

数字社会背景下社会工作助力银发群体实现线上购物研究

何祥

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年5月28日; 录用日期: 2025年6月10日; 发布日期: 2025年7月11日

摘要

随着我国人口老龄化的加剧, 老年群体逐渐成为现实社会中经济体的一大部分, 老年银发一族因需求丰富及货比三家的购物心理, 将成为电商市场的重要消费力量群体。本文基于银发经济数字化转型背景, 分析老年群体进入电商市场的现实障碍, 深度探讨社会工作介入的实践路径。通过资源链接, 能力建设和需求反馈三维介入模式, 从而助力银发群体能够更好地利用数字平台进行购物消费。

关键词

社会工作, 银发群体, 数字产品, 线上购物

Research on Social Work Helping Silver-Haired Groups to Achieve Online Shopping in the Context of Digital Society

Xiang He

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 28th, 2025; accepted: Jun. 10th, 2025; published: Jul. 11th, 2025

Abstract

As China's population ages, the elderly are becoming a significant part of the economy. The silver-haired groups, with their diverse needs and tendency to compare prices, will become an important consumer force in the e-commerce market. This article analyzes the practical obstacles for the elderly entering the e-commerce market against the backdrop of the digital transformation of the silver economy. It deeply explores the practical paths for social work intervention through a three-

dimensional approach involving resource linkage, capacity building, and demand feedback, thereby helping the silver-haired groups better utilize digital platforms for shopping.

Keywords

Social Work, Silver-Haired Groups, Digital Products, Online Shopping

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. 背景引入

目前, 银发经济正处于快速发展时期, 随着人口老龄化程度加深, 老年消费市场潜力巨大, 预计到 2035 年, 我国银发经济规模有望达到 30 万亿元, 占 GDP 比重将从 6% 上升到 9%, 银发经济正在成为国民经济的重要组成部分[1]。然而, 在老龄化趋势日益严峻的社会背景下, 数字信息化正在高速发展, 老年人逐渐成为数字社会中的弱势群体, 而农村地区的老年人由于年龄、文化水平和生活经验等因素的限制, 更容易陷入被数字化浪潮边缘化的“孤岛”状态, 老年群体逐渐成为数字社会中的弱势群[2], 因此银发群体在享受电商市场的发展带来的福利时仍面临显著障碍。一方面, 尽管老年消费需求旺盛, 但传统线下服务模式难以完全满足其多样化需求, 特别是在公共卫生事件发生期间, 线上购物、医疗咨询、社交娱乐等数字化服务逐渐成为刚需, 而老年群体受限于数字技术应用能力, 难以充分享受电商发展而带来的红利, 导致银发经济的实际发展水平与潜在规模之间存在一定的差距。另一方面, 数字化本是推动银发经济高质量发展的核心引擎, 通过电商平台可有效降低交易成本、扩大服务覆盖范围, 并促进老年群体的消费升级。但现实情况是, 数字技术的高速迭代与老年群体的适应能力不匹配, 例如移动支付、智能物流等电商基础设施的操作复杂度较高, 多数平台界面设计未充分考虑老年人的认知特点[3], 进一步加剧了该群体由于存在的数字鸿沟问题而无法通过线上购物来更好地满足他们的日常生活需求。正是在此背景下, 社会工作的专业介入显得尤为重要和迫切。作为社会福利体系的重要实施者, 社会工作者能够发挥资源链接、能力建设和倡导协调的功能, 通过开展数字技能培训、推动适老化产品改造、构建社区支持网络等方式, 帮助银发群体跨越技术壁垒。同时, 社会工作的人本主义理念与个性化服务模式, 能够精准识别老年人在使用数字平台进行线上购物时的真实需求, 为政策制定和企业数字产品的研发提供反馈, 从而系统性推动银发经济数字化转型。

