E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(4), 2470-2475
Published Online April 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.1441156

Hans汉斯

浅析电子商务环境下的老年数字鸿沟与社会工作支持

龙诗怡

贵州大学公共管理学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年3月10日；录用日期：2025年3月26日；发布日期：2025年4月29日

摘　要

随着我国人口老龄化程度持续加深、互联网进一步向中老年群体渗透，老年数字鸿沟现象愈发显著。当前，老年数字鸿沟问题已经成为影响电子商务发展的重要因素，本文阐述老年人使用电子商务的现状、老年数字鸿沟的多维表现，指出电子商务环境中的老年数字鸿沟主要表现为接入、使用、知识、心理四个层面的鸿沟，旨在社会工作专业视角下，对该现象进行专业的思考，通过生态系统理论，从“微观－中观－宏观”三个层面，提出社会工作支持策略，帮助在电子商务环境下处于数字鸿沟的老年群体走出困境。

关键词

电子商务，社会工作，老年数字鸿沟

Analysis of the Digital Divide and Social Work Support for the Elderly in the E-Commerce Environment

Shiyi Long

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 10th, 2025; accepted: Mar. 26th, 2025; published: Apr. 29th, 2025

Abstract

With the continuous deepening of China’s aging population and the further penetration of the Internet into the middle-aged and elderly groups, the phenomenon of digital divide for the elderly is

文章引用: 龙诗怡. 浅析电子商务环境下的老年数字鸿沟与社会工作支持[J]. 电子商务评论, 2025, 14(4): 2470-2475.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1441156

becoming more and more significant. At present, the digital divide for the elderly has become an important factor affecting the development of e-commerce. This paper expounds the current situation of the elderly using e-commerce and the multidimensional manifestation of the digital divide for the elderly, and points out that the digital divide for the elderly in the e-commerce environment is mainly manifested as a gap at four levels: access, use, knowledge and psychology. Based on the professional thinking of this phenomenon, through the ecosystem theory, from the three levels of "micro-, meso- and macro", the social work support strategy is proposed to help the elderly who are in the digital divide in the e-commerce environment out of the dilemma.

Keywords

Electronic Commerce, Social Work, Digital Divide for the Elderly

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

随着互联网的快速发展，电子商务作为其应运而生的产物，如今已渗透人们的日常生活，为百姓带来了切实、持续的实惠与便捷。电子商务与数字鸿沟是共存共生的关系，电子商务和数字鸿沟因为都与电子技术、与一种新型的信息传播机制有关，因此两者不可避免的共存共生，相互影响。电子商务的发展可以解决数字鸿沟问题，电子商务的发展又需要先解决数字鸿沟问题[1]。2024 年末，国家统计局公布数据：60 岁及以上老年人口为 31,031 万人，占 22.0%，其中 65 岁及以上老年人口为 22,023 万人，占 15.6%，人口老龄化程度继续加深[2]。第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2024 年 12 月，50 岁及以上网民群体占比由 2023 年 12 月的 32.5%提升至 34.1%，互联网进一步向中老年群体渗透[3]。由以上数据可知，近年来我国人口老龄化特征日愈突出，老年群体的规模不断壮大、数量持续增加，老年群体逐渐成为"互联网网民"的主要群体，成为电子商务平台活动的主要参与群体之一。因此，关注老年群体所面临的日益突出的数字鸿沟问题，有利于进一步把握电子商务未来的发展方向，精准制定发展策略，进而惠及更多相关群体及行业领域。从社会工作专业视角出发，社会工作坚持"助人自助"的宗旨，秉持利他主义的价值观，帮助有需要的困难群体解决问题，走出困境，处于数字困境中的老年群体属于社会工作实务中老年社会工作领域的服务对象。因此，本文旨在针对电子商务环境下老年数字鸿沟的现状进行思考，在社会工作专业视角下，探讨社会工作介入老年数字鸿沟的支持策略，助力老年人更好地融入数字社会，进一步参与到电子商务领域的活动中，共享电子商务发展成果。

2. 理论基础与研究方法

2.1. 理论基础

生态系统理论

生态系统视角认为，服务对象所经历的困境是"社会中的问题"，并非个人的病态或性格缺陷所致，社会工作的介入点是与人们发生相互关系的个人、家庭、次文化、社区等各个层次系统；而其助人的实务模型则是综合各种社会工作取向的方法，主张运用多元面向和多元系统的介入策略。生态系统视角强调关注服务对象的生活及环境两个层面，重视建构"人在情境中"的人与环境的联合交互系统，从而为社会工作者提供了一个整合的知识体系[4]。本文从"人在情境中"的社会工作专业核心理念出发，聚焦

