

2025 养老护理员职业现状调研报告在沪发布,未来五年——全国养老护理员缺口超 500 万

本报记者 周楠

昨天,《2025 养老护理员职业现状调查报告》(以下简称《报告》)在沪发布。

《报告》基于全国超 1.6 万余份有效样本数据,围绕从业者基本构成、工作特征、职业诉求、薪酬待遇等核心维度,系统揭示了当前我国养老护理员队伍职业发展现状。《报告》显示,长期居家护理和机构照料对专业护理员需求更大,养老护理员对技能提升的需求显著,慢性病护理和沟通交流技能是护理员的核心需求。

《报告》预测,未来五年,我国老年人口总量将从 3.26 亿增至近 4 亿,照护依赖人口增至 4000 万以上,5 年净增超过 850 万人,护理员缺口超 500 万,其中 85%—95% 集中于居家社区领域。

需重点探索长护险推广

这份《报告》由福寿康集团联合中国人民大学、上海交通大学、首都经济贸易大学、南京中医药大学、中国劳动和社会保障科学研究院共同主编,并获中国老龄事业发展基金会公益支持。《报告》指出,“十五五”时期是我国应对老龄化危机的关键窗口期,养老护理员队伍面临规模性缺口与结构性升级的双重压力,突破困境需通过需求端激活、制度供给侧改革、职业生态优化多维发力,尤其聚焦居家社区领域。唯有构建“政策—

■《报告》预测,未来五年,我国老年人口总量将从 3.26 亿增至近 4 亿,照护依赖人口增至 4000 万以上,5 年净增超过 850 万人,护理员缺口超 500 万,其中 85%—95% 集中于居家社区领域

■上海已通过政策补贴、技能认证、薪酬改革、人才目录等多项举措破解行业发展难题,且取得了阶段性成果,但全国范围内实现专业化、职业化仍需长期努力

市场—社会”协同机制,方能化解人力危机,支撑可持续照护体系。

在《报告》发布活动上,虹口区副区长章维表示,作为上海老龄化程度与人口密度“双高”的中心城区,虹口始终将护理员队伍建设作为养老服务体系建设的核心支撑,通过技能培训、学历提升、政策激励、职业发展等“四维赋能”机制推动养老护理人才发展。本次活动发布的《报告》通过数据驱动破解行业痛点,可为人才建设提供科学依据。虹口将以此次活动为契机,构建“温度+保障+前景”三位一体发展生态,打造具有区域特色的银发行业人才集聚高地,通过深化政企校协同、完善激励机制、拓展职业空间,让护理员成为“有尊严、有前景、有吸引力”的职业。

首都经济贸易大学劳动经济学院副教授王永梅结合三年来的《报告》数据对比分析指出,我国养老护理员队伍职业化、专业化水平在不断提高,收入水平、职业认同感同步增强。研究显示,从业者技能结构优化,持证类型更加多元化,技能提升需求

开始呈现分化的特征。数据显示,专业技能水平与收入水平成正相关,凸显持续精进专业技能的重要性。长期护理保险试点对队伍稳定发展促进作用突出,试点地区在人才留存、服务标准化、人才满意度等方面表现优异。她提出,当前需重点探索长护险试点经验的规模化推广路径,通过制度创新进一步释放其赋能效应,为行业可持续发展提供支撑。

建设护理员“招培用育”平台

当前护理员队伍的服务质量受体力和精力缺口严重制约,人才断层风险加剧。

《报告》显示,老年护理员中 40—59 岁群体占比高达 83.25%,60 岁以上群体占比逐年上升。女性护理员占比高达 89.25%,且在各年龄段均保持较高比例。30 岁以下年轻护理员占比不足 2%,且离职倾向近 20%。

