E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(5), 2462-2468
Published Online May 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.1451546

Hans汉斯

数字鸿沟消解视角下电商平台的适老化改造策略

陈心林

南京邮电大学马克思主义学院，江苏 南京

收稿日期：2025年4月9日；录用日期：2025年4月27日；发布日期：2025年5月28日

摘　要

随着互联网、大数据、人工智能等信息技术的快速发展，电商平台已成为人们日常生活中不可或缺的一部分。然而，老年人在使用电商平台时却面临诸多障碍，导致数字鸿沟问题日益凸显。本文深入剖析老年人在电商平台使用中的数字鸿沟现象，并探讨电商平台适老化改造策略，旨在为提升老年人电商平台使用体验提供有益参考，促进数字社会的包容与和谐，让老年人在数字化浪潮中也能享受到便捷、高效的电商服务。

关键词

电商平台，适老化，老年群体

Strategies for Elderly-Friendly Adaptation of E-Commerce Platforms from the Perspective of Bridging the Digital Divide

Xinlin Chen

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 9th, 2025; accepted: Apr. 27th, 2025; published: May 28th, 2025

Abstract

With the rapid development of information technologies such as the Internet, big data, and artificial intelligence, e-commerce platforms have become an integral part of daily life. However, elderly individuals encounter multiple barriers when using these platforms, leading to an increasingly

文章引用: 陈心林. 数字鸿沟消解视角下电商平台的适老化改造策略[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 2462-2468.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1451546

prominent digital divide. This paper conducts an in-depth analysis of the digital divide phenomenon faced by elderly users in e-commerce platforms and explores strategies for age-friendly platform adaptation. The study aims to provide practical insights for improving the e-commerce experience of older adults, fostering inclusivity and harmony in the digital society, and ensuring that elderly individuals can access convenient and efficient e-commerce services in the era of digital transformation.

Keywords

E-Commerce Platforms, Age-Friendly Adaptation, Elderly Population

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

2021 年初春，国务院针对老年群体数字化生存困境作出重要部署，在《关于切实解决老年人使用智能技术困难的通知》中，首次将“数字适老”提升至国家政策层面。“数字鸿沟”是指在信息技术领域存在的差距，这种差距使得一部分人群无法充分享受信息技术带来的便利。在电商平台使用中，数字鸿沟的体现尤为明显。老年人由于对新技术的接受程度有限，往往难以熟练掌握电商平台的操作流程，导致他们在享受电商服务时处于不利地位。这种不平等不仅体现在信息获取上，还体现在消费决策、交易安全等多个方面。

近年来，随着老年人口比例的持续上升，老年消费市场的潜力逐渐释放。然而，由于数字鸿沟的存在，许多老年人无法充分利用电商平台进行消费，这不仅限制了他们的购物体验，也制约了电商平台的进一步发展。因此，从数字鸿沟消解的视角出发，对电商平台进行适老化改造，已成为当前电商平台发展的重要方向。本文旨在深入探讨电商平台适老化改造的策略，以期为消解数字鸿沟、提升老年人电商平台使用体验提供有益参考。通过适老化改造，使电商平台可以更好地满足老年人的消费需求，提升他们的购物体验，进而实现电商平台的可持续发展。同时，这也将有助于促进社会的公平与和谐，推动构建更加包容、友好的数字社会。

2. 老年群体面临的数字鸿沟及使用电商平台面临的严峻挑战

数字鸿沟是现代工业社会发展到一定阶段必然会面临的一种社会问题，它与互联网技术的兴起和普及密不可分[1]。尽管网络空间的便利性降低了人们进入的社会经济地位门槛，但人们并没有因此在网络上获得更多的平等，恰恰相反，由于线下的社会权力分布直接映射于线上，社会经济地位较高的人在网络空间中得到的也更多，而那些地位较低者却在边缘徘徊，始终被排斥在社会核心利益之外，从而形成明显的数字鸿沟[2]。据中国互联网络信息中心发布的《第 54 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，60 岁及以上老年群体是我国非网民的主要群体，截止 20204 年 6 月，我国 60 岁以上非网民群体占非网民总体的比例为 62.0%，这一数据从侧面说明老年群体正面临着严重的数字鸿沟。

2.1. 老年数字鸿沟的表现形式

van Dijk 的数字分层理论为我们理解这一现象提供了有力框架。在此框架下，老年群体在物质接入、技能操作、内容理解以及权益保障等多个维度上均陷入了系统性的弱势地位。