问题是在老年人与各个层次系统的交互过程中产生的，以老年人为中心，围绕老年人所处的社会环境发掘、链接可获取资源，为老年人改变数字困境争取、营造良好的外部环境，从“微观－中观－宏观”三个层面为社会工作介入改善电商环境中的老年数字鸿沟现状进行思考。

2.2. 研究方法

质性研究

本文以质性研究为主，在开展个案工作、小组工作和社区工作过程中主要采用参与式观察法、访谈法，通过非结构化的文字记录、图像、录音描述并分析接受服务的老年人所处困境、环境及可获取资源，了解其社会支持网络，为进一步探讨改变其困境提供真实可靠的材料支撑。

3. 电子商务环境下的老年人数字鸿沟现状

3.1. 老年人使用电子商务的现状

我国老年网民网购在使用频率、用户规模、参与程度方面表现突出，老年电子商务具有较大的发展潜力和发展空间。根据中国互联网信息中心发布的《互联网助力数字消费发展蓝皮书》所示，截止 2023 年，我国 60 岁及以上老年网民网购使用率为 69.8%，用户规模超过 9 亿。老年人在健康医疗、文旅支出、国货潮品等领域表现活跃，例如在线旅游预订用户规模超 5 亿，同比增长超 20% [5]。由以上数据可知，近年来，我国的“银发经济”已成为当下网络经济、网络消费行为的热门关键词，老年群体具有特定的消费偏好和消费特点，网络消费行为参与度高，成为我国电子商务领域活动参与者的主要群体之一。

与此同时，老年电子商务依然面临着不可忽视的问题和困难，其中最为典型的代表则是老年数字鸿沟。在现代科技飞速发展的情景下，老年人利用信息通信技术来获取健康信息以及增加与远距离加入沟通交流的诉求愈发强烈，但受市场力量主导和注重高精尖技术的现代信息科技并未将老年人设置为电信设备和信息内容的主要目标群体。这种因社会转型引致的结构张力使得老年人在现代科技的互动过程中处于明显弱势地位[6]。老年群体对身边出现的新事物、新技术缺乏积极性，将自己划定在狭窄的生活圈子与既定习惯中，与外界的信息交流仅仅是单向地从电视、广播此类传统媒介中获取新闻咨询一类的信息。而在电子商务环境中，数字交流倾向促进双向交流，信息碎片化，交互过程持续时间短，大量网络用语、网络梗的流行是网民们在网络环境交互过程中重新建构的，是在互联网文化环境中产出的成果，此类网络互动需要网民投入一定基础的时间和精力成本，这从文化、网络环境层面都对老年群体形成一定壁垒，无形中为老年群体进入数字社会设置了门槛，使得老年群体在电子商务环境中丧失一定主动权，被动席卷到互联网发展的时代潮流中。

3.2. 老年数字鸿沟的多维表现

3.2.1. 接入鸿沟：部分老年人缺乏智能设备和网络接入条件

接入鸿沟被称为第一道数字鸿沟，指人们在物质层面上接触电脑和互联网机会之间的差异，主要表现为计算机介入不足和信息通信技术基础设施的缺乏[7]。部分老年人的数字设备与网络接入受个人财产收入的限制，我国老年群体的收入主要来源于养老金、退休金以及子女赡养，而部分特殊人群如农村老年人大多数并不享受退休金待遇，收入仅靠几百元的养老金及子女接济，再加之勤俭习惯的养成，对于价格较为昂贵的电子设备以及上网费用无法承担，最终因物理层面的不平等割裂了数字时代老年群体享受数字红利的机会[8]。除了物质层面的限制，社会环境对老年人数字支持的关注仍有所欠缺，因此，想要进一步激发老年群体参与电子商务活动的意愿和积极性，不仅需要从物质层面为老年群体提供支持，还需要创造一个利于老年群体接入数字设施，积极引导其使用电子商务平台的友好环境。

3.2.2. 使用鸿沟：老年人对电子商务平台的操作存在使用障碍

使用鸿沟被称为第二道数字鸿沟，主要表现为使用机会的缺乏，即使拥有相同的硬件介入条件，人们在互联网使用方面也存在数字技能和使用结构的差异[7]。随着互联网发展迅速，信息传递、智能设备快速迭代，为了适应数字社会发展变化，电子商务平台不断丰富、完善其功能，相应地，平台操作难度也随之增加。一方面，不利于老年人上手操作和日常使用，另一方面，对初次尝试使用电子商务平台的老年人造成一定的阻碍，易打击其积极性和自信心。

