

“银发经济”背景下湖南省老年人数字化消费行为分析

于诗琪, 罗文兵, 肖志轩

湖南科技大学商学院, 湖南 湘潭

收稿日期: 2026年3月29日; 录用日期: 2026年5月19日; 发布日期: 2026年5月28日

摘要

在银发经济成为关键战略机遇与区域经济新增长极的背景下, 推动老年人数字化消费是湖南省释放银发消费潜力、实现经济高质量发展的关键举措。本文以湖南省60周岁及以上老年人为研究对象, 基于消费者行为理论、数字鸿沟理论与计划行为理论, 结合实证调查数据, 剖析老年人数字化消费行为特征与制约因素。研究发现, 湖南老年人数字化消费呈现年龄与城乡分化明显、刚需主导、安全顾虑突出等特征, 受三层数字鸿沟制约, 普遍存在“不愿、不会、不敢消费”的问题。据此, 本文构建以适老化改造为核心、数字素养培育、安全保障、城乡适配为支撑的“一核三翼”优化框架。提出本土平台适改、三级数字素养培育、全链条安全防护、城乡差异化资源配置等策略。研究可为企业精准布局银发市场、政府完善相关政策提供实证依据, 助力湖南银发经济数字化转型与老年人生活质量提升。

关键词

银发经济, 老年人, 湖南省, 数字化消费

Analysis of the Digital Consumption Behavior of the Elderly in Hunan Province against the Background of the “Silver-Haired Economy”

Shiqi Yu, Wenbing Luo, Zhixuan Xiao

School of Business, Hunan University of Science and Technology, Xiangtan Hunan

Received: March 29, 2026; accepted: May 19, 2026; published: May 28, 2026

文章引用: 于诗琪, 罗文兵, 肖志轩. “银发经济”背景下湖南省老年人数字化消费行为分析[J]. 社会科学前沿, 2026, 15(5): 408-417. DOI: 10.12677/ass.2026.155414

Abstract

Against the backdrop of the silver economy emerging as a critical strategic opportunity and a new growth driver for regional economies, promoting digital consumption among the elderly has become a key measure for Hunan Province to unleash the potential of senior consumption and achieve high-quality economic development. Focusing on residents aged 60 and above in Hunan Province, this study applies theories of consumer behavior, the digital divide, and planned behavior, combined with empirical survey data, to analyze the characteristics and constraints of older adults' digital consumption behavior. The findings reveal that digital consumption among the elderly in Hunan exhibits distinct age and urban-rural disparities, is predominantly necessity-driven, and is characterized by significant security concerns. Constrained by three layers of the digital divide, many elderly individuals demonstrate reluctance, inability, or fear regarding digital consumption. Based on these insights, this paper proposes an optimized "core-with-three-wings" framework centered on aging-adapted digital transformation, supported by digital literacy enhancement, security safeguards, and tailored urban-rural approaches. Strategies such as localized platform adaptation, a three-tier digital literacy training system, end-to-end security protection, and differentiated resource allocation between urban and rural areas are put forward. This research provides an empirical basis for enterprises to precisely target the silver economy market and for governments to refine related policies, thereby facilitating the digital transformation of Hunan's silver economy and improving the quality of life for its elderly population.

Keywords

Silver Economy, Older Adults, Hunan Province, Digital Consumption

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

人口老龄化是人类社会发展的必然趋势，也是我国当前及未来长期面临的基本国情。近年来，国家层面出台多项相关规划与政策，明确提出要积极应对人口老龄化，健全养老事业和产业协同发展政策机制，积极开发老年人力资源[1]，发展银发经济。银发经济已成为我国应对人口老龄化、释放消费潜力、推动经济高质量发展的重要抓手。而数字技术的快速迭代与普及，更让“数字化消费”成为银发经济的核心增长极。老年人的消费场景正从传统线下向线上线下融合转型，消费行为也随之发生深刻变革。

