

农村信用社支持老年消费市场发展的机制研究

王 旭

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2026年3月20日; 录用日期: 2026年5月11日; 发布日期: 2026年5月25日

摘 要

农村人口老龄化程度持续加深, 农村老年群体的消费需求日益增长, 为农村信用社拓展业务空间提供了重要契机, 然而, 农村信用社在支持老年消费市场发展过程中, 面临消费信贷产品供给不足、老年客户信用认定困难、网点服务方式滞后等现实困境, 制约了老年消费金融服务的有效供给。基于此, 从产品供给、风险管理、服务渠道三个维度, 系统探讨农村信用社支持老年消费市场发展的机制构建路径, 以期推动农村老年消费潜力的有效释放, 促进农村金融与老年消费市场的协同发展。

关键词

农村信用社, 老年消费市场, 消费信贷, 风险管理, 适老化服务

Research on the Mechanism of Rural Credit Cooperatives Supporting the Development of the Elderly Consumer Market

Xu Wang

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: March 20, 2026; accepted: May 11, 2026; published: May 25, 2026

Abstract

The accelerating aging of rural populations has generated growing consumption demand among rural elderly groups, presenting significant opportunities for rural credit cooperatives to expand their business scope. However, rural credit cooperatives face substantial obstacles in supporting the elderly consumer market, including insufficient supply of consumer credit products, difficulties in credit assessment for elderly clients, and outdated branch service approaches, all of which constrain the effective delivery of elderly-oriented financial services. Drawing on three dimensions—

product supply, risk management, and service channels—this paper systematically examines the mechanism construction pathways through which rural credit cooperatives can better support the development of the elderly consumer market, with a view to unlocking the consumption potential of rural elderly groups and fostering coordinated development between rural finance and the elderly consumer market.

Keywords

Rural Credit Cooperatives, Elderly Consumer Market, Consumer Credit, Risk Management, Age-Friendly Financial Services

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

随着老龄化进程持续不断地加快,农村地区60岁及以上人口占比远超城镇,农村老年消费市场规模正在持续扩大,农村信用社作为服务“三农”的核心金融机构,在农村金融体系当中占据着不可替代的地位,然而现阶段农村信用社金融服务供给,与老年群体消费金融需求之间存在明显错位,亟需从机制层面去加以破解。

在相关研究方面,何际敏(2025)与罗贞(2025)指出,金融科技冲击与市场竞争加剧使农村信用社传统运营模式面临转型压力,提升差异化服务能力是其核心出路[1][2];原大鹏(2024)进一步提出了农村信用社促进农村金融发展的策略路径[3]。在老龄化与消费研究方面,程伟(2022)发现老龄化深化重塑了农村消费结构,完善保障、激活潜力是扩大农村消费市场的关键[4];罗欣雨、魏君英(2021)基于省际面板数据实证表明,老龄化在一定区间内正向促进服务性消费,但收入与活动能力约束会导致超阈值后的消费回落[5]。然而,现有研究鲜少将两条文献脉络交叉,针对老年群体差异化金融服务机制的探讨尚属空白。

本研究把金融包容性理论和信息不对称理论当作理论依据,前者为农村信用社服务老年边缘群体给出逻辑支撑,后者揭示出老年客户信用识别困难的根本原因。在此基础之上,本文从产品供给、风险管理与服务渠道这三个维度系统构建支持机制,以此弥补既有研究在特定客群服务机制层面存在的不足,为农村信用社介入老年消费市场提供理论方面的参考。

2. 农村老年消费市场的现状与金融需求特征

农村老龄化程度的持续加深,正在深刻重塑农村消费市场的结构与规模,农村老年群体在消费行为、消费结构与金融服务需求等方面均呈现出有别于其他群体的显著特征,深入把握这些特征,是农村信用社有效介入老年消费市场的前提基础。

(一) 农村人口老龄化的发展态势与消费规模

农村地区老龄化程度长时间高于城镇且持续加深。从形成原因来讲,农村青壮年劳动力大规模向城镇转移是推动农村老龄化加速重要因素,在乡村“推力”和城镇“拉力”共同作用下,有劳动优势的青壮年群体持续流出,留守农村人口以中老年群体为主,这导致农村人口年龄结构加速向老龄化方向倾斜,老年人口绝对规模和相对比重都呈上升趋势,医疗卫生条件持续改善让农村老年人口预期寿命不断延长,进一步扩大了老龄人口基数。从消费规模来看,农村居民人均消费支出相对人均可支配收入占比较高,消费潜力较为突出,随着老龄人口数量持续增长,农村老年群体整体消费规模会进一步扩大,这一趋势

