

# 银发群体电商融入中的社会支持网络构建研究：基于积极老龄化理论的视角

楼志宏

浙江理工大学法学与人文学院，浙江 杭州

收稿日期：2025年6月10日；录用日期：2025年6月24日；发布日期：2025年7月21日

## 摘要

在银发背景与数字经济相融合的时代背景下，银发群体融入电商领域的相关议题已受到广泛的关注。本文以积极老龄化理论为基础，深入探究银发群体的电商融入状况、及面临的困境以及社会支持网络的构建策略。研究发现，尽管当下银发群体在电商融入、电商参与上取得了一定的成效。但仍然面临数字素养欠缺、身心机能衰退、社会参与受限以及保障体系不完善等多方面的问题。对此，应该从政府、社区、家庭及电商平台等多元主体出发，构建涵盖政策支持、教育帮扶、服务优化、心理支持及权益保障等多方面的社会支持网络，以助力银发群体可以跨越数字鸿沟，加强社会融入与社会归属感，实现积极老龄化。推动银发群体在数字经济发展中的作用，彰显银发群体的社会价值。

## 关键词

银发群体，电商融入，积极老龄化，社会支持网络

# Research on the Construction of Social Support Network for the Integration of the Silver-Haired Group into E-Commerce: From the Perspective of the Theory of Active Aging

Zhihong Lou

School of Law and Humanities, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Jun. 10<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jun. 24<sup>th</sup>, 2025; published: Jul. 21<sup>st</sup>, 2025

## Abstract

In the context of the integration of the silver-haired background and the digital economy, the issue

文章引用：楼志宏. 银发群体电商融入中的社会支持网络构建研究：基于积极老龄化理论的视角[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 1633-1639. DOI: 10.12677/eci.2025.1472349

of the silver-haired group integrating into the e-commerce field has received a great deal of attention. Based on the theory of active aging, this article deeply explores the e-commerce integration status of the silver-haired group, the predicaments they face, and the construction strategies of social support networks. Research has found that although the silver-haired group has achieved certain results in integrating and participating in e-commerce at present. However, it still faces multiple problems such as the lack of digital literacy, the decline of physical and mental functions, restricted social participation, and an imperfect security system. In this regard, a social support network covering multiple aspects such as policy support, educational assistance, service optimization, psychological support and rights protection should be established from the perspective of multiple subjects including the government, communities, families and e-commerce platforms, so as to help the elderly group bridge the digital divide, enhance social integration and a sense of social belonging, and achieve active aging to promote the role of the silver-haired group in the development of the digital economy and highlight their social value.

## Keywords

The Silver-Haired Group, Integration of E-Commerce, Active Aging, Social Support Network

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

随着全球人口老龄化趋势的加剧,中国也面临着日益严峻的人口老龄化挑战。根据民政部发布的数据,预计到2025年,我国老年人口将达到近3亿,至2033年将超过4亿,至2050年将接近5亿。此外,预计在2050年后的约五十年间,我国老龄化水平将持续保持在35%以上,这一数据充分说明我国已深入步入老龄化社会。与此同时,数字经济的浪潮正席卷而来,电子商务作为数字经济的重要组成部分,正在逐渐地改变人们的消费模式,影响人们的生活方式。在人口老龄化与数字经济时代的背景下,银发群体如何更好地适应社会的快速发展,如何融入电商领域,已然引起社会各界的关注与探讨。积极老龄化理论,旨在使银龄者在健康、参与、全面保障等方面得到有效的改善与落实,为解决银发群体在电商融入过程中存在的问题提供了切实的理论支撑。通过构建社会支持网络,助力银发群体积极参与到电商活动中,不仅能提高其晚年生活质量,促进其社会融入,还能促使银发群体的价值被进一步挖掘,推动经济社会的可持续发展[1]。

## 2. 积极老龄化理论的内涵与意义

### 2.1. 积极老龄化理论的核心内容

积极老龄化理论由世界卫生组织于1999年正式提出,它是对传统老龄化观念的革新。该理论的核心聚焦于银发群体的全民健康、全民参与、全面保障三个维度[2]。首先,全民健康。积极应对人口老龄化突破单一的生命历程理论支撑,将关注对象由部分老年人转向全体老年人,以更包容的政策环境为全体老年人提供维护其身心健康的政策体系。其次,全民参与。积极应对人口老龄化倡导全社会主体共同参与,鼓励老年人积极投身于经济、社会、文化等各类活动,充分发挥自身的经验与智慧,实现自我价值。最后,全面保障。积极应对人口老龄化立足中国视角,从中国大多数贫困老年人的境遇出发,实现以权利为基础转向以“需求-权利”结合为基础的保障和赋能,在满足老年群体特殊需求的同时,将覆盖部