湖南省作为我国中部人口大省，老龄化呈现加速态势。老年人口规模的扩大与数字经济的发展并存，使得老年人数字化消费行为的研究兼具典型性与紧迫性。在银发经济推动区域经济增长、数字化转型重塑消费格局的双重背景下，深入剖析湖南省老年人的数字化消费行为，不仅能丰富地方层面老年消费理论研究，也能为企业对接老年消费需求、政府部门制定差异化政策提供实证依据，助力湖南银发经济的高质量发展与老年人生活质量的提升。

当前，该领域的研究仍存在三方面突出缺口：一是区域研究的不均衡性，现有成果多聚焦于经济发达地区，针对中部欠发达地区(如湖南省)老年消费行为的系统性研究较为匮乏，难以反映不同经济发展水平下老年消费的异质性特征；二是理论整合的局限性，多数研究仅从单一理论视角展开分析，缺乏对多

理论框架的整合应用，未能全面揭示老年消费行为的内在逻辑；三是研究视角的滞后性，在数字经济与银发经济深度融合的背景下，针对老年群体数字消费、智慧养老消费等新兴消费场景的研究仍处于起步阶段，对新时代老年消费的新特征、新趋势把握不足。

基于此，本研究以湖南省 60 周岁及以上老年人为研究对象通过问卷调查共回收有效问卷 514 份，样本覆盖不同年龄、性别、文化程度、收入水平、城乡区域的老年群体，能够客观反映湖南省老年人数字化消费的真实状况。同时，本研究以消费者行为理论、数字鸿沟理论与计划行为理论为支撑，采用问卷调查法、描述性统计法与交叉分析法，从消费参与、品类选择、决策过程、操作习惯、安全感知五个维度探讨老年人数字化消费的行为特征及现实困境，并提出针对性优化策略，为推动湖南省银发经济数字化转型、释放老年消费潜力提供参考。

2. 研究设计与数据方法

2.1. 问卷设计与抽样过程

本研究以湖南省 60 周岁及以上常住老年人为调查对象，围绕老年人数字化消费行为、使用障碍、需求偏好等内容开展问卷调查。问卷内容主要包括受访者人口统计学特征、数字化设备使用情况、数字化消费行为、数字技能培训参与情况、消费安全感知及相关需求等部分，能够全面反映湖南省老年人数字化消费的现实状况。

调查采用实地走访、面对面访谈的形式开展，样本覆盖湖南省不同地区、城乡、年龄及文化层次的老年群体，确保调查结果具有代表性与真实性。本次调查共发放问卷并回收有效问卷 514 份，作为本研究的实证分析数据。

2.2. 样本基本特征

本次调查样本的人口统计学特征主要包括年龄、城乡分布、文化程度、月均收入四个维度，能够体现不同类型老年群体的结构差异，具体分布情况如表 1 所示。

Table 1. Distribution table of sample basic characteristics

表 1. 样本基本特征分布表

特征维度	类别
年龄	60~69 岁(低龄)、70~79 岁(中龄)、80 岁及以上(高龄)
城乡	城镇、农村
文化程度	小学及以下、初中、高中/中专、大专及以上
月均收入	2000 元及以下、2001~4000 元、4001 元以上

2.3. 数据分析方法

本研究主要采用描述性统计与交叉列联分析对调研数据进行处理。通过描述性统计，系统梳理老年群体数字化消费的整体现状、场景偏好及安全感知等基础情况，总结共性特征；在此基础上，运用交叉列联分析，结合年龄、城乡等人口学变量深入探讨消费行为差异，进一步验证影响因素的作用强度。通过上述分析过程，本研究提炼出核心结果，发现湖南省老年人数字化消费存在显著的年龄与城乡分化，消费以刚需为主，同时普遍面临技能不足、安全担忧等“不愿、不会、不敢”消费的三重困境，为后续构建优化路径提供了坚实的数据支撑。

3. 相关概念与理论基础

3.1. 相关概念界定

3.1.1. 银发经济

2024年国务院办公厅印发了《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，这是国家层面首次以“银发经济”为主题的专项政策。该文件进一步明确了银发经济的内涵，其范畴不仅包括“向老年人提供产品或服务”，也涵盖了“为老龄阶段做准备”等一系列经济活动的总和[2]，具有涉及面广、产业链长、业态多元、潜力巨大[3]的特点。

