

乡村振兴背景下直播电商驱动农村“银发经济”发展路径研究

杨 柳

贵州大学马克思主义学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年11月12日; 录用日期: 2025年11月25日; 发布日期: 2025年12月23日

摘要

在乡村振兴战略全面实施与人口老龄化程度持续加深的双重变迁下, 农村“银发经济”作为一片潜力巨大的蓝海市场, 其发展急需新引擎的驱动。直播电商作为一种新兴的商业模式, 其技术具有普惠性、场景沉浸感和强互动性等功能, 为激活农村老年群体经济活力、拓展农村老年产业市场、促进农村老年群体融入社会提供了全新路径。本文旨在系统梳理直播电商与农村“银发经济”的内在关联, 深入剖析直播电商驱动农村“银发经济”发展的内在逻辑与价值, 并直面当前面临的主体能力不足、产业生态薄弱、制度保障缺位等现实挑战。最终, 从激发“银发活力”、优化“银发环境”、强化“银发保障”三个维度, 提出直播电商驱动农村“银发经济”高质量发展的可行路径, 以期为乡村振兴战略的深入实施和积极应对人口老龄化提供理论参考与实践启示。

关键词

乡村振兴, 直播电商, 银发经济, 农村老年群体

Research on the Development Path of Rural “Silver Economy” Driven by Live-Steaming E-Commerce in the Background of Rural Revitalization

Liu Yang

School of Marxism, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 12, 2025; accepted: November 25, 2025; published: December 23, 2025

Abstract

Under the dual changes of the full implementation of the rural revitalization strategy and the continuous deepening of the aging of the population, the rural “silver economy” is a blue ocean market with huge potential, and its development urgently needs the drive of a new engine. As an emerging business model, live-streaming e-commerce has functions such as inclusiveness of technology, immersive scenes, and strong interactivity, providing a new path to activate the economic vitality of the rural elderly population, expand the rural elderly industry market, and promote the integration of the rural elderly population into society. This paper aims to systematically sort out the internal relationship between live-streaming e-commerce and the rural “silver economy”, deeply analyze the internal logic and value of live-streaming e-commerce driving the development of the rural “silver economy”, and face up to the current practical challenges such as insufficient subject ability, weak industrial ecology, and lack of institutional guarantee. Finally, from the three dimensions of stimulating “silver vitality”, optimizing the “silver environment”, and strengthening “silver guarantee”, feasible paths for live-streaming e-commerce to drive the high-quality development of the rural “silver economy” are proposed, with a view to providing theoretical reference and practical inspiration for the in-depth implementation of the rural revitalization strategy and the active response to population aging.

Keywords

Rural Revitalization, Live-Steaming E-Commerce, Sliver Economy, Rural Elderly Groups

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，中国正经历着两个深刻的社会变迁：一是乡村振兴战略作为国家重大战略部署，旨在从根本上解决农业农村农民问题，推动城乡协调发展；二是人口老龄化进程加速，老年人口规模持续扩大，其中农村地区的老龄化程度和速度均高于城镇，“未富先老”“未备先老”的特征更为凸显[1]。根据第七次全国人口普查数据，我国农村 60 岁及以上老年人口占农村总人口的比例为 23.81%。这一比例比城镇高出 7.99 个百分点，这一数据进一步凸显了老龄化问题的严峻性[2]。在此背景下，如何将乡村振兴与积极应对人口老龄化有机结合，挖掘农村老年人口红利，培育乡村发展新动能，成为一个极具现实意义的重要课题。“银发经济”是为满足老年群体特殊需求而产生的经济活动的总和，涵盖产品、服务、医疗、文化、娱乐等多个领域。长期以来，农村“银发经济”处于被忽视的状态，市场供给不足、消费潜力未被有效激发。与此同时，直播电商作为数字经济的典型代表，以其直观、互动、低门槛的特性，迅速渗透到广大农村地区，不仅重塑了农产品上行渠道，也为乡村产业振兴注入了强劲动力[3]。从理论对话视角来看，本研究可与数字经济、老年社会学、农村发展等领域的核心理论形成深度呼应。数字经济的技术接受模型(TAM)可结合老年社会学的 SOC 理论分析农村老年人技术采纳行为，老年人会优先选择高频刚需数字功能，通过操作惯性优化使用体验，还借助代际、社区支持补偿能力不足，且加入“技术支持”变量能提升 TAM 解释力；数字鸿沟理论与代际关系理论对应，数字反哺从接入、技能、素养层面缩小鸿沟，助力农村老年人身份转变；老年社会学的社会资本理论与农村发展的社区治理理论对接，农村血缘、

