

银发经济背景下老年电商市场的机遇、挑战与发展路径

梁晶晶

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月9日; 录用日期: 2025年6月25日; 发布日期: 2025年7月30日

摘要

随着全球老龄化进程加速, 银发经济成为新的经济增长点, 老年电商市场潜力巨大。本文深入剖析银发经济背景下老年电商市场面临的机遇, 包括老年群体消费能力提升、数字化接受度提高等; 同时探讨其面临的挑战, 如适老化设计不足、消费信任缺失等问题。针对这些情况, 从产品设计、营销模式、服务保障等方面提出老年电商市场的发展路径, 旨在为推动老年电商市场健康发展提供理论参考。

关键词

银发经济, 老年电商, 适老化设计, 消费市场

Opportunities, Challenges and Development Paths of the Elderly E-Commerce Market under the Background of the Silver Economy

Jingjing Liang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 9th, 2025; accepted: Jun. 25th, 2025; published: Jul. 30th, 2025

Abstract

With the acceleration of the global aging process, the silver economy has become a new growth point of the economy, and the market potential of elderly e-commerce is huge. This article conducts an in-depth analysis of the opportunities faced by the elderly e-commerce market under the background of the silver economy, including the improvement of the consumption capacity of the elderly group and the increase in digital acceptance, etc. Meanwhile, it explores the challenges it faces, such

as insufficient age-friendly design and the lack of consumer trust. In response to these situations, the development paths of the elderly e-commerce market are proposed from aspects such as product design, marketing models, and service guarantees, aiming to provide theoretical references for promoting the healthy development of the elderly e-commerce market.

Keywords

Silver Economy, Elderly E-Commerce, Age-Friendly Design, Consumer Market

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

近年来,世界各国老年人口数量持续攀升,我国同样面临着日益严峻的人口老龄化问题。根据《中国老龄产业报告(2014)》预测,至2050年,老龄人口的消费潜力将增长至106亿元[1]。老年群体的消费需求逐渐成为拉动经济增长的重要力量,银发经济迎来了快速发展的时期。电子商务作为新兴消费模式,在满足老年群体多样化消费需求方面展现出巨大潜力。然而,当前老年电商市场仍处于发展初期,机遇与挑战并存。

在此背景下,老年电商市场不仅关乎老年人的生活质量,更是推动经济社会发展的重要一环。随着科技的进步和互联网的普及,老年群体对电子商务的接受度不断提高,这为老年电商市场的发展奠定了坚实基础。但同时,老年电商市场也面临着诸多挑战,如,如何更好地适应老年人的消费习惯、如何提升老年人的消费信任等。因此,全面分析老年电商市场的机遇与挑战,并提出切实可行的发展路径,对于推动老年电商市场的健康发展具有至关重要的作用。

2. 银发经济背景下老年电商市场的机遇

2.1. 老年群体消费能力提升

随着社会保障体系的不断完善,我国老年群体的收入来源更加多元化,除了退休金之外,部分老年人还有一定的储蓄和财产性收入。同时,子女对老年群体的消费支持也不断增加,使得老年群体的消费能力显著提升,为老年电商市场提供了广阔的消费基础。

此外,随着生活水平的提高和健康意识的增强,老年群体更加注重生活品质,愿意为优质的商品和服务买单。这种消费观念的转变,不仅扩大了老年电商市场的消费规模,也促使老年电商市场向更高品质、更多元化的方向发展[2]。老年群体消费能力的提升,为老年电商市场的繁荣发展奠定了坚实的基础。

同时,老年群体在消费上的自主性也在不断增强。他们越来越倾向于根据自己的需求和喜好进行消费决策,而不是完全依赖于子女的建议或安排。这种自主性的提升,使得老年电商市场在商品选择、服务提供等方面需要更加注重个性化和差异化,以满足老年群体的多样化需求。因此,老年电商市场应积极适应这一变化,通过精准的市场定位和营销策略,吸引更多老年消费者,进一步推动市场的繁荣发展。

2.2. 数字化接受度提高

互联网和智能设备的普及,让越来越多的老年人开始接触并熟悉数字产品。各类老年大学、社区培训课程等,也帮助老年人提升了数字技能,降低了他们使用电商平台的门槛[3]。如今,老年群体对线上

