

老年消费群体网络购物行为及电商平台优化策略研究

葛 颖

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年10月24日; 录用日期: 2024年12月10日; 发布日期: 2024年12月19日

摘 要

随着我国老龄化人口规模的不断扩大, 老年消费群体已成为网络购物中不可忽视的群体。本文通过对老年消费群体的购物行为特征和老年消费群体面临的消费风险这两个方面进行分析, 并针对电商平台的设计问题, 对电商平台提出了简化操作流程、强化个性化体验、提升安全保障、深化用户体验等方面的优化策略, 持续创新服务, 为老年人打造更便捷、安全、愉悦的购物体验。

关键词

老年消费群体, 网络购物, 电商平台, 策略

Study on Online Shopping Behavior of Elderly Consumer Groups and Optimization Strategies of E-Commerce Platforms

Ying Ge

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Oct. 24th, 2024; accepted: Dec. 10th, 2024; published: Dec. 19th, 2024

Abstract

As the scale of China's aging population continues to expand, the elderly consumer group has become a group that cannot be ignored in online shopping. This paper analyzes the two aspects of shopping behavior characteristics of elderly consumer groups and consumption risks faced by elderly consumer groups, and for the design problems of the e-commerce platforms, it puts forward optimization strategies for the e-commerce platforms to simplify the operation process, strengthen the personalized

文章引用: 葛颖. 老年消费群体网络购物行为及电商平台优化策略研究[J]. 老龄化研究, 2024, 11(6): 2579-2584.

DOI: 10.12677/ar.2024.116377

experience, improve safety and security, and deepen the user experience, etc., and continues to innovate its services to create a more convenient, safe and enjoyable shopping experience for the elderly.

Keywords

Older Consumer Groups, Online Shopping, E-Commerce Platforms, Strategies

Copyright © 2024 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

根据提供的第七次人口普查数据,可以看到我国人口老龄化的趋势正在加速。从 2000 年到 2021 年,我国老年人口规模不断增大,比例持续上升,特别是近十年间,60 岁及以上老年人口规模增加了 8637 万,比例上升了 5.44 个百分点,这一增长速度远超过了前一个十年的增长[1]。值得注意的是,2021 年我国 65 岁及以上老年人口占比已经超过 14%,意味着我国已处于从老龄化社会进入到了老龄社会的新阶段[2]。而且,预计到 2031 年,我国将进入超老龄社会,这进一步凸显了我国老龄化问题的严峻性。老年人口绝对规模大和增长速度快,不仅意味着社会养老负担的加重,也意味着老年服务需求的增加。同时,老年人口数量的增加也意味着老年网民基数的扩大,这对互联网应用和服务的适老化改造提出了更高的要求。针对这一趋势,我国政府和社会各界需要积极应对,加强老龄工作的顶层设计和战略规划,完善社会保障制度,发展老龄产业,推动养老服务的多元化和个性化,以满足不断增长的老年人口的需求。同时,也需要关注老年人的信息化需求,推动电商平台适老化改造,让老年人也能享受到信息化带来的便利。

2. 老年消费群体的网络购物行为特征

2.1. 理性消费

在思想特征层面,老年人展现出了高度的消费理性,盲目与冲动消费的现象在他们之中较为罕见。他们更倾向于基于实际需求和个人财务状况来作出消费决策,而非受到外界因素的轻易影响。这种消费习惯使得老年消费群体的消费模式相对稳定,一旦形成了某种消费习惯或偏好,他们往往会持续保持,不会轻易改变。这种稳定性为银发市场带来了相对确定的发展前景,为商家提供了明确的经营方向。在行为特征上,老年人的消费方式以自主消费为主。他们在电商平台上购物时,会仔细权衡商品的实用性、性价比等因素,以确保所购商品能够满足自己的实际需求。现有研究表明,老年消费者在选择商品时,尤为注重商品的质量、安全性、经济性和便捷性,而对于商品的款式、设计等方面则没有过高的要求。他们更倾向于选择那些实用性强、性价比高、易于操作和使用的商品[3]。

