

2025 年中国银发经济 发展研究报告



2025 年 2 月

目录

前言	3
一、银发经济概述	4
(一) 银发经济的发展背景及内涵	4
1、发展背景	4
2、概念内涵	5
(二) 全球银发经济的发展历程	5
(三) 银发经济全景扫描	7
二、中国银发经济市场分析	9
(一) 银发经济市场规模与结构分析	9
1、市场规模分析	9
2、市场结构分析	9
(二) 中国银发经济供给端分析	9
(三) 中国银发经济需求端分析	12
三、中国银发经济重点领域分析	14
(一) 生活照料	14
1、规模及增速	14
2、主要业态分布	15
3、发展趋势	16
(二) 康辅器具	16
1、规模及增速	16
2、主要产品类别	17
3、发展趋势	18
(三) 老年教育	18
1、规模及增速	18
2、主要业态分布	19
3、发展趋势	20
(四) 养老理财	20
1、规模及增速	20
2、主要产品类别	21
3、发展趋势	22

四、中国银发经济的发展趋势	22
(一) 市场规模持续增长, 消费结构不断升级	22
(二) AI 大模型爆发式发展, 科技与养老深度融合	22
(三) 跨界融合趋势明显, 新业态、新模式不断涌现	23
五、中国银发经济的机遇与挑战	23
(一) 银发经济面临的机遇	23
(二) 银发经济面临的挑战	24
六、赛迪建议	26



前言

中国的人口老龄化问题日益严峻，已成为社会发展中的重要挑战。随着经济的持续增长和医疗水平的不断提升，人民生活水平不断提高，平均寿命逐步延长，但这一趋势也带来了老龄人口比例的持续上升，人口老龄化问题逐渐显现。2024年，中国60岁及以上的老年人数量已达到3.1亿人，占总人口比重的22.0%，五年内提升了4个百分点，“规模大、速度快”是中国人口老龄化的突出特征。为应对人口老龄化挑战、增进老年人福祉，发展银发经济成为中国式现代化建设的重要支撑。

银发经济是指向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和。它既包括满足老年人需求的专业服务，也涵盖关联产品，其涉及面广、产业链长、业态多元、发展潜力巨大。

发展银发经济具有重要的现实意义。一是银发经济是应对人口老龄化的必然选择。人口老龄化是经济社会发展到一定阶段的产物，银发经济的发展有助于积极应对人口老龄化带来的社会问题，满足老年人多层次、多样化的需求。二是银发经济是推动经济高质量发展的新动力。银发经济涉及一二三产业，孕育着新机遇，催生新领域和新赛道。其规模庞大且潜力巨大，预计2035年，中国银发经济市场规模将达到30万亿元。三是银发经济是增进民生福祉的重要支撑。发展银发经济不仅能满足老年人的核心需求，提升其幸福感和获得感，更能促进代际公平和社会和谐。四是银发经济能够助力产业升级和创新。银发经济的发展将推动相关产业的技术创新和模式创新，如智慧养老、

健康服务等领域，为产业发展提供全新动力。

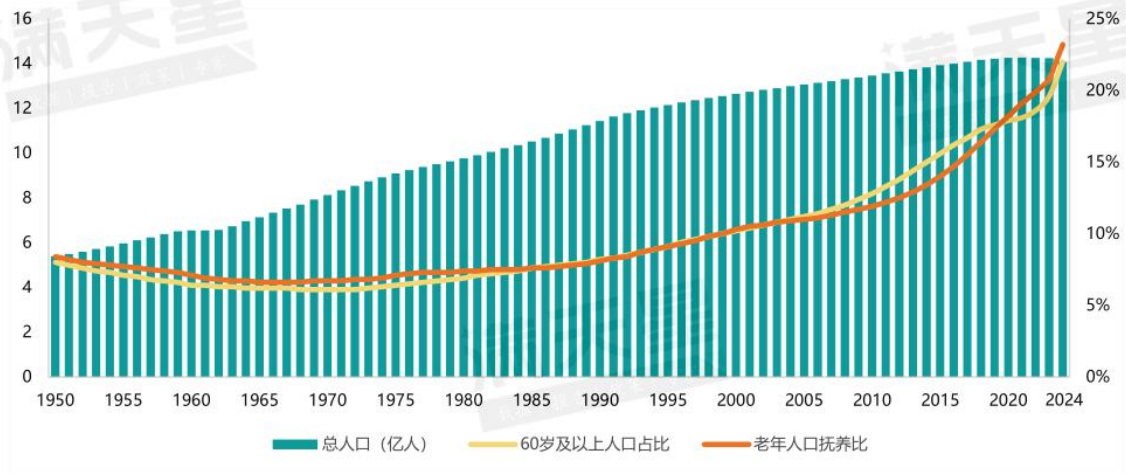
一、银发经济概述

（一）银发经济的发展背景及内涵

1、发展背景

中国人口老龄化进程进入加速阶段。1999年，中国正式进入人口老龄化社会，随着中国经济社会发展持续增速，人口平均寿命显著延长、生育率逐步下降，社会人口老龄化持续加深。2024年，中国人口数量达到14.1亿，已呈现负增长态势，同时60岁及以上老年人口占比提升至22.0%，老年人口抚养比达到23.2%，较2000年分别提升了11.8%和12.9个百分点，人口老龄化速率陡增。

图 1 1950-2024 年中国人口数量、60 岁及以上老年人口占比及老年人口抚养比



数据来源：国家统计局、联合国，赛迪顾问整理 2025，02

国家大力发展银发经济以应对人口老龄化。2019年，中共中央、国务院印发《国家积极应对人口老龄化中长期规划》，指出人口老龄化是今后较长一段时间中国的基本国情，同时强调积极应对人口老龄化，

