

“银发经济”背景下老年人电子商务消费行为分析：障碍与优化策略探讨

吴紫诺

浙江理工大学理学院，浙江 杭州

收稿日期：2024年12月3日；录用日期：2024年12月17日；发布日期：2025年1月21日

摘要

随着银发经济的快速发展，老年人逐渐成为电子商务市场中的重要消费者。然而，老年人在使用电商平台时仍然面临操作复杂、支付安全顾虑、适老化设计不足和缺乏个性化支持等障碍。本文通过分析老年人电商消费的现状、消费偏好和主要障碍，总结了适老化设计、支付安全、专属客服和数字素养培训等优化策略，旨在提升老年人的消费体验，帮助其更好地融入数字生活。未来，随着适老化技术的不断完善，电商平台需进一步深化老年人需求研究，提供更加智能化和个性化的服务，从而推动银发经济的持续发展。

关键词

银发经济，老年人，电子商务，消费行为，适老化设计，优化策略

Analysis of E-Commerce Consumption Behaviour of the Elderly in the Context of the “Silver Economy”: A Discussion of Barriers and Optimisation Strategies

Zinuo Wu

School of Science, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Dec. 3rd, 2024; accepted: Dec. 17th, 2024; published: Jan. 21st, 2025

Abstract

As the silver economy rapidly grows, elderly consumers are becoming a significant demographic

文章引用：吴紫诺. “银发经济”背景下老年人电子商务消费行为分析：障碍与优化策略探讨[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 2516-2521. DOI: 10.12677/ec.2025.141314

within the e-commerce market. However, they still face challenges in using e-commerce platforms, including complex operations, payment security concerns, inadequate age-friendly designs, and lack of personalized support. This paper analyzes elderly consumers' current e-commerce participation, preferences, and primary obstacles. It summarizes optimization strategies like age-appropriate design, enhanced payment security, dedicated customer support, and digital literacy training, aiming to improve elderly users' online shopping experience and integration into the digital world. In the future, as age-friendly technology continues to advance, e-commerce platforms need to deepen their understanding of elderly users' needs, offering more intelligent and personalized services to foster sustainable growth in the silver economy.

Keywords

Silver Economy, The Elderly, E-Commerce, Consumer Behavior, Age-Friendly Design, Optimization Strategies

Copyright © 2025 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

随着我国老龄化趋势加速，银发经济逐渐成为推动经济发展的重要力量。根据国务院办公厅 2024 年发布的《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》指出，银发经济不仅涵盖了老年人消费的多个领域，还包括服务产业的长链条、多样化的业态和巨大的发展潜力[1]。在此背景下，电子商务作为银发经济的主要组成部分，迅速成为老年人接触和融入数字化生活的重要途径。根据中国互联网信息中心 (CNNIC) 第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，2023 年我国 60 岁及以上的网民已达 1.4 亿，老年人通过互联网进行购物、支付、获取服务的行为日趋活跃，标志着银发经济在电商领域具有广阔的发展空间。

然而，老年人在电子商务的参与过程中面临着独特的障碍和需求。尽管互联网适老化改造不断推进，但老年人在技术接受度、支付安全性、界面设计等方面依然存在诸多困扰。以往研究表明，许多老年人对数字化操作存有恐惧，尤其是在移动支付和账户安全方面的担忧，使得他们难以完全信任电子商务平台[2]。此外，有学者指出，电子商务环境中仍存在网络金融安全问题，老年人由于数字素养较低，更易成为欺诈的目标[3]。因此，如何有效提升老年人对电商平台的信任，帮助他们跨越“数字鸿沟”，成为银发经济发展亟待解决的关键问题。

此外，老年人群体在电商消费中的行为特点也与年轻群体存在显著差异。研究显示，老年人更倾向于购买健康护理、家居辅助等适老化产品，偏爱较为简单、实用的消费品类。电商平台上的数据显示，老年男性偏好户外摄影、垂钓用品，女性则青睐服饰、美容相关产品，呈现出性别化的消费偏好[4]。胡文娟的研究指出，适老化产品的消费主体不仅是老年人，也包括为未来养老做准备的中青年用户，这一现象进一步扩大了银发经济的影响范围。

针对老年人在电商消费中遇到的障碍和差异化的消费需求，优化策略显得尤为重要。如何通过简化平台界面、增设专门的适老化服务和推广安全教育，将是未来银发经济持续健康发展的核心路径[5] [6]。本文将通过文献综述的方式，探讨老年人在电子商务中的消费行为及其所遇障碍，分析技术、服务和政策等方面的优化策略，以期银发经济发展提供切实可行的建议。