2.2. 求实消费

老年消费群体在消费过程中表现出了强烈的求实特征。他们非常注重产品和服务的质量,认为这是决定购买决策的关键因素。与年轻人相比,老年消费者更加成熟和理性,他们不会轻易被华丽的广告或潮流趋势所左右,而是更加注重商品的实用性和服务质量。在购买商品时,老年人会仔细研究商品的包装和描述,以确保所购商品符合自己的期望。他们更倾向于选择那些包装醒目、描述详细、质量可靠的商品。同时,老年消费者也非常注重商家的服务环境和服务态度,他们希望能够在购物过程中得到良好的购物体验 and 售后服务。因此,电商需要为老年人提供优质的服务,如详细的商品介绍、便捷的购物流

程、完善的售后服务等，以提高他们的购物满意度。

2.3. 习惯性消费

老年消费群体在购买商品时往往表现出强烈的习惯性。一旦在某一电商直播间或品牌获得了满意的购物体验，他们便会持续在该直播间或品牌购买商品。这种习惯性消费模式使得老年人的消费习惯相对稳定，不易受到外界因素的干扰。老年人的消费模式往往遵循一定的规律，他们习惯于使用固定商品，消费模式不会轻易改变。随着年龄的增长，他们可能不再记得新产品的品牌和标签，但仍能清晰地记得青少年时期使用过的老产品品牌和标签。这种对老品牌的特殊偏好使得老年人在购买商品时更倾向于选择那些他们熟悉和信任的品牌。他们很难将情感从原有产品中转移出来，即使面对新产品的诱惑，他们也会坚守自己的消费习惯。这种习惯性心理需求很难通过外部刺激来改变，因此商家需要深入了解老年人的消费习惯和心理需求，为他们提供符合其期望的商品和服务。

3. 老年消费群体面临的消费风险

3.1. 信息甄别能力弱，易受虚假宣传误导

老年消费群体在信息获取和甄别能力上相对较弱，这使他们成为了不法商家和诈骗者的主要目标。随着年龄的增长，老年人的认知能力可能会有所下降，对于信息的真实性和准确性判断不够敏锐。一些不良商家利用这一点，通过夸大产品效果、虚构用户评价、伪造权威认证等手段进行虚假宣传[4]，诱导老年人购买高价且可能无效的产品或服务。例如，一些保健品或医疗器械的虚假广告，往往声称具有神奇疗效，但实际上并没有科学依据或实际效果，这不仅浪费了老年人的金钱，还可能对他们的身体健康造成潜在危害。

3.2. 技术认知不足，消费安全隐患频发

老年群体在使用新兴技术、智能化产品时，由于对这些技术的了解不足，很容易遇到操作困难，甚至陷入消费陷阱。随着科技的发展，越来越多的消费过程需要通过互联网、智能手机等智能化设备完成。然而，老年人对这些设备的操作和使用方法可能并不熟悉[5]，导致他们在消费过程中难以准确判断信息的真伪，也容易在操作过程中出现失误。此外，一些不良商家会利用老年人对技术的不熟悉，设置复杂的消费流程或隐藏的消费条款，使得老年人在消费过程中难以察觉，从而造成经济损失。例如，一些网络购物平台的优惠券、满减活动等，可能存在复杂的计算规则和限制条件，老年消费者很难准确理解和把握，从而容易陷入消费陷阱。

3.3. 信息不对称与法律意识淡薄，维权困难重重

老年消费者在遭遇消费纠纷时，往往面临着信息不对称和法律意识淡薄的双重困境，导致维权之路艰难。一方面，老年人在获取信息方面存在困难，对于相关法律法规和维权途径的了解不足，使得他们在遇到问题时不知道该如何寻求帮助。另一方面，由于老年人对法律知识了解有限，他们在维权过程中往往难以有效维护自己的合法权益。一些商家会利用这一点，采取拖延、推诿等手段，使老年消费者的维权之路变得更加艰难。此外，老年人在维权过程中还可能面临身体和心理上的双重压力，使得他们更加难以坚持维权。

4. 电商平台的设计问题分析

4.1. 操作复杂度

界面友好性是提升用户体验的关键。一个优秀的平台设计应确保界面简洁明了，避免信息过载和复

杂的操作流程。这要求设计师在色彩搭配、字体大小、布局等方面做出精心考虑，以确保用户能够轻松浏览和操作。同时，交互设计也至关重要。通过直观的点击、滑动等简单操作，用户可以快速完成任务，并获得明确的反馈机制，如加载提示、操作成功或失败的提示等。这些设计元素共同构成了一个友好的用户界面，降低了用户的学习成本，提高了使用效率。导航清晰度则是帮助用户快速找到所需信息的重要保障。平台的信息架构应合理且易于理解，导航层级不宜过多，以避免用户迷失在复杂的菜单中。通过明确的标签和分类来组织内容，用户可以轻松地浏览和筛选信息。此外，强大的搜索功能也是提高导航清晰度的重要手段。平台应支持关键词搜索、筛选条件设置等高级功能，以满足用户多样化的信息需求。

