

马克思主义消费理论视角中老年群体 “适老化消费”困境与优化路径

张 群

扬州大学马克思主义学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2026年3月17日; 录用日期: 2026年5月11日; 发布日期: 2026年5月25日

摘 要

在全球人口老龄化持续深化的宏观背景下, 我国老龄人口逐年攀升。银发经济作为老龄社会催生的新兴经济形态, 已成为推动我国经济增长的重要引擎, 而人口老龄化带来的消费与产业结构转型, 也要求银发经济发展以老龄群体需求为导向, 将其潜在消费需求转化为有效市场需求, 为经济发展注入新动能。从马克思主义消费理论视角来看, 老年群体差异化显著, 适老化消费需求随社会发展日益丰富多元, 但当前我国适老化消费市场仍深陷供需结构错配困境, 同时伴随与需求不匹配的市场产品和服务供给不足, 在数字化进程加快的过程中, 老龄人消费观念却有滞后性、老龄群体消费监管有加强等问题, 这不仅制约了老年群体消费需求的有效满足, 也影响着共同富裕目标下老年群体美好生活需要的实现。因此需要以马克思主义消费理论为指引, 围绕适老化消费的核心需求破解供需错配难题, 通过多维度路径优化完善适老化消费体系, 才能推动银发经济高质量发展, 让适老化消费成为助力共同富裕的重要抓手。

关键词

马克思主义消费理论, 人口老龄化, 适老化消费

Dilemmas and Optimization Paths of Age-Friendly Consumption among the Elderly from the Perspective of Marxist Consumption Theory

Qun Zhang

School of Marxism, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: March 17, 2026; accepted: May 11, 2026; published: May 25, 2026

文章引用: 张群. 马克思主义消费理论视角中老年群体“适老化消费”困境与优化路径[J]. 老龄化研究, 2026, 13(5): 162-167. DOI: 10.12677/ar.2026.135238

Abstract

Against the backdrop of deepening global population aging, China has witnessed a sustained increase in its elderly population. The silver economy, an emerging economic paradigm catalyzed by an aging society, has become a pivotal driver of China's economic growth. The ongoing transformation of consumption and industrial structures driven by population aging necessitates a demand-oriented approach to the development of the silver economy, translating the latent consumption needs of the elderly into effective market demand and injecting new momentum into economic development. From the perspective of Marxist consumption theory, the elderly demographic exhibits significant heterogeneity, with their aging-adapted consumption demands becoming increasingly diverse as society evolves. However, China's current aging-adapted consumer market remains constrained by a structural mismatch between supply and demand, compounded by insufficient provision of market products and services that align with actual needs. Against the accelerating trend of digitalization, additional challenges persist, including lagging consumption attitudes among the elderly and inadequate regulatory oversight of elderly consumption. These issues not only hinder the effective fulfillment of the elderly population's consumption demands but also impede the realization of their aspirations for a better life under the goal of common prosperity. Therefore, guided by Marxist consumption theory, it is imperative to address the core needs of aging-adapted consumption and resolve the structural supply-demand imbalance. By optimizing and refining the aging-adapted consumption system through multidimensional pathways, we can foster high-quality development of the silver economy and position aging-adapted consumption as a key lever for advancing common prosperity.

Keywords

Marxist Consumption Theory, Population Aging, Age-Friendly Consumption

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

国家统计局数据显示,截至2024年末,我国60岁及以上人口已达31,031万人,占全国总人口的22.0%,其中65岁及以上人口为22,023万人,占比15.6%,老龄人口规模巨大[1]。将来,人口老龄化进程也将会与全面建设社会主义现代化国家新征程的“两个阶段”基本同步[2]。相较于西方学者聚焦老年消费生命周期规律与行为影响因素[3],我国学者现有研究多围绕适老化产品供给、政策优化展开[4],但从马克思主义消费理论视角系统分析适老化消费困境与路径的成果较少。立足于马克思主义消费理论视角,对现阶段我国适老化消费困境进行研究,即是在践行马克思主义关于人的全面发展的价值追求,也是在助力老龄化理论研究和推动老龄化社会实践的发展。

2. 核心理论基础与政策支撑

2.1. 马克思主义消费理论的核心内涵

马克思主义消费理论指出,消费指向人的全面发展,其本质是“它是人和自然之间、人和人之间的

矛盾的真正解决”[5]，能解决人与自然的矛盾，是未来和谐社会与自由人联合体的必然要求。生产与消费具有同一性，生产决定消费的性质与水平，同时消费创造新的生产需要，使生产过程得以最终完成，是生产的动力[6]。在生产起决定性作用的前提下，消费不断产生新的社会需求推动生产发展与结构升级，为生产开拓市场。马克思认为消费力是主客观条件的统一，它既包括消费者的知识、技能和支付能力以及消费意愿，也依赖一定的消费资料作为物质保障。