非血缘支持网络为数字技能培训提供载体,活动理论则推动老年人参与数字活动,实现农村生计资本增值。数字经济的创新扩散理论需适配农村老年群体特征创新渠道与产品,TAM模型要调整变量权重,以契合农村公共服务理论,这些理论对话为数字乡村建设和积极应对老龄化提供了理论支撑与实践方向。因此,把直播电商带到农村的银发人群中间,探索走出一条两者结合的新路子,不仅能够有效激活农村老年群体的消费市场与生产潜能,助力其增收致富、提升生活质量,更能为乡村振兴开辟新的产业空间,实现经济效应与社会效应的统一。本研究正是立足于这一交叉领域,探讨直播电商如何成为驱动农村“银发经济”发展的新引擎,具有重要的理论价值与实践意义。

2. 直播电商与农村“银发经济”概述

2.1. 直播电商的发展特征与农村渗透

近年来,直播电商行业呈现出爆发式增长态势,其独特的发展特征使其在农村地区的渗透速度不断加快[4]。在交互模式上,直播电商的实时互动性突破了传统电商的时空局限。主播与消费者可通过即时沟通机制完成产品信息传递、疑问解答,甚至根据消费者需求现场演示产品使用效果。这种沉浸式体验模式显著增强了消费者的信任感知,进而提升其购买决策的转化率。营销维度方面,直播电商具备场景化营销的独特能力。通过还原产品生产、使用等真实场景,消费者得以更直观地感知产品价值。农村主播在田间地头实时直播农产品采摘过程,既展现了农产品的自然生长环境,又通过可视化手段传递了产品的鲜度与原生态特质,形成差异化竞争优势。这种营销方式突破了传统电商的图片文字展示局限,构建起更具说服力的消费场景。

在农村渗透方面,随着国家“数字乡村”建设的推进,农村网络基础设施不断完善,截至2024年初,我国农村地区互联网普及率已超过60%,为直播电商在农村的发展奠定了坚实的网络基础[5]。一方面,直播电商为农村特色农产品上行提供了新渠道,以往受限于地理区位、交通物流等因素,许多优质农村农产品“藏在深闺人未识”,而“农村电商是乡村振兴推动农业发展转型升级的重要抓手,是实现乡村振兴的重要途径”[6]。借助直播平台,农村主播得以直面全国消费者,将本地粮食、果蔬、手工艺品等推向更广阔市场,有效缓解了农产品销售难、价格低等现实困境。另一方面,直播电商也在悄然改变农村居民的消费行为,越来越多的老年人开始通过直播选购日用品、保健品等,其便捷性与价格优势使其逐渐成为农村消费结构中不可忽视的一部分。

2.2. 农村“银发经济”的核心内涵与群体特征

2.2.1. 核心内涵

立足农村资源禀赋,衔接老龄化趋势与乡村振兴,实现老年群体福利提升与农村经济发展的双赢。

在需求侧方面,涵盖农村老年人的养老保障、医疗健康、日常消费、精神文化等各类生活需求,以及适老化的生产生活服务需求。

在供给侧方面,既包括满足上述需求的产业供给,也包括农村低龄健康老人参与农业生产、乡村服务等形成的劳动力供给,是“需求拉动+供给赋能”的双重经济形态。

2.2.2. 群体特征

消费特征:农村老年人普遍表现出务实、节俭的倾向,优先满足基本生活与医疗需求,对高性价比、贴近农村实际场景的产品和服务有较强需求,精神文化层面的消费意愿虽逐步增强,但有效供给仍显不足。

