

电商时代银发经济的发展前景与困境

胡冰洁

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年8月10日; 录用日期: 2025年8月26日; 发布日期: 2025年9月15日

摘要

随着我国人口老龄化程度的加深, 银发经济逐渐走入了国民的视野中, 并成为了学界研究的焦点问题。近年, 电子商务发展十分迅速, 是促进我国经济发展的重要引擎, 其与银发经济的融合展现出了巨大的发展潜力。本文通过深入分析电商时代下银发经济的发展前景与困境, 详细阐述了银发经济在电商领域的发展现状、现实挑战及未来趋势, 并提出具有实操价值的建议, 从而促进银发经济在电商时代的可持续发展。

关键词

电商时代, 银发经济, 发展前景, 发展困境

The Development Prospects and Dilemmas of the Silver Economy in the E-Commerce Era

Bingjie Hu

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Aug. 10th, 2025; accepted: Aug. 26th, 2025; published: Sep. 15th, 2025

Abstract

With the deepening of the aging of the population in China, the silver economy has gradually entered the national vision, and has become the focus of academic research. In recent years, e-commerce has developed rapidly and is an important engine for promoting China's economic development. Its integration with the silver economy has shown great potential for development. This paper provides an in-depth analysis of the development prospects and challenges of the silver economy in the e-commerce era. It elaborates on the current status, realistic challenges, and future trends of the silver economy in the e-commerce field, and puts forward practical suggestions to promote its sustainable development in the e-commerce era.

文章引用: 胡冰洁. 电商时代银发经济的发展前景与困境[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 1411-1417.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1493058

Keywords

E-Commerce Era, Silver Economy, Development Prospects, Development Dilemma

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

人口老龄化是当今世界面临的共同挑战，也是我国社会发展的一个重要趋势。根据国家统计局的第七次全国人口普查结果显示，在全国人口中，0~14 岁人口为 2.53 亿人，占 17.95%；15~59 岁人口为 8.94 亿人，占 63.35%；60 岁及以上人口为 2.64 亿人，占 18.70%，其中 65 岁及以上人口为 1.9 亿人，占 13.50%。与 2010 年第六次全国人口普查相比，0~14 岁人口的比重上升 1.35 个百分点，15~59 岁人口的比重下降 6.79 个百分点，60 岁及以上人口的比重上升 5.44 个百分点，65 岁及以上人口的比重上升 4.63 个百分点。预计到 2035 年，60 岁及以上老年人口将增加到 4.2 亿左右，占比将超过 30%，我国人口老龄化程度将进一步加深。人口老龄化的加剧带来了一系列社会经济问题，同时也催生了新的经济机遇，即银发经济。随着老年人消费观念的转变、消费能力的提升以及互联网技术的普及，电商在银发经济中的作用日益凸显，成为推动银发经济发展的重要动力。“截至 2024 年 12 月，50 岁及以上网民群体占比提升至 34.1%，60 岁及以上网民群体占比提升至 14.1%，互联网进一步向中老年群体渗透。” [1] 本文以电商时代为大背景，以银发经济为研究焦点，深入探讨其发展前景与其所面临的困境。从理论层面来看，该研究丰富了银发经济与电商融合的相关研究，为之后的研究提供新的视角。从实践层面来看，该研究不仅能帮助政府制定扶持政策，引导银发经济的可持续发展，还能帮助企业更好把握老年市场，提高竞争力，也能促进社会对老年群体的关注，有助于改善老年人生活质量，推动社会和谐发展。

