

积极老龄化视域下老年人消费升级的内在机理与路径选择

杨佳雨, 蒯颖*, 董雨凡

江苏大学财经学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2026年5月14日; 录用日期: 2026年8月11日; 发布日期: 2026年9月24日

摘要

积极老龄化理论为理解老年人经济行为提供了重要分析框架, 但其与消费升级的关联机制尚未得到充分阐释。本文基于公开数据, 系统揭示了积极老龄化三大支柱(健康、参与、保障)促进老年人消费升级的内在逻辑。研究发现, 银发经济消费结构正从“生存型”向“发展型”加速转型; 积极老龄化通过健康改善释放医疗支出、社会参与扩展消费场景、保障完善弱化预防性储蓄三重机制推动消费升级。本文认为, 应通过完善健康支撑体系、拓展老年人参与渠道、健全社会保障制度, 系统释放银发消费潜力。

关键词

积极老龄化, 消费升级, 银发经济, 内在机理, 老年消费

The Internal Mechanism and Path Selection of Consumption Upgrading of the Elderly from the Perspective of Active Aging

Jiayu Yang, Ying Kuai*, Yufan Dong

School of Finance and Economics, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: May 14, 2026; accepted: August 11, 2026; published: September 24, 2026

Abstract

Active aging theory provides an important analytical framework for understanding the economic behavior of the elderly, but its mechanism linking to consumption upgrading has not been fully explained. Based on publicly available data, this paper adopts descriptive analysis and mechanism

*通讯作者。

文章引用: 杨佳雨, 蒯颖, 董雨凡. 积极老龄化视域下老年人消费升级的内在机理与路径选择[J]. 可持续发展, 2026, 16(9): 176-184. DOI: 10.12677/sd.2026.169325

deduction methods to systematically reveal the internal logic through which the three pillars of active aging (health, participation, and security) promote consumption upgrading among the elderly. The study finds that Silver economy, with the consumption structure accelerating its transformation from a “subsistence-oriented” to a “development-oriented” model. Active aging drives consumption upgrading through three mechanisms: health improvement releasing medical expenditures, social participation expanding consumption scenarios, and security improvement weakening precautionary savings. This paper argues that the potential for silver consumption should be systematically unleashed by improving the health support system, expanding channels for elderly participation, and strengthening the social security system.

Keywords

Active Aging, Consumption Upgrading, Silver Economy, Internal Mechanism, Elderly Consumption

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

人口老龄化是贯穿我国 21 世纪始终的基本国情之一¹。根据《2024 年度国家老龄事业发展公报》，截至 2024 年末，全国 60 周岁及以上老年人口 31,031 万人，占总人口的 22.0%²。我国进入中度老龄化已确定无疑³。2035 年左右，60 岁及以上老年人口将突破 4 亿，在总人口中的占比将超过 30%，进入重度老龄化阶段⁴。

在这一背景下，如何释放老年人的消费潜力、推动银发经济高质量发展，成为学术界和政策制定者共同关注的重大议题。

与此同时，积极老龄化作为世界卫生组织 2002 年提出的核心政策框架⁵，强调老年人的“健康、参与、保障”三大支柱，为理解老年消费行为提供了重要的理论视角。然而，现有研究对积极老龄化与消费升级之间的关联机制关注不足。本文旨在从积极老龄化视角出发，系统分析老年人消费升级的内在机理，并提出相应的政策路径。

2. 文献综述

2.1. 老龄化与消费关系的早期研究

早期研究多持“老龄化抑制消费”的悲观预期。有学者指出，老年期收入下降、医疗支出增加、预防性储蓄高企等因素共同导致老年人消费倾向偏低[1]。基于生命周期假说的研究进一步发现，退休后消费出现“断崖式下降”是普遍现象[2]。然而，这些研究多基于早期数据，未能充分反映近年来老年人口队列更替带来的变化。

