

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研究报告》(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“政策一

■《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，方能化解人力资源危机，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

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、养老服务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的建设；第三是强化科技赋能，通过智慧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、市经信委、市科委、市人社局共同指导，市文创办主办，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和高校团队上万家，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”。

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季成功举办的基础上，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，专业组赛道报名达4400个，社会组赛道报名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升温，抖音“#域见上海”播放量超2亿次，“旅超”平游上海”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

生命科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食。

近年来，上海师大生科学院蔬菜遗传育种团队在菠菜性别决定机制、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，甚至只有个位数。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个国家和地区的种质资源材料，在试验田示范展示杂交新品种12个。



环卫工持续输出 展览延期至月底
“露天艺术馆”爆火

昨天，在“落叶不扫”的上海浦东乳山路，道路两侧变身露天艺术馆，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合影。

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：火与水》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大挑战。

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。MOViEMOVIE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厅的需求，其次特效厅票价和观影感受确实高于普通影厅。不过，普通厅并非完全没有受众，也有影迷观众垂询普通2D版排映情况，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。”

“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

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供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。