2. 核心概念

2.1. 人口老龄化

人口老龄化这一过程通常伴随着生育率的下降和人均寿命的延长，导致年轻人口数量减少，老年人口数量增加，并最终使得老年人口比例呈现相对增长的一种动态 [2]。人口老龄化既是指老年人口相对增多，在总人口中所占比例不断上升的过程，也是指社会人口结构呈现老年状态，进入老龄化社会。“法国的人口统计学家最早提出了‘人口老化’的概念。人口老化的现象从发达国家开始出现，并在全球范围内形成。瑞典人口学家首先提出了 0~14 岁、15~59 岁、60~65 岁这三个年龄段。” [3] 1956 年，联合国对过去的研究进行了总结，并发表了《人口老龄化及其社会经济后果》一书，根据该书确定的划分标准，当一个国家或地区 65 岁及以上老年人口数量占总人口比例超过 7% 时，则意味着这个国家或地区进入老龄化。1982 年维也纳老龄问题世界大会，确定 60 岁及以上老年人口占总人口比例超过 10%，意味着这个国家或地区进入严重老龄化。人口老龄化对经济发展带来了许多影响。这不仅会使得适龄劳动人口减少，致使企业用工成本上升，在一定程度上制约了经济增长，还会对社会保障体系带来巨大的压力，养老金、医疗费用支出大幅度增加，财政负担愈加加重，更会加剧中青年赡养压力，同时也会对社会的消费结构产生一定的影响。但人口老龄化也会产生积极的倒逼效应，不断推动养老服务相关的产业发展，出现如智慧养老等新业态，加速产业结构的升级。

2.2. 银发经济

银发经济是指随着人口老龄化加剧,针对老年人群体的商业服务和产品需求不断增长的现象,也是“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”[4]。国际上自20世纪70年代开始就提出银发经济概念,2015年欧盟将其界定为与人口老龄化和50岁以上消费者支出相关联的经济机会。银发经济涵盖了养老服务、健康管理、医疗保健、休闲旅游等多个领域,涉及面广、产业链长、业态多元、潜力巨大、发展前景广阔。“银发经济是积极应对人口老龄化战略下我国优化经济结构、保障民生福祉和挖掘发展新动能的重要抓手”[5],是“应对中国人口结构转变、推动产业结构调整和促进经济高质量发展的重要战略方向”[6]。全国老龄工作委员会专家委员会委员、中国老龄科学研究中心副主任党俊武指出,老龄社会和长寿时代的到来,对我国供需结构转型将产生重要影响。由于人口老龄化将是我国未来很长一个时期需要面对的基本国情,随着老龄化程度的快速加深,应重视“银发力量”的崛起。“‘银发经济’不再只是养老话语的延伸,而是链接宏观经济与民生福祉的关键。”[7]2024年,由中老年群体撑起的微短剧市场,以504亿元的规模,一举超过以青年人消费为主体的425亿元电影票房¹。根据旅游数据显示,45岁以上中老年游客总共出行11.94亿人次,拿下了国内旅游客源的36.81%。特别是45~64岁人群,9.02亿人次,占27.80%,稳坐当年国内旅游最大客源的位置²。因此,“银发力量”不容小觑,这也意味着我国“银发经济”发展也将会迎来快速发展的阶段,并有望成为支撑经济发展的重要力量。

3. 电商时代银发经济的发展前景

3.1. 老年群体消费需求增长

一是随着时间推移,我国老年人口规模持续攀升,为银发经济在电商时代的发展奠定了坚实的人口基础。据国家统计局的数据,截至2024年末,60岁及以上人口已达31031万人,占全国人口的22%,且随着人口老龄化进程的加速,这一比例仍在稳步增长。庞大的老年群体数量意味着巨大的消费市场,庞大的人口基数直接催生了银发消费市场的基础体量,原本被忽视的老年消费需求从潜在转向为显性,因此人口规模的扩张为银发经济的规模化发展提供了最根本的市场支撑。二是老年群体的消费观念发生转变。以往,老年人的消费多集中在满足基本生活需求,秉持着勤俭节约的传统观念。但当下,新一代的老年人,尤其是城镇地区的新老人,在物质生活得到满足的基础上,更加注重生活品质 and 自身享受。他们不再仅仅满足于吃饱穿暖,而是追求更健康的饮食、更舒适的居住环境和更丰富的精神文化生活。这种从保守到开放的消费观念转变,使得老年群体在电商平台上的消费领域不断拓宽,为银发经济在电商时代的发展注入了新的活力。三是随着经济发展与社会保障体系的完善,老年群体可支配收入增加。养老金水平随着经济增长稳步提高,让老年人有了更稳定的收入来源,并且一些老年人通过投资理财、子女赡养等方式,手中可支配的资金更为充裕。可支配收入的增加,使得老年群体在消费时有了更多的选择和更大的消费能力。他们不再局限于价格低廉的商品,开始追求品质优良、功能齐全的产品和服务,而电商平台恰好满足了老年群体因可支配收入增加而产生的不同消费需求,推动了银发经济在电商领域的发展。

