

从“人口红利”到“人才红利”：老龄化背景下中国新型“银发电商”增长的逻辑转换

程沐曦

南京邮电大学经济学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年3月25日; 录用日期: 2026年4月10日; 发布日期: 2026年6月23日

摘要

随着人口老龄化与低生育率交织, 中国经济及电子商务行业正经历从单纯的“人口数量红利”向“人才质量红利”的逻辑转换。传统电商长期高度依赖庞大网民基数所释放的“流量红利”, 但在人口结构发生不可逆变化的当下, 这种粗放式的增长模式已触及瓶颈。本文引入“人才红利”理论框架, 剖析数字技术赋能下电子商务从“规模扩张”向“高质量价值创造”迈进的理论机制与实践路径。研究发现, 具备较高受教育年限的新增劳动力有效对冲了劳动力缩减压力, 老龄群体也在平台生态中实现双重角色重构。针对当前电商平台面临的“数字鸿沟”、适老化服务供给不足、私域流量涉老消费陷阱以及老年人力资源开发滞后等实践困境, 本文提出应以数字包容和人才开发为核心抓手, 通过强化技术赋能推进深度适老化改造、探索银发人才灵活就业的创新机制, 以及协同监管部门完善网络消费生态治理, 构建全龄友好的包容性商业生态, 从而助力电子商务重塑高质量发展的价值创造体系。

关键词

人才红利, 电子商务, 人口老龄化, 银发经济, 数字包容

From “Demographic Dividend” to “Talent Dividend”: The Logical Transformation of China’s New “Silver E-Commerce” Growth in the Context of Population Aging

Muxi Cheng

School of Economics, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: March 25, 2026; accepted: April 10, 2026; published: June 23, 2026

Abstract

Amidst the intertwining trends of population aging and low fertility rates, China's economy and its e-commerce industry are undergoing a logical transition from a pure "demographic dividend" based on quantity to a "talent dividend" driven by quality. Traditional e-commerce has long relied heavily on the "traffic dividend" generated by a massive netizen base; however, given the irreversible changes in the demographic structure, this extensive growth model has reached a bottleneck. By introducing the theoretical framework of the "talent dividend," this paper analyzes the theoretical mechanisms and practical paths through which e-commerce, empowered by digital technology, transitions from "scale expansion" to "high-quality value creation." The study finds that the influx of a new labor force with more years of schooling effectively offsets the pressure of labor contraction, while the elderly demographic is simultaneously experiencing a reconstruction of their dual roles within the platform ecosystem. In response to practical dilemmas currently facing e-commerce platforms—such as the "digital divide," inadequate supply of age-friendly services, consumption traps targeting the elderly in private domain traffic, and the lagging development of senior human resources—this paper proposes utilizing digital inclusion and talent development as core strategies. By strengthening technological empowerment to advance profound age-friendly adaptations, exploring innovative mechanisms for the flexible employment of "silver talent," and collaborating with regulatory authorities to improve the governance of the online consumption ecosystem, platforms can build an all-age-friendly, inclusive commercial ecosystem. This will ultimately assist the e-commerce sector in reshaping its value creation system for high-quality development.

Keywords

Talent Dividend, E-Commerce, Population Aging, Silver Economy, Digital Inclusion

Copyright © 2026 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

随着我国人口结构步入深度老龄化阶段，关于劳动力规模缩减，拖累经济增长的“老龄化负担论”一度占据主流。然而，宏观经济的研判已发生深刻转变。林毅夫等学者进一步指出，经济增长的动力正逐渐从单纯的“人口数量红利”转向由教育水平提升带来的“有效劳动”与“人才质量红利”¹。这一宏观发展范式的根本转变，对正处于转型期的电子商务行业具有深刻的映射意义。

长期以来，我国电子商务的繁荣，高度依赖庞大网民基数带来的“流量红利”，但在低生育率与深度老龄化交织的当下，传统的粗放增长模式难以带来快速发展。面对人口结构的不可逆变化，电子商务需破除对规模的路径依赖，那么高素质的新增劳动力，将如何重塑电商的供给侧创新？同时，在面临跨越“数字鸿沟”与规避新型网络消费陷阱等现实挑战的背景下，规模庞大的老年群体又将如何作为新兴消费力量和潜在的银发人力资源，更安全、深度地参与到数字商业生态中？基于此，本文尝试引入“人才红利”的理论框架，结合国家积极应对人口老龄化战略，剖析电子商务发展逻辑的转变，探讨数字技术赋能下电商平台从“规模扩张”向“高质量价值创造”迈进的理论机制与实践路径，以期为新发展阶段的电商生态建设提供参考。

