

数字鸿沟理论视角下电商金融服务适老化的困境及对策研究

朱雅文

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年9月5日; 录用日期: 2025年9月19日; 发布日期: 2025年10月17日

摘 要

随着电商金融服务发展迅速, 老年群体在适应过程中将面临数字鸿沟难题。本文聚焦电商平台内嵌的消费信贷服务如分期购、先买后付, 基于数字鸿沟理论的“接入 - 使用 - 素养”三维分析框架, 结合技术接受模型、用户体验理论等构建理论矩阵, 深入剖析智能设备普及不足、农村网络基础设施薄弱、消费信贷流程与界面设计不适老、老年群体消费信贷知识匮乏及风险认知薄弱等关键问题。通过提出完善基础设施、优化消费信贷服务设计、加强消费信贷知识教育等对策, 旨在促进电商消费信贷服务适老化, 保障老年群体权益, 进而推动社会公平与经济的可持续发展。

关键词

数字鸿沟理论, 电商金融服务, 适老化, 老年群体

Research on Challenges and Countermeasures for Aging-Friendly E-Commerce Financial Services from the Perspective of the Digital Divide Theory

Yawen Zhu

College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: September 5, 2025; accepted: September 19, 2025; published: October 17, 2025

文章引用: 朱雅文. 数字鸿沟理论视角下电商金融服务适老化的困境及对策研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 1332-1337. DOI: 10.12677/eci.2025.14103275

Abstract

With the rapid development of e-commerce financial services, the elderly population will face the challenge of a digital divide during the adaptation process. This paper focuses on embedded consumer credit services within e-commerce platforms, such as instalment purchases and buy-now-pay-later schemes. Employing a three-dimensional analytical framework based on digital divide theory—comprising access, usage, and literacy—and integrating the Technology Acceptance Model and user experience theory to construct a theoretical matrix, it delves into key issues. These include insufficient penetration of smart devices, inadequate rural network infrastructure, consumer credit processes and interface designs unsuited to the elderly, as well as the older generation's lack of knowledge about consumer credit and weak risk awareness. By proposing countermeasures such as improving infrastructure, optimizing consumer credit service design, and strengthening consumer credit literacy education, the study aims to promote the age-friendly adaptation of e-commerce consumer credit services, safeguard the rights of the elderly, and thereby advance social equity and sustainable economic development.

Keywords

Digital Divide Theory, E-Commerce Financial Services, Age-Friendly Design, Elderly Population

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

电商金融服务凭借其便捷性、高效性等优势，迅速渗透到人们的日常生活中。其中，消费信贷服务如分期购、先买后付，因降低即时支付压力，成为电商平台的核心金融业务之一。从服务类型划分，电商金融服务可分为三类：一是支付类服务如平台内嵌的第三方支付工具；二是消费信贷类服务，如分期购、先买后付，因降低即时支付压力，成为电商平台的核心金融业务之一；三是理财类服务，如平台代销的货币基金、短期稳健型理财产品。本文聚焦消费信贷类服务，深入探究老年群体使用该类服务的困境与适老化路径。

然而，老年群体在适应这一数字化服务时却面临重重困难，数字鸿沟成为他们享受电商消费信贷服务的主要障碍。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 56 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2025 年 6 月，我国 60 岁及以上老年网民规模为 1.61 亿，互联网普及率仅为 52.0%，远低于全国平均水平，大量老年群体在电商消费信贷领域的参与度近乎空白，如何跨越数字鸿沟成为推动该类服务适老化的关键[1]。

本文选择数字鸿沟理论作为核心分析框架，并引入辅助理论构建理论矩阵。其中，数字鸿沟理论的“接入 - 使用 - 素养”三维框架可全面覆盖电商消费信贷场景中“硬件不足 - 流程复杂 - 认知薄弱”的复合型困境；技术接受模型能解释老年群体“不愿用”的心理机制，即感知有用性、易用性不足导致的接受度低；用户体验理论可指导适老化设计的“以用户为中心”原则；社会学习理论则为素养提升路径提供支撑，多理论协同使分析更具立体性[2]。

政策层面，2021 年，国务院办公厅印发了《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》，2024 年，中国人民银行发布了《关于进一步做好金融服务适老化工作的指导意见》均明确了电商金融适

