

农村老年人电商消费行为的影响因素与优化策略研究

刘玉雅

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年1月9日; 录用日期: 2025年1月24日; 发布日期: 2025年2月28日

摘要

随着农村电子商务的快速发展, 农村老年人逐渐成为电商消费的新兴群体。然而, 由于数字素养低、技术障碍和物流限制等因素, 农村老年人电商消费行为仍面临诸多挑战。本文旨在探讨农村老年人电商消费行为的现状、特征及其影响因素, 并提出优化策略。研究采用文献分析法、问卷调查法、访谈法和案例分析法, 对农村老年人的电商使用情况、消费动机、决策过程及消费痛点进行系统分析。结果表明, 年龄、文化程度、数字素养、家庭支持、技术易用性和政策扶持是影响农村老年人电商消费的主要因素。针对这些问题, 本文提出了提升数字素养教育、优化电商平台设计、强化家庭与社会支持、完善物流和售后服务以及加强政策支持等优化策略。研究结论对推动农村老年人更好地参与电子商务, 缩小数字鸿沟, 促进乡村振兴具有重要的理论和实践意义。

关键词

农村老年人, 电商消费行为, 影响因素, 优化策略, 数字素养

Research on Influencing Factors and Optimization Strategies of E-Commerce Consumption Behavior of Rural Elderly

Yuya Liu

School of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jan. 9th, 2025; accepted: Jan. 24th, 2025; published: Feb. 28th, 2025

Abstract

With the rapid development of rural e-commerce in China, elderly people in rural areas are

increasingly participating in online shopping. However, due to factors such as low digital literacy, technical barriers, and logistics limitations, the rural elderly continue to face significant challenges in e-commerce consumption. This study aims to explore the current status, characteristics, and influencing factors of e-commerce consumption behavior among rural elderly individuals and propose optimization strategies to enhance their participation. The research employs a combination of methods, including literature review, questionnaire surveys, interviews, and case studies, to systematically analyze the usage patterns, purchasing motivations, decision-making processes, and consumption pain points of rural elderly consumers. The findings reveal that key factors influencing e-commerce consumption among rural elderly people include age, educational background, digital literacy, family support, platform usability, and policy support. To solve these problems, this paper puts forward some optimization strategies, such as improving digital literacy education, optimizing the design of e-commerce platform, strengthening family and social support, improving logistics and after-sales service, and strengthening policy support. The research conclusion has important theoretical and practical significance to promote the rural elderly to better participate in e-commerce, narrow the digital divide, and promote rural revitalization.

Keywords

Rural Elderly, E-Commerce Consumption Behavior, Influencing Factors, Optimization Strategies, Digital Literacy

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

随着数字经济和电子商务的迅猛发展，网络购物逐渐成为人们日常生活的重要组成部分。在乡村振兴战略和“互联网+”行动的推动下，农村地区的电商基础设施不断完善，农村居民的购物方式也在悄然改变。近年来，智能手机和移动支付的普及使得越来越多的农村老年人开始接触电子商务。然而，相较于城市居民，农村老年人的电商消费参与度仍然较低，且面临诸多障碍。

在数字化时代背景下，数字素养提升、技术进步和政策扶持推动了农村老年人逐步融入电子商务生态。一方面，农村老年人群体的消费潜力巨大，激发这一群体的电商消费活力，有助于促进农村经济的发展和银发经济的崛起。另一方面，通过缩小农村老年人群体的数字鸿沟，能够实现城乡数字化均衡发展，提升老年人的生活质量和幸福感，推动社会可持续发展[1]。

本研究旨在探讨农村老年人电商消费行为的现状和影响因素，重点分析个人因素、技术因素、社会环境因素和政策服务因素如何影响老年人的电商消费。同时，提出针对性的优化策略，帮助农村老年人更好地适应电商环境，提升他们的电商消费体验和参与度。研究不仅丰富了消费者行为学的理论框架，还为政府、电商平台和社会组织提供了实践指导，助力农村老年人更好地融入数字社会，为乡村振兴和社会公平发展贡献力量[2]。