3.2. 电商平台的技术优势

一是电商平台的大数据技术的精准营销,成为银发经济发展的重要技术优势。通过收集分析老年用

¹https://mp.weixin.qq.com/s?src=11×tamp=1756173709&ver=6197&signature=713i2jvHGRsOYayUq5W*bwBhgwFCjMP9eXh1QZEOB78cd98tSwDk0O-O3DUMvJhehK1KieSj8ET8V4wIB53AB3MXft8V-21rq8Rd0vOZ4E65C5*mrZ8AXNa-I4gh2pNI&new=1.

²https://mp.weixin.qq.com/s?src=11×tamp=1756173786&ver=6197&signature=kO5P4kBquqIlbQL2PL*y5tuyWjyN2jrpTCSLg5B7QQ-OU1VCeFW3CxCADTIre74w99FaBffgkQmBqB3Bl4h5duWa2bzRwgZbbc7NGUB1UCrhhabDOe9za2V3VvG*0wC3a&new=1.

户的浏览记录、购买偏好、消费频率等数据，平台可构建精准用户画像，实现商品与需求的高效匹配。这种精准营销不仅提升老年人购物效率，减少信息筛选成本，也帮助商家降低获客成本，优化库存管理。大数据驱动的个性化推荐，让银发群体在电商环境中获得更适配的消费体验，进一步释放其消费潜力。二是电商平台的便捷性为银发群体带来更友好的购物体验，成为推动银发经济发展的技术优势之一。线上购物打破时空限制，老年人无需外出即可选购商品，适配其行动不便的特点；平台推出的一些便捷功能，降低了操作门槛，让不熟悉复杂操作的老年人也能轻松下单；送货上门、货到付款等服务进一步消除了支付与收货的顾虑。这种便捷、安全、贴心的购物体验，有效提升了老年人对电商的接受度和使用频率，有助于银发经济的线上业务拓展。三是电商平台凭借丰富的商品种类，为银发经济发展提供了技术赋能下的供给优势。不同于线下实体店受限于空间的商品陈列，电商平台依托数字技术打破物理边界，能汇聚海量适老商品与服务，满足老年群体的全场景需求。这种“一站式”的供给模式，解决了传统市场适老产品分散、选择有限的问题，让老年群体接触到更多元的商品，与其对高品质、个性化产品的需求相适配，有助于银发消费市场的开拓。

3.3. 政策的支持与引导

一是国家政策鼓励发展银发经济。党的二十大报告提出，实施积极应对人口老龄化国家战略，发展养老事业和养老产业。自党的十八大以来，党中央高度重视老龄工作，加强顶层设计，出台一系列政策文件，以促进银发经济高质量发展。不仅将积极应对人口老龄化上升为国家战略，在“十四五”规划和2035年远景目标纲要中提出要实施积极应对人口老龄化国家战略，还坚持老龄事业和老龄产业协同发展，双轮驱动。积极发挥市场在资源配置中的决定性作用，充分调动民间力量参与，通过引导市场主体参与养老服务供给、培育经营主体、推进产业集群发展等诸多政策给予扶持，使得社会组织、医疗机构、企业、社区等许多社会力量参与到养老产业领域，拓宽了投融资渠道，也带来大量就业创业机会。同时，不断完善多层次社保体系，为老龄事业和老龄产业发展提供制度保障[8]。这些政策不仅向市场释放了积极信号，引导诸多资本投入银发经济领域，更是破除了行业发展的制度障碍，使得银发经济在 GDP 的占比上持续攀升。2016 年以来我国银发经济以 25.6% 的年均增长率持续上升，2020 年总规模达到约 5.4 万亿[9]。2023 年，我国银发经济规模在 7 万亿左右，占 GDP 比重大约为 6% [10]。到 2035 年，我国银发经济规模有望达到 30 万亿元[11]。二是地方政府积极响应国家战略，结合本地实际，推出具体措施，促进银发经济的发展。政府通过财政补贴、税收优惠等方式，或牵头搭建供需对接平台，或直接与养老机构合作，积极推进养老政策落地。如江苏如皋税务局组建“税务管家”服务团队，围绕各类经营主体的涉税需求，提供全方位、全过程、全周期的服务。如皋申丞博爱康复医院有限公司得益于税务部门的及时辅导，享受增值税优惠约 120 万元，极大缓解其资金压力。如皋市长寿星养老服务中心是如皋市首家“公办民营”养老机构，在项目推进中，通过“量身定制”税惠礼包享受近 10 万元的养老服务增值税减免。这既细化了国家政策，又因地制宜解决了地方银发经济发展的具体问题。

