

电商平台老年用户使用障碍与优化路径研究

张小丫

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年7月22日; 录用日期: 2025年8月4日; 发布日期: 2025年9月1日

摘要

本研究旨在剖析电商平台适老化传播策略现状, 分析老年用户使用障碍, 并提出优化路径。通过案例分析法与内容观察法, 选取淘宝、京东、拼多多等头部电商平台, 对其适老版本的传播要素进行解构, 并结合权威数据及用户行为观察, 深入分析老年用户在认知信任、操作技能、核心流程、信息沟通及环境支持等方面的障碍。研究发现, 尽管电商平台在界面简化、交互优化等方面取得进展, 但在认知适配、操作容错、信任构建等方面仍存在不足。基于此, 提出深化认知适配、重构交互逻辑、建立主动触达网络及构建社会化支持协同等优化策略, 以期电商平台提升适老化服务水平、完善相关政策提供参考。

关键词

电商平台, 适老化, 使用障碍, 优化路径

Research on the Barriers and Optimization Path of Elderly Users' Use of E-Commerce Platform

Xiaoya Zhang

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jul. 22nd, 2025; accepted: Aug. 4th, 2025; published: Sep. 1st, 2025

Abstract

The purpose of this study is to analyze the current situation of e-commerce platform adaptive aging communication strategy, analyze the use barriers of elderly users, and put forward the optimization path. By using the method of case analysis and content observation, this paper selects Taobao, jd.com, Pinduoduo and other head e-commerce platforms to deconstruct the communication elements of their age appropriate versions, and combined with authoritative data and user behavior

文章引用: 张小丫. 电商平台老年用户使用障碍与优化路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 38-43.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1492881

observation, in-depth analyzes the obstacles of elderly users in cognitive trust, operational skills, core processes, information communication and environmental support. The study found that although the e-commerce platform has made progress in interface simplification and interaction optimization, it still has shortcomings in cognitive adaptation, operational fault tolerance, trust building and so on. Based on this, this paper puts forward optimization strategies such as deepening cognitive adaptation, reconstructing interactive logic, establishing active touch network and constructing social support collaboration, in order to provide reference for e-commerce platforms to improve aging service level and improve relevant policies.

Keywords

E-Commerce Platform, Suitable for Aging, Barriers to Use, Optimization Path

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

随着中国社会老龄化进程的加速，老年群体的消费潜力逐渐显现，成为推动“银发经济”发展的重要力量。然而，电商平台在适老化改造过程中，尽管推出了“长辈模式”“老年专区”等举措，老年用户在实际使用中仍面临诸多障碍，导致适老化功能的便利性未能有效转化为实际获得感[1]。这不仅影响了老年群体的数字包容性，也制约了电商平台在老年市场的进一步拓展。

本研究聚焦于电商平台适老化传播策略的现状与老年用户使用障碍之间的关联，旨在通过系统分析，提出针对性的优化路径。研究结合淘宝、京东、拼多多等头部电商平台实际情况，对其适老版本的传播策略进行解构，深入剖析老年用户在认知信任、操作技能、核心流程、信息沟通及环境支持等方面的障碍。研究表明，当前电商平台的适老化传播策略在界面简化、交互优化等方面虽有进展，但在认知适配、操作容错、信任构建等方面仍存在不足。基于此，本文提出深化认知适配、重构交互逻辑、建立主动触达网络及构建社会化支持协同等优化策略，以期为电商平台提升适老化服务水平、完善相关政策提供参考，助力老年群体跨越数字鸿沟，推动“银发经济”的健康发展。

2. 电商平台适老化传播策略现状分析

伴随老龄化加速与政策引导，国内主流电商平台积极推行适老化改造。淘宝、京东、拼多多三大头部平台分别推出“长辈模式”“长辈版”“老年专区”等专属版本，核心策略集中于降低操作门槛与适配老年需求，具体实践呈现以下特征：

