

# 人口老龄化背景下银发电商高质量发展的对策研究

刘 博

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28日; 录用日期: 2025年11月12日; 发布日期: 2025年12月10日

## 摘 要

人口老龄化是我国经济社会发展面临的基本国情。银发电商作为数字经济与银发经济融合的关键载体, 已成为激活银发消费潜力、推动经济高质量发展的重要路径。当前, 政策体系持续完善, 市场活力逐步显现, 直播电商、即时零售等新业态蓬勃发展, 但银发电商仍面临数字鸿沟显著、供需结构错配、区域发展失衡及政策标准滞后等挑战。为推动银发电商高质量发展, 需以科技创新为核心驱动, 通过强化数字素养培训、优化适老化产品供给、构建集成化服务平台、完善标准与监管体系等举措, 打通“技术赋能-消费激活-产业升级”的良性循环, 最终实现老富协同与经济高质量发展的双赢目标。

## 关键词

人口老龄化, 银发电商, 银发经济, 数字经济, 高质量发展

# Strategies for High-Quality Development of Silver-Haired E-Commerce in the Context of Population Aging

Bo Liu

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

Received: October 28, 2025; accepted: November 12, 2025; published: December 10, 2025

## Abstract

Population aging represents a fundamental national condition confronting China's socioeconomic development. As a key vehicle integrating the digital economy with the silver economy, silver-haired e-commerce has emerged as a vital pathway to unlock the consumption potential of the elderly de-

mographic and propel high-quality economic growth. While policy frameworks continue to evolve, market vitality gradually surfaces, and new business models like live-streaming e-commerce and on-demand retail flourish, silver-haired e-commerce still grapples with significant challenges including a pronounced digital divide, structural mismatches between supply and demand, regional development imbalances, and lagging policy standards. To advance the high-quality development of silver-haired e-commerce, technological innovation must serve as the core driver. Measures such as strengthening digital literacy training, optimizing the supply of age-friendly products, building integrated service platforms, and improving standards and regulatory systems should be implemented. This will facilitate a virtuous cycle of “technology empowerment-consumption activation-industrial upgrading”, ultimately achieving the dual goals of intergenerational prosperity and high-quality economic development.

## Keywords

Population Aging, Silver-Haired E-Commerce, Silver Economy, Digital Economy, High-Quality Development

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

人口老龄化是百年未有之大变局[1]，也是我国现阶段及未来很长一段时期内的基本国情[2]。截至2024年末，我国60岁及以上老年人口总数已突破3亿，占总人口比例的22%，其中65岁及以上老年人口总数达到2.2亿，占全国总人口比例的15.6% [3]。预计到2035年，我国将正式迈入重度老龄化社会[4]。在此背景下，电子商务作为数字经济的核心载体，已成为激活银发消费潜力的关键路径。截至2024年9月，我国银发人群(50岁及以上)月活跃用户已超3.29亿，月均使用时长达129小时[5]，短视频、社交、资讯及电商领域的参与度显著提升。国务院办公厅《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》明确提出，银发经济覆盖领域广、产业链长、业态多元，需通过技术创新与数字化转型推动其高质量发展。人工智能、大数据等新质生产力的崛起，为银发电商注入新动能。与此同时，国家“十四五”规划及《提振消费专项行动方案》等政策持续强化对银发经济的顶层设计，推动电商与银发产业深度融合，形成“技术赋能 - 消费激活 - 产业升级”的良性循环。

银发电商，是指以老年群体为主要服务对象，依托互联网、大数据、人工智能等数字技术，为其提供适老化、个性化、安全可靠的电子商务服务模式，涵盖商品零售、健康养老、生活服务、数字娱乐等多个维度。其高质量发展不仅是应对人口老龄化挑战的必然要求，更是实现未富先老向老富协同转型的重要抓手。当前，我国银发消费呈现市场规模快速扩张、消费结构从生存型向品质型升级的趋势。2024年银发经济规模约7万亿元，2035年有望增至30万亿元[6]，但供给端仍存在适老化设计不足、服务标准缺失、数字鸿沟扩大等问题。银发电商的高质量发展，亟需以技术创新驱动，通过优化适老化界面、完善支付安全机制、深化数据分析等手段，精准匹配老年群体多元化需求。此外，其发展可有效激活超大规模市场红利，推动养老、医疗、文旅等多业态融合，既提升老年人生活品质，又形成新的经济增长极。在政策支持与技术革新的双重推动下，发展包容性更强、体验更优的银发电商，成为实现积极老龄化与经济高质量发展的关键路径。

