

市场电商平台数据赋能下的银发消费新图景构建

何 佳

武汉科技大学, 法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年10月9日; 录用日期: 2025年10月24日; 发布日期: 2025年11月17日

摘 要

本文旨在系统探讨电商平台如何通过数据赋能破解银发消费市场的“包装化”供给悖论与内在需求响应滞后问题, 构建兼顾效率与公平的银发消费新格局。本文通过对现有文献的系统梳理与典型市场现象的深入剖析, 提出“数据赋能三重进阶”理论框架。研究结果揭示, 电商平台可通过“需求精准洞察 - 产品生态化创新 - 社会价值激活”三重递进机制, 实现从个体情境化理解到整合型解决方案供给, 再到价值共创的范式跃迁, 有效弥合供需断裂, 并推动银发消费从生存型向发展型与体验型转变。本文同时揭示, “数字元素养”作为关键调节变量, 深刻影响赋能效能与社会包容性。本文研究结论指出, 银发消费新图景的构建是一个涉及平台治理、政策协同与社会文化重塑的系统工程。未来应推动数据伦理、普惠性政策与数字素养提升的深度融合, 以实现科技向善、市场活力与人文关怀的有机统一, 为包容性老龄化社会提供理论支撑与实践路径。

关键词

银发消费, 电商平台, 适老化

Constructing a New Landscape of Silver Consumption through Data Empowerment on E-Commerce Platforms

Jia He

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

Received: October 9, 2025; accepted: October 24, 2025; published: November 17, 2025

Abstract

This study aims to systematically examine how e-commerce platforms can leverage data empowerment

to resolve the paradox of “superficial adaptation” and the lag in responding to intrinsic demands within the silver-haired consumption market, thereby constructing a new paradigm that balances efficiency and fairness. Through a systematic review of existing literature and an in-depth analysis of typical market phenomena, this paper proposes a theoretical framework termed the “Three-Stage Progression of Data Empowerment”. The findings reveal that e-commerce platforms can achieve a paradigm shift—progressing from contextualized understanding of individual needs to the provision of integrated solutions, and further to value co-creation—via three progressive mechanisms: “precise demand insight, ecological product innovation, and social value activation”. This process effectively bridges the supply-demand gap and promotes the transformation of silver-haired consumption from a subsistence-oriented model to one focused on development and experience. The study also identifies “digital constituent literacy” as a key moderating variable that profoundly influences the efficacy of empowerment and social inclusivity. The conclusions emphasize that building a new vision for silver-haired consumption constitutes a systemic project involving platform governance, policy coordination, and socio-cultural reshaping. Future efforts should foster the deep integration of data ethics, inclusive policies, and the enhancement of digital literacy, so as to realize an organic unity of ethical technology, market vitality, and humanistic care. This endeavor provides both theoretical underpinnings and practical pathways toward an inclusive aging society.

Keywords

Silver-Haired Consumption, E-Commerce Platforms, Age-Friendly Adaptation

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

当前，我国人口年龄结构的深刻变革正在重塑着国内消费市场的格局与增长逻辑。银发经济作为这一结构型转变中最具潜力的领域之一，稳步迈向经济增长的中心。在国家战略层面，积极应对人口老龄化已明确导向“老有所为、老有所乐、老有所学”的全面发展目标，这标志着老年人社会保障政策理念从生存保障向全面发展、从被动应对向主动谋划的历史性跨越。在这一宏大转型进程中，电商平台在数字经济中扮演着组织核心与资源配置关键载体的角色。它积累了海量用户数据、先进的算法解析能力以及强大的生态连接功能，这些能力与资源能帮助人们深入理解规模庞大且需求多样的银发群体，同时也能为银发群体提供高效服务，最终创造出以往从未有过的技术条件和商业发展空间。