2.2. 适老化消费的时政支撑

投资、消费和出口一直以来都是拉动经济增长的“三驾马车”。《国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》¹指出，“加快银发经济规模化、标准化、集群化、品牌化发展，培育高精尖产品和高品质服务模式”，为银发经济指明了发展方向，也表明未来会发展出可观的老龄化的消费市场。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》强调，我国要加快推进针对老龄化的建设，要健全养老服务体系的发展，在现代化进程中要完善养老产业协同发展的政策机制，老龄事业在这一过程中要进行细化[7]。多项政策表明，老龄人口消费市场潜力巨大，现阶段老龄人口消费需求以及老龄消费结构逐渐升级，更加注重品质消费[8]。随着经济社会的不断发展进步，我国很多老年人的消费方式正在发生显著变化，不再满足于吃饱穿暖的基本生活需求，而是越来越注重生活品质和精神满足。健康养生、智能产品、休闲旅游这类消费越来越普遍，老龄人口消费变得更加多元化、个性化。

2.3. 马克思主义消费理论对适老化消费的指导价值

当代中国以推动高质量发展为重要任务，以实现人民对美好生活的向往为发展的根本目的。这也正是马克思主义消费理论的现实意义所在，马克思主义消费理论为“适老化消费”提供了根本遵循与实践方向。首先，要立足于以人的全面发展为价值目标，老龄化消费不能只是单纯地从“求生存”角度出发满足老龄人口基本生活需求，更要兼顾老龄人口在健康、文娱、社交与自我实现方面的需求，以老龄人口的新型消费需求刺激生产端，让消费真正为老年群体生活品质提升而服务。其次，遵循生产与消费辩证统一规律，指引供给侧精准对接老年群体真实需求，优化产品与服务结构避免无效供给与资源浪费。再次，要立足基本逻辑，进一步优化老龄人口消费环境，保障老年人口的数字消费、提高养老保障与收入、缩小城乡和群体间消费差距，推动适老化消费公平可及。最后，以反对消费异化为底线，马克思主义消费理论对引导理性、健康、可持续的老年消费观念，让适老化消费回归人本属性，助力银发经济高质量发展，具有重要作用。

3. 我国适老化消费的发展现状与核心困境分析

3.1. 发展现状

现阶段我国老龄消费规模持续扩大，智能设备与康复辅具等产品在老龄消费市场需求用品领域增长显著；老年文旅产业需求持续旺盛，老龄人在消费层面凸显“有钱有闲”群体的消费潜力特征显著[9]。老年消费已从基本生存需求，转向智能穿戴、旅居养老、老年教育等发展型、享受型领域。但这些领域普遍存在供给短缺、产品同质化严重、服务无统一标准等问题，亟待进行大力改革。随着老龄化进程加快，老年人的需求愈发多元。受年龄、城乡、学历、收入等因素影响，老年群体消费分化明显：高收入老人偏好高端康养等享受型消费；低收入老人受经济限制，仍以基本生活消费为主。这种需求差异，反映出不少老年人的消费需求未被充分满足，消费过程中仍面临诸多阻碍。

¹https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202401/content_6926088.htm

3.2. 核心困境(基于马克思主义消费理论视角)

3.2.1. 供给错位, 有效供给严重不足

马克思主义认为, 生产的核心价值在于满足人的真实需求, 而当前适老化消费的生产端, 显然背离了这一本质要求。供给方未能精准捕捉老年群体的多元需求, 导致市场有效供给与实际需求严重脱节。

老年用品生产陷入“低端同质化、高端空白化”的僵局, 市面上多是基础保健器械设备产品雷同, 缺乏针对不同年龄、健康状况老年群体的细分设计。智能适老产品更是走入“功能堆砌”的误区, 忽视老年人的实际使用能力, 操作流程复杂难学, 未能真正实现“适老”初衷。而低龄健康老人所需的文娱社交类产品、高龄失能老人急需的专业康复辅具等, 存在种类稀缺, 或是适配性不足的问题, 难以转化为有效的市场供给。

服务供给的缺口同样突出, 我国在医疗与养老结合、老龄人口居家适老化改造等刚需服务覆盖不足, 城乡供给差距更是差距悬殊[10]。农村地区养老服务设施基础薄弱, 专业护理服务的生产能力尤为匮乏, 护理人员数量不足且专业素养参差不齐, 多数未经过系统培训, 难以满足农村老人的基本照护需求, 生产端的供给能力与老年群体的需求规模形成尖锐矛盾。

3.2.2. 分配失衡, 消费能力受限

分配是衔接生产与消费的关键环节, 合理与否直接影响老年群体的消费能力和消费结构。当前我国适老化消费的分配环节明显存在短板, 不同老年群体消费能力悬殊, 很多潜在需求没能转化为实际消费。

