

# 数字经济背景下老年保健食品市场发展路径研究

## ——基于SWOT分析模型

王云霞, 陈灿灿

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年1月8日; 录用日期: 2025年1月24日; 发布日期: 2025年2月27日

### 摘要

随着数字经济的兴起, 老年保健食品市场迎来新的发展机遇。本文基于SWOT分析模型, 探讨了数字经济背景下老年保健食品市场的发展。优势方面, 居民收入提高、健康意识增强, 市场规模迅速扩张。劣势方面, 品牌竞争分散、市场信任度待提高、个性化需求难以满足。机会方面, 数字技术的应用、消费者行为的积极变化、利好政策支持为市场带来新动力。威胁方面, 数字鸿沟、数字化转型挑战、行业竞争风险不容忽视。本文提出政策支持、市场监管、细分市场、数字化转型和品牌建设等对策, 以促进老年保健食品市场的高质量发展。

### 关键词

数字经济, 老年保健食品市场, SWOT, 政策支持, 银发经济

# Research on the Development Path of Elderly Health Food Market under the Background of Digital Economy

## —Based on SWOT Analysis Model

Yunxia Wang, Cancan Chen

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Jan. 8<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jan. 24<sup>th</sup>, 2025; published: Feb. 27<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

With the rise of the digital economy, the elderly health food market has ushered in new development opportunities. This article explores the development of the elderly health food market in the context of the digital economy based on the SWOT analysis model. In terms of advantages, residents' income has increased, health awareness has strengthened, and the market size has rapidly expanded. In terms of disadvantages, brand competition is scattered, market trust needs to be improved, and personalized needs are difficult to meet. In terms of opportunities, the application of digital technology, positive changes in consumer behavior, and favorable policy support have brought new momentum to the market. In terms of threats, the digital divide, digital transformation challenges, and industry competition risks cannot be ignored. This article proposes measures such as policy support, market regulation, market segmentation, digital transformation, and brand building to promote the high-quality development of the elderly health food market.

## Keywords

Digital Economy, Elderly Health Food Market, SWOT, Policy Support, Silver Economy

Copyright © 2025 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

随着老年人生活质量和健康意识的不断提升,他们对于消费的需求和支付能力也日益增强,消费模式呈现出多样化趋势。在康养服务、文娱教育、旅游休闲等领域,老年人群体的消费热情持续高涨。线上消费方式,如电子商务、远程医疗和智能养老等,正逐渐融入老年人的日常生活,推动着我国老年人消费市场的扩大和消费潜力的释放。数字化技术的推动、互联网和移动通信技术的发展,使得供需双方能够更加便捷地连接,数字经济模式迅速崛起,为我国老年群体的消费潜力提供了更多挖掘和释放的机会。2024年1月,国务院发布的《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》中明确指出要加快银发经济发展,培育高精尖产品和高品质服务模式,以提高老年人的生活质量和福祉,政府明确指出引导扩大产品与服务供给,提升质量水平[1]。近年来,我国健康养生食品市场持续呈现稳定上升的趋势,这一现象主要源于公众健康观念的增强和消费行为的转变,曾经保健品被普遍认为是药品的替代品,而如今,人们更愿意将其作为日常饮食之外的营养补充,形象地称之为“第四餐”。这种观念的转变极大地推动了市场的发展。在老龄化与数字化交织的背景下,本文基于SWOT分析模型,探讨数字经济对老年保健食品市场带来的挑战与机遇,如何促进有为政府与有效市场结合,如何提升老年保健食品市场发展质量水平,具有重要的现实意义和深远的影响。

## 2. SWOT 分析模型框架

SWOT分析模型,由美国教授韦里克提出,是一种广泛应用于企业战略规划和竞争分析的工具。该模型通过评估企业的优势(Strengths)、劣势(Weaknesses)、机会(Opportunities)和威胁(Threats),帮助企业在复杂多变的 market 环境中制定有效的发展战略。SWOT分析具有显著的结构性和系统性特征,如图1,本文采用SWOT分析模型,把握老年保健食品市场发展的内部优势和外部机遇,降低品牌同质化、数字鸿沟等问题带来的负