2. 方法

为全面探讨农村老年人电商消费行为的现状、影响因素及优化策略。采用问卷调查法、访谈法，通过多角度数据收集和分析，全面揭示农村老年人电商消费的特点与痛点。

本研究采用混合研究方法,通过定量问卷调查与定性访谈相结合的方式,系统探讨农村老年人电商消费行为的现状及其影响因素。定量研究用于识别主要的行为模式与关键变量,定性研究则进一步挖掘这些行为背后的原因。

为全面了解农村老年人的电商消费行为,本研究设计了包含 23 道题的问卷,主要涵盖个人基本信息(如年龄、文化程度)、电商使用情况(如购买频率、消费金额)以及影响因素(如数字素养、家庭支持、平台易用性等)。问卷采取分层随机抽样的方式进行发放,覆盖江苏南京江宁横溪街道、江宁街道、禄口街道等 9 个农村地区,共回收问卷 137 份,有效率为 91.3%。

本研究选取了 7 名农村老年人及其家人、2 名电商从业者和 2 名基层政府工作人员作为访谈对象,以此深入了解农村老年人在电商消费过程中的真实体验和遇到的障碍。其中,农村老年人需满足最近一年内有电商购物经历的条件,电商从业者主要为电商平台运营商或农村电商物流负责人。访谈问题主要围绕老年人在电商使用中的具体困难(如操作障碍、物流不便)、现有支持(如家人帮助、政策扶持)以及改进建议展开。访谈内容录音后转录为文本,使用 Nvivo 12 软件进行编码和主题分析,归纳出农村老年人电商消费行为的主要障碍及优化方向。

3. 结果

随着电子商务的迅猛发展,农村老年人的消费行为正经历深刻变革。然而,这一群体在电商使用过程中仍面临诸多挑战。本研究依据上述研究方法从农村老年人电商使用概况、消费行为特征与电商消费行为形象因素等方面进行探讨。

3.1. 农村老年人电商使用概况

近年来,农村老年人对电子商务的接受度逐渐提高。中国政务网报道显示,截至 2021 年 12 月,我国 60 岁及以上老年网民规模已达 1.19 亿,互联网普及率为 43.2%。其中,农村地区老年人群体的网购参与度与频率有所提升。然而,由于城乡数字鸿沟的存在,其使用频率仍低于城市老年人群体[3]。在调查研究中显示,农村老年人主要购买品类为生活必需品、保健品和农资产品。值得一提的是健康相关产品的购买需求尤为突出。受限于数字支付技能的掌握程度,43.6%的农村老年人更倾向于使用货到付款或由子女代为支付的方式。随着移动支付的普及,65.1%老年人开始尝试使用微信支付或支付宝等方式。

农村老年人的电商消费行为具有独特性,主要出于获取价格实惠、商品多样性以及购物便利性的考虑。此外,在调查问卷回收等数据中也显示子女的推荐和影响也是促使其进行网购的重要因素,78.7%的农村老年群体认为有子女的帮助和支持他们会更愿意在电商平台上进行消费。在购物决策过程中,农村老年人更依赖亲友的推荐和口碑,较少主动进行线上信息搜索和比较。他们倾向于选择熟悉的品牌和商家,这会让他们的购买决策过程相对简单。由于物流速度、商品质量和售后服务等因素的影响,农村老年人的消费满意度存在波动。特别是对于复杂产品的使用说明和售后支持,老年人往往感到困惑,影响整体满意度[4]。

3.2. 消费影响因素分析

尽管电商为农村老年人提供了便利,但他们在使用过程中仍面临多重障碍。复杂的操作界面和繁琐的注册流程使部分老年人感到难以适应,导致其对电商平台的使用积极性降低。72%的调查对象表示对电子商务的信任度不足,以及对网络安全的担忧,使得他们在进行线上交易时犹豫不决。农村地区的物流配送速度相对较慢,且部分偏远地区存在配送不到位的问题,影响了老年人的购物体验。由于缺乏对电商平台和商家的信任,老年人担心商品质量和售后服务得不到保障,从而对网购持谨慎态度。下表是对访谈内容的编码和主题分析,主要归纳出农村老年人电商消费行为的主要影响因素。