能力特征:农村低龄老年人比例不低,多数仍具备一定的农业劳动能力或手工艺技能,部分还拥有乡村治理经验或传统技艺资源,具备参与适宜劳动的主观意愿。

结构特征：居住分散且以居家养老为主，空巢、独居老人比例较高，健康状况呈现“健康与慢病并存”特点，对家庭照护和社区互助服务依赖度高。

认知特征：受教育水平整体偏低，信息获取渠道相对单一，对智能产品和新型服务的接受度较慢，但信任熟人社会推荐，消费决策偏谨慎。

2.3. 乡村振兴战略下“银发经济”的电商新机遇

乡村振兴战略的“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”总要求，为农村“银发经济”的发展创造了前所未有的机遇。产业兴旺要求挖掘乡村多元价值，老年群体掌握的传统技艺和特色农产品正是宝贵资源；生态宜居和乡风文明强调构建和谐社区，为发展老年康养、老年文化娱乐产业提供了土壤；生活富裕则直接指向提升包括老年人在内的所有农民的收入水平和生活质量。因此，发展农村“银发经济”不再是应对老龄化的被动之举，而是主动融入乡村振兴大局、实现乡村可持续发展的战略选择。

3. 直播电商驱动农村“银发经济”发展的内在逻辑

3.1. 技术赋能：激发老年群体经济潜能

3.1.1. 数字工具普及与技能提升

随着直播平台操作流程的不断简化，这一“新型生产工具”通过适老化设计(如语音交互、界面简化)以及“传帮带”式培训，推出“老年模式”“大字版”等功能，显著降低了使用门槛。政府、企业与社会组织等多方协作，开展针对农村老年人的智能手机操作、直播观看、视频拍摄与剪辑等数字技能培训，助力其跨越数字鸿沟，成为数字经济的参与者和受益者。

3.1.2. 低门槛创业与灵活性就业

与传统实体创业相比，直播电商创业无需大量固定资产投入。农村老年人可以利用自家院落、农田作为直播间，将自产的农特产品、手工艺品、或当地的风景民俗通过直播进行展示和销售。这种“家门口”的创业模式，为农村老年人提供了灵活就业、增加收入的新渠道，有效激活了其“人口红利”。他们可以从传统的农产品生产者，转变为线上主播、客服或合作社的股东，实现从“被赡养者”到“价值创造者”的身份转变，解放了其潜在的经济潜能。

3.2. 市场拓展：拓宽老年消费与产业边界

3.2.1. 老年产品与服务线上转型

直播电商也为面向农村老年人的功能性食品、适老服装、辅助器械、康养服务等提供了高效的线上展示与销售渠道。借助精准的内容推送，过去被抑制的老年消费需求得以有效激发。此外，直播电商打破了地域限制，将原本局限于本地的小众市场对接至全国乃至全球，不仅提升了如有机杂粮、手工艺品、康养旅游等农村老年相关产品的销量与附加值，也催生了线上健康咨询、远程陪伴、乡土文化讲解等新兴服务形态。

3.2.2. 产业链延伸与价值提升

直播电商的价值不仅体现在销售端。农村老年人可作为乡村文化的“代言人”，通过直播展示传统农耕、地方戏曲、乡土美食等文化内容，将文化资源转化为旅游吸引力，推动乡村文旅融合。例如，“康养+旅游+直播”模式可吸引城市老年人赴农村进行中长期旅居，形成“线上引流、线下体验”的闭环，有效延伸产业链、放大经济价值。

3.3. 社会融合：增强老年群体社会参与感

3.3.1. 跨越年龄鸿沟与重塑社会角色

通过参与直播电商，农村老年人从被赡养者、社会边缘群体转变为积极的生产者与文化传播者，成为网络空间中的“活跃节点”。他们在直播间分享人生阅历、传授技艺经验，获得年轻观众的关注与认同，不仅提升了自我价值感与社会融入度，也缓解了因年龄造成的社会隔离。这一过程促进了代际之间的沟通与理解，年轻一代通过直播加深了对传统农耕文化与乡土智慧的认识，助力传统文化的活态传承，实现了社会效益与文化效益的统一。