银发经济是以老年人为核心消费主体，由市场主体提供产品与服务，进而带动相关产业发展。其发展与人口老龄化进程密切相关，随着老年人消费需求的多元化、品质化升级，其范畴已从传统的养老服务领域，延伸至数字化消费、健康养生、文化娱乐等多个领域，成为国民经济发展的新增长点。

3.1.2. 老年人数字化消费

老年人数字化消费是指老年人借助智能手机、电脑等数字终端设备，通过数字技术购买商品、享受服务的消费行为。其核心是数字技术和消费场景相结合，涵盖线上购物、移动支付、线上医疗、线上社交、线上娱乐等多元消费场景。本文所指的老年人数字化消费，特指湖南省60周岁及以上老年人，通过各类数字终端设备与技术开展的各类消费活动，既包括实物商品消费，也涵盖服务类消费，重点关注老年人在数字化消费过程中的行为表现与行为规律。

3.1.3. 消费行为特征

消费者行为是指消费者为获取、使用或处置所需商品与服务所采取的各种行动，包括先于且决定这些行动的决策过程。本文所指的老年人数字化消费行为特征，是指湖南省老年人在数字化消费过程中，在消费参与度、消费品类选择、消费决策方式、消费操作习惯、消费安全诉求等方面表现出的稳定行为模式。

3.2. 理论基础

3.2.1. 消费行为理论

消费者行为理论是系统研究消费者为满足自身需求，在获取、使用、处置产品或服务过程中所产生的全部决策活动与行为规律的理论体系。该理论运用经济学、心理学、社会学与行为科学等多学科知识，分析消费者在预算约束、外部环境及个体心理影响下的消费选择机制，揭示消费动机、决策过程、行为特征及其影响因素，用以解释、描述和预测消费者的各类消费行为。该理论为本文分析湖南省老年人数字化消费行为提供了核心理论支撑。

3.2.2. 数字鸿沟理论

“数字鸿沟”概念最早由美国国家远程通信和信息管理局(NTIA)在1999年发布的报告《在网络中落伍：定义数字鸿沟》中提出，核心是信息时代工具的拥有者与未拥有者之间在信息技术获取、应用能力上的不平等，这一差距不仅体现为设备接入的差异，更涵盖信息获取能力、使用技能与创新能力的多维分化[4]。

随着研究推进，数字鸿沟被细化为接入鸿沟、使用鸿沟、能力鸿沟三个核心层面：接入鸿沟指向电脑与网络可及性差异，使用鸿沟体现为网络使用行为的分化，能力鸿沟则聚焦于数字技术运用效率与生活改变能力的差异。该理论为分析老年群体数字化消费困境提供了关键视角，老年人因数字素养偏低、设备获取能力不足等因素，面临显著的“银发数字鸿沟”，这直接影响其数字化消费的参与度与行为表

现，也成为本文剖析湖南省老年人数字化消费特征的理论基础。

3.2.3. 计划行为理论

计划行为理论由 Icek Ajzen 于 1985 年提出，并在 1991 年进行系统完善与阐述，是社会心理学领域解释人类有意识行为的经典理论框架[5]。该理论核心指出，个体的行为意向是直接决定其实际行为表现的关键变量，而行为意向的强弱则由行为态度、主观规范和知觉行为控制三者共同决定。

本文将该理论应用于分析老年人数字化消费行为的形成机制。研究认为，老年人对数字化消费的态度、来自子女及亲友的主观规范，以及其自身具备的知觉行为控制，共同交织影响其数字化消费的行为意向，最终转化为具体的行为表现。因此，本文依托计划行为理论，深入剖析老年人数字化消费行为的内在逻辑与影响路径，旨在为后续提出针对性的优化路径与治理策略提供坚实的理论依据。

