

社工助力农村留守老人融入电商生活的策略研究

罗 雯

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年5月13日; 录用日期: 2025年5月27日; 发布日期: 2025年6月27日

摘 要

在电商经济蓬勃发展与乡村振兴战略推进的时代背景下, 农村留守老人因数字鸿沟难以融入电商生活, 成为亟待解决的社会问题。本研究从个人、家庭、社会三个层面深入剖析农村留守老人融入电商生活的困境, 并提出社会工作的介入策略: 社会工作者可通过定制化技能培训与心理疏导, 提升老人的个人能力; 优化家庭远程指导方式, 弥合代际差异; 整合社会资源, 改善基础设施与消费环境。通过这些措施能够有效缓解农村留守老人融入电商生活的困难, 助力其享受电商发展的红利, 促进老年群体在数字时代的社会参与, 推动构建老年友好型数字生态。

关键词

农村留守老人, 社会工作, 电商生活

Research on the Strategy of Social Workers Helping the Left-Behind Elderly in Rural Areas to Integrate into E-Commerce Life

Wen Luo

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 13th, 2025; accepted: May 27th, 2025; published: Jun. 27th, 2025

Abstract

In the context of the vigorous development of e-commerce economy and the promotion of rural revitalization strategy, it is difficult for the left-behind elderly in rural areas to integrate into e-commerce life due to the digital divide, which has become a social problem that needs to be solved urgently. This

study deeply analyzes the plight of the rural left-behind elderly in integrating into e-commerce life from the three levels of individual, family and society, and puts forward the intervention strategies of social work: social workers can improve the personal ability of the elderly through customized skills training and psychological counseling; optimize the way of remote guidance at home to bridge the generational gap; and integrate social resources and improve infrastructure and consumption environment. Through these measures, it can effectively alleviate the difficulties of the left-behind elderly in rural areas to integrate into e-commerce life, help them enjoy the dividends of e-commerce development, promote the social participation of the elderly in the digital age, and promote the construction of an age-friendly digital ecology.

Keywords

Left-Behind Elderly in Rural Areas, Social Work, E-Commerce Life

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

随着互联网的迅猛发展以及人们对线上购物的需求不断上涨，电子商务已从新兴商业模式逐渐演变为现代人们生活中不可缺少的一部分。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，我国网络购物用户规模达 9.74 亿人，较 2023 年 12 月增长 5947 万人，占网民整体的 87.9% [1]。电商平台的便捷性和多样性，满足了广大消费者追求个性化、品质化、性价比的消费需求。但享受这种福利的仅为社会的局部群体，伴随着农村青壮年劳动力流失加剧的影响，在第七次人口普查中显示我国 60 岁及以上人口为 2.64 亿，从城乡的角度来看，乡村中独居老人和只与配偶居住的老人的比重整体高于城市与镇中的相同群体，其中仅少部分老人具备智能手机基础操作能力[2]。与 90 后、00 后这类数字土著不同，老年群体尤其是农村地区的留守老人在电商生活兴起中处于一个尴尬的境地。农村留守老年群体因为其生理衰弱、技术缺乏、支持不足和环境隔绝等多种因素产生数字鸿沟，直接导致该群体难以享受电商发展的红利，甚至面临新型诈骗风险。

如何缩小数字鸿沟并推进农村留守老年群体融入电商生活成为学界持续关注的焦点。社会工作者作为专业助人者，秉承着以人为本、助人自助的专业价值，运用科学的专业方法，在技术赋权、关注老年心理、搭建社会支持网络等方面具有独特优势[3]。社会工作介入农村留守老人融入电商生活具有不可替代的作用，能够给予老人专业支持，以更好地促进电商红利共享与社会包容。

2. 农村留守老人融入电商生活的困难

2.1. 个人层面：能力断层与心理障碍的双重制约

2.1.1. 数字化技能严重缺失

我国农民普遍数字素养不高，部分农民难以应用数字技术，农村老年人这一情况尤为突出[4]。大多数农村留守老人受教育水平低下和生活环境隔绝的影响，缺乏信息技术的运用能力，这直接造成老人缺乏数字化素养。从打开一个电商软件完成注册、完善地址和联系方式、绑定银行卡、下单到查询物流和收货的整个流程，无疑是对留守老人的挑战。更不要说后续如果遇到货物受损或商品质量不佳，需要与客服沟通退换货来维护自身权益，这对其而言更是无法跨越的困难。此外，大多数老人伴随着生理机能