2. 老年人电子商务消费现状

2.1. 消费参与度的显著提高

根据第 54 次中国互联网络发展状况统计报告,截至 2024 年 6 月,10~19 岁、20~29 岁、30~39 岁和 40~49 岁网民占比分别为 13.6%、13.5%、19.3%和 16.7%;50 岁及以上网民群体占比由 2023 年 12 月的 32.5%提升至 33.3%,互联网进一步向中老年群体渗透,60 岁及以上银发网民网络购物使用率为 69.8%。随着互联网和移动设备的普及,老年人参与电子商务的频率和活跃度显著提升。近年来,国家适老化政策的推动和电商平台的逐步适配,使得越来越多的老年人群体能够适应线上消费模式。

2.2. 独特的消费偏好

根据 NewAgingPro 调研结果显示:老年人对于产品的质量和价格尤为看重。性价比更高,实用性更强的产品,是他们的首选(以上海西部地区为例,54 岁以上人群中,有 77.5%的人在选购商品时更加注重产品质量,有 57.1%的人群更加注重价格,有 41.9%的人群更加注重产品功能;而关于产品品牌、售后、包装等的关注度均在 30%以下)。老年人在电商消费中表现出与年轻群体不同的消费偏好,更加注重产品的实用性和健康价值。

同样,与年轻消费者偏好的数码产品和流行商品不同,老年人通常选择能提升生活质量的健康护理、保健食品和日常生活辅助器具等。性别因素在老年人消费偏好中也有一定影响,老年男性用户偏爱摄影、户外装备,而女性用户更关注服饰、保健及美容护理等商品。这种消费偏好反映出老年人群体对生活质量的需求上升,也表明他们在消费选择上逐渐向多元化和个性化转变。

2.3. 经济水平与区域差异的影响

在不同经济发展水平的地区,老年人的电商消费习惯和消费能力存在显著差异。经济较为发达的地区(如浙江、江苏、广东等)老年群体的电商消费普及度较高,受益于便捷的物流和多样化的线上服务,电商平台在这些地区的老年用户中增长迅速。相较而言,经济欠发达地区的老年人因设备条件、支付手段等因素的限制,线上消费参与度相对较低。这种经济与区域差异,表明银发经济在区域发展中的不平衡性,也对不同地区的适老化消费策略提出了针对性的需求[7]。

2.4. 智能设备和短视频平台的推动作用

近年来,为帮助老年群体更方便地使用数字技术,国务院、国家工业和信息化部(以下简称“工信部”)等部门自 2020 年底开始推进互联网应用适老化改造。2022 年 12 月 8 日,中国消费者协会发布的《适老化 APP 消费监督评测项目研究报告》显示,76.2%的智能手机老年使用者对 APP 适老化现状整体持满意态度。适老化设计也使得短视频平台(如抖音、快手)通过其便捷的操作和信息传播模式吸引了大量老年用户。而短视频电商模式不仅拉近了老年人与商品之间的距离,还通过视频形式提供了更加直观的产品体验。然而,部分老年用户在操作复杂的电商应用时仍面临困难,这对平台的适老化设计提出了更高要求。未来,随着适老化界面和操作简化的逐步优化,老年人参与电商消费的频率和便捷性将进一步提升。

3. 老年人电子商务消费的主要障碍

3.1. 技术适应性障碍

“字太小了,戴上老花镜都看不清”“操作麻烦,总是不知道该点哪里”……老年人在使用 APP 过程中,常常遇到看不清、找不到、不识字等“拦路虎”。老年人群体在适应电子商务技术方面面临一定困

难, 尤其是对于移动支付、二维码扫描等操作的掌握度较低。许多老年人未经过系统的数字教育, 在智能设备和应用程序的操作上存在较高的门槛, 尤其对于那些首次接触电子商务的老年人而言, 繁琐的操作步骤和复杂的界面设计容易导致困惑和焦虑。此外, 许多电商平台的界面设计并未充分考虑老年用户的需求, 导致他们在使用过程中遇到各种障碍。常见的问题包括字体过小、导航路径复杂、页面信息过于密集等, 这些设计对于视觉和操作能力下降的老年人而言极不友好。虽然一些平台开始实施适老化设计, 但整体推广程度有限, 许多老年人仍难以获得顺畅的使用体验。