同期发布的“2025 中国养老护理员职业发展指数”则从养老护理员、养老机构、服务对象(老年人及家属)、教培院校四大主体出发,建

立包含护理员职业环境、职业满意度、技能水平、社会认同等 30 项核心指标的动态监测模型,为行业提供动态监测工具。

指数研发团队首席专家、上海交通大学安泰经济与管理学院教授、智慧健康养老与银发经济研究中心主任罗守贵指出,该指数首次实现了对养老护理员职业发展全链条的量化评估,可为政策制定、企业用人及院校培养人才提供精准导航。他透露,团队采用“主观认知调查+客观数据校验”的混合研究模式,确保指数既能反映行业痛点,又能预测发展趋势。例如,指数显示,养老护理员从业年限在增长、全职率在提高、收入在提高、持证率在提高,机构护理员的年龄在下降,客户对养老护理员的专业价值没有充分认可、对养老护理员与家政服务员的区别认识不足,教培机构在为学员提供实践或就业机会方面还存在不足。

上海市民政局二级巡视员、养老行业资深专家陈跃斌表示,养老护理员队伍专业化建设任重道远。他坦言,尽管上海已通过政策补贴、技能认证、薪酬改革、人才目录等多项举措破解行业发展难题,且取得了阶段性成果,但全国范围内实现专业化、职业化仍需长期努力。面向未来,他提出破解发展难题的三大路径:第一是优化人力结构,推动护理员配比从当前的 1:8 向 1:4 的标准迈进;第二是深耕产业根基,从行业痛点溯源至产业生态系统性建设;第三是强化科技赋能,通过智能化技术提升服务效能与人才培养质量。

“文创上海”大赛重点关注数字文创等热门领域 让文创“潜力股”被看到

本报记者 施晨露

“我的梦想就是拍好影视作品,让更多人看到我们这个群体。”昨天,在手语翻译协助下,记者与上海随梦文化传播有限公司创始人、手语网络剧《嗨友记》制片人苏少波聊了起来。

17 人团队的随梦文化是第三届“文创上海”创新创业大赛“原创内容生产+”赛道年度创新奖获得者。对苏少波这位 80 后听障者来说,更重要的是通过赛事,让“随梦”的梦想有了更多支撑——正在制作中的《嗨友记》第二季将以手语、普通话、英语三种语言呈现,《嗨友记》第一季也将制作包含上海手语、国际手语、英语、西语等语言版本在内的多国语言海外版,预计明年 5 月将在腾讯海外平台 WETV 上线。

连续举办三届的“文创上海”创新创业大赛由上海市委宣传部、市经委、市科委、市人社局共同指导,市文创委、市科委、市人社局共同指导,市文创委主办,旨在挖掘、展示和培育更多优秀文创人才、项目和企业,营造良好的文化创意产业生态,促进上海文化创意产业高质量发展,加强文化创意产业与“文旅商体展”同频共振。

自 2022 年发起以来,“文创上海”辐射力日益增强,今年共收到 1765 个项目报名参赛,数量较第二届增长近 60%。大赛联合上海各区、文创园区、协会,以及浙江、江苏、四川、澳门等 20 余地文化机构多渠道招募,并首次与上海戏剧学院、东华大学、四川美术学院等高校联动,精准对接创业团队与在校学生,线上线下触达文创企业及高校团队上万家,吸引外省市参赛项目占比近三成,更有来自英国、美国、加拿大等地的项目参与。记者发现,“智能未来+”赛道最终获奖项目中,就有总部位于捷克布拉格的“达芬奇旅游系统”。

本届“文创上海”大赛采用“3+1”赛道设置,包括“智能未来+”“原创内容生产+”“文创赋能时尚消费品+”三条主赛道及“音乐创新+”特别赛道,重点关注数字文创、内容 IP、文化消费、时尚设计等产业热门领域。作为三届大赛联合承办方,德必集团董事长贾波注意到,和 AI 结合的硬件设备及应用场景,成为本届大赛不同于以往的突出亮点,比如主打动画制作的米棵 AI 平台,为全球游客提供方便的 Kuli Kuli(AI 智能文化旅行伴侣)。

“我们团队是做 3D 技术研发的,在从技术转向市场的过程中,选择国内市场容量最大的地方,那一定是上海。在上海,无论是做品牌宣传还是市场推广,都有优势。”杭州大显光电科技有限公司创始人贺炫辰告诉记者,“参加‘文创上海’大赛,就是想找机会在上海落地,未来我们会在上海设立品牌运营中心。”