然而，蓬勃的市场热情与复杂的现实状况之间存在着巨大的张力。一个突出的现状是面向银发群体的市场供给陷入了一种供给悖论：表面上，贴着“适老”、“银发”标签的商品琳琅满目，呈现出繁荣的表象；但实质上，大量产品仅仅是对常规泛年龄化主流产品的微调与包装，而非从老年人生理机能、心理特征、生活场景与价值诉求出发进行的源头创新与系统性设计。这种供给状况导致市场出现了“商品多”但银发消费者却感到“选择难”，其真实的多元需求并未得到有效满足。这一悖论深刻地揭示了供给侧与需求侧之间存在的结构性认知断裂，同时展露了传统产业模式在响应老龄化社会需求时的迟钝与乏力。

已有学术研究揭示了更为底层的结构性难题。宏观业态层面，研究表明数字适老化作为赋能银发经济的关键引擎，其价值远未充分释放，仍普遍面临“适老化程度浮于表面、数据价值挖掘不足、产业要素保障体系缺失”等系统性瓶颈(吕心妍、睢党臣，2025) [1]。微观消费层面，学者们指出老年群体内部

存在着远比想象中严峻的消费差距，其消费基尼系数居高不下，且这种不平等主要根植于收入差异、城乡二元结构以及家庭模式变迁等深层次社会因素(贾晗睿、詹鹏，2024) [2]。这彻底打破了将银发群体视为无差异同质化市场的迷思，要求任何有效的市场干预必须建立在对内在差异性的精准把握之上。

从市场层面观察，其自身已开始出现具有启示性的新迹象，这些迹象正悄然指向银发消费的深层变迁。近年来，专门面向老年人的玩具、益智游戏、怀旧收藏品等新兴产品品类，已开始市场中零星出现并逐渐汇聚成一类。这类产品的核心定位不再局限于满足老年人基本的生存辅助或健康照护需求，而是直接指向老年人在认知训练、情感慰藉、社交维系与精神愉悦等方面的更高层次需求。尽管这一现象仍处于初露萌芽的阶段，但已具备重要的风向标意义，它暗示着银发消费正悄然经历一场静默的革命，具体表现为消费重心的转变：从此前聚焦于生存需求的物质性消费，逐步向服务于生活需求与精神需求的发展性、体验性及意义性消费延伸。

数字技术在这场变革中扮演着矛盾的角色。它既展现了强大的赋能潜力：研究证实数字普惠金融能通过缓解流动性约束有效平抑消费不平等(王玮婧，2024) [3]，社会资本则能显著促进老年人发展与享受型消费的占比(张俊良、詹韵秋，2023) [4]；同时也带来了严峻的挑战：老年群体因“数字元素养”的总体性缺失，在数字洪流中面临“数字鸿沟”、“数字陷阱”与数字性社会排斥等多重风险(李志明，2025) [5]。这意味着任何精妙的技术赋能设计若忽视了这一关键的人力资本前提，都可能在实践中失效甚至产生背离初衷的后果。

从更广义的视角来看，电商平台的赋能并非单向的技术进步，而是一个深具权力结构与伦理张力的社会过程。研究指出，算法推荐与数据收集往往同时强化平台权力与用户依附(Couldry & Mejias, 2019) [6]。这意味着当平台以数据赋能之名重塑老年消费时，也可能在无意识中制造新的排斥机制，如算法偏见、隐私脆弱化或“被动数据劳动”等现象。因此，对银发消费的数字化改造应在技术可行性之外，纳入关于公平、主体性与文化再生产的反思。

在政策层面，国际经验为中国提供了重要参照。欧盟的《数字包容行动计划》将老年群体数字教育与公共服务接入视为社会公平的基本权利；日本“智慧养老战略”则通过政企协同实现社区层面的数据共用与服务共建。国内《积极应对人口老龄化中长期规划(2022~2050)》与《银发经济行动方案(2024)》也正强调数字赋能与社会关怀的融合取向。与这些经验对比来看，本文提出的数据赋能框架不仅旨在提升市场效率，更在于通过治理创新与数字素养提升，重塑平台与老年人之间的权责平衡，推动科技、市场与人文之间的动态共生。

