

银发经济背景下老年线上消费平台的 供需错配问题与优化路径

何开月

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年3月24日; 录用日期: 2026年5月29日; 发布日期: 2026年6月8日

摘要

在银发经济上升为国家战略的背景下, 老年群体线上消费参与规模持续扩大, 但平台供给与老年消费者需求之间的结构性错配问题日益凸显。本研究以老年线上消费平台为研究对象, 基于信息不对称理论与前景理论, 从信息、行为与技术三个维度系统分析供需错配的形成机制。研究发现: 信息不对称引致逆向选择, 抑制老年消费者的有效需求; 损失厌恶与路径依赖在行为层面强化风险规避, 降低消费意愿; 数字技术门槛形成参与壁垒, 限制潜在需求向实际消费转化。三类机制相互作用, 共同制约老年群体的线上消费参与。在此基础上, 本研究从优化平台信息供给机制、修复消费参与意愿、降低技术参与门槛及推动多元主体协同治理四个方面提出优化路径, 以期改善老年线上消费环境提供参考。

关键词

银发经济, 老年线上消费, 供需错配, 平台治理

Online Consumption Platforms for Older Adults in the Silver Economy: Supply-Demand Mismatch and Optimization Pathways

Kaiyue He

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: March 24, 2026; accepted: May 29, 2026; published: June 8, 2026

文章引用: 何开月. 银发经济背景下老年线上消费平台的供需错配问题与优化路径[J]. 老龄化研究, 2026, 13(6): 40-48.
DOI: 10.12677/ar.2026.136322

Abstract

Against the backdrop of the silver economy being elevated to a national strategy, older adults' participation in online consumption has expanded steadily, while a structural mismatch between platform supply and elderly consumers' needs has become increasingly prominent. This study examines online consumption platforms for older adults and, drawing on information asymmetry theory and prospect theory, analyzes the formation mechanisms of supply-demand mismatch from three dimensions: information, behavior, and technology. The results show that information asymmetry leads to adverse selection, thereby suppressing effective demand; loss aversion and path dependence reinforce risk-averse behavior and reduce consumption willingness; and digital technology barriers constrain the transformation of potential demand into actual consumption. These mechanisms interact and jointly hinder older adults' participation in online consumption. Accordingly, this study proposes optimization paths in four aspects: improving platform information supply mechanisms, restoring consumer participation willingness, reducing technological barriers, and promoting multi-stakeholder collaborative governance, so as to provide reference for improving the online consumption environment for older adults.

Keywords

Silver Economy, Online Consumption of Older Adults, Supply-Demand Mismatch, Platform Governance

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

随着人口老龄化程度的持续加深,老年群体的消费需求与市场供给之间的结构性矛盾日益凸显。2024年,国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》,明确将银发经济纳入国家发展战略体系,强调通过扩大老年产品与服务供给以释放老年群体消费潜力,这标志着银发经济已由学术讨论层面上升为国家层面的重要政策议题[1]。

在此背景下,线上消费平台的快速扩张为老年群体融入数字经济提供了重要载体。根据中国互联网络信息中心发布的第54次统计报告,老年网民规模虽持续增长,但其互联网使用深度及线上消费参与程度仍显著低于其他年龄群体[2]。这一差距在具体消费实践中有较为集中的体现:平台界面设计与老年用户认知特征不匹配,信息呈现复杂且不透明,叠加风险感知偏高以及操作流程繁琐等因素,使老年消费者在用不上、不敢用、用不好三种困境中反复受阻。上述现象在表层上体现为使用障碍,在深层上则反映出老年线上消费领域存在的供需结构性错配问题。

与主流消费群体相比,老年消费者在需求偏好、信息处理能力及风险态度等方面存在系统性差异,而当前线上消费平台的产品与服务供给仍以年轻用户为中心,适老化改造相对滞后,导致供给难以有效匹配需求。与此同时,老年群体的潜在消费能力在现实市场中往往未被充分识别,其需求表达渠道受限,进一步削弱了供给侧的响应效率。在此双重作用下,供需两端难以实现有效对接,制约了银发经济潜力的释放。

