者用便盆。

东关大街附近一家老年公寓的工作人员介绍,他们租住的是一家废旧工厂,条件稍微好些,但服务员年龄都很大,有的已经 60 多岁。公寓负责人说,照顾老人的工作又脏又累,因为老年公寓都是非营利性的,工人的工资也不高,年轻人都不愿干。有的年轻人招过来干几天就走了,留不住人。现在有几个服务员是由有自理能力的老人担任的,他们既在公寓住,也帮着照顾其他老人挣工资。

据了解,市区很多老年公

寓都存在租房经营、服务员难招的难题。但目前社会养老机构的兴办方式多样,有的老年公寓借助医院力量,补充自身医疗条件的不足。一家养老机构在光明眼科医院租的病房办公,一共 3 层楼,主要接受不能自理的老人,现在他们和医院的大夫配合得很好,老人出现状况时医院医生会及时去帮忙,医院出院的病人如果需要人陪护,可以直接转到老年公寓。

据了解,这些医养结合的老年公寓价格从 1500 元到 3000 元不等。虽然价格比普通老年公寓高,但入住老人较多。

前景

多家养老机构要建新公寓

目前,多家养老机构在筹备建设新的老年公寓。新东方老年人中心经营了 4 年,现在有 60 个老人。该中心负责人教了 30 年幼儿园,现在开始做养老事业,其孩子大学毕业后也回到老年公寓工作。该负责人说,现在准备筹建一个占地 73 亩的老年公寓,建设布局和规划图都已经做好,等各项审批好之后,准备找银行贷款建设经营。

康源老年公寓也申请了一块地,现在申请到的地块已经

由农业用地审批成建设用地,文件已经审批,准备建一处 10000 多平方米、拥有 300 多张床位的老年公寓,其中还包括医院,但是资金需要自己筹备。

记者从聊城市民政局获悉,对于养老服务建设项目用地,将纳入年度建设用地计划。非营利性老年人社会福利设施,经民政部门审核确认后,按照《划拨用地目录》依法划拨用地。对其他养老服务建设项目用地,按照项目具体建设用途和有关政策规定,以土地有偿使用方式供地,并在地价方面给予适当优惠。

本报记者 邹俊美

Mazda6 新春送大礼,为“取势”还是“取地”?

取势和取地是中国围棋当中的一种战术,反映在汽车市场当中就是获得业内知名度和用户群体数量。一直以来,Mazda6 不断提升品质,斩获国内外众多大奖,并以高超的性价比赢得了 60 万消费者的信赖,在国内汽车市场“势”地兼收。日前从一汽马自达处获悉,Mazda6 在刚刚经历过 2012 年末的热销之后,一汽马自达又在新年即将到来之际推出了新车购买五项促销大礼,再配合最低 135800 元人民币起的终端售价,势必将在 2013 年继续扩大一汽马自达在汽车市场中的份额,为今后的整体战略积累更多的用户口碑。

五重好礼连连相送:

五重好礼分别是千元加油卡畅享礼、新车交强险安心礼、原厂导航半价特惠礼、十二项智能升级礼、贷款 0 利率 0 手续费金融礼,前四项好礼在购买新车时需要消费者四选一,而打算贷款购车的消费者在前四项选择一项的同时还能选择第五项的贷款 0 利率 0 手续费金融礼。

众所周知 Mazda6 以最低

135800 元人民币起的终端售价创造了行业的典范,如果加上五重好礼相送的话,在保持对 A 级车的价格市场的冲击下,又进一步巩固了 Mazda6 作为 B 级车的平台优势。

价格与国际接轨,出手正当时:

Mazda6 上市之初如何即迅速打开知名度又迅速构建出庞大的基础用户群体?杀手锏就是在保证 B 级车的高品质基础上,下压 A 级高端车的市场空间,并成为国内唯一一款与国际价格接轨的合资品牌的 B 级车。这就保证了这款车强大的品牌竞争力。

据了解,Mazda6 在美国市场的厂商建议零售价(MSRP)为 19140 美元(含税),以当前汇率计算约合人民币 120757 元。但要注意的是,这仅仅是起价。实际上,在加装了必要的配备后,大部分北美消费者需要额外再付出超过 2000 美元左右。Mazda6 的终端售价为 135800 元人民币起,该价位相较官价降低了整整 5 万元,这与这款车在北美市场的售价基本相当。

值得注意的是,Mazda6

这款经典的 B 级车价格甚至低于一些 A 级车顶配的价格。此次抓准时机再次祭出超心动促销手段,这款车不热销才怪呢!