的衰退，在视力、听觉以及动作方面受到阻碍。例如老花眼、白内障导致视力模糊看不清手机屏幕小字，听力下降影响语音导航理解，手指灵活性不足造成点击精准度低，都进一步放大技术使用难度。

2.1.2. 心理抵触与信任危机

由于长期依赖线下实体购物，老人普遍对网上“看不见摸不着”的商品持有怀疑态度，担心钱付了却收不到货，或者“货不对板”。加之电商平台各个卖家的商品质量参差不齐，电商诈骗事件层出不穷，老人对线上购物的信任感较低，担心个人信息泄露、银行卡账户被盗等风险，拒绝在电商平台提供真实的收货地址和绑定银行卡号，导致其始终无法使用电商平台的核心功能。同时，即便老人主动要求学习线上购物，但经过多次操作失败后，容易降低自我效能感，甚至产生“我老了学不会”的消极归因，以至于放弃尝试。这部分老人将技术困难归咎于自身能力，而非平台设计或环境限制，形成“技术隔离”的恶性循环。

2.2. 家庭层面：支持不足与需求错位的代际鸿沟

2.2.1. 子女远程支持低效

农村留守老人的子女基本上都在外务工，物理距离的制约显著降低了支持的效能。一方面，子女多通过电话或视频沟通的方式向老人传授电商购物的方法，但由于老人对电子设备的使用不熟悉，常常处于“听懂了子女的指示，但具体操作起来困难重重”的阶段。例如虽然老人学习完了整个下单流程，但时常也会发生选择好购买的商品后就忘记了下一步应该怎么做，或者找不到购物车在软件中的位置的情况。另一方面，在外务工的子女大多数工作繁忙，指导老人学习电商平台使用的时间碎片化，难以形成持续的学习周期，导致老人“记了又忘”，陷入“临时记忆-快速遗忘-反复询问”的过程。同时，子女自身的教学方法和对电商消费的了解也具有局限性，不能用通俗易懂的语言来解释电商平台的规则，如一些“满减”活动、多商家比价等，无法满足老人的实际需求。

2.2.2. 代际需求错位

除了技术指导上的困难外，代际间对“老人是否应该使用电商平台”的需求认知也存在着差异，部分子女对老人持有“保护者”姿态，认为“线下商店什么都能买，没有必要非得网上购物”，甚至将电商视为高风险领域，认为老人容易在网上被骗，主动阻止老人绑定银行卡、开通移动支付。这种观念忽视了老人可以通过电商获取异地特色药品、适老化辅助医疗器具等稀缺商品的实际需求，以及老人也需要参与网络平台以实现社会连接的心理需求，例如观看电商直播中的乡土文化内容。此外，留守老人对家庭的期待不仅是技术支持，更多的是通过学习电商平台的过程重建代际间的情感连接。而大多数子女只把教会老人使用电商平台当作一个任务，缺乏耐心与情感的投入，在指导过程中频频打断老人的提问，或因老人学习效率慢显露出不耐烦的情绪和语言，这从态度上传递的“能力否定”在很大程度上打击了老人学习的积极性，造成其产生自我否定的消极归因。

2.3. 社会层面：配套缺失与环境不适的现实困境

2.3.1. 基础设施建设落后

农村老年群体在尝试使用智能化手机、电脑等设备时，常面临网络信号弱、速度慢等问题，这使得他们难以获得流畅的网络体验，难以享受到数字化社会带来的各种便利[5]。例如老人在使用电子设备浏览商品简介和观看产品介绍视频时，容易出现加载缓慢或加载不出来的现象，在一定程度上影响了购物体验。快递业的发展让“送货上门”、“次日达”成为普遍现象，但对农村地区来说，时效性保障依旧是个难题[6]。农村地区的物流配送网络不完善，配送区域覆盖面积小，配送时间漫长。农村的快递点大多

覆盖到乡镇级别，极少数进入到村落中，在乡镇和农村取快递，基本上是由人们到快递点领取，居住离快递点较远的老人，甚至要花费几个小时到快递点，这增加了不少老人的时间成本，更不用提繁琐的退换货流程。对于腿脚不便的老人来说，无疑是一道巨大的障碍，阻碍了他们通过电商进行便捷购物和农产品销售的步伐。

