Aging Research 老龄化研究, 2026, 13(11), 137-142
Published Online November 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ar
https://doi.org/10.12677/ar.2026.1311837

Hans汉斯

从“养老”到“享老”：银发经济中的消费转型与生活方式变迁

令狐凯旋，孙宋芝

贵州大学管理学院，贵州 贵阳

收稿日期：2026年7月13日；录用日期：2026年10月16日；发布日期：2026年11月16日

摘　要

人口老龄化已成为我国经济社会发展的一项基本国情。“银发经济”被明确为应对人口老龄化的重点发展方向，“从养老到享老”正成为理解当代银发群体消费行为与生活方式变迁的核心叙事。本文从消费社会学视角出发，考察银发经济背景下老年群体消费转型的多重面向及其社会意涵。研究发现，“享老”话语的兴起构成了一种社会建构过程，其在赋予老年人主体性的同时，也可能将消费主义逻辑引入晚年生活。银发消费内部呈现出显著的代际、阶层与城乡分化，“享老”在相当程度上是部分群体的特权而非全体老年人的共同境遇。消费转型正在深刻改变家庭内部的代际权力格局，推动从“养儿防老”到“自我养老”的关系重塑；新型消费空间的兴起也重构着老年人的社会交往与社区归属。本文认为，从“养老”到“享老”的本质是老年社会角色的结构性转型，但“享老”话语与实践之间存在着深层张力——消费转型在彰显社会进步的同时，也可能构成对老龄化结构性问题的消费化遮蔽。

关键词

银发经济，消费转型，生活方式，享老，消费社会学

From “Elderly Care” to “Enjoyable Aging”: Consumption Transformation and Lifestyle Changes in the Silver Economy

Kaixuan Linghu, Songzhi Sun

School of Management, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: July 13, 2026; accepted: October 16, 2026; published: November 16, 2026

文章引用: 令狐凯旋, 孙宋芝. 从“养老”到“享老”: 银发经济中的消费转型与生活方式变迁[J]. 老龄化研究, 2026, 13(11): 137-142. DOI: 10.12677/ar.2026.1311837

Abstract

Population aging has become a fundamental aspect of China's economic and social development. The "silver economy" has been elevated to a national strategic height, and the shift "from elderly care to enjoyable aging" is emerging as a core narrative for understanding the consumption behavior and lifestyle changes of contemporary aging populations. From the perspective of consumer sociology, this paper examines the multifaceted dimensions and social implications of consumption transformation among the elderly within the context of the silver economy. The study finds that the rise of "enjoyable aging" discourse constitutes a process of social construction that, while empowering the elderly, may simultaneously introduce consumerist logic into later life. Consumption among the elderly exhibits significant intergenerational, class, and urban-rural differentiation, with "enjoyable aging" being largely a privilege of certain groups rather than a shared experience for all elderly individuals. Consumption transformation is profoundly reshaping intra-family intergenerational power dynamics, facilitating a shift from the traditional model of "raising children for old-age support" to "self-provided elderly care"; concurrently, the emergence of new consumption spaces is also restructuring the social interactions and community belonging of the elderly. This paper argues that the essence of the transition "from elderly care to enjoyable aging" is a structural transformation of the social role of the elderly. However, a deep tension persists between the discourse and practice of "enjoyable aging"—while the consumption transformation demonstrates social progress, it may also constitute a consumerist obscuration of the structural issues inherent in population aging.

Keywords

Silver Economy, Consumption Transformation, Lifestyle, Enjoyable Aging, Consumer Sociology

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. 问题的提出

人口老龄化已成为我国经济社会发展的一项基本国情，中国人口老龄化持续深化，养老金体系优化已成为影响养老保障水平与经济稳定的重要制度安排[1]。我国人口老龄化呈现规模大、增速快、区域差异明显的特点[2]。截至 2025 年末，我国 60 岁及以上人口已达 32,338 万人，占总人口 23.0%[1]，已步入中度老龄化阶段。预计到 2035 年左右，我国 60 岁及以上老年人口将突破 4 亿，占总人口超过 30%，中国将进入重度老龄化阶段[2]。在此背景下，积极应对人口老龄化被确立为长期战略任务[3]。