¹对话林毅夫：老龄化非经济“天花板”，中国迎来可持续人才红利。<https://www.nfnews.com/content/0oXL9JVBo9.html>

2. 理论基础与逻辑转换：老龄化、人才红利与电商新动能

2.1. “人才红利”论的理论内涵及其适用性

“人才红利”论的底层逻辑在于，经济增长动力需从依赖劳动力绝对数量，向依赖劳动力质量平稳过渡，即通过向依靠劳动力质量的人才红利转变，从根本上改善长期的经济发展前景[1]。在数字经济与电子商务领域，技术迭代快、模式创新密集，对劳动力的受教育年限和认知能力提出了更高要求。随着高等教育体系的不断完善，社会人力资本结构得到显著优化，高素质劳动力已成为推动高质量发展的新引擎[2]。通过提升劳动生产率并结合技术进步，这种“有效劳动”的增加，能够切实对冲老龄化的劳动力缩减压力[3]，并有效缓解人口老龄化对社会财政可持续性造成的负面冲击[4]。因此，“人才红利”在强技术导向的电商平台生态中，其效用转化更为显著。

2.2. 从“流量红利”到“质量红利”的电商逻辑映射

电子商务的发展正经历从传统要素驱动向精细化创新驱动的深刻转型，其核心逻辑的转换特征见表1。

Table 1. Transitional characteristics of e-commerce growth logic in the context of population aging
表 1. 老龄化背景下电子商务增长逻辑的转换特征

| 比较维度 | 传统模式“流量红利” | 转型模式“人才红利/质量红利” |
|------|------------|-----------------|
| 核心资源 | 庞大的网民基数 | 高素质劳动力与“有效劳动” |
| 增长逻辑 | 粗放式的规模扩张 | 效率提升与高质量价值创造 |
| 驱动机制 | 要素投入驱动 | 技术演进与模式创新驱动 |

长期以来，我国电子商务的繁荣，高度依附于庞大网民基数所释放的“流量红利”。然而，随着人口结构的不可逆变化，社会层面日益增加的养老支付与抚养负担不仅构成了宏观经济的挑战[5]，也加剧了电商行业对网民增速放缓与获客成本剧增的“老龄化负担”焦虑。要破除传统的流量决定论局限，行业发展需要顺应少子化和老龄化背景下的必然趋势，实现从“规模扩张”向“效率提升”的根本转向[6]。当下，受过高等教育的新生代劳动力大量涌入电商领域，正系统性地重塑平台的供给侧。高素质人才不仅提升了供应链运营效率，更推动了 AIGC 虚拟主播、精准算法营销等前沿模式的落地。这种由人力资本跃升带来的技术与模式创新，标志着电子商务从粗放的要素驱动向精细化的创新驱动转变。

2.3. 老年群体在电商生态中的双重角色重构

传统视角常将老年人固化为数字时代的“掉队者”与“被抚养者”，这种刻板印象掩盖了老龄群体在电商生态中的多元价值。事实上，老年群体正在经历深刻的角色重构。一方面，他们是不断崛起的新兴消费主体，其需求已向品质化升级，但在深度融入数字经济时，仍需数字平台积极推进适老化改造，并严厉防范和打击涉老网络消费陷阱，以切实保障并激发其消费潜能[7]。另一方面，健康且具备丰富社会阅历的老龄群体绝非单纯的社会负担，而是不可忽视的社会生产力[8]。通过数字平台的包容性机制赋能，他们可以作为极具潜力的“银发人力资源”，克服数字贫困与结构性阻碍，在知识分享、社群指导等多个领域进行价值再创造，从而助力银发经济的高质量发展，构建起全龄友好的数字商业生态[9]。