3.2. 支付安全性顾虑

老年人在网络支付上的安全性顾虑较为显著。老年人因缺乏数字技能和网络安全意识, 容易遭受网络诈骗, 导致对网上消费产生不信任心理[8]。这种顾虑在老年群体中普遍存在, 许多人因此拒绝使用移动支付。相较于年轻人, 老年人通常更为谨慎, 担心个人信息泄露、支付账户被盗等风险, 这在很大程度上影响了其对线上支付的接受度。许多老年人缺乏对网络诈骗手段的了解, 加之近年来网络诈骗案件频发, 进一步加深了他们对电子支付的恐惧心理。即便有意使用线上支付, 老年人对支付流程和安全认证操作的掌握度较低, 容易被繁琐的验证程序劝退, 这在一定程度上限制了他们的在线消费行为。

3.3. 缺乏信任与个性化支持

信任度问题也是老年人线上购物的重要障碍。相比年轻人, 老年人对网络购物的信任较低, 尤其对于陌生品牌和缺乏直观体验的商品更加谨慎。许多老年人更倾向于购买知名品牌和熟悉的商品种类, 任何新的购物方式或商家都可能面临较高的信任门槛。此外, 老年人在消费过程中往往需要更多的个性化支持, 例如更贴心的产品推荐、更直接的产品说明及更全面的售后服务。然而, 许多电商平台针对老年人需求的个性化服务较少, 导致老年人在选择商品和售后体验中缺乏满足感。

3.4. 社会和心理障碍

一些老年人受到社会和心理因素的影响, 对在线支付的使用保持谨慎甚至排斥态度。中国社科院国情调查与大数据研究中心、腾讯社会研究中心等机构联合发布的《中老年互联网生活研究报告》显示, 46.3%的中老年人从未用过手机支付, 36.4%的中老年人偶尔用, 只有 17.4%的中老年人经常用。老年人对新兴事物的适应速度较慢, 部分人因长期习惯于传统购物方式, 而对电商购物保持怀疑态度。此外, 部分老年人因子女或亲友劝阻而对网购形成偏见, 认为线上购物风险较大。这种社会和心理上的障碍使得老年人更倾向于线下消费, 进一步加剧了他们在电商经济中的“数字边缘化”现象[9]。

4. 优化策略

为了更好地提升老年人在电子商务平台上的消费体验, 针对其面临的技术障碍、支付安全顾虑、信任和个性化支持缺失以及社会和心理障碍等问题, 提出以下优化策略。

4.1. 提供简化操作与适老化界面设计

针对老年人在操作复杂界面上的困难, 电商平台应优化界面设计, 增加适老化功能。简化操作步骤、放大字体、优化导航路径、减少视觉干扰等可以有效帮助老年人使用电商平台。例如, 平台可以增加语音输入功能、放大按钮和文字提示等设计, 以降低老年用户的使用难度。此外, 适老化界面的构建应基于老年用户的视觉特征, 例如, 减少复杂色彩和动画效果, 保持页面简洁明了, 以满足老年人视觉适应能力[10]。另外, 对于不满意的商品, 简化老年人的退货流程, 并提供电话或在线客服协助退货的具体步骤。此外, 平台还应鼓励老年人通过反馈机制表达购物需求和使用问题, 以便更好地改进适老化服

务。

4.2. 强化支付安全与信息保护

在支付安全方面，老年用户普遍存在较大的顾虑，电商平台需重点关注支付安全保障与教育普及。平台应提供多重安全验证机制，包括指纹识别、短信确认与支付提醒功能，防止账户风险与误操作。同时，通过图文教程与短视频，向老年人普及网络支付流程与防诈骗技巧，应包括：如何识别安全支付界面、避免点击陌生链接等。尤其是在账户管理和支付环节，设置更明显的安全提示和简易的支付教程能有效帮助老年用户建立安全感[11]。此外，平台可以引入安全支付“简易模式”，简化支付验证环节，推出扫码支付与一键支付功能，为操作不熟练的老年人提供更便捷的支付体验。在社区和线上平台上联合推出“支付安全课堂”，提高老年人防范意识。