由此,本研究以老年线上消费平台为研究对象,结合信息不对称理论与前景理论,从信息、行为、

技术三个层面分析供需错配的形成机制，并在此基础上提出相应的优化路径，以期为相关研究与实践提供参考。

2. 理论基础与分析框架

2.1. 信息不对称与柠檬市场

市场交易能否有效运行，在很大程度上取决于交易双方信息获取的对称性。Akerlof (1970)指出，当卖方掌握的商品质量信息显著多于买方时，买方往往只能基于平均质量进行定价，高质量商品因无法获得与其质量相匹配的价格而逐步退出市场，最终导致劣质产品占据主导地位，即柠檬市场效应[3]。这一机制在老年线上消费场景中具有较强的现实映射。相较于其他年龄群体，老年消费者在信息获取与处理能力方面存在一定局限，对平台规则、商品参数及评价体系的理解难度较高，导致其在交易中处于明显的信息劣势。在此条件下，部分低质量商品通过包装性宣传或信息操控获取流量优势，而高质量商品则因难以被有效识别而处于竞争不利地位，进而加剧市场选择的扭曲[4]。

信息不对称还会对市场参与意愿产生抑制作用。当老年消费者积累了一定的负面消费经验，或对平台信息的可靠性持续存疑，其退出市场的倾向便会增强。这种信任缺失一旦形成，单纯依靠供给侧的产品更新难以有效修复，需要从信息透明度和平台信用机制层面加以干预[5]。

2.2. 前景理论与老年消费决策

传统经济学基于预期效用最大化假设，认为消费者在不确定条件下能够进行理性决策。然而，大量行为经济学研究表明，个体在面对风险时往往表现出系统性偏差。前景理论对此提供了有力的解释框架：个体对损失的敏感程度通常高于对同等规模收益的敏感程度，且决策评价依赖于相对于参考点的变化而非绝对水平，损失厌恶与参考点依赖由此构成该理论的两个核心判断[6]。

将上述机制引入老年线上消费情境可以发现，老年消费者对网络交易风险的感知往往存在放大效应。一次退款困难的经历或一次受骗记录，所形成的负面参考点对后续消费意愿的抑制效果，远超同等金额的促销优惠所能产生的吸引力。这在一定程度上解释了老年群体不敢用线上平台的行为特征，即并非单纯源于操作能力不足，而是在行为决策层面存在系统性的风险规避倾向[7]。此外，老年消费者长期形成的线下消费习惯构成稳定的参考点，线上消费所带来的陌生感和不确定性被感知为损失，进一步强化了对线下渠道的路径依赖。

综合来看，信息不对称理论与前景理论分别从供给侧与需求侧揭示了老年线上消费平台运行中的关键约束机制：前者强调信息失衡引致的市场失灵，后者揭示行为偏差对消费决策的系统性影响，二者共同构成本研究错配机制的理论基础。

3. 老年线上消费平台的供需现状与错配表现

3.1. 需求端现状

第54次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，60岁及以上网民在整体网民中的占比持续提升，老年群体已成为互联网用户增长的重要来源。然而，在网络购物、在线支付等深度应用场景中，其参与率仍显著低于其他年龄群体[2]。这表明，网民规模的扩张并未同步转化为线上消费行为的有效增长，老年群体的潜在消费需求尚未得到充分释放。

就需求结构而言，健康养生、医疗辅具、生活便利及情感陪伴类产品和服务是老年群体较为集中的消费方向，但现有平台在上述细分领域的供给质量参差不齐，难以有效匹配[5]。此外，数字鸿沟在需求侧形成重要的结构性约束。老年群体在互联网使用的广度和深度上与中青年群体仍存在显著差距，且受

教育水平、城乡差异及家庭支持等因素影响，这种差距呈现出显著分化特征[8]。操作技能不足、信息理解困难以及对隐私与安全风险的顾虑，共同构成老年消费者参与线上消费的主要障碍。

