

银发经济下老年消费权益保护研究

——以保健品、智能养老产品为视角

田佳雪

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年1月30日; 录用日期: 2026年3月6日; 发布日期: 2026年3月17日

摘要

随着我国人口老龄化进程持续深化, 银发经济已成为驱动经济高质量发展的新增长极, 规模日益庞大的老年群体, 其多元、升级的美好生活需要, 正是扩大内需、畅通国民经济循环不可或缺的强劲动力。老年群体的消费需求也从求生存到追品质, 保健品与智能养老产品凭借对老年群体健康保障、生活照料需求的精准适配, 迅速成为老年消费市场的核心领域。但老年群体生理机能衰退、风险辨识能力较弱、数字素养不足的天然弱势等问题导致老年消费权益受侵害事件屡禁不止, 这既严重损害了老年群体的人身财产权益与消费安全感, 也制约了银发经济的健康有序发展。本文以保健品、智能养老产品消费场景为特定研究视角梳理银发经济下老年消费权益保护现状, 深入剖析权益侵害的核心成因及现有保护体系的不足, 借鉴日本先进立法与实践经验, 结合我国国情, 从法律体系完善、监管机制优化、维权渠道畅通、主体责任强化等维度提出针对性的老年消费权益保护完善路径。

关键词

银发经济, 老年消费权益, 保健品, 智能养老产品, 消费者权益保护

Research on the Protection of Elderly Consumers' Rights and Interests in the Silver Economy

—From the Perspective of Health Products and Smart Elderly Care Products

Jiaxue Tian

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: January 30, 2026; accepted: March 6, 2026; published: March 17, 2026

Abstract

With the continuous deepening of population aging in China, the silver economy has become a new growth engine driving high-quality economic development. The increasingly large elderly group, with their diverse and upgraded needs for a better life, constitutes an indispensable and strong driving force for expanding domestic demand and smoothing the national economic cycle. The consumption demand of the elderly has shifted from survival to quality. By precisely meeting the elderly's needs for health protection and daily care, health products and smart elderly care products have rapidly emerged as core sectors in the elderly consumption market. However, due to the inherent vulnerabilities of the elderly, such as declining physiological functions, weak risk identification ability, and insufficient digital literacy, infringements on the rights and interests of elderly consumers occur repeatedly. These practices not only seriously damage the personal and property rights and consumption security of the elderly, but also restrict the healthy and orderly development of the silver economy. From the specific perspective of consumption scenarios of health products and smart elderly care products, this paper sorts out the current situation of the protection of elderly consumers' rights and interests under the silver economy, deeply analyzes the core causes of such infringements and the deficiencies of the existing protection system. Drawing on advanced legislation and practical experience from Japan and combining with China's national conditions, it proposes targeted improvement paths for protecting elderly consumers' rights and interests from the perspectives of perfecting the legal system, optimizing the supervision mechanism, smoothing rights protection channels, and strengthening the responsibilities of relevant subjects.

Keywords

Silver Economy, Rights and Interests of Elderly Consumers, Health Products, Smart Elderly Care Products, Protection of Consumer Rights and Interests

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

人口老龄化是 21 世纪全球人口发展的重要趋势，我国作为世界上人口最多的国家，人口老龄化进程呈现出速度快、规模大、程度深的特点。2024 年 12 月召开的中央经济工作会议将“发展银发经济”纳入“切实保障和改善民生”总体部署[1]，根据国家统计局《2024 年国民经济和社会发展统计公报》数据显示，截至 2024 年末，我国 60 周岁及以上人口达 31,031 万人，占全国人口总数的 22%，预计将在 2030 年前后进入 65 岁及以上老年人口占比超 20% 的超级老龄化社会，到 2060 年，老年人口约占总人口的 37.4%。[2]随着老龄化程度的不断加深，老年群体在社会经济生活中的比重日益提升，其消费需求也不断升级，催生了以老年群体为核心消费主体的银发经济。银发经济涵盖养老服务、养老用品、医疗健康、旅游休闲等多个领域，其中保健品与智能养老产品市场发展尤为迅速。贝壳财经调研显示，超四成银发族将健康管理作为首要消费方向，保健品/营养品消费占比 39.2%。国家税务总局数据同样印证了这一趋势，2025 年上半年助听产品销售收入同比增长 32.2%，老年营养和保健品增长 30.1%，健康监测设备增长 7.5%，全方位的主动健康需求正形成体系化态势，成为银发群体健康消费的重要增长点[3]。然而，在银发经济蓬勃发展的同时，老年消费者权益受侵害问题也日益凸显。老年群体由于生理机能衰退，认知能力减弱