2.2. 积极老龄化与消费升级的关联机制

从积极老龄化的理论视角看，健康改善与消费升级存在正向关联。研究表明，健康状况良好的老年

¹<http://www.crca.cn/index.php/13-agednews/702-2022-05-11-01-54-13.html>

²<http://114.255.111.180/txgbj/zyjs/202507/P020250728620088114196.pdf>

³同脚注 1。

⁴<https://news.cctv.com/2022/09/20/ARTInjejqDvmMaZi5jzTPHYT220920.shtml>

⁵<https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/0418705f-1c82-4fe2-82d6-d4faee89dfa0/content>

人，其医疗支出占比显著低于健康状况较差的群体，释放的购买力被转移至文化娱乐、旅游等发展型消费领域[3]。

社会参与程度与消费水平呈正相关。参与社区活动、老年教育、旅游等社会活动的老年人，其消费支出比缺乏社会参与的老年人更高[4]。数字技术的普及进一步放大了这一效应，使用互联网的老年人消费活跃度显著更高[5]。

社会保障制度的完善弱化了老年人的预防性储蓄动机。养老金水平的提高和医保覆盖的扩大，显著降低了老年人对未来支出的不确定性预期，从而提高了当期消费倾向[6]。

2.3. 消费升级驱动机制的研究进展

关于消费升级的驱动机制，已有研究形成了若干重要认识。收入增长是消费升级的基础驱动力，研究表明可支配收入每提高 10%，发展享受型消费占比约提升 2~3 个百分点[7]。代际支持对老年消费具有促进作用，子女的经济转移显著提高了老年人的消费水平[8]。数字技术的渗透正在重塑老年人的消费行为，线上购物、智能设备使用等新消费场景不断涌现[9]。

2.4. 研究述评

综上所述，既有研究为理解老年消费行为提供了重要基础，但仍存在以下缺口：第一，积极老龄化理论与消费升级之间的理论链接尚未建立；第二，健康、参与、保障三大支柱的协同作用机制缺乏系统阐释；第三，从理论到政策的转化路径不够清晰[10]。

3. 理论基础与分析框架

3.1. 积极老龄化理论的核心内涵

积极老龄化是世界卫生组织 2002 年提出的政策框架，其核心定义是“为老年人提供健康、参与和保障的机会，以提高其生活质量”。该理论包含三大支柱：

第一，健康。不仅指没有疾病，更指身体、心理和社会适应能力的完好状态。健康是老年人参与社会、享受生活的基础。

第二，参与。指老年人持续参与社会、经济、文化活动，而非在退休后完全退出社会。这包括有偿劳动、志愿服务、家庭照料、文化娱乐等多种形式。

第三，保障。指老年人在无法自给自足时，能够获得充分的经济保障、医疗保障和社会服务。

3.2. 消费升级的界定

消费升级是经济学中描述消费结构动态演变的核心概念。本文采用如下界定：消费升级指消费支出从生存型消费为主，向生存型、医疗保健、发展享受型多元并重转变的过程。

消费升级包含两个层面：**一是数量层面**，即总消费支出规模扩大；**二是结构层面**，即发展享受型消费的占比上升。本文重点关注消费结构的转型升级。

3.3. 分析框架与方法说明

本文提出的分析框架核心逻辑是：积极老龄化的三大支柱分别通过不同路径影响老年人的消费决策环境，进而推动消费结构升级，见表 1。

在分析方法上，本文采用了描述性统计与机制推演相结合的方式。描述性分析基于公开数据，呈现我国老年人消费规模与消费结构的特征事实；机制分析则从积极老龄化理论的三大支柱出发，推演各维度促进消费升级的作用路径。

Table 1. Analytical framework for consumption upgrading driven by active ageing
表 1. 积极老龄化促进消费升级的分析框架

维度	作用路径
健康维度	健康预期寿命延长，改善老年人健康状况，产生两个效应——医疗支出的“释放效应”（健康者医疗支出占比更低）和预防性消费的“前置效应”（健康管理消费上升）
参与维度	社会参与程度提高，扩展老年人的消费场景和社交需求，催生发展享受型消费
保障维度	社会保障体系完善，降低老年人对未来支出的不确定性，弱化预防性储蓄动机，提高消费倾向