4. 电商时代银发经济的发展困境

4.1. 老年群体数字素养有限

尽管互联网在老年群体中的普及率不断提升，但由于成长背景、教育程度、学习能力衰退等多种因素的影响，许多老年人在互联网使用技能与网络安全意识方面存在明显不足，这极大地限制了他们深度参与电商服务，成为银发经济在电商时代快速发展的阻碍之一。一是互联网使用技能不足。部分老年人对智能设备的操作感到棘手，在智能手机的使用中，许多功能设置让他们无所适从，甚至连基本的软件下载、安装与卸载等操作都难以完成，更不用说熟练运用各类购物 APP，因此网购流程上的每一步都可

能成为老年人的“拦路虎”，他们常因为不知道如何准确输入关键词找到心仪商品和担心操作失误而放弃购买。而且，老年人往往缺乏自主解决问题的能力，只能寻求他人帮助，这降低了他们使用购物 APP 的积极性与体验感。二是网络安全意识薄弱。随着电商交易的日益频繁，网络安全风险也随之增加，而老年群体在这方面的防范意识明显不足，成为网络诈骗分子的主要目标之一。在支付安全上，很多老年人对网络支付的风险认识不够深入，容易被不法分子诱导进行不安全的支付操作，导致资金被盗刷，还有部分老年人不了解支付平台的安全设置，随意开启许多不必要的功能，给自身财产安全埋下隐患。在信息保护方面，老年人同样缺乏足够的警惕性，他们会轻易填写个人姓名、身份证号、家庭住址、联系方式等敏感信息。此外，一些电商平台在数据安全上存在漏洞，也增加了老年人个人信息泄露的风险。

4.2. 电商平台的适老化不足

目前，虽然许多主流电商平台的基础功能设置都较为全面，但其在适老化改造上仍有不足，这成为制约银发群体使用电商平台的障碍之一，主要体现在界面设计与功能配置两方面。在界面设计上，多数电商平台未充分考虑老年群体用户的特点。页面布局追求信息密度最大化，并充斥着弹窗广告、悬浮按钮和复杂跳转链接等，使得老年用户极易因视觉干扰而操作失误；字体默认尺寸偏小、色彩对比度不足，部分平台为追求视觉效果采用浅色系字体与背景，进一步加剧了视力退化用户的阅读困难；此外，操作流程的“年轻化”设计也对老年群体造成障碍，如快速跳转的活动页面、需要精准点击的微小图标，均与老年用户的操作习惯存在明显冲突。在功能配置上，适老功能的缺失更为突出。多数平台未设置语音导航、字体放大等基础适老功能，对于不熟悉拼音输入的老年用户而言，文字搜索成为难以逾越的门槛。支付环节的安全验证的设计也存在不足，复杂的验证码、动态口令增加了老年群体的操作难度，并且平台缺乏针对老年用户的风险提示机制，使其容易陷入消费欺诈的陷阱之中，这种“重年轻用户体验、轻老年需求适配”的平台设计，将大量潜在的银发消费者挡在门外。