等客观因素，在消费过程中容易成为不法商家的侵害对象，保健品虚假宣传、智能养老产品质量参差不齐、售后服务缺失等问题频发，不仅严重损害老年群体的合法权益，也对银发经济的健康发展形成制约。在此背景下，系统研究老年消费权益保护问题，构建完善的保护体系，既是维护老年群体合法权益的现实需求，也是推动银发经济高质量发展的必然选择。

2. 银发经济下老年消费权益保护的现实图景

2.1. 银发经济发展现状

1、市场规模稳步扩张

随着我国老年人口数量的不断增加和消费能力的逐步提升，银发经济市场规模呈现出持续扩大的态势。其中，保健品市场与智能养老产品市场作为银发经济的核心组成部分，发展潜力显著，发展潜力巨大。在保健品市场领域，随着老年群体健康意识的不断提高，对保健品的需求持续增长，据中研普华产业研究院的《2024-2029年保健品产业现状及未来发展趋势分析报告》数据显示，中国保健品市场规模从2013年的约千亿元增长至2023年的超过3000亿元，预计2024年增长至约2308.2亿元，到2027年有望达到4237亿元。智能养老产品市场方面，在科技进步和政策支持的推动下，智能穿戴设备、智能家居养老设备、健康监测设备等产品不断涌现，市场规模快速扩大，工业和信息化部数据显示，2022年我国智能养老产品市场规模已突破5000亿元，预计未来几年将保持20%以上的年均增长率。

2、消费需求迭代升级

老年群体的消费需求已经从传统的衣食住行等基本生存需求，向健康养生、休闲娱乐、智能便捷等品质化、多元化需求转变。在健康养生方面，老年群体更加注重保健品的品质和功效，对天然、绿色、无添加的保健品需求旺盛；在生活照料方面，智能养老产品能够为老年群体提供更加便捷、高效的服务，如智能穿戴设备可以实时监测老年人心率、血压等健康数据。

3、市场主体日趋多元

银发经济的蓬勃发展吸引了多类型市场主体参与布局，市场主体结构日趋多元。除传统的养老服务机构、保健品企业、医疗器械企业外，互联网企业、科技企业也纷纷入局银发经济领域，推出多元化智能养老产品和服务。其中，阿里巴巴、腾讯等互联网巨头通过搭建养老服务平台、开发智能养老应用等方式，积极参与银发经济发展；华为、小米等科技企业聚焦智能穿戴设备、智能家居养老设备等产品研发与生产，为老年群体提供智能化的生活解决方案，市场主体的多元化推动银发经济产业生态不断完善。