2.1.1. 物质接入鸿沟

物质接入鸿沟表现为老年人在智能设备持有率上的严重不足。数字接入是数字化生活的第一步，而许多老年人的信息能力贫困问题止步于数字接入，即老年人在网络可及性和信息通讯技术介入方面处于劣势所导致的老年人信息需求未能得到满足[3]。《中国老龄化社会发展报告(2024)》显示，65 岁以上老年人的智能设备持有率 53%，依然有一半左右的老年人被高昂的设备成本和流量资费拦在数字世界之外。这种物质上的限制直接导致了老年群体在数字社会中的边缘化。

2.1.2. 技能操作鸿沟

技能操作鸿沟则揭示了老年人在使用数字技能上的困境。据阿里发布的《老年人数字生活》，一半以上的老年人网购遇难题会选择放弃，特别是在退款问题场景中，老年人更多的问题集中在操作问题上。复杂的操作流程成为拦路虎，不仅严重限制了老年人的消费行为，还加剧了他们的数字焦虑，形成恶性循环。

2.1.3. 权益保障鸿沟

权益保障鸿沟则揭示了老年消费者在数字消费中面临的权益保护问题。在数字消费过程中，老年人的权益保护问题暴露出明显的制度短板。老年人在遇到个人信息泄露、虚假广告等问题时，往往面临着双重困难：一方面不容易察觉这些新型风险，另一方面也不知道如何通过复杂的网络流程维护自身权益。传统打电话或上门投诉的方式已经失效，而新的在线维权渠道又很少考虑老年人的使用习惯，这种权益保障上的缺失使得老年人在数字世界中更加脆弱和无助。

2.2. 老年群体在使用电商平台时面临的挑战

如果说数字鸿沟是老年人融入数字时代的“先天障碍”，那么电商平台的发展则在一定程度上加剧了这种困境。《中老年人网络素养提升实践及效果报告》中的数据显示，相比 2023 年 12 月，我国新增网民 742 万人中 50~59 岁、60 岁及以上群体的增长尤为明显、分别占 15.2%和 20.8%，尽管越来越多的老年人开始尝试融入数字数代但他们在电商平台的消费占比却增长缓慢。这说明技术进步与适老化改造之间存在严重脱节，平台热衷于开发吸引年轻人的功能，却不愿花心思优化老年人的使用体验。这种失衡不仅让老年群体的需求得不到满足，也浪费了电商市场的巨大潜力。

2.2.1. 多元化信息处理障碍

海量商品与资讯的数字化呈现对年长使用者构成了认知挑战。在有效识别和筛选具有实用价值的产品信息时，老年人往往需要耗费更多精力，这种决策困扰不仅降低了消费体验质量，还可能引发心理排斥。这种数字化焦虑最终可能导致老年群体主动放弃现代科技带来的生活便利，形成社会参与度降低的恶性循环。

2.2.2. 科技潮流适应障碍

技术跃迁正将老年群体推向边缘。近年来，电商行业越来越依赖技术创新：手机购物成为主流，直播带货、社交拼团等新模式层出不穷，商品推荐也越来越依赖算法。但这些看似“先进”的技术，却给老年人设置了新的壁垒。主流平台界面复杂的信息堆砌、不符合老年人视觉特征的交互设计，以及误判老年消费能力的算法偏见，共同筑起数字高墙。

电商平台以 18 个月为周期迭代功能，而老年人掌握新技能需 3~5 年渐进学习。当平台沉迷于手势操作、算法推荐等创新时，老年用户却在信息过载中陷入操作焦虑。这种节奏差不仅让老年人沦为技术进步的“追赶者”，更形成恶性循环：技术越复杂，老年人越疏离；数据越忽视，需求越难触达。平台在追

求效率最大化的同时，正将最具增长潜力的银发群体拒之门外。

2.2.3. 网络安全风险

数字消费场景中，电商平台特有的交互模式与营销机制正持续放大老年用户的网络安全风险。在参与直播抢购、限时折扣等电商活动时，老年人因不熟悉平台防诈警示系统，往往难以辨别伪装成官方客服的诈骗信息、商品页面的钓鱼链接以及红包提现类欺诈弹窗。曾遭遇电商消费欺诈的老年用户，其受骗行为集中发生于支付环节的验证码泄露与虚假退款流程。此类风险不仅导致老年群体对平台信用体系产生质疑，更易造成数字脱节的严重后果，使电商适老化改造面临信任重建与技术防护的双重挑战。