面影响, 以期促进老年保健食品市场的高质量、可持续发展, 为数字经济、银发经济发展贡献力量[2] [3]。



Figure 1. SWOT analysis model framework

图 1. SWOT 分析模型框架

### 3. 老年保健食品市场的 SWOT 分析

#### 3.1. 优势分析

##### 3.1.1. 居民收入水平提高

从 2019 年至 2023 年, 我国城市居民的人均可支配收入从 4.2 万元上升至 5.1 万元, 人均消费支出也从 2.8 万元增加到 3.3 万元, 年均复合增长率分别为 5.2% 和 4.1%。这一变化不仅反映了国民购买力的提升, 也意味着人们在健康养生方面的消费投入不断增加。

随着居民收入的增加、养老体系的完善以及老年就业率的提升, 老年人的购买力得到显著增强, 生活形态更加丰富, 对各类产品和服务的需求不断增长, 且趋向多元化, 尤其在衣食行游购娱等养老相关领域的需求大幅提升, 对相关产业也提出了更个性化的要求。

##### 3.1.2. 老年人健康意识增强

随着人口老龄化的加快, 老年人对健康问题的关注日益增加。在生活质量提升的背景下, 人们越来越重视健康, 视其为宝贵的资源。养生保健食品因此成为受欢迎的健康管理工具。面对健康挑战时, 人们更愿意通过食品调理来改善身体状况。健康知识的普及也提高了公众对养生保健食品的理解和接受, 推动了市场的扩展。

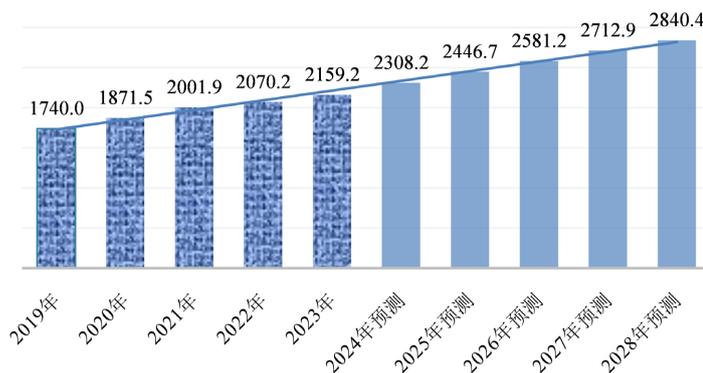
养生保健食品已成为老年人群体中的热门消费品。老年人对日常健康状态的维护格外重视, 因此他们更倾向于选择富含营养成分、有益健康的保健品作为健康护航食品。保健食品市场不断涌现出丰富多样的功能性食品, 如增强免疫力、改善睡眠质量、维护心血管健康等, 以满足老年群体对健康的追求。如辅酶 Q10 因其在老年消费者中对心脏与血脂健康问题的需求激增, 从一个小众品类迅速发展成为深受中国消费者欢迎的品类。

国潮文化的兴起也促使对滋补食品的需求进一步提升。老年消费者开始更加专业地关注产品成分, 并倾向于选择具有传统滋补功效的产品。这种趋势反映了消费者对健康的重视程度不断提升, 他们愿意为了身体健康而选择更加符合自己需求的养生保健食品。此外, 滋补食品也是年轻消费者节日赠送家中

长辈的不二之选。

### 3.1.3. 养生保健食品市场规模迅速扩张

随着老龄化进程的加快和老年群体规模的不断扩大,中国养生保健食品市场展现了巨大的发展潜力。如图2所示,从2019年到2023年,中国养生保健食品市场规模从1740.0亿元增长至2159.2亿元,复合年增长率达到了5.5%。随着老年群体对养生知识与健康意识的不断增加,他们对养生保健食品的需求也在与日俱增,为市场提供了广阔的发展空间。展望未来,中国养生保健食品市场将继续保持稳定增长,预计在2028年增长至2840.4亿元。



注: 资料来源于《2024年中国银发经济发展报告》,作者整理所得。

Figure 2. Market size and forecast of health and wellness foods in China (trillion yuan)

图2. 中国养生保健食品市场规模及预测(亿元)

## 3.2. 劣势分析

### 3.2.1. 品牌竞争分散

我国保健食品市场呈现出较为分散的态势,集中化程度相对较低,尚未形成明显的领军企业或头部企业。这种分散性导致了产品同质化问题,许多企业缺乏研发创新的能力,市场上的产品在成分和配方上存在高度相似性,这降低了产品的差异化竞争力。如市场上众多品牌的钙片和维生素补充剂在成分上大同小异,缺乏特色。