3. “人才红利”驱动下电子商务的供需两端变革

如今，“人才红利”作为核心驱动要素，正引领电子商务供需两端发生深刻变革，其具体的驱动机

制与变革路径见图 1。

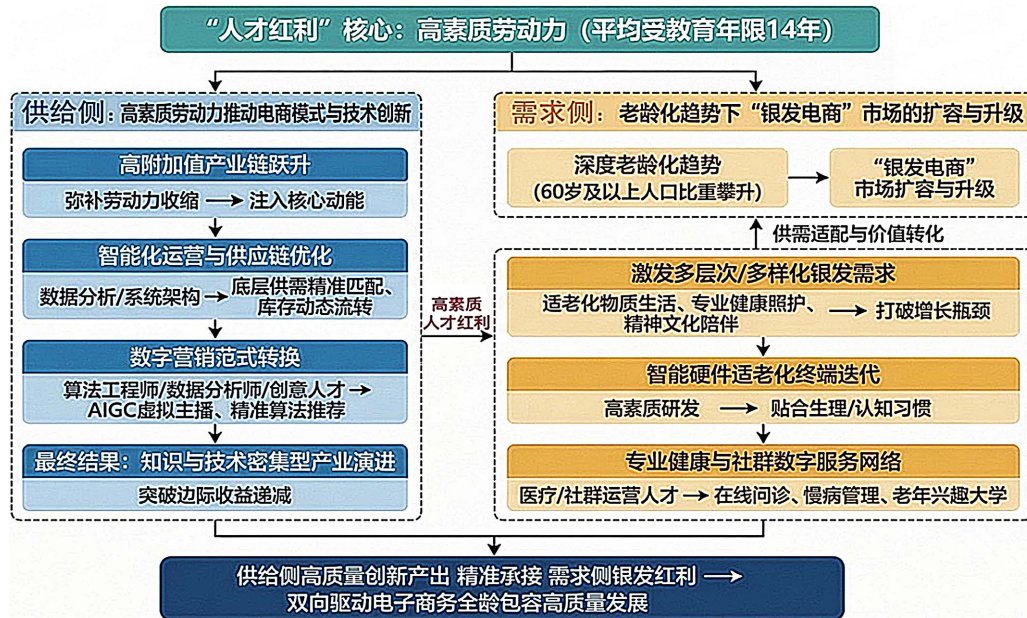


Figure 1. Mechanism diagram of the transformation on the supply and demand sides of e-commerce driven by the “Talent Dividend”

图 1. “人才红利”驱动下电子商务供需两端变革机制图

3.1. 高素质劳动力推动电商模式与技术创新

伴随高等教育的普及，我国新进入劳动力市场的青年群体，平均受教育年限已达 14 年，这一充沛的“人才红利”正在深刻重塑电子商务的供给侧生态。高素质劳动力的涌入，不仅弥补了传统电商劳动力密集型环节数量上的收缩，更为电商产业链向高附加值环节的整体跃升，注入了核心动能。据国家统计局发布，2024 年我国劳动年龄人口平均受教育年限已提升至 11.05 年，其中新增劳动力平均受教育年限更是超过 14 年，接受高等教育的人口总量达 2.5 亿人²。在智能化运营与供应链优化层面，具备强数据分析与系统架构能力的高学历人才，能够依托大数据挖掘，实现底层供需的精准匹配与库存的动态流转，大幅降低平台交易成本并提升履约协同效率。

更为关键的是，在数字营销的前沿领域，高素质技术与创意人才正推动着行业从传统流量粗放采买向技术深度赋能的范式转换。基于深度学习的 AIGC 虚拟主播技术的广泛应用，以及构建在海量用户标签基础上的精准算法推荐机制，皆高度依赖于底层算法工程师、数据分析师与精细化运营团队的智力支撑。这种由人力资本全面升级，所驱动的技术与模式创新，使得电子商务能够突破传统人口要素投入的边际收益递减规律，加速向知识密集型与技术密集型产业演进。

3.2. 老龄化趋势下“银发电商”市场的扩容与升级

在需求侧，深度老龄化趋势正快速催生并扩容“银发电商”市场。国家统计局数据显示，截至 2024 年末，我国 60 岁及以上人口已突破 3.1 亿人，占全国总人口的 22.0%³。第 56 次《中国互联网络发展状

²国家统计局：我国国民文化素质全面提升接受高等教育人口达 2.5 亿人——教育在线。

https://www.eol.cn/news/yaowen/202409/t20240925_2634739.shtml

³中华人民共和国 2024 年国民经济和社会发展统计公报。https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202502/t20250228_1958817.html

况统计报告》显示，截至 2025 年 6 月，我国 60 岁及以上银发网民规模达 1.61 亿人，老年群体互联网普及率已攀升至 52.0%⁴。这一规模庞大且具备一定消费能力的老龄群体，其消费结构已不再局限于基础生存型网购，而是加速向涵盖适老化物质生活、专业健康照护以及精神文化陪伴等多层次、多样化需求迈进，逐步成为电商平台打破增长瓶颈的新型动力。以京东平台为例，其发布的《2024 银发族消费报告》指出，2024 年前三季度，银发族线上成交单量、购物用户数及成交金额较 2019 年同期分别大幅激增 238%、187% 和 105%⁵。面对这一新兴的增量市场，供给侧的“人才红利”展现出了关键的适配与转化价值。拥有较高认知水平、专业技能与创新能力的现代电商人才，能够更为敏锐且科学地洞察银发群体的潜在消费痛点，通过产品与服务的深度定制实现精准对接。在产品端，高素质研发团队推动智能硬件从表层的“大字版”、“大音量”向深度贴合老年人生理衰退特征和认知习惯的适老化终端迭代；在服务端，专业的医疗健康人才与社群运营人才相结合，依托平台构建起涵盖在线问诊、慢病管理、老年兴趣大学等更具信任感与温度的数字服务网络。由此，供给侧的“人才红利”通过高质量的创新产出，精准承接并激发了需求侧的“银发红利”，双向驱动电子商务生态向全龄包容的高质量发展阶段跨越。

