

银发经济中的信息不对称对老年消费维权困境的影响机制及其治理路径

伍佳敏

南京林业大学人文社科学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年3月22日; 录用日期: 2026年5月18日; 发布日期: 2026年5月28日

摘要

随着我国人口老龄化进程加速, 银发经济已成为推动经济社会发展的新引擎。然而, 在这一快速扩张的市场中, 信息不对称问题日益凸显, 导致老年消费者面临严重的消费困境。本文基于信息经济学视角, 系统分析了银发经济中信息不对称的表现形式、成因及其对老年消费权益的影响。研究发现, 老年人在健康养生、理财投资、养老服务等领域的消费过程中, 因认知能力衰减、数字鸿沟制约、信息获取渠道有限等因素, 处于信息弱势地位, 面临价格欺诈、虚假宣传、诱导消费等多重风险。本文提出了完善信息披露制度、加强金融消费者保护、构建适老化信息服务体系和健全社会支持网络等对策建议, 以期为破解老年消费困境、促进银发经济健康发展提供参考。

关键词

银发经济, 信息不对称, 老年消费, 消费者权益保护, 老龄化社会

The Influence Mechanism of Information Asymmetry in the Silver Economy on the Dilemma of Elderly Consumers' Rights Protection and Its Governance Pathways

Jiamin Wu

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: March 22, 2026; accepted: May 18, 2026; published: May 28, 2026

文章引用: 伍佳敏. 银发经济中的信息不对称对老年消费维权困境的影响机制及其治理路径[J]. 老龄化研究, 2026, 13(5): 407-415. DOI: 10.12677/ar.2026.135269

Abstract

As the aging process of China's population accelerates, the silver economy has become a new engine driving economic and social development. However, in this rapidly expanding market, the issue of information asymmetry has become increasingly prominent, subjecting elderly consumers to severe consumption dilemmas. From the perspective of information economics, this paper systematically analyzes the manifestations, causes, and impacts of information asymmetry on the consumption rights and interests of the elderly in the silver economy. The study finds that during consumption processes in areas such as health and wellness, financial investment, and elderly care services, the elderly are at an informational disadvantage due to factors including declining cognitive abilities, the digital divide, and limited access to information channels. Consequently, they face multiple risks such as price fraud, false advertising, and induced consumption. This paper proposes countermeasures and recommendations, including improving information disclosure systems, strengthening financial consumer protection, establishing an elderly-oriented information service system, and enhancing social support networks, aiming to provide references for resolving the consumption dilemmas of the elderly and promoting the healthy development of the silver economy.

Keywords

Silver Economy, Information Asymmetry, Elderly Consumption, Consumer Rights Protection, Aging Society

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

第七次全国人口普查数据显示,我国 60 岁及以上人口已达 2.64 亿,占总人口的 18.7% [1]。预计“十四五”期间,这一数字将突破 3 亿,我国将从轻度老龄化迈入中度老龄化阶段。伴随老龄化进程的加速,“银发经济”应运而生,成为扩大内需、促进经济增长的重要力量。数据显示,2024 年我国银发经济市场规模已超过 8 万亿元,2030 年有望达到 25 万亿元左右 [2]。

然而,与银发经济蓬勃发展的景象形成鲜明对比的是,老年消费者在市场中频频陷入消费困境。从“天价保健品”骗局到“以房养老”理财陷阱,从虚假“养老项目”融资到低质高价老年用品,侵害老年消费者权益的事件屡见不鲜。这些现象背后,一个关键性的经济学问题——信息不对称——值得深入探究。

信息不对称理论由乔治·阿克洛夫、迈克尔·斯彭斯和约瑟夫·斯蒂格利茨等经济学家提出,指在市场中一方拥有比另一方更多信息的现象 [3]。在银发经济领域,老年消费者与经营者之间普遍存在严重的信息不对称,这种不对称性因老年群体的特殊性而被进一步放大,成为导致老年消费困境的深层原因。

2. 核心概念界定

2.1. 银发经济

银发经济一词起源于 20 世纪 70 年代的日本,最初指的是为老年人提供的商品和服务。随着越来越多的国家进入老龄化,老龄事业发展引发了广泛的关注,这些国家积极推动银发经济发展,满足老年人产品和服务需求。银发经济是为老年人提供产品和服务的全部经济活动的总和,也称银发产业、老龄产