品质依然,服务与质量是王道:

只有高品质的产品才能赢得市场,Mazda6 进入中国市场后凭借出色性价比和优秀品质做到单一车型在不长的时间内拥有近 60 万的庞大用户群实属不易。累计产量的不断提升带来了单车成本的持续降低,这成为了 Mazda6 得以以此高性价比回报消费者的保证。由此还连续两年获得 J.D.Power IQS 新车质量大奖最高评分。

高质量与低价格原本就是一个矛盾的事情,Mazda6 在保证质量的前提下,持续降价促销的唯一解决办法就是压缩利润,显然一汽马自达是在通过压缩利润空间赢得更高的品牌知名度,同时进一步扩大 Mazda6 的用户群,这一招还是够绝的。眼前的利益损失为的是获得将来更多的市场份额,看来一汽马自达续写销售神话的故事定将继续。

销量攀升丰田再回全球榜首 势头迅猛在华事业体彰显实力 前瞻视野 卓越品质 广汽丰田布局未来市场

近日,各大汽车厂家 2012 年全球销量数据陆续出炉,丰田汽车毫无悬念地超越通用和大众,睽违两年重登全球销量榜首。专家表示,丰田的夺冠主要归因于全球市场的缜密布局和战略车型的合理开发。而作为其在华事业体之一的广汽丰田,2012 年虽然面临诸多考验,但依然表现不俗,其相关负责人表示,未来将通过系列措施赢得市场先机。

全球战略车型的布局是丰田成功的深层原因。丰田全球三大核心战略车型——凯美瑞、卡罗拉、雅力士在全球范围已形成强大的市场影响力。其中凯美瑞堪称一款真正意义上的世界级轿车,至今已 14 次夺得美国销量冠军,连续 15 年位居澳洲销量冠军,风靡全球 100 多个国家和地区,全球销量即将突破 1500 万辆,为丰田确立全球第一品牌的地位立下了赫赫战功。

2006 年,丰田在华合资公司之一广汽丰田把凯美瑞引入中国,续写“CAMRY 传奇”。从此,广汽丰田借力

世界第一品牌,以凯美瑞为核心产品,以中国消费需求为导向,在中国车坛开始“布局谋篇”。

2011 年,全新第七代凯美瑞的上市又将广汽丰田推向新的发展阶段。

丰田及其在华合资企业从未止步,而是把目光放得更高更远。众所周知,环保、节能已成为汽车行业的大势所趋,近年来,不少厂家开始或转向混合动力汽车的研发,而丰田早在二十年前就开始研发混合动力技术。如今丰田的“油电混合动力技术”已堪称全球最领先、最成熟的混合动力技术。据了解,丰田混合动力车型已在全球范围内拥有超过 460 万用户。而日产、雷诺、马自达、宝马和福特等多家汽车企业也纷纷与丰田签订了关于混合动力技术的合作协议。

2012 年年中,广汽丰田发力混合动力车市场,推出新一代混合动力凯美瑞·尊瑞,上市 4 个月销量就达到 1500 多台。而 2012 年整个上半年的新能源销量不到

5000 台,混合动力也仅有 2000 多台,混合动力凯美瑞·尊瑞一款车就占据了混合动力车市场的大半江山。业内人士认为,在电动车未成气候的情况下,混合动力是新能源发展进程的必经阶段,像凯美瑞·尊瑞这样的汽车,将成为推动混合动力技术普及的领军车型。

全球车市在去年的震荡中重新排序以后,有机构已经开始对今年车市做出预测,以中国为代表的新兴市场将进一步维持强劲的增长势头,市场战略地位将更为重要。据悉,丰田已公布其 2013 年全球计划产销量均超过 990 万辆。丰田汽车社长丰田章男去年年初访华时已明确发出“中国最重要”的口号,而目前丰田在华销量仅占其全球销量的 10%,业内人士分析,丰田在中国仍有很大发展空间。相信广汽丰田作为其中国市场的重要组成部分,也将贡献重要力量,旗下战略车型如全新第七代凯美瑞、混合动力凯美瑞·尊瑞等车型将会占据更多份额。