4. 我国老年人消费结构的特征事实

本文所使用的数据主要来源于以下渠道：《2024 年度国家老龄事业发展公报》⁶、《中国银发经济发展报告(2025)》⁷，国家统计局中山调查队 2024 年 1 月对 171 位 60 岁及以上老年人开展的专题调研⁸，以及新京报贝壳财经、北京市统计局、中国互联网络信息中心等机构公开发布的报告。

4.1. 老年人口规模与银发经济总量

从老年人口规模看，由于人口基数大，中国老年人口规模也是前所未有的，位列全球首位。未来银发经济的规模，主要受到人口老龄化和消费水平增长两大因素影响⁹。

4.2. 消费规模持续扩大

当前老年消费市场呈现快速增长态势。见图 1，根据国家统计局中山调查队 2024 年 1 月的调研，从月均花费金额来看，8.2%的受访老人月均支出在 5000 元以上，20.5%在 3001~5000 元，53.8%在 1001~3000 元，17.5%在 1000 元以下。

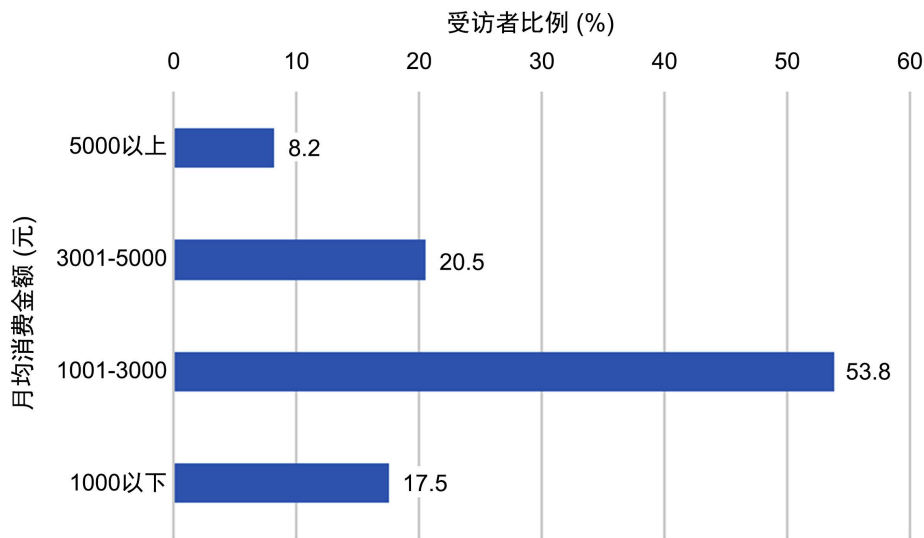


Figure 1. Distribution of the elderly’s average monthly consumption expenditure (N = 171)
图 1. 老年人月均消费支出分布(N = 171)

⁶同脚注 2。
⁷<https://www.bjllcy.org/newsinfo/8558401.html>
⁸http://m.ce.cn/xsz/202403/01/t20240301_38917417.shtml
⁹同脚注 7。

从消费能力来看, 新京报贝壳财经报道¹⁰显示, 银龄族月均可支配收入呈“腰部集中”特征, 3000元至8000元区间占比近六成。黑蚁资本《2024年新时代的消费力蓝海: 活力银发人群消费需求趋势研究》¹¹指出, 50~59岁的新银发人群呈现更优越的经济条件, 但我国银发人群整体经济状况稳定。这表明老年群体的消费能力正在显著提升。

4.3. 消费结构从“生存型”向“发展型”加速转型

当前老年消费结构呈现从“养老”向“享老”转型的明显特征^{[11][12]}。

在文旅消费方面, 银发旅游已成为文旅市场的新增长引擎。银发旅游人数已占全国旅游总人数的20%以上¹²。老年旅游正在从小众市场向主流市场转型。新京报贝壳财经调研显示¹³, 近八成银龄族每年至少出门旅行一次, 超过两成每年旅行3至5次。在出行偏好上, 自然风光类旅行最受欢迎(72.0%), 其次是人文历史(35.2%)和康养休闲(32.0%)。