业[4]。我国高度重视养老产业发展,推动养老体系建设,积极发展银发经济。且发展银发经济,创造适合老年人的多样化、个性化就业岗位,将银发经济上升到国家经济发展的战略高度,应对了人口老龄化的挑战。银发经济涉及和老人有关的产品和服务几乎是全行业、全产业链的,它的范围很广。从资源供给方看,包括养老事业和养老产业,养老事业的责任主体主要是政府,养老产业的责任主体主要是市场。银发经济与养老服务有着紧密的关联性。养老服务是银发经济的重要组成部分,为老年人提供生活照料、医疗服务等都属于银发经济中的重要内容,是银发经济发展的重要内容。老年人数量逐步增多,养老服务需求逐步拓展,这大大推动了银发经济发展。银发经济为养老服务提供发展支撑,银发经济整体发展过程中,拓展了养老服务市场,为养老服务提供资源支持,推动了养老与旅游、文化、医疗等产业融合发展,更好地满足老年人多样化、个性化的养老服务需求。鉴于此,银发经济和养老服务相互促进、让老年人能够获得高质量的养老服务,提高老年人生活质量。

2.2. 信息不对称理论

信息不对称(Asymmetry of information),是对信息分布状态的一种描述[3]¹。即市场交易过程中,市场参与者无法全然获知或难以观测到与交易对手相关的行为、状况等全部信息,或者是获取信息、观察全部信息所需要耗费的成本非常高。加之,交易各方自身获取信息能力不同,支付信息成本的意愿不同,使得交易双方在掌握交易信息方面呈现出失衡、不对称的状态。在交易双方之间,拥有信息优势的一方被称为信息优势主体,而另一方则被称为信息劣势主体。由于信息分布的不完全、内容的不充分,理性经济人的内在利益衡量标准会失衡。事实上,信息不完全、不充分现象是客观存在的。信息的不充分、不完全、不对称决定了市场不具备完全竞争的特征。而在不完全竞争的模型中,为了实现交易,价格成为产品市场或资本市场中传递信息的表现形式,也成为显化市场供求状况的信号之一。经济行为人的决策不再笃定,而是始终充满不确定性,因而就无法实现资源配置最优化。这与新古典经济学中的完全理论发生正面冲突。而这种信息不完全、不充分的情景正是对信息不对称的界定[5]。

3. 银发经济中信息不对称的表现形式

3.1 健康养生领域的消费陷阱

健康养生是银发经济中信息不对称最为严重的领域之一。这一领域涉及保健品、医疗器械、中医养生服务、健康管理等多个细分市场。

首先,保健品市场的信息不对称问题尤为突出。不法经营者利用老年人对健康的渴望和对疾病的恐惧,通过夸大宣传、虚假承诺等手段,将普通食品包装成具有治疗功效的“神药”。在产品功效方面,经营者拥有绝对的信息优势,老年消费者难以辨别产品的真实成分和实际功效。据中国消费者协会统计,近年来关于保健品的投诉始终居高不下,涉及虚假宣传、价格虚高、质量问题等多个方面。

其次,医疗器械市场也存在信息不对称问题。部分经营者将普通理疗仪器包装为能够治疗高血压、糖尿病、癌症等慢性病的“高科技产品”,利用老年人对医学术语的陌生和敬畏,以“专家讲座”“免费体验”等方式诱导消费。老年人缺乏专业知识,无法判断产品的真实性能和适应症,往往在信息不对称的迷雾中做出错误的购买决策。

3.2. 金融理财领域的信息欺诈

随着老年群体财富积累和理财需求增长,面向老年人的金融产品和服务日益丰富,但信息不对称问

¹信息不对称(Asymmetry of information)又被称为信息偏在,是西方经济学中的一个概念。

题也随之而来。

“以房养老”理财骗局是典型代表。不法机构利用老年人对养老保障的担忧，设计复杂的金融产品，宣称可以通过房产抵押获得养老金，实则暗含高额费用、不平等条款甚至诈骗陷阱。这些金融产品结构复杂，合同文本冗长晦涩，普通老年人难以理解其中蕴含的风险。经营者利用信息优势，将高风险产品包装成低风险养老保障方案，导致大量老年人遭受重大财产损失。

此外，非法集资活动也频频将目标瞄准老年群体。不法分子以“养老项目投资”“养老基地建设”等名义，向老年人募集资金，承诺高额回报。老年人对投资项目缺乏专业判断能力，加之信息渠道有限，难以核实项目的真实性和合法性，在信息不对称的环境中成为非法集资的受害者。