## 2. 银发电商的发展现状

近年来，在政策引导、技术赋能与市场需求的三重驱动下，我国银发电商已取得初步发展。政策层面，顶层设计持续完善，为行业规范化发展奠定制度基础；市场层面，银发网民规模快速增长，消费潜力加速释放，推动电商平台积极布局适老化改造与场景创新；业态层面，直播电商、即时零售、健康服务等新模式不断涌现，呈现出多元化、融合化的发展特征。以下将从政策体系、市场态势与创新业态三个方面，具体分析银发电商的发展现状。

### 2.1. 政策支持体系日臻完善

目前，我国已构建起多层次政策支持体系，为银发电商发展创造了有利政策环境。在国家战略层面，《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》明确提出扩大适老化产品和服务供给的要求。2024年，国务院办公厅发布《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，首次从国家层面系统部署银发经济发展路径，强调通过数字化手段提升养老服务效能。同年国家发展改革委等五部门出台《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》，专项部署“培育健康养老托育消费新场景”，提出开设老年专区、加快消费场所适老化改造等具体措施。这些政策共同构成了顶层设计框架，为银发电商发展提供了制度保障。

在理论层面，商务部国际贸易经济合作研究院于2024年发布《银发电商发展报告》，首次明确定义并系统阐述银发电商的六大核心观点：一是银发电商不是垂类电商而是系统性变革；二是多元业态迸发新活力；三是以数字技术赋能产业链；四是老年人融入数字社会的便捷入口；五是需要防范“坑老”风险；六是为全球老龄化提供中国方案。该报告的发布标志着我国银发电商发展进入规范化、专业化新阶段。

### 2.2. 市场发展态势持续向好

银发网民规模的快速增长为银发电商奠定了用户基础。第56次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2025年6月，60岁及以上银发网民规模达1.61亿人，我国老年群体互联网普及率达52.0%。这一群体展现出可观的消费潜力，京东数据显示：从2021年到2023年，京东适老扶手销量突破70万件；2023年，京东十大适老化商品品类突破30万个；十大适老品类同业商家已经有1.5万个在京东线上开店。2024年“双十一”期间，银发群体更展现出强大的网络适应能力和消费能力，成为电商平台的新增长点。

银发电商市场呈现需求分层化、场景多元化的特征。从消费结构看，60~69岁年龄段作为低龄老年人群体，其消费需求正从基本生存型向享受型转变，在保健药物、旅游、健身、美妆等领域展现出强劲购买力。而70岁以上高龄老人则更关注健康医疗、生活照料等基础服务。从消费场景看，老年消费已从单纯的物质消费扩展至文化娱乐、社交互动、终身学习等精神层面，呈现出与年轻消费群体融合的趋势。这种消费升级态势推动电商平台深入研究老年群体在社交、休闲、娱乐、出游等多方面的精神文化需求，深挖细分领域，推动线上线下结合的消费场景创新。

### 2.3. 电商创新业态蓬勃发展

银发电商生态呈现多元化、融合化发展趋势，形成涵盖多领域的创新业态，见表1银发电商多元业态。

**直播电商：**通过完成适老化改造的直播界面和操作流程，降低老年人参与门槛。抖音、快手等平台推出长辈模式，通过增大字体图标、简化操作流程，适应老年人使用习惯，其中老年主播群体逐步成为连接银发消费者与平台的重要纽带。

**即时零售与生活服务电商：**满足老年人对便捷生活的需求。国务院办公厅《意见》明确提出“引导

外卖平台、物流企业参与老年助餐配送”，鼓励零售服务商“提供生活用品代购、家政预约、代收代缴、挂号取药等服务”。美团、饿了么等平台已开始布局“一刻钟社区养老生活圈”，提供即时送药、上门助浴等服务。