购物、线上娱乐等数字化消费方式的接受度不断提高，为老年电商市场的发展创造了有利条件。他们不再满足于传统的线下购物方式，而是开始尝试通过电商平台购买商品和服务。老年群体对数字化消费方式的热情，不仅体现在购物上，还体现在线上支付、社交娱乐等多个方面。这种数字化接受度的提高，使得老年电商市场的用户规模不断扩大，为市场的持续健康发展注入了新的活力。同时，随着老年群体对数字产品的熟悉程度加深，他们对电商平台的使用体验也提出了更高的要求，这将促使老年电商市场在用户体验、服务质量等方面进行不断改进和优化。

此外，数字化接受度的提高还促进了老年人与社会的信息交流。通过电商平台，老年人可以更便捷地获取新闻资讯、健康养生知识等，拓宽了他们的视野，增强了他们的社会参与感。这种信息交流的增加，不仅丰富了老年人的精神生活，也为他们提供了更多与同龄人交流互动的机会，有助于缓解孤独感和社交隔离。因此，数字化接受度的提高不仅是老年电商市场发展的推动力，更是老年人生活质量提升的重要因素。

2.3. 政策支持力度加大

国家出台了一系列政策支持银发经济发展，鼓励企业开发适合老年群体的产品和服务。在电商领域，政策引导企业加强适老化改造，完善老年消费市场的监管，为老年电商市场营造了良好的政策环境，激发了市场主体的参与积极性。这些政策不仅推动了老年电商市场的规范化发展，还促进了老年友好型社会的建设。政府通过提供税收优惠、资金补贴等方式，鼓励企业加大研发投入，创新出更多符合老年人需求的电商产品和服务。同时，政策还强调了保护老年人消费权益的重要性，要求电商平台建立健全的投诉处理机制，确保老年人在消费过程中能够得到及时、有效的帮助和支持。这些举措为老年电商市场的长远发展奠定了坚实的基础。

此外，政府还积极推动跨部门合作，建立信息共享机制，加强对老年电商市场的监管力度，有效打击了针对老年人的欺诈行为和虚假宣传，维护了市场的公平竞争和老年人的合法权益。通过政策引导和支持，老年电商市场逐渐形成了政府、企业和社会共同参与的格局，推动了市场的健康、有序发展。

3. 老年电商市场面临的挑战

3.1. 适老化设计不足

当前多数电商平台界面复杂，操作流程繁琐，对于视力下降、反应迟缓的老年人来说使用难度较大。商品搜索、支付等功能缺乏适老化优化，导致老年人在购物过程中容易遇到障碍，影响购物体验。

此外，字体大小和颜色对比度设计不合理，使得老年人在浏览商品信息时感到吃力。一些电商平台还缺乏语音导航和智能助手等辅助功能，进一步增加了老年人的操作难度。这些适老化设计的不足，不仅限制了老年人的电商消费能力，也影响了他们对电商平台的满意度和忠诚度[4]。更重要的是，部分电商平台在交互设计上未充分考虑老年人的使用习惯，例如，缺乏简洁明了的操作指引和错误提示，使得老年人在遇到问题时难以自行解决，增加了他们的使用焦虑。同时，对于老年人常用的功能，如客服咨询、退换货服务等，未能做到显著标识和快速访问，降低了老年人的使用便捷性。综上所述，适老化设计的不足已成为制约老年电商市场发展的重要因素之一。

3.2. 消费信任缺失

部分不良商家利用老年群体信息不对称的特点，在电商平台上销售假冒伪劣商品、虚假宣传产品功效，导致老年消费者权益受损。此外，老年群体对线上交易的安全性存在担忧，担心个人信息泄露、遭遇网络诈骗，这些因素都使得老年群体对电商消费存在信任缺失问题。

这不仅影响了老年群体的消费积极性，也阻碍了老年电商市场的健康发展。由于缺乏有效的监管机制和维权渠道，老年人在遭遇消费欺诈时往往难以维权，进一步加剧了他们的不信任感。因此，建立健全的消费信任体系，加强电商平台的监管力度，提高老年人的消费安全意识，成为解决老年电商市场消费信任缺失问题的关键。