3.3. 养老服务领域的信息迷雾

养老服务领域涵盖机构养老、社区养老、居家养老等多种形式，信息不对称问题同样突出。

在养老机构选择方面，老年人及其家属面临严重的信息不对称。养老机构的服务质量、护理水平、收费标准、安全状况等信息，只有机构自身最清楚，消费者很难在入住前全面准确了解。一些机构在宣传中夸大服务能力，隐瞒不利信息，入住后老年人却发现服务质量远低于承诺。由于养老服务的体验性和过程性特征，信息不对称造成的后果往往难以补救。

在居家养老服务方面，也存在信息不对称问题。家政服务人员、护理人员的专业能力、服务态度、诚信状况等信息，消费者难以事先了解。一些不良服务提供者利用信息优势，提供低质量服务甚至实施侵害行为，给老年消费者带来人身和财产双重风险。

3.4. 适老产品领域的信息误导

适老产品包括老年智能手机、助听器、轮椅、护理床等各类专门为老年人设计的产品。这一领域的信息不对称体现在产品功能、性能、适用性等方面。

以老年智能手机为例，一些厂商在产品宣传中强调“大字体”“大音量”“简单操作”等特点，但实际上产品可能存在系统复杂、操作不便、安全隐患等问题。老年消费者缺乏对智能产品的专业认知，往往被营销话术所误导，购买到名不副实的产品。

助听器市场也存在严重的信息不对称。助听器需要根据个人听力状况进行专业验配，但一些商家通过夸大产品功能、隐瞒验配必要性等方式，将不合适的助听器销售给老年人，不仅造成经济损失，还可能对听力健康造成进一步损害。

综上所述，银发经济中信息不对称的表现形式多样，涵盖健康养生、金融理财、养老服务、适老产品四大领域。然而，不同领域的信息不对称并非源于完全相同的成因，而是呈现出差异化的成因结构：在健康养生领域，信息不对称的加剧主要与老年群体的认知能力衰减以及市场主体的诚信缺失密切相关；在金融理财领域，信息不对称的深层成因则更多表现为监管缺位与老年人风险识别能力不足的交织作用；在养老服务领域，信息获取渠道的有限性和社会支持网络的薄弱是信息迷雾形成的关键推手；而在适老产品领域，数字鸿沟所导致的信息技术应用障碍尤为突出。换言之，不同表现形式的信息不对称，其主导成因存在显著差异。厘清这种差异化的因果关联，是深入理解老年消费困境生成机理的前提。为此，第四章将从老年群体自身特征、数字环境、信息渠道、市场主体行为、监管体系及社会支持等多个维度，系统分析老年消费困境的成因，并力求与前述各领域的信息不对称表现形成呼应。

4. 老年消费困境的成因分析

老年消费困境的成因是多维的，既源于老年群体自身的生理与心理特征，也受到外部环境因素的制

约。需要指出的是,不同领域的信息不对称虽然成因各异——如健康养生领域更多受认知能力衰减驱动,金融理财领域则与监管缺位高度相关。但以下五大因素构成了各领域信息不对称的共同基础,且在不同领域中各有侧重。

4.1. 老年群体的认知能力衰减

信息不对称对消费者造成的损害程度,取决于消费者识别和应对信息不对称的能力。老年人的认知能力随年龄增长而自然衰退,这一生理性变化使其在信息甄别方面处于先天劣势。

认知能力衰减表现在多个维度:一是信息处理速度下降,老年人面对复杂信息时反应迟缓,难以在有限时间内做出理性判断;二是记忆力减退,难以准确记忆和比较不同产品信息;三是风险识别能力减弱,对潜在风险的敏感度和判断力下降;四是易受情感因素影响,在营销诱导下更容易冲动消费。这些认知特点使老年人在信息不对称环境中更加脆弱,更容易成为信息优势方操纵的对象。

4.2. 数字鸿沟加剧信息劣势

数字化时代,信息传播渠道和消费方式发生了深刻变革。然而,老年群体在数字技术应用方面普遍存在困难,形成了“数字鸿沟”,进一步加剧了其在信息获取方面的劣势[6]。一方面,大量产品信息、价格信息、评价信息通过互联网传播,善于使用数字技术的消费者可以便捷地获取和比较信息,有效缓解信息不对称;另一方面,老年人由于不熟悉网络操作,难以利用这些信息渠道,只能依赖传统信息渠道甚至经营者的单向宣传,信息获取的广度和深度都受到限制。