将打造高质量的为老服务和产品供给体系列为具体工作任务之一。2021年，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出“实施积极应对人口老龄化国家战略”。2023年，银发经济概念在中央经济工作会议上被首次正式提出，成为应对人口老龄化、提振国内消费的重要抓手。2024年，国务院办公厅发布《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，进一步聚焦布局老年用品、养老金融、智慧健康养老等相关领域，积极发展银发经济。

2、概念内涵

银发经济指银发经济是向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和。银发经济以市场为渠道，以企业为供给主体向老年人提供涵盖医疗、护理、文旅、教育、娱乐、金融等诸多领域涉及老年人的各类产品、服务等消费内容。发展银发经济，一是能满足当前愈发多元化的老年人物质、精神等消费需求，增进老年人福祉；二是能有效延伸相关产业链条，拓展消费场景，为新兴产业壮大与传统产业升级提供新动能，推动经济社会高质量发展，助力中国式现代化建设。

（二）全球银发经济的发展历程

银发经济的发展经历了三个阶段：

萌芽期（20世纪70年代-20世纪末）。在这一阶段，银发经济概念被初步提出并引起重视，全球各国银发经济进入初步发展阶段。**全球：**日本于1970年步入人口老龄化社会，率先提出“银发族”概念，

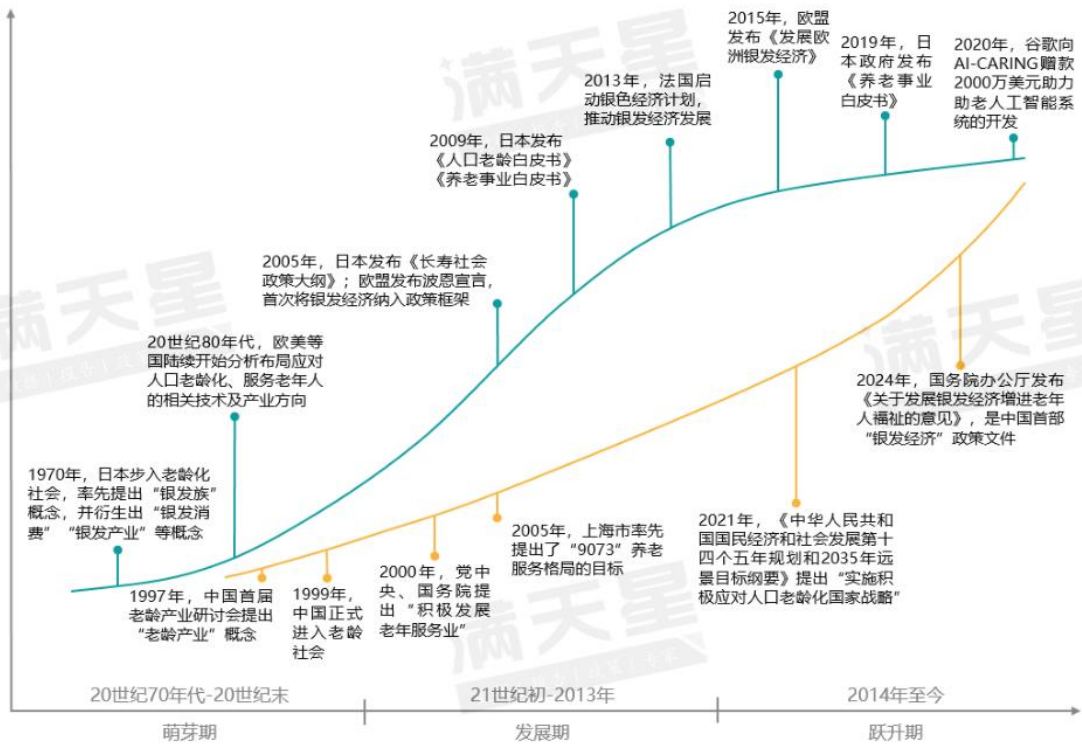
并衍生出“银发消费”“银发产业”等概念。随后欧美等国家和地区陆续开始分析布局应对人口老龄化、服务老年人的相关技术及产业方向。**中国**：1997年，中国首届老龄产业研讨会提出“老龄产业”的概念是指专为老年人提供产品和服务的产业。中国从发展老年服务业开始；1999年，中国60岁及以上老年人口占总人口的比重达到了10%，标志着中国正式进入老龄社会，养老产业逐步收到重视发展，养老服务业开始萌芽。

发展期（21世纪初-2013年）。在这一阶段，全球各国先后提出转向政策，大力推动银发经济发展。**全球**：发达国家及机构陆续提出相关政策发展银发经济，日本于2005年和2009年先后发布《长寿社会政策大纲》和《人口老龄白皮书》《养老事业白皮书》；欧盟于2005年发布波恩宣言，首次将银发经济纳入政策框架；法国于2013年启动银色经济计划，推动银发经济发展。**中国**：人口老龄化迅速引起国家重视，2000年，党中央、国务院提出“积极发展老年服务业”；2005年，上海市率先提出了“9073”养老服务格局的目标，中国养老体系的基础框架初步形成。

跃升期（2014年至今）。在这一阶段，伴随着人口老龄化程度加剧以及新兴技术涌现等因素影响，全球各国及机构银发经济普遍进入创新化、融合化发展阶段，并逐步形成政企协同的发展格局。**全球**：欧盟2015年发布《发展欧洲银发经济》，提出推动老年人独立生活、智能专业化等7项举措；2019年，日本政府发布《养老事业白皮书》，继续推动银发经济发展；2020年，谷歌向人工智能网络组协作协助和响

应式交互研究所（简称 AI-CARING）赠款 2000 万美元支持助老人工智能系统的开发。**中国**：2021 年，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》提出“实施积极应对人口老龄化国家战略”；2024 年，国务院办公厅发布《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，是中国首部“银发经济”政策文件，银发经济发展步入“快车道”。

