

## 人口老龄化背景下的消费结构变动与政策应对

刘晓敏

郑州商学院, 河南郑州, 451200

**摘要:** 随着全球人口老龄化进程的加速, 我国人口老龄化呈现出“规模大、速度快、程度深”的特征, 对居民消费结构产生了系统性、深层次的影响。本文基于人口老龄化与消费结构的内在关联, 结合宏观统计数据与微观消费行为特征, 从消费主体、消费领域、消费方式三个维度, 剖析老龄化背景下消费结构的具体变动趋势, 揭示老龄化通过收入预期、生命周期需求、家庭结构等机制对消费结构的作用路径, 并结合日本、德国等国的经验启示, 提出优化收入分配、完善养老服务供给、推动银发经济创新等针对性政策建议, 为应对老龄化消费挑战、释放消费潜力提供参考。

**关键词:** 人口老龄化; 消费结构; 银发经济; 政策应对; 生命周期理论

### 一、引言

人口老龄化已成为 21 世纪我国社会经济发展的重要背景, 根据第七次全国人口普查数据, 2020 年我国 65 岁及以上人口占比达 13.50%, 较 2010 年提升 4.63 个百分点, 预计 2035 年左右将进入重度老龄化社会 (65 岁及以上人口占比超 20%)。消费作为拉动经济增长的“三驾马车”之一, 其结构变动直接反映居民需求升级方向与经济增长动力转换趋势 [1]。人口老龄化不仅改变了消费市场的主体构成, 更通过生命周期消费规律、家庭需求结构调整等途径, 推动医疗健康、养老服务、文化休闲等领域消费占比提升, 同时对传统消费品市场产生结构性冲击。现有研究多聚焦老龄化对消费总量的影响, 对消费结构变动的细分领域分析与机制探讨仍有待深化。因此, 深入研究老龄化背景下消费结构的具体变动特征与影响机制, 提出针对性的政策应对策略, 对于挖掘老龄化社会的消费潜力、推动经济高质量发展具有重要的理论与现实意义 [2]。

### 二、人口老龄化背景下消费结构的变动特征

(一) 消费主体结构: 老年群体成为消费市场的重要增长极

随着老年人口规模的扩大与收入水平的提升, 老年群体的消费能力显著增强, 成为消费市场的重要增长极。根据《中国老龄产业发展报告》数据, 2022 年我国老年消费市场规模已突破 7 万亿元, 预计 2030 年将达到 20 万亿元。从消费主体的年龄结构来看, 老年群体 (60 岁及以上) 的消费增速明显高于中青年群体, 2018—2022 年, 我国老年群体人均消费支出年均增速达 8.5%, 高于中青年群体 2~3 个百分点。从消费主体的收入结构来看, 随着养老金制度的完

善与家庭财富积累的代际传递, 老年群体的可支配收入持续增长, 2022 年我国城镇退休人员月均养老金达 2987 元, 较 2012 年增长近 1 倍, 为老年消费提供了坚实的收入支撑 [3]。

(二) 消费领域结构: 医疗健康与养老服务消费占比显著提升

从消费支出的领域分布来看, 老龄化推动消费结构向“服务型、健康型”转型, 医疗健康与养老服务消费占比显著提升。一方面, 随着年龄增长, 老年群体的健康需求不断增加, 医疗保健消费成为老年消费的重要组成部分。2022 年我国居民人均医疗保健支出达 2120 元, 其中 65 岁及以上老年群体人均医疗保健支出达 4860 元, 占其人均消费支出的比重达 23.5%, 较 2012 年提升 8.2 个百分点。另一方面, 随着家庭小型化、空巢化趋势的加剧, 老年群体对养老服务的需求日益多元化, 居家养老服务、社区养老服务、机构养老服务等消费快速增长。2022 年我国养老服务市场规模达 9000 亿元, 其中居家养老服务消费占比达 60% 以上, 社区养老服务消费增速达 15% [4]。