4. 老龄化背景下电商平台发展的实践困境与突破路径

面对老龄化带来的复杂挑战，电商生态在供需两端均面临着一定的机制性障碍，其具体的实践困境与相应的突破路径见表 2。

Table 2. Practical challenges and breakthrough paths for e-commerce platforms in the context of population aging

表 2. 老龄化背景下电商平台的实践困境与突破路径

| 核心维度 | 实践困境表现 | 对应突破路径 |
|-----------|---|---|
| 需求侧(老龄消费) | 存在“数字鸿沟”与适老化服务短板；私域流量中频发“情感围猎”等涉老消费陷阱 | 强化平台责任，推进深度适老化改造弥合数字壁垒；协同监管完善动态监测与预警，净化消费生态 |
| 供给侧(银发人力) | 低龄健康老年人力资源开发严重滞后；面临注册门槛高、缺乏资源转化机制等系统性障碍 | 推进机制创新，探索“银发人才”灵活就业与合作新模式；构建专属创作扶持与知识变现渠道 |

4.1. 电子商务平台适老化发展的实践困境

在从“人口红利”向“人才红利”跨越的进程中，电子商务生态在供需两端均面临着亟待破解的机制性障碍。准确剖析当前困境，并制定具有可操作性的破局方案，是释放老龄化多维红利的关键。

4.1.1. 适老化服务供给匮乏与涉老消费陷阱交织

当前，电子商务在向老龄群体渗透过程中遭遇了显著的“数字排斥”现象。在平台前端，大量应用在界面设计、交互逻辑及服务流程上高度迎合数字原住民的认知习惯，对老年群体形成了隐性的技术排斥。这种数字壁垒在下沉市场尤为凸显，特别是缺乏代际数字反哺的农村空巢老人，常被结构性地边缘化于主流数字消费之外。与此同时，在适老化优质服务缺位的背景下，部分不法商家利用私域直播、短视频群组等隐蔽渠道，针对老年人开展“情感围猎”。这种新型消费陷阱通过虚假的情感陪伴与诱导性营销，精准收割老年群体的信任与财富，不仅严重侵害了老年消费者的合法权益，也极大地破坏了银发电商市场的生态信任。

⁴CNNIC: 第 56 次《中国互联网络发展状况统计报告》。<https://www.100ec.cn/detail--6650947.html>

⁵京东《2024 银发族消费报告》：银发族和年轻人在更多消费场景产生“交集”。
<https://news.sina.com.cn/sx/2024-10-11/detail-incseiw4723084.shtml>

4.1.2. 低龄老年人力资源开发面临系统性滞后

除需求侧的消费排斥外，平台在老龄人力资源开发上亦存在严重的机制性滞后。随着人均预期寿命延长与教育水平提升，大量低龄健康老人具备扎实的专业技能、丰富的行业经验与充足的闲暇时间。然而，现有数字商业生态尚未建立包容性的资源接入与转化机制。当低龄老年人尝试以内容创作者、知识付费提供者等身份融入平台时，往往面临着严苛的注册准入门槛、处于劣势的算法流量分配池以及权益保障机制的缺失。这种机制性梗阻导致海量优质的银发经验无法有效转化为数字商业中的“有效劳动”，造成了全社会人力资本的极大闲置与浪费。

4.2. 构建全龄友好型电子商务生态的对策路径

针对上述供需两端的实践困境，需推动电子商务向全龄包容的新范式演进，通过落地细化的操作方案，全面释放人口结构转型期的多维红利。

4.2.1. 强化标准引领与激励，深化平台深度适老化改造

破除需求侧困境，需依托标准引领与政策激励实质性推进深度适老化改造。首先，确立并推行可量化的适老 UI/UX 设计标准。平台应遵循无障碍设计规范，如规定核心交互触控区域不小于 44×44 像素，关键信息对比度达到 4.5:1 及以上，精简非必要的跳转链路以降低认知负荷，并全面适配方言语音识别与屏幕朗读等辅助功能。其次，建立行业适老化评价体系与认证机制。相关部门可针对通过高级别认证的电商平台或店铺，提供专项财政补贴、税收减免或发放“适老化改造创新券”。同时，鼓励将适老化指标纳入互联网企业的 ESG (环境、社会和公司治理) 评级权重，推动平台从被动合规向主动优化转变。