图 2 全球银发经济发展历程



数据来源：赛迪顾问 2025, 02

(三) 银发经济全景扫描

中国银发经济主要由老年健康、生活享乐、老年用品以及养老金融四部分构成。其中，老年健康主要包括医疗保健、护理康复、心理

疗愈、生活照料四大领域；生活享乐主要包括养老旅游、老年教育、医美养护、休闲娱乐四大领域；老年用品主要包括保健食品、康辅器具、护理用品、老年服饰、抗衰产品、智能家居、移动终端以及养老机器人等领域；养老金融主要包括养老保险、养老理财、财务管理三大领域。

图 3 银发经济全景图



数据来源：赛迪顾问 2025, 02

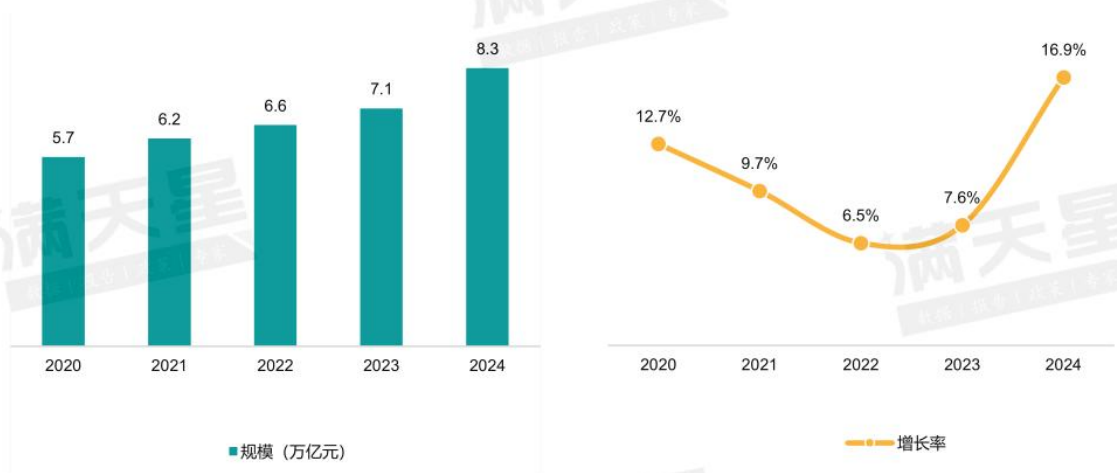
二、中国银发经济市场分析

（一）中国银发经济市场规模与结构分析

1、市场规模分析

中国银发经济市场规模增长迅猛。2020-2024 年，中国银发经济市场从 5.7 万亿元增长到 8.3 万亿元，呈现逐年增加态势。其中，2024 年在政策引领及需求拉动的双重影响下，中国银发经济市场规模增速迅速提高至 16.9%，发展势头迅猛。

图 4 2020-2024 年中国银发经济市场规模及增长



数据来源：赛迪顾问 2025，02

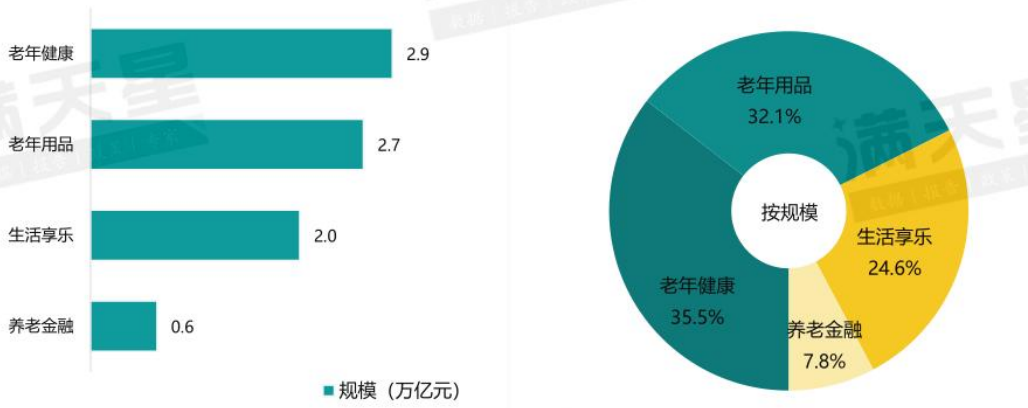
2、市场结构分析

老年健康是银发经济中规模最大的细分市场。2024 年，中国银发经济主要细分领域均实现了增长，老年健康、老年用品两大重点领域领跑。其中，由于产品、服务市场认可度较高、商业模式相对成熟，老年健康是中国银发经济市场规模占比最大的领域，规模接近 3 万亿

元；养老金融、生活享乐等领域当前市场规模相对较小，但在品质化、高端化需求快速扩容的趋势下，发展潜力巨大。



图 5 2024 年中国银发经济市场结构

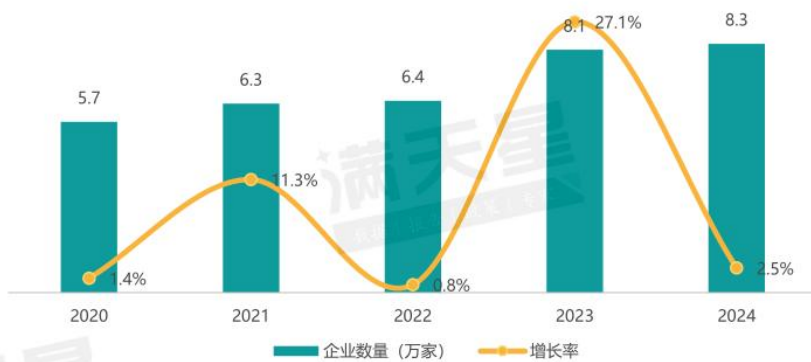


数据来源：赛迪顾问 2025, 02

(二) 中国银发经济供给端分析

银发经济相关企业数量持续增长。2020-2024 年，银发经济相关企业 5 年内平均年增量达到 5 千家以上，2024 年企业增量达到 8.3 万家，供给企业数量持续增加。