2.2. 老年消费权益受侵害的表现形式——以保健品、智能养老产品为例

1、保健品消费领域

虚假宣传问题突出。部分保健品企业为追求经济利益，通过虚假宣传的方式误导老年消费者消费，如将普通保健品宣传为具有治疗功效的“神药”，夸大产品的功效，声称能够治愈高血压、糖尿病、癌症等疑难杂症，同时通过编造虚假案例、伪造专家推荐等方式，提升产品的可信度，诱导老年消费者购买；价格欺诈行为频发。除短视频理财培训外，养生保健、投资理财、AI技能教学等领域也沦为涉老诈骗重灾区[4]。部分保健品企业通过虚高定价、打折促销等方式实施价格欺诈，将成本较低的保健品以高出成本几倍甚至几十倍的价格出售，再通过打折、满减等促销活动，营造出“物美价廉”的假象，同时还存在捆绑销售、强制消费等行为，严重侵害老年消费者的自主选择权；产品质量参差不齐。部分企业的产品成分与宣传不符、重金属含量超标、微生物污染等质量问题，此类不合格的保健品不仅无法达到宣传的功效，还极可能对老年消费者的身体健康造成潜在损害。

2、智能养老产品消费领域

产品质量缺乏保障。许多智能辅具、适老化产品因缺乏直观体验和专业讲解，让老年消费者和其子女感到“怕买错”的顾虑[5]，这一现象源于我国智能养老产品市场缺乏统一的质量标准和行业规范。部分企业为了降低成本，生产的智能养老产品存在诸多质量问题，如智能穿戴设备续航能力不足、健康监测数据不准确，智能家居养老设备灵敏度低、故障频发等；售后服务体系缺失。智能养老产品具有较高的技术含量，需要专业的售后服务支持，包括产品维修、系统升级、技术咨询等，但部分企业在销售产品后，未提供相应的售后服务，导致老年消费者在产品使用过程中遇到问题无法得到及时有效的解决，严重影响产品使用效果与消费体验；个人信息泄露风险较高。智能养老产品在使用过程中需要收集老年消费者健康数据、地理位置、联系方式等个人信息，但部分企业缺乏信息安全保护意识和措施，导致老年消费者的个人信息被不法分子非法获取，进而成为电信诈骗、劣质产品推销的目标，严重侵害老年消费者的信息安全权益。

2.3. 老年消费权益受侵害的核心成因

1、老年群体自身的客观局限性

生理机能衰退。随着年龄增长，老年群体的生理机能逐渐衰退，认知能力、判断能力、记忆力均出现不同程度的下降，对产品的辨别能力不足，易被不法商家的虚假宣传所误导，同时老年群体的身体健康状况相对不佳，对健康的迫切需求会使其易陷入“病急乱投医”的困境，成为不法商家的重点侵害对象；数字素养不足。在数字化时代，网络购物等新兴消费方式日益普及，但老年群体对互联网、智能手机等新技术、新设备的使用能力有限，且难以辨别网络信息的真伪，易在网络购物过程中遭遇诈骗。同时，无法熟练使用智能养老产品的各项功能，不仅影响产品使用效果，在权益受侵害时也难以通过网络渠道进行维权；消费观念陈旧。部分老年群体存在消费观念陈旧的问题，存在贪图小便宜、盲目跟风的消费心理，不法商家正是利用了此类心理，通过发放赠品、举办讲座、组织旅游等方式吸引老年群体参与，进而实施虚假宣传、价格欺诈等活动，诱导老年消费者购买产品。

2、市场发展不规范与自律缺失

市场准入门槛较低，竞争秩序混乱。银发经济市场的快速发展吸引了大量企业进入，但部分领域市场准入门槛较低，部分企业缺乏诚信意识和社会责任意识，为了追求经济利益采取不正当竞争手段，扰乱市场秩序。如保健品企业之间相互压价、虚假宣传，智能养老产品企业的互相抄袭模仿、以次充好等行为，导致市场竞争混乱，老年消费权益难以得到有效保障；行业自律机制不完善。目前我国保健品、智能养老产品行业尚未建立有效的行业自律机制，行业协会在规范企业经营行为、维护市场秩序、约束企业违法违规行为等方面的作用未得到充分发挥，缺乏对企业的有效监督和惩戒措施，无法形成行业内部的自我约束。