2.1. 信息内容简化与场景聚焦

平台普遍精简商品描述文本，剔除复杂营销术语，如淘宝隐藏“预售”“满减叠加”等规则，首页突出食品、家居、健康等高频刚需品类。拼多多等平台采用“省心价”“老人专享”等直白标签强化价格感知，京东则通过“自营”“假一赔十”等标识构建基础信任体系。

2.2. 交互设计优化基础体验

视觉层面统一采用超大字体、高对比度配色与简化图标，拼多多以文字按钮替代抽象符号。功能层面探索操作简化，淘宝上线语音搜索功能，用户长按麦克风图标可输入语音指令；京东将下单流程压缩

至三步并增设悬浮客服按钮；拼多多试点商品信息语音播报，点击喇叭图标可朗读标题价格。

2.3. 线上线下渠道初步布局

线上入口以 App 内引导为主。淘宝将长辈模式切换键置于首页右上角，京东在首次启动时弹窗提示。拼多多尝试线下协同，在县镇市场联合社区分发操作手册推广老年专区。抖音商城在适老版内嵌教学短视频，探索操作指引场景化。

2.4. 用户支持体系局部构建

平台宣称提供老年专属客服通道，并内置图文及视频教程。社交辅助功能成为亮点，京东“亲情账号”支持子女远程代付，拼多多“分享给子女”可实现商品微信一键转发。

总体来看当前传播策略在界面清晰化、流程简短化方面取得进展，为部分老年用户提供了基础入口。然而，其在认知适配深度、操作容错性等多维度仍存在优化空间，老年人在平台使用过程中仍存在障碍，需结合老年群体真实使用场景进一步系统性完善。

3. 老年用户使用电商平台的主要障碍分析

3.1. 认知与信任障碍

老年用户面对电商平台时，深层的认知与信任矛盾构成首要使用屏障。依据认知负荷理论，过高的内在与外在认知负荷显著阻碍信息处理效率。理解困难集中体现于信息解码失效，即便在适老界面，专业术语仍未被替代，复杂规则如“满 300 减 40 叠加店铺券”缺乏可视化拆解，可能导致老年用户因无法计算实付价格放弃购买。平台逻辑的隐蔽性进一步加剧困惑——搜索算法推荐冷门商品，如输入“羊毛衫”出现“羊绒护理液”、店铺分类层级混乱等问题，使老年群体陷入“找不到、看不懂”的挫败循环。

信任缺失则源于风险感知的持续累积[2]。对支付安全的担忧最为突出，人脸识别时镜头闪烁易触发“账户被盗”恐慌，拼多多用户访谈中多人提及“不敢绑定银行卡”。商品质量疑虑普遍存在，尤其是服装、生鲜——图片鲜艳的草莓实物萎蔫、宣称“纯棉”的衣物实际含涤纶等案例频现，削弱其对线上描述的信任基础。售后保障的模糊性加深顾虑，京东第三方商家退货需自行寄回且运费不明，淘宝“七天无理由”在适老版未置顶提示。更甚者，弹窗广告伪装成“红包领取”按钮、陌生链接以“客服退款”名义诱导点击，使老年用户或面临较高诈骗风险。

学习焦虑则源自老年用户对自身能力认知的悲观预期及技术接受模型(TAM)中感知易用性不足的影响。多数老年用户将网购视为需复杂心智投入的“新技能”，自我效能感普遍偏低[3]。老年群体常因“学不会”拒绝尝试语音搜索，甚至因一次支付失败而永久放弃功能使用。这种焦虑与平台教程的晦涩性形成负面循环，最终易导致“畏难 - 回避”的行为模式固化，进一步削弱了感知有用性。

3.2. 操作与技能障碍

老年用户的操作与技能短板在电商使用中急剧放大，形成具象化行动壁垒，这与 TAM 强调的感知易用性密切相关。基础操作层面的生理性限制尤为显著。基础操作层面的生理性限制尤为显著，触屏精准度不足导致高频误触——京东支付界面因按钮密集，老年用户常误点“分期付款”引发困惑；文字输入效率低下，方言用户手写识别错误率高，如“红枣”误辨为“红早”，迫使多数人放弃搜索依赖推荐流[4]。应用管理能力薄弱进一步加剧障碍。多数老人需子女协助下载更新软件，版本滞后导致适老功能无法触发；另有多人因自动更新后界面突变(如淘宝图标位置调整)产生强烈挫败感。