图 6 2020-2024 年中国银发经济相关企业注册数量及增速



数据来源：赛迪顾问 2025, 02

养老服务供给能力逐渐增强。2020-2024 年 6 月，中国各类养老机构和设施数量由 32.9 万个快速增长至 41 万个，5 年内平均增速达

到 16.8%，养老服务可及性增强、供给能力显著提升。

图 7 2020-2024 年 6 月中国各类养老机构和设施数量



数据来源：民政部，赛迪顾问整理 2025，02

（三）中国银发经济需求端分析

消费群体差异化特征明显、需求多元。银发经济消费群体主要包含活跃老人、半失能老人以及失能老人三类。**活跃老人**通常指身体机能良好且处于“退休黄金期”的老年人群体，身体相对健康。该群体积蓄充足，收入结构多元，包含基础养老金、理财收益、再就业收入等。活跃老人消费观念积极，需求集中于保持身体健康、提升生活质量、满足精神诉求的品质型消费。**半失能老人**通常指因慢性病或机能衰退导致生活半自理的老年人群体。该群体收入主要依赖养老金、子女补贴及少量储蓄。半失能老人更注重消费实用性，需求以医疗、康复等刚性消费为主，兼顾部分满足精神、情绪需要的社交、娱乐等消费。**失能老人**通常指长期卧床或认知障碍，需全天候医疗监护的老年人群体。该群体收入来源主要依赖养老金、政府支持或子女全额承担。

失能老人消费的核心诉求为降低照护负担、延长生命。消费更加关注便利性、安全性，主要集中于生存保障类消费。

表 1 银发经济主要消费群体及特征

消费群体	群体特征	需求偏好类型				消费痛点
		健康需求	生活需求	精神需求	经济需求	
活跃老人	消费能力强，健康管理、文化娱乐、旅游等消费占比高	预防保健 健康监测	智能家居 抗衰产品	兴趣学习 社交娱乐	养老理财 消费金融	老年服务产品同质化严重，消费体验不足； 金融服务适老化水平不足，抗风险能力弱
半失能老人	消费能力适中，康复护理、辅助器具、居家改造消费占比高	康复护理 慢性病管理	辅助器具 适老改造	轻度社交 心理支持	分期支付 保险补充	社区康复服务覆盖率较低，服务人员专业化不足； 高端康辅器具价格高昂且使用受限，可及度较低
失能老人	消费能力偏弱，以专业护理、医疗耗材、营养补充消费为主	专业医疗 生命维持	护理耗材 特殊食品	尊严维护 情感陪伴	护理保险 社会救助	专业护理机构床位短缺； 临终关怀服务供给不足

数据来源：赛迪顾问 2025，02

失能、半失能老人数量占比持续下降。在 2020-2024 年 11 月间，中国半失能、失能老人群体数量呈现波动下降态势。截至 2024 年 11 月，中国半失能、失能老人数量为 3500 万人，占 60 岁及以上老年人群体数量的比重降至 11.2%，5 年内占比累计下降 5.4 个百分点，规模占比持续降低。

图 8 2020-2024 年 11 月中国半失能、失能老人数量及占比



数据来源：国家卫健委、全国老龄委，赛迪顾问整理 2025，02

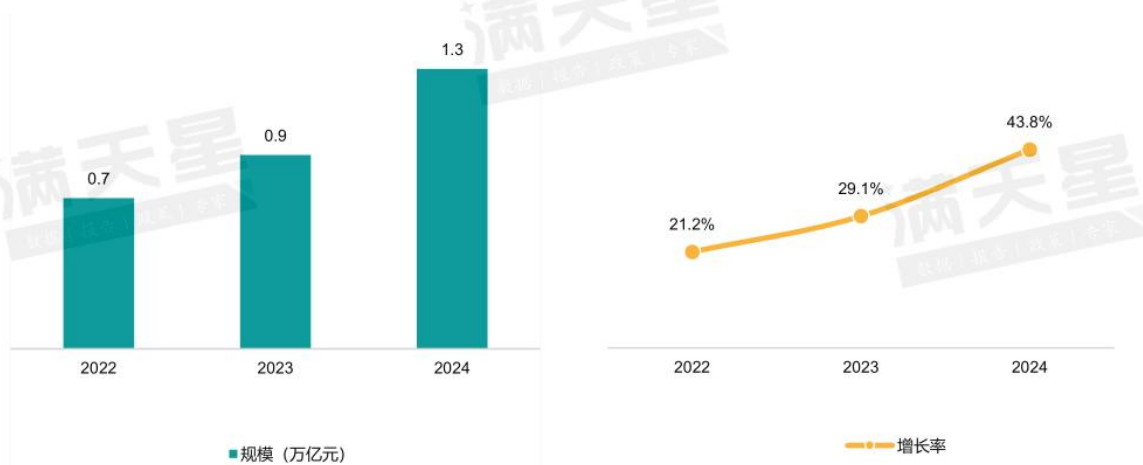
三、中国银发经济重点领域分析

(一) 生活照料

1、规模及增速

中国生活照料市场规模高速扩容。2024 年，中国生活照料市场规模达到 1.3 万亿元，近三年平均增速高达 31.4%。近年来，北京、上海等地相继发布相关政策大力发展居家助老服务、社区便民服务、养老照护服务等相关领域，预计到 2030 年，中国生活照料市场将迈入 2 万亿元台阶。