城乡收入分配差距, 直接限制了农村老年人的消费能力。城镇老人大多有稳定的养老金, 消费更有底气; 农村老人主要靠家人补贴和零散工作挣钱, 收入既不稳定又偏低。再加上养老保险待遇有差异, 不同保障体系下的老年人消费支付能力差别很大, 中低收入老人受收入限制, 连适老化产品和服务的基本需求都难以满足。

社会保障不够完善, 也让老年人更愿意存钱应对风险。健康和养老方面的不确定因素太多, 老人们更倾向于攒钱防备意外, 而非马上花出去。这种因保障分配不足产生的消费谨慎, 进一步挤压了适老化消费的市场空间, 让分配环节没法顺畅衔接生产与消费, 阻碍了再生产循环的正常运转。

3.2.3. 交换梗阻, 流通效率低下

交换是商品实现价值的关键环节, 也是消费得以完成的前提。当前适老化消费的交换环节障碍重重, 渠道不通、环境不适等问题严重影响流通效率, 生产端的产品与服务难以顺利抵达消费端。

数字技术推动的交换方式变革, 反倒形成了老年群体的消费鸿沟。线上购物、移动支付等主流交换渠道缺乏适老化设计, 操作流程繁琐、界面不够友好, 多数老年人因操作能力不足被排除在数字化交换体系之外。线下交换环境同样有短板, 商场、医院等消费场所的无障碍设施缺失或不完善, 商家适老化服务意识淡薄, 没能为老年人提供便捷的交换条件。

适老化产品与服务缺乏全国统一的质量标准和安全规范, 尤其是当健康风险成为老年人面临的主要风险时, 预防性动机就成为解释老年人高储蓄的重要因素[11]。没有明确的行业准则兜底, 老年群体在交换过程中极易沦为权益受侵害的对象。且维权之路布满荆棘, 流程繁琐复杂、举证难度大、维权成本居高不下, 这些现实难题让老年人在交换中毫无安全感可言, 原本就谨慎的交换意愿被进一步抑制, 最终导致适老化消费的流通渠道彻底堵塞, 交换环节的梗阻问题愈发突出。

3.2.4. 需求压抑, 释放受阻

消费是再生产过程的终点, 也是新起点, 消费需求的充分释放会反作用于生产, 推动市场持续发展。

但当前适老化消费的消费环节，面临观念与体验的双重制约，老年群体的消费需求难以充分释放。

部分老年人受传统消费观念影响，秉持节俭保守的消费态度，对新型适老化产品和服务抱有迟疑心理，更倾向于维持传统消费模式，不愿尝试新鲜事物。同时消费过程中的不良体验进一步固化了这种保守观念。复杂难用的智能产品、不适老的消费环境、交换过程中的权益侵害，都让老年人消费意愿受挫，形成“有需求不敢消费”的困境。

老年群体内部的消费异质性未被充分重视，高收入老人追求的品质化、个性化消费，与中低收入老人的普惠型消费需求，未能得到差异化满足，导致部分消费需求被闲置。消费环节的需求释放不足，无法为生产端提供清晰的需求信号，使得市场循环难以形成良性互动，制约了适老化消费市场的健康发展。

4. 马克思主义消费理论指引下适老化消费的优化路径

面对我国适老化消费市场规模扩大、需求分化明显但供给不足、环境不畅、消费意愿偏弱等现实问题，结合马克思主义消费理论中生产、分配、交换、消费四位一体的内在逻辑，必须从供给结构、保障基础、消费环境、消费观念等层面系统发力，推动生产与消费良性循环，让适老化消费真正服务于老年群体的生活需要与全面发展。

4.1. 深化供给侧改革，实现生产与消费辩证统一

依托生产决定消费、消费引领生产的基本逻辑，破解供需错配要从供给端进行结构性优化。企业应立足老年群体的真实需求开展调研，减少低端同质化产品的重复供给，重点研发操作简便、功能实用的智能设备与康复辅具，同时针对低龄老人、高龄失能老人等不同群体，丰富文娱社交、专业照护、老年教育等细分产品，让供给更加贴合不同老人的使用能力与实际需要。在此基础上推动制造、服务、科技等多领域协同发展，完善从研发到服务的完整产业链，加快建立全国统一的适老化产品标准与质量认证体系。政府应持续加大普惠型养老服务供给，构建居家、社区、机构相结合的养老服务网络，重点补齐农村养老设施短板，强化养老护理人员系统化培训，均衡专业人才城乡分布，不断提升养老服务整体质量。