2024 年《国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》[3]将银发经济被明确定义为“向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和”。从“养老服务体系”到“银发经济”的政策话语转换，标志着应对老龄化的思路从侧重社会福利保障转向事业与产业协同发展的新阶段[4]。“十五五”时期，银发经济迎来发展窗口期[5]，老年群体的消费行为正在经历从“养老”到“享老”的深刻转型。

那么，“享老”究竟意味着什么？它不仅是一个政策概念，更是一种社会文化现象。既有研究多从

[1]https://www.stats.gov.cn/sj/zxfbhjd/202602/t20260228_1962662.html
[2]https://www.mca.gov.cn/n1288/n1290/n1316/c1662004999980007526/content.html
[3]https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202401/content_6926088.htm

宏观视角讨论银发经济的市场规模与产业结构，或聚焦于老年消费者行为的微观特征，但对消费转型所蕴含的社会文化意涵——即这一转型意味着什么、谁被包含其中、谁被排除在外——的社会学考察尚显不足。本文尝试从消费社会学视角出发，将消费视为一种社会行动与文化实践，系统考察“从养老到享老”这一转型的多重面向及其社会意涵。

2. 分析框架：消费社会学视角下的银发消费

消费从来不只是满足生物性需求的经济行为，它同时是一种社会行动与文化实践。消费社会学的研究表明，消费行为具有深刻的社会与文化意义。

在经典理论脉络中，凡勃伦的“炫耀性消费”概念指出消费不仅是个人偏好的表达，更是社会地位与身份认同的展示。布迪厄则进一步揭示了消费品味的阶层区隔功能——消费品味是社会群体分层之间差异甚至厌恶的体现。消费不仅是“买什么”，更是“谁在买”以及“通过购买表达什么”。鲍德里亚则从符号消费的角度指出，在消费社会中，人们消费的不仅是物品的使用价值，更是物品所承载的符号意义与社会价值。这些理论共同指向一个核心判断：消费是理解社会结构、社会关系与社会变迁的重要窗口。

将这些理论视角引入银发消费分析，当银发群体从“将就”走向“讲究”，他们所消费的不仅是具体的商品与服务，更是一种关于“体面晚年”的文化想象与社会认同[6]。“享老”消费因此具有双重意涵：它既是物质生活水平的提升，也是社会身份的重构——老年人通过消费重新定义自己在家庭与社会中的位置[7]。

本文沿着“话语–群体–关系–空间”四个维度展开分析：首先考察“享老”话语的社会建构过程及其功能；进而分析银发消费内部的群体分化及其社会意涵；再探讨消费转型如何重塑代际与家庭关系；最后考察消费空间的重构如何影响老年人的社会交往与社区归属。

3. 话语转型：“享老”概念的社会建构

3.1. 从“养老”到“享老”的概念变迁

“养老”一词在中国传统文化中承载着深厚的伦理意涵。“养”意味着被动接受照料，“老”意味着生命周期的末期阶段。在这一话语框架下，老年人被建构为需要被照顾、被供养的弱势群体，其主体性与能动性被遮蔽。作为农耕文明制度遗产的“养老”语义模型，通过单向资源输送将老年群体固化为社会负担，其垂直权力关系与年龄分割逻辑加剧了劳动力市场年龄排斥与老年社会参与剥夺[8]。

“享老”概念的兴起构成了对这一话语框架的颠覆。“享”意味着主动体验与积极消费，“老”不再是消极的生命终点而是可以主动经营的人生阶段。这一转变体现了老龄社会治理从“养老”转向“为老”的新叙事逻辑，通过主体赋权激活老年人力资源和人力资本，推动老龄社会治理从成本控制转向机遇开发。从“养老”到“享老”之变，本质上是从“被动接受者”到“主动生活者”的角色转换。