图 9 2022-2024 年中国生活照料市场规模及增长



数据来源：赛迪顾问 2025，02

2、主要业态分布

生活照料主要包含助餐服务、家政服务、照护服务三大细分赛道。

助餐服务是指为老年人群体提供营养餐食供应及集中就餐或送餐等便利服务，以解决其就餐难题并传递社会关怀，目前国内餐饮企业纷纷下场积极布局老年助餐服务，其中哪吒配餐、双汇团餐、暖慰科技等企业已形成一定知名度，市场影响力与日俱增；家政服务是指为解决老年人身体不便问题，由专业人员或机构为家庭提供的各类家务劳动协助活动，当前国内领先企业大多经营年限较长，已形成了一定品牌效应，其中以阳光大姐、华夏中青、爱依养老等企业为代表；照护服务是指为老年人，特别是失能、半失能及有特殊需求的老年人，提供生活照料、医疗护理、康复服务、精神慰藉及社会支持等全方位、专业化、个性化服务，国内供给主体目前主要为养老机构型企业，如泰康之家、亲和源、椿萱茂，通过养老社区、养老驿站等形式为老年人提供照护服务。

表 2 生活照料主要业态、主要服务内容及国内重点企业

主要业态	主要服务内容	国内重点企业
助餐服务	为老年人群体提供营养餐食供应及集中就餐或送餐等便利服务，以解决其就餐难题并传递社会关怀	哪吒配餐、双汇团餐、暖慰科技
家政服务	为解决老年人身体不便问题，由专业人员或机构为家庭提供的各类家务劳动协助活动	阳光大姐、华夏中青、爱依养老
照护服务	为老年人，特别是失能、半失能及有特殊需求的老年人，提供生活照料、医疗护理、康复服务、精神慰藉及社会支持等全方位、专业化、个性化服务	泰康之家、亲和源、椿萱茂

数据来源：赛迪顾问 2025，02

3、发展趋势

集成型、智慧型服务供给体系逐渐建成。受新兴技术带动，智慧养老平台、智能设备等技术手段在老年生活照护中的应用越来越广泛。智慧养老平台将市场中相关供给内容进行有效整合，避免了资源错配的问题，极大提升了服务效率，降低了机构及企业的运营成本。同时，智能护理机器人、家庭服务机器人、智能防走失终端的应用不仅缓解专业服务人才不足的现状，也显著提升了老年人的消费体验，未来应用将更加普及。**新兴业态持续涌现。**医养结合、智慧养老等全新养老模式快速发展，有效整合了不同产业间要素，有助于形成规模效应，提升服务效能。

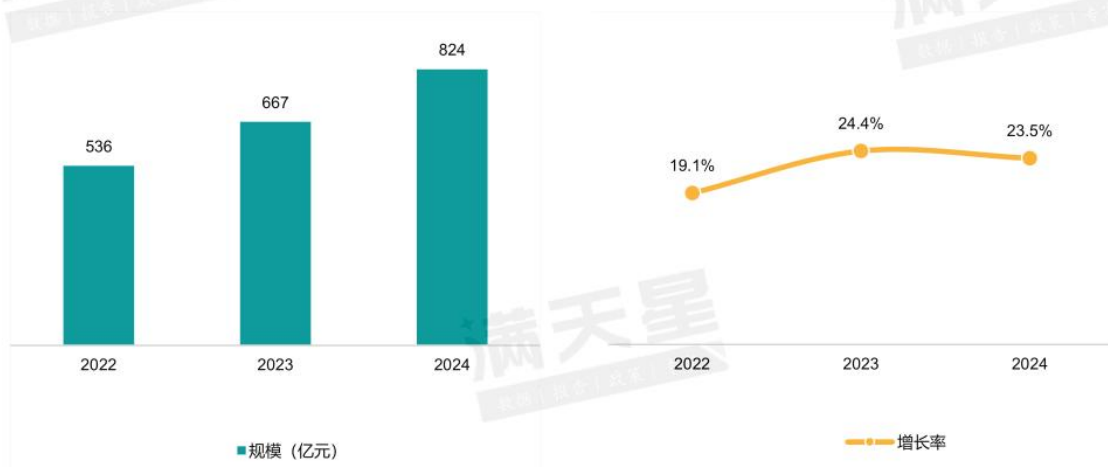
（二）康辅器具

1、规模及增速

中国康辅器具市场热度持续升温。2022-2024 年，伴随着人口老龄化程度加剧，慢性病、运动损伤及残疾等患者数量增加，康复医疗

逐步国内引起重视，市场进入高速增长阶段。2024 年中国康辅器具市场规模达到 824 亿元，增长率为 23.5%。预计未来国内市场将进一步释放潜力，在 2025 年有望达到千亿规模市场。

图 10 2022-2024 年中国康辅器具市场规模及增长



数据来源：赛迪顾问 2025, 02

2、主要产品类别

康辅器具主要包括康复辅具、康复评定设备、康复训练设备、康复理疗设备四类产品。康复辅具主要用于协助患者补偿或改善身体功能，以电动移位机、助行器、假肢、康复机器人等产品为主，国内领先企业包括科生假肢、强脑科技；康复训练设备主要用于评估患者功能状况，协助制定康复治疗方​​案，国内企业中翔宇医疗、麦澜德占据领先地位；康复训练设备主要用于帮助患者进行肌肉锻炼、关节活动、平衡训练等训练，促进功能恢复，国内龙之杰、伟思医疗等企业竞争优势显著；康复理疗设备主要用于利用电、磁、光、热等物理因子对患者进行治疗，实现疼痛缓解、炎症消散、组织修复等治疗目标，乐普医疗、普门科技等企业快速发展。

