

日本老龄化产业：我们能从中借鉴什么？

目前，从64岁以上人口比例所代表的老龄化程度来看，中国的老龄化率相当于日本90年代的水平，且老龄化率加速的趋势与日本也极为相近。

我国呈现出高龄劳动人口占比高及“未富先老”特征。从整体上讲，日本的老龄化时期发展特征对中国的老龄产业研究仍极具参考价值。

中国老龄化趋势接近日本

日本自20世纪70年代进入老龄化阶段，目前已经是人口3000万以上国家中老龄化程度最严重的国家。

从人口结构看，日本1970~1990年老龄化上升趋势较为缓慢，64岁以上人口占比从7.1%上升至11.9%，而1990年后，日本老龄化进程加快，到2020年这一比例已经上升至28.4%。1997年日本首次出现了少年人口低于老年人口的现象，2005年日本总人口首次出现了负增长。

老龄化背景下日本经济增速也逐渐放缓。日本70年代基本完成城镇化，家庭收入快速增长，国民生活水平明显提高；70~90年代日本经济在石油危机中完成了经济结构的转型，经济增速呈现中速增长，日本这一期间虽然GDP增速持续下台阶，但人均GDP快速增长，并成功步入发达国家行列；90年代后，日本人口经历了从高生育率向低生育率再到超低生育率的转变，经济进入了长期的超低增长阶段。

日本人口出生率从1920年前后开始下降，但在当时其下降的速度比较缓慢，下降速度加快是在第二次世界大战之后和1970年之后。二战后女性地位的提升、女性学历升高及工作机会的增多，使得晚婚晚育及少子的倾向加强。而1990年之后，日本经济不景气，社会收入差距较大，越来越多的年轻人倾向“不婚不育”或“婚而不育”，根据日本厚生劳动省的统计，1990年日本女性在就业人口中所占的比例为37.9%，2000年增加到40%，到2018年达到了44%，日本女性的就业率逐年提升。

根据联合国人口署数据，中国2002年的64岁以上老年人口占总人口的比重达到7.08%，超过7%的临界点，中国进入老龄化阶段。从老龄化程度来看，截至2019年，我国64岁及以上老年人口占比为11.5%，大幅低于日本、德国和法国等发达国家，大概相当于日本90年代、德国60年代水平，处于老龄化初期阶段。

目前中国的老龄化程度与日本90年代初接近，那90年代以后日本老龄化程度加速上行阶段对各行各业产生了什么影响？

1) 医疗

日本在1957年通过立法建立全民医保制度，国民年金、厚生年金和非公共养老保险组成了养老体系三支柱。

老龄化程度的提升首先体现的是日本国民医疗费用占GDP的比重长期提升，从1955年的2.8%、1975年的4.25%逐步提升至2017年的7.87%，1975~2017年复合增速4.6%。2019年日本中央财政支出中34%用于社会保障，而从整体的社会保障支出费用上来看，养老金支出占比由80年的40%左右升至19年的近50%。

但1990年后日本整体的用药规模增长十分有限，受到医药政策的调整和医保控费的影响，降低了药占比，家庭平均的药物消费支出在2000年后呈现负增长。但家庭对医疗服务的支出持续提升，显示老龄化社会下最直接受益的是对老龄人群的服务类行业。

日本也统计了针对老年人的医疗卫生费用，2015年为15万亿日元，较1983年的3.3万亿日元增加了3.5倍。从细分项目的期间复合增速来看，药房配药支出在1983~2015年复合年增长18.5%，在1990~2015年复合年增长21.4%，居各项目之首。1994年后新增了对家访护理的统计，1994~2015年的年复合增速也达到了19.6%的较高水平。

药房配药增加给医药流通行业带来较大的利润增长空间，家访护理增加则提升对服务性行业的需求，这与日本的介护保险制度有关。2000年前后，日本政府推行《护理保险制度》，吸引大量养老企业进入市场。

《介护保险制度》的颁布具有里程碑性质的意义，开发商通过在房屋内配备符合该法律要求的设施和看护人员后，提供的相应服务最终可以由介护保险买单。该法律推出后的6年间，收费养老设施等护理服务机