品牌知名度的建立难题也是市场竞争中的一大挑战。在市场竞争加剧和消费者需求多样化的背景下,品牌知名度的重要性日益凸显,消费者倾向于选择知名品牌的产品,它们通常代表着更高的品质和可靠性。同时,信息传播的碎片化也给品牌营销带来了挑战,导致营销成本大幅增加。这对小型企业或新进入者来说,建立品牌知名度变得更加困难,许多新兴品牌在广告投放和社交媒体营销上的投入往往难以与老牌企业相抗衡,导致品牌曝光度不足,进而影响市场竞争力。

### 3.2.2. 市场信任度待提高

老年保健食品市场存在与消费者沟通成本高、产品信任度待提高的问题。在数字经济背景下,信息的快速传播使得消费者对产品的评价和反馈更加透明,这对企业的品牌形象和市场信任度提出了更高的要求。例如,一些保健食品品牌因为质量问题或虚假宣传而受到消费者投诉,严重影响了整个行业的信誉。企业需要通过提高产品质量、加强售后服务、建立有效的沟通机制等方式,来提升消费者对品牌的信任度。

### 3.2.3. 个性化需求难以满足

随着健康意识的增强,老年消费者对养老保健食品的认知不断深化,他们对产品的要求不再仅限于

基本的营养补充, 更加关注产品的专业性和个性化需求的满足。例如, 习惯喝茶的老年消费者可能期待通过新工艺将普通茶叶升级为具有养生功效的茶饮。因此, 养老保健食品企业需要根据不同生活场景细分产品研发, 推出专业化的产品, 以满足消费者的多元化和个性化需求。如针对糖尿病患者的无糖保健食品, 或者针对骨密度低的老年人的高钙食品, 都是满足特定群体需求的实例。

### 3.3. 机会分析

#### 3.3.1. 数字技术在老年保健食品市场的应用

互联网的广泛覆盖和电商平台的快速成长, 使得消费者的购物途径更加多样化。线上平台逐渐取代传统线下渠道成为主流的购物方式, 电商渠道迅速崛起, 2023年占比达56%, 成为最大保健品消费渠道[4]。通过电子商务平台, 他们能够购买更多商品与服务, 甚至参与线上社交和娱乐活动。这一趋势不仅为老年人的日常生活提供了更便捷、多样化的消费渠道, 也促进了线上银发经济的发展。通过在线购物, 老年消费者可以方便地购买到国内外各种保健食品。电商平台提供的丰富数据, 如销售量、用户评价和购买行为分析, 为市场参与者提供了宝贵的市场洞察。这些数据帮助企业更好地理解老年消费者的需求和偏好, 从而优化产品组合和营销策略。

如表1 电商平台的数据分析显示, 我国银发电商进口需求旺盛, 进口保健食品在老年人群中越来越受欢迎。这些产品通常被视为质量更高、更安全, 因此尽管价格相对较高, 但需求仍在增长。企业可以利用这些数据来调整进口产品的比例, 以满足市场需求[5]。

**Table 1.** Physical condition of elderly people and imported categories of silver hair e-commerce

**表 1.** 老年人的身体状态及银发电商进口品类

老年人的身体状态	银发电商进口的主要消费品类
未病状态	复合维生素
	益生菌
	钙镁锌
	NAD-补充剂
	口服美容营养品
	胶原蛋白
	抗衰护肤品
亚健康状态	鱼油
	软骨素
	叶黄素
	眼科药品
	菊类
	辅酶
	风湿骨伤药
肠胃用药	
补益安神	

续表

重病状态	乳清蛋白 人参提取物 膳食补充剂 灵芝孢子粉 牛初乳 医学配方营养品
------	---

注：资料来源于阿里消费洞察。

### 3.3.2. 数字经济对消费者行为的积极影响

数字经济极大地影响了老年消费者的购买行为。数字经济促进老年群体对健康信息的获取，提高了他们对保健食品的认识和需求[6]，在线购物的便捷性使得老年消费者更容易尝试和购买保健食品，社交媒体和在线论坛上的用户评价和推荐也对老年消费者的购买决策产生了显著影响。此外，智能健康管理技术的应用，如可穿戴设备和健康监测应用程序，为老年保健食品市场带来了新的机遇。这些技术能够实时监测老年人的健康状况，并提供个性化的饮食和营养建议。通过与保健食品的结合，可以提高产品的用户粘性。