3.3.2. 促进代际协作与文化传承

直播间的互动评论区成为了代际交流的新场域。年轻一代通过观看老年主播的直播，增进了对传统农业、乡村文化的了解和情感联结。同时，老年人在直播中传授的传统手工艺、地方戏曲等非物质文化遗产，也借助数字技术得到了有效的记录、传播和传承，实现了“活态”保护。

4. 直播电商驱动农村“银发经济”发展的现实挑战

4.1. 主体能力不足

4.1.1. 接受技术障碍与学习成本高

尽管平台在适老化方面有所改进，但农村老年人在记忆力、学习能力及新技术接受度方面仍存在客观障碍。对网络诈骗的担忧、对复杂操作流程的畏难情绪，成为其深度参与的主要阻碍。数字素养与创业韧性不足也制约其进一步发展：农村老年人普遍面临“数字鸿沟”，对智能设备操作不熟、对网络交易信任度低，同时缺乏市场分析、品牌运营与持续创新能力，抗风险能力弱，易在市场竞争中退出。

4.1.2. 运营能力与抗风险能力弱

许多老年主播可能凭借一时热度获得关注，但缺乏内容策划、粉丝维护、品牌打造、物流管理和抗市场风险的能力，导致直播活动难以持续，创业韧性不足。

4.2. 产业生态薄弱

4.2.1. 产品同质化严重与品牌建设滞后

当前农村直播电商还是多以初级农产品为主，同质化竞争激烈。面向老年群体的深加工产品、文创产品及康养服务领域的开发不足，缺乏具有地域特色和核心竞争力的品牌，容易导致产品陷入低价竞争。产业链协同发展与品牌建设滞后，产品开发大多为零散自发状态，缺乏统一标准与系统规划，上下游未形成高效闭环，产品同质化严重与品牌建设滞后制约规模效应的发展，同时也削弱整体竞争力的提升。

4.2.2. 产业链资源整合不足

从产品开发、包装设计、质量把控，到冷链物流、售后服务，农村地区尤其是面向“银发经济”的产业链条尚不完善。小农户与现代化大市场之间的有效对接机制仍未完全畅通。

4.3. 政策保障缺位

4.3.1. 基础服务设施覆盖不均衡

部分农村地区网络信号不稳、网速较慢，物流问题依然突出，直接影响直播电商的用户体验与运营效率。政策支持与服务体系建设亦不完善，网络、物流等基础设施覆盖不均增加了运营成本。专门支持老年群体参与直播电商的扶持政策、金融服务与法律保障尚有缺失，现有养老保障体系与电商创业之间衔接不足，老年人创业存在后顾之忧。

4.3.2. 养老保障与电商政策有效衔接不足

现有的养老保障政策更多侧重于基本生活与医疗服务，对老年人社会参与、老有所为的支持力度不够。针对老年群体创业的专项贷款、风险保障、税收优惠等政策尚属空白，电商扶持政策也较少考虑到老年创业者的特殊需求。

5. 直播电商驱动农村“银发经济”高质量发展的路径探索

5.1. 激发“银发活力”：提升主体数字能力与创业素养

5.1.1. 开展适老化数字技能培训

联合平台、高校、社会组织，开发浅显易懂的培训课程，采用“一对一”帮扶模式，子女助教、邻里互助等多种形式，重点教授安全支付、防诈骗知识、直播基本技能等。重点教授直播技能、网络安全和电商运营知识。整合县级职教中心、老年大学、社区服务中心等资源，联合平台企业，开发通俗易懂、步骤简明的培训课程。浙江省为助力银发经济高质量发展打造“15分钟老年教育学习圈”，2022年以来，浙江以“优质高效、普惠共享”理念，整合全省老年教育资源，打造“15分钟老年教育学习圈”，让老年人接受更多、更好、更便捷的教育服务，实现“好上学”到“上好学”的转变。组建全省老年教育联盟，按照“试点-推广-提质-推进”四个阶段抓整合；加强县以下老年教育资源整合，推动基层老年教育“新校落成”“老校提升”；打造“十五分钟老年教育学习圈”；打造线上学习平台-浙江“云上老年大学”。三年来，全省老年教育资源整合工作取得了显著成效。全省老年教育网络覆盖更加全面，资源供给更加优质，课程设置更加丰富、老年学员的获得感、幸福感、满意度不断提升，释放出助力银发经济高质量发展的强大推动力[7]。