数字鸿沟不仅限制了老年人获取信息的能力,也使其难以享受数字化消费带来的便利和透明。当年轻人通过比价网站、用户评价、社交分享等方式规避消费风险时,老年人仍停留在信息匮乏和被动接受的境地。

4.3. 信息获取渠道有限且碎片化

老年人的社会交往范围通常随着年龄增长而收缩,信息来源渠道相对单一。多数老年人的信息获取主要依赖电视、广播、报纸等传统媒体,以及熟人推荐、社区宣传等有限渠道。

传统媒体的信息往往经过筛选和包装,消费者难以获取全面客观的信息。熟人推荐虽然可信度较高,但信息来源有限,且熟人经验未必适用于个人情况。至于社区宣传,则可能被不良经营者利用,成为虚假宣传的载体。信息渠道的有限性和碎片化,使老年人难以建立完整的市场认知体系,在消费决策时缺乏充分的信息支持。

4.4. 市场主体诚信缺失与监管缺位

老年消费领域信息不对称问题的产生,不仅源于消费者方面的因素,也与市场主体行为和政府监管密切相关。

部分经营者缺乏诚信意识,刻意制造和利用信息不对称谋取不当利益。他们通过夸大宣传、隐瞒信息、制造信息迷雾等手段,误导老年消费者。一些经营者甚至专门研究老年人的心理特点和认知弱点,设计针对性的营销策略,将信息不对称从市场现象变为经营策略。

从监管角度看,老年消费领域存在监管缺位或监管不力的问题[7]。一是相关法律法规尚不完善,对保健品、养老服务、老年金融产品等领域的特别规范不足;二是监管力量有限,面对层出不穷的新型消费模式,监管响应滞后;三是监管手段不适应数字时代要求,对线上虚假宣传、网络诈骗等行为的打击力度不够;四是部门协同不足,涉及市场监管、民政、卫健、金融等多个部门的监管职责未能有效衔接。

4.5. 社会支持网络薄弱

老年消费者权益保护需要完善的社会支持网络,包括家庭支持、社区支持、社会组织支持等。然而,现实中这一支持网络较为薄弱。

家庭支持方面,随着家庭结构小型化和代际分离加剧,子女对老年人消费行为的关注和引导不足,一些老年人独自居住,消费决策缺乏必要的家庭支持。社区支持方面,社区在消费教育、信息提供、纠纷调解等方面的作用尚未充分发挥。社会组织方面,老年协会、消费者协会等组织的服务能力和覆盖面有限,难以满足广大老年消费者的需求。社会支持网络的薄弱使老年人在面对信息不对称时更加孤立无援。

5. 信息不对称对老年消费的影响

5.1. 经济权益受损

信息不对称最直接的后果是老年消费者的经济权益受到侵害。在信息不对称的交易中,老年消费者往往支付高于合理水平的价格,购买到质次价高的商品或服务。

研究表明,在保健品市场,老年消费者购买的产品价格通常是成本的数倍甚至数十倍,但实际效果与宣传相距甚远[8]。在金融领域,老年消费者因信息不对称购买的理财产品,往往面临收益低于预期、本金损失等风险。据相关统计,我国每年因老年人消费侵权造成的经济损失数额巨大,涉及数以万计的家庭。

经济权益受损不仅给老年人个人带来财务压力,也可能引发家庭矛盾和代际冲突,影响家庭和谐与社会稳定。一些老年人因投资失败或遭遇诈骗,陷入经济困境,晚年生活失去保障,甚至出现心理健康问题。

5.2. 身心健康风险

信息不对称对老年消费者的影响不仅局限于经济层面,还直接威胁其身心健康。

在保健品和医疗器械领域,虚假宣传不仅造成经济损失,更重要的是可能导致老年人延误正规治疗,加重病情。一些老年人因听信保健品宣传,停止服用医生开具的药物,导致病情恶化。一些不合格的医疗器械可能对身体造成直接伤害。

在养老服务领域,信息不对称导致的选择失误可能使老年人入住服务质量低劣的养老机构,遭受护理不当、服务缺失甚至虐待等伤害。在食品消费领域,虚假宣传可能使老年人购买到不符合食品安全标准的食品,危害健康。

5.3. 消费信心挫伤

长期的信息不对称和消费侵权,会严重挫伤老年消费者的消费信心,抑制其正常的消费需求。当老年人频繁遭遇消费陷阱后,可能对市场产生不信任感,甚至产生消费恐惧心理。

消费信心的挫伤不仅影响老年人个人生活质量的提升,也不利于银发经济的健康发展。银发经济需要活跃的消费需求作为支撑,而消费信心是需求转化为有效购买的关键因素。当老年消费者因信息不对称而不敢消费、不愿消费时,银发经济的发展基础就会受到侵蚀。