3.2. “享老”话语的社会功能与批判审视

“享老”话语的兴起具有多重社会功能。首先，它赋予老年人以主体性——老年人不再仅仅是被关怀的对象，而是有权利、有能力追求品质生活的主体。其次，它为银发经济的发展提供了文化正当性——消费不仅是“满足需求”，更是“实现美好生活”。推动更多资金资源“投资于人”，应覆盖全人群、全生命周期，而老年时期应对的主要有养老服务、养老保障和银发经济等[9]。再者，“享老”话语重塑了社会对老龄化的想象——老龄化不仅意味着社会负担，也意味着新的社会活力与动能[10]。

然而，我们也有必要对这一话语保持批判性的审视。“享老”话语在很大程度上是政策制定者、市场力量与媒体共同塑造的产物。在这一话语中，“好的老年生活”被定义为消费活跃、生活丰富、自我实

现的积极形象。这种话语在赋予部分老年人以能动性的同时，也可能对那些因经济条件、健康状况或数字能力所限而无法“享老”的老年人构成无形的压力——不能“享老”，是否意味着“不合格”的老年？这提示我们关注话语背后的权力运作与潜在的社会排斥。

4. 群体分化：谁在“享老”，谁被排除

4.1. 代际分化

银发群体并非同质化的消费主体。老年消费具备年龄分化的特征，低龄老人(60~75 岁)成长于改革开放时期，经历了从匮缺到丰盛的物质条件变迁，具有更高的教育水平、更开放的消费观念和更强的消费能力。与之相对，高龄老人(75 岁以上)的消费模式仍然以生存保障型为主，受限于身体条件与经济基础。“享老”在相当程度上是低龄老年人的可能选择，代际之间的消费分化构成了银发消费内部最显著的差异之一。

4.2. 阶层分化

消费行为是阶层地位的表达与再生产，这一规律同样适用于银发消费。老年群体内部收入水平分化突出，城乡差距、结构失衡、财富不均等问题直接制约了消费潜力的释放[11]。经济资本决定了“享老”消费的可行性——旅游、康养、高品质养老服务都需要相应的支付能力。文化资本则影响着消费的品味与方向——教育水平较高的老年人更倾向于文化消费与体验消费，而教育水平较低的老年人则可能仍然停留在传统的生存型消费模式。银发消费因此呈现出显著的阶层分化特征：部分拥有较高经济资本与文化资本的老年人率先完成了从“养老”到“享老”的转型，而广大中低收入老年群体仍然受制于“养老”的基本层面。

4.3. 城乡分化

城乡二元结构在银发消费领域制造了深刻的不平等。农村地区人口老龄化呈现结构更失衡、进程更压缩、群体更脆弱的显著特征[12]。农村老年人不仅缺乏“享老”的经济能力，也缺乏“享老”的市场供给与制度支持。农村互助养老在保障老有所养的同时还具有促进老有所为的潜能，但其面临组织长效运行基础不牢固、消极老龄观制约、老年人参与能力有限等现实困境[13]。从“养老”到“享老”的消费转型，在城乡之间呈现出截然不同的节奏与路径。

5. 社会关系的重构：消费转型中的代际与家庭互动

5.1. 消费自主权与家庭权力格局的重塑

消费转型正在深刻改变老年人在家庭中的权力位置。在传统模式下，老年人高度依赖子女的经济支持与生活照料，其在家庭中的话语权相对有限。随着养老金制度的普及与老年人收入水平的提高，老年人的经济自主性显著增强。当老年人拥有稳定的制度性收入来源时，他们在家庭消费决策中的自主权随之提升。消费自主权的增强意味着老年人在家庭决策中拥有了更大的发言权——他们不再仅仅是家庭资源的被动接受者，而是能够自主决定如何支配自己的收入。

5.2. 从“养儿防老”到“自我养老”

“养儿防老”是中国传统代际关系的核心逻辑——父母抚养子女以换取晚年的经济支持与生活照料。然而，随着养老金制度的建立与银发经济的发展，老年人的经济来源正在从家庭代际转移转向多元化的制度性收入。“自我养老”成为越来越现实的选项。“投资家庭”是事关养老体系可持续、人力资本代际