3、保护体系不完善

法律制度针对性不足。我国虽已制定了《消费者权益保护法》《老年人权益保障法》等相关法律法规，但此类法律法规在老年消费权益保护方面还存在明显不足，对老年消费权益的保护范围界定不够明确，对保健品、智能养老产品等特定领域的规定较为笼统，以及对侵害老年消费权益行为的处罚力度较轻，难以形成有效的法律震慑；监管机制不健全。据《中国市场监管发展报告》相关研究显示，保健品市场涉及市场监管、卫生健康、药品监管等多个部门，各部门之间缺乏有效的协调配合机制，存在明显的监管重叠和监管空白现象。而智能养老产品市场的监管尚处于起步阶段，缺乏专门的监管机构和统一的监管标准，监管力度不足，难以实现对市场的全面有效监管；维权渠道不畅通。一方面，老年群体维权意识较弱，对消费权益保护相关法律法规和维权途径缺乏了解，在权益受侵害时不知如何维权；另一方面，现有维权程序较为复杂、维权成本较高，老年群体往往难以承受，且部分维权机构对老年群体的维

权诉求重视程度不足，处理效率低下，导致老年群体的合法权益无法得到及时有效的保护。

3. 日本老年消费权益保护的借鉴

1、全维度的专门立法保障，明确多元主体责任

日本以《老年人福利法》《老年人保健法》为核心，构建了覆盖消费权益、生活照料、医疗保健的一体化法律体系，条款内容紧扣老年消费的实际需求，明确政府、企业、社会的权责边界。《老年人福利法》作为老年权益保护基础性法律，其第3章专门规定“老年消费服务保障”，明确政府的兜底责任：要求都道府县、市町村政府制定老年消费市场发展规划，统筹布局适老化产品销售点、养老服务机构，且对低收入老年人提供消费补贴；同时明确企业的法定义务，要求面向老年人的产品和服务必须符合“易用性、安全性、适老化”标准，对养老设施、智能养老产品等实行强制认证制度，未通过认证的不得面向老年人销售。该法第38条还规定，行业协会应制定老年消费服务自律规范，建立企业信用档案，对违法经营企业实施行业禁入。《老年人保健法》针对老年医疗保健消费作出专项规范，其第10条明确医疗保健服务的价格透明原则，要求医疗机构必须向老年人公示诊疗项目、药品、康复服务的收费标准，禁止变相收取费用；第15条规定“老年医疗服务适老化要求”，要求医疗机构配备适老化诊疗设备、提供专人引导服务。

2、精细化的市场监管体系，聚焦重点领域全流程管控

日本对老年消费市场实施分类监管、全流程审查的严苛机制，重点针对保健品、智能养老产品等老年高频消费领域制定专项监管规则，确保产品和服务的质量安全。针对保健品市场，厚生劳动省制定《食品卫生法实施细则》，明确保健品的成分限量标准，禁止添加对老年人身体有损害的成分，要求保健品包装必须标注“非药品，不可替代药物治疗”的警示语，且厚生劳动省建立保健品备案制度，所有保健品上市前必须向厚生劳动省备案，提交成分检测报告、安全性评估报告等资料，经审查合格后方可上市销售，对未备案即上市的保健品，一律视为假冒伪劣产品予以查处。在智能养老产品市场领域，经济产业省制定了严格的质量标准和行业规范，从产品的质量、安全性、易用性等多个维度进行全面规范，要求智能养老产品必须符合老年群体的使用特点，如操作界面简洁化、功能设置实用化等，同时建立产品质量追溯体系，消费者可通过产品编码查询生产、检测、销售等全流程信息，确保产品质量可追溯。