4. 湖南省老年人数字化消费行为特征分析

4.1. 消费参与特征

4.1.1. 群体分层差异显著

年龄与城乡二元结构是影响老年人数字化消费参与度的核心变量。从年龄角度来看，低龄老年人(60~69岁)因数字素养相对较高、身体机能更优，对智能设备的接受度更强，有 78.4% 的人有过数字化消费经历，消费频次每月 1 次及以上的占 31.4%；高龄群体受视力衰退、学习能力弱化等限制，更依赖线下消费场景，数字化参与意愿明显偏低；从城乡角度来看，城镇老年人消费参与率为 75.3%，农村老年人为 54.3%。城市老年人接触数字终端、数字化服务的机会更多，网络基础设施更完善，其数字化消费参与频次显著高于农村老年人。农村群体受网络覆盖不足、数字技能培训缺失等制约，数字化消费仍处于初步渗透阶段。该特征印证了数字鸿沟理论中“接入层面的硬件与环境差异”以及“使用层面的技能与素养差异”，不同群体在数字设备可得性、网络环境、学习机会上存在结构性差距，直接导致参与行为分化。

4.1.2. 参与动机以实用刚需为主

湖南省老年人参与数字化消费的动机呈现实用主义特征，核心驱动力是解决日常生活刚需。相较于娱乐社交、体验消费等非必要场景，老年人更倾向于通过数字化渠道完成生活物资采购、医疗健康服务预约、水电燃气缴费等刚需行为，这类消费能直接降低时间成本、提升生活便利性，是其参与数字化消费的核心动力。该行为印证了使用与满足理论中“工具性使用动机”：受众并非被动接受技术，而是基于自身现实需求主动使用媒介、平台，以获得实用性满足。

4.2. 消费品类特征

湖南省老年人数字化消费品类呈现集中化、实用化的特征，消费品类主要集中在刚需型、实用型领域，多元化程度较低，且不同年龄、不同城乡的老年人消费品类存在差异。

4.2.1. 核心品类高度集中

湖南省老年人数字化消费主要集中在生活服务、医疗健康、日用品、食品四大领域，这些领域与老年人的日常生活保障、健康管理需求高度绑定，而轻奢消费、文化娱乐类的消费占比明显偏低。

其中，生活服务类消费是老年人数字化消费最频繁的品类，以移动支付、线上缴费为主，直接体现了老年人对便利生活的需求。医疗健康类消费以线上挂号、药品购买为主，高龄、患病老年人对这类服务的需求尤为突出；日用品与食品类消费以线上采购米面油、洗漱用品、蔬果等生活必需品为主，反映了老年人的基本生活保障诉求。这一特征印证了老年人消费行为属于生存型消费而非发展型、享受型消

费，符合使用与满足理论中“基础性需求满足优先”的特征。

4.2.2. 群体偏好分化明显

不同年龄段老年人的数字化消费选择差异明显。低龄老年人的消费品类更丰富，除了线上购买必需品外，还涉及旅游预订、线上教育、文化娱乐等拓展性消费，体现出较强的消费升级意愿；而中高齡老年人则以实物类生活刚需用品为主，服务类消费集中在医疗健康、家政保洁等保障场景，消费范围相对狭窄。

城市与农村老年人的数字化消费偏好有所不同。城市老年人更注重通过数字化消费提升生活品质，侧重选择家政保洁、线上问诊、景区门票预订等服务型消费，这类消费能够精准匹配其对提升生活质量的需求；农村老年人则更倾向农资采购、生活必需品购买等实物类消费，服务类消费仅局限于基础通讯、物流配送等满足基本需求的场景，数字化消费的升级潜力有待释放。

4.3. 消费决策特征

老年人的数字化消费决策并非完全独立的理性判断，而是形成了“理性务实为基础、他人依赖为支撑、情感信任为导向”的复合逻辑，决策过程受多重因素共同影响。

4.3.1. 决策逻辑务实理性

湖南省老年人在数字化消费决策中表现出理性务实倾向，核心判断标准聚焦于性价比与实用性。在选择商品或服务时会优先对比价格、质量与功能实用性，对“促销噱头”“过度营销”的接受度较低，更倾向于选择功能简洁、价格透明、能直接解决实际问题的产品，主动规避非必要的功能溢价与消费浪费，体现出传统消费观念对数字化消费决策的深刻影响。