Table 1. Third-level coding table
表 1. 三级编码表

三级主题	二级类别	一级编码
个人能力	数字素养不足	电商平台使用困难
		支付功能难以操作
		售后服务申请困难
		物流信息查询困难
	技术易用性差	手机使用困难
		界面设计复杂
		支付流程复杂
基础设施	物流服务问题	物流速度慢
		配送距离远
		快递点距离远
	网络覆盖不足	信号差
		上网费用高
		宽带覆盖不足
信任机制	信息透明度低	生产溯源信息缺乏
		假货担忧
		担心商品质量
	售后服务不足	售后维权麻烦
		商家拒绝退货
社会支持	家庭支持缺乏	无人教用手机
		无人教线上购物
		怕给家人添麻烦
	社会宣传不足	电商平台指导不足
		农村电商培训不足
	社交激励不足	电商平台推荐少 周围人电商购物行为少

通过主题分析发现(见表 1 所示),影响农村老年人电商消费行为的因素主要集中在四个方面:个人能力、基础设施、信任机制和社会支持。其中,个人能力的限制(如数字素养不足、技术易用性差)是老年人参与电商的首要障碍;基础设施的不足(如物流服务滞后、网络覆盖率低)直接影响了消费便利性;信任机制的缺失(如商品信息透明度低、售后服务不完善)降低了老年人对电商的信任度;社会支持的不足(如家庭帮助有限、社会宣传和社交激励缺乏)进一步制约了老年人网购意愿和能力。

4. 建议

在分析了农村老年人电商消费行为的现状、特征和影响因素之后,为提升他们的电商参与度和消费体验,制定有效的优化策略尤为关键。以下五个方面的优化策略,可以帮助农村老年人克服数字鸿沟和消费障碍,更好地融入电子商务生态。

4.1. 提升数字素养的教育培训策略

当前，数字技能的缺乏是制约农村老年人参与电商消费的重要瓶颈。因此，有针对性地开发和推广适合老年人的数字技能培训课程势在必行。这些课程应覆盖基础智能设备操作、网络浏览、电商平台使用、移动支付和网络安全等内容。课程设计应考虑老年人的认知特点，避免过于复杂的术语和操作步骤，采用通俗易懂的语言和演示[5]。

在农村地区，组织定期的数字技能科普活动，如“数字技能大讲堂”“电商体验日”等，可以有效提升老年人对电商的认知和兴趣。这类活动可以邀请村干部、科技志愿者或当地电商平台的专业人士担任讲师，通过互动式教学、现场演示和一对一辅导，让老年人亲身体验电商购物流程，逐步消除他们对网络购物的恐惧和疑虑。

对于行动不便的老年人，可以利用微信、抖音、快手等老年人常用的社交平台进行远程数字技能教学。这种“云培训”模式可以突破空间限制，让老年人足不出户就能学习数字技能。

4.2. 优化电商平台的用户体验

电商平台的界面设计应更加符合老年用户的使用习惯。提供可调节的字体大小，便于视力下降的老年人阅读。精简首页功能，突出“搜索”“购物车”“订单”“客服”等核心功能。采用直观的图标和简洁的文字说明，减少不必要的广告和弹窗。

为老年人提供语音购物助手，可以大大降低他们的操作门槛。通过语音搜索、语音下单和语音支付等功能，老年人可以用简单的语音指令完成购物过程。此外，语音提醒功能可以帮助老年人及时了解订单状态和促销信息[6]。

针对视力、听力和操作能力有障碍的老年人，电商平台应加强无障碍设计。比如，增加屏幕阅读器兼容性、提供字幕和手语视频，以及优化按钮和滑动区域的灵敏度，便于老年人顺利完成购物操作。

4.3. 强化家庭与社会支持体系

在农村家庭中，年轻一代对电商的熟悉程度较高。因此，可以通过宣传和教育，鼓励年轻人帮助家中的老年人学习电商操作，并陪伴他们完成首次购物。年轻人的耐心指导和陪伴，有助于老年人克服恐惧心理，逐步独立进行网购。

在农村地区，可以依托村委会、老年协会或社区中心，建立电商支持小组。小组成员可以定期组织老年人进行集体学习、分享购物经验、解决实际问题。这种集体学习模式不仅提升了老年人的电商技能，还增强了他们的社会归属感[7]。