分老年人的保障转向覆盖全体老年人享有的经济保障、服务保障、健康保障和精神保障[3]。这三个维度相互关联、相辅相成，共同构成了积极老龄化理论的核心架构。

## 2.2. 对银发群体电商融入的理论指导价值

积极老龄化理论为银发群体电商融入提供了多方面的理论指引。

一是健康维度与电商便捷性的功能契合，电商平台“无接触配送”“居家选购”的特性，对于出行不便的老年群体，不仅帮助了老年人可以足不出户就送货到家，而且也极大的降低了老年人出行的风险[4]。同时，在线医疗、健康咨询等电商服务打破时空限制，老年人在家就可以享受到医疗服务，支持老年人在线问诊购药，显著提升了健康服务的可及性。

二是参与维度与电商社会属性的价值共振，电商的社会属性与老年人的价值实现需求形成共振。电商平台赋予银发群体“消费-生产”双重角色。当下，部分银发群体也尝试在电商平台直播带货，实现了个人的价值，促进了经济的发展。社交电商则提供了新的社交场所，无论是基于消费的社交网络，还是“代际共购”模式，都有效促进了社交与代际融合，也在一定程度上提高了银龄群体的生活幸福感。

三是保障维度与电商规范体系的制度衔接，电商体系的规范是积极老龄化保障的重要前提，两者密切联系。在权益保障方面，部分平台推出“老年消费者绿色通道”“长辈版独立客服专线”等机制，落实更多老年人享受电商平台服务的理念；在风险防控层面，支付宝“老年支付险”、拼多多“亲情付”等适老化金融产品，将经济保障理论转化为具体措施，打消了老年人参与电商的安全顾虑。

积极老龄化理论为解决银发群体融入电子商务领域的问题提供了系统的理论架构，有助于从多个层面构建社会支持网络，促进银发群体在电子商务领域的积极融入与发展。

## 3. 银发群体电商融入的现状剖析

### 3.1. 参与规模与增长趋势

近年来，银发群体在电子商务领域的参与度逐年递增。根据第五十三次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2023年，我国网民规模已达10.92亿，其中50岁及以上网民占比32.5%，互联网进一步向中老年群体渗透。预计在未来几年，仍然将保持逐年递增的趋势。随着电商平台在日常生活中的普及化，越来越多的银龄者开始接触并利用电子商务平台进行购物、娱乐等各项活动，这也在一定程度上反映出银发群体对电子商务的接纳程度在不断提升，逐渐成为电子商务市场中一股新兴的消费力量。

### 3.2. 消费行为与偏好特点

在消费行为方面，银发群体与青年群体有着显著的差异性，这与银发群体的年龄以及需求密切相关[5]。在商品的类型选择上，银发群体偏好于健康养生类产品、实用性产品等，以满足其需求[6]。并且在消费过程中，银发群体格外关注商品的质量，以保证可以长期使用。在品牌选择方面，与青年群体追求时尚品牌不同，银发群体则是更加注重老品牌的选择，这些品牌因存在的时间较长，从而赢得了银发群体的信赖。在消费决策过程中，他们表现出较高的谨慎性，会投入较多时间进行产品比较，对价格的敏感度较高，通常会选择性价比比较高的商品，同时对产品的口碑和他人推荐也极为重视。

### 3.3. 参与电商的主要模式与平台

当前，银发群体参与电子商务的模式呈现出多样化的趋势。当下，网络购物已成为较为普遍的购物方式，老年消费者根据自己的购物意愿和实际需求通过主流的电商平台选购合适的产品，享受送货上门的便利服务，使得老年人足不出户便可以购买自己想要的商品[7]。同时，随着电商直播的兴起，也有大

量老年消费者涌入直播间，得到老年群体的青睐，电商直播中部分主播通过详细的讲解，实物的展示等以及及时回应老年人的需求，使得大量银龄群体愿意在观看直播的过程中购买商品。社交电商在银发群体中也占据一定的市场份额，他们通过微信等社交平台分享商品链接，参与团购等营销活动。