2.3.2. 消费环境不友好

大多数电商平台的设计界面复杂，充满了年轻化元素，图标和文字偏小，操作过程中也需要多次跳转到其他页面并输入相关信息，对视力不佳和记忆力衰退的老人来说极容易操作失误，甚至购买到错误的商品又因不会退款而造成老人财产损失。此外，网络中还存在许多虚假信息、消费陷阱以及网络诈骗，农村留守老人由于信息获取渠道有限、辨别能力不足、身边又缺乏技术支持，成为易受骗群体。部分商家利用老人对商品信息的鉴别能力弱，以次充好、虚假宣传，导致老人上当受骗，使得他们对电商消费充满恐惧与担忧，进而对融入电商生活产生抵触心理。

3. 社工助力农村留守老人融入电商生活的策略

针对农村留守老人融入电商生活面临的个人能力断层与心理制约、家庭支持不足与需求错位以及社会环境壁垒等多重困境，社会工作者可秉承着助人自助的专业价值理念，以社会工作理论为指导，依托专业方法，构建“能力建设－家庭增能－社会协同”三位一体的介入策略体系，推动老人从“被动排斥”向“主动融入”转变。

3.1. 个人层面：能力建设与心理支持并重

3.1.1. 定制化技能培训

“增能”是社会工作理论中一个重要的概念，也被译为增权、赋权，增能理论强调对服务对象进行介入时，需要充分挖掘服务对象自身所具有的潜能与资源，帮助其实现自己的目标，更好地融入社会生活[7]。社工在技能培训中除了为老人传授知识外，也注重通过正向反馈增强老人的自我效能感，使其从“被动接受者”转变为“主动学习者”。

第一，开设基础电子设备培训课程。社工可以联合志愿者为农村留守老人开设线下电子设备使用教学的小组，特别邀请已掌握基本操作技巧的老人担任“银龄助教”，构建同辈群体间的知识传递网络。从智能手机的基础开始学起，例如开关机、拨打电话、调节音量等，并且在操作演练环节设置轮值制度，鼓励老人主动示范操作步骤。对于老人容易遗忘的知识点，社工可以绘制成彩色的小册子，将其图文并茂并放大字体，方便老人随时查阅。另外，还可以制作教学视频，将每一个操作的完整步骤录制下来，并上传到小组微信群，同步建立“每日打卡”激励机制，对主动复习视频并分享学习成果的老人给予社群表彰。

第二，进行电商专项使用培训。通过问卷评估收集老人真实的消费需求，根据收集结果社工可以针对性地定制电商平台使用课程，课程中包括了主流电商平台注册、登录、商品搜索、筛选、加入购物车、下单支付、查看物流等基础流程。采用模拟操作的方式，在课程中复现购物场景，让老人进行实际操作，社工则在旁边辅助老人，采用观察操作－提示错误－自主纠正的引导方法给予及时纠错和鼓励。对于视力不佳的老人，社工可将其智能设备字体放大，并辅之语音导航式操作；对于有听力障碍的老人，配备字幕讲解与手势辅导等方式教学。

第三，安排消费维权和安全讲座。社工可邀请司法部门的专业工作人员或具备法律知识的志愿者，由他们向留守老人传递网上消费中如何维权的知识，讲解如何识别假冒伪劣产品、分辨虚假宣传和网络诈骗，在遇到商品质量问题时如何与客服沟通并进行退换货。在教学过程中，采用案例分析、角色扮演

等多种形式,加深老人对维权知识的记忆,例如举行“消费维权小法庭”,由老人来分别担任事件中的消费者、客服、商家、监管人员,模拟消费维权的过程,增强老人的维权能力,过程中增设“最佳调解员”、“维权智多星”等角色认证,强化老人问题解决的主体地位。同时,还要向老人强调网络安全的重要性,告知他们在网络上保护好个人信息,切勿随意在网络上透露自己的姓名、地址、联系方式等隐私。并提醒老人保护自己的账号和密码安全,不对外出借自己的账号,避免使用过于简单的密码,在输入密码时要注意遮挡等。