构从257家急速增加到1732家，年平均增长率为37%；2000年时的养老服务业市场规模只有3.6万亿日元，2013年，市场规模扩大到了9.6万亿日元。从床位数量来看，日本整体的医疗机构床位数量在90年代后小幅下降，但疗养用的床位数占比从1993年的0.2%快速提升至2003年的20%。

前面提前到医保控费的影响，也使得日本医药行业的竞争格局改变，研发构建创新药成了竞争壁垒。目前制药企业集中度较高，截至2020Q1，日本前四家制药企业武田、第一三共、安斯泰来和中外制药的权重即占到日本东京交易所医药指数的49%。

所谓“成也萧何败萧何”，当深度老龄化下全民医保制度成为财政负担，药企的控费也将限制药企的收入增长。在这种背景下，医药企业的营收放缓，而龙头企业更能够通过深厚的创新管线积累及并购获取新药溢价，拓展海外出口规模成为更重要的销售增长方式。

当然，这源于各国对创新和研发的保护，赋予创新药企获得超额利润的专利保护期，因而持续的研发投入能够有效的构建出专利“护城河”。

从人口年龄角度分析，中国和日本都面临人口老龄化问题，2019年中国65岁及以上人口1.64亿人，日本为3552.4万人，中国老龄化带来的用药需求远远超过日本。

2) 消费

整体来看，日本家庭在90年代后经历了消费降级。在1960~1980年代，经济高速发展令日本人的消费品质快速提升，最先进的汽车、家电纷纷走进日本家庭。但1991年日本房地产破灭后，日本家庭可选消费品增速大幅下滑，如珠宝首饰市场销售额、高尔夫球、滑雪等奢侈消费市场出现了明显的收缩。

从居民的消费占比来看，1980~2010年日本服务消费的占比持续提升。其中，交通通信、教育娱乐、医疗保健、住宅类等消费支出上升；食品、服饰、家用品等生存类消费显著下降，因耐用品渗透率在60~70年代伴随城镇化的基本完成而早触及瓶颈，消费占比下降，增速放缓。

但即便消费降级，消费者也并非一味追求低价，“憧憬式”消费反而抬头。正如大前研一所描述的：中低阶层的消费者“平常在百元商店买东西，但对于室内用具的奢华就是有份执着；平常穿的是大众品牌的衣服，但就是想要个名牌包；平常吃超市廉价品，但对于味噌、酱油就非常讲究”。另外，单身工作女性也会用一笔固定的支出来“犒赏自己”，因此，同样的消费者一面追求无品牌、高性价比，一面也会追求奢华感商品。

而在零售业态上，由于中产阶级的分化，年收入600万日元以下的中产阶级消费者占人口比重超过80%，以中产阶级为主要顾客群的百货和量贩店销量减少，百元店、折扣超市顺势抬头。即便2010年后中产阶级人数有小幅增加，但消费群体的消费理念已渐趋成熟，对高性价比的商品接受度持续较高。而作为“偶尔精致”便利店和药妆店发展较高，这迎合了消费需求小型化、便捷高质以及追求某种生活方式的特点。女性步入职场也使得消费者对便利快餐、多样化餐食及高性价比新品的需求增加。

整体来看，进入“第四消费时代”的日本在零售领域的业态呈现返璞归真的特点，回归低价、高质和实用。

3) 科技

日本以全面质量管理为代表的“持续改进”闻名于世，特别是先进制造业。但日本在数字经济、互联网的发展方面略显不足。2018年日本经济产业省发布《制造业白皮书》中已经意识到数字化可能给日本智能制造产业链带来“非连续创新”的冲击，未来更重要的是通过灵活运用数字技术从而获得新的附加价值。

在老龄化需求增加的情况下，以机器人产业为例。

日本机器人产业起步较早，在市场规模、行业应用以及技术水平方面均处于世界领先地位。自1967年，日本川崎重工从美国引进机器人及其技术，并于1968年研制出第一台日本产机器人以来，日本机器人经过70年代的快速发展、80年代的普及，90年代后进入稳定增长期。其中20世纪80年代劳动力资源不足、劳动力成本上升、产业需求结构的调整及政府政策的积极引导是机