综上所述，本文主要讨论的问题是：在当前市场供给陷入“包装化”悖论、老年消费内在差距明显且需求层次不断升级的复杂现实中，面对老年消费群体内部差异显著且需求持续升级的复杂局面，电商平台应如何系统运用其数据赋能能力突破对老年用户形成的表面化认知标签，从而准确识别并响应其具有差异性与动态变化的真实需求。以及如何在有效应对数字化风险的同时构建兼顾效率与公平、覆盖物质与精神双重需求的银发消费新格局，使其既能充分激发老年消费潜力，也能促进更具包容性的社会发展。

2. 数据赋能的三重进阶与数字元素养的调节作用

在当前市场供给陷入“包装化”悖论、老年消费需求复杂且不断升级的背景下，电商平台的数据赋能不能仅停留在用户标签化与流量运营的浅层阶段，而应实现从感知到洞察、从响应到引领、从交易到共生的范式升级。这一过程依赖于依次递进、相互增强的三重核心赋能机制，而银发群体的数字元素养则作为关键的调节变量贯穿并影响着每一机制的有效运行。

银发群体的数字元素养不仅是指对技术的操作熟练程度，更是一种融合了技术技能、信息判断与批

判反思的综合性能力。它包括老年人能否熟练操作智能终端、使用支付系统与在线医疗服务等硬性技能；也包括其能否识别虚假优惠、理解隐私协议、评估算法推荐风险等软性认知；更核心的是在信息泛滥与算法驱动环境下保持独立判断与自我保护的批判意识。

因此，数字元素养是嵌入赋能体系的结构性前提。不同水平的数字元素养将直接决定老年人能否真正参与到平台赋能的全过程：高素养者能主动调整设备设置、管理个人数据并形成学习循环；而低素养者则可能被复杂界面、信息噪声与算法偏好所排斥。由此，平台要实现包容性赋能必须在机制设计上同步纳入数字元素养的差异化考量。

2.1. 第一重机制：需求精准洞察——从“群体刻板印象”到“个体情境化理解”

平台数据赋能的基础性机制在于彻底颠覆将老年人简单归类并贴以“节俭”、“保守”、“功能至上”等刻板标签的传统认知模式[7]，实现对个体在不同生活情境下真实需求的动态、立体与深度洞察。这一机制是解决“包装化”供给悖论的认知前提。

平台数据赋能可以穿透“包装”洞察真实使用场景。传统供给之所以流于“包装”，在于其未能深入老年人的日常实践。平台可通过融合分析用户的搜索关键词、评价中的痛点描述以及退换货原因等行为数据，识别出产品设计中常被忽视的真实使用场景与细节需求[8]。这种基于实际行为的需求洞察能够比传统调研更准确地揭示偏好印象与实际行为之间的差距，从而推动供给方从“为老年人设计”转向“与老年人共创”。

平台数据赋能可以解析结构性差距并实现梯度响应[2]。针对银发群体的消费差距，平台数据能够精细刻画不同细分群体的支付能力与偏好结构[9] [10]。对于受收入约束较大的群体，数据可以帮助识别和推广高性价比的普惠型必需品；对于拥有较高支付能力与消费意愿的新老年群体，则可以精准推送高品质、高体验感的品质型商品与服务。同时，平台通过分析不同家庭结构和城乡地域的消费数据，可以引导供应链提供与不同场景适配的解决方案[7]，例如为空巢家庭推荐具备紧急呼叫功能的家居设备、为含孙辈的家庭推荐安全健康的亲子类产品等。

平台数据赋能可以捕捉需求升级的微弱信号。“老年玩具”等新兴品类的出现绝非偶然。平台可以通过监测长尾搜索关键词的增长趋势、小众社群的活动热度以及相关内容的浏览时长，能够先于传统市场调研，敏锐地捕捉到银发群体在满足基本生存需求后，对休闲娱乐、智力刺激、情感陪伴等成长性需求的萌芽与增长。这种对需求升级微弱信号的捕捉能力，是平台引领市场创新、打破供给悖论的关键。

2.2. 第二重机制：产品与服务生态化创新——从“单一产品”到“整合型解决方案”

在精准洞察的基础上，平台的赋能角色应从被动的需求响应者进阶为主动的生态化创新组织者，意味着推动供给从孤立的“单一产品”，转向以银发群体用户为中心、无缝衔接的“整合型解决方案”。这种转型不仅涉及供给形式的改变，本质上更是价值创造逻辑的重构，即从交易导向的短期价值交换转向关系导向的长期价值共生。