3.2. 供给侧现状

尽管部分主流平台已启动适老化改造，但相关措施多集中于字体放大、界面简化等表层优化，在导航结构、交互逻辑及信息层级设计等方面，尚未充分契合老年用户的认知特征，深层次的用户体验改善仍有不足[9]。这意味着平台供给与老年用户需求之间的适配缺口依然存在。

在商品与服务供给方面，面向老年群体的专属品类在丰富度与质量保障方面均存在短板。部分以老年人为目标用户的产品质量参差不齐，虚假宣传及夸大功效的现象在保健品、辅助器具等领域较为突出，而现有评价体系与监管机制对老年消费者的信息甄别需求支持不足[10]。与此同时，一些平台普遍采用高频弹窗、限时促销及复杂优惠规则等营销策略，此类设计不仅增加理解成本，还可能诱导非理性消费，削弱老年群体对平台的信任[7]。

3.3. 供需错配的主要表现

综合需求端与供给端的现实状况，老年线上消费平台的供需错配主要体现在信息、行为与技术三个层面，具体表现如表 1 所示。

Table 1. Supply-demand mismatch on online consumption platforms for older adults

表 1. 老年线上消费平台供需错配的主要表现

错配层面	需求端表现	供给端表现	主要后果
信息层面	商品信息难以甄别	虚假宣传较为普遍	信任缺失
	平台规则理解困难	信息披露不透明	有效需求被压制
行为层面	风险感知偏高	营销话术	消费意愿受抑
	消费决策趋于保守	老年消费心理错位	平台黏性低
技术层面	操作技能不足	适老化设计流于表面	参与门槛偏高
	使用障碍较多	交互逻辑复杂	消费潜力未能释放

三类错配并非相互独立，信息获取困难、风险规避倾向与技术参与壁垒之间存在相互强化的关系，共同制约老年群体的线上消费参与。这一关系构成供需错配形成机制分析的基本出发点。

4. 老年线上消费平台供需错配的形成机制

4.1. 信息层面的市场失灵

老年消费者与平台之间的信息壁垒，是供需错配最为直接的成因之一。在数字交易场景中，商品真实质量、卖家信誉以及交易规则等关键信息主要由供给方掌握，而消费者所接触到的多为经过筛选与包装后的呈现结果。对于具备较高数字素养的用户而言，这种信息差距尚可通过比价、评价筛选等方式部分弥合，但对老年消费者来说，上述信息甄别过程本身即构成较高门槛，信息劣势因而更加显著[4]。

在此条件下，低质量商品更易借助视觉包装与营销话术获取市场关注，而高质量供给由于缺乏有效的信息传递渠道，其竞争优势反而难以体现。这一现象与 Akerlof (1970) 所描述的逆向选择机制高度吻合：当买方无法有效识别产品质量时，市场均衡将向低质量供给倾斜，优质供给逐步被挤出市场[3]。在这一

过程中，老年消费者承担了信息不对称的主要成本，其负面交易经验的积累又进一步削弱对平台的整体信任，从而导致有效需求收缩。

值得关注的是，这种信任侵蚀具有一定的不可逆性。单次欺诈或误导性消费所形成的负面认知，往往难以被后续正面体验所抵消，老年消费者因此更倾向于降低消费频率甚至退出线上市场[10]。这意味着信息层面的市场失灵不仅压制了当期交易，还通过信任机制的弱化持续压缩未来需求空间。

4.2. 行为层面的消费抑制

在需求侧，即便老年消费者具备基本的技术操作能力，其消费决策仍受到行为偏差的系统性影响。这一障碍很大程度上源于前景理论所揭示的损失厌恶机制。相关研究表明，智能手机使用经历会显著影响老年人的消费行为，其中负面体验的抑制效应明显强于正面体验的促进效应，风险感知在其中发挥关键中介作用[7]。这意味着，常规的价格优惠或促销激励难以有效抵消潜在损失所带来的心理权重，消费决策因而趋于保守。