银发农村电商：依托县域商业体系与数字乡村建设，聚焦农产品上行与工业品下行的双向流通。商务部推动的“县域商业体系建设”鼓励电商平台与村级服务站(如邮政、供销社网点)深度融合，为农村老人提供农产品在线销售渠道和便民代购服务。同时社区团购等模式通过“农村团长”纽带，以熟人社交降低使用门槛，满足其购物与生活需求。

智慧健康服务电商：结合互联网科技和智能化技术，为银发人群提供智能化健康服务。智能化家庭医疗平台、健康监测设备等，既方便又省心地呵护银发人群的健康。电商平台通过大数据分析技术和人工智能技术，精准把握银发人群的消费喜好和购买意向，提供更符合需求的产品和服务。

跨境电商：中国电商平台积极引入国际适老产品，如进博会上丰田展示的“福祉车”、纽仕兰中老年配方奶粉等，同时推动中国适老产品和服务“走出去”，为全球老龄化问题提供中国解决方案。

**Table 1.** Diverse business models in silver-haired e-commerce  
**表 1.** 银发电商多元业态

业态类型	代表平台/企业	创新特征	满足需求
银发直播电商	抖音(长辈模式)、淘宝直播	界面适老、操作简化、银发主播培育	社交娱乐、产品认知、精神满足
银发即时零售	美团买菜、京东到家	社区嵌入、快速配送、代购服务	日常生活便利、紧急需求响应
银发农村电商	社区团购，邮政、供销社等 网点	普惠性、基层服务整合、双向流通	生活便利、社会融入、健康保障， 价值实现
智慧健康养老	金养通、平安好医生	远程医疗、健康监测、智能预警	健康管理、医疗资源获取、安全保障
银发跨境电商	天猫国际、进博会平台	国际适老产品引进、中国方案输出	高品质产品获取、全球养老资源共享

3. 银发电商高质量发展的挑战

尽管银发电商已取得初步发展,但仍面临诸多挑战。这些挑战既源于银发群体自身的数字素养局限，也涉及产业链协同、区域均衡、政策标准等系统性矛盾。若不能有效破解，将制约银发电商潜力的充分释放，甚至加剧银发群体的数字排斥与消费风险。当前，数字鸿沟导致的接入、能力与认知障碍，供需错配引发的产品与服务短板，城乡区域发展失衡带来的市场分化，以及政策标准滞后造成的监管盲区，共同形成银发电商高质量发展的关键瓶颈。

3.1. 数字鸿沟加剧，老年人数字素养不足

银发网民规模持续扩大，数字鸿沟问题成为制约银发电商发展的首要障碍。研究表明，高龄、低教育水平的老年群体在互联网使用能力和信息辨识能力方面存在明显不足。具体表现在三个层面：

第一，接入鸿沟。部分老年人因缺乏网络接入条件或智能设备而被排除在数字消费之外。边远地区和农村地区的老年群体尤为突出，形成地域性接入鸿沟。

第二，能力鸿沟。老年群体普遍对复杂操作流程的适应能力较弱。尽管主流平台已推出长辈模式，但多数改造仅停留在字体放大、图标简化等表层，在支付流程、客服系统、售后环节等关键节点仍存在操作复杂、提示不清等问题。

第三，认知鸿沟。随着年龄的增长，老年群体普遍面临认知功能衰退[7]与信息甄别能力减弱的问题，容易成为网络诈骗、谣言传播的受害者。《银发电商发展报告》明确指出，电商在“助老”的同时也有可



能“坑老”。2024年消费者权益保护报告显示，老年网购群体频繁遭遇虚假宣传和诱导消费，直播带货中的误导性消费问题尤为突出。

银发群体数字技能普及仍处于较低水平。中国互联网络信息中心《互联网助力数字消费发展蓝皮书》指出，60岁及以上银发网民中，69.8%具备网络购物能力[8]，但对支付安全、退货流程等复杂操作的掌握不足，直接限制了银发电商的发展深度，导致老年消费者在交易过程中频繁遭遇操作障碍。