表 3 康辅器具的主要类别、主要用途、代表产品及国内外企业

主要类别	主要用途	代表产品	国内外企业
康复辅具	协助患者补偿或改善身体功能	电动移位机、助行器 假肢、康复机器人	国外: Ottobock、Ossur 国内: 科生假肢、强脑科技
康复评定设备	评估患者功能状况, 协助制定康复治疗 方案	神经功能评测器械 平衡测试器械	国外: Siemens、Philips 国内: 翔宇医疗、麦澜德
康复训练设备	帮助患者进行肌肉锻炼、关节活动、平 衡训练等训练, 促进功能恢复	智能康复机器人 上肢关节康复器	国外: Dynatronics、DJO 国内: 龙之杰、伟思医疗
康复理疗设备	利用电、磁、光、热等物理因子对患者 进行治疗, 实现疼痛缓解、炎症消散、 组织修复等治疗目标	超声波治疗仪 高压低频脉冲治疗仪 红外偏振光治疗仪	国外: BTL、Storz 国内: 乐普医疗、普门科技

数据来源: 赛迪顾问 2025, 02

3、发展趋势

智能化、数字化产品加速涌现。随着新兴技术的不断发展, 康辅器具产品逐步开始应用智能传感器、物联网等技术。康复机器人等新型尖端产品陆续上市, 有效提升了康复医疗的高效性, 成为康辅器具发展的新方向。同时, 基于云技术、大数据等技术推出的线上康复产品也大大缩减了患者进行康复医疗的成本, 广受市场欢迎。**个性化产品逐渐受到青睐。**由于接受康复医疗患者的身体状况、康复需求各不相同, 传统康辅器具往往无法完全满足每个患者的需求, 而通过结合3D打印、虚拟现实、生物材料等技术实现的个性化康复器械定制则可以很好地满足个体间对于康复医疗的异质性需求, 以此为基础衍生的康复医疗服务产品也逐步受到市场的青睐。

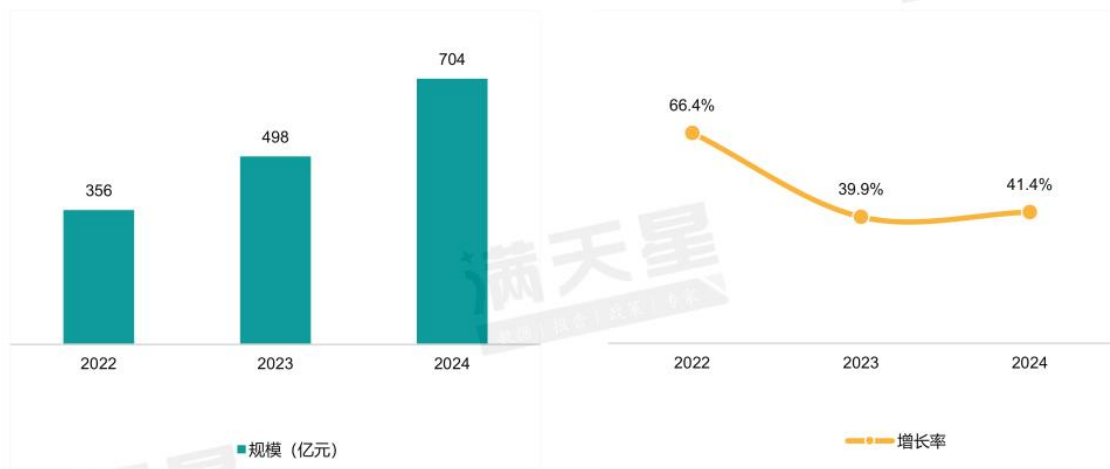
(三) 老年教育

1、规模及增速

中国老年教育市场发展迅猛。依托于直播、短视频等新兴产业,

线上老年教育快速发展，带动老年教育市场规模持续扩大。2022-2024年，中国老年教育市场规模由 356 亿元快速提升至 704 亿元，平均增速高达 49.2%。在老年人精神需求、社交需求增长的趋势下，老年教育未来发展空间宽广。

图 11 2022-2024 年中国老年教育市场规模及增长



数据来源：赛迪顾问 2025，02

2、主要业态分布

老年教育主要包含老年大学、培训机构、线上平台三种业态。老年大学主要提供丰富多样的课程，涵盖文化、艺术、健康等领域，满足老年人群体的学习需求以及社交需求；培训机构主要提供兴趣爱好、技能培训等专项课程，满足老年人兴趣培养、再就业或志愿服务等需求，目前，国内知名的线下培训机构较少，主要以小规模兴趣培训班、工作坊以及各地高职院校为主；线上平台以便利性为突出特点，能够提供多元化的教育服务，具有成本低、覆盖面广、增值空间大等优势，近年来发展迅速，量子之歌、红松学堂等专业老年教育培训平台快速发展。

表 4 老年教育主要业态、聚焦方向及主要参与者

主要业态	聚焦方向	主要参与者
老年大学	提供丰富多样的课程，涵盖文化、艺术、健康等领域，满足老年人群体的学习需求以及社交需求	各地公办老年大学
培训机构	提供兴趣爱好、技能培训等专项课程，满足老年人兴趣培养、再就业或志愿服务等需求	兴趣培训班、工作坊、各地高职院校
线上平台	以便利性为突出特点，能够提供多元化的教育服务	量子之歌、红松学堂