器人产业快速发展的催化剂。2000年之后，受益于出口增加，日本工业机器人景气度回升。

国际机器人联合会(IFR)根据应用场景，将机器人分为工业机器人和服务机器人两类。日本机器人产业应对人口老龄化一是运用工业机器人填补劳动力的人口空缺，二是运用服务机器人为有服务需求的老年人提供服务。

德国库卡、瑞士ABB、日本发那科、日本安川电机合称为全球四大机器人家族，2017年全球市场份额分别为发那科(16%)、ABB(14%)、安川电机(12%)、库卡(11%)，合计超过50%。在工业机器人各个细分应用领域，安川、发那科等日本机器人制造商均占据全球领先地位。

在机器人产业链中，控制器、传感器、减速机、伺服电机、数控系统等上游关键零部件，占单体机器人成本的70%以上。发那科、安川电机等全球领先的日本机器人生产企业也都具备关键零部件生产能力。

并且，日本机器人企业具有持续创新的能力，以安川电机为例，公司2007~2011年间工业机器人专利申请数为318件，截至2014年公司在全球的专利注册总数约为2900件。同时，公司的零部件高度自制，技术优势使得公司更具竞争力。

2013年后海外市场机器人需求提升，特别是来自中国的需求明显增长。安川电机来自亚洲营收从2009年的828.3亿日元到2019年的1643.18亿日元，几乎翻倍，再叠加利润率以及毛利率的上升，为公司增加了巨大的营业利润。

2010年后，中国的劳动力增量也在逐渐消退，此阶段对机器人需求的提升正好与80~90年代日本劳动力增量回落刺激对机器人的需求提升相类似。

“越来越富”与“越来越老”，这是一般国家特别是亚洲国家的发展趋势。往后看，中国也将经历人均收入提高和人口老龄化的趋势。

目前中国的老龄化程度相当于日本的90年代，人均GDP水平类似于日本和美国的80年代中期，并且从老龄化的速度来看，中国的确更像日本。

日本的经验告诉我们，这两项宏观的变化也将带来产业的巨大变化：

(1) 人均收入的不断提升意味着消费在GDP增长中发挥越来越重要的作用的同时，居民对高品质消费、健康消费、休闲娱乐消费的要求不断提升，消费理念逐渐成熟；

(2) 人口老龄化程度的加速，在城镇化基本完成的背景下，人口红利的消失意味着劳动密集型产业面临成本上行的压力，而努力提升高附加值产业的占比，从而增加在国际分工中利润分配的比例则是产业发展的中长期趋势。而中期来看，中美大博弈的长期存在增大了国家对科技“补短板”的重视程度，发展中国高端制造、替代进口产品的进度加快。

1) 医疗产业：养老服务+创新药+医疗器械

首先，国内养老产业的发展还处在相对初级的阶段。截至2018年，中国人均医疗费用4327元人民币，而日本2017年人均医疗费用达到2.2万人民币。但2000年以来，国内人均医疗费用增速均在10%以上，而日本已进入相对稳定期，年增速在2%~3%附近。

从医疗机构和床位数的对比来看，截至2017年，二者国内数量也仅相当于日本的一半，还有较大的增长空间。从日本经验来看，随着老龄化程度的加剧，疗养床位数的需求将大幅增加。同时，针对老年人的介护需求也将持续攀升，即老龄化对医疗服务的拉动作用要高于对药品消费的拉动。

日本采用全民医保和全药医保制度虽然对医药行业是一把“双刃剑”，但却为龙头公司竞争力的提升奠定了基础。

这一制度在早期因医保覆盖全面、药品价格相对较高，支持了医药企业的稳定发展和技术积累，而70年代开始，日本逐渐面临财政负担的压力，开始对医保制度进行改革，主要包括降药占比的控费改革、定价机制改革、取消以药养医等，1992年后，日本医保开支逐渐下降，日本国内的药品市场整体规模增长非常有限。