### 3.2. 供需结构错配，产业链生态协同薄弱

银发电商产品供给与老年需求存在显著错配。全球老年用品有6万多种，其中日本有4万多种，中国现仅有2000多种，差距甚大，且智能化、适老化产品占比较低[9]。老年人群对健康监测设备、康复辅助器具的需求庞大，但市场供给仍以传统保健品、低附加值商品为主，供需结构性失衡导致老年消费者难以获得精准匹配的产品，制约消费升级。

银发电商应链接制造企业、服务平台、医疗机构、养老机构、居民社区等多方资源，但当前各主体间存在信息孤岛和协作壁垒。电商平台与上游制造企业缺乏深度协同，导致产品研发与市场需求脱节；服务平台与线下机构对接不畅，制约“线上订购+线下服务”模式落地。服务供给碎片化与标准化缺失加剧供需矛盾。银发电商在助餐、护理、家政等领域的服务能力严重不足，且服务质量参差不齐。老年人找不到、买不起、信不过服务，反映出行业缺乏统一服务标准与监管机制。

供需错配、服务碎片化和产业链协同薄弱导致银发电商可持续发展能力受损。产品适老化程度不足导致老年群体消费体验不佳，服务供给分散则加剧资源浪费与信任危机。若无法通过技术创新、资源整合与产业链协同实现供给升级，银发电商将面临用户流失与市场萎缩的双重风险。

### 3.3. 区域发展失衡，城乡银发电商差距扩大

城乡银发电商发展差距持续扩大。第五次中国城乡老年人生活状况抽样调查基本数据公报显示，2021年城镇老龄人口年人均日常生活支出达14,908.5元，而农村仅为6733.9元，城乡消费能力差距超2倍。这直接影响了银发电商市场在城乡区域的发展规模与成熟度。整体来看，农村地区银发电商的普及程度和市场渗透水平远低于城市，其商业生态尚未完全激活。

农村地区存在明显的硬件与软件短板。在硬件方面，部分农村及偏远地区的数字基础设施，如网络覆盖与质量，相对滞后于城市地区，制约电商服务的高效下沉。在软件方面，农村老年群体普遍面临数字技能匮乏的挑战。《城乡老年数字素养差异调研报告》显示，近三成受访乡村老人“怕”使用智能手机，超四成受访乡村老人还不会用手机支付，66%的乡村老人更愿意使用现金支付。农村老年群体对智能手机、移动支付等现代数字工具的接受度和使用能力相对较弱，进一步加剧了城乡间银发电商发展差距。

银发电商以普惠性为目标，追求实现全域覆盖，必须重视农村与欠发达地区的适老化改造，避免陷入“服务城市、忽略乡村”的发展误区，开拓广阔的下沉市场，均衡释放老龄化红利。银发电商亟需突破区域限制，探索低成本、易复制的适老化解决方案，否则将错失下沉市场增量空间。

### 3.4. 政策标准滞后，服务规范与监管缺位

银发电商政策体系尚未健全。2024年国务院出台《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，但配套实施方案仍不完善。2024年《银发电商发展报告》指出，当前行业缺乏统一的适老化产品认证标准、服务规范及数据安全监管框架，导致产品质量参差不齐，消费者维权难度大。

行业监管缺位与创新边界模糊引发风险。部分不法商家通过“免费健康讲座”“专家义诊”“直播领福利”等形式精准“围猎”老年群体，将其引流至私域直播间实施虚假营销，侵害老年人合法权益。同时AI技术在老年用户画像、精准营销中的应用缺乏伦理规范，引发数据滥用与算法歧视问题。

标准滞后、规范缺失和监管缺位威胁银发电商健康发展。若不能及时建立适老化标准体系、严格的服务规范与风险防控机制，行业将面临野蛮生长和系统性风险并存的困境。政策制定需平衡创新活力与风险管控，推动银发电商从规模扩张向规范治理转型，避免蹈入先发展后治理的陷阱。