数据来源：赛迪顾问 2025，02

3、发展趋势

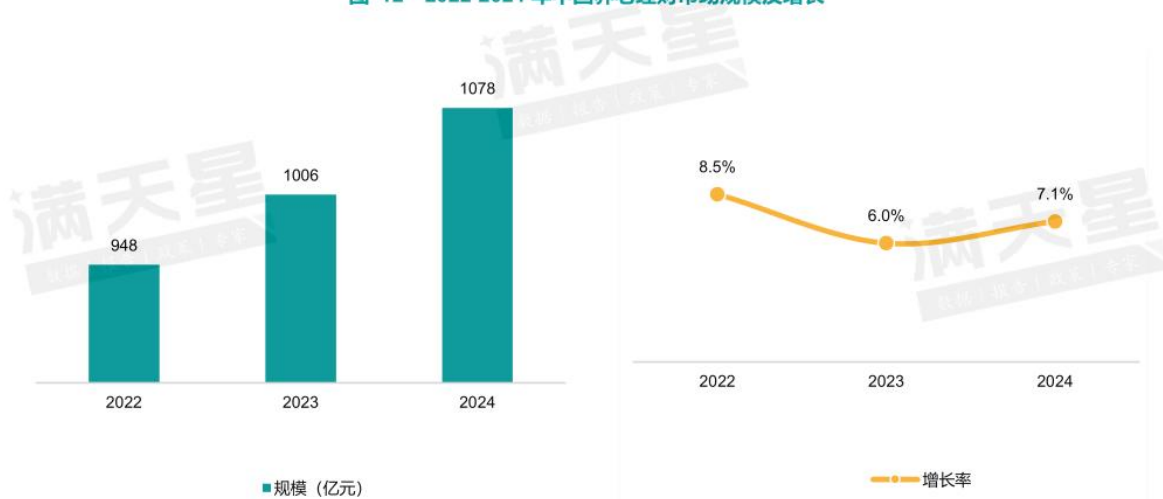
“线上+线下”模式快速发展。为降低学习成本、提升覆盖范围，老年大学等传统线下老年教育机构开始搭建线上平台，通过直播、录播、社群互动等形式提供便捷学习途径。**社交属性增强。**社交是老年人参与教育活动的一大潜在需求，当前老年教育机构的教育形式不再局限于课堂，而是衍生出老年夏令营、老年研学等具有社交娱乐属性的活动，提高老年人社会参与感，有益于老年人身心健康。

（四）养老理财

1、规模及增速

中国养老理财市场规模稳步提升。养老理财的主要受众是备老群体及老年人群体，通过为消费者提供差异化金融产品来满足备老群体和老年人群体的生活支出保障、医疗支出保障、资产保值增值等需求。近年来，中国养老理财市场参与主体持续丰富，相关理财产品不断增加。2024年，中国养老理财市场规模已突破1000亿元。

图 12 2022-2024 年中国养老理财市场规模及增长



数据来源：赛迪顾问 2025，02

2、主要产品类别

养老理财主要包括养老基金、银行理财、养老储蓄三类主要产品类别。养老基金主要由公募基金公司推出，通过多元化资产配置实现长期稳健增值；银行理财主要由银行理财子公司发行，采用固收类资产为主的多元资产配置策略，兼顾储蓄性和流动性；养老储蓄主要由银行推出，期限较长，安全性高，收益相对固定，适合追求稳健收益的投资者。

表 5 养老理财主要产品、主要用途、代表产品及供给主体

主要产品	主要用途	代表产品	供给主体
养老基金	通过多元化资产配置实现长期稳健增值	目标日期基金、目标风险基金	基金公司
银行理财	采用固收类资产为主的多元资产配置策略，兼顾储蓄性和流动性	银行个人养老金理财产品	银行理财子公司
养老储蓄	期限较长，安全性高，收益相对固定，适合追求稳健收益的投资者	专项养老储蓄产品	国有银行、商业银行

数据来源：赛迪顾问 2025，02

3、发展趋势

产品供给呈现多元化、个性化态势。金融机构通过细分客户画像，提供定制化服务，例如针对失能老人的长期护理金融方案，或为活力老人设计文旅结合的投资产品，有效满足了不同群体老人对于养老理财的多元化需求。**市场需求逐步分层。**随着老年人群体规模的扩大，消费能力也逐渐形成分化趋势，养老理财市场呈现“普惠型”与“高端化”并行的格局。高收入群体更关注增值型产品，而中低收入群体偏好保本型储蓄和保险。

四、中国银发经济的发展趋势

（一）市场规模持续增长，消费结构不断升级

在市场规模层面，中国老年人口基数庞大，60岁及以上老年人口数量显著增长，催生覆盖医疗、养老、文娱等领域的需求扩容，推动银发经济市场规模高速跃升。预计到2030年，中国银发经济市场规模将达到25万亿元，2023-2030年复合增长率达到22.9%。在消费升级层面，活跃老人群体经济基础更强、需求质量更高，消费升级趋势日益明显，消费结构逐渐从“生存型”向“品质型”转变，激发出健康管理、文娱活动及养老金融等领域新模式新业态，为银发经济发展注入新活力。

（二）AI大模型爆发式发展，科技与养老深度融合

DeepSeek大模型的横空出世引领新一波智能化浪潮，人工智能技术迎来爆发式发展，其强大的数据处理、模式识别和生成能力为科技

与养老的深度融合提供了强劲动力。在人工智能的赋能下，智能养老机器人、远程医疗诊断、个性化健康管理等创新应用不断涌现，将为老年人提供更加便捷、高效、精准的养老服务。人工智能与养老产业的深度融合，不仅提升了养老服务的质量和效率，也为破解人口老龄化社会难题提供了新的解决方案，推动养老产业向智能化、数字化方向转型升级。

（三）跨界融合趋势明显，新业态、新模式不断涌现

银发经济范畴不断拓展，激发出不同领域的跨界融合创新一方面，老年人需求从基础照护向“医、养、康、文、旅、金”全场景延伸，单一行业难以覆盖多元化需求，进一步催生出如“医疗+地产”“金融+养老”等全新业态。另一方面，政策推动与技术迭代加速生态重构，国家大力支持“医养结合”“智慧养老”等跨界业态，物联网、AI等新兴技术为跨领域数据互通提供了底层技术支撑。未来，随着银发经济各领域从“单点突破”向“跨界合作”转型逐步深化，跨界融合将为银发经济进一步催生出巨大的市场增量空间。

五、中国银发经济的机遇与挑战

（一）银发经济面临的机遇

政策支持助推银发经济发展壮大。党中央、国务院将积极应对人口老龄化上升为国家战略，出台多项政策和举措，支持发展银发经济。国务院办公厅发布的《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》从发展民生事业、扩大产品供给、培育潜力产业、强化要素保障等多方