进一步来看，线上消费还意味着参考点的重构。老年群体长期形成的线下消费习惯构成其稳定的行为基准，而线上平台在操作流程、支付方式及售后机制等方面均存在较大差异，这种差异在认知上更容易被视为不确定性增加，从而被感知为潜在损失[5]。由此形成的路径依赖并非单纯的行为惯性，而是基于损失厌恶机制的理性选择结果。

与此同时，部分平台以稀缺性与紧迫性为核心的营销设计，在强化交易不确定性的同时，也放大了老年消费者的风险感知，从而进一步激活损失厌恶倾向，其结果反而抑制交易发生。在内生行为偏差与外部设计因素的共同作用下，行为层面的消费抑制机制由此形成。

4.3. 技术层面的参与壁垒

技术可及性是连接供需两端的重要中介变量，其不足将直接制约老年群体的市场参与。数字技术的持续迭代在提升整体效率的同时，也客观上提高了使用门槛。相关研究表明，数字经济能够显著促进老年家庭消费，但这一效应依赖于老年用户具备基本的技术使用能力，而这一前提在相当比例群体中尚未实现[11]。

从个体层面看，老年群体的技术使用障碍往往具有多维特征，健康状况、情绪体验、能力认知、使用动机以及社会支持等因素都会对其数字技术使用意愿产生影响[12]。在网络消费情境中，上述因素往往进一步与风险感知相互叠加。当用户对系统稳定性、信息安全或交易可靠性产生顾虑时，技术操作困难不再只是功能层面的障碍，而会逐渐影响其对平台环境的整体信任判断。既往负面使用经验一旦形成，还可能在后续决策中持续强化技术回避倾向，使部分老年用户逐渐减少甚至放弃线上消费渠道。

从供给侧看，平台在适老化设计方面的投入仍以表层优化为主，缺乏对老年用户使用逻辑的系统性重构。这一现象在一定程度上源于商业激励不足：由于老年用户在活跃度与消费强度等指标上的相对劣势，其需求在平台资源配置中长期处于边缘位置，导致深层次技术适配动力不足[13]。

技术层面的参与壁垒与信息失灵及行为抑制机制之间存在显著的交互效应。操作困难限制了信息获取与比较能力，从而加剧信息不对称；初次使用中的挫败体验又以负面参考点形式固化，进一步强化风险规避行为。三类机制相互嵌套，共同构成老年线上消费平台供需错配的内在生成逻辑。

4.4. 错配机制的耦合关系与负反馈循环

前述分析表明，信息失灵、行为抑制与技术壁垒在老年线上消费场景中并非彼此独立，而是在平台使用过程中逐步形成相互嵌套的运行结构。如图 1 所示，技术端、信息端与行为端之间存在相互作用关系，并共同推动供需错配的形成。