5.1.2. 培育老年电商带头人

树立“银发网红”典型，发挥其示范效应，鼓励身体康健、表达力强的老年人率先尝试，带动周边群体共同参与。发掘和扶持一批有影响力、有特色的农村老年直播达人，发挥其“传帮带”的示范效应。同时，鼓励年轻一代返乡，组建“老少搭档”直播团队，由年轻人负责技术运营，老年人负责内容输出，形成优势互补。

5.2. 优化“银发环境”：构建老年友好型产业生态

5.2.1. 开发契合老年需求的产品与服务

引导企业深挖农村老年需求，开发老年功能性食品、康复辅具、便捷农具等产品，并结合直播推广康养旅游、老年文艺展演等服务。引导和支持企业、合作社深入调研农村老年银发消费需求，研发适合其生理特点和消费习惯的绿色食品、功能性农产品、适老器械及文创产品。例如，2024年底，伊利集团针对老年人推出“营养助老、乐享银龄——老年营养改善工程”，此项公益项目成果覆盖全国15个省(自治区、直辖市)400多个社区，开展近500场活动，覆盖受益老年人4万多人，助力实现健康老龄化[8]。此项活动真正做到了惠及老年人，让老年人享受到时代发展的福祉，同时也对品牌银发客户的积累得到促进。需要进一步推动“产品+服务”模式，如提供农产品定制、田园康养体验、线上健康咨询等增值服务，开发契合老年需求的产品与服务。

5.2.2. 推动“银发经济+文旅+康养”融合发展

通过直播镜头展示乡村的生态宜居环境和慢生活节奏，吸引城市老年人前来旅居康养，形成“线上引流、线下体验”的产业闭环。四川省雅安市上榜“2025中国康养产业可持续发展能力20强市”，古树、森林，让雅安既成为“银发族”的康养胜地，其打造的桌山花栖谷森林康养度假区以“文旅+康养

“+ 产业”跨界融合为路径，打造全生态、全机能、全龄化旅居康养目的地，实现生态资源向经济价值的高效转化[9]。另外雅安市打造十里芳菲·温泉康养谷，是以“回归自然”“修·养·疗愈”为核心理念的温泉康养综合体项目。接下来各地农村可以结合乡村振兴政策并依托直播平台，推动“银发经济 + 文旅 + 康养”融合发展，宣传推广乡村的生态宜居环境和特色文化，打造“银发旅游”目的地。发展集生态农业、休闲度假、民俗体验、健康疗养于一体的综合性康养产业，通过直播进行全景式、沉浸式预售和引流，实现线上流量向线下客流的转化。

5.3. 强化“银发保障”：完善政策与服务支撑体系

5.3.1. 加强农村数字基础设施建设

持续推进农村 5G 网络、千兆光网的深度覆盖，优化提升网络质量。完善县乡村三级物流体系，整合乡村快递网点，发展共同配送模式，降低物流成本，提升配送效率。中国邮政在全国农村推行“快递进村”工程，全国快递进村覆盖率已攀升至 95.22%，在“快递进村”这四个字背后，是物流网络点亮偏远村落、是数字技术解决“最后一公里”难题、更是物流企业在乡村赛道上“加速跑”等多方面的创新打通了触达偏远乡村的“最后一公里”[10]。同时，针对农村老年主播的需求，可在村级服务中心设立“直播驿站”，提供免费网络、充电设备、直播背景板等基础服务。

5.3.2. 建立健全老年电商创业扶持机制

建议设立农村“银发创业”专项基金，提供创业补贴、小额贷款与风险保障，将老年人电商创业纳入乡村振兴政策体系，在税收、场地等方面予以支持。地方政府可设立专项信贷贴息与保险机制，将老年电商培训纳入政府购买服务目录，研究制定针对老年微创业主体的税收减免政策。同时，为切实维护老年人合法权益，整顿老年人“养老钱”的涉老领域乱象，日前，山西省晋中市榆次区市场监管局开展了“护银行动”。需要进一步加强网络市场监管，严厉打击针对老年群体的欺诈行为，营造安全可信的网络消费环境。