表明农村老年消费市场具备较大开发价值和增长空间，农村信用社应将其纳入重点关注市场领域。

(二) 农村老年群体消费行为的结构性特征

农村老年群体的消费行为受收入水平、传统观念与社会保障条件的多重制约，呈现出鲜明的结构性特征。在消费层次方面，食品和居住等基本生活必需品支出长时间占据家庭总消费主要份额，医疗卫生支出会随着年龄增长呈现刚性上升趋势，而文化和娱乐和精神消费等较高层次消费支出严重不足，整体消费结构比较单一且消费层次偏低，在消费观念方面，农村老年群体普遍形成于物质匮乏年代，勤俭节约意识根深蒂固，消费决策趋于保守，对价格敏感度较高，对新型消费品与服务接受能力相对较弱，消费习惯具有较强稳定性与惯性，在消费动机方面，受预防性储蓄心理深刻影响，农村老年群体倾向于主动压缩日常支出并积累储蓄，以应对潜在医疗风险与养老压力，消费意愿受到明显抑制。上述特征相互叠加，共同决定了农村老年消费市场潜力长期难以有效释放的现实困境，也为农村信用社精准对接老年消费需求指明了方向。

(三) 农村老年群体对信用社金融服务的差异化需求

农村老年群体由于自身特殊的收入结构、生活方式还有风险偏好，形成了和一般群体不同的差异化金融服务需求。在信贷需求方面，农村老年群体普遍缺少稳定的工资性收入，养老保障水平相对来说比较有限，在医疗支出、日常生活以及养老费用方面存在阶段性资金短缺问题，对小额且能灵活还款的消费信贷产品有真实需求。在储蓄与理财需求方面，部分农村老年群体持有有一定规模的长期积蓄，其风险承受能力比较低，倾向于选择本金安全、收益稳定的金融产品，对保本型理财与养老储蓄产品有配置意愿。在服务方式需求方面，农村老年群体受教育程度普遍偏低，数字化操作能力比较弱，对线下柜台服务的依赖程度比较高，对操作简便、流程清晰的金融服务有强烈诉求。以上三方面需求相互关联，共同构成农村老年群体金融服务需求的基本图谱，为农村信用社制定差异化服务策略提供了重要依据。

3. 农村信用社支持老年消费市场的现实困境

农村信用社在支持老年消费市场发展的过程中，面临产品、风险管理与服务能力三个层面的现实困境，这些困境相互交织，共同制约着农村信用社对老年消费市场的有效介入，亟需从机制层面加以系统性破解。

(一) 消费信贷产品供给不足，老年群体借贷渠道匮乏

农村信用社现有信贷产品体系以传统存贷款业务为主体，专门针对老年群体消费需求设计的产品严重不足。据中国银行业协会《全国农村中小银行机构行业发展报告 2024》，截至 2023 年年末全国农村合作金融机构各项贷款总额达到 28.6 万亿元¹，然而其中面向老年消费的专项信贷几乎处于空白状态，现行的贷款产品普遍沿用的是以抵押担保为核心的传统融资模式，农村老年群体普遍缺少能够用于抵押的有效资产，像医疗消费信贷、养老专项贷款等和老年消费直接相关的产品长期处于缺位状况，老年群体的消费信贷需求长期没办法得到有效满足。

(二) 老年客户信用认定困难，风险管理机制不适配

农村老年客户信用状况难以被现行风险评估体系准确识别。据中国人民银行征信系统官方数据，截至 2022 年底，人民银行征信系统收录自然人 11.6 亿人²，然而农村老年群体长期游离于正规金融体系之外，他们的征信档案普遍处于空白或者残缺不全的状态，并且缺乏工资流水、纳税记录等标准化的信用凭证，农村信用社还没有针对老年客户建立专项风险评估标准与差异化授信规则，导致大量有真实还款意愿和现实资金需求的农村老年客户，因为无法通过常规信用审查而被排斥在信贷服务体系之外。

¹https://economy.gmw.cn/2024-11/21/content_37691524.htm

²https://www.sohu.com/a/645693831_121123710

(三) 网点服务方式滞后，老年群体金融可及性较低

农村信用社数字化转型与农村老年群体实际需求之间存在明显落差。据中国互联网络信息中心(CNNIC)第53次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2023年12月，60岁及以上老年群体占非网民总体比例的39.8%³，使用技能缺乏以及文化程度限制是主要成因，农村信用社持续推进移动支付、自助终端等数字化渠道建设，导致线下人工服务资源相对有所收缩，而农村老年群体受数字化能力不足的制约，对数字金融渠道的实际可及性处于极低水平，再加上现有网点服务流程较为繁琐、产品条款通俗性不够，还缺乏针对老年群体认知特点的适老化设计，使得农村老年群体金融服务可及性长期处于偏低状态。

4. 农村信用社支持老年消费市场的机制构建

破解农村信用社支持老年消费市场的现实困境，需要从产品供给、风险管理与服务方式三个维度入手，针对性地构建支持机制，三项机制相互衔接、协同推进，共同构成农村信用社服务老年消费市场的完整制度框架。