2. 银发群体在线上购物时的主要障碍

2.1. 老年人群体的数字基础资源不足

老年人因收入较低或身处偏远地区而无法负担智能设备或网络费用的问题日益突出, 这直接导致他们被排除享受电商服务之外, 首先, 智能设备和网络服务的费用对许多老年人而言是一笔不小的开支, 对于低收入群体和农村地区的老年人来说, 让该部分群体花钱购买智能手机、平板电脑或支付稳定的网络费用可能并非一件容易的事情, 有没有超出他们的经济承受能力暂且不说, 在他们看来, 这些电子设备以及网络费用对于他们来说并非是生活的必需品, 这些东西在他们看来可有可无, 因此对于这一部分老年人群体来说, 他们是不太愿意用一笔钱花在购买电子设备和产品上的, 根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》, 截至 2022 年 12 月, 我国非网名规模为 3.44

亿,其中,60岁及以上老年群体占37.4%,较全国60岁及以上人口比例高出17.6个百分点;远高于全国平均水平,其中经济条件限制是重要原因之一[4]。其次,偏远地区的网络基础设施覆盖率较低,这导致即使老年人拥有属于他们自己的智能设备,也会常常因为网络信号不稳定或带宽不足而无法正常使用电子产品进行购物。这种“数字贫困”现象极大程度上限制了老年人通过线上购物带来的体验感。

2.2. 老年人数字适应能力有限

随着社会的数字化转型加速推进,智能终端、在线服务平台及大数据技术的广泛应用在提升服务效率的同时,也因部分老年人数字适应能力不足而带来了新的社会排斥问题[5]。许多老年人因缺乏对智能设备的操作技能、相关网络知识以及对数字化转型的适应能力,导致该群体对新技术产生恐惧或排斥心理,进而主动回避数字化产品,从而加剧了老年人群体因存在的“数字鸿沟”而导致参与到电商服务的负面体验。例如,部分老年人由于各方面身体机能的衰退,在使用一些电子产品时会比年轻人表现得缓慢和迟钝很多,就连一些基本的操作也需要别人反复演示才能掌握[6]。相关研究表明,65岁以上的老年人中仅有少部分能熟练使用智能手机完成基础操作(如扫码支付,线上挂号等),同时不到一半的老年人因为操作复杂或担心信息安全问题,对线上服务持怀疑态度。这种技术排斥不仅源于技能的缺失,同时也涉及到老年人群体心理层面的适应障碍,部分老年人由于习惯了传统的线下购买消费的方式(如线日常的买菜,买衣服等),以至于他们对于线上的消费模式存在天然的陌生感和不信任感,甚至对电商行业产生极强的排斥或抵触情绪。例如,在现如今银行的数字化转型过程中,尽管移动支付已经成为主流,现金支付的时代正在逐渐在我们的日常生活中淡化,但是仍然有绝大部分老年人坚持使用现金支付,其中近半数的人都认为手机支付的安全性太低,没有任何的安全保障,害怕自己上当受骗。这部分群体不仅对线上支付不信任,这一原因也成为老年人群体难以享受电商发展带来的好处的最大阻碍之一。

2.3. 技术设计缺乏适老化,大多为非“银发友好”产品

目前,大多数的技术革新针对的都是利润集中区,产品的设计和研发往往是以高价值群体的需求为导向的,而非消费模式和场域单一且收入支出都比较小的老年人群体,这无疑会导致技术产品与老年人需求之间的结构性错配,供需对接出现偏移的现象[7]。一方面,目前许多数字产品的界面设计过于复杂化,未针对老年用户进行适老化改造,字体大小,图标设计没能考虑到老年人由于视力衰退而导致的视觉识别障碍的局限,主流应用的默认字号通常小于12pt,同时缺乏动态调整功能。智能手机提供的多模块、多场景、多维度体系,往往会让老年人群体感到眼花缭乱,感受不到数字信息技术给他们带来的便利,反而让他们对数字化产品产生抵触心理。相关数据显示,部分软件操作起来具有一定的复杂性,大部分软件都只适合年轻人使用,只有37%的老年人因为智能手机本身以及APP的操作过于复杂,以至于他们在用数字产品进行消费时陷入困境[8]。例如目前许多网上购物平台或者APP的页面设计由于过于追求新颖,而将整个页面设计得花里胡哨,会时不时地跳出一些其他产品的介绍信息或者推荐消费者购买,这对于年轻人来说可能是见惯不怪的事情,但是对于银发群体而言,会对他们造成一定的困扰或者障碍,尤其是对于一些不太熟悉智能设备操作的老年人来说,这些消息框或者推荐框的突然弹出会让他们一时间无所适从,以至于他们对于线上购物产生畏惧心理,这无疑会大大降低该群体在线上消费的频率。