从根本上说，数字鸿沟与电商发展的困境是相互交织的：数字时代的技术门槛让老年人难以参与电商消费，而电商平台的“年轻化”设计又反过来加深了数字鸿沟。对于老年群体来说，这不仅仅是用不用手机、会不会网购的问题，更是能否平等享受社会发展成果、能否拥有体面便捷生活的问题。只有正视这些挑战，从设备普及、技能培训、权益保护、平台设计等多个层面共同发力，才能让数字时代的红利真正惠及每一个人。

3. 数字鸿沟消解视角下电商平台适老化改造的必要性分析

2021 年 5 月 11 日公布的第七次全国人口普查数据显示，“60 岁及以上人口为 26,402 万人，占 18.70%”，“与 2010 年相比，60 岁及以上人口的比重上升 5.44 个百分点”。2023 年，中国中老年消费市场规模达到 14.4 万亿元。2019~2023 年，中国中老年消费市场规模的年复合增长率呈明显上升趋势，老龄人群数据为 11.1%，表明我国老年人口拥有较强的消费意愿[4]。但这一庞大的老年群体面临着传统线下商业设施萎缩与数字化服务渗透的双重挤压。这种背景下，电商平台适老化改造具有至关重要的民生保障价值。

3.1. 破解老龄化社会的数字生存困局

老年人作为数字贫困的重要群体，如何抓住数字机遇，跨越数字鸿沟，尽快融入数字社会、参与数字生活、共享数字红利，成为智能时代智慧实践与治理中的一项重要的公共议程，也是国家治理水平与治理能力现代化的应有之义[5]。在数字化时代，电商平台适老化改造具有不可忽视的必要性及诸多好处。

一方面，它能够重构老年人的物资获取通道，疫情期间老年人因数字技能欠缺面临物资采购难题，适老化改造可为其提供便捷、安全的购物体验，缓解物资获取困境。另一方面，能提升老年健康服务可达性，接入医药电商可缩短慢性病老人复诊取药时间，提高生活质量、减轻医疗负担。此外，还能拓展老年人社会参与渠道，兴趣电商为老年人提供手工品销售等灵活就业机会，提升再就业率，缓解经济压力，增强社会归属感与自我价值感。

3.2. 推动数字经济的包容性发展

在数字经济快速扩张的背景下，老年群体往往被技术迭代的浪潮推向边缘地带，这不仅造成了代际间的数字资源分配失衡，更暴露出技术发展与社会需求之间的深层错位。通过适老化改造，电商平台得以重新校准其发展逻辑——在追求效率的同时，必须正视不同年龄群体在数字空间中的生存境遇。

3.2.1. 推动市场发展

从市场发展视角看，老年用户消费潜能的激活并非简单的数据增量，而是数字经济从粗放式增长转向精细化运营的重要标志。当平台主动降低老年人的使用门槛，实际上是在构建更具韧性的市场生态，这种以包容性为导向的改造既回应了老龄化社会的现实需求，也为数字经济的可持续发展开辟了新的价值增长点。

3.2.2. 促进社会公平

技术伦理层面，适老化改造促使平台重新审视算法设计的价值取向，通过简化操作流程、优化信息呈现等方式，将技术工具从冰冷的效率机器转化为有温度的服务媒介，更深层的意义在于，适老化改造打破了技术创新惯常的“青年中心主义”思维，当设计理念开始主动适应非典型用户需求时，技术的进化路径便获得了更丰富的社会性内涵。这种以人的多样性为基点的创新范式，不仅拓展了数字经济的服务边界，更在代际间架起了资源共享的桥梁，使技术进步真正成为推动社会公平的积极力量。

从宏观视角来看，电商平台适老化改造也是构建新型基础设施、推动数字经济包容性发展的重要组成部分。国务院《“十四五”数字经济发展规划》明确要求电商平台承担“数字反哺”的社会功能，通过设计干预缓解代际数字鸿沟的扩大速度。这种改造不仅有助于提升老年人的数字素养和生活质量，还能够促进数字经济的可持续发展和社会的整体进步。正如联合国数字包容倡议所强调的，适老化不是技术降维，而是构建“全龄友好”数字生态的必经之路。

4. 电商平台适老化改造的策略

在数字经济的浪潮下，老年群体虽然面临着巨大的数字鸿沟，但中国 60 岁以上人群依然在加速拥抱数字生活，成为线上消费增长的重要动力。京东平台提供的数据显示，2023 年前三季度，银发族网购服务消费的增长很显著，生活服务、缴费服务销量同比增长超过 1.6 倍，健康体检、家电安装服务、机票预订等销量同比增长超过 60% [6]。及时顺应银发经济发展浪潮，把握老年群体的消费取向和习惯，是电商平台再次迸发生机的关键。但老年群体作为数字时代的“慢行者”，在物质接入、技能操作、内容理解以及权益保障等多个维度上仍面临着系统性的弱势地位。