(三) 消费方式结构: 数字化消费与品质化消费成为主流趋势

在数字化浪潮与消费升级的双重驱动下, 老年群体的消费方式发生了显著变化, 数字化消费与品质化消费成为主流趋势。一方面, 随着“银发网民”规模的扩大, 老年群体的数字化消费能力不断提升。根据中国互联网络信息中心数据, 2022 年我国 60 岁及以上网民规模达 1.58 亿, 占网民总数的 15.8%, 其中使用手机购物、在线支付的老年网民占比分别达 65.2%、58.3%, 较 2018 年提升 30 个百分点以上。另一方面, 老年

群体的消费观念逐渐从“节俭型”向“品质型”转变，对高品质、个性化、智能化的消费品与服务需求不断增加 [5]。例如，在老年服饰消费领域，老年群体更加注重服饰的舒适度、时尚度与功能性，高品质老年服饰的市场份额不断提升；在老年家电消费领域，智能家电（如智能血糖仪、智能血压计、智能扫地机器人等）的消费占比达 30% 以上。

### 三、人口老龄化影响消费结构变动的机制分析

（一）收入预期机制：养老金水平影响老年消费结构

养老金作为老年群体的主要收入来源，其水平高低直接影响老年群体的消费能力与消费结构。根据生命周期消费理论，消费者会根据一生的收入预期安排消费支出，老年群体收入来源相对稳定（主要来源是养老金），其消费结构受养老金水平的影响较为明显。养老金水平较高时，老年群体在增加基本生活消费支出的同时，医疗保健，文化休闲等发展型，享受型消费支出也会随之增加；养老金水平较低时，老年群体的消费支出主要集中在食品，衣着等基本生活消费领域，发展型，享受型消费支出占比较低。例如，我国城镇老年群体的养老金水平高于农村老年群体，2022 年城镇老年群体人均医疗保健支出比农村老年群体高 2100 元，文化休闲消费支出占比高 8.5 个百分点，充分反映了养老金水平对老年消费结构的影响 [6]。

（二）生命周期需求机制：年龄增长带动消费需求转型

从生命周期角度看，不同年龄阶段的消费者拥有不同的消费需求，年龄增长会促进消费需求从“物质型”向“服务型、健康型”转型。青年时期消费者的消费需求主要集中在住房、汽车、教育等领域；中年时期消费者的消费需求主要集中在子女教育、家庭改善等领域；老年时期消费者的消费需求主要集中在医疗保健、养老服务、文化休闲等领域。同时，随着人口老龄化进程的加快，老年群体的消费需求不断释放，带动消费结构向“服务型、健康型”方向转变”转型。例如，我国医疗保健消费占居民消费支出的比重从 2012 年的 6.3% 提升至 2022 年的 8.8%，养老服务消费占比从 2012 年的 1.5% 提升至 2022 年的 3.2%，充分体现了年龄增长对消费结构的推

动作用。

（三）家庭结构机制：家庭小型化加剧养老服务消费需求

随着我国生育政策的调整与城市化进程的加速，家庭结构呈现出“小型化、空巢化”的趋势，2022 年我国平均家庭户规模降至 2.62 人，空巢老人家庭占比达 50% 以上。家庭结构的变化改变了传统的家庭养老模式，老年群体对社会化养老服务的需求日益增加。一方面，家庭小型化导致家庭养老功能弱化，老年群体的日常生活照料、健康护理等需求难以通过家庭内部满足，需要依赖社会化养老服务；另一方面，空巢老人家庭的老年群体面临着孤独、寂寞等心理问题，对精神慰藉、文化娱乐等养老服务的需求不断增加。家庭结构的变化推动养老服务消费需求快速增长，成为消费结构变动的重要驱动因素。