3.3. 售后服务不完善

老年群体在购物过程中遇到问题时，往往需要更细致、耐心的售后服务。但目前电商平台的售后服务体系，如退换货流程、客服沟通等，未能充分考虑老年群体的特点和需求，导致老年消费者在权益受损时难以得到有效解决，影响了他们对电商消费的信心。例如，复杂的退换货流程、不友好的客服界面以及缺乏针对老年人的专属服务通道，都增加了老年消费者维权的难度。此外，部分商家在售后服务上缺乏诚信，对老年消费者的投诉和反馈处理不及时、不积极，进一步损害了老年群体对电商平台的信任。这种售后服务的不完善，不仅影响了老年消费者的购物体验，也制约了老年电商市场的健康发展。

3.4. 商品供给单一

市场上针对老年群体的特色商品相对较少，多数电商平台销售的商品同质化严重，无法满足老年群体在健康养生、文化娱乐、休闲旅游等方面的多样化、个性化需求[5]。其次，老年消费者往往更加注重商品的实用性和品质，对健康、安全、舒适等方面的要求也更高。然而，当前市场上的商品供给大多集中在年轻消费群体，针对老年人的特色商品种类有限，且缺乏创新和差异化。这不仅限制了老年消费者的选择空间，也影响了他们对电商平台的满意度和忠诚度。此外，随着老年群体消费观念的转变和消费升级的趋势，他们对高品质、高附加值商品的需求日益增长，但市场上这类商品的供给却相对匮乏，难以满足老年消费者的实际需求。这种商品供给的单一性，不仅制约了老年电商市场的发展潜力，也影响了老年消费者的购物体验和幸福感。

4. 老年电商市场的发展路径

4.1. 优化平台适老化设计

电商平台应简化界面设计，采用大字体、高对比度的显示模式，优化操作流程，减少不必要的步骤。开发语音搜索、一键下单等适老化功能，降低老年群体使用门槛。同时，加强平台的操作引导，通过视频教程、语音提示等方式帮助老年人熟悉购物流程。

此外，电商平台还应注重无障碍设计，如提供文字转语音、语音转文字等功能，以满足视力或听力障碍老年人的需求。在商品详情页，增加商品的使用说明、注意事项以及相关的健康提示，用通俗易懂的语言进行描述，确保老年人能够准确理解商品信息。同时，平台可以开发智能推荐系统，根据老年人的购买记录和偏好，推送符合其需求的商品，提高购物的便捷性和满意度。通过这些措施，电商平台能够更好地适应老年群体的特点，提升他们的购物体验。

4.2. 建立消费信任体系

一方面，电商平台要加强对入驻商家的资质审核和商品质量监管，建立严格的商家信用评价机制，对违规商家进行严厉处罚。另一方面，加强对老年消费者的网络安全教育，普及防诈骗知识，同时完善平台的交易安全保障措施，确保老年消费者的个人信息和资金安全，逐步建立起老年群体对电商消费的信任。

电商平台可以引入第三方权威机构对商品进行质量检测认证，将认证结果公开透明地展示给消费者，增加商品的可信度。同时，建立便捷的投诉与维权渠道，鼓励老年消费者在遇到问题时积极反馈，平台

应及时响应并妥善处理,维护消费者的合法权益。此外,通过定期发布消费指南、典型案例警示等方式,提高老年消费者的自我保护意识和能力,共同营造一个安全、可信的电商消费环境。

4.3. 完善售后服务体系

针对老年群体特点,建立专门的老年客服团队,提供更加耐心、细致的咨询和售后支持。简化退换货流程,提供上门取件、远程指导等服务,让老年消费者在遇到问题时能够得到及时、有效的解决。

此外,电商平台还可以设立老年消费者专属的售后服务热线,确保老年人在遇到任何问题时都能快速联系到客服人员。为了提高售后服务的质量,平台应定期对老年客服团队进行培训,提升他们的沟通技巧和服务意识,使他们能够更好地理解老年消费者的需求,提供更加贴心、专业的服务。同时,建立售后服务评价机制,鼓励老年消费者对售后服务进行评价,以便平台及时了解服务中存在的问题并进行改进,不断提升售后服务水平,增强老年消费者的满意度和忠诚度。电商平台还可以考虑与社区、养老机构等合作,开展定期的售后服务进社区、进机构活动,面对面解决老年消费者的售后问题,进一步拉近与老年消费者的距离。