4.1. 技术层面的改造

在刻板印象中，社交电商平台的界面设计相对复杂，购物流程相对烦琐，功能按钮较难以理解。以上问题都会让银发用户望而却步，降低他们的使用意愿和频率，进而降低其用户黏性[7]，通过调整界面部署，文字与图像呈现比例等，对电商平台的交互界面进行符合老年人生理特征的改造，并优化功能设计，满足老年群体多方位需求，增加老年群体对电商平台的认同感和归属感。依据工信部《移动互联网应用适老化通用设计规范》，电商平台在技术层面需重点实施以下改造，如：

4.1.1. 交互设计的适老重构

首先，优化视觉效果。调整商品详情页的文字信息及画面布局，放大文本信息，使页面简洁醒目，提高图片清晰度与对比度，适应老年群体的视觉习惯，同时，通过清晰的视觉呈现能够降低老年用户的阅读难度，提高他们浏览商品的意愿和效率。其次，简化操作步骤，缩减核心功能入口的个数，减少老年用户在操作过程中的选择负担。将下单步骤压缩至 3 步以内，可大幅提升使得老年用户的下单完成率。简化操作流程能够显著提高老年用户的购物体验，降低他们因操作复杂而放弃购物的可能性。最后，利用智能辅助。教育部发布的《中国语言文字使用情况调查》显示，老年群体中能用普通话进行日常沟通交流的人数占比不足 40%，再加上老年群体面临语言功能衰退等问题，在理解和表达方面均存在不同程度的障碍。基于这种情况，针对二三线城市以及农村老年群体，电商平台可推出方言语音助手能够解决老年用户在语言沟通上的障碍，这将有助于增强他们对电商平台的信任感，提升老年群体的社会认同感。

4.1.2. 人工智能的赋能应用

人工智能技术能够为电商平台适老化改造注入活力，通过智能分析与主动服务使得电商平台的适老化改造朝着更加人性化的方向发展。在风险预警维度，人工智能的引入可使电商平台的系统实时捕捉老

年用户的非常规操作特征(异地登陆，大额交易等)，形成预警机制，如将异常信息同步到亲属，或降低支付效率以形成缓冲等，形成“事前提醒–事中干预–事后追溯”的全链条防护。在需求预判层面，基于老年人特有的消费周期分析与健康管理需求预测，设计智能算法以主动预判慢性病药品补给周期，生成月度家庭日用品采购清单，甚至结合天气变化推荐应季服饰，将被动搜索转化为“所想即所得”的精准服务。这种改造通过语音交互简化操作流程，使复杂的技术能力转化为适老化的“隐形助手”，既能守护老年群体的消费安全，又赋予其自主参与数字生活的信心，真正实现技术赋能与人文关怀的深度交融。

4.2. 内容层面的优化

4.2.1. 提高商品治理能力，提升老年群体的消费体验

电商平台以商品售卖为旨归，而老年群体对于商品的实用性和性价比具有天然的重视和青睐。因此从源头入手，保障商品的性价比和质量，是电商平台吸引老年群体的首要途径。从商品质量上来看，可以制定一系列针对老年用户的商品质量标准和检测流程，特别是对于食品、药品、保健品等类目，要对商品进行定期检测，确保商品的质量和安全性，减少劣质商品的流通[8]。从商品性价比方面，针对老年群体重点关注的商品加强筛选，建立审核机制，对入驻商家加强审核，确保所有入驻的商家和销售的商品都能满足老年群体需要。另外，通过价格分级标签或优化价格筛选机制，或用对比表格呈现与同类商品的差异优势，降低老年群体的筛选成本。

4.2.2. 提高内容适配的精准度，减轻老年群体购物压力

老年群体的消费需求具有鲜明的集中性与实用性特征。与老年人共情，理解老年人在生理和心理上的变化所带来的困难，设计卓越的适老化产品，帮助其实现“老有所养、老有所医”，是挖掘老龄友好型社会商机的最基础也是最重要的途径之一[9]。平台需主动筛选契合其生活场景的核心内容，通过人工审核与大数据分析结合，剔除冗余商品信息，实现精准推送：一方面可设立“老年优选”专区，聚焦健康食品、适老家居、慢性病药品等高频消费品类；另一方面应挖掘地域化需求，例如为北方老年用户推荐防寒衣物，为南方用户定制防潮家电套装。然而，面对复杂商品信息，老年人往往陷入“看不懂、记不住”的困境。对此可优化内容编排策略，通过突出核心要素，在商品首页用醒目色块标注价格、功效、适用年龄等关键信息减轻老年群体视觉及心理压力。此外，提供可视化的详细说明，创新内容表达形式，例如将家电使用方法拆解为“第一步插电–第二步按键–第三步清洁”的流程图或视频讲解，配合方言语音讲解，让抽象说明变得具体可感。