4.3. 市场规范与产品服务问题

如今，银发电商市场的规范化程度与老年群体的消费需求之间存在显著落差，市场秩序混乱、适老产品供给不足成为制约老年群体深度参与银发市场的重要因素。在市场秩序方面，存在显著混乱。“一些平台可能通过算法与数据对用户采取歧视性或诱导性措施，损害用户的合法权益。”^[12]部分商家利用老年群体信息辨别能力较弱的特点，通过虚假宣传、夸大产品功效等方式诱导消费。由于市场准入门槛模糊，大量三无产品、仿冒商品通过社交电商、直播带货等渠道流入银发市场，消费者维权时往往面临举证难、追责难的困境。此外，价格体系混乱，同款老年用品在不同平台价差悬殊，部分商家还设置“捆绑销售”、“会员套路”等隐形消费陷阱，严重破坏市场信任体系，这不仅造成经济损失，更削弱了老年群体对电商消费的信心。在产品服务供给方面，呈现“供需错配”的问题。现有商品多为年轻群体设计，忽视老年人的生理特点，如服装缺乏防滑、易穿脱设计，食品未考虑咀嚼和消化需求等，且电商平台上的老年用品多集中于基础日用品和保健品，针对高龄、失能群体的专业产品严重匮乏。同时，服务型产品供给不足，居家养老上门服务、健康监测等增值服务在线上渗透率低，且专业度不足，存在标准化缺失问题，使得老年群体难以真正全面地享受电商便利，制约了银发经济的潜力进一步释放。

5. 促进电商时代银发经济发展的建议

5.1. 加强老年群体数字素养

电商时代，老年群体作为银发经济的核心参与者，其数字素养的提升至关重要，直接关系到银发经济在电商领域的健康发展，可从以下方面着手：一是开展数字技能培训。政府应发挥主导作用，加大财

政投入，联合社区、老年大学等机构，开设丰富多样且针对性强的数字技能课程。课程内容从基础的智能设备操作到常用软件使用，逐步深入，讲解与操作相结合，安排专业人员进行指导，确保老年人能够熟练掌握，也可组织志愿者定期到社区开展智能手机使用培训活动，手把手教老年人如何扫码支付、线上购物。企业也应积极参与，与老年大学合作，让老年群体在实际操作中提升数字技能，增强对电商购物的熟悉度和信心。二是增强网络安全宣传教育。随着老年群体触网频率增加，他们面临的网络安全风险也日益增多。政府应联合网信、公安等部门，开展形式多样的网络安全宣传活动，通过举办专题讲座，邀请专家结合实际案例，深入浅出地讲解网络诈骗、个人信息保护等知识；发放宣传手册，以图文并茂的形式展示常见的网络陷阱及应对方法；制作生动有趣的短视频，在社交媒体、电视等平台播放，提高宣传覆盖面，从而增强防范意识，提升识别和应对网络风险的能力，为银发经济营造良好的发展环境。

5.2. 优化电商平台适老化服务

为了更好地让老年群体参与电商服务，促进银发经济的进一步发展，优化电商平台的适老化服务势在必行。首先，电商平台界面设计应充分考虑老年人的生理特点，以简约、清楚清晰为原则，推出老年模式。在老年模式中，字体应采用大字号和高对比度的，保证其在不同设备上都能清晰显示，并将商品名称、价格等关键信息的字体大小与常规相比进一步放大，避免因视力下降导致老年人阅读困难；图标设计则回归具象化，避免抽象化，便于老年人理解；增大元素间距，按钮、链接等点击区域扩大，防止因操作不精准而造成误点，减轻老年人操作时的焦虑感；商品展示不使用过度滤镜或复杂特效，着重突出商品本身。其次，完善平台的适老功能。简化操作流程，去除繁琐的中间环节和非必要选项，将下单流程设计为简单的线性步骤，每个步骤仅需完成一项核心任务，减少老年用户的思考负担；强化语音交互功能，在全场景中融入精准语音识别技术，老年人可通过语音指令完成操作，真正实现“动口不动手”，跨越操作障碍；在页面显眼处设置一键求助功能，点击后可快速转接人工客服，为遇到问题的老年人提供实时帮助，解决其疑惑，提升购物体验的安全感和便捷性。