4.4. 丰富特色商品供给

电商平台应引导商家加大对老年商品的研发和供给,深入挖掘老年群体的消费需求,开发适合老年群体的健康监测设备、老年服饰、文化娱乐产品等[6]。例如,针对老年群体对健康管理的需求,电商平台可以与医疗机构合作,引入专业的健康管理技术和数据支持,确保健康监测设备的准确性和可靠性。同时,建立老年用户健康档案,提供定制化健康管理方案,进一步提升老年用户的健康管理水平。在老年服饰方面,应注重舒适性和保暖性,设计符合老年人身体特点和审美偏好的服装款式。

文化娱乐产品也是老年电商市场的重要一环,可以推出适合老年人阅读的电子书、有声读物,以及适合老年人参与的线上课程、兴趣小组等,丰富老年人的精神文化生活。同时,鼓励商家推出个性化定制服务,满足老年群体多样化的消费需求。通过不断丰富特色商品供给,电商平台可以更好地满足老年群体的消费需求,提升他们的购物体验 and 满意度。

4.5. 创新营销模式

利用社交媒体、短视频平台等渠道,采用老年人易于接受的方式进行产品推广和营销。开展老年消费主题活动,如老年用品节、健康养生讲座直播带货等,提高老年群体对电商平台和商品的认知度和参与度。同时,电商平台可以与知名老年网红、KOL(关键意见领袖)合作,借助他们的影响力和粉丝基础,推广适合老年人的商品,增加商品的曝光度和信任度。此外,还可以利用大数据分析,精准推送符合老年人兴趣和需求的商品信息,提高营销效率和转化率。通过这些创新的营销模式,电商平台可以更好地触达老年群体,提升他们的购物体验和忠诚度。

另外,电商平台可以推出针对老年用户的专属优惠券和促销活动,激发他们的购买欲望。设置老年人专属客服通道,提供耐心细致的咨询服务,解决老年人在购物过程中遇到的各种问题,增强他们的购物信心和满意度。同时,电商平台还可以探索与线下社区、养老机构等合作,开展线下体验活动,让老年人亲身体验商品,进一步拉近与老年消费者的距离。通过这些多元化的创新营销模式,电商平台将能够更好地满足老年群体的消费需求,推动老年电商市场的持续健康发展。

5. 结论

银发经济背景下,老年电商市场拥有巨大的发展潜力,但也面临诸多挑战。通过优化平台适老化设计、建立消费信任体系、完善售后服务、丰富商品供给以及创新营销模式等发展路径,可以有效提升老

年电商市场的发展水平，更好地满足老年群体的消费需求，推动银发经济与电子商务的深度融合，实现互利共赢。此外电商平台应持续关注老年群体的消费特点和需求变化，不断创新和优化服务模式，为老年人提供更加便捷、安全、贴心的购物体验。同时，政府和社会各界也应加大对老年电商市场的支持力度，推动相关法规政策的完善，为老年电商市场的健康发展营造良好的环境。未来，随着技术的不断进步和市场的持续完善，老年电商市场将迎来更加繁荣的未来，为银发经济的发展注入新的活力。

参考文献

- [1] 吴玉韶. 中国老龄产业发展报告(2014) [R]. 北京: 中国老龄科学研究中心, 2014.
- [2] 党俊武, 王莉莉. 中国老龄产业发展报告(2021-2022) [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2023.
- [3] 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.
- [4] 刘钰峰, 罗建英. 数字经济赋能老年人体育消费升级的价值意蕴、阻滞困境与实践方略[J]. 沈阳体育学院学报, 2024, 43(2): 117-123.
- [5] 张星雨, 顾萍, 王希尧, 等. 人口老龄化背景下数智化对银发经济发展的内在机理与优化路径探析[J]. 全国流通经济, 2025(8): 157-160.
- [6] 林宝. 发展银发经济满足多样化养老需求[J]. 人民论坛, 2024(13): 17-19.