平台数据赋能应引导“源头创新”而非“表面包装”。平台通过将需求洞察系统性地转化为可执行的设计规范与技术标准，能够引导制造企业进行源头创新与根本性重构。例如华为通过分析老年用户在使用应用下载、使用时长与售后反馈中的高频痛点，在2023年推出“畅享老年版智能机”，在EMUI系统层面专门开发“大字体、大图标、一键求助”模式，并针对语音助手的识别模型进行老年人语音特征训练，以解决此前操作复杂和识别率低的问题。这一产品依据平台数据实现了从硬件交互、系统设计到语音算法的全链条优化，体现了“从包装化改良向源头重构”的创新逻辑。这一案例表明，平台洞察所提供的真实使用数据能有效引导企业将技术创新聚焦于老年人最核心的操作体验与安全诉求，从而实现数据赋

能的价值闭环。这一过程实现了从现象描述到参数定义的跨越，使银发群体的特点限制与使用偏好能够被准确地转译为具体的工程语言与设计准则，从而推动研发活动从外观修饰转向对核心功能、交互逻辑与使用体验的深层优化，真正克服供给侧的“包装化”困境。

平台数据赋能可以催化产品与服务相融合的体系。阿里健康自 2022 年起与多地民政部门合作推出“智能养老屋”项目，项目通过物联网设备与云服务系统为社区老年居民提供远程健康监测、自动用药提醒与应急响应服务。这一系统将血压计、睡眠监测垫、红外传感器等硬件设备与“阿里健康平台”后台算法联通，检测到异常时自动推送警报至家属及社区护理中心，实现“设备-数据-服务”的闭环协同。这一案例充分体现出，针对银发群体需求中普遍存在的服务属性，平台可以发挥其作为多元资源连接者的整合功能，构建产品供给与服务支持一体化的解决方案。这种融合模式通过将实体产品与相应的数字服务、专业支持和持续关怀有机结合，有效扩展了传统产品的价值边界，解决了单一产品在满足复杂、动态需求方面的功能性局限，实现了从提供工具到提供完整能力支持的转变。

平台数据赋能可以培育与支持新兴品类市场。京东平台在 2023 年通过搜索与购买数据发现，50 岁以上用户对在线学习、视频聊天和健康管理类应用的关注显著上升。基于此，京东联合教育硬件企业推出“银龄教育平板”，整合简易操作系统、视频教学应用及远程子女协助功能，帮助老年用户在家中完成数字技能学习与社交互动。平台不仅通过算法将该产品定向推荐给老年人家庭用户群，还在社区长辈课堂项目中嵌入教学服务，从而构建了产品供给与服务体验的反馈通路。这一案例表明，对于处于市场培育期的新兴需求形态，平台可以承担起市场基础设施构建者与创新催化者的双重角色。通过建立专门的内容聚合与分发渠道、构建系统化的认知引导体系以及定向培育创新生态，平台能够有效降低新兴品类的市场认知阻力，加速潜在需求向现实市场的转化进程，为供给侧的结构性创新提供可持续的经济激励与市场验证通道。

2.3. 第三重机制：社会价值激活——从“被动消费”到“主动价值共创”

平台数据赋能的最高层次体现为对社会价值创造潜能的系统性激活。这一过程超越了传统市场交易框架，将银发群体重新定位为具有能动性的价值共创者。在此范式下，消费不再仅仅是经济行为的终点，而是转化为社会连接、能力展现与意义构建的起点，实现了从资源消耗性消费向价值再生型参与的质的飞跃。

平台数据赋能可以助力构建数字社会资本网络。作为数字时代的社会连接枢纽，平台通过挖掘和分析银发群体的兴趣图谱与关系网络能够主动构建基于共同偏好与共享价值的数字社群。这些社群不仅再生产了传统的社会资本形式，更创造了新型的数字社会资本，在满足个体归属感与社交尊严的同时也催生了基于信任关系和共同认同的新消费形态，形成了社会价值与市场价值相互促进的良性循环。