6. 结论与展望

6.1. 总结

本文系统阐释在乡村振兴战略背景下，直播电商作为重要驱动力与农村“银发经济”融合发展的内在合理性与现实可行性。直播电商通过技术赋能、经济效益提升与社会融入三方面，促进三重机制有效激发农村老年群体的经济活力，拓展老年产业市场，并推动其社会价值的实现。然而，该进程仍面临主体能力不足、产业生态不健全与制度保障欠缺等多重挑战。

6.2. 理论贡献与实践启示

在理论层面，本研究融合乡村振兴、数字经济与积极老龄化理论，拓展了“银发经济”的研究视域，丰富了乡村产业振兴的理论体系。

在实践层面，研究提出“激发活力 - 优化环境 - 强化保障”三位一体的实施路径，为地方政府、平台企业及社会组织协同推进农村“银发经济”发展提供了可操作的行动框架。

6.3. 研究局限性和未来展望

尽管本研究在理论层面初步搭建了直播电商赋能农村“银发经济”发展的分析框架，并从实践角度规划了具体实施路径，但受研究范围、数据可及性及研究方法的制约，仍存在以下需改进之处：

其一，区域发展差异的考量尚不充分。当前研究主要基于全国农村的共性特征展开分析，未能深入

剖析东、中、西部农村在经济基础条件、数字基础设施覆盖、老年群体消费观念及产业资源禀赋等方面存在的显著差异。以实践观察为例，东部地区农村凭借区位优势已初步探索出“银发经济”与直播电商协同发展的有效模式，而西部偏远农村则受制于网络信号覆盖薄弱、物流运输成本高昂等现实困境，导致现有研究结论在不同区域环境下的适用性仍需通过实证研究进一步检验。

其二，老年群体数字融入的内在机理研究不够透彻。虽然研究已指出农村老年人数字技能水平整体偏低的现状，但对其数字学习过程中存在的心理障碍(如对新兴技术的畏难情绪、网络安全风险的担忧)、代际支持的实际作用(如子女提供技术指导的频次与具体方式)，以及传统熟人社会网络在降低学习门槛、构建信任机制等方面的作用路径缺乏系统性分析。这种研究深度的不足，使得对老年群体从“被动接受”到“主动参与”数字实践的行为转变逻辑难以形成完整解释。

其三，“银发经济”与农村社会治理的互动关系未获足够重视。直播电商在激活农村经济潜能的同时，其发展过程可能通过多重渠道对基层社会治理产生间接影响。例如，具有影响力的老年主播可能参与乡村公共事务决策，或直播电商催生的新型互助模式有助于增强社区凝聚力等社会效应。由于现有研究未将这些维度纳入分析视野，导致整体研究视角显得较为单一，难以全面揭示直播电商驱动农村“银发经济”发展的社会价值。

基于上述局限，未来研究可从以下方面进一步深化：

推进区域比较研究，构建差异化发展模式。后续可选取东、中、西部典型农村(如浙江义乌、四川凉山、河南周口等地)开展实地调研，对比分析各地在直播电商基础设施、政策支持及老年参与模式等方面的差异，提炼“东部引领型”“中部追赶型”“西部培育型”等发展路径，并提出区域适配的政策建议，增强研究的实践指导性。

聚焦微观心理机制，探索精准赋能策略。采用深度访谈、参与式观察等质性方法，深入挖掘农村老年人在数字融入过程中的心理需求与行为特征，分析不同年龄阶段(低龄、中龄、高龄)与健康状况(健康、半失能、失能)群体的差异化需求，例如低龄健康老人更倾向于自主创业，而高龄半失能老人更关注便捷购物。同时，研究代际协作、社区互助等支持体系对缓解数字焦虑、提升创业信心的作用，为设计精准化培训与心理疏导机制提供依据。