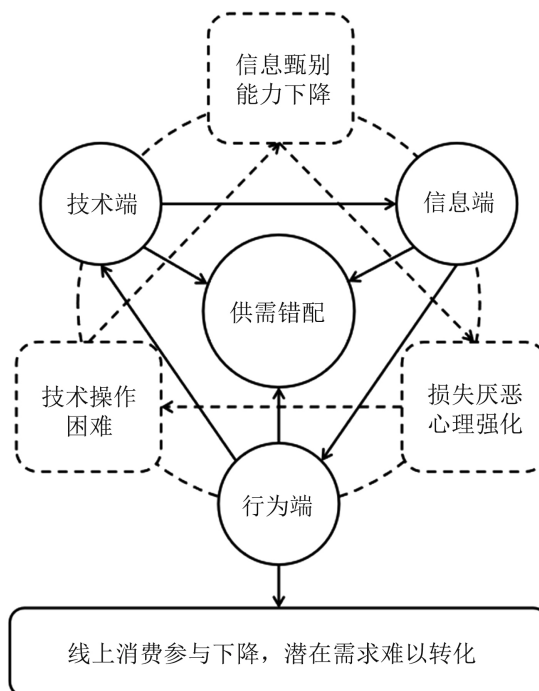


Figure 1. Mechanism of supply-demand mismatch in elderly online consumption

图 1. 老年线上消费平台供需错配的形成机制图

技术条件往往构成这一结构的起点。对部分老年用户而言，界面层级复杂、功能识别困难以及支付流程不熟悉等问题，会在实际操作中提高使用成本，也在客观上限制了其获取与理解商品信息的能力。当搜索、筛选和比价等基础操作难以顺利完成时，用户对商品质量、价格结构及平台规则的判断基础随之削弱，信息不对称由此被进一步放大。信息环境的不确定性又会通过行为机制影响消费决策。当商品质量、售后保障或平台信誉难以被清晰识别时，老年消费者往往表现出更高水平的风险感知。在此情境下，损失厌恶与既有消费习惯共同作用，使部分潜在需求难以转化为实际交易行为，线上消费参与呈现出相对保守的特征。行为层面的收缩又会反过来影响技术学习的动力。当用户减少线上消费尝试时，对平台功能的熟悉程度难以持续积累，技术使用能力的提升空间随之受到限制。

随着上述过程的持续作用，技术端、信息端与行为端之间逐渐形成相互强化的运行格局。技术操作困难压缩了信息获取与比较能力，信息甄别能力的下降提升了风险感知水平，而消费参与的减少又使用户缺乏继续投入时间与精力学习平台功能的动力。在这种互动关系下，供需错配逐渐表现为一种具有循环特征的结构性的结果。从更广泛的数字社会参与视角看，这一过程也反映了老年群体在数字包容体系中的结构性约束。相关研究指出，数字包容不仅涉及技术接入，还包括数字技能、信息理解能力以及能否通过数字技术获得实际社会参与收益等多个层面[14]。对于老年线上消费而言，后两个层面的差距尤为关键，当平台使用能力与信息识别能力不足时，互联网接入本身并不能转化为稳定的消费参与机会，这在客观上强化了供需错配的持续性。

5. 老年线上消费平台的优化路径

5.1. 优化平台信息供给机制

信息层面的市场失灵源于供需双方信息获取能力的结构性差异，单纯依赖消费者提升甄别能力难以

从根本上缓解该问题，更有效的路径在于从供给侧压缩信息不对称空间。在商品信息呈现方面，应针对老年用户建立简明化披露机制，将价格构成、退换货条件及售后流程等核心信息以通俗语言前置展示，减少复杂条款对信息获取的阻碍，从而降低信息处理成本。在具体设计上，可在商品详情页设置简要信息摘要模块，对价格、规格及保障条款等关键内容进行自动提炼，同时提供语音播报选项，以辅助老年用户获取关键信息。

在信用机制建设方面，平台可在现有评价体系基础上引入面向老年用户的专项认证机制，将老年用户投诉率、纠纷处理效率等指标纳入评价维度。其核心在于将原本分散于个体消费者的信息甄别成本内部化为平台的筛选机制，从而在结构上缓解逆向选择的问题，使高质量供给获得稳定的市场回报。同时，应推动公共监管与市场机制的协同发力，通过提升信息透明度与信用约束强度，有助于缓解老年群体对平台的信任缺失问题[15]。

需要注意的是，上述措施在实施过程中仍可能面临一定挑战。一方面，适老化信息功能的开发与维护需要持续投入，对于资源有限的中小平台而言可能形成一定成本压力；另一方面，自动摘要算法在不同商品描述结构下可能出现信息遗漏或表达差异，因此仍需通过人工审核与用户反馈机制进行持续修正，以保证信息简化与信息准确之间的平衡。