传承的关键。消费转型因此不仅是经济行为的变化，更是代际关系从“依附”走向“自主”的社会变迁。

5.3. 代际共融：消费作为联结机制

消费转型并不必然意味着代际关系的断裂。代际共融通过有效整合人力资源，在缓解老龄化结构性压力的同时，强化社会情感联结与整合功能，为构建全龄友好型社会提供可行路径[14]。“银发社会”背景下，激活老年人力资源、发挥老年人的社会价值、实现老有所为是应对人口老龄化的重要路径[15]。消费活动本身也是老年人维持社会参与的重要方式。消费转型对代际关系的影响是复杂的——既可能因自主性增强而带来代际距离的扩大，也可能因新消费场景的创造而提供代际互动的新平台。

6. 社会空间的再造：银发消费与社区生活

6.1. 新型消费空间的兴起

银发经济的发展正在催生一系列新型消费空间——康养社区、老年大学、适老化商圈、旅居基地等。这些空间以“享老”为定位，强调生活品质与社交互动，为老年人提供了超越家庭与社区的社会交往机会。消费因此成为老年人拓展社会网络、重构社会身份的重要途径。老龄需求扩张牵引银发市场扩容，数字技术迭代驱动银发产业升级，这些要素共同推动着银发消费空间的形成与拓展。

6.2. 包容还是排斥：银发消费空间的公共性反思

然而，这些新型消费空间同样面临包容性问题。它们往往面向具有较高经济支付能力的老年人，中低收入老年人被无形地排斥在外。数字鸿沟是其中最突出的问题——数字接入能力不足、移动支付渗透率低、适老化设计缺失等问题，使得部分老年人被排斥在新型消费空间之外。银发电商的发展实践表明，老年人数字鸿沟并非单一的技术接入问题，而是嵌入在平台供给结构与消费环境之中的系统性障碍，需要在弥合鸿沟的同时提升产品与服务的适老化质量，才能将银发群体真正纳入新型消费空间银发消费空间[16]。银发消费空间在创造新的社会联结机会的同时，也可能制造新的社会排斥。

7. 结论与讨论

本文从消费社会学视角出发，考察了银发经济背景下老年群体消费转型的多重面向。研究表明，“从养老到享老”不仅是消费升级，更是老年社会角色的结构性转型——从被动的被赡养者转变为积极的消费者与生活主体。这一转型体现在话语、群体、关系与空间多个维度：“享老”话语赋予老年人主体性，但也将消费主义逻辑植入晚年生活；银发消费内部的代际、阶层与城乡分化揭示，“享老”是部分群体的特权而非全体老年人的共同境遇；消费自主权的增强正在重塑家庭代际权力格局，推动着从“养儿防老”到“自我养老”的关系转变；新型消费空间在重构老年人社会交往的同时，也面临包容性不足的困境。

然而，当“享老”日益被等同于消费活跃的积极形象时，那些因经济、健康或数字能力所限而无法参与其中的老年人将置身何处？消费升级的叙事可能将复杂的养老议题窄化为个体消费选择，从而遮蔽养老保障制度、医疗服务体系、城乡资源配置等结构性问题。人口老龄化对消费结构的影响具有异质性[17]，而养老保险覆盖面不足、城乡分割等制度短板进一步加剧了老年群体内部的分化[18]。应对人口老龄化需要系统性的制度安排，单纯依赖消费升级叙事难以触及问题根源[19]。批判的目的在于揭示限度，进而追问：如何在尊重老年人多样化需求的同时，为中低收入、高龄、农村等弱势群体开辟不依赖高消费的“享老”可能性？

社区正是这样一个突破口。普通社区不设经济门槛，通过适老化改造和综合服务中心建设，可使老年人无需高额消费即可获得生活照料与社会交往机会。各地兴起的社区助餐、邻里互助等实践也表明，