在健康养生方面, 老年群体的健康需求已从基本医疗服务拓展到更高端的康养领域。据北京市统计局2024年调查¹⁴, 在生存性消费以外的消费领域中, 53.7%的老年被访者进行过保健养生消费, 42.1%进行过外出旅游消费, 41.7%参与过休闲活动。

在智能消费方面, 随着互联网普及率持续提升。智慧养老技术服务、老年智能与可穿戴装备制造销售收入同比分别增长33.7%、32.6%, 均呈现快速增长态势¹⁵。2024年北京市老年人消费调研报告显示, 86.2%的被访者愿意使用智能产品¹⁶。

消费观念正由“养老”转为“享老”, 特别是低龄老年人消费意识更趋前卫和开放^[13]。

4.4. 城乡与年龄差异显著

从城乡差异来看, 根据国家统计局中山调查队2024年1月的调研, 城镇老年人在教育文化娱乐、旅游等发展型消费上的支出明显高于农村老年人, 农村老年人消费仍以生存型为主, 见图2。

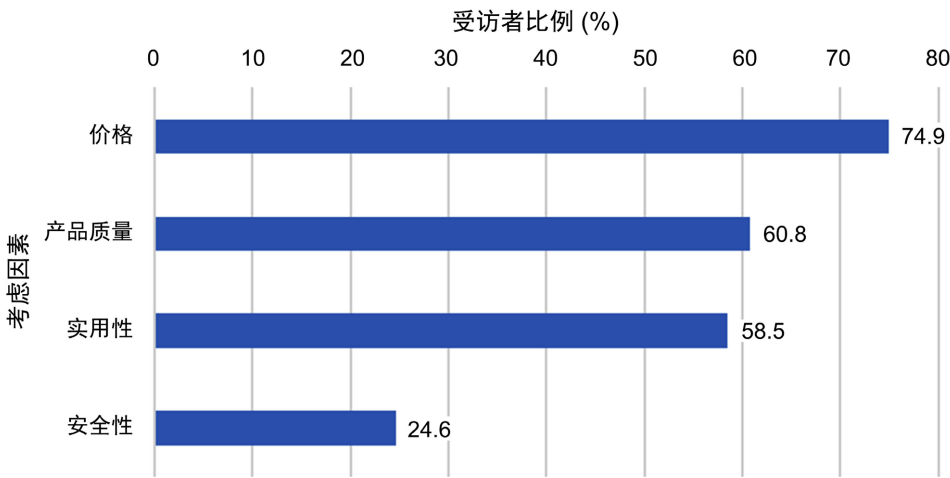


Figure 2. Major consideration factors in the elderly's consumption
图 2. 老年人消费主要考虑因素

¹⁰<https://m.bjnews.com.cn/detail/1761728687129431.html>

¹¹https://media.ba-cap.com/_1b29ada839.pdf

¹²https://www.ndrc.gov.cn/xwdt/ztzl/ylyx/gzdt/202506/t20250606_1398318.html

¹³同脚注 10。

¹⁴https://tjj.beijing.gov.cn/zxfb/202411/t20241127_3951462.html

¹⁵<https://www.chinatax.gov.cn/chinatax/n810219/n810724/c5241867/content.html>

¹⁶同脚注 12。

低龄老年人一般拥有更多自主时间和良好经济基础，消费意愿强烈，在文化旅游、智能产品、健康管理等方面的消费需求明显高于高龄老年人。从消费影响因素来看，老年人消费比较注重经济实惠，追求产品或服务的“性价比”。

根据国家统计局中山调查队调研，74.9%的受访老人表示消费时主要考虑价格因素，其次是产品质量、实用性以及安全性，分别占 60.8%、58.5%和 24.6%。

5. 积极老龄化促进消费升级的内在机理

5.1. 健康效应：从“被动医疗”到“主动健康”