4.3. 提高信任感与个性化服务

信任问题同样是老年人消费过程中的重要障碍，电商平台应着力提升平台可信度与个性化服务水平。平台可通过严格审核商家资质，重点推荐知名品牌与高信誉商家，设置“老年人专属专区”，推荐简单易用的高质量商品，提供高清图片、视频展示和简洁说明，帮助老年用户更直观地了解商品性能与用途。同时，平台需提供更加人性化的售前售后服务，如设立电话客服、视频咨询与实时在线帮助功能，确保老年人可以轻松咨询与解决问题。此外，为了增强购买的便捷性与安全感，平台可以设计“亲情账户”或“家人帮买”功能，让子女帮助老年人操作账号，以简化使用流程并解决老年人对支付和操作的担忧[12]。售后环节中，平台需提供无忧退换货服务，如快捷上门取件和人工电话指导，进一步消除老年人的后顾之忧。

4.4. 推广数字能力培训与心理支持

为帮助老年人更好地适应数字消费，电商平台与社区机构需共同推进数字能力培训与心理支持。电商平台可与社区合作开展“老年人数字技能提升班”，教授老年用户如何进行账号注册、商品搜索、购物支付及安全操作。通过图文手册、现场教学和短视频教程，分步骤讲解网络购物流程，帮助老年人逐步掌握数字技能，提升他们的信心。同时，通过线上线下相结合的宣传，展示网络购物的便利性与安全性，消除老年人对新技术的抵触心理。此外，鼓励年轻子女陪同老年人进行初次网购，提供心理支持与操作指导，让老年人更安心地融入数字生活。平台还可联合社区举办“老年人电商体验日”，组织互动活动，让老年用户亲身体验网购的乐趣与便利，逐步建立他们的信任感与使用习惯。

5. 结论

随着我国老龄化进程的加速，老年人群体正逐渐成为电子商务市场中的重要消费力量。然而，老年人因技术接受度较低、安全顾虑、适老化设计不足等障碍，仍面临诸多使用困境。本文通过分析老年人电商消费的现状与特点，总结了其在操作和信任方面的主要障碍，并提出优化策略，包括界面适老化设计、支付安全性提升、专属客服服务、数字素养培训等措施。这些策略旨在提升老年人的消费体验，使其更加轻松、自信地融入数字消费生活，为老年消费市场的可持续发展奠定基础。展望未来，随着适老化技术的不断发展，电商平台还需逐步深化老年用户的需求研究，从技术创新、个性化服务和多元化支持体系等方面进一步优化用户体验。例如，利用人工智能和大数据为老年人提供更加智能化和个性化的服务，或借助社区资源进行线上线下的数字技能培训，以缩小老年人与科技之间的“数字鸿沟”。进一步的研究和政策支持也将推动银发经济的繁荣，为我国经济发展注入新的活力，并在推动全民共享的数字经济发展中发挥重要作用。

参考文献

- [1] 陈欣, 张莹莹. “互联网 + 智慧养老”背景下的电商发展模式分析[J]. 投资与创业, 2021, 32(4): 36-39.
- [2] 孙梦泽. 互联网使用对老年群体消费和社会福利的影响研究[D]: [博士学位论文]. 武汉: 中南财经政法大学, 2023.
- [3] 陈高阳, 孙浩楠, 彭景勇, 等. 网络金融监管的问题分析与标准化解措施[J]. 品牌与标准化, 2022(S1): 160-162.
- [4] 胡文娟. “银发经济”背景下电商消费趋势观察[J]. 可持续发展经济导刊, 2024(8): 30-35.
- [5] 张宇迪, 容小川. 数字化和老龄化的碰撞: 社会参与视角下智能手机的普及对老年人的影响[J]. 社会福利, 2023(6): 11-22.
- [6] 高亮. 抖音短视频平台老年用户购物行为影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽大学, 2023.
- [7] 程广州, 任琦玥, 张倚晨, 等. 论注意力经济视角下老年群体消费市场的开发——以电商直播为例[J]. 北方经贸, 2022(7): 42-46.
- [8] 罗丹, 詹国彬. 能力贫困视角下老年群体数字贫困及其治理策略[J]. 中共杭州市委党校学报, 2022(1): 69-76.
- [9] 张雨潼. 我国智慧城市转型中老年人群体数字鸿沟治理路径探索[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2023.
- [10] 熊雨晴. 基于老年人视觉特征的网购商品包装设计研究[J]. 现代工业经济和信息化, 2021, 11(11): 21-23+27.
- [11] 崔剑. 护航老年人的网购之旅[J]. 中国社会工作, 2023(9): 6-7.
- [12] 朱宁. 基于“智慧老龄”理念的老年人网络购物平台界面设计[J]. 文艺生活(艺术中国), 2019(11): 133-136.