3.2.3. 知识鸿沟：老年人缺乏网络安全和隐私保护意识，容易遭受网络诈骗

知识鸿沟被称为第三道数字鸿沟，人们在技能介入层面的不足，导致使用数字技术时产生了不平等结果和有形利益的差异[7]。老年人受教育的程度对使用智能设备和电子商务起到决定性作用[6]。知识鸿沟反映了老年人在数字技术应用中因知识储备不足而产生的结构性不平等，这种鸿沟不仅体现在技术操作层面，更表现为网络安全意识薄弱、信息甄别能力不足以及数字权益维护困难等层面，老年人在电子商务等数字化场景中处于较为显著的弱势地位。

3.2.4. 心理鸿沟：部分老年人对电子商务存在抵触心理，缺乏使用意愿

随着互联网使用人数的增加和数字技术的逐渐普及物质接入的差异逐渐缩小，心理接入成为接入沟的重要影响因素。心理接入是老年人对数字产品和服务接受和认可后而产生的接入，心理接入不足的原因可能是数字产品和服务的吸引力不足，也可能是对数字技术的恐惧等[7]。对于陌生的新技术、新科技，大部分老年人的认可度和接受度不足，即便老年人愿意主动学习和了解数字社会生存技能，由于他们精力不足、学习速度慢、效果差的挫败感，也让老年人丧失了解快速更迭的技术和文化的意愿，对融入数字社会产生抵触情绪。加之，专门针对老年人的网络诈骗等违法犯罪行为的频繁发生，使老年群体缺乏安全感，更加主动选择疏离数字社会[9]。因而，出于对融入数字社会的抵触，老年人对电子商务的接受程度也相应较低，缺乏使用电子商务的意愿。

4. 社会工作介入电子商务环境下老年数字鸿沟的支持策略

4.1. 微观层面：个体赋能与系统支持

4.1.1. 建构数字能力发展小组，实施赋权导向的技能干预，提升其使用电子商务的能力

社会工作者可在社区工作人员协作下，以社区为单位，开展以提升老年电子商务能力为主题的小组工作，通过开展小组活动，组织小组成员科学、客观地学习操作智能设备，采取任务中心模式进行数字技能培训，培育老年人的自我效能感。课程包括电子商务平台导航、商品检索比价、安全支付流程等模块，并嵌入数字风险防范教育，在学习操作使用电子商务平台的同时提升其安全意识和反诈技能。组内建立朋辈支持机制，引导组内成员结交学习伙伴，通过朋辈支持，鼓励成员尝试、使用电子商务平台，形成持续性数字实践共同体。

4.1.2. 开展认知情绪干预，为老年人提供心理支持和情感陪伴，消除其对电子商务的抵触心理

在老年人存在技术焦虑的个案中，社会工作者需要在服务过程中仔细观察老年人的情感、神态变化，引导老年人说出存在负面情绪的缘由，了解其内心的真实想法，需要运用理性情绪疗法进行介入，排解其对电子商务的负面情绪，帮助其树立正确看待、使用电子商务的观念和信心。建立信任关系后，社会工作者可采用叙事治疗技术引导老年人解构“技术恐惧”的认知图式，运用 ABC 理论分析情绪诱因，设计系统性脱敏方案，包括渐进式接触等策略，同时引入成功老年人身边老年数字使用者作为榜样，通过替代性强化重塑技术使用态度。

4.1.3. 实施生态系统资源链接，为老年人提供智能设备和网络接入支持

当老年人在智能设备和网络的接入存在困难时，社会工作者作为资源链接者，为老年人申请资金支持或直接提供智能设备和网络资源的支持，为老年人使用电子商务平台提供物质方面的保障，帮助老年人踏出学习的“第一步”。在正式支持系统中，对接智慧养老专项补贴政策，申请工信部门适老化改造设备，与相关政府部门进行积极链接；在非正式系统中，建立“数字帮扶家庭契约”，倡导老年人的子女、亲友共同参与到帮助其解决问题的过程中，一方面子女、亲友可在购买智能设备、网络介入方面提供经济支持，另一方面，也可以在为老年人克服困难、学习新事物时提供心理和情感支持，子辈、孙辈可在系统性学习之外为其熟练操作智能设备提供额外的支持与帮助，促成代际数字反哺，发挥家庭社会支持的作用。注重运用资产为本的社区发展模式，挖掘社区潜在的技术志愿者资源，建立设备共享驿站和网络热点覆盖方案。

4.2. 中观层面：组织协调与环境优化

4.2.1. 创造社区数字包容性生态系统，营造学习电子商务的良好氛围

创造社区数字包容性生态系统，首先要从公共基础设施、经济支持、物质支持、志愿服务支持多个方面同时进行考虑，社会工作者运用社区营造理念，协助社区建立跨代际数字学习中心，在公共基础设施方面，采用空间再生产策略改造社区公共设施，配置适老化教学终端，为外部环境创造利好条件。同时，构建“五社联动”机制，整合社区、社会组织及社区商户资源、社会工作者、慈善资源和志愿者，进一步开发“电商平台情景模拟实训系统”，为老年人学习使用电子商务平台创造良好的学习环境和氛围。首先，社会工作者要联动社区、社会组织及社区商户资源、基金会、慈善机构为打造情景模拟实训系统提供智能设备、网络支持和其他物质、经济支持。其次，社会工作者组织社区志愿者队伍，定期为社区内老年人提供学习在智能设备上操作电子商务平台的志愿服务，在操作技术上提供支持。同时，社会工作者要积极联合老年大学等相关工作人员，开设数字技能培训课程，定期举办数字技能认证考试，颁发社区认证证书以强化老年人的学习动机。