3.1.2. 心理支持与疏导

阿尔弗德·阿德勒认为,错误的行为是以错误的认知为前提的,在这句话中,认知是极为重要的[8]。在认知行为理论中负面认知会导致行为回避,需通过认知重构和行为干预打破恶性循环。社工通过心理讲座和互助小组,帮助老人识别诸如“电商不可信”、“网购产品质量都差”等非理性信念,建立对电商的合理认知。

第一,举行电商适应心理讲座。社工邀请心理学专家为老人讲解电商消费心理知识,分析老人对电商购物存在恐惧、不信任等心理的原因,并根据原因进行合理解释,最大程度降低老人的负面心理。在讲座中社工可以辅助心理学专家,对老人科普支付过程中指纹识别、密码验证的安全性,加之真实的同村老人使用电商成功购买降压药、蔬菜种子等案例,帮助老人消除心理障碍,树立正确理性的消费观念。

第二,成立互助小组。社工可将想要学习电商购物的老人集合起来,组建“农村留守老人电商互助小组”,一起交流学习心得和成功购物的经验。在小组活动中,老人们共同学习电商知识,互帮互助,形成积极的小组学习氛围。此外,社工可以定期开展“以老助老”经验分享活动,让老人主动分享自己在电商购物中的成功经历或遇到的问题,并鼓励小组成员集思广益讨论出问题的解决方法,这种同伴间的互动和支持,既能够逐渐改变老人的自我否定思想,增强老人的自我效能感,又可以缓解老人在电商融入过程中产生的孤独感和无助感。

3.2. 家庭层面：促进代际沟通和协同交流

社会支持是由社区、社会网络和亲密伙伴所提供的感知的和实际工具性或表达性支持[9]。社会支持理论在介入过程中能够帮助老人挖掘潜在和现有的支持资源,搭建非正式支持网络,加深代际间的情感联系,强化家庭对老人融入电商生活的支持作用。

3.2.1. 优化远程指导方式

第一,提供指导技巧培训。社工可以为农村留守老人的子女提供线上远程指导技巧培训课程,帮助子女掌握如何用简单易懂的语言和耐心的态度,为老人传授电商知识。社工可以采用举例子的方式进行培训,例如,在面对老人反复询问子女产生不耐烦情绪时,社工以父母教子女小时候学走路为例,教导其多一点耐心;为了老人更容易理解电商步骤,子女可以用逛超市来举例,在购买页面选择自己喜欢的商品加入购物车,就是在超市中选择商品丢进购物篮的过程。

第二,制定学习计划。社工可以根据老人的学习效率、学习积极性和时间安排,联合老人与子女一起合理安排电商学习的目标和计划。学习计划可以精确到每一个阶段的学习内容、学习方式以及考核指标,让子女的教学更具备科学性和针对性。例如,第一个阶段学习电商平台注册和商品搜索,第二个阶段学习下单支付和查看物流,第三个阶段学习正确退换货。每一个阶段的学习完成后,子女通过实际操作考核老人的学习成果,并根据考核结果调整学习计划,同时还可以在考核中设置奖励以激发老人的积极性。

3.2.2. 弥合代际需求差异

第一,家庭沟通活动。社工可以集中在子女回乡的时间段内组织以家庭为单位的电商学习活动,如

“家庭电商知识竞赛”、“家庭电商购物节”等，让老人和子女在互动中增进对彼此需求的理解。在活动中，设置一些需要老人和子女合作完成的项目，例如互相为彼此在电商平台上选购一件实用产品，通过合作来增强代际间的情感连接，同时让子女了解老人生活中对电商的实际需求。

第二，引导观念转变。社工通过家访、线上沟通等方式，与子女深入交流，向他们阐述老人融入电商生活的重要性。例如，电商可以打破地域和时间的局限性，使老人足不出户就能买到全国甚至全球的心仪产品；电商平台的拼单团购与互相分享购买的商品有利于拉近老人与家人、朋友的距离；电商平台上丰富多样的产品也可以让老人购买到高性价比的商品。同时，社工还应该向子女普及电商平台的安全保障措施和防诈骗知识，消除子女对老人使用电商的担忧。

第三，增强情感支持。社工首先要告知子女农村留守老人具有强烈的情感支持诉求，引导子女在指导老人学习电商的过程中，注重情感投入，多给予老人鼓励和肯定。社工可以为子女提供一些情感沟通技巧，如用积极的语言评价老人的进步，关注老人的学习感受等。同时，鼓励子女在日常生活中与老人多交流电商相关话题，不仅仅局限于技术指导，还可以通过关心老人的购物情况以及分享自己的购物经验来增强老人学习电商的动力和兴趣。