4.2.2. 创新柔性合作与分配机制，打通银发人才就业通道

针对供给侧瓶颈，平台需打破以年龄为单一界限的用工标准，建立健全银发人才的价值转化与保障体系。第一，探索创新的平台合作模式。鼓励电商平台或 MCN 机构推出“银发创作者孵化计划”，采用“青年技术骨干 + 银发行业专家”的结对合作模式，由青年负责技术与流量运营，老年人专注核心内容输出与专业背书。第二，制定倾斜性的收入分配方案。平台算法应设立“银发内容专属流量池”，并推行透明的智能分账系统，保障老年创作者在合作中不被过度抽成，确保其凭借经验输出获得合理报酬。第三，完善灵活就业的社会保障衔接办法。针对超过法定退休年龄而无法缴纳传统工伤保险的低龄老年群体，平台应联合商业保险机构，开发接单或按日结算的职业伤害微保险及特定意外险，通过佣金自动代扣等方式，为银发人才提供基础的安全兜底。

4.2.3. 协同多元主体共治，净化涉老网络消费生态环境

在生态治理层面，监管部门应与电商平台建立敏捷协同机制，实施靶向治理。电商平台需构建针对老年数字消费的动态监测与风险预警模型，重点对高频大额异常交易及带有诱导性话术的私域直播间触发自动拦截机制。同时，协同公安、网信及市场监管等多方力量，严厉打击私域流量中的涉老欺诈与“情感围猎”等违法违规行为，全面净化网络消费环境，从而为银发经济在电子商务领域的高质量、可持续发展提供坚实的制度保障。

5. 结语

从“人口红利”向“人才红利”的宏观经济逻辑转换，为电子商务行业破解增长瓶颈提供了切实的理论支撑与实践指引。人口老龄化绝非电子商务发展的瓶颈，而是行业打破“数量决定论”惯性、从粗放的“流量红利”向依靠有效劳动的“质量红利”跨越的根本动力。在技术加速变革与全社会受教育水平显著提升的时代语境下，电商平台要主动调整长期战略预期，摆脱对庞大网民基数的路径依赖。平台

企业应以“人才开发”与“数字包容”为核心抓手，在供给侧，充分激活高学历青年人才与低龄健康银发人才的叠加创新效能；在需求侧，通过深度适老化机制创新与消费生态治理，安全、精准地释放老龄群体的多元消费潜力。电子商务唯有将自身的发展深度融入服务老龄化社会的进程之中，才能在应对人口结构不可逆变迁的挑战中重塑价值创造体系，进而探寻到更具韧性与可持续性的新增长曲线。

参考文献

- [1] 楼俊超, 金哲汗. 人口红利向人才红利转变的政治经济学分析——基于国际分工的不平等交换视角[J]. 经济学家, 2024(10): 54-63.
- [2] 孙刚成, 刘玲. 现代性语境下的高等教育人才红利: 内涵、挑战与实现路径[J]. 黑龙江高教研究, 2024, 42(12): 48-57.
- [3] 王笑非, 陆杰华. 基于劳动生产率视角的人口迁移与抚养负担探究[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版), 2024, 54(4): 103-114.
- [4] 邱国庆, 杨志安. 人口老龄化、扭曲效应与财政可持续性[J]. 当代经济科学, 2022, 44(4): 19-30.
- [5] 陈友华, 孙永健. 老龄化、养老金覆盖率与水平对养老金支付负担的影响研究[J]. 河北大学学报(哲学社会科学版), 2025, 50(1): 1-17.
- [6] 韦妙, 毛洪睿, 邓雅秋. 从人口红利走向人才红利: 少子化和老龄化背景下职业教育终身化转型之路[J]. 教育与职业, 2025(14): 5-13.
- [7] 李晓嘉. 我国老龄消费的新趋势、现实挑战及对策研究[J]. 人民论坛, 2024(19): 24-28.
- [8] 边恕. 老龄群体: 不可忽视的社会生产力[J]. 理论与改革, 2021(5): 140-151.
- [9] 魏晓轩, 蔡定昆. 乡村银发经济高质量发展的理论内涵、国际经验与实现路径[J]. 世界农业, 2025(12): 17-29.