5.2. 修复老年消费者信任与参与意愿

行为层面的消费抑制主要源于风险规避导向的决策机制，因此优化路径应从降低感知风险而非单纯提高收益激励入手。基于前景理论，平台应将无忧退款、先用后付、交易可追溯等风险保障机制作为面向老年用户的基础配置，并通过界面突出展示以强化其感知效应，从而弱化损失厌恶对消费决策的约束。为了增强制度保障的可见性，平台可在商品页面或老年用户专区设置风险保障信息模块，通过图文方式展示退款流程、客服响应时间及纠纷处理记录，使抽象制度转化为可感知的服务承诺。

在消费场景设计上，应重视线上与线下的融合路径。通过引入线下体验与线上下单的混合模式，可以在保留老年用户既有消费参考点的基础上，逐步引导其适应线上交易流程，降低行为转换成本。此外，平台在营销策略上应由强调紧迫性与稀缺性的促销逻辑，转向突出稳定性、可靠性与售后保障的信息传递，使沟通方式与老年消费者的心理特征相匹配，从而提升其参与意愿。不过，上述路径在实践中也可能受到一定约束。例如，先用后付等延迟支付模式在部分老年群体中可能引发理解障碍，而线上线下融合模式在农村或欠发达地区受线下网点覆盖程度影响，其推广效果可能存在区域差异。

5.3. 降低数字技术参与门槛

技术层面的参与壁垒需要通过供给侧产品优化与需求侧能力提升的协同推进加以缓解。在平台设计方面，适老化改造应由表层优化转向系统性重构，重点体现在简化操作流程、降低信息密度及减少功能层级等方面，并将语音交互与智能引导等功能纳入基础配置，从而显著降低使用门槛。技术可及性的提升是释放老年消费潜力的重要前提，其改进程度直接影响数字经济对老年群体的促进效应。在具体设计中，可将购物流程压缩为搜索、确认与支付等关键步骤，并通过调用历史订单信息减少重复输入，同时在适老化界面中控制功能入口数量，减少弹窗与复杂广告页面带来的操作干扰。

在需求侧，应以社区为载体开展数字技能培训，将教学内容与具体消费场景相结合，以提高培训的可操作性与覆盖面。同时，发挥家庭代际支持的作用，通过政策引导与平台激励鼓励子女参与老年成员的数字使用指导，在不显著增加公共成本的情况下扩大技术赋能范围。需要指出的是，数字技能培训在实践中仍面临持续性不足的问题，部分地区培训活动依赖阶段性项目资金支持，缺乏稳定的长期机制。此外，平台在推进界面简化时也可能面临商业模式调整的压力，例如广告展示与复杂促销页面是部分平

台的重要收入来源，适老化界面的精简意味着相关商业空间的压缩，因此需要在用户体验与商业收益之间进行协调。

5.4. 推动多元主体协同治理

上述路径的有效实施，有赖于制度环境的系统性支撑。在数字平台环境下，政府监管需要在制度框架上向合规监管、分类监管与敏捷监管转型，并在此基础上充分发挥平台自治秩序的补充作用，推动政府、平台与社会多元主体共同参与市场治理[16]。同时，有必要完善针对老年消费者的专项保护规则，在虚假宣传、诱导性营销及数据保护等方面提升制度适配性[15]。

平台自身的治理机制同样需要向老年用户倾斜。应将老年用户体验纳入核心绩效评价体系，通过建立投诉快速响应机制与服务质量反馈机制，形成改善适老化服务的内生动力。此外，社会组织与消费者权益保护机构可通过信息披露、独立评估及集体维权等方式发挥补充作用，弥补政府监管在信息获取与执行效率方面的不足。在此基础上，可以探索引入第三方评级机构。由于第三方认证无需依附于平台内部激励结构，在信息不对称程度较高的市场中具有相对独立的监督优势[17]。具体而言，可由独立评估机构对平台的信息透明度、操作便利性以及售后响应效率等指标进行综合评估，并将评价结果向社会公开，以声誉约束的方式促使平台持续改进服务质量。不过，第三方评级体系的建立仍需解决评价标准统一、机构独立性与运营成本分担等问题，因此在推进过程中应优先完善统一的适老化评价标准，并在此基础上逐步引入社会化评估主体。