界面导航失效则暴露适老设计的深层缺陷。即便在简化模式下，功能寻址仍困难重重：淘宝长辈模式的“退款申请”入口需经“我的订单 - 订单详情 - 售后服务”三级跳转，老年用户易迷失路径；拼多多

将“客服”图标抽象为对话气泡，与电话听筒的常识认知错位，求助意图屡屡受挫。信息流的无序性同样构成挑战——抖音长辈版商品瀑布流缺乏明确分类标签，用户从“大米”滑至“美妆”仅需三次滑动，目标检索被迫中断。更甚者，适老版普遍未解决跨流程断点：京东支付成功后跳转至普通版“订单跟踪页”，复杂物流地图与促销弹窗瞬间瓦解简化体验。

这些障碍的本质是技术适配与老年行为能力的结构性错配[5]。适老改造过度聚焦静态界面简化，却忽视动态操作中的容错机制(如防误触设计)、渐进引导(如分步提示)与跨版本一致性，致使物理性操作困境持续转化为使用排斥。

3.3. 核心流程障碍

电商交易的核心流程对老年用户构成连续性使用壁垒，尤以支付、物流、售后三环节最为突出。支付环节的技术焦虑与操作失效交织，银行卡绑定需输入完整卡号及预留手机验证，字体过小易输错；人脸或指纹认证触发恐慌性排斥——人脸识别时镜头闪烁被误解为“账户盗刷”，指纹支付因手指干裂识别失败率高。更关键的是支付确认信息的认知脱节，拼多多“免密支付”弹窗仅显示“同意协议并支付”，未突出“免密”风险，导致多起误开自动扣费纠纷。

物流跟踪的不可视化加剧交付焦虑。快递状态术语，如“已分拣”“快件滞留”这些术语缺乏白话解读，京东某用户将“已发往下一站”误读为“丢件”并投诉；物流查询操作困难，淘宝需点进订单详情-物流动态，地图导航模式更因区县地名缩写难以识别。配送异常时自救能力几近空白——拼多多老年用户遭遇“快递拒送上门”后，不知如何联系网点，平台未提供一键转人工选项。

售后服务则因流程复杂性与沟通失效导致信任度显著下降。退货申请需自行填写物流单号并拍照举证，适老版未简化步骤，京东仍要求选择“退货原因-上传凭证-填写运单”；问题描述受限于表达能力，曾有用户因无法上传“洗衣机脱水异响”的音频证据被拒赔。电话客服方言沟通障碍频发，文字客服的“亲请提供订单号哦”等网络用语进一步拉大理解鸿沟。

这些障碍暴露出适老改造在核心流程中的结构性缺席——支付安全提示形式化、物流信息未适老转译、售后路径未压缩，致使老年用户在交易关键节点屡屡受挫。

3.4. 信息与沟通障碍

信息过载与筛选失效持续侵蚀老年用户的决策能力。商品页参数堆砌淹没产地、保质期等核心信息，促销陷阱则因规则模糊诱发误判——淘宝“9.9元专区”小字标注“第二件半价”，多名用户下单后方知需购满三件。更甚者，适老版未构建有效的信息过滤机制，抖音长辈版瀑布流中保健品广告频次高，加剧选择焦虑。

沟通不畅在求助场景尤为致命。AI客服的指令容错率几近为零：京东用户语音输入“衣服大了要退”，被误识为“衣服破了要赔”并跳转投诉流程；人工客服的术语依赖与耐心缺失形成二次伤害。电话客服平均等待8分钟以上，方言用户遭遇“请用普通话描述问题”的机械回复后沟通效率显著降低。