在电商平台的选择上，淘宝、京东等综合性电商平台凭借其商品类型多样、服务体系完善、售后保障体系完善等，成为银发群体的首要选择；拼多多因其价格优势也受到众多老年人选择的平台之一，但部分老人因其商品质量，售后保障等问题，而不选择在该平台消费；现如今抖音、快手等短视频平台衍生的电商业务，因其直观且生动的展示方式，也使得越来越多的银发群体在其中消费。

## 4. 银发群体电商融入面临的困境

### 4.1. 数字素养短板制约操作应用

尽管当下银发群体使用智能设备的比例在逐年增长，部分银发群体也开始尝试进入电子商务领域。但总体而言，较低的数字素养水平会成为银发群体进入电子商务领域的阻碍[8]。众多老年群体，尤其是农村老年群体，对智能手机、计算机等设备的操作技能尚不娴熟，难以掌握电商平台的注册、登录、商品搜索、订单支付等基础流程。此外，在支付密码输入、刷脸等环节，老年人因对于设备的不了解，因而会产生疑虑，不敢轻易操作一些步骤，导致无法很好地使用电商平台及其他智能功能。面对电商平台的更新优化与功能界面的完善，老年群体往往难以适应，无法充分利用平台提供的优惠活动、个性化推荐等服务，这影响了其购物体验 and 参与的积极性。

### 4.2. 身心机能衰退影响参与体验

随着年龄的增长，银发群体在生理机能、认知能力等方面都在逐渐地衰退，这使得他们在参加电子商务活动中面临诸多的问题与挑战。视力的衰退导致老年人浏览图像、阅读信息困难，且大多电子商务平台存在字体较小、界面设计元素尺寸过小、色彩对比度不足等问题，进而加剧了老年人使用智能设备及电商平台的困难。同时，听力下降亦影响了他们观看直播和理解语音说明的能力。在认知层面，记忆力的衰退使得老年人难以进行复杂流程的操作以及常会忘记账号密码；思维和反应速度的下降，使得他们常常无法有效避免广告和促销信息，容易产生错误的操作，从而会降低他们参与电子商务获得的主动性和积极性。

### 4.3. 社会参与机会受限阻碍深入融入

现如今，尽管互联网发展迅猛，电商平台众多，但是银龄群体的电子商务参与机会仍然较匮乏。在就业市场上，针对银龄群体的电商创业及兼职岗位数量较少，在一定程度上限制了老年人通过电子商务促进积极的发展，也限制了自我价值实现的机会。在社交领域，围绕电子商务的老年人交流和互动平台及活动较少，缺乏一个分享生活经验、相互学习的环境，这使得他们在面对电子商务问题时难以及时得到有效的帮助。此外，社区、企业以及其它相关组织在开展电子商务培训和推广活动时，通常缺乏持续性和针对性，无法满足老年人深入学习和参与电子商务的愿望，导致银发人群在电子商务领域的参与程度仅停留在表层，难以进一步深入。

### 4.4. 社会保障体系不完善增加顾虑

现行社会保障体系在促进银发群体融入电子商务领域方面还有待进一步强化和完善。在金融安全维度，针对银发群体的电子商务消费金融服务还不够完善，缺乏结合银发群体特征设计的电子支付工具及保险产品。这导致老年人在遭遇网络诈骗或支付问题时，会面临严重的经济损失；在权益保障方面，现

行的电子商务相关法律法规在保护老年消费者权益方面的力度不足,特别是在商品质量争议、虚假广告、个人信息泄露等问题上,老年人的权益维护途径并不健全。而正因这样的情况,使得老年人在进行电子商务购物时会蹑手蹑脚,心存顾虑,担心自己的权益无法得到有效的保障,因此在参与电子商务活动时较为谨慎。