## 4. 银发电商高质量发展的对策

银发电商作为应对人口老龄化的重要抓手，其发展不仅关乎老年群体的福祉提升，更是推动经济结构转型与社会包容性增长的关键领域。当前，银发电商在政策支持、技术赋能与市场潜力等方面已具备良好基础，但仍面临数字鸿沟、供需错配、监管滞后等系统性挑战。为实现银发电商的高质量发展，需从理念革新、资源整合、标准建设、技术创新等多维度协同发力，构建以老年人为中心的数字化服务体系，推动银发经济与数字经济深度融合。

### 4.1. 提高数字认知，深化数实融合

一是强化政策引导。明确银发电商在国家战略中的定位，通过政策文件、白皮书等系统阐述其在激活银发消费、优化养老资源配置中的核心作用。鼓励地方政府结合本地实际制定专项规划，将银发电商纳入智慧城市建设与老龄事业发展规划，推动形成“政府引导、企业主导、社会参与”的发展格局。通过主流媒体、社区宣传、行业论坛等渠道，广泛传播银发电商的典型案例与创新模式，提升社会各界对其价值的认知与认同。

二是开展数字培训。针对老年群体的差异化需求，设计“阶梯式”培训体系。在社区层面，联合老年大学、公益组织等开展“数字助老”活动，通过“一对一”教学、情景模拟等方式，帮助老年人掌握基础数字操作技能；在企业层面，推动电商平台建立适老化客服团队，提供语音导购、图文指引等辅助服务；在机构层面，支持高校与职业院校开设银发电商相关课程，培养兼具数字素养与适老化服务能力的专业人才。

三是推动数实融合。鼓励养老、医疗、旅游等传统行业加快数字化改造，探索“互联网 + 健康监测”“互联网 + 居家养老”等创新业态。例如，通过物联网设备实时采集老年人健康数据，联动医疗机构提供远程诊疗；利用虚拟现实技术打造沉浸式老年旅游体验，拓展银发消费场景。同时支持智能家居、智能穿戴等适老化产品的研发与应用，将数字技术嵌入老年人的日常生活，实现从“被动适应”到“主动参与”的转变。

### 4.2. 丰富产品供给，激发市场活力

一是推动适老化产品创新。鼓励企业研发符合老年群体生理特点与消费习惯的商品，如低门槛的智能终端、语音交互设备、可穿戴健康监测仪等。支持传统制造业向智造转型，通过柔性生产线定制个性化产品，如按需生产的助行器、防滑鞋等。在服务端，开发“云养老”平台，提供远程陪护、在线文娱、社交互动等服务，满足老年人精神文化需求。

二是大力培育银发经济品牌。支持龙头企业通过并购、联盟等方式扩大规模，打造具有国际影响力的银发品牌。推动本土企业与国际品牌合作，引进先进适老化技术与设计理念，同时输出中国方案，如中医养生产品、智能养老设备等。建设银发经济产业园，集聚研发、制造、服务等环节资源，形成从“防、治、康、养”全链条的产业生态，提升整体竞争力。

三是提升银发用户消费体验。鼓励电商平台设立“银发消费节”，通过专属优惠、直播带货等形式吸引老年群体参与。开发适老化界面，如增大字体、简化导航路径、增加语音助手功能，降低使用门槛。同时，探索“无感支付”模式，如通过人脸识别、指纹验证等技术实现快速结算，减少操作复杂度。此

外，推动线下实体店与线上平台联动，如在超市、药店等场所设置自助终端，提供扫码购物、预约取货等服务，实现“最后一公里”便利化。

### 4.3. 优化资源配置，打造集成平台

一是整合跨部门资源，提升服务协同效率。依托大数据与人工智能技术，建立统一的银发电商资源管理平台，实现养老服务、医疗保障、社区服务等数据的互联互通。通过整合医保、社保、民政等部门的数据，精准识别老年人的健康状况与服务需求；利用区块链技术确保数据安全与透明，打破信息孤岛。同时推动建立跨部门协作机制，明确各主体职责分工，形成“政府统筹、平台运营、机构协同”的服务网络。