3. 激励式的企业责任引导，构建政企协同保护机制

日本通过政策激励 + 行业自律双重方式，引导企业主动履行老年消费权益保护社会责任，形成政府监管、企业自律、社会监督的协同格局。在政策激励方面，日本政府对于从事养老服务的企业，给予实实在在的税收减免，激发企业投身养老产业的热情^[6]。同时面向低收入老年人提供优惠产品和服务的企业，授予“老年消费保护示范企业”称号，并在政府采购中予以优先考虑。在行业自律方面，各领域行业协会制定针对性的自律规范，如日本保健品协会制定《老年保健品行业经营规范》，要求会员企业依法经营，建立产品质量追溯体系，对消费者的投诉实行“先行赔付”。同时，日本政府建立企业信用公示制度，将企业履行老年消费权益保护责任的情况纳入信用档案，通过官方网站向社会公示，引导老年消费者选择信用良好的企业。

4. 完善我国老年消费权益保护的途径

4.1. 完善法律体系，强化制度保障

1、制定专门的老年消费权益保护法律

完善专门的老年消费权益保护法律可以借鉴日本等国家的经验，制定专门的《老年消费权益保护法》，明确老年消费者的倾斜性保护权利与具体保护措施，细化保健品、智能养老产品等特定消费领域的法律

规定。此处的倾斜性保护权利，是指基于老年群体的弱势地位，在普通消费者权利的基础上，赋予其的特殊保护权利，包括知情权的延伸保障(要求商家以通俗易懂的方式向老年人说明产品信息)、公平交易权的强化保护(禁止商家针对老年人设置不合理的交易条件)、求偿权的便捷实现(简化老年消费者的索赔程序)等。同时，对保健品、智能养老产品等特定消费领域的生产、销售、宣传、售后服务等环节作出具体规定，明确保健品广告宣传的内容和形式，禁止任何形式的虚假宣传、夸大宣传；制定智能养老产品的统一质量标准和安全要求，明确产品的技术指标、检测标准；细化智能养老产品个人信息保护的具体措施，明确企业的信息安全责任，规定信息收集、使用的边界，防止个人信息泄露。

2、修订完善现有相关法律法规

对《消费者权益保护法》《老年人权益保障法》等相关法律法规进行修订完善，增强其在老年消费权益保护方面的针对性和可操作性。在《消费者权益保护法》中增加针对老年消费者的特殊保护条款，明确对老年消费者的倾斜性保护原则，将针对老年人的欺诈、虚假宣传等行为列为加重处罚情节，提高处罚力度；在《老年人权益保障法》中进一步细化老年消费权益保护的相关内容，明确政府、企业、社会在老年消费权益保护中的责任和义务，建立老年消费权益保护的协同机制。

3、制定相关配套法规和规章

为确保专门法律和修订后的相关法律法规的有效实施，制定相应的配套法规和规章，进一步细化法律规定的具体实施措施。如制定《保健品消费权益保护条例》《智能养老产品消费权益保护条例》等配套法规，对保健品、智能养老产品消费领域的具体问题作出详细规定。同时，市场监管、卫生健康、民政等部门结合自身监管职责，制定相关部门规章，明确各自在老年消费权益保护中的监管职责、监管措施和执法流程，加强对老年消费市场的规范化监管。

4.2. 优化监管机制，提升监管效能

1、明确监管主体职责，建立协同监管机制

借鉴日本的经验，建立健全老年消费市场监管体制，明确各监管部门的职责和分工，避免出现监管重叠和监管空白的现象。成立专门的老年消费市场监管协调机构，由市场监管总局牵头，统筹协调卫生健康、药品监管、工业和信息化、民政等部门的监管工作，建立信息共享、线索移送、联合执法等协同监管机制，实现监管资源的整合与优化。各监管部门按照职责分工开展专项监管，市场监管部门负责对保健品、智能养老产品的生产、销售、广告宣传等环节进行全面监管，依法查处虚假宣传、价格欺诈、质量不合格等违法行为；卫生健康部门负责对保健品的卫生安全、智能养老产品的健康监测功能进行监管，保障老年消费者的身体健康；药品监管部门负责对具有药品属性的保健品进行监管，确保其符合药品标准；工业和信息化部门负责制定智能养老产品的技术标准，对产品的技术研发、生产制造等环节进行监管；民政部门负责统筹协调养老服务体系建设，加强对养老服务机构的监管，保障老年群体在养老服务消费中的合法权益。