3. 社会工作介入银发群体线上购物困难的路径分析

3.1. 开展社区数字赋能项目,降低老年人使用门槛

针对老年人因经济困难或地域限制而难以享受数字服务的问题,社会工作者可以从资源链接、政策

倡导和在地化服务三个层面着手突破。在资源整合方面，可以推动“政企社”多方协作模式——比如联合通信运营商、智能设备厂商开展“银发数字普惠计划”，为低收入老人提供优惠购机套餐或二手设备捐赠服务，同时协调社区公益基金为特殊困难老人提供网络费用补贴。这种模式在浙江某地已有成功实践，当地社工站联合手机品牌商推出“99元老年智能机”活动，并争取到运营商“10元/月基础流量包”支持，使2000余名老人首次用上了智能手机。对于偏远地区网络覆盖不足的难题，社会工作者可以发挥政策倡导者的角色，收集整理农村老年群体的数字服务需求，督促相关部门加快偏远地区5G基站建设，同时推动村委会、邮局等公共场所提供免费WiFi服务，像云南某县就通过社工机构的调研报告争取到财政专项，实现了行政村网络全覆盖。更重要的是，要建立“最后一公里”的服务支持体系，在乡镇社工站设立“数字帮扶点”，培训驻村干部和社区志愿者担任“数字导购员”，定期组织集体代购活动——比如利用社工站配备的公共设备，帮助老人统一下单购买农资产品或生活用品，既解决了设备网络问题，又确保了购物安全。

3.2. 构建“代际互助”模式，提升老年人数字适应能力

针对银发群体对于电商消费在心理上的畏难情绪和社会支持不足的问题，社会工作者可以推动“代际互助”模式，通过家庭、社区和志愿者网络形成支持体系，帮助老年人逐步跨越数字鸿沟[9]。在家庭层面，可以倡导年轻一代主动承担“科技老师”的角色——比如通过社区活动宣传“家庭数字作业”，鼓励子女或孙辈每周抽出固定时间，耐心教长辈完成一项简单的线上操作，如下单购物或查询物流；同时，尝试“家庭共享账号”的方式，让老年人先在子女的账号上体验网购流程，降低初次尝试的心理门槛。当家庭支持不够时，社区可以发挥更大作用，比如培训那些学习能力较强的低龄老人成为“银发数字辅导员”，由他们来帮助同龄人掌握扫码支付等基础功能，这种“老帮老”的模式往往更容易获得信任，像上海某社区的“老伙伴计划”就成功让80%的参与者学会了线上购物。对于学习进度较慢的老人，则需要更个性化的陪伴——可以在社区开设“数字咖啡厅”，邀请大学生或企业员工作为志愿者，在轻松的氛围中一对一解答问题，这种边喝茶边学习的方式远比刻板的课堂教学更让人放松。更重要的是，许多老人对数字消费的抵触其实源于对技术的恐惧和不信任，这就需要社会工作者通过情景模拟、案例分享等方式进行心理疏导，比如邀请已经熟练使用电商的老人现身说法，或者模拟安全的支付场景让老人练习，逐步帮助他们建立信心和判断力。只有这种多方协作、循序渐进的支持网络，才能真正让老年人在数字时代中找到安全感和获得感。