4.2.3. 构建多维度内容信任体系

老年人对于智能产品的接受程度有限，难以分辨花样繁多的电商诈骗行为，再加上近年来针对老年群体的诈骗事件多发，老年人对虚拟信息的信任建立尤为谨慎。如何获取这一群体的信任，是电商平台亟待解决的问题。为此，平台可通过三重机制增强内容可信度：一是开设“银发体验反馈”专栏，邀请并鼓励同龄购买者录制实物使用视频，为老年群体提供现实参考，用“老人讲给老人听”的方式消除理解隔阂；二是建立子女协作通道，允许家属在商品页面添加语音备注或打标推荐，形成“家庭认证”标签，通过亲属认证，实现信任传递；三是引入权威背书，对保健品类目设置医院专家解读视频，对家电产品附加社区服务中心的检测报告。这些举措能有效降低老年人的决策焦虑，提升购物安全感。

电商平台的内容适老化改造，本质上是数字时代的人文关怀实践。通过构建“需求精准对接–信息清晰传导–信任稳步建立”的完整链路，不仅能够提升老年群体的购物体验，更重要的是帮助他们在数字世界中重建参与感和获得感。这既是对老龄化社会的积极回应，也是技术向善价值的具体彰显。

4.3. 社会协同适老化：构建多方参与的改造生态

电商平台适老化改造需多方协同，与政府部门合作，响应政策要求，参与标准规范制定，争取政策与资金支持，开展试点项目并推广经验；联合老年协会、志愿者组织等社会力量，借助其专业优势和资源，开展宣传推广与培训工作。志愿者深入社区的一对一指导，将适老化知识转化为老年用户可掌握的技能，社会组织广泛收集需求反馈，使改造精准对接老年群体真实诉求，体现“以老年人为中心”的改造理念；加强行业交流合作，整合各方资源、共享经验成果，凝聚行业智慧制定统一规范，避免重复建设与资源浪费。与上下游企业协同，则可打通适老化产品与服务全链条，丰富老年群体消费场景与选择，让适老化改造成果惠及更多老年消费者。

5. 结语

展望未来，电商平台适老化改造仍面临诸多机遇与挑战。随着技术的不断进步和老年人口比例的持续上升，电商平台需要不断创新适老化服务模式，提升智能化水平，以满足老年人日益多样化的消费需求。同时，政府、企业和社会各界也应加强合作，共同推动电商平台适老化改造的进程，为老年人创造更加便捷、高效、安全的数字生活环境。我们期待，在不久的将来，电商平台适老化改造能够取得更加显著的成效，让老年人在数字化浪潮中也能享受到科技带来的便利与福祉。

参考文献

[1] 李梅, 陈友华. 关于数字鸿沟问题的若干思考[J]. 人口与社会, 2022, 38(1): 9-17.

[2] 陆杰华, 韦晓丹. 老年数字鸿沟治理的分析框架、理念及其路径选择-基于数字鸿沟与知沟理论视角[J]. 人口研究, 2021, 45(3): 17-30.

[3] 孙艺萌. 数字化社会下老年人信息能力贫困及其消解[D]: [硕士学位论文]. 吉林: 吉林大学, 2022.

[4] 灼识咨询. 2023 年中国中老年服务市场白皮书: 银发经济, 耀眼的黄金赛道[EB/OL]. 2024-06-27. https://qr61.cn/oVZJLW/qp76kJT, 2025-03-30.

[5] 刘育猛. 数字包容视域下的老年人数字鸿沟协同治理: 智慧实践与实践智慧[J]. 湖湘论坛, 2022, 35(3): 107-119.

[6] 新华网. 热词里的中国活力 | 这个市场有多大?数据带你看老年人“新消费” [EB/OL]. 2024-02-01. https://www.xinhuanet.com/fortune/20240201/483a0970d49b438b89b55ad856cf99e6/c.html, 2025-03-30.

[7] 陈雨泓. 数字经济背景下社交电商平台银发用户黏性的影响因素及提升策略[J]. 科技经济市场, 2024(11): 85-88.

[8] 张典. 直播电商平台老年用户信息采纳行为影响因素及适老化路径研究[D]: [博士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2024.

[9] 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.