3.3. 社会层面：改善设施与优化环境

3.3.1. 改善基础设施与服务

为了提升农村留守老人的快递服务便利性，社工可以采取以下措施优化物流配送体系：一方面，与物流公司协商，适当增加农村地区的快递点，依托农村商店、村委会等既有的场所，加入物流综合服务功能，并且给相关工作人员和场所一定补贴，打通快递下乡的“最后一公里”，有效缩短老人取件距离。另一方面，针对腿脚不便利和身体状况不好的老人，社工可以召集附近的志愿者定期为此类老人领取快递并送货上门。同时，在老人退换货方面，适当简化流程，并将“为老人提供退换货服务”安排进快递点工作人员的管理条例中，为老人增加便利。

3.3.2. 营造安全的消费环境

为农村留守老人打造安全的消费环境，需要从平台适配、风险防范与权益维护三方面协同发力。首先推动平台适老化改造。适老是指设计、形成兼顾老年人心理、身体状况及发展诉求等因素的产品，其本质为“老年友好”[10]。社工可以通过撰写调研报告、向电商平台发送建议等方式，来呼吁电商平台作出适老化改造。建议平台推出老年化模式，包括放大字体和图标、精简购物流程、增加语音指示等适老功能，降低数字使用的门槛。其次强化网络安全的宣传与监管，联合公安、市场监管等部门开展防诈骗宣传教育活动，运用案例解析、情景模拟等方式普及虚假客服、低价陷阱等常见骗局识别技巧，同步加强网络消费市场监管力度，严惩针对老年群体的欺诈行为。最后，在农村设立电商消费维权服务站，配备专业人员为老年人提供纠纷调解、证据收集、投诉代办等全流程援助，通过法律的途径维护老人的消费权益。

4. 总结

在电商经济的高速发展与乡村振兴战略推动的双重背景下，农村留守老人因为数字鸿沟难以融入电商生活，成为亟待关注的社会议题。本研究从个人-家庭-社会三个层面切入，来分析农村留守老人面临的障碍以及社工介入的解决方案，从而促进老人享受到电商发展的红利。

在困境方面，农村留守老人所面临的融入难题具有多种特征：个人层面受限于技术缺少与心理障碍；家庭层面存在远程支持低效与代际需求错位；社会层面则面临基础设施落后和消费环境不友好等结构性

壁垒。社会工作面对这些困境进行了针对性的介入，在个人层面定制化技能培训与心理支持；家庭层面聚焦代际沟通优化；社会层面则致力于改善环境。通过社会工作的介入，可以有效缓解农村留守老人电商融入的困难，推动他们在数字时代实现有尊严、有质量的社会参与，进一步打造老年友好型数字生态。

参考文献

- [1] 第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[J]. 传媒论坛, 2025, 8(2): 121.
- [2] 伍海霞. 中国城乡老年空巢家庭及空巢老年人的生存特征——基于 2000-2020 年全国人口普查数据的分析[J]. 云南师范大学学报(哲学社会科学版), 2023, 55(4): 88-99.
- [3] 李迎生. 在中国特色社会治理新征程中践行专业社会工作的责任担当[J]. 中国社会工作, 2024(36): 1.
- [4] 陈淑芳. 数字乡村背景下农村老年人数字失能问题及治理路径探析[J]. 山西农经, 2025(6): 18-21.
- [5] 皮芑, 孙宏亮. 社会支持理论视角下农村老年群体融入数字社会路径探析[J]. 中阿科技论坛(中英文), 2024(7): 40-44.
- [6] 马蔼凤. 农村老年群体数字化生活融入的分类探析[J]. 农业开发与装备, 2023(1): 67-69.
- [7] 李梦晗. 增能理论视角下老年群体的社会支持研究[J]. 人生与伴侣, 2024(17): 56-58.
- [8] 吴杰, 郭本禹. 阿德勒心理治疗对我国高校心理咨询的启示[J]. 黑龙江高教研究, 2018(1): 90-93.
- [9] 童敏. 社会工作理论[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2021: 313.
- [10] 隋赢莹. 数智时代背景下电商平台适老化调整策略研究[N]. 河南经济报, 2025-04-08(011).