二是推进智慧养老，加快基础设施建设。加快社区养老服务设施的数字化升级，如在公共厕所、商超、景区等场所增设无障碍设施与智能导览系统，扩大老年人的活动半径。支持智慧养老院建设示范项目，通过智能床垫、跌倒监测器等设备实时监测老年人生活状态，结合 AI 算法预警潜在风险。探索“家庭-社区-机构”三级联动模式，鼓励企业与社区合作，提供上门助浴、助餐、助医等服务，满足老年人“原居安老”的需求。

三是打造多功能、集成化银发服务平台。开发集健康管理、生活服务、文化娱乐于一体的银发电商终端，例如通过智能终端设备提供健康体检、在线问诊、紧急呼叫等功能；在电商平台设立“银发专区”，聚合适老化商品与服务，优化搜索推荐算法，简化支付流程与退货机制。推动“线上+线下”融合服务，如通过 APP 预约家政服务、社区活动，或在线选购适老化产品后由物流配送至指定点位，实现服务的便捷化与个性化。

### 4.4. 深化科技驱动，释放创新潜能

一是推动“产学研医养”协同创新。支持高校、科研机构与企业共建银发经济联合实验室，聚焦健康监测、智能护理、远程医疗等关键技术攻关。例如，开发基于 AI 的跌倒检测算法、可穿戴设备与电子病历系统的数据互通技术等。同时鼓励医疗机构与电商平台合作，探索“互联网+慢病管理”模式，实现健康数据的实时监测与干预。

二是强化数据赋能。建立银发经济数据共享平台，推动医疗、社保、消费等数据的合规利用。通过分析老年人的购药记录与健康数据，为保险公司设计个性化养老险产品；利用消费行为数据优化供应链布局，精准匹配区域需求。探索数据资产化路径，如通过数据交易市场为企业提供洞察服务，激发数据价值。

三是加大资金支持。设立银发经济专项基金，对适老化产品研发、数字平台建设、创新项目孵化等给予资金补贴。优化税收政策，如对销售适老化产品的企业减免增值税，对参与银发电商建设的物流企业给予运费补贴。此外鼓励社会资本设立银发经济产业基金，通过股权投资、风险投资等方式支持初创企业发展，形成“政策引导+市场驱动”的良性循环。

### 4.5. 注重人文包容，推动服务下沉

一是注重人文关怀。以“老有所依”为核心理念打造适老服务体系，通过科技赋能与人文关怀深度融合，构建有温度的银发电商生态。在需求洞察上，建立“数据画像+情感账户”双轨识别机制，既运用 AI 算法分析消费记录、健康数据等显性需求，也通过智能设备监测老年人情绪波动、行为习惯等隐性特征。

二是构建包容环境。在商业设施中增设适老化标识与指引，如在商场、医院等场所设置“银发服务专柜”，提供人工引导与操作协助。鼓励商家采用“无现金+现金”双轨制支付方式，避免因支付方式



单一导致的消费障碍。通过公益宣传与案例警示,提升老年人对网络诈骗的防范意识,如识别虚假促销、警惕诱导投资等,保障其消费安全。

三是推动服务下沉。针对农村及偏远地区,探索“中心站点+流动服务”模式,如在乡镇设立银发电商服务中心,定期组织志愿者开展代购、维修等服务;利用无人机、冷链运输等技术解决偏远地区物流难题,确保适老化商品与服务的可及性。同时通过公益补贴、价格调控等手段降低服务成本,让更多老年群体享受数字化红利。

#### 4.6. 完善标准体系,强化市场监管

一是加快行业标准与技术规范制定。针对银发电商的特殊性,建立涵盖产品设计、服务流程、数据安全等领域的标准体系。在适老化产品方面,明确界面设计、操作逻辑、语音交互等技术要求;在健康监测设备领域,规范数据采集频率、传输协议与隐私保护机制。推动行业协会牵头制定服务标准,如直播带货的诚信规范、跨境商品的准入要求等,确保市场有序竞争。