5.3. 规范市场秩序与丰富产品服务

规范的市场秩序是银发经济在电商时代稳健发展的基石，丰富且优质的产品服务则是吸引老年群体消费的关键。在加强市场监督方面，政府及相关部门应强化对电商平台上银发经济相关产品和服务的监管力度。一方面，建立严格的准入机制，对进入银发经济市场的商家进行资质审核，防止不合格商家进入市场，扰乱市场秩序。另一方面，加大对虚假宣传、假冒伪劣产品等违法行为的打击力度，通过定期和不定期的抽查，对违规商家依法进行严惩，提高其违法成本。还应建立健全消费者投诉举报机制，让老年消费者在权益受到侵害时能够便捷地进行投诉，并确保投诉能够得到及时有效的处理，增强老年消费者对电商购物的信任。在丰富产品服务方面，应鼓励企业研发与创新，这也是促进银发经济发展的重要举措。企业应深入了解老年消费者的需求特点和消费习惯，加大研发投入，推出更多符合老年人需求的产品。在产品设计上注重适老化，使产品更贴合老年人身体需求，并推出针对特殊老年群体的专业产品。企业还应加强与科研机构的合作，运用先进技术提升产品质量和服务水平，创新服务模式，提供一站式服务，解决服务型产品供给不足的问题。此外，应积极拓展服务领域，除了传统的健康、养老服务外，开发老年教育、旅游、文化娱乐等多元化的服务项目，满足老年人日益增长的精神文化需求。

6. 结语

在电商时代，银发经济展现出了广阔的发展前景，但我们也要认识到，银发经济在电商领域的发展还面临诸多困境，如老年人数字素养偏低、电商平台适老化服务不足、市场规范与产品服务供给不足等。

为了促进电商时代下银发经济的繁荣发展,政府、企业和社会各方需要共同努力。只有这样,才能充分发挥电商在银发经济发展中的优势,满足老年人日益增长的物质文化需求,推动银发经济成为经济增长的重要引擎,实现经济发展与社会福祉的双赢。未来,随着人口老龄化程度的进一步加深和电商技术的不断创新,银发经济在电商领域的发展还将面临新的机遇和挑战。为此,我们应不断探索创新,紧跟行业与时代变化,促进银发经济的可持续发展。

参考文献

- [1] 欧阳材泓,谢立黎. 弥合与跨越:中国数字技术适老化政策的发展演进与量化分析[J]. 河南社会科学, 2025, 33(6): 106-116.
- [2] 冯雅静. 河南省人口老龄化对产业结构升级的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 长春:中共吉林省委党校(吉林省行政学院), 2025.
- [3] 孙凯璇. 人口老龄化对地方财政可持续性的影响[D]: [硕士学位论文]. 北京:中国财政科学研究院, 2025.
- [4] 原新,陈友华,李志宏,等. 大力发展银发经济,助力中国式现代化——“实现银发经济高质量发展”跨学科专家笔谈[J/OL]. 人口与经济, 1-25. <https://link.cnki.net/urlid/11.1115.f.20241105.1119.002>, 2025-08-26.
- [5] 熊斌,丁文珺. “十五五”时期数智化演进下我国银发经济发展的趋势分析与推进路径[J]. 河南社会科学, 2025, 33(8): 71-78.
- [6] 陈友华,孙永健. 银发经济发展:问题与前景[J]. 四川大学学报(哲学社会科学版), 2025(3): 5-14+226.
- [7] 曾毅. 中国银发消费向何处去?——评《新时代银发经济:2025-2050年中国老年消费市场展望》[J]. 消费经济, 2025, 41(3): 115-116.
- [8] 大力发展银发经济[N]. 经济日报, 2023-12-14(010).
- [9] 阳义南. 养老金融推动银发经济发展研究[J]. 中国高校社会科学, 2025(4): 119-129+159.
- [10] 徐建中主编. 中国银发经济发展报告(2024) [M]. 北京:社会科学文献出版社, 2024: 36.
- [11] 陈涵旸. 银发经济多赛道拓展万亿级产业蓝海[N]. 经济参考报, 2025-04-07(006).
- [12] 王颖斌,赵力佳. 具身智能助推银发经济的价值展演、现实困境与应对策略[J]. 河南社会科学, 2025, 33(7): 36-48.