2、创新监管手段和方式，推动智慧监管

积极运用信息化、智能化技术，推动老年消费市场监管模式创新，提高监管效率和水平。建立全国统一的老年消费市场监管信息平台，整合各监管部门的监管数据，实现对市场主体的动态监管和精准监管；利用大数据、人工智能等技术，构建保健品广告宣传、智能养老产品质量的监测和预警系统，对网络平台、线下门店的宣传内容进行实时监测，及时发现和识别违法违规信息，实现对违法行为的早发现、早查处；加强对网络销售平台的监管，明确网络销售平台的主体责任，要求平台建立老年消费权益保护机制，加强对平台内经营者的资质审核和行为管理，规范网络销售行为，对平台内的违法违规行为，依法追究平台的连带责任。

3、加强市场准入监管

严格老年消费市场准入标准，提高市场准入门槛，从源头上保障老年消费权益。特别是要加强对保健品、智能养老产品销售企业的监管，要求其具备相应的经营资质和经营条件，建立健全产品进货查验、销售记录等制度，确保产品来源合法、质量合格。对保健品生产企业，应当加强对其生产资质、生产条件、产品质量等方面的审查，确保其具备相应的生产能力和质量保障水平；对智能养老产品生产企业，应当制定严格的行业标准和质量标准，加强对产品研发、生产、检验等环节的监管，确保产品符合相关标准和要求。

4.3. 畅通维权渠道

1、加强维权宣传教育

开展形式多样的维权宣传教育活动，提高老年群体的维权意识和能力。通过社区宣传、老年大学讲座、电视节目、网络平台等多种渠道，向老年群体普及消费权益保护相关法律法规和维权知识，引导老年群体树立正确的消费观念，提高自我保护意识。针对老年群体的特点，制作通俗易懂的宣传资料，如漫画、短视频、手册等，方便老年群体理解和掌握。组织开展老年消费维权培训活动，邀请法律专家、消费维权志愿者等为老年群体提供法律咨询和维权指导，提高老年群体的维权能力。

2、简化维权程序

建立健全便捷高效的维权机制，简化维权程序，降低维权成本。建立小额消费纠纷快速处理机制，对标的额较小的老年消费纠纷，实行快速调解、仲裁，缩短维权周期。设立专门的老年消费维权法庭，为老年消费者提供专业的司法服务，简化诉讼程序，提高诉讼效率。推广在线维权平台，实现投诉、调解、仲裁等维权环节的线上办理，方便老年群体足不出户就能维护自己的合法权益。

3、完善维权机构建设

加强消费者协会、老年协会等维权机构的建设，提高其维权服务水平和处理能力。充实维权机构的人员力量，配备专业的法律、医学、技术等方面的人才，为老年消费者提供全方位的维权服务。加强维权机构与监管部门、司法机关之间的衔接机制，建立信息共享、案件移送、联合执法等工作机制，确保老年消费者的维权诉求得到及时回应和解决。鼓励和支持社会组织、志愿者参与老年消费维权工作，形成全社会共同参与的老年消费维权格局。

4.4. 强化主体责任

1、强化企业责任

企业是老年消费市场的重要主体，应当承担起保护老年消费权益的主要责任，在这一方面可借鉴日本等国家的经验，强化企业社会责任的履行，引导企业依法经营，注重产品质量和售后服务，保障老年消费者的合法权益。还可加强产品研发和质量管理，提高产品质量和安全性，开发适合老年群体的产品和服务；完善售后服务体系，建立健全产品维修、升级、技术咨询等售后服务机制，及时解决老年消费者在使用产品过程中遇到的问题；加强个人信息保护，建立健全信息安全管理制，采取必要的技术措施，防止老年消费者个人信息泄露。