平台数据赋能可以助力“老有所为”的价值实现。平台可以基于数据匹配，构建一套使银发群体的人力资本和经验价值得以识别、认证和转化的制度安排，例如成本远低于线下店铺的线上小店、付费的线上知识课堂等。这一机制能将银发群体积累的知识、技能与经验重新定义为可供交易的社会资产，这不仅能拓宽其社会参与和经济获得的途径，也能显著丰富平台生态的供给结构与文化多样性，还能进一步在银发群体中形成更具可信度的消费引导和示范效应。

平台数据赋能可以促进代际融合与价值传递。平台数据可以帮助设计促进代际互动的产品与场景。例如，推广需要祖孙共同完成的 DIY 玩具套件、策划基于怀旧主题的亲子活动、推荐适合家庭共同观赏的银发题材影视内容等。这些设计将消费行为嵌入更广泛的社会关系再生产过程中，使其成为传递生活经验、沟通代际认知与延续文化传统的重要载体。在此过程中，银发消费被赋予了促进社会团结与文化传承的深层意义，实现了从个体经济行为到集体社会建设的价值升华。

2.4. 数字元素养的关键调节作用：赋能的安全阀与加速器

必须强调，上述三重赋能机制的有效性及其社会效益高度依赖于“数字元素养”这一关键变量。数字元素养不仅包括操作技能，更核心的是批判性反思意识、信息甄别能力与数字环境中的风险防范意识。

若数字元素养不足，精准洞察可能因银发群体不愿或不会使用数字设备而产生数据偏差；生态化创新可能因复杂的操作流程而将用户拒之门外；社会价值激活则可能使银发群体暴露于网络诈骗、虚假信息或隐私泄露的风险之中[11]。此时，数据赋能可能反而加剧数字鸿沟。

因此，数字元素养不是赋能的外部条件，而是其内在的、核心的组成部分。平台的数据赋能设计必须内嵌数字元素养提升的视角。这包括：开发极简、直观的银发友好型交互界面；提供清晰、易懂的隐私协议与用户教育内容；在算法推荐中主动引入信息多样性，打破信息茧房；甚至与社区、老年大学等合作，开展线上线下结合的数字素养普及活动。提升数字元素养，是为数据赋能安装的安全阀，同时也是按下价值实现的加速器。

3. 现状剖析

3.1. “包装化”供给悖论的成因及其结构性困境

当前银发消费市场最显著的症结在于“供给悖论”的普遍存在：市场表面上的繁荣与老年群体实质性的获得感缺失形成对立。大量标签为“适老”的商品，实则仅是对泛年龄产品的局部修饰与浅层适配，而非源于对老年人生理机能、认知模式、生活节奏与社会情感需求的系统性洞察与源头创新。这种“包装化”供给模式导致了市场供给与真实需求之间的结构性错位。

这一现象的成因有多重结构性困境：其一，需求洞察机制存在惯性偏差。企业习惯于依赖过往成功的产品范式与年轻本位的设计思维，缺乏深入理解老年群体异质性生活的动力与方法论。其对银发群体需求的想象往往基于刻板印象与推测，而非嵌入其日常实践的民族志式观察，致使产品设计始终与真实场景存在一层认知隔阂。

其二，传统供应链体系面临响应刚性。大规模、标准化、低成本的传统制造逻辑，难以有效适配银发市场所呈现的小批量、个性化、高体验感的柔性需求。专门为银发群体开设模具、调整生产线所带来的成本与风险，使得企业更倾向于采取风险最低的“改良包装”策略，而非进行彻底的“源头创新”。

其三，社会对银发群体的叙事存在本质化局限。长期以来，社会话语将“老年”阶段简单等同于“失能”与“衰退”，致使市场供给过度聚焦于补偿性、辅助性功能，而系统地忽视了老年人作为完整的人，对于审美、社交、自我实现与生命意义追寻的持续性渴望。这种狭隘的银发群体印象从根本上限制了供给侧的创新视野。