大显光电的获奖项目为“AI+微晶光场 3D 沉浸式显示技术应用及产业化”,如果不是接触产品,或许很难理解这个“硬核”名称。展示台上,大显光电带来的 3D 相框让很多参观者与同行颇感兴趣,贺炫辰一连发了好几个微信,“这个 3D 全息显示产品明年 3 月就将在东京迪士尼乐园落地,它可以是显示屏,也可以是显示屏,有不同的形态去展示乐园里的 IP。”

据介绍,“文创上海”大赛不仅是一个展示才华的竞技舞台,更是一个汇聚资源、链接机遇的“朋友圈”。三年来,大赛持续发掘和培育了一批具有核心竞争力的文创项目,并通过“落地孵化—金融赋能—需求对接”三大模块,构建全周期、全链条的企业成长生态,推动赛事项目成果转化,为上海文创产业注入源源不断的新生力量。

今年已吸引超 2 万名选手参与,明年将继续拓宽赛道 白玉兰国际音乐节持续升级

本报讯(记者 张熠)昨天,2026 第八届白玉兰国际音乐节新闻发布会在上海广播艺术中心举行。

自 2019 年创立以来,白玉兰国际音乐节秉持“专业组标准最高、公众组普及最广”的宗旨,从单一的钢琴艺术节,发展为涵盖国乐、声乐等近百个展演类目的综合性音乐盛会。回顾 2025 年,音乐节赛事覆盖近 60 个赛区,吸引超 2 万名选手参与,触达超 5 万人群。成功在新加坡举办的首届亚太总决赛,邀请了 200 多名亚太地区选手共赴音乐之约。音乐节打造集赛事、教学、交流于一体的“音乐嘉年华”,创新推出“评委面对面”,实现评、教、演深度融合。

记者获悉,将于明年举办的第八届白玉兰国际音乐节将持续拓宽赛道,探索合唱与乐团项目。通过设立专业化、体系化的团体竞赛与展演单元,进一步丰富赛事维度,让不同年龄段、不同表演形式的音乐爱好者都能找到展示舞台。

在专业赛事板块,明年两场协奏曲专业大赛已锁定“国乐·弹拨乐”与“西洋乐·钢琴”,上海爱乐乐团将继续提供全程专业协奏支持,国内外顶尖院校的权威专家将组成评审团。通过乐器轮换机制与艺术资源加持,音乐节将为专业学子与青年演奏家搭建展示平台。与此同时,在 2025 年新加坡亚太总决赛成功举办的基础上,新一年的亚太赛将邀请更多元化的国际专家评委参与,并设计跨国文化交流等环节,升级赛事学术规格与文化内涵,让白玉兰成为连接中西方音乐文化的桥梁。

“旅超”大赛赋能申城假日游 元旦春节假期玩法焕新

本报讯(记者 李宝花)“域见上海”第一届旅游攻略超级大赛(第一季)启动以来,上海市文化和旅游局锚定“吸引上海市民留沪过年、外地游客来沪过年”核心目标,将赛事与 2026 年元旦、春节假日旅游产品开发营销工作一体谋划、协同推进,使其成为扩大服务新消费、预热春节市场的关键抓手。

目前大赛已启动三周,专业组赛道报名人数达 4400 个,社会组赛道报名人数 5684 个。“‘旅’选上海‘超’级精彩”品牌热度持续攀升,成为上海从传统旅游客源地向优质旅游目的地转型的鲜明标识。

在专业赛道,全市文旅服务全链条核心力量踊跃参赛,成为推动旅游主体转型升级的强大引擎。1791 家旅行社报名,占全市旅行社总数的九成以上;823 家酒店借赛事东风,加速从“等客上门”

向主动开发旅游产品转型;721 名持证导游、城市推荐官积极入局,为赛事注入专业活力。社会赛道则依托抖音平台强势破圈,激发全民文旅共创活力。参赛群体覆盖学生、职场人士、退休居民等各个年龄段,选手们从经典地标、小众秘境、文化体验、美食打卡等角度梳理上海文旅资源,以新理念设计旅游产品线路。与此同时,赛事的社会关注度持续提升,抖音“#域见上海”播放量超 2 亿次,“旅超半价游上海”多次登上抖音上海热榜前列。