3.5. 环境与支持障碍

老年群体的电商使用困境深嵌于社会环境与基础设施的结构性制约中。家庭数字反哺的脆弱性成为首要障碍[6]，实证数据显示，59%的老人银发群体遇到数字生活问题偏向于求助子女¹，拼多多退货工单中高频出现“子女未回复微信”的备注。更甚者，代际沟通存在耐心阈值，复杂操作指导常引发“怎么教都不会”的家庭矛盾，最终演变为“算了别用了”的消极回避。社区支持体系系统性缺位同步加剧断层：

¹数据来源：中移智库《2023年中国银发群体数字生活洞察报告》
https://www.xdyanbao.com/doc/e7apkf2mfg?userid=57555079&bd_vid=10595258298753639044。

仅少数城市社区开设基础电商课程，且内容多止步于账号注册，未覆盖支付、维权等核心痛点；乡镇地区则几乎空白，老年用户陷入“无处可问”的孤立之境。

设备与网络限制构成物理性壁垒。适老功能在低配设备上严重水土不服，京东大字版支付按钮仍因屏幕过小需横向滑动；乡镇网络信号波动导致页面加载失败，抖音商城适老版视频自动播放功能因“流量贵”被集体关闭。

线下消费惯性在此环境下被持续强化。实体店“触摸验货 - 当场退换”的确定性体验，与电商的“图片失真 - 售后周折”形成鲜明对比。生鲜类商品尤为典型，超市草莓可直观挑选，而拼多多同一链接差评率却极高。这种基于风险规避的实体依赖，使多数老人主动拒绝数字消费迁移，即便知晓适老功能存在。

环境支持的本质是适老化改造的“最后一公里”未能有效衔接。当家庭、社区、基础设施与消费文化均未协同进化时，平台单维度的界面优化注定收效甚微。

4. 优化路径：构建系统性适老化传播与服务框架

4.1. 深化认知适配与信任构建机制

针对老年用户面临的信息解码失效、信任焦虑及学习认知障碍，亟需建立动态化、场景化的认知适配体系[7]。在信息设计层面，强制推行术语转译机制，将专业表述转化为自然语言，并通过可视化工具拆解复杂规则，自动生成实付价格高亮提示，避免用户因理解困难放弃购买。同步构建动态信任教育系统，于支付、绑定银行卡等关键节点嵌入短视频风险提示，如模拟诈骗动画来替代静态弹窗；对非标商品(如生鲜、服装)增设“官方验货”标识及老年专属评价标签，像“无农药”“易穿脱”等，结合用户实拍图专区提升信息可信度，缓解商品质量疑虑。针对学习焦虑，开发情境化微教程，在搜索框触发语音引导，说方言也能找商品，破除“新技能”畏惧心理。

4.2. 重构交互逻辑与操作容错体系

为解决操作误触、导航失效及跨流程断点问题，需从动态引导与一致性保障切入重构交互逻辑。核心流程应压缩至极致，支付环节默认隐藏分期选项以避免误触，集成 OCR 识别技术简化银行卡号输入，生物认证时增加实时语音提示；退款、客服等高频功能入口前置至首页，采用具象化图标，比如将电话听筒替代抽象气泡。同时建立智能容错机制，扩展方言语音库，覆盖粤语、闽南语等，与手写别名映射，如兼容“红早”识别为“红枣”，降低方言用户输入错误率；对版本更新导致的界面突变，提供“布局继承”选项维持操作惯性，并在操作中随时触发分步骤动画指引，形成渐进式学习闭环。

4.3. 建立主动化、场景化触达与教育网络

当前被动触达模式导致适老功能知晓率低下，需构建线上线下融合渗透的主动传播网络。线上实施智能触发策略，首次安装时弹窗引导开启长辈模式，基于行为数据自动推荐语音搜索等功能。线下联合社区、传统媒体突破触达盲区，如在地方电视台开设《银发购物指南》栏目演示退货流程，于社区公告栏张贴防诈口诀海报以应对红包诈骗链接风险。教育层面需发展轻量化学习方案，在物流查询页等场景嵌入 30 秒白话微视频来解读“快件滞留”等术语，同步启动社区“银发辅导员”计划，培训志愿者提供上门教学，重点覆盖支付、维权等核心痛点，形成“操作即学习”的场景化渗透[8]。