4.2.2. 社会工作者与企业合作，开发适老化电子商务平台和产品

现代科技产品设计在一定程度上也影响了老年人对现代科技产品的接受和使用。现代科技的服务对象主要为青年群体，其产品设计对于老年人而言并不适用，如围绕老年人群体进行人性化设计的手机款式乏善可陈。老年信息科技产品和服务的安全性能、适老特征和质量水平不足[6]。社会工作者坚持“以人为本”的原则，从“人在情境中”的核心视角出发，整理老年人对电子商务产品的需求以及在使用过程中遇到的困难，为企业进一步完善电子商务产品提供真实的数据支撑，助力电子商务平台的适老化发展。

4.3. 宏观层面：制度保障与加强监管

社会工作者要关注到政府在宏观层面所发挥的主导作用，积极向政府部门提交完善老年人电子商务权益保障相关意见书，提议明确政府、企业及社会的责任边界，将电子商务技能纳入老年教育课程标准，建议设立数字包容性发展基金，对适老化创新项目给予税收优惠；社会工作者积极倡议相关监管部门加强网络安全监管，强化电信反诈宣传，营造安全可信的网络环境，倡导社会新闻媒体加大宣传力度，呼吁社会关注电子商务中老年人数字鸿沟问题，形成合力共同面对与解决问题。

5. 结语

老年群体已成为电子商务领域活动的主体之一，在未来具有较大的发展潜力和市场空间，一方面我们关注到其蓬勃发展的利好势头，另一方面，老年数字鸿沟现象成为了未来电子商务追求优化与发展时

需要面对和考虑的重要因素。弥合电子商务环境中的老年数字鸿沟，要从接入、使用、知识、心理四个层面开展。接入方面，根据老年人所处的生态系统，社会工作者与政府部门、基金会链接智能设施适老化改造的资金和物资，建立“数字帮扶家庭契约”，促成代际数字反哺，建立设备共享驿站和网络热点覆盖方案；使用、知识层面，社会工作者与社区合作开展以数字技能培训与数字风险防范教育为主题的老年数字素养提升小组，发挥家庭支持、朋辈支持的作用；心理层面，社会工作者对老年人开展认知情绪干预，提供心理与情感的支持，消除其对电子商务的抵触心理。此外，社会工作者还应协助社区创造数字包容性生态系统，构建“三社联动”机制，发掘社区潜在技术志愿者资源，通过开设课程、定期举办技能认证考试、颁发证书强化学习动机，营造学习电子商务的良好氛围，为企业优化产品与制定发展战略、政府完善制度与加强监管提供案例支持和数据支撑。

参考文献

[1] 郑晓乐. 电子商务视野中的数字鸿沟[J]. 高科技与产业化, 2004(6): 58-61.

[2] 国家统计局. 王萍萍: 人口总量降幅收窄 人口素质持续提升[Z/OL]. https://www.stats.gov.cn/sj/sjjd/202501/t20250117_1958337.html, 2025-01-17.

[3] 中国新闻网. 中国网民规模达 11.08 亿人 互联网普及率达 78.6% [Z/OL]. http://www.chinanews.com.cn/gn/2025/01-17/10355387.shtml, 2025-01-17.

[4] 全国社会工作者职业水平考试教材编委会. 社会工作实务中级[M]. 北京: 中国社会出版社, 2022.

[5] 中华人民共和国国家互联网信息办公室. 中国网购用户超 9 亿人 畅通经济循环、开拓数字消费新“蓝海” [Z/OL]. https://www.cac.gov.cn/2024-07/01/c_1721513796674306.htm, 2024-07-01.

[6] 黄晨熹. 老年数字鸿沟的现状、挑战及对策[J]. 人民论坛, 2020(29): 126-128.

[7] 张鑫. 老年数字鸿沟的生成逻辑与治理策略[J]. 江苏社会科学, 2023(6): 150-159.

[8] 刘奕, 李晓娜. 数字时代老年数字鸿沟何以跨越? [J]. 东南学术, 2022(5): 105-115.

[9] 王艳玲, 姜怡宁. 老年数字鸿沟之痛及弥合之径[J]. 新闻爱好者, 2021(7): 31-34.