## 5. 基于积极老龄化理论构建社会支持网络的策略

### 5.1. 政府主导的政策扶持与引导

政府作为银发群体融入电子商务领域中的绝对主导力量,应该充分发挥其积极作用,制定一系列相应的政策。在资金支持方面,可设立专项财政补贴,以此来激励企业开发适老化的电子商务产品与服务。具体而言,应当支持电子商务平台的相关企业对于操作流程、操作页面、特殊功能的优化,给予专项资金进行服务跟进。同时,针对为老年人开展电子商务教育培训的企业和机构,提供必要的经费,来确保培训活动可以因材施教,实现质量保障,强化老年人使用电商平台的基础。在税收优惠方面,应对积极参与银发电子商务业务的企业实施税收减免[9],来降低其运营成本,进而提升其参与的积极性。此外,也应加强市场监管力度,完善电子商务领域的法规政策,细化对老年消费者权益保护的法律条款,充分保障老年人在使用电商平台中的合法权益。对于那些进行虚假宣传、销售假冒伪劣商品等违规的商家,应处以高额罚款并吊销其营业执照,以此营造一个安全、规范的电子商务市场环境。总体而言,政府作为优化电子商务平台发展的领头羊,应该积极出台相应的政策,来保障老年群体在电子商务平台中的合法权益。

### 5.2. 社区组织的教育与服务供给

社区是与老年群体生活密切联系的场所之一,应当承担起对老年人电子商务教育的重担[10]。面向社区老年人,可定期开展线下电子商务课程教学,且教学课程的设计和教学方式的选择应当充分结合老年人的接受程度和学习特性,邀请经验丰富的讲师用通俗易懂的言语来授课,进而提高老年人对电子商务基础知识的了解以及提高平台操作能力。在授课过程中,不仅要通过语言的描述,而且要加强实际操作的教学,如展示购物流程时,可以从如何搜索商品,如何选择等一步一步向老年人展示,让老年人可以切实感受到教学过程中遇到的问题,并及时给予指导和纠正,使得他们可以独立在电商平台进行购物、社交、拍视频等技能。此外,社区也应加强使用电商平台操作流程和电商基础知识的宣传,可以通过宣传栏、微信公众号等途径,发布电子商务知识相关的文章和视频教程,便于老年人随时随地进行学习,加强电商平台使用的频率。

在服务层面,社区可以结合老年人的实际需求,设立专门的电子商务服务站点,提供代购、代收快递和售后支持等服务,以便及时解决老年人在使用电商平台过程中面临的困境。同时,社区可以举办与电子商务相关的交流活动,如使用操作技能分享、电子商务基础知识竞赛、购物经验等。通过社区活动,可以使老年人彼此学习,解决在使用电商平台过程中遇到的问题,还可以提高老年人的社会交往和社会融入,营造和谐的社区电子商务环境

### 5.3. 家庭层面的关怀与数字反哺

银发群体在融入电子商务过程中,家庭的支持及鼓励作用是非常重要的[11]。在老年人询问使用电子商务平台过程中遇到的问题时,子女应该要展现出关怀与耐心,充分解答和帮助老年人,从而增强他们的操作能力。例如,在协助他们下载和安装电子商务应用程序、创建账户时,可以在自己的智能设备上一步一步演示给他们看,让老年人知道如何操作。并且建议家庭成员共同参与电子商务平台的购物活动,

如共同购买家居用品、为长辈挑选礼品等,通过共同实践来进一步提高老年人对平台的熟悉程度。此外,应大力倡导数字反哺,子女在空余之时应主动教授老年人数字技术知识,分享网络安全知识和诈骗防范技巧,来增强老年人在电子商务环境下的自我保护意识和能力,使他们能够更安心、更有信心地使用电子商务平台。

#### 5.4. 电商平台的适老化创新与保障

针对银龄群体在电子商务平台用户的增多,电商平台需要及时开展适老化创新和改造,以符合老年人的实际需求。在界面设计方面,界面布局充分考虑老年群体的特征,采用简洁直观的设计,通过增大字体、图标尺寸以及优化颜色对比度等,提升用户体验;操作步骤简化也非常必要,尽量在 3~5 步内可以完成,降低老年人操作上的失误。在功能优化方面,应当增加语音检索、平台引入一键下单、人工客服一键接入等便捷功能,使得操作流程简便可行。在商品推荐策略上,应当根据老年人的消费喜好,推送适合其的商品[12],并且减少广告的推送,避免老年人不慎点入。

此外,应当设立专门针对老年消费者权益保护的通道,强化平台对老年人的保障机制,优先处理涉及老年消费者的投诉和纠纷;同时,加强对平台商家的监管力度,确保其销售产品的质量良好、信息真实等,保障销售给老年人的产品是不存在问题的。并对进行虚假宣传的商家实施下架商品、封号等处罚措施,进而为银发群体营造一个安全的、可靠的电商环境。