4.4. 构建社会化支持与基础设施协同

破解环境支持障碍需家庭、社区、平台与政策四维联动。升级家庭反哺机制，开发“屏幕共享”及远程协助功能，子女可实时圈选操作区域，替代仅解决决策的“亲情账号”，根治支付失败等实时操作困

境。社区层面设立“数字驿站”，配备大屏设备及志愿者承接复杂服务，覆盖现有课程未触及的维权需求。基础设施适配需针对性攻坚：为5寸屏用户设计纵向支付页面，消除京东横向滑动问题，发布<10 MB“极速版”安装包适配乡镇低配手机；联合运营商推出“银发专属流量包”，将抖音商城视频浏览成本压缩至日均话费5%以解决10视频消耗500 MB流量的高负担问题，从根源削弱线下消费惯性。

5. 结语

本研究通过对电商平台适老化传播策略现状的系统剖析，结合老年用户使用障碍的深入分析，提出了针对性的优化路径。研究发现，尽管电商平台在界面简化、交互优化等方面取得了一定进展，但在认知适配、操作容错、信任构建等方面仍存在不足，导致老年用户在使用过程中面临诸多障碍。通过深化认知适配与信任构建机制、重构交互逻辑与操作容错体系、建立主动化与场景化触达网络以及构建社会化支持与基础设施协同等优化策略的实施，有望进一步提升电商平台的适老化服务水平，增强老年用户的数字包容性。

然而，电商平台适老化改造是一个系统性工程，需要家庭、社区、平台与政策的多方协同。未来研究可进一步探讨适老化改造在不同地区、不同年龄段老年群体中的差异性，以及如何通过技术创新与政策支持，推动电商平台适老化改造的持续优化，为老年群体创造更加友好、便捷的数字消费环境。本研究为电商平台提升适老化服务水平、政府部门完善相关政策提供了实证参考与决策依据，也为后续研究奠定了基础。

同时，本研究亦存在一定局限。本研究聚焦于电商平台老年用户面临的共性障碍与优化路径，但需明确指出，老年群体内部存在显著的异质性。年龄跨度(如低龄老人与高龄老人)、教育背景、数字素养基础、地域、健康状况等因素均可能导致使用障碍的具体表现与程度存在差异。受限于研究数据与方法，本文未能对这些差异性进行深入探讨。未来研究应着力于细分老年群体，开展更具针对性的调查与分析，以提供更精准的适老化改造建议。

参考文献

- [1] 张楠. “银发经济”背景下电子商务促进消费市场可持续发展的策略研究[J]. 现代商业, 2025(12): 69-72.
- [2] 张肖可. 基于跨境电子商务现状分析的退货政策对消费者购买的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 西安: 西安电子科技大学, 2018.
- [3] 蔡辰, 郭文智, 孙晓宁. 人智交互情境下对话式系统的适老化设计研究进展[J/OL]. 现代情报: 1-25. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/22.1182.G3.20250429.0951.002.html>, 2025-07-12.
- [4] 陈梵. 老龄化背景下智慧社区建设的价值意蕴、现实困境与路径探析[J]. 攀枝花学院学报, 2025, 42(4): 1-9.
- [5] 刘建军. 生态宜居视域下的辽南农村居住环境适老性设计研究[D]: [博士学位论文]. 大连: 大连理工大学, 2019.
- [6] 顾理平. 数字化生存中的“数字反哺”[J]. 视听界, 2020(6): 126.
- [7] 李雅琳. 社区智慧体育设施适老化改造的困境与优化路径[C]//陕西省体育科学学会, 陕西省学生体育协会. 第四届陕西省体育科学论文(摘要)集——群众体育(专题报告). 2025: 139-144.
- [8] 罗学强, 黄丽珍, 沈秋雅. 适老家居行业电子商务应用存在问题及对策研究[J]. 全国流通经济, 2024(24): 40-43.