### 3.3.3. 利好政策支持

数字经济的发展也促使政府出台了一系列利好政策法规，以支持老年保健食品市场的发展，政策措施如简化审批流程、提升产品质量标准、加强市场监管和规范宣传等，为养生保健食品产业的健康发展提供了有利条件。这些政策不仅增强了企业的信心，也为消费者提供了更丰富的选择，促进了市场的进一步繁荣，这些政策主要包括四方面：

第一，税收优惠。对于研发和生产老年保健食品的企业，政府提供税收减免，以降低企业成本，鼓励创新和扩大生产。

第二，市场准入便利化。简化进口保健食品的市场准入流程，降低门槛，使得更多的国外优质保健食品能够快速进入国内市场。

第三，电子商务支持政策。政府通过提供电子商务平台建设和运营的补贴，支持企业拓展在线销售渠道，提高市场覆盖率。

第四，消费者保护政策。加强在线销售保健食品的监管，确保产品质量和安全，保护消费者权益，增强消费者对在线购买保健食品的信心。相关政策见表 2。

Table 2. Policies related to the digital economy and the elderly health food market

表 2. 数字经济与老年保健食品市场相关政策

序号	发布时间	发布机构	政策名称	政策内容
1	2024.11	中共中央办公厅、国务院办公厅	《关于数字贸易改革创新发展的意见》	推动数字订购贸易高质量发展，鼓励电商平台、经营者、配套服务商等各类主体做大做强，加快打造品牌。推进跨境电商综合试验区建设，支持“跨境电商 + 产业带”发展。推进数字领域内外贸一体化，鼓励外商扩大数字领域投资。
2	2024.10	全国人大常委会	关于授权国务院在海南自由贸易港暂时调整适用《中华人民共和国食品安全法》有关规定	使用保健食品原料目录以外原料的保健食品和首次进口的保健食品应当经国务院食品安全监督管理部门注册。

续表

3	2024.4	国家市场监督管理总局	《关于简化进口保健食品注册备案申请有关领事认证材料的公告》《网络销售特殊食品安全合格指南》	简化进口保健食品注册备案申请; 进口保健食品、特殊膳食用食品的中文标签不得加贴。
4	2024.1	国务院办公厅	《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》	鼓励研发适合咀嚼和营养要求的保健食品、特殊医用配方食品。
5	2023.12	国家市场监督管理总局	《保健食品标志规范标注指南》	规范了保健食品标志。
6	2022.12	最高人民法院	《关于为促进消费提供司法服务和保障的意见》	加强老年消费者权益保护。
7	2022.3	国务院	《“十四五”中医药发展规划》	丰富中医药健康产品供给。以保健食品、特殊医学用途配方食品、功能性化妆品、日化产品为重点, 研发中医药健康产品。
8	2022.2	商务部、中央网信办、发展改革委	“十四五”电子商务发展规划	电子商务是通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营行为, 是数字经济和实体经济的重要组成部分, 是催生数字产业化、拉动产业数字化、推进治理数字化的重要引擎。
9	2021.3	国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会、国家中医药管理局	《保健食品原料目录营养素补充剂(2020年版)》与《允许保健食品声称的保健功能目录营养素补充剂(2020年版)》	扩充了新保健食品原料目录并对种类进行了更新。
10	2020.11	国家食品药品监督管理总局	《保健食品注册于备案管理办法》	调整保健食品上市产品的管理模式, 优化保健品注册秩序, 强化保健食品注册证书管理, 明确备案要求, 强化违规备案处罚, 严格保健食品命名。
11	2020.4	国家市场监督管理总局、中宣部等七部门	《保健食品行业专项清理整治行动方案(2020~2021年)》	严厉打击当前保健食品市场存在的违法生产经营、违法宣传营销、欺诈误导消费等行为; 广泛开展保健食品科普宣传教育活动。
12	2017.1	国家发展改革委、工业和信息化部	《关于促进食品工业健康发展的指导意见》	积极开展食品健康功效评价, 加快发展婴幼儿配方食品、老年食品和满足特定人群需求的功能食品, 支持发展养生保健品, 研究开发功能性蛋白、功能性膳食纤维、功能性糖原、功能性油脂、益生菌类、生物活性肽等保健和健康食品。

