



社交网络规模越大，老年人基于社交目的进行的消费需求越高。

很多老年人会通过网络、微信、抖音等社交直播平台购买商品，并发表自己对商品的评价，选择商品和决策也受到平台评价的影响。

可见，由于物质的丰富、支付能力的提高等因素，老年人的消费习惯和行为，消费价值追求、消费目的、消费的意义等，都在同年轻的消费者一样逐渐发生着变化。

影响老年人消费的主要因素

虽然老年内部分化为老年消费发展提供了广阔的空间，但最新的研究基于老年人消费变迁的实证分析显示，从一个更长的时间维度，提出了一个相反判断，认为老年实际消费并未呈现出完全如预期那样的积极态势。老年消费活力未能得到充分激发。

1、外部环境的制约

中国老龄人口消费需求并未能得到充分满足，其消费行为主要受老年消费供给、家庭养老方式、老年人健康以及经济方面的供给等影响，这些因素也可能成为老年人口消费的主要制约。^[9]特别是目前老年产业发展与老龄人口需求之间存在较大的落差，不同年龄、健康状况和发展性等老年人差异性刚性需求的如时尚产品、医疗

保健、旅游休闲、金融消费需求强劲，但老年相关产业发展相对滞后成为老年人消费潜能激发的障碍。^[10]

2、老年人自身被动式的消费态度

研究也发现，社会经济发展与老年消费之间具有非对应关系，其根源在于老年人所经历的社会变迁塑造了其谨慎、保守、低欲等被动式消费态度，使得消费欲与消费心理一定程度滞后于消费力。^[11]还有老年人消费市场占有率不足、以及产品结构不合理等问题也成为老年消费发展的重要问题。

3、老年人消费欺诈现象和消费权益受损事件的多发

统计显示，2022年在打击整治养老诈骗专项行动中，公安机关共破案3.9万余起，打掉团伙4730余个，挽回损失近300余亿元，共侦破养老诈骗现案2.8万起。^[12]因为老年人“诉说-寻求支持-报案-立案过程-获得赔偿”是一个逐步递减的过程，这些事件只是老年人消费安全事件只是其中极少一部分。随着老龄化的加剧、社会风险的增大，以及信息生产与传播复杂性的增强，新型消费形态不断涌现，老年人消费面临更多不确定与风险挑战。这也严重抑制了老年人消费意愿和消费信心，阻碍了老年消费潜力的发挥。