### 6. 研究结论与展望

本研究通过积极老龄化理论,探讨了银发群体在电子商务领域融入过程中面临的问题。当下,银发群体在电子商务领域的活跃程度、参与程度不断提高,他们的消费行为具有符合年龄的特定属性,参与的模式和电商平台的选择也越来越多样。然而,银发群体在电商融入过程中,面临数字素养不足、身心功能下降、社会参与受限、社会保障体系不完善等多方面的问题。为此,需要从政府、社区、家庭、电子商务平台等多主体入手来构建综合性的社会支持网络,来解决银发群体面临的困境。政府应加强相关政策的支持和市场监管,为银发群体融入电商平台创造基础的条件;社区应提供电商方面的宣传与教育,促进银发群体更好地掌握电子商务技能;家庭应提供更多的关怀与数字反哺,以此来增强老年人的动手能力以及感受家庭成员对其融入电商平台的支持;电子商务平台应积极开展老年人友好型创新和保障措施,提高老年人的使用体验感。通过各方的共同支持,可以有效促进银发群体融入电商领域,进而实现积极老龄化,为老年人营造幸福晚年生活。

展望未来,在人口老龄化不断加剧与数字技术不断进步的时代背景下,银发群体融入电子商务领域的路程会更加宽阔,前景更加美好。在技术创新方面,人工智能、虚拟现实等新兴技术在未来会为银发群体融入电商领域注入强大力量。利用人工智能与信息化技术,可以为老年人提供个性化、精准化、人性化的服务,通过虚拟现实技术,老年人在家就可以体验新奇的产品,体验更多的养老技术。从市场规模来看,银发群体已成为电商领域的主力军之一。因此,需要进一步扩大市场规模,吸引更多的企业投入到该领域,开发更多适合老年人的优质服务与优质产品,以满足老年人日益增长的需求。也需完善社会支持体系,营造全社会关注和支持银发群体融入电商领域的良好氛围,促进银发经济与数字社会协调发展。

### 参考文献

- [1] 汪敏,朱帅.社会工作介入困境老人的社会支持网络构建研究——以 J 市某老人关爱项目为例[J]. 就业与保障, 2023(6): 61-63.
- [2] 刘玮.个体积极老龄化:积极老龄化的逻辑基础与政策取向[J]. 云南社会科学, 2021(3): 141-147+189.

- 
- [3] 唐小茜, 董晓欣, 庞文. 不因年老而老: 老年社会工作本土化实践研究——基于积极老龄化理论视角[J]. 黑龙江生态工程职业学院学报, 2022, 35(3): 57-60+92.
  - [4] 宋月萍, 李怡霏, 汤佳. 惠及桑榆: 电子商务助力农村老年健康水平提升[J]. 西北人口, 2025, 46(3): 58-69.
  - [5] 夏近秋. 电子商务平台用户体验对购买意愿的影响研究[J]. 商场现代化, 2024(21): 25-27.
  - [6] 张艳菊, 陈志祥. 人口老龄化背景下电商直播对老年消费群体购买意愿的影响因素研究[J]. 老字号品牌营销, 2024(8): 100-102.
  - [7] 朱晓红, 眭丁方, 王凯欣. 积极老龄化视角下居家智慧养老服务的实践探索——以东莞为例[J]. 社会与公益, 2025(4): 418-420.
  - [8] 黄斌, 彭熙予. 社会支持理论视角下老年人数字化生存困境与优化路径研究[J]. 社科纵横, 2025, 40(2): 112-119.
  - [9] 邓淑莲, 张明媛, 谢立成, 等. 电子商务发展与地方政府税收竞争策略[J]. 经济理论与经济管理, 2025, 45(2): 118-135.
  - [10] 许艳. 数字社区: 以“社区 + 电商 + 数字服务”推进数实融合[J]. 传媒, 2024(13): 23-25.
  - [11] 申帅芝, 张影. 家庭支持对老年人数字媒介使用的影响研究[J]. 经济与社会发展, 2024, 22(6): 35-43.
  - [12] 李楠. 基于大数据的电子商务平台精准营销策略探讨[J]. 全国流通经济, 2024(22): 20-23.