3.2. “老年玩具”的兴起揭露需求层次的跃迁与市场细分的先声

在“供给悖论”的宏观背景下，以“老年玩具”为代表的新兴消费品类的出现作为关键的弱信号揭示了银发消费底层逻辑正在发生的静默革命。这类产品的价值主张已超越了基本的生存辅助与健康维持，直指认知激活、情感慰藉、社会连接与精神愉悦等更高阶的人类需求。

这一现象具有深远的多重意涵。首先，它标志着银发群体的消费重心正经历从生存需求到精神需求的范式跃迁。消费行为不再仅仅服务于生理机能的维持，更成为建构积极晚年生活、维持心理幸福感与社会整合性的重要实践。这验证了消费需求层次理论在老年阶段的适用性与动态演进。

其次，它是对“玩乐”这一人类本质需求生命周期普适性的再发现与社会文化的再建构。“老年玩具”的兴起，挑战了“玩具是儿童专利”的年龄隔离观念，肯定了追求乐趣、好奇心与创造性表达是贯穿

生命始终的正当权利，这对于推动积极老龄化社会文化的形成具有潜移默化的促进作用。

最后，该现象是银发市场内部开始裂变、走向高度细分化的明确前奏。“老年玩具”本身就是一个多元谱系，其下可依据功能、兴趣、价格与社交属性进一步细分。这预示着未来的银发市场将如同青年市场一样会依据生活方式、价值认同与社群归属，分化为无数个精准的利基市场，为具备深度洞察能力的企业提供了广阔的蓝海空间。

3.3. 平台数据赋能的破局之路：从洞察验证到生态催化

在破解“包装化”悖论方面，平台数据首先能实现需求洞察的精准化与实证化。通过融合分析搜索关键词、用户评价中的痛点描述、退货退款原因数据以及浏览至购买转化路径，平台可以穿透商家主观臆测，客观还原银发群体在真实使用场景中未被满足的细节需求。这为企业的源头创新提供了坚实的数据依据，显著降低了其试错成本与市场不确定性。

其次，平台能够激活并组织柔性供应链。通过聚合平台上原本分散、零碎的个性化需求，形成具有经济规模的需求订单池，平台可以吸引并赋能具备柔性生产能力的制造企业，为银发市场提供小批量、快迭代、高定制化的产品，从而克服传统供应链的刚性约束。

在响应与催化新兴趋势方面，平台扮演着市场教育者与品类定义者的关键角色。对于“老年玩具”等处于萌芽期的新品类，平台可通过内容生态与算法推荐，向更广泛的用户群体普及其概念、功能与文化价值，完成早期的市场启蒙，并参与塑造社会对新品类的认知框架。

同时，平台强大的连接与匹配效率，能够将全国范围内高度分散的小众需求与相应的供给方高效链接起来，解决新兴市场中供需匹配难的问题，为创新者提供生存与发展的初始土壤。

最终，平台能够构建数据反馈与产品迭代的加速循环。用户对新兴产品的评价、使用时长、复购率及社群分享等行为数据，可实时反馈给产品设计与研发端，成为其优化产品功能、体验与营销策略的直接输入，从而形成一个需求驱动供给、供给创造新需求的良性创新生态，持续推动银发消费图景的演进与繁荣。

4. 赋能路径与治理协同构建包容性银发消费生态

电商平台推进数据赋能、构建银发消费新图景的具体路径，必须与多方面的治理要求协同共进。

4.1. 平台侧：深化数据伦理应用，构建银发友好型商业生态

电商平台作为数据赋能的核心行动者，其责任超越单纯的技术应用与市场运营，需构建一个兼具商业效率与社会温度的银发友好型生态。

首先，需建立可信的银发消费引导与认证体系。平台应在显著位置设立银发经济专属频道，并联合行业协会、老年学研究机构及用户代表，共同建立一套基于实证数据与专业标准的“适老化产品认证”或“银发友好标识”体系。该体系应动态融入用户真实反馈数据，形成可追溯、可验证的评价闭环，从而有效降低银发群体及其家庭在信息过载环境下的决策成本，引导消费流向真正具备适老价值的产品与服务。