4.2. 信息获取难度

在电商平台中，商品筛选和信息呈现是用户购物体验的重要组成部分。为了降低用户的信息获取难度，平台应提供多样化的筛选条件，如价格、品牌、评价等，以满足不同用户的需求。同时，排序功能也是必不可少的。通过按价格、销量、评价等维度进行排序，用户可以快速找到最符合期望的商品。在信息呈现方面，平台应确保商品信息全面且清晰。这包括高清的图片、详细的描述和用户评价等。图片应多角度展示商品，以便用户更好地了解商品的外观和细节。描述则应简洁明了，突出商品的特点和优势。用户评价则提供了其他用户的购物经验和建议，有助于用户作出更明智的购买决策。此外，平台还可以利用视觉元素如动画、色彩搭配等，增强信息的吸引力，提高用户的停留时间和购买意愿。

4.3. 安全性顾虑

安全性顾虑是用户在电商平台购物时最为关注的问题之一。为了保障用户的支付安全，平台应采用先进的加密技术和多重验证机制。这包括在传输过程中使用 SSL/TLS 等加密协议，确保用户支付信息的安全；在存储过程中使用哈希算法等加密手段，保护用户信息的机密性。同时，平台还应设置多重支付验证机制，如短信验证码、指纹识别、面部识别等，以提高支付的安全性。在隐私保护方面，平台应明确告知用户将收集哪些个人信息，并说明收集这些信息的目的和用途，这有助于建立用户对平台的信任感。同时，平台应采用安全的数据存储技术，确保用户信息不被非法访问或泄露。此外，用户授权机制也是必不可少的。通过提供用户授权机制，平台可以让用户自主控制自己的个人信息被哪些第三方使用，从而保护用户的隐私权。

5. 电商平台的优化策略

5.1. 简化操作流程，打造高效流畅的购物体验

在电商平台的设计中，简化操作流程是提升用户体验的核心要素之一，它直接关乎用户能否轻松、迅速地完成购物流程，进而提升用户的满意度和忠诚度。为此，平台需采取一系列措施：首先，优化界面布局，采用卡片式设计，直观、简洁地展示商品信息，便于用户快速浏览和比较，同时根据用户的浏览历史和偏好动态调整卡片排列，提高信息的针对性和可读性；其次，减少冗余信息，仅保留关键信息，如商品图片、描述、价格、规格和评价等，避免过多广告和促销信息干扰用户视线，并提供简洁明了的购物指南和常见问题解答，减轻用户困惑；再者，引入一键下单、一键支付等便捷功能，减少用户点击次数和等待时间，提高购物流程自动化和智能化水平；最后，利用人工智能技术，根据用户行为和偏好提供个性化智能引导，如推荐相关商品、搭配方案或热门优惠活动，帮助用户快速找到所需商品或服务，并根据用户反馈和行为数据不断优化推荐策略，提高准确性和有效性。通过这些综合措施，电商平台能够显著降低用户学习成本，提高操作效率，从而打造高效流畅的购物体验，增强用户满意度和忠诚度，

促进平台的可持续发展。

5.2. 强化个性化体验，精准推荐与定制服务并重

在消费者需求日益多样化、个性化的今天，电商平台高度重视个性化体验，以精准推荐和定制服务为核心，深度满足用户的独特需求。通过收集用户的浏览、购买、评价等行为数据，电商平台运用机器学习算法构建出精准的用户画像，不仅包含用户的基本信息，还深入分析用户的购物偏好、消费习惯、兴趣点等，进而实现个性化商品推荐。这种基于用户画像的精准推荐，提高了购物效率，减少了筛选时间，增加了用户发现心仪商品的机会，提升了购物体验 and 满意度。同时，电商平台还提供个性化定制服务，如商品刻字、尺寸调整等，让用户获得独一无二的商品，感受到平台的用心和关怀，增强了用户对平台的认同感和归属感。精准推荐与定制服务相辅相成，共同构成了电商平台个性化体验的全面升级，不仅提高了用户的购物体验和满意度，还增强了用户的忠诚度和黏性，为平台的长期发展奠定了坚实的基础。因此，电商平台在强化个性化体验方面，应注重精准推荐和定制服务的并重发展，深度满足用户的独特需求，促进平台的可持续发展。