老年人之间的互助学习具有天然的亲近感和信任度。可以鼓励已经掌握电商技能的老年人担任“数字消费推广员”，帮助其他老年人学习网购操作。这种模式有助于在农村社区内形成良好的电商学习氛围。

4.4. 完善农村物流与售后服务

物流配送是影响农村老年人网购体验的重要因素。政府和电商平台应加大对农村物流基础设施的投入，优化物流路线，提高配送效率。推广“村级快递站”“共配中心”等模式，确保商品能够快速送达农村偏远地区。

针对老年人群体，简化退换货流程尤为重要。电商平台可以推出“一键退货”或“上门取件”服务，减少老年人邮寄退货的麻烦。此外，为老年人提供电话客服或面对面咨询服务，有助于他们顺利解决售后问题。

在配送环节中,可以培训快递员提供适老化服务,如将包裹送到老年人的家中,帮助他们检查商品完整性,甚至提供简单的安装和使用指导。这种贴心服务能够显著提升老年人的购物满意度。

4.5. 政策支持与推广策略

政府可以针对农村老年人的电商消费提供补贴和激励政策。例如,为首次参与电商购物的老年人提供消费券、配送费减免或智能设备购买补贴。这些政策能够降低老年人尝试电商的成本,激发他们的消费热情。

政府和电商平台可以联合开展电商消费推广活动,如“老年人电商消费节”“数字生活体验周”等,通过多种渠道向农村老年人普及电商知识,提升他们的认知度和接受度。利用电视、广播、宣传册等老年人熟悉的媒介,推广电商消费的优势和安全使用方法[8]。

在国家层面,出台针对老年人电商消费的支持政策,推动电商平台和物流企业加强适老化改造。此外,鼓励社会组织和企业参与老年人数字化扶持行动,共同营造有利于老年人电商消费的社会环境。

通过以上五个维度的优化策略,可以有效缓解农村老年人在电商消费过程中面临的障碍,提升他们的数字素养和消费体验。这不仅有助于缩小数字鸿沟,还能激发农村老年人的消费潜力,为乡村振兴和数字经济发展注入新的活力。

5. 结语

本研究系统梳理了农村老年人电商消费行为的影响因素,为电子商务消费行为研究提供了新的视角和理论补充。提出的优化策略,为电商平台、政府机构和社区组织提供了切实可行的参考,有助于改善农村老年人的消费体验,激发其消费潜力。关注农村老年人这一被忽视的消费群体,有助于缩小城乡数字鸿沟,推动社会公平和数字普惠。

本研究主要基于特定地区的农村老年人样本,缺乏多地区数据,存在一定的局限性。对各影响因素之间的相互作用和机制探讨尚不深入。未来的研究可以扩大样本范围,开展跨地区、跨平台的比较研究,探讨不同地区、不同电商平台上农村老年人的消费行为差异,将有助于全面了解老年人电商消费的多样性和规律性。

参考文献

- [1] 高艳. 银发经济视角下平台经济发展对老年群体消费的影响[J]. 商业经济研究, 2024(21): 53-56.
- [2] 林辰, 冯广圣. 人口老龄化背景下互联网使用与老年消费——基于 CHARLS 微观数据库的实证[J]. 商业经济研究, 2023(8): 51-54.
- [3] 王少辉, 李富有. 中国老年群体消费结构、需求特征和行为决策[J]. 北京社会科学, 2021(8): 119-128.
- [4] 王栋. “电商 + 公益”社区养老模式: 基于四社联动的逻辑[J]. 电子政务, 2018(4): 92-105.
- [5] 陈志伦, 许喆. 乡村振兴视域下农村电商高质量发展路径研究[J]. 现代化农业, 2024(9): 66-69.
- [6] 童瑞霞. 农村人口老龄化背景下农村电商助力乡村振兴的路径探索[J]. 粮油与饲料科技, 2024(1): 118-120.
- [7] 陈华帅, 陈则前. 农村电商发展对老年人健康的影响——基于 CLHLS 数据的实证分析[J]. 南方人口, 2024, 39(3): 70-80.
- [8] 宋艳. 河南郑州老年人社交媒体使用、数字素养与社会适应的关联研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江传媒学院, 2023.