积极老龄化的首要目标是“健康”——不仅是没有疾病，而是身体、心理和社会适应能力的完好状态。健康改善对消费结构的影响体现在两个机制^[14]。

第一，医疗支出的“释放效应”。健康状况良好的老年人，其被动医疗支出相对较低，从而释放购买力用于发展享受型消费。随着老年人对主动健康的认知不断提升，健康消费正在从“治病”向“防病”转变。据公开报道显示，老年人对提高免疫力、预防疾病等需求度较高。

第二，预防性消费的“前置效应”。积极健康观促使老年人从“生病再治”转向“提前预防”。保健品、体检、健身器材、健康管理等预防性健康消费呈现快速增长趋势。北京市统计局数据显示¹⁷，老年人对智能产品消费意愿较强。使用意愿最高的前三类智能产品分别是“健康管理”(61.1%)、“安全监测”(52.8%)和“智能家居”(38.0%)。

5.2. 参与效应：从“社会退出”到“重新嵌入”

积极老龄化强调老年人应持续参与社会、经济、文化活动。社会参与的增加通过以下机制推动消费升级。

第一，社交消费的扩展。参与社区活动、老年大学、兴趣团体、旅游等，需要配套消费——交通、餐饮、活动用品等。“新银龄族”不再满足于走马观花的“打卡式旅行”，而更在意旅程带来的疗愈与文化体验。

第二，身份消费与悦己消费的出现。从“老年人”到“有活力的老年人”的身份认同转变，催生了发展享受型消费需求。“悦己型消费”正成为银发市场的新引擎。从一门课程到一次旅行，“悦己消费”已成为不少老年人生活的关键词，老年人与年轻人的消费观越走越近。

第三，数字参与的红利。数字经济的蓬勃发展促使老年群体积极参与数字消费^[15]。他们以更主动的姿态融入数字生活，会发朋友圈，会用拼多多、抖音、小红书等软件，会在线上挂号、买票、组团出游。

5.3. 保障效应：从“储蓄防老”到“即时消费”

消费者的消费决策取决于预期终身收入和对未来不确定性的判断。当社会保障体系完善时，老年人对未来支出的不确定性降低，预防性储蓄动机减弱，消费倾向提高。

第一，养老金收入的“消费促进效应”。稳定的养老金收入是老年消费的基础保障。新京报贝壳财经调研显示，过半受访银龄族以退休金或养老金作为经济来源，且收入呈“腰部集中”特征。养老制度的健全、预防性储蓄动机减弱显著提升了老年群体的消费能力^[16]。

第二，养老服务供给的“保障效应”。养老服务机构服务内容已从“生活照料”向“品质护理”全面升级，涵盖生活照料、健康管理、精神慰藉等多个维度。这种服务升级降低了老年人对养老不确定性的担忧，有利于释放当期消费。

¹⁷同脚注 14。

第三，政策支持“托底效应”。国家出台多项促进银发经济的政策支持，推动银发经济政策体系持续完善，增强了老年人的消费信心。

6. 异质性作用特征总结

6.1. 城乡资源差异对三支柱作用路径的影响

城乡老年群体在资源禀赋、生活场景与社会保障水平上存在明显差距，使得积极老龄化三支柱对消费升级的整体驱动机制呈现不同路径。城镇老年人拥有更完善的医疗服务、丰富的社区参与平台和更充足的养老保障，健康改善、社会参与与制度保障能够协同促进消费结构升级：健康风险下降减少了刚性医疗消耗，稳定的社会保障弱化了预防性储蓄，多元的社会参与持续创造新型消费场景，共同推动消费从生存刚需向康养、文旅、兴趣服务等发展型消费延伸。

相比之下，农村老年群体整体资源薄弱，三支柱更多发挥生存兜底效应。健康改善主要用于规避大病支出风险，难以释放大额可支配消费；社会参与形式单一、公益性较强，难以形成市场化消费需求；保障水平有限、未来不确定性更高，整体储蓄动机更强，因此三支柱难以有效推动消费升级，仅能维持基础生活消费稳定。

6.2. 收入分层下三支柱赋能效果的区别

收入层级的差异直接决定三支柱对老年消费的撬动力度。高收入老年人资金约束弱，健康、参与、保障形成叠加升级效应：良好健康状态、多元社会参与和充足养老收入共同支撑高品质、个性化、体验型消费扩张，消费升级表现为结构优化与品质提升。