拓展研究视域，关注“银发经济”的社会治理价值。将直播电商驱动的农村“银发经济”与乡村治理相结合，研究老年主播在文化传承、矛盾调解、公共服务推广等方面的角色，分析老年直播合作社等新型组织对集体经济与治理结构的影响。此外，可探索“银发经济”与农村养老服务体系建设协同路径，例如通过直播电商整合养老资源，构建“线上康养咨询 + 线下居家照护”模式，实现经济与社会福利的双重提升。

加强动态追踪，把握产业发展新趋势。随着人工智能、虚拟现实等技术在直播电商中的应用，农村“银发经济”可能涌现“AI虚拟主播 + 老年产品定制”“VR沉浸式康养直播”等新形态。未来需持续追踪技术变革对农村老年经济的影响，分析新型模式的可行性与风险，关注人口老龄化与消费升级背景下老年需求的变化，为产业可持续发展提供前瞻性参考。

总体而言，直播电商与农村“银发经济”的融合发展是一个动态演进的过程，需在理论研究与实践探索中不断完善。未来通过多学科交叉(如社会学、心理学、管理学)、多方法结合(如定量统计、质性分析、案例研究)，持续深化对该领域的研究，有望为乡村振兴战略的全面推进和积极应对人口老龄化提供更具针对性的理论支撑与实践方案[11]。未来必须坚持系统观念，以激发“银发活力”为基础，以优化“银发环境”为支撑，以强化“银发保障”为后盾，三者协同发力，方能实现直播电商驱动下农村“银发经济”的可持续发展。随着技术的进一步适老化和政策体系的不断完善，农村老年人将不再是数字时代的“沉默者”，而将成为乡村振兴舞台上活跃的“新农人”。

参考文献

- [1] 青连斌, 丁建定, 席恒, 等. 银发社会与老有所为: 理念、实践与路径(学术观点综述) [J/OL]. 西北大学学报(哲学社会科学版): 1-9. <https://link.cnki.net/urlid/61.1011.C.20250924.1637.002>, 2025-11-06.
- [2] 国务院第七次全国人口普查领导小组办公室. 2020 年第七次全国人口普查主要数据[EB/OL]. <https://www.stats.gov.cn/sj/pcsj/rkpc/d7c/>, 2025-11-22.
- [3] 韩晶晶. 直播电商赋能乡村产业振兴的路径策略[J]. 中国农村科技, 2024(8): 44-47.
- [4] 顾旦. 直播电商的核心竞争力是信任[J]. 中外企业文化, 2022(4): 5-6.
- [5] 黄镇海, 覃诗航, 江韬. 乡村振兴战略背景下智慧农业发展路径分析[J]. 智慧农业导刊, 2024, 4(4): 24-28.
- [6] 苏奎, 何凡, 刘玉洋. 乡村振兴视域下农村电子商务发展个案研究及其启示[J]. 创新, 2018, 12(1): 22-32.
- [7] 中华人民共和国国家发展和改革委员会. 浙江: 打造“15 分钟老年教育学习圈”助力银发经济高质量发展[EB/OL]. https://www.ndrc.gov.cn/xwdt/ztzl/ylyx/dxjy/202511/t20251119_1401745.html, 2025-11-22.
- [8] 央广网. 营养助老、乐享银龄:“老年营养改善工程”守护 4 万老人健康[EB/OL]. https://m.cnr.cn/chanjing/health/20241231/t20241231_527027077.html, 2025-11-22.
- [9] 央广网. 森呼吸·康养旅 | 雅安: 打造康养福地绘就美丽乡村[EB/OL]. <https://www.toutiao.com/article/7569936463660352040/>, 2025-11-22.
- [10] 中华人民共和国国家邮政局. 快递进村: 打通“最后一公里”撬动乡村大市场[EB/OL]. <https://www.spb.gov.cn/gjyzj/c100196/202511/c5764db68ded4366b6377ede5a190681.shtml>, 2025-11-22.
- [11] 薛冬梅. 乡村振兴战略下农村老年教育发展的路径探索[J]. 现代商贸工业, 2024, 45(10): 164-166.