4.3.2. 以情感信任为导向

情感因素是影响老年人消费决策的关键因素，他们消费选择高度偏向于熟悉、信任的平台和商家。相较于陌生平台，老年人更倾向于在子女推荐、亲友使用过的平台消费，对长期使用、口碑良好的商家信任度更高。同时，商家的服务态度、客服响应速度等情感体验因素，也会直接影响其复购意愿。“信任感”是维系老年人数字化消费行为的重要纽带。

4.4. 消费操作特征

在数字化消费的实际操作环节，老年人受数字技能不足、生理机能衰退等限制，形成了“依赖辅助”“偏好极简”“适老化诉求”的行为特征，凸显了数字产品适配老年群体的必要性。

4.4.1. 操作依赖他人辅助

湖南省老年人的数字化消费独立操作能力普遍较弱，操作过程高度依赖他人辅助。在账号注册、信息填写、支付验证等关键环节，多数老年人需要子女、社区工作者或志愿者协助完成。面对退款流程、售后维权等复杂操作时，老年人的独立完成率更低，操作障碍成为制约他们深度参与数字化消费的关键因素。

4.4.2. 偏好简单操作模式

老年人在交互操作中表现出明显的“极简偏好”，更倾向于选择流程简洁、功能直观的数字产品。对复杂的页面跳转、冗余的功能模块、专业术语较多的操作流程接受度极低。相比之下，“一键操作”“语音引导”等简单模式更受青睐。该特征对应了技术接受模型，印证 TAM 模型核心变量感知易用性：系统越简单易用，老年人使用意愿越高。

4.4.3. 适老化改造诉求迫切

针对当前数字化产品普遍存在的操作障碍，老年人对平台适老化优化的诉求极为迫切，核心需求集中在界面优化、功能简化、操作引导三个层面：希望放大字体、调高对比度以适配视力衰退，精简非必要功能以减轻认知负担，增加语音播报、步骤引导等辅助工具以降低操作难度，这类诉求直接反映了老年群体对友好数字消费环境的迫切需求。

4.5. 消费安全特征

在数字化消费过程中，老年人表现出对个人信息与财产安全的高度敏感，但老年人的风险防范能力又普遍薄弱，这使得他们对安全保障体系有着强烈的需求。

4.5.1. 风险防范能力薄弱

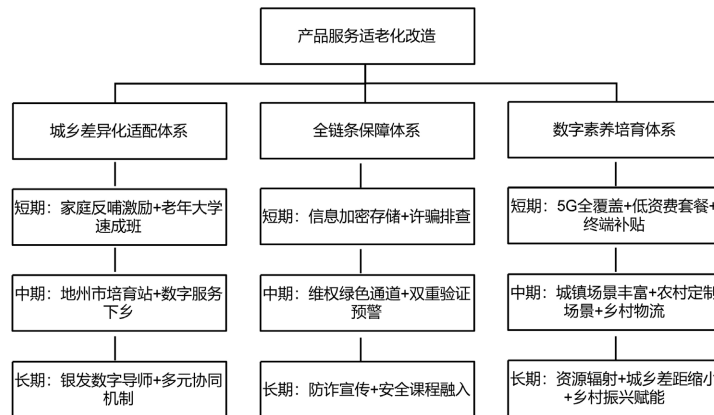
虽然老年人的安全意识敏感，但其风险防范能力普遍薄弱，容易成为消费欺诈的目标群体。受信息辨别能力不足、防骗知识匮乏等影响，老年人容易轻信虚假宣传、钓鱼链接、假冒客服等诈骗手段，在电信诈骗、虚假购物、理财陷阱等场景中损失风险较高，安全防护短板明显。该特征对应了数字鸿沟理论，老年人因信息素养与防骗知识不足，导致风险识别能力低下。

4.5.2. 安全保障需求强烈

面对数字化消费中的安全风险，老年人对安全保障的需求极为迫切，其核心诉求集中在两个层面：一是希望平台强化安全防护功能，例如增设支付验证、风险预警等机制；二是呼吁加强政府监管与社会引导，通过开展防骗宣传、打击消费欺诈行为、完善维权渠道等方式，为老年人构建更安全的数字化消费环境。