中等收入老年人是银发消费的中坚群体，三支柱呈现平稳促进机制：健康改善节约日常医疗成本，稳定保障降低储蓄压力，社区参与带动适度文娱与服务消费，整体实现消费结构稳步改善。

低收入老年人受限于经济基础，三支柱整体表现为底线保障机制，仅能降低生存风险、维持基本生活，难以释放额外消费空间，消费升级动力严重不足。

6.3. 年龄特征带来的三支柱效能变化

年龄结构差异改变了三支柱的作用边界与传导效果。低龄老人身体状况良好、社会活跃度高，健康能力、参与能力、保障预期能够充分转化为消费活力，是消费升级最核心的群体。

中高龄老人身体机能下降、活动范围受限，三支柱的作用由“促进升级”转向稳定刚需消费：健康投入集中于慢病管理与居家照护，社会参与大幅减少，风险预期提升储蓄动机，消费升级动力显著减弱。

7. 老年人消费升级的路径选择

基于上述机理分析，本文提出促进老年人消费升级的三条政策路径。

7.1. 健康支撑路径：构建主动健康服务体系

一是推进健康老龄化，将“以治病为中心”转向“以健康为中心”，加强老年人健康管理、慢性病防控、心理健康服务。二是发展预防性健康消费，规范保健品市场，推广定期体检，发展健身康养产业，把握老年群体对智能健康设备需求增长的机遇，智能健康设备市场潜力巨大。三是整合医疗与养老资源，推进医养结合，降低老年人健康维护的交易成本。

7.2. 参与促进路径：拓展老年消费场景

一是丰富老年文化娱乐供给，发展老年旅游、老年教育、老年演艺市场。2025年上半年老年旅游服

务销售收入同比增长 26.2%¹⁸。二是推动数字适老化，降低老年人使用互联网和智能技术的门槛。互联网普及率持续提升，仍有提升空间。三是构建老年友好型消费环境，在商场、景区、交通等场所推进适老化改造。

7.3. 保障完善路径：增强消费信心与能力

一是提高养老金水平与可持续性，缩小城乡养老金差距。二是完善长期护理保险制度，降低失能风险对老年人消费的抑制作用。三是发展银发金融，创新适合老年人的金融产品(反向抵押贷款、养老理财等)，盘活存量资产。

7.4. 协同治理：政府 - 市场 - 社会的合力

老年人消费升级是一个系统工程，需要政府、市场、社会三方协同发力，见图 3。政府提供制度保障和公共服务，市场提供多元化的产品和服务，社会组织和社会提供参与平台和支持网络。当前银发经济已形成“医、养、康、文、旅”跨界融合的发展态势，这类跨界业态市场规模预计 2030 年突破 15 万亿元^[13]。

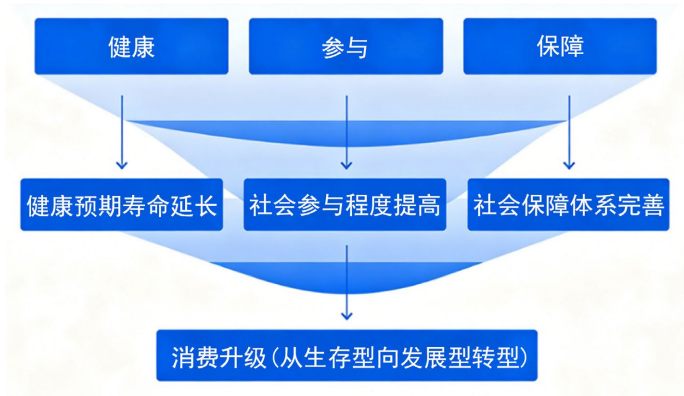


Figure 3. Mechanism flow chart of consumption upgrading driven by active ageing
图 3. 积极老龄化促进消费升级的机制流程图