5.3. 提升安全保障，构建全方位的安全防护体系

在电商平台中，支付安全和隐私保护是用户最为重视的问题之一，为了全面提升安全保障，平台必须采取一系列措施，构建全方位的安全防护体系。首先，加强支付保护是重中之重，平台应采用多重验证手段，如短信验证码、指纹识别、面部识别等，确保支付过程的安全性，同时建立支付安全监控系统，实时监测异常交易行为，及时阻断潜在风险，为用户资金安全保驾护航[6]。其次，在隐私设置方面，平台应秉持透明原则，明确告知用户将收集哪些个人信息，并详细解释收集信息的目的和用途，充分保障用户的知情权。此外，提供用户授权机制，让用户能够自主控制个人信息的分享范围和使用方式，也是保护用户隐私不可或缺的一环，这不仅能增强用户对平台的信任，还能提升用户的使用体验。最后，采用先进的加密技术，确保用户信息在传输和存储过程中的安全性，是电商平台提升安全保障的必要措施，能够有效防止信息泄露和非法访问，为用户的信息安全筑起一道坚实的防线。通过这些综合措施的实施，电商平台能够为用户提供更加安全、可靠的购物环境，进一步巩固用户的忠诚度和信任度。

5.4. 深化用户体验，全方位优化客户服务与售后保障

深化用户体验是电商平台不断追求的核心目标，为了实现这一目标，平台在客户服务与售后保障方面需进行全面优化。具体而言，平台应提供多渠道服务，包括电话、在线客服、社交媒体等，确保用户能够随时随地获得帮助，满足不同用户群体的需求。同时，对客服团队进行专业培训，提升服务人员的专业素养和沟通能力，确保用户问题能够得到及时、准确、贴心的解决，提高服务质量和效率。在售后保障方面，平台应推出无忧退换货服务，简化退换货流程，保障用户权益，增强用户购买信心。此外，建立快速响应机制，对用户提出的售后问题，能够在最短时间内给予有效处理和及时回复，减少用户等待时间，提升用户体验。通过这些综合措施的实施，电商平台能够显著提升用户的满意度和忠诚度，增强用户对平台的信任感和归属感，进而吸引更多用户选择平台，增加平台的用户数量和交易量，为平台的可持续发展奠定坚实的基础。

6. 结语

本研究深入剖析了老年人的网络购物行为，发现他们对商品质量、价格实惠性及售后服务极为重视，偏好信誉佳的商家和品牌，注重性价比，并期望获得及时有效的购物支持。同时，老年人在使用电商平台时，对界面友好、操作简便及支付安全有特殊需求，这些直接影响其购物体验。平台优化不仅是满足

老年群体需求的关键，也是推动银发经济发展的重要因素。电商平台作为老年消费者与商品服务的连接点，其设计和服务质量直接影响老年人的消费决策。因此，电商平台应优化界面、简化操作、加强支付安全，以提升老年人的购物便捷性和满意度，激发消费潜力，促进银发市场繁荣。未来实践中，电商平台需针对老年人需求优化界面功能，加强沟通反馈；研究方面，应深入探讨老年人购物行为的深层次原因及新兴技术接受度，为技术创新提供理论支持和实践指导，持续创新服务，为老年人打造更便捷、安全、愉悦的购物体验。

参考文献

- [1] 新华网. 我国老年人口抚养比为 19.70% [EB/OL]. (2021-10-19) http://www.news.cn/2021-10/19/c_1127973090.htm, 2024-11-12.
- [2] 中国政府网. 2021 年度国家老龄事业发展公报[EB/OL]. (2022-10-26) https://www.gov.cn/fuwu/2022-10/26/content_5721786.htm, 2024-11-12.
- [3] 张艳菊, 陈志祥. 人口老龄化背景下电商直播对老年消费群体购买意愿的影响因素研究[J]. 老字号品牌营销, 2024(8): 100-102.
- [4] 李彦臻. 改善适老化消费环境[N]. 经济日报, 2023-11-19(003).
- [5] 司庆燕. 数字经济时代老年群体的消费创新模式研究[J]. 全国流通经济, 2023(24): 20-23.
- [6] 宗苗. 马克思消费理论视阈下老年群体网络消费研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 大连海事大学, 2017.