激活基层互助传统与熟人网络，能够以非市场化的方式缓解老年人的孤独感、增强其归属感。

公共服务体系的创新同样不可或缺。基层医疗卫生服务的完善、老年教育的普惠化供给、数字鸿沟的社区层面弥合，都应被视为“享老”的基础性保障。政府应在兜底保障中发挥主导作用，特别关注农村居民、高龄老人、低收入群体等最脆弱的群体。从更宏观的视野看，应准确把握人口老龄化演进的时间轴，聚焦城乡老龄化倒置的空间轴，聚合代际轴，构建“三轴一体”的对策体系[20]。

归根结底，从“养老”到“享老”的转型蕴含社会进步的希望，但真正的进步不应以消费能力为入场券。健康的银发经济，应当在鼓励消费升级的同时守住公共服务底线，让每一位老年人——无论收入高低、身在城乡——都能享有有尊严、有归属的晚年生活。

参考文献

[1] 穆怀中, 张冬雪. 人口老龄化、养老金体系优化与经济增长[J]. 财经科学, 2026(8): 110-123.

[2] 马丽亚, 韩瑞栋. 综合施策积极应对人口老龄化[J]. 宏观经济管理, 2026(1): 24-31+48.

[3] 宋生涛, 陈功, 龚敏. “十五五”时期促进人口高质量发展与积极应对人口老龄化的新思考[J]. 人口与发展, 2025, 31(6): 6-14.

[4] 金牛, 刘晓娇. 发展银发经济: 从经济适老化改革到老年人福祉增进[J]. 贵州大学学报(社会科学版), 2026, 44(1): 1-11.

[5] 王丽, 李博含. “十五五”时期我国银发经济发展的运行机理与实现路径[J]. 价格理论与实践, 2026(4): 41-46+291.

[6] 金霜. 银发经济: 机遇、挑战与突破路径[J]. 山西财经大学学报, 2025, 47(S2): 17-19.

[7] 董泽瑞, 张霖杰, 范秀成. 老年消费者行为: 研究述评与展望[J]. 外国经济与管理, 2026, 48(7): 41-63.

[8] 原新, 于佳豪. “养老”转向与“为老”出场——积极应对人口老龄化的新叙事逻辑[J]. 探索与争鸣, 2026(1): 47-57+177-178.

[9] 郑秉文. “投资于人”: 应对人口老龄化和少子化的新范式——基于“投资家庭”的分析框架[J]. 行政管理改革, 2026(3): 4-18.

[10] 范国斌, 谢可欣, 彭刚. 积极老龄观视角下人口老龄化影响经济发展的再探讨[J]. 调研世界, 2025(11): 42-56.

[11] 王怀兴, 马野驰. 我国银发经济发展的机遇和挑战[J]. 理论视野, 2026(5): 39-45.

[12] 李树茁, 郭锦. 以家庭为中心: 老龄社会农村养老风险治理[J]. 经济与管理评论, 2026, 42(3): 96-108.

[13] 辉, 陈筱媛. 以农村互助养老促进老有所为: 内在机制、现实困境与优化路径[J]. 中国农村经济, 2026(4): 26-47.

[14] 余越, 刘雪莱, 刘悦. 老龄社会治理的代际共融之路[J]. 重庆行政, 2026, 27(3): 106-109.

[15] 青连斌, 丁建定, 杨立雄, 等. 银发社会与老有所为: 理念、实践与路径[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版), 2026, 56(3): 38-46.

[16] 陈灿灿, 王云霞. 大数据背景下银发经济与电商平台融合的发展路径探究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 2630-2639. https://doi.org/10.12677/ecl.2025.141329

[17] 李雪, 尹志超. 人口老龄化如何影响消费?——生命周期与消费结构的微观证据[J]. 经济科学, 2026(3): 132-153.

[18] 寇明风. 人口老龄化背景下养老保险可持续发展困境与中国方案[J]. 地方财政研究, 2026(4): 1.

[19] 娄飞鹏. 人口老龄化: 事实特征与科学应对[J]. 西南金融, 2026(3): 16-28.

[20] 原新, 于佳豪. 中国人口老龄化的演进特征与应对策略[J]. 国家现代化建设研究, 2026, 5(2): 82-92.