活动前三周,徐汇、宝山等 6 个区主要景区游客接待量较优惠活动前增长 49.2%,旅游收入增长 17.66%,酒店客房平均出租率增长 8.5%,其中杨浦区游客人数增幅高达 160%,酒店客房平均出租率达 91%。

攻关“保健功能”菠菜种源

本报记者 徐瑞哲

在浦东新区万祥镇新振村,2025 年度上海市农业科技创新“揭榜挂帅”项目——菠菜精准育种技术体系构建与产业化应用日前启动实施。

为什么种质资源的“优生优育”选了菠菜?菠菜,是诞生在波斯的野菜,从唐代就开始驯化种植。如今,在浦东新区现代设施农业首发片地——万祥片区,走进菠菜种源基地建设项目大棚,还能看到与菠菜祖先同源的珍贵亲本——菠菜野生种。尽管未被驯化的野生种习惯匍匐在地,口味也比较涩,却有防虫抗害的本领,也是科研选育良种的好材料。

在人们的印象中,菠菜中草酸含量高,易涩口。“其实,在我们‘沪菠 7 号’‘沪菠 10 号’等现推品种中,草酸含量已较传统品种低 20% 左右。”上海师大

生命科学学院该项目负责人徐晨曦说,低草酸品种甚至可以作为净菜生产。

近年来,上海师大生命科学学院蔬菜遗传育种团队在菠菜种源基地建设机制、叶酸和类胡萝卜素等营养组分代谢调控机制、非生物胁迫抗性调控机制和抗病分子标记开发等方面取得重要进展,突破技术壁垒,定向选育高抗逆、高品质菠菜杂交品种。徐晨曦团队预计,经过新品育种,预计每 100 克鲜重的菠菜中,叶酸含量可提升至近 100 微克;而未经选育的菠菜品种叶酸含量仅十几微克,甚至只有个数。同样,新品种的类胡萝卜素等含量也有大幅提升。

据悉,这一市级项目在万祥片区已建立 322 亩菠菜试验基地,目前种植包括野生种在内的 400 余份来自全世界 50 个国家和地区的种子资源材料,在试验田示范展示杂交新品种 12 个。



昨天,在“落叶不扫”的上海浦东乳山路,道路两侧变身露天落叶艺术馆,Labubu(拉布布)、泰迪熊都披上了落叶外衣,还有落叶伞、落叶球、落叶蝴蝶等艺术装置,“新潮秋意”吸引不少市民游客前来留影。

这条迅速“出圈”的落叶景观道,由浦东新区市容景观中心联合乳山路养护单位天佑市政共同打造。据工作人员介绍,从前期创意策划,到各

种落叶道具制作,再到装饰物的悬挂,耗时一个月左右。“本来说是展出半个月,现在大家都热情高涨,展览至少保留到月底,而且会不断上新。”

左图:受前些天大风降雨影响,上海天佑市政有限公司工作人员正在将新制作的落叶艺术装置补充到乳山路两侧。

上图:小朋友与 Labubu 合影。

本报记者 孟雨涵 摄

知名 IP《阿凡达 3》预售表现不佳

好莱坞宏大叙事对当下年轻人缺乏吸引力

本报记者 钟菡

相比《阿凡达 2》同期数据,《阿凡达 3》预售票房近乎腰斩。

由詹姆斯·卡梅隆导演的《阿凡达:火与烬》将于明天登陆全国院线。据灯塔专业版数据,截至昨天 12 时 59 分,《阿凡达 3》点映及预售票房破 6000 万元,而 2022 年 12 月 10 日《阿凡达 2》预售开启 4 日后,点映及预售票房已破 1 亿元,12 月 15 日上映前 6 小时预售票房更是突破 2 亿元。