### 四、国际经验借鉴：日本与德国的应对实践

（一）日本：推动银发经济创新，完善养老服务体系

日本是全球人口老龄化程度最高的国家之一，早在 2000 年就进入重度老龄化社会。为应对老龄化对消费结构的影响，日本采取了一系列政策措施：一是推动银发经济创新，鼓励企业开发适老化产品与服务。例如，日本企业开发了智能养老床、便携式医疗设备、老年智能穿戴设备等适老化产品，满足老年群体的健康需求；同时，推出了居家养老服务机器人、社区养老服务中心等适老化服务，提升老年群体的生活质量。二是完善养老服务体系，构建“居家养老 + 社区养老 + 机构养老”相结合的养老服务模式。日本政府通过财政补贴、税收优惠等政策，支持居家养老服务机构、社区养老服务中心的发展，同时加强机构养老服务的规范化管理，确保养老服务质量。三是提高养老金水平，增强老年群体的消费能力。日本政府通过调整养老金缴费比例、增加财政补贴等方式，不断提高养老金水平，2022 年日本国民年金月均发放额达 6.5 万日元，较 2012 年增长 12%。

（二）德国：优化收入分配，加强养老服务监管

德国是欧洲人口老龄化程度较高的国家，2022 年 65 岁及以上人口占比达 22.6%。为应对老龄化对消费结构的影响，德国采取了以下政策措施：一是优化收入分配，提高老年群体的可支

配收入。德国通过完善养老保险制度，实行“现收现付制”与“基金积累制”相结合的养老保险模式，确保养老金水平与经济发展水平同步增长；同时，通过税收调节，缩小收入差距，提高低收入老年群体的消费能力。二是加强养老服务监管，规范养老服务市场。德国政府制定了严格的养老服务标准，对养老服务机构的资质、服务质量、收费标准等进行监管，确保老年群体享受到高质量的养老服务；同时，建立养老服务投诉机制，保障老年群体的合法权益。三是推动养老服务多元化，满足老年群体的个性化需求。德国鼓励社会力量参与养老服务，推出了居家养老、社区养老、机构养老、旅居养老等多元化的养老服务模式，满足不同老年群体的消费需求。

### 五、我国应对人口老龄化消费结构变动的政策建议

（一）优化收入分配结构，增强老年群体消费能力

一是提高养老金水平，建立养老金正常调整机制。根据经济发展水平、物价水平等因素，定期调整养老金水平，确保老年群体的收入水平与经济发展水平同步增长；同时，完善养老保险制度，扩大养老保险覆盖面，提高养老保险统筹层次，增强养老保险制度的可持续性。二是拓宽老年群体收入渠道，鼓励老年群体参与社会劳动。制定灵活的退休制度，允许老年群体延迟退休，同时鼓励老年群体参与志愿服务、社区管理等社会活动，增加老年群体的收入来源；此外，支持老年群体通过投资理财、房屋租赁等方式增加财产性收入。

（二）完善养老服务供给体系，满足老年群体多元化需求

一是加强居家养老服务设施建设，提升居家养老服务水平。加大对居家养老服务设施的投入，建设居家养老服务中心、老年食堂、日间照料中心等设施，为老年群体提供日常生活照料、健康护理、精神慰藉等服务；同时，推广智能居家养老设备，如智能手环、智能监控设备等，提高居家养老服务的智能化水平。二是发展社区养老服务，构建社区养老服务网络。加强社区养老服务中心建设，整合社区医疗、文化、体育等资源，为老年群体提供一站式养老服务；同时，鼓励社会力量参与社区养老服务，形成政府、社会、家庭共同参与的社区养老服务格局。三是规范机构

养老服务，提高机构养老服务质量。加强对养老机构的监管，制定严格的养老机构服务标准与收费标准，确保养老机构的服务质量；同时，加大对养老机构的财政补贴力度，支持养老机构改善设施条件、提高服务水平。