5.4. 社会信任损耗

信息不对称问题如果得不到有效治理,会逐步损耗社会信任,影响社会和谐稳定。老年人对市场的不信任可能延伸到对政府监管、社会组织等其他领域,形成普遍性的社会信任危机。

此外,部分老年消费者因消费侵权而陷入经济困境后,可能产生对社会的不满情绪,甚至引发社会

矛盾。一些因“以房养老”骗局失去房产的老年人，其遭遇经媒体报道后，不仅影响个人家庭，也损害了社会对养老保障体系的信心。

6. 破解老年消费困境的对策建议

6.1. 完善信息强制披露制度

破解信息不对称的根本之道在于通过制度安排，强制信息优势方披露关键信息，缩小交易双方的信息差距。

首先，应针对银发经济重点领域制定专门的信息披露规范。在保健品领域，要求产品标签和广告必须明确标注产品属性、成分、批准文号、适宜人群、不适宜人群、保健功能等信息，禁止使用暗示治疗功效的用语。在养老服务领域，要求养老机构公开收费标准、服务内容、人员配置、设施条件、投诉渠道等信息，并建立服务质量公示制度。在金融产品领域，要求金融机构对老年消费者进行特别风险提示，以老年人易于理解的方式说明产品风险、费用结构、退出机制等关键信息。

其次，应建立统一的信息公示平台，整合分散的监管信息，为老年人提供便捷的信息查询渠道。平台应包括市场主体信用信息、产品抽检结果、行政处罚记录、消费投诉情况等，形成完整的信息画像，帮助老年消费者做出知情决策。

6.2. 加强金融消费者保护

针对老年人金融消费中信息不对称问题突出的特点，应建立专门的金融消费者保护机制。

一是推行金融产品分级制度。根据产品复杂程度和风险等级，对金融产品进行分类管理，对高风险产品设置老年投资者准入限制。禁止向老年人推荐超出其风险承受能力的金融产品。

二是规范金融营销行为。禁止金融机构利用老年人认知特点进行诱导性营销，不得使用“养老保障”“保本保息”等误导性表述。销售金融产品时，应进行录音录像，完整记录风险揭示过程，确保老年人充分理解产品信息。

三是建立金融消费纠纷多元化解机制。设立专门的老年人金融消费纠纷调解机构，为老年人提供便捷、低成本的纠纷解决渠道。对涉及老年人的金融消费纠纷，实行举证责任倒置，由金融机构承担证明自身已履行信息披露和风险提示义务的责任。

6.3. 构建适老化信息服务体系

适应老年群体的特点和需求，构建适老化的信息服务体系，帮助老年人跨越信息鸿沟。

一是发展适老化信息传播渠道。在保留传统媒体信息渠道的同时，开发适合老年人使用的信息查询工具。如开发语音交互式的产品信息查询系统，设计大字体、简单界面的信息查询应用，在社区设置信息查询终端等。

二是推广适老化消费指导服务。发挥消费者协会、老年协会等组织的作用，定期发布老年消费警示，曝光典型案例，普及消费知识。组织专家对老年消费热点问题进行解读，帮助老年人理解复杂产品信息。

三是建立老年消费信息员制度。在社区、老年大学、养老机构等场所，培训老年消费信息员，帮助其他老年人获取和甄别消费信息。发挥“同伴教育”的作用，增强老年群体内部的信息互助。

6.4. 健全社会支持网络

强化家庭、社区、社会组织在老年消费权益保护中的作用，构建多元共治的社会支持网络。

强化家庭支持责任。通过宣传教育，增强子女对老年父母消费行为的关注，鼓励子女帮助老年人获取信息、甄别产品、防范风险。在涉及重大消费决策时，倡导家庭成员共同参与、协商决定。

发挥社区基础作用。将老年消费教育纳入社区服务内容，在社区开展消费知识讲座、防诈骗宣传、信息咨询等活动。建立社区消费维权服务站，为老年人提供就近便捷的消费纠纷调解服务。

培育社会组织力量。扶持老年协会、消费者组织等社会团体发展，提升其服务老年消费者的能力。鼓励社会组织开展消费信息研究、消费权益法律援助、消费纠纷调解等工作。引入专业社工力量，为困难老年人提供消费支持服务。