(一) 扩大老年消费信贷产品供给，畅通老年群体借贷渠道

农村信用社得彻底改变那种“一套产品覆盖所有客群”的传统思路，围绕老年群体医疗、养老、日常生活这三类核心消费场景，建立分层分类的产品供给体系，针对医疗消费场景，可以推出和农村合作医疗报销周期相衔接的“医疗垫资贷”，把报销款项当作第一还款来源，并且设置宽限期允许报销款到账后一次性归还本金，以此解决老年群体就医资金垫付难题，针对养老服务场景，能够设计和养老金发放节奏挂钩的“养老消费分期贷”，按月用养老金自动扣划还款，既契合老年群体收入的周期性特征，又能有效降低违约概率，针对日常生活场景，可推出额度灵活、随借随还的小额循环消费贷，满足老年群体修缮房屋、节庆支出等零散性资金需求。

在准入条件方面，要突破传统抵押担保模式局限，把农村土地承包经营权、宅基地使用权、惠农补贴收益权等农村特有资产纳入合法担保范围，将子女赡养收入、农业经营收入、各类政策性补贴等多元收入来源纳入还款能力评估体系，用家庭综合收入替代个人工资收入作为授信依据，同时引入子女连带担保机制把家庭信用整体捆绑成信贷保障，以此有效弥补老年借款人个人信用凭证不足的短板，另外可将农业保险与消费信贷进行组合设计，借助保险保障机制分散老年信贷客户违约风险，推动老年消费信贷产品从“有没有”向“好不好用”实现质量跃升。

(二) 创新老年客户信用认定方式，构建适配性风险管理机制

农村信用社要建立专门面向老年客户的“三维信用画像”体系，从根本上把单一依赖征信报告的传统评估模式替代掉，第一维度是行为数据，系统挖掘老年客户于信用社长期积累的存取款频率、转账规律、历史还款记录等交易数据，把稳定的金融行为转化成可量化的信用评分依据，对资金往来记录完整的老年客户可直接给予基础授信，第二维度是政务数据，将惠农补贴发放记录、农村合作医疗缴费情况、养老保险参保及领取记录等可核实的政务信息纳入信用评估模型，通过和相关政府部门建立数据共享机制来实现有效接入，逐步弥补老年客户征信空白的数据缺口，第三维度是社会关系数据，在农村熟人社会的信任基础之上，引入“熟人担保+村级信用背书”机制，把邻里口碑、村委会背书等非正式社会信用转化为正式授信的有效补充，形成覆盖多元数据的立体化信用认定体系。

在差异化授信规则方面，要针对老年客户明确贷前贷中贷后三个环节专项管理要求，贷前着重核实老年客户家庭综合收入结构与健康状况，贷中动态追踪老年客户收入变化和资金用途来防范挪用风险，贷后建立定期回访制度让客户经理按季主动上门跟踪还款状况，把风险监测关口往前移以全流程精细化

³<https://www.jmmedical.cn/news/i783473.html>

管理切实保障老年消费信贷资产质量。

(三) 优化网点服务方式，提升老年群体金融服务可及性

农村信用社要构建“固定网点 + 流动服务 + 嵌入式驿站”这样三位一体的适老化服务渠道体系，以此推动服务供给模式从被动等待朝着主动触达方向转型。在固定网点适老化改造这个层面，要设立老年客户专属服务窗口并且配置专职引导人员提供全程陪同，要把业务说明与产品介绍改造成图文结合的通俗化表达来替代复杂专业术语，要精简申请材料清单去除冗余证明要求从流程层面切实降低老年客户办理门槛。在流动服务方面，要建立定期下乡的机制，安排客户经理带着移动办理设备深入各村组，把存款办理、贷款咨询等基础服务送到老年客户生活圈，针对行动不便的高龄客户推行预约上门服务，从根本上解决因出行不便而放弃金融服务的问题。在嵌入式驿站方面，依托乡镇卫生院、养老服务中心、村委会等老年群体高频活动场所设立金融服务驿站，将基础金融服务嵌入老年日常生活场景，实现服务触达从“老年人找服务”到“服务找老年人”的根本转变，切实消除农村老年群体金融服务的“最后一公里”障碍。

5. 结语

农村信用社支持老年消费市场发展，既是应对农村老龄化挑战的现实选择，也是自身转型发展的内在需求。通过扩大老年消费信贷产品供给、创新老年客户信用认定方式、优化网点适老化服务，农村信用社能够有效破解当前支持老年消费市场的现实困境，构建起较为完善的支持机制。未来，随着农村社会保障体系的持续完善与数字金融技术的深入渗透，农村信用社在老年消费金融领域仍具有广阔的发展空间，值得持续深化探索与实践。

参考文献

- [1] 何际敏. 关于新时期农村信用社运营管理的转型思考[J]. 投资与创业, 2025, 36(5): 13-15.
- [2] 罗贞. 新时代下农村信用社如何转型发展[J]. 今日财富, 2025(4): 25-27.
- [3] 原大鹏. 农村信用社促进农村地区金融发展的策略与路径选择[J]. 大陆桥视野, 2024(9): 29-31.
- [4] 程伟. 农村人口老龄化对农村消费行为的影响研究[J]. 安徽农业科学, 2022, 50(8): 250-252+268.
- [5] 罗欣雨, 魏君英. 人口老龄化对农村居民服务性消费的影响研究——基于省际面板数据模型的分析[J]. 价格理论与实践, 2021(11): 71-74.