5. 促进湖南省老年人数字化消费的优化路径

基于湖南省老年人数字化消费实证分析结果，本研究锚定数字鸿沟、计划行为理论与风险感知理论，融入数字适应力与生态系统协同视角，构建“一核三翼”优化框架：以产品服务适老化为核心破解“能消费”壁垒，以数字素养培育、全链条安全保障、城乡适配为三翼，解决“会消费、敢消费、均等消费”的问题，全方位破除本地老年群体数字化消费的多元障碍，助力银发经济高质量发展。“一核三翼”优化框架如图 1 所示：



本框架以产品服务适老化改造为核心，数字素养培育、安全保障、城乡适配为支撑翼，分别破解本地老年群体数字化消费“能消费、会消费、敢消费、均等消费”问题；数据来源：本研究问卷调查。

Figure 1. “Single Core with Three Wings” optimization path framework diagram

图 1. “一核三翼”优化路径框架图

5.1. 平台服务适老化改造

以数字鸿沟理论为核心,结合消费体验、感知行为控制及数字适应力理论展开分析。调查数据显示,湖南省 71.6%的老年人因操作复杂放弃使用数字产品,80岁及以上群体操作阻碍评分达 4.81(5分制),设备操作能力提升可带动老年群体消费 29.3%~31.1% [6]。本研究建议从本土平台入手,推动湘雅医院挂号平台、步步高商城等平台极简改造,放大字体至 24 px、删除非核心弹窗,开发社区“一键求助”模块;适配湘语、湘西方言语音功能;保留城镇商超、医疗机构人工渠道;参考曹献雨等多主体协同逻辑 [7],联合省市场监管局、民政厅建立本土数字产品适老化地方标准,形成闭环优化机制 [8],杜绝“伪适老”设计,贴合老年实际消费需求。

5.2. 三级数字素养培育体系

基于计划行为理论、知识鸿沟理论,结合数字适应力理论与生态系统协同视角,本研究发现接受子女教学的老年人数字消费意愿为未接受者的 1.88 倍,仅 15.3%的农村老年人参与过社区数字技能培训。建议构建三级数字素养培育体系,建立家庭数字反哺激励机制,给予参与代际教学的家庭社区积分与养老优惠;在长株潭依托老年大学开设数字设备培训班,覆盖低龄老年群体;在全省 14 个地州市建立培育站开展差异化教学,联动企业推进“数字服务下乡”;培育“银发数字导师”,构建“政府-社区-家庭-企业”协同机制。

5.3. 全链条安全保障体系

基于风险感知、行为态度相关理论,结合数字安全与生态环境构建观点,本研究调查发现,73.8%的湖南老年人担心个人信息泄露,68.5%曾遭遇虚假宣传。因此,构建全链条安全保障体系对于促进老年人数字消费极为关键,建议本地平台建立老年人信息本地加密存储机制,严禁过度收集个人信息,严格排查养老诈骗违规内容 [8];设立湖南老年数字消费维权绿色通道,依托市场监管局建立 72 小时纠纷快速处理机制,平台设置高风险交易双重验证;通过湖南经视、乡村广播等本土渠道开展反诈宣传,将安全知识纳入数字素养培育核心课程。

5.4. 城乡差异化适配体系

针对接入鸿沟问题,结合消费环境与数字适应力理论,本研究发现,湖南农村老年人互联网普及率仅 32.5%,远低于城镇的 68.9%,湘西、湘南仍有 15.1%的行政村未通 5G。据此建议构建城乡差异化适配体系:依托长沙县、韶山市等数字乡村试点,推进 5G、光纤向偏远区域延伸,联合运营商推出老年低资费套餐,财政补贴农村低收入老人配备简易智能终端;城镇重点丰富长株潭线上文娱、商超配送等场景,农村结合养老服务开发农资购买、乡村医疗预约等定制场景,联动物流企业搭建乡村配送网络;推动长株潭优质数字资源向湘中、湘南、湘西辐射,逐步缩小城乡数字消费差距。