2、强化政府责任

政府应当承担起监管责任和公共服务责任，加强对老年消费市场的监管，为老年群体提供优质的公共服务。严厉打击侵害老年消费权益的违法行为，加大对老年消费权益保护的投入，加强维权机构建设、维权宣传教育等工作；建立健全老年消费权益保护工作考核评价机制，将老年消费权益保护工作纳入政府绩效考核体系，确保各项工作落到实处。

3、强化社会责任

社会各界应共同参与老年消费权益保护工作，形成全社会共同关注、共同参与、共同保护的良好氛围。新闻媒体加强对老年消费权益保护的宣传报道，曝光侵害老年消费权益的违法行为，引导企业依法经营，引导老年群体理性消费；行业协会加强行业自律，制定行业规范和标准，加强对企业的约束和管理，推动行业健康发展。社会组织、志愿者等应当积极参与老年消费维权工作，为老年群体提供法律咨询、维权指导等服务，帮助老年群体维护自己的合法权益。

5. 结论与展望

本文以保健品、智能养老产品消费场景为特定研究视角，对银发经济下老年消费权益的法律保护问题进行了深入研究。通过对我国银发经济发展现状、老年消费权益受侵害的表现形式及核心成因的分析，发现我国老年消费权益法律保护体系存在法律法规针对性不强、法律责任追究力度不足、监管机制不健全、维权渠道不畅通等问题。借鉴日本的先行经验，结合我国国情，提出了完善我国老年消费权益法律保护的路径。

随着我国人口老龄化进程的不断加深和银发经济的持续发展，规模日益庞大的老年群体，其多元、升级的美好生活需要，正是扩大内需、畅通国民经济循环不可或缺的强劲动力[7]，银发经济归根结底是以人为本的经济，一切产品都需要深入了解老年人群的真实需求，运用科技、商业等手段提升服务质量和效率，提升老年人幸福感[8]，但老年消费权益保护问题日益复杂和突出。对于此类问题，希望通过上文措施的实施，能够有效完善我国老年消费权益保护体系，为老年群体提供更全面的消费保障，维护老年群体的人身财产安全，以及能够规范市场秩序，促进银发经济健康有序发展，为经济高质量发展注入持久动力。相信在全社会的共同努力下，我国老年消费权益保护体系将不断完善，老年群体的合法权益将得到更好的保护，银发经济将持续健康发展，为实现中华民族伟大复兴的中国梦作出更大的贡献。

参考文献

- [1] 中央经济工作会议在北京举行习近平发表重要讲话[EB/OL]. 新华社. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202312/content_6919834.htm, 2023-12-12.
- [2] 银发经济蓝皮书: 中国银发经济发展报告(2024) [M]. 北京: 社科文献出版社, 2024.
- [3] 李悦萌. 市场监督管理视角下银发经济高质量发展机制分析——严打虚假宣传、强制消费、过度收费等乱象, 建立违规机构黑名单制[J]. 中国品牌与防伪, 2026(2): 229-231.
- [4] 陈雨康. 实探上海银发经济: 打破科技与老年群体“最后一米”体验壁垒[N]. 证券时报, 2026-01-20(A01).
- [5] 杨焯, 闫婧. 涉老金融诈骗新剧本: AI 造假成“诱饵”虚伪关心为“收割” [N]. 上海证券报, 2026-01-27(004).
- [6] 胡澎. 直面超级老龄化: 日本医疗与财政体系改革及启示[J]. 人民论坛, 2025(5): 51-55.
- [7] 郑军. 将老龄化挑战转化为内需动力[N]. 经济日报, 2026-01-25(007).
- [8] 笄志刚, 王佳琦. 老龄化背景下日本银发经济发展对中国的启示[J]. 东北亚经济研究, 2025, 9(5): 62-72.