面对发展银发经济作出了全面部署，并提出“通过中央财政科技计划支持银发经济领域科研活动”。中国人民银行等九部门发布《关于金融支持中国式养老事业 服务银发经济高质量发展的指导意见》，支持不同人群养老金融需求、拓宽银发经济融资渠道。

人口老龄化程度加剧带来了巨大市场需求与商业机会。老年群体多元化、高品质的医疗、娱乐需求逐渐受到市场关注。在老年健康领域，慢性病管理、康复护理及智慧养老院需求激增。在生活享乐层面，适老化智能穿戴设备、远程医疗监测系统等科技产品成为新增长点。同时，企业通过聚焦特定需求、实现精准供给，并不断优化产品质量及服务模式，进一步挖掘出需求端的消费潜力，实现产品供给质量与老年人生活品质相互促进的可持续发展模式。

跨界融合为银发经济注入持续发展活力。受政策引导以及需求带动，银发经济相关产业开始积极尝试跨界融合，发掘全新业态。一方面，如智能养老设备、“旅游+康养”等跨界融合创新型产品及服务具备更高效、更高端、更高品质的优势，更好地满足了老年人群体日益增加的复合化需求，助力加速完善中国养老服务体系。另一方面，相关产业通过跨界融合有效延伸了产业链，为银发经济高质量发展注入全新动能。

（二）银发经济面临的挑战

政策制度体系有待完善。从横向来看，银发经济整体上仍处于发展的初级阶段，国家层面未能形成完整的制度体系。从纵向来看，各

地缺乏发展银发经济综合性规划,各细分领域缺乏统筹,系统性不足,“国家-省-市”三级政策体系有待完善。

前沿产品创新能力不足。一是核心技术缺失。如高端康辅器具、养老机器人等前沿产品的核心技术和零部件自主研发能力仍然有待提升。二是智能化水平低。现有养老设备功能单一,智能化程度仍不高,如大部分健康监测设备仅能记录数据,无法提供个性化健康建议。三是研发投入不足。国内相关企业研发投入远低于国际水平,如2024年国内康辅器具企业的平均研发投入占比仅为5%,而国际巨头如飞利浦、欧姆龙的研发投入占比超过15%。

市场中仍存在供给缺口。现有的养老服务供给体系尚未满足老年人日益增长的需求。一方面,企业对于银发经济市场仍然缺乏深层次认知,细分领域需求聚焦程度不足,多元化需求与单一型供给间矛盾凸显。另一方面,专业化人才紧缺,尤其是在护理康复、心理疗愈等领域,服务人员素质和数量整体偏低,难以满足老年人个性化和高质量的服务需求,养老服务人员供给缺口显著。

消费潜力难以有效释放。一方面,受传统消费观念和部分老年群体收入水平不够高的影响,老年人的支付能力普遍有限,导致高品质的养老服务和产品难以普及。另一方面,“互联网+养老”、养老金融等新兴业态陆续涌现,而老年人群体受视力下降、操作困难等问题困扰,对智能手机等终端设备的使用效率普遍偏低,信息接收相对滞后,导致供给端产品的网络营销渠道存在阻塞。

图 13 银发经济的机遇与挑战



数据来源：赛迪顾问 2025，02

六、赛迪建议

健全政策引导，强化落地见效。加强市场调研，针对银发经济面临的发展难点，坚持问题导向，提升政策供给的针对性。制定银发经济发展配套政策，包括信贷优惠、权益保护、保险营销等。建立跨部门协调机制，明确各部门工作职责，多部门联合推动政策实施，避免重复管理。此外，还应完善监督评估体系，定期对政策执行情况进行检查，并通过第三方机构评估政策效果，及时调整优化。

因地制宜，精准定位，发展“银发经济”。推动银发经济需精准定位，差异化发展。一方面，针对经济发达、人口老龄化程度高的一线城市，聚焦高端养老服务、智能化健康管理及老年教育、文化旅游等高附加值产业，利用远程医疗、智能穿戴设备等先进科技提升服务便捷性。另一方面，针对二三线城市及小城镇，则依托自然资源、低成

本优势，发展生态养老、田园养老的特色模式，结合文化特色举办手工艺、民俗体验活动，促进地方经济与银发经济融合。同时，建议政府与企业加强合作，鼓励社会资本投入，通过政策、税收优惠激发市场活力，确保银发经济健康、可持续发展。

完善供给体系，提高供给质量。政府层面，推广设立家用康复辅具、养老机器人、智能家居等新型老年用品应用试点，增进前沿产品认可度；增加日间照料中心、老年活动中心等设施，方便老年人就近享受服务；加强养老服务人才队伍建设，建立专业养老人才培养体系，提升养老服务人员的护理技能与沟通能力。企业层面，搭建内部数据库，依托于大数据、人工智能等技术，精准把握市场需求，推动产品及服务的专业化、创新化、个性化升级；积极探索银发经济的跨界合作模式，大力发展复合型业态，有效满足老年人多元化需求；增进社区嵌入，在大型小区或养老机构设立综合服务站，集成日间照料、康复理疗、老年食堂等功能，提升高质量产品及服务的可及性。

深化市场渗透，激发消费活力。政府层面，打通社保、医疗、消费数据，绘制老年人消费热力图，定向推送社区食堂优惠券、康复辅具租赁信息；依托重阳节等传统节日，设立“银发购物节”，提升银发经济相关产品及服务的市场认可度。企业层面，持续拓展营销渠道，聚焦老年人线上使用率较高的网站或软件，精准投放推广信息；积极与居委会、养老社区等线下机构合作，通过举办产品展览会、服务体验会等线下活动增进市场渗透水平；探索新型商业模式，瞄准不同老年人群体间的差异化特征推出如以旧换新、积分商城、分时租赁等全

新模式，进一步拓展老年人消费场景、挖掘消费潜力。