8. 结论与讨论

8.1. 主要结论

本文从积极老龄化视角出发，系统分析老年人消费升级的内在机理。主要结论包括：

第一，我国老年消费规模持续扩大，消费结构正加速从“生存型”向“发展型”转型升级。低龄老年人日益成为消费主力，“享老”“悦己”消费趋势明显。

第二，积极老龄化三大支柱——健康、参与、保障——分别通过不同机制推动消费升级^[16]：健康改善释放医疗支出并催生主动健康消费，社会参与扩展消费场景并催生悦己消费，保障完善弱化预防性储蓄并提高消费倾向。

第三，不同老年群体的消费升级进程存在显著差异，城镇优于农村、低龄优于高龄，提示政策干预需要精准施策。从消费影响因素来看，价格、产品质量、实用性是老年人消费时最关注的三个因素。

8.2. 研究局限与未来方向

本文存在以下局限：第一，受数据类型限制，健康、参与、保障与消费结构之间的因果关系难以严

¹⁸<http://sh.people.com.cn/n2/2025/0810/c134768-41317759.html>

格识别；第二，本文主要依赖宏观统计数据 and 区域性调研数据，全国性老年群体内部异质性的精细分析有待深化；第三，不同地区和城乡之间的差异分析有待进一步加强。

未来研究可从以下方向深入：一是利用更新的微观追踪数据，检验积极老龄化与消费升级的因果关系；二是开展跨国比较研究，识别制度环境对消费升级的调节作用；三是深化数字经济(特别是人工智能)对老年消费行为重塑效应的研究。

参考文献

- [1] 李宏彬, 施新政, 吴斌珍. 中国居民退休前后的消费行为研究[J]. 经济学(季刊), 2015, 14(1): 117-134.
- [2] 乐听, 彭希哲. 老年消费新认识及其公共政策思考[J]. 复旦学报(社会科学版), 2016, 58(2): 126-134.
- [3] 杨碧云, 王艺璇, 易行健. 数字鸿沟与消费鸿沟——基于个体消费不平等视角[J]. 经济学动态, 2023(3): 87-103.
- [4] 何圆, 余超, 王伊攀. 社会互动对老年人消费升级的影响研究——兼论广场舞的经济带动效应[J]. 财经研究, 2021, 47(6): 124-138.
- [5] 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.
- [6] 马光荣, 周广肃. 新型农村养老保险对家庭储蓄的影响: 基于 CFPS 数据的研究[J]. 经济研究, 2014, 49(11): 116-129.
- [7] 郭诗怡, 倪晨旭, 李民, 等. 医养结合与老年消费——理论与机制[J]. 人口与经济, 2024(2): 75-88.
- [8] 王少辉, 李富有. 中国老年群体消费结构、需求特征和行为决策[J]. 北京社会科学, 2021(8): 119-128.
- [9] 海龙, 崔杨豪, 王蕊. 主观社会地位对老年人消费的影响及互联网使用的中介作用[J]. 人口研究, 2025, 49(6): 113-125.
- [10] 原新, 涂坤鹏, 金牛, 等. 乐享晚年: 智慧健康养老政策与银发人口享受型消费[J]. 人口研究, 2025, 49(5): 3-18.
- [11] 刘凯强. 从“将就”到“讲究”: 银发消费的转型叙事及价值衍生[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2026, 43(2): 89-98.
- [12] 侯建明, 周文剑. 从“夕阳”到“金晖”: 银发经济驱动我国老年消费的转型升级之路[J]. 延边大学学报(社会科学版), 2026, 59(1): 39-49.
- [13] 彭小辉. 银发经济的发展趋势、挑战与应对[J]. 人民论坛, 2025(17): 73-77.
- [14] 麦东仁, 胡天霖, 龚六堂. 健康状况与老年人消费偏好: 理论分析与经验证据[J]. 世界经济, 2025, 48(5): 192-221.
- [15] 张颖熙. 数字经济赋能老龄化社会消费: 机遇与路径选择[R]. 北京: 社会科学文献出版社, 2025.
- [16] 黄健臻. 人口老龄化驱动中国消费结构升级的双轮机制——基于消费储蓄率与消费偏好[J]. 广东经济, 2025(19): 53-55.