6.5. 强化市场监管与协同治理

完善监管体系，加大监管力度，形成监管合力，压缩信息不对称的运作空间。

健全法律法规体系。加快银发经济重点领域立法，完善保健品、养老服务、老年金融等领域的特别规范。提高违法成本，对侵害老年消费者权益的行为实行惩罚性赔偿制度，形成有效震慑。

创新监管方式。运用大数据、人工智能等现代技术手段，加强对线上消费活动的监测和预警。建立针对老年消费的常态化监督检查机制，开展专项整治行动。对投诉集中的市场主体，实施重点监管和信用约束。

加强部门协同。建立市场监管、民政、卫健、金融监管、公安等部门协同机制，实现信息共享、执法联动。对涉及多领域的复杂消费侵权案件，开展联合调查、联合执法。完善行政执法与刑事司法衔接机制，对涉嫌犯罪的消费侵权行为，及时移送司法机关处理。

6.6. 加强消费教育与能力建设

提升老年消费者自身的信息素养和维权能力，是从根本上应对信息不对称的长远之策。

开展系统化消费教育。将消费教育纳入老年教育体系，在老年大学、社区学校开设消费知识课程，帮助老年人掌握基本消费常识、识别常见消费陷阱、了解维权途径和方法。消费教育应采取老年人易于接受的形式，如案例教学、情景模拟、互动体验等。

提升数字素养。针对老年人数字鸿沟问题，开展面向老年人的信息技术培训，帮助老年人掌握基本的信息检索、比价购物、网络支付等技能，提升老年人在数字环境下的消费能力。

培养理性消费观念。引导老年人树立科学、理性、适度的消费观念，克服盲目追求“神奇疗效”“高额回报”的心理倾向。倡导基于真实需求和充分信息的消费决策，避免冲动消费和从众消费。

7. 结语

银发经济是人口老龄化背景下具有广阔发展前景的经济形态，但这一领域的信息不对称问题对老年消费者权益构成了严重威胁。本文分析表明，银发经济中信息不对称的表现形式多样，涉及健康养生、金融理财、养老服务、适老产品等多个领域，其成因既包括老年群体认知能力衰减、数字鸿沟制约、信息渠道有限等内部因素，也包括市场主体诚信缺失、监管缺位、社会支持薄弱等外部因素。

信息不对称给老年消费者带来的影响是多维度的，不仅造成直接的经济损失，还危害身心健康，挫伤消费信心，损耗社会信任。破解老年消费困境，需要从完善信息披露制度、加强金融消费者保护、构建适老化信息服务体系、健全社会支持网络、强化市场监管、加强消费教育等多个方面综合施策。

保障老年消费者合法权益，既是践行以人民为中心发展思想的具体体现，也是促进银发经济健康发展的内在要求。在积极应对人口老龄化国家战略实施过程中，应高度重视银发经济中的信息不对称问题，通过制度创新、监管创新和服务创新，为老年消费者营造安全、放心、透明的消费环境，让老年人共享经济社会发展成果，安享幸福晚年。

参考文献

[1] 国家统计局. 第七次全国人口普查主要数据情况[Z/OL].

-
- https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1901080.html?eqid=ccd88f2f00029b3400000006642cc8d3, 2021-05-11.
- [2] 机构预计到 2030 年中国银发经济市场规模将达 25 万亿元[Z/OL]. 中新网. <https://www.chinanews.com.cn/cj/2025/02-26/10374630.shtml>, 2025-02-26.
- [3] 植草益. 微观规制经济学[M]. 北京: 中国发展出版社, 1992: 13-14.
- [4] 万馨瑶. 银发经济背景下 C 公司医养结合养老服务发展战略研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西师范大学, 2025.
- [5] 郑侠. 破产重整程序中的信息不对称及法律矫正[D]: [博士学位论文]. 北京: 首都经济贸易大学, 2024.
- [6] 李柏广, 王善高. 中国老年消费研究的回溯与展望[J/OL]. 经营与管理, 1-12. <https://doi.org/10.16517/j.cnki.cn12-1034/f.20260129.001>, 2026-05-21.
- [7] 黄磊. 积极应对人口老龄化的路径思考——基于无锡的调查[J]. 江南论坛, 2023(5): 69-73.
- [8] Patusco, R., Gyasi, K. and Kaufmann, A. (2026) Exploring the Nexus between Inflammation and Mobility through the Lens of Healthy Aging: Current Scenario and Future Perspectives. *Aging Clinical and Experimental Research*, **38**, Article No. 60. <https://doi.org/10.1007/s40520-025-03278-z>