其次，将数字素养提升内嵌于交互设计全过程。平台的产品逻辑应从“用户适应技术”转向“技术适配用户”，尤其是在面向银发群体时。这意味着在支付环节嵌入清晰易懂的风险提示与延迟确认机制，在复杂流程中提供“一键求助”或“子女代付”功能，为视频与直播内容强化字幕与音频清晰度，并大力发展符合老年人语言习惯的语音搜索与语音导购功能。此类设计不仅是便利性的提升，更是在日常交互中潜移默化地培养其数字环境中的自信与能力。

最后，构建“数据-产业-金融”联动的创新支持网络。平台应开放其能力，与金融机构合作，基于

平台内沉淀的交易信用、用户评价等数据，为专注于银发领域的中小企业、设计师工作室及个体工商户开发创新的供应链金融产品。此举旨在破解银发产业创新者面临的初始资金瓶颈，形成数据赋能创新、创新激活市场、市场反哺数据的良性循环。

在电商平台在推进适老化转型时需要注意到，适老化转型的商业逻辑与社会目标之间存在天然的结构张力。平台盈利主要依赖于流量变现与广告分成模式，这一逻辑使算法倾向于优先推送高频消费、高利润的商品类别，而适老化产品因其用户规模有限和回报周期长的特点往往难以获得算法资源的优先配置。这种商业激励的不对称使得平台适老化改造的深度常停留在界面简化或字体放大等浅层层面，而较少触及数据可及性、隐私保护与服务可持续性更具结构性的改造环节。

要突破这一困境，使社会价值能够在平台收益体系中内化，就必须在制度与算法层面设计激励相容机制：一是引入社会价值权重算法，在推荐机制中将适老化产品、普惠服务及公益项目纳入加权展示，使科技向善不再依赖外部约束，而成为平台内部收益的一部分。二是建立适老创新激励制度，可通过税收抵扣、品牌认证或政府采购将平台在适老领域的创新投入与可量化的政策收益挂钩。三是形成多元协同治理格局，引入行业协会、老年群体代表及社会组织参与数据治理与产品评估，以社会监督补足平台内生激励的不足。这种共治与共益联动的机制设计，不仅能缓和商业效率与社会公平的张力，也为科技向善提供了可持续的制度保障，使平台治理从被动合规迈向主动责任。

4.2. 政策侧：完善制度基础设施，塑造激励相容的规制环境

政府作为制度供给者与规则制定者，其核心职能在于构建清晰、稳定且富有前瞻性的政策环境，为市场创新划定轨道、提供基石并弥补市场失灵。

首要任务是加快建立科学、细分的产品与服务适老化标准体系。政府应牵头组织跨学科专家、平台企业与用户代表，针对具体品类出台细致入微的设计指南与评测规范。这套标准不应是僵化的技术壁垒，而应是引导产业创新的标志，为企业的源头研发提供明确指引，并作为市场认证体系奠定权威基石。

进而，审慎推动公共数据与平台数据的融合创新。在确保数据安全与个人隐私绝对优先的前提下，可探索在特定场景下，将脱敏后的公共服务数据与平台消费数据在可靠的数据环境中进行融合分析。此举能生成更为精准的群体需求画像，为区域性的产业布局与精准化的社会政策提供前所未有的决策支持。

同时，将普惠性数字素养提升确立为基本公共服务内容。政府应系统性地将老年人数字技能培训纳入公共服务体系，通过购买服务、资金补贴或资源支持等方式，激励平台企业、公共图书馆、社区中心及社会组织形成合力，共同构建覆盖城乡、持续运营的数字赋能网络，从根本上缓解因数字鸿沟带来的社会排斥风险。

4.3. 社会侧：重塑老龄文化叙事，激活代际融合的社会资本

包容性银发生态的最终建成，离不开社会文化与家庭微观环境的支持。此维度关注于通过代际对话与文化重构，为银发消费新图景营造温暖的社会土壤。

平台应积极设计并推广促进代际数字互助的功能模式。例如广泛推广“家庭账户”或“远程协助”功能，使子女能够便捷地帮助父母完成线上购物、售后咨询与维权操作。在算法推荐逻辑中，亦可引入家庭关怀场景，主动推送适合子女赠予父母的节日礼品、健康设备或体验服务，将消费行为转化为传递关爱与维系亲情的社会实践。