（三）推动银发经济创新，培育消费新增长点

一是支持适老化产品研发与生产，满足老年群体的品质化需求。鼓励企业加大对适老化产品研发的投入，开发适老化的食品、服饰、家电、医疗设备等产品，提高适老化产品的品质与安全性；同时，加强对适老化产品的标准制定与质量监管，规范适老化产品市场。二是发展老年旅游、老年教育等消费新业态，拓展老年消费领域。支持旅游企业开发适合老年群体的旅游产品，如康养旅游、文化旅游等；同时，发展老年教育，建设老年大学、老年学校等教育机构，为老年群体提供多样化的教育服务，满足老年群体的精神文化需求。三是推动银发经济与数字经济融合，创新消费方式。支持企业利用互联网、大数据、人工智能等技术，开展线上养老服务、线上医疗咨询、线上购物等业务，为老年群体提供便捷的消费方式；同时，加强对老年群体的数字技能培训，提高老年群体的数字化消费能力。

（四）加强消费市场监管，营造安全放心的消费环境

一是加强对老年消费市场的监管，打击假冒伪劣、虚假宣传等违法行为。加大对老年消费市场的执法力度，重点查处老年保健品、医疗器械、养老服务等领域的违法违规行为，维护老年群体的合法权益；同时，建立老年消费纠纷调解机制，及时解决老年群体的消费纠纷。二是加强消费教育，提高老年群体的消费维权意识。通过电视、报纸、网络等媒体，向老年群体宣传消费维权知识，提高老年群体的消费维权意识与能力；同时，开展老年消费教育活动，引导老年群体树立理性消费观念，避免盲目消费。在监管层面，可联合市场监管、公安、民政等多部门建立“老年消费市场联合执法机制”，定期开展专项整治行动，对违法商家实施“黑名单”制度，限制其市场准入，并通过政务平台公示违法信息，形成监管震慑。在消费教育方面，除传统媒体宣传外，可组织社区志愿者走进老年活动中心、养老院，开展“面对面”消费维权讲座，结合保健品诈骗、养老服

务合同陷阱等典型案例进行讲解；同时制作图文并茂、语言通俗的消费维权手册和短视频，通过社区微信群、老年大学课堂等渠道推送，帮助老年群体更易理解和掌握维权知识，切实提升其风险防范能力。

### 结论

人口老龄化作为我国社会经济发展的长期趋势，对消费结构产生了深远的影响，推动消费结构向“服务型、健康型、数字化、品质化”转型。从消费结构的变动特征来看，老年群体成为消费市场的重要增长极，医疗健康与养老服务消费占比显著提升，数字化消费与品质化消费成为主流趋势。从影响机制来看，养老金水平、生命周期需求、家庭结构是老龄化影响消费结构变动的重要机制。通过借鉴日本与德国的国际经验，结合我国实际情况，提出优化收入分配结构、完善养老服务供给体系、推动银发经济创新、加强消费市场监管等政策建议，能够有效应对老龄化背景下消费结构变动带来的挑战，释放老年消费潜力，推动经济高质量发展。未来，随着我国老龄化进程的进一步加速，消费结构的变动将更加深刻，

需要持续完善政策体系，不断适应消费结构变动的趋势，实现老龄化社会的可持续发展。

### 参考文献

- [1] 李绍亭,陈萱,朱雅玲,任彦军.人口老龄化背景下城乡居民家庭消费的结构变迁与趋势预测[J].人口与经济,2025,(03):54-68.
- [2] 伊亚涛,田发.上海老龄化对居民消费结构影响分析[J].经济研究导刊,2020,(36):90-91.
- [3] 刘艳丽.人口老龄化背景下宁夏居民消费结构实证分析[J].广西质量监督导报,2020,(04):224-225.
- [4] 郑大川,陈登星,江慧.人口老龄化背景下的福建省农村消费问题研究[J].闽江学院学报,2018,39(06):102-108.
- [5] 魏彦森.基于中国人口老龄化背景下的产业结构调整研究[J].改革与开放,2017,(21):31-32.
- [6] 魏弘,范嘉其.人口老龄化背景下我国财政政策探讨[J].现代经济信息,2016,(19):56+58.