注: 资料来源于中国政府网、北大法宝网。

### 3.4. 威胁分析

#### 3.4.1. 老年群体数字鸿沟

老年群体使用网络服务时, 由于接触时间较短、适应速度较慢以及数字技能水平不高, 在防范网络诈骗方面存在明显的不足。这使得一些不良分子有机可乘, 他们瞄准老年人对健康养生、食品保健等信息的高度关注, 却缺乏辨别网络信息真伪的能力, 通过夸大其词的广告、网络诈骗或非法获取个人信息等手段, 诱骗老年人落入消费陷阱。在大数据时代背景下, 网络和数字化技术的不当使用可能会引发健康档案和电子医疗记录的泄露, 这不仅侵犯了个人隐私, 也对信息安全构成了严重威胁。某些非法网站

以提供免费健康咨询服务为诱饵, 诱导老年人透露个人资料, 随后将这些信息用于不当营销或转卖给其他第三方。

### 3.4.2. 数字化转型的挑战

在数字经济背景下, 老年保健食品市场正面临数字化转型的挑战。数字化技术的快速发展和消费者对线上购物的偏好增加, 对养老保健食品企业提出了数字化转型的要求, 但目前还存在一些问题。首先, 线上线下融合的全渠道销售体系尚未完善, 导致老年消费者在购物体验上存在不便。线上渠道虽然迅速扩张, 但线下实体店的服务和体验仍有待提升。其次, 由于老年消费者对数字技术的掌握度较低, 他们在数字化消费中受限, 这影响了老年保健食品市场的服务水平。此外, 老年群体在网络消费中不熟悉操作流程、对互联网知识了解较少, 这限制了其消费能力和共享数字生活。

### 3.4.3. 行业竞争风险

随着国内外品牌的进入, 市场竞争日益激烈。当前, 我国的养老保健食品市场汇聚了众多国内外品牌, 市场竞争日趋白热化。这种多元化的竞争格局要求企业必须更加积极地面对挑战, 不仅要持续推进产品的研发与创新, 提高产品质量, 还要增加营销投入, 增强品牌影响力和市场竞争力, 以确保在竞争中占据有利位置, 维护并扩大市场份额。国际品牌如善存、Swisse 等以其强大的研发能力和品牌影响力, 对本土品牌构成了巨大的竞争压力。

## 4. 数字经济背景下老年保健食品市场发展的对策

在数字经济的背景下, 老年保健食品市场既蕴含着巨大的发展潜力, 也面临着不少挑战。市场参与者需灵活应对, 把握机遇, 同时克服挑战, 以在激烈的市场竞争中建立牢固的竞争优势。

### 4.1. 政策支持与引导

数智时代, 政府可以出台更多针对老年保健食品的标准和法规, 以满足老年人群的特殊需求。日本通过成立专门委员会并出台相关标准、法案, 在相对健全的政策支持下, 日本介护食品连续十年快速发展(引用)。我国也可以通过类似的政策措施, 不断细化和规范老年保健食品相关标准, 制定食品安全通则数字化目录, 为老年保健食品产业的发展提供明确的指导和规范, 促进银发群体安心消费。同时, 国家可以通过财政补贴、税收优惠等措施, 鼓励企业加大研发投入, 开发更多适老化的保健食品。这不仅能够提升产品的科技含量, 还能满足老年人群多样化的健康需求。此外, 通过政策引导, 促进老年保健食品产业链上下游企业之间的合作, 这有助于简化生产流程, 加快产品创新, 提高产业的整体竞争力, 形成完整的产业生态[7]。

### 4.2. 市场监管与企业研发

在数字经济背景下, 老年保健食品市场的发展需要加强市场监管与企业研发。市场监管部门应加强经营主体监督检查、产品质量监督抽查、保健食品安全抽检监测、消费者权益保护等措施, 全面加强保健品营销经营主体的监管。同时, 企业应加大研发投入, 开发适合老年人咀嚼吞咽和营养要求的保健食品、特殊医学用配方食品。通过技术创新和政策支持, 行业将朝着数字化转型和线上线下融合服务的方向发展, 展现巨大的市场潜力和发展前景。

### 4.3. 细分市场与个性化服务

老年保健食品市场的细分和个性化服务是提升市场竞争力的重要策略。随着消费者健康意识的提升, “银发一族”和“年轻一代”将是行业增长的主要驱动人群。企业应通过市场细分, 针对不同收入水平、