3.3. 推动适老化改造，倡导老年友好型数字产品

当前大多数数字产品因未充分考虑老年人需求而存在操作复杂、体验不佳等问题，社会工作者可发挥倡导者角色推动多方改进。具体而言，他们首先可通过问卷调查、焦点小组等方式系统收集老年用户在使用电商、支付等应用时的实际困难，如字体太小、流程繁琐等痛点，并将这些数据转化为具象的改进建议提交给相关企业——例如某机构调研发现37%老年人因“找不到退货按钮”放弃网购，这一发现直接促使某电商平台优化了退货流程。在此基础上，社会工作者可进一步联合老年协会等组织推动政策完善，如倡导政府出台强制性适老化设计标准，要求主流APP必须配备大字体、简化功能的“老年模式”[10]。类似2023年工信部发布的适老化改造指引就需要通过社工行业的持续推动才能有效落地。更积极的做法是直接搭建企业-老年人对话平台，引导科技公司邀请老年用户参与产品测试，像某支付软件在社工组织协助下推出的“长辈模式”就因简化界面使老年用户使用率提升40%。最后，社会工作者还需通过媒体宣传、社区展览等方式传播适老化改造成果，例如展示“语音购物”功能如何帮助视障老人独立下单，这些鲜活案例既能激发企业改进动力，也能逐步消除老年群体对数字产品的畏难心理，形成良性循环。

4. 结语

银发群体作为我国人口结构的重要组成部分，其数字融入问题不仅关乎老年人的生活质量，也是社会公平与包容性发展的体现。在数字经济快速发展的背景下，老年人面临的数字鸿沟问题亟待解决。社会工作需以其专业的介入方式，通过资源链接、能力建设和需求反馈等多维路径，为银发群体提供了切实可行的支持。需要政府、企业、社区和社会组织多方协作，进一步完善适老化基础设施，优化数字产品设计，同时加强老年人的数字技能培训和心理疏导。只有全社会共同努力，才能真正实现“数字包容”，让每一位老年人都能享受到科技发展带来的便利与福祉，推动银发经济与社会的和谐发展。

参考文献

- [1] 发展银发经济[J]. 企业改革与发展, 2025(6): 16-17.
- [2] 刘冰, 陈沐瑶. 数字社会工作: 实践进展、总体特征与未来议题[J]. 社会工作, 2024(6): 1-22+150-152.
- [3] 陈保同, 尤吾兵. 老年人“数字融入”的伦理危机与关怀应答[J]. 西华师范大学学报(哲学社会科学版), 2025(3): 89-99.
- [4] 中国互联网络信息中心发布第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 国家图书馆学刊, 2023, 32(2): 39.
- [5] 陈晓雨. 应对数字排斥: 老年数字终身学习权及其保障[J]. 中国成人教育, 2024(12): 28-36.
- [6] 王文娜. 老年数字弱势群体数字权利的法治保障[J]. 现代商贸工业, 2024, 45(22): 188-190.
- [7] 林玉琴, 赵杨, 刘婉婷, 等. 数字产品适老化研究综述: 需求挖掘、障碍分析与优化设计[J]. 信息资源管理学报, 2024, 14(4): 146-161.
- [8] 朱颖, 万红. 数字鸿沟背景下老年人数字化生活权的权利证成和法治保障——基于哈勒尔权利证成的视角[J]. 合肥工业大学学报(社会科学版), 2022, 36(4): 12-19+42.
- [9] 张军, 谈妍. 数字反哺视角下老年群体数字化素养提升路径——基于合肥市 F 社区的实地研究[J]. 安庆师范大学学报(社会科学版), 2025, 44(2): 58-65.
- [10] 刘安琪, 周桐帆. “数字鸿沟”背景下老年人融入数字化生活的策略研究[J]. 信息与电脑, 2024, 36(23): 194-196.