二是健全市场监管与信用评价机制。建立涉老企业的信用档案,对产品质量、服务响应、用户评价等进行动态评估,并通过公开平台向消费者公示。对诚信企业给予税收优惠、融资支持等激励,对失信企业实施联合惩戒,限制其参与政府采购或金融活动。强化对虚假宣传、诱导消费等行为的打击力度,完善消费者投诉处理机制,设立专门的银发电商维权窗口,降低老年群体维权成本。

三是构建数据共享与隐私保护框架。在保障老年人隐私的前提下,推动政务数据与企业数据的有序共享。通过授权运营模式,允许医疗机构调用电商平台的健康数据以提供个性化服务,或支持社区利用消费数据优化助餐、助浴等资源配置。建立数据安全防护体系,采用加密传输、访问控制等技术手段,防止数据泄露与滥用。鼓励企业通过技术手段(如匿名化处理)平衡数据利用与隐私保护,增强用户信任感。

### 5. 结论

人口老龄化是贯穿我国未来发展的基本国情,而银发电商作为数字经济与银发经济深度融合的关键载体,在激活银发消费市场、优化养老服务供给、推动产业转型升级方面展现出巨大潜力。当前,在政策支持、技术进步与市场规模等多重利好下,银发电商已进入快速发展阶段。然而,本文分析表明,其高质量发展仍面临数字鸿沟、供需错配、区域失衡与政策滞后等系统性挑战,制约了潜在红利的充分释放。

老龄化背景下推动银发电商迈向高质量发展,需构建一个多维度、系统化的解决方案。首先,在战略层面,必须坚持“以老年人中心”的发展理念,统筹技术效率与人文关怀,确保数字红利普惠共享。其次,在实施路径上,着力打好“组合拳”:一是强化科技创新驱动,通过人工智能、大数据等技术深化应用,提升服务的适老性与精准性;二是完善制度标准框架,加快建立覆盖产品、服务、数据安全与市场监管的规范体系,引导行业有序发展;三是促进产业生态融合,打通“产学研医养”壁垒,推动线上线下资源整合,培育协同共生的银发产业集群。

综上所述,银发电商的高质量发展,不仅是应对人口老龄化的经济命题,更是关乎社会包容与代际和谐的治理命题。通过技术与制度共同驱动,有效弥合数字鸿沟、优化供给结构、促进区域协调,将“未富先老”的挑战转化为“老富协同”的机遇,为经济高质量发展与社会共同富裕注入持续动力。

### 参考文献

- [1] 原新,金牛.积极应对人口老龄化国家战略的时代背景与价值意蕴[J].老龄科学研究,2021,9(1):1-9.
- [2] 乐昕.老龄社会治理的三维论析[J].云南社会科学,2020(3):122-127.
- [3] 国家统计局.2024年经济运行稳中有进主要发展目标顺利实现[EB/OL].2025-01-17.



- 
- [https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202501/t20250117\\_1958332.html](https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202501/t20250117_1958332.html), 2025-03-03.
- [4] 中华人民共和国国务院公报. 中共中央国务院关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定[EB/OL]. 2021-06-26. [https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content\\_5629598.htm](https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5629598.htm), 2025-04-04.
- [5] QuestMobile 2024 银发人群洞察报告: 3.29 亿银发用户每月人花 129 小时上网, 短视频总时长占比超 35%![EB/OL]. <https://mp.weixin.qq.com/s/whiMvsXqcDFglkPP8koNNg>, 2024-11-26.
- [6] 宝晓辉. 银发经济下的个人养老基金市场[J]. 中国金融, 2024(9): 48-49.
- [7] 蔡治东, 娄淑杰, 陈爱国, 等. 体育锻炼延缓老年人认知衰退量效关系的专家共识[J]. 上海体育学院学报, 2021, 45(1): 51-65, 77.
- [8] 中国互联网络信息中心. 互联网助力数字消费发展蓝皮书[EB/OL]. <https://www.cnnic.cn/n4/2024/0628/c208-11030.html>, 2024-06-28.
- [9] 中国老龄协会. 需求侧视角下老年人消费及需求意愿研究报告[J]. 中国社会保障, 2019(5): 10-11.