冷热不均,特效厅受欢迎

《阿凡达 3》延续上一部的故事,讲述杰克·萨利与奈蒂莉一家在长子牺牲后的命运起伏,面对人类与纳威族群“灰人”首领瓦朗及其烈焰军团的威胁,守护家族情感纽带的故事。由于前作《阿凡达 2》口碑下滑,部分观众对第三部持保留态度,且影片超过 3 小时的片长,对于观影体验也是一种挑战。

记者在购票平台发现,该片销售冷热不均、价格相差悬殊。上海 IMAX 厅《阿凡达 3》售价普遍在 100 元以

上,部分影院超过 200 元,一些郊区影院普通厅的票价只要 20 多元。MOVIE MOVIE 影城(前滩太古里店)12 月 18 日、19 日黄金场 IMAX 厅票价高达 229 元,但上座率不低,且核心区域都已售出,该影院普通厅价格只有 IMAX 厅的一半,但上座率远低于 IMAX 厅。

在社交平台搜索《阿凡达 3》,讨论最多的是“看什么版本”“如何选择厅”,有人列出了影片各版本详细发行参数和推荐理由,建议观众“尽量选择特效厅,否则相当于白看”。《阿凡达 3》观影扎堆选特效厅,会否出现“特效厅吃饱,普通厅汤也喝不到”的局面?上海影城营销经理杨斌认为,从目前影院预售来看,《阿凡达 3》确实是依托特效厅的产出为主。“一方面影片特质契合观众观看特效大片要高品质硬件影片的需求,其次特效厅票价和观影感受确实高于普通厅。不过,普通厅并非完全没有受众,也有影迷观众垂询普通 2D 排映情况,在时长和需要佩戴 3D 眼镜的考量下,部分影迷仍会选择普通 2D 版。”

年轻人不爱“宏大叙事”?

同样是国际知名 IP,《疯狂动物城 2》上映前预售便突破 3 亿元,远高于《阿凡达 3》。近期上映的国产电影《得闲谨制》上映前两天预售票房突破 1 亿元,也好于《阿凡达 3》的同期成绩。

杨斌介绍,通常知名系列 IP、流量明星主演的影片预售票房较高,例如 11 月 22 日在上海影城举办首映礼的《狂野时代》预售非常抢眼,导演毕赣、领衔主演易烱千玺等主创来到现场,带动影城单日票房(不含服务费)139.7 万元,其中《狂野时代》票房 118.6 万元,刷新全国单日单片首映礼票房纪录。《阿凡达 3》与《疯狂动物城 2》的预售差距主要还是影片本身原因,“《疯狂动物城 2》相对受众广,适合合家欢、情侣、朋友等,有很大覆盖面;而《阿凡达 3》前期用户画像主要为 40+ 年龄的男性”。

“80 后”影迷欧先生觉得,《阿凡达 3》预售遇冷,和好莱坞宏大叙事对当下年轻人缺乏吸引力有关。“我很喜欢卡梅隆的《真实的谎言》《泰坦尼

克号》,但我问了周围的‘95 后’‘00 后’,他们都对这种宏大叙事的作品没那么感兴趣。”他分析,年轻观众喜欢脱口秀、短剧这样能瞬间点燃多巴胺的爽感内容,以及类似“我命由我不由天”的共情金句。卡梅隆的作品强于造画面,故事以传统的三段式结构娓娓道来,缺乏能在社交平台出圈的“梗”,当年惊为天人的特效如今司空见惯,因此总体票房不会太高。

影迷卢星认为,《阿凡达 3》走的是长线票房,不像流量明星参演的影片那样会有较高的预售占比,但总票房可能高于后者。“《阿凡达 3》的票房可能集中于特效大厅,从全国来看,总票房可能不会非常高,但相信看的人肯定满意。”

“我们始终坚信类型更丰富、受众覆盖面各有特色的伪片环境能让电影市场呈现百花齐放的景象。”杨斌认为,高预售未必等于高票房,上映后口碑、影片题材、后续营销市场反馈等都会影响最终票房落点。为了吸引更多年轻观众走入影院,近期上海影城特别组织了两场超前观影活动,包括“阿凡达炽热之夜”活动等。