不同年龄和不同地区的消费者偏好进行深入研究, 提供定制化的产品和服务。例如, 慢糖家、糖友饱饱等品牌为中老年糖尿病人群提供更科学的饮食搭配方案。此外, 企业可以通过数字化平台, 如智能设备和互联网+模式, 提供个性化的营养方案和健康建议, 满足老年人群的特定需求[8]。

#### 4.4. 数字化转型与线上线下融合

随着互联网技术的发展, 线上渠道已成为保健品行业的主要销售渠道。企业需要加快数字化转型的步伐, 构建线上线下融合的全渠道销售体系, 提升消费者的购物体验和服务水平。这需要企业投入大量的资金和资源, 具备相应的技术能力和管理能力, 以适应数字化转型的挑战。具体而言, 企业可以开发或升级电子商务平台, 如兴趣电商, 提供移动支付选项, 以及通过社交媒体和在线广告与消费者互动, 以更好地服务日益增长的老年消费群体。同时, 线下门店应通过提供个性化、定制化的养生保健产品、健康咨询和即时体验服务来吸引银发消费者。线上线下的融合不仅能够提升消费者的购买便利性, 还能增强品牌与消费者之间的互动和忠诚度[9]。

#### 4.5. 品牌建设与社会责任

最后, 品牌建设和承担社会责任对于老年保健食品市场的长期发展至关重要。企业应通过数字技术提高产品质量、加强品牌宣传和提升服务水平来构建良好的品牌形象[10]。同时, 企业应积极响应国家政策, 如国务院办公厅发布的《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》, 通过研发适合老年人的产品和提供相关服务, 展现企业的社会责任感, 不仅能够提升企业的市场竞争力, 还能在老年消费者中建立良好的口碑, 实现可持续发展。

### 5. 结论与展望

本文通过 SWOT 分析, 明确了老年保健食品市场在数字经济背景下的发展现状和趋势。市场优势明显, 但同时也面临品牌集中度低、信任度不足等挑战。数字技术的普及和政策利好为市场带来机遇, 但数字鸿沟和激烈的行业竞争也构成威胁。对策包括加强政策支持和市场监管, 推动市场细分和个性化服务, 以及促进数字化转型和品牌建设, 以实现市场的可持续发展。

本文局限在于未能深入探讨老年保健食品市场的细分领域和个性化需求, 未来研究可以进一步探讨不同老年群体的具体需求, 以及如何通过技术创新更好地满足这些需求。此外, 随着数字经济的不断发展, 未来研究可以关注数字化转型对老年保健食品市场带来的更深远影响, 以及如何在保障信息安全的前提下, 利用大数据和人工智能等技术提升市场效率和消费者体验。展望未来, 随着政策的不断完善和企业创新能力的提升, 预计老年保健食品市场将继续保持稳定增长, 为银发经济的发展贡献更多力量。

### 参考文献

- [1] 中华人民共和国中央人民政府. 关于发展银发经济增进老年人福祉的意见[EB/OL]. [https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202401/content\\_6926088.htm](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202401/content_6926088.htm), 2024-01-15.
- [2] 彭希哲, 陈倩. 中国银发经济刍议[J]. 社会保障评论, 2022, 6(4): 49-66.
- [3] 王思远, 杨睿博, 穆琳, 等. 基于养老服务管理者及老年人视角的社区嵌入式养老服务的 SWOT 分析[J]. 护理学杂志, 2023, 38(1): 88-92.
- [4] 2024 保健品行业深度报告. 中国保健品行业扩容发展, 电商渠道增长亮眼[EB/OL]. <https://m.baobei360.com/articles/detail-189773.html>, 2024-09-13.
- [5] 高艳. 银发经济视角下平台经济发展对老年群体消费的影响[J]. 商业经济研究, 2024(21): 53-56.
- [6] 贾晗睿, 詹鹏. 中国老年人口的消费差距及形成原因[J]. 消费经济, 2024, 40(1): 29-43.
- [7] 刘越. 国际视野下的银发经济发展及政策启示[J]. 上海经济, 2024(2): 22-36.

- [8] 高涛, 唐华丽, 孙桂菊, 等. 保健食品产业中存在的问题及对策分析[J]. 食品与发酵工业, 2021, 47(2): 311-321.
- [9] 金文恺, 王嘉婧. 互联网惠老建设探析——撬动“银发经济”的内容生产逻辑[J]. 青年记者, 2020(6): 48-50.
- [10] 王紫骄. 乡村振兴背景下江苏省农村电子商务发展策略研究——基于 SWOT 分析[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 4103-4107.