在此背景下，龙头企业“破而后立”，或走向海外扩大市场，或加强新药开发、增加

研发和并购支持，来打造专利壁垒，扩张市场份额。目前日本医药行业形成多寡头垄断市场。

国内药品医保控费趋势与日本高度相似，但国内老龄人口众多，“未富先老”问题更加严重，立足于日本30年医保控费探索的经验，我国医保控费的进程可能会更加迅速和剧烈。

2015年以来，医保局通过注册分类改革、CDE扩编解决了审评积压问题；通过临床数据核查、一致性评价将解决存量和增量药品质量标准不一的问题；2019年，“带量采购”应运而生，医保控费、降低药占比逐步落实深化。

在加速改革的背景下，国内2019年医药行业整体虽然收入增速下降，但高端化的趋势更加明显，医药工业整体毛利率提升，进入新旧动能换挡加速期，具有较强产品力或壁垒的公司提高市占率的空间打开，“强者恒强”的趋势预计进一步强化。

器械方面，中国药械比远高于全球平均水平，器械消费提升空间大。

2015年中国药品与医疗器械的消费比例仅为3:1，远高于1.4:1的全球平均水平，更高于发达国家的1:1的水平。药械比仍有提升空间，同时相较于药品市场，器械市场增速较快。全球医疗器械行业整体增速(11~17年复合增长率2.3%)为药品行业增速的两倍。中国医疗器械市场2011~2017年复合增长率达20.0%，同期药品市场复合增长率12.2%。此外，国产器械产品有望充分受益于分级诊疗后，基层对医疗器械的需求增加。

2) 消费升级趋势：服务消费，高端消费+高性价比消费并重

日本在20世纪90年代泡沫破灭后，居民消费降级，但M型社会中的消费需求愈加成熟。

能够顺应M型社会下的新消费需求，并能控制成本、高效运营的公司发展更好，711便利店、大创生活馆、宜得利、无印良品、优衣库等均在70~80年代成立，而在90年代及2000年后取得快速发展。

和日本相比，中国的消费占比提升、消费结构升级也都刚刚处在起步阶段。截至2018年，国内消费占GDP的比重为54.3%，第三产业占GDP的比重49%，服务消费占比仍有较大提升空间。

从行业赛道上看，国内服务业，特别是租赁、娱乐、软件也保持了较高的收入增长，增速也明显提升。伴随着我国人均收入的增加，教育服务、房屋租赁、娱乐服务等行业预计保持较长时间的高景气。而国内新经济还在蓬勃发展，影视、音乐、数字服务、旅游出行等新兴服务业中，存在更多的增长机会。

与国内相比，日本消费者的消费理念更加成熟，消费偏好“返璞归真”，高质量、优质服务、高性价比的商品受到青睐，而淡化对“品牌”所代表的身份地位等社会含义的要求。

当前中国经济增速逐渐放缓、房价高企，导致社会同样可能出现M型结构分化，未来消费也有望向高端奢侈及大众高性价比两个方向演进。中国居民消费理念还不成熟，还会追求品牌所代表的身份地位等社会特征，即便基尼系数相对日本更高，高端消费人口相对有限，国内高端奢侈消费仍有较大发展空间。

在中美大博弈持续的背景下，国家对科技“补短板”的重视度提高，研发支出增加，中国制造替代进口产品的方向得以延续。

“烧钱”是振兴科技的必要条件，无论是科创板给予创新企业高估值带来的“千金买马骨”效应，还是国家大基金直接在半导体等领域深入参与，都意味着科技企业迎来了更好的发展环境。从行业层面来看，未来五年，半导体、云计算等新经济领域有更大的概率诞生年复合增速20%以上的公司。

回到主题，中国巨大的市场也能帮助高科技制造业实现弯道超车。以前述老龄化产业中的机器人产业为例，中国机器人产业自2000年起步以来，经历了起步、高速发展、回落调整阶段，仅用16年便实现超车，于2016年成为全球市场工业机器人保有量第一。目前，从国内公司发展来看，截至2018年，尽管前述四大家族仍占国内市场份额的42%，但也已经有本土公司进入国内工业机器人出货量前20了。