5.5. 可行性与潜在挑战

本研究提出的数字化消费优化路径贴合湖南省老龄事业发展与数字乡村建设实际,具备较强落地可行性。从政策层面来看,湖南省围绕老年数字服务、城乡数字均衡发展出台了相关配套政策,为路径推进提供了政策支撑;从实施载体来看,社区养老服务中心、老年大学、本土数字平台等现有资源,可直接承接各项优化措施,无需重新搭建服务体系;从群体需求来看,调研反映出老年群体数字消费痛点明确,优化路径精准对接实际需求,能够获得老年群体、相关实施主体的配合,整体推进阻力较小。

同时,路径落地也存在一定现实难点。城乡数字基础设施、服务资源的均衡调配需要长期推进,短时间内难以彻底补齐农村地区短板;政府、企业、社区、家庭多方主体协同配合的机制尚未成熟,各主

体推进节奏、职责划分难以快速统一；老年群体内部年龄、身体状况、数字基础差异较大，针对性服务落地难度较高；部分优化措施需持续投入资源，长效运行保障机制仍需进一步完善。

6. 结论与展望

6.1. 研究结论

本研究基于消费者行为理论、数字鸿沟理论与计划行为理论，通过实证分析系统梳理了湖南老年人数字化消费的行为特征、制约因素，并提出针对性优化路径，主要得出以下结论：

1) 湖南老年人数字化消费行为呈现明显的群体分化与刚需主导特征。年龄与城乡差异是最突出的分化，低龄、城市老年人参与度更高、消费品类更丰富，高龄、农村老年人则明显滞后；消费集中在刚需场景，升级类消费占比很低。同时，老年人在消费决策上整体呈现务实、谨慎、依赖熟人的特点。

2) 三层数字鸿沟与安全顾虑共同构成主要障碍。接入、使用、能力三层数字鸿沟在老年群体中普遍存在，农村地区网络覆盖不足、设备条件有限等问题尤为突出；老年人安全意识强但防骗能力弱，对信息泄露、消费欺诈的担忧明显，导致老年人出现“不愿用、不会用、不敢用”数字化消费的情况。

3) “一核三翼”框架契合湖南本地实际，可有效破解消费堵点。以平台适老化改造为核心，搭配数字素养培育、全链条安全保障、城乡差异化适配的优化体系，能够针对性解决老年人的数字化消费难题。同时，推动本土平台适老化、方言适配、家庭数字反哺、乡村网络升级等本土化措施，比通用方案更贴合湖南老年人的真实使用场景。

4) 多方协同是推动老年数字化消费的关键保障。老年人数字消费的提升不能只靠单一主体发力，需要政府、社区、家庭、企业联动配合，在设施建设、技能培训、安全监管、产品优化上形成合力，才能真正缩小数字差距，把银发经济的消费潜力转化为实际动力。

6.2. 研究展望

本研究在样本覆盖、路径验证等方面仍存在局限。未来可进一步扩大高龄、失能、偏远农村老年群体的调研样本，提升结论的全面性；将“一核三翼”优化框架在典型社区与乡村开展试点，检验落地效果；同时结合湖南地方发展政策，深化多方协同机制研究，为银发经济数字化转型提供更具实操性的支撑。

基金项目

2025 年国家级大学生创新训练计划项目“基于数字化平台的银发人群健康养老消费调查研究”（项目编号：202510534051）。

参考文献

- [1] 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/202510/content_7046050.htm, 2026-03-25.
- [2] 金牛, 原新. 银发经济高质量发展: 人口基础、战略导向与路径选择[J]. 河北学刊, 2024, 44(2): 158-166.
- [3] 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, 2026-03-25.
- [4] 胡延平. 跨越数字鸿沟[M]. 会科学文献出版社, 2002: 179-265.
- [5] Ajzen, I. (1991) The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, **50**, 179-221. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- [6] 辛宝英, 范红丽, 杨真, 等. 数字经济时代老年人数字适应力对其消费潜力的释放效应研究[J]. 人口与经济, 2026, 47(2): 91-102.

-
- [7] 曹献雨, 等. 数字适老化: 老龄化和数字化叠加下银发经济发展困境及破解路径[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2025, 46(5): 105-114.
- [8] 盛亦男, 张猛. 数字鸿沟对老年消费的影响[J]. 人口研究, 2025, 49(5): 35-51.