6. 结语

老年线上消费平台的供需错配，并非单一技术适配不足所致，而是信息不对称引发的市场失灵、行为偏差导致的需求抑制以及数字技术门槛形成的参与壁垒三类机制交互作用的结果。本研究基于信息不对称理论与前景理论，从信息、行为与技术三个维度系统梳理了供需错配的形成逻辑，并据此提出了重构信息供给机制、激活消费参与意愿、降低技术参与门槛以及推动多元主体协同治理的优化路径。整体来看，三类机制之间具有明显的联动与强化特征，单一维度的政策干预难以从根本上缓解供需错配问题，需要通过多维协同推进形成系统性改善。

从更宏观的视角来看，老年线上消费平台的供需匹配效率，直接关系到银发经济政策目标的实现程度。老年群体消费潜力的释放不仅取决于收入水平，更取决于市场能否提供与其需求特征和行为模式相适应的制度环境与供给体系。因此，推进平台适老化改造与完善老年消费者保护机制，不仅是提升市场效率的重要路径，也是实现公共服务均等化与社会公平的重要组成部分。

参考文献

- [1] 国务院办公厅. 国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/content/202401/content_6926087.htm, 2024-01-15.
- [2] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第54次《中国互联网络发展状况统计报告》[R]. 北京: CNNIC, 2024.
- [3] Akerlof, G.A. (1970) The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, **84**, 488-500. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- [4] 霍艾湘. 我国养老消费供需发展现状及协调机制研究[J]. 商业经济研究, 2021(15): 48-52.
- [5] 彭希哲, 陈倩. 中国银发经济刍议[J]. 社会保障评论, 2022, 6(4): 49-66.
- [6] Kahneman, D. and Tversky, A. (1979) Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, **47**, 263-292. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- [7] 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.

-
- [8] 靳永爱, 胡文波, 冯阳. 数字时代的互联网使用与中老年人生活——中国老年群体数字鸿沟与数字融入调查主要数据结果分析[J]. 人口研究, 2024, 48(1): 40-55.
- [9] 中国信息通信研究院. 数字技术适老化发展报告(2024年)[R]. 北京: 中国信通院, 2024.
- [10] 徐莺, 刘含笑. 中国银发经济的现状、问题与前景[J]. 北京航空航天大学学报(社会科学版), 2023, 36(1): 140-147.
- [11] 杨柳, 孙小芳. 数字经济对老年家庭消费的影响及机制[J]. 消费经济, 2022, 38(5): 86-96.
- [12] Schroeder, T., Dodds, L., Georgiou, A., Gewald, H. and Siette, J. (2023) Older Adults and New Technology: Mapping Review of the Factors Associated with Older Adults' Intention to Adopt Digital Technologies. *JMIR Aging*, **6**, e44564. <https://doi.org/10.2196/44564>
- [13] 林佳钰. 弥合数字鸿沟推动银发经济发展趋势及建议[J]. 西部财会, 2023(2): 77-79.
- [14] Rasi-Heikkinen, P. and Doh, M. (2023) Older Adults and Digital Inclusion. *Educational Gerontology*, **49**, 345-347. <https://doi.org/10.1080/03601277.2023.2205743>
- [15] 倪晨旭, 汤佳, 陈波. 公共服务均等化、老年友好型社会构建与老年消费潜力释放[J]. 山西财经大学学报, 2024, 46(4): 14-27.
- [16] 江小涓, 黄颖轩. 数字时代的市场秩序、市场监管与平台治理[J]. 经济研究, 2021, 56(12): 20-41.
- [17] Chen, L., Tong, T.W., Tang, S. and Han, N. (2022) Governance and Design of Digital Platforms: A Review and Future Research Directions on a Meta-Organization. *Journal of Management*, **48**, 147-184. <https://doi.org/10.1177/01492063211045023>