媒体与内容平台承担着重构社会老年观的文化责任。应突破将银发群体描绘为“失能”、“衰退”和“脱离时代”的刻板叙事，转而大量呈现银发群体丰富多彩的生活样态、持续学习的精神风貌以及多样化的消费选择。通过塑造积极、多元的银发群体媒介形象，消解年龄歧视，在全社会范围内培育一种“老

有所乐、老有所为、老有所学”的文化氛围，从而为银发消费的繁荣提供深层文化动力。

5. 结论

本文围绕电商平台数据赋能如何重构银发消费图景这一核心问题，系统性地构建了一个涵盖理论机制、现实矛盾与治理路径的分析框架。研究表明，银发消费新图景的生成并非简单的市场规模扩张，而是一个通过数据技术穿透“供给悖论”、响应内在需求层次跃迁，并必须同步化解数字融入风险的社会经济过程。平台通过“需求精准洞察-产品生态化创新-社会价值激活”这三重递进且相互增强的赋能机制，为连接断裂的供需、催化一个更具活力与包容性的银发市场提供了关键的技术与组织基础。

本文的深层启示在于，以“老年玩具”等新兴品类为表征的消费现象标志着银发经济的内涵正从保障性、物质性维度，向发展性、体验性与意义性维度深刻拓展。未来的市场竞争将超越价格与功能的初级维度，转向对用户体验、情感共鸣与社会价值创造的深度角逐。然而，这一进程的可持续性，高度依赖于平台的数据赋能能否与包容性设计理念、普惠性政策框架及全民数字素养的提升形成有机的治理协同，共同构筑一个共荣共生的生态系统。

展望未来，一个理想的银发消费新图景，应是科技之善、市场之力与人文之光交相辉映的成果。它意味着，每一位老年人都能在一个友好、安全、便捷的数字与物理融合的空间中，自由地选择并获取真正契合其所需、所能、所愿的产品与服务，并在此过程中持续实现个人价值与社会参与。这不仅是挖掘内需潜力的经济命题，更是构建一个不分年龄、人人共享的数字包容社会的核心要义。本研究的理论探索，期望能为这一宏大社会愿景的实现，提供一份来自学术共同体的批判性思考与建设性方案。

参考文献

- [1] 吕心妍, 睢党臣. 数字适老化赋能银发经济新业态的作用机理与实现路径[J]. 西安财经大学学报, 2025, 38(2): 56-66.
- [2] 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.
- [3] 王玮婧. 数字普惠金融与老年人消费不平等[J]. 金融发展研究, 2024(10): 27-35.
- [4] 张俊良, 詹韵秋. 社会资本对老年人口消费结构优化的影响研究[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2023, 47(3): 24-29.
- [5] 李志明. 数字时代老年人多重数字困境治理——基于元素养视角的分析[J]. 甘肃社会科学, 2025(1): 164-172.
- [6] Couldry, N. and Mejias, U.A. (2019) The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism. Stanford University Press. <https://doi.org/10.1515/9781503609754>
- [7] 丁岚. 长寿红利与数智创生: 老年人数字文化消费的价值基底、现实困境与实践指向[J]. 内蒙古社会科学, 2024, 45(2): 149-154.
- [8] 李军, 李敬. 数字赋能与老年消费——基于“宽带中国”战略的准自然实验[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2021, 45(2): 83-90.
- [9] 高子宁. 数字普惠金融对老年人消费潜力的影响——基于中国家庭追踪调查的实证检验[J]. 兰州学刊, 2023(3): 143-160.
- [10] 赵一凡, 赵玉峰. 智能手机使用对老年人消费的影响及其机制研究——基于 2018 年中国老年社会追踪调查(CLASS)数据的实证分析[J]. 兰州学刊, 2023(10): 123-138.
- [11] 张永奇, 庄天慧. 数字经济赋能养老金融: 内在机理、现实挑战与路径选择[J]. 当代经济管理, 2023, 45(6): 91-96.