4.2. 优化收入分配与社会保障，夯实消费基础

按照马克思主义分配制约消费的理论逻辑，稳定的收入与可靠的保障是老年群体敢于消费、愿意消费的前提。要进一步完善养老金动态调整机制，逐步缩小城乡之间、不同群体之间的养老待遇差距，同时为低龄健康老人搭建灵活就业平台，拓宽老年群体收入渠道。在社会保障方面，持续健全多层次医疗与养老保障体系，提高医保保障水平与覆盖范围，稳步推行长期护理保险制度，减轻老年人面对疾病、失能等风险时的经济压力。针对低收入、高龄、失能等特殊老年群体，可通过适老化消费补贴、居家改造补助等方式，降低其消费成本，推动潜在消费需求转化为真实有效需求。

4.3. 改善消费环境，畅通流通渠道

交换环节是连接生产与消费的重要纽带，想要打通适老化消费堵点，必须全方位改善消费环境。线下商超、医院等公共场所要完善无障碍设施，增强人工帮扶与便民服务，提升老年人外出消费的便利性。线上平台要加快适老化改造，简化操作流程，增设大字、语音、一键呼叫等简易模式，同时依托社区开展智慧助老活动，缓解老年人面对数字工具的畏难心理。政府部门要强化市场监管，加大对虚假宣传、消费欺诈等行为的整治力度，加快建立老年人消费维权绿色通道，简化流程、降低成本，切实保障老年人合法权益。通过构建安全、便捷、贴心的消费服务体系，消除老年人消费顾虑，让生产与消费重新形成良性互动。

4.4. 引导消费观念升级，促进人的全面发展

适老化消费的根本目的，是促进老年人生活质量改善与自身全面发展，因此必须合理引导老年群体形成理性、健康的消费观念。可以依托社区宣讲、老年大学、公益普及等多种途径，帮助老年人转变过度保守、偏重储蓄的传统思维，主动接受适度消费、健康消费和精神文化消费等现代理念。与此同时，还要强化消费安全方面的教育，及时揭露各类消费骗局，引导老年人识别虚假宣传与非理性消费行为，减少落入消费陷阱的可能。通过对理性消费的有效引导，既可以充分释放老年群体的消费潜力，又能够有效防范消费异化，使消费回归满足真实需要、提高生活质量的本来意义，切实彰显马克思主义消费理论中关于人的全面发展的价值取向。

5. 结论

马克思主义消费理论从不是束之高阁的理论条文，它恰恰能帮我们戳中问题的本质，消费从来不是单纯的买卖行为，而是满足人的需求、实现人的发展的关键过程。老年人的消费需求，自然也该被尊重、被看见、被用心满足。将这一理论运用到适老化消费中，并非生硬地照搬套用，而是让发展回归“人”的核心，让供给真正贴合需求，让市场发展脱离盲目，让政策制定更贴合实际。我们推动银发经济高质量发展，说到底，就是想让老年群体能选到适配的产品、享受到暖心的服务，能在数字时代跟上脚步、不受委屈，切切实实提升生活质量。这不仅是激活银发经济发展潜力的必然要求，更是朝着共同富裕目标稳步前行的题中之义。把适老化消费的文章做好，经济发展能增添新动能，民生福祉能实现新提升，整个社会也会更有温情与温度。

参考文献

- [1] 国家统计局. 中华人民共和国 2024 年国民经济和社会发展统计公报[J]. 中国统计, 2025(3): 4-21.
- [2] 黄庆平. 老龄化浪潮下的银发经济: 东亚模式比较与中国发展路径[J]. 当代经济管理, 2026, 48(3): 64-74.
- [3] 刘超, 卢泰宏. 西方老年消费行为研究路径与模型评介[J]. 外国经济与管理, 2005(11): 27-33.
- [4] 都阳. 发展银发经济: 目标定位与关键问题[J]. 中国农村经济, 2026(1): 3-19.
- [5] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯全集: 第 42 卷[M]. 北京: 人民出版社, 1979: 102-132.
- [6] 徐家林, 王悦. 马克思主义消费理论的生成逻辑、基本内涵及当代意义[J]. 世界社会科学, 2024(2): 5-21+242.
- [7] 新华网. 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议[EB/OL]. 2025-10-28. <https://www.news.cn/20251028/337438370029449296539148a206bdd1/c.html>, 2025-12-07.
- [8] 李晓嘉. 我国老龄消费的新趋势、现实挑战及对策研究[J]. 人民论坛, 2024(19): 24-28.
- [9] 吉姣茹. 人口老龄化背景下我国银发经济面临的问题及发展策略探讨[J]. 企业改革与管理, 2025(23): 163-165.
- [10] 宋辰婷. 老龄化社会背景下银发经济的内在逻辑与发展路径[J]. 新视野, 2025(5): 98-107.
- [11] 杨继生, 邹建文. 人口老龄化、老年人消费及其结构异质性——基于时变消费效用的分析[J]. 经济学动态, 2021(11): 91-110.