老化要求。深入破解这一困境，不仅能够保障老年群体权益，更能激活电商金融市场，为数字化经济与老龄化协同发展提供借鉴意义[3][4]。

2. 电商消费信贷服务适老化发展现状

2.1. 老年群体消费信贷参与现状

随着数字金融的发展，老年群体对电商消费信贷的参与度虽略有提升，但仍处于较低层次。首先，从观念层面来看，他们的消费观念相对传统、保守，秉持量入为出的理念，对“先消费，后付款”的信贷模式接受度较低，更倾向于使用现金或储蓄进行消费，觉得消费信贷可能会带来经济压力和风险。其次，在金融素养方面，很多老年群体缺乏必要的金融知识，难以理解复杂的信贷规则、利息计算方式以及潜在风险，面对各类信贷条款和专业术语，容易感到困惑，这就阻碍了他们尝试电商消费信贷服务。最后，从操作层面来说，老年群体对电子设备和线上操作不够熟悉，在使用电商平台申请消费信贷时，复杂的注册、认证、申请流程常让他们不知所措，一旦操作失误，更会让他们对这类服务望而却步。

2.2. 电商平台消费信贷适老化举措

部分电商平台已针对消费信贷服务推进适老化改造。在功能优化上，通过前置信贷入口、简化操作流程，将分期申请步骤压缩，减少跳转环节，并开发专属“长辈模式”，放大字体与图标，剔除冗余营销弹窗，突出所需核心信息。服务支持方面，开通语音交互功能提升操作便捷性，设置专属客服通道提供一对一电话指导，部分平台还推出“家庭账户”功能，支持子女远程协助老年人完成分期操作。在产品设计上，聚焦老年群体需求推出低风险、短周期的小额信贷产品，并联合线下网点，为老年人提供现场操作协助同时兼顾线上线下服务需求。

3. 数字鸿沟理论视角下电商消费信贷服务适老化的困境

3.1. 接入鸿沟：智能设备与网络基础设施覆盖不足

首先智能设备普及率低。电商金融服务依赖智能手机、平板电脑等智能终端，而许多低收入、农村老年群体仍使用功能机，无法安装电商 APP；即使拥有智能设备，也多为子女淘汰的旧机型，存在系统卡顿、屏幕损坏等问题，难以支撑电商消费信贷服务的流畅运行。其次，在农村地区，网络基础设施薄弱，4G/5G 网络覆盖率低，部分偏远乡村存在信号弱、断网频繁的问题。农村老年群体在使用电商分期购服务时，常因网络中断导致支付失败、贷款申请卡顿，进而放弃使用。因此，接入鸿沟使部分老年群体在“物理层面”就被排除在外，这就成为了适老化工作的首要难题[5]。

3.2. 使用鸿沟：消费信贷服务的适老设计缺陷

使用鸿沟核心是电商消费信贷服务设计未适配老年用户特征，具体表现为：操作流程上，以花呗为例，自动还款不可撤销，退货最长 22 天与最短 11 天免息期存在时间差，易导致老年用户退货后仍被划扣，且三重验证、强制绑卡进一步增加门槛；界面交互上，花呗服务协议为专业格式条款，无通俗解释，淘宝与支付宝信息不通，需手动切换；信息呈现上，风险提示碎片化、表述专业，部分平台还将风险提示与广告混排，用灰色小字标费用，既不符老年视觉需求，也削弱风险严肃性，叠加老年金融素养薄弱，加剧使用障碍[6]。

3.3. 素养鸿沟：消费信贷认知与风险判断短板

老年群体普遍存在金融知识储备匮乏的问题，难以理解电商消费贷中的专业概念。南京财经大学 2025

年《老年人数字金融消费权益保护研究报告》(中国经济网官方发布)显示,36.6%的受访老年人认为他们缺乏数字金融知识储备;大部分老年人由于历史、教育、习惯等原因,对于数字化工具和技术的掌握相对有限,47.75%的老年人明确表示不太愿意学习新应用软件,加剧了“认知匮乏和学习意愿”低的双重素养问题。此外,老年群体的信息获取渠道单一,主要依赖子女告知或电视新闻获取电商金融信息,导致信息滞后且碎片化。同时,对“平台担保支付”“资金保险”等安全机制缺乏了解,难以建立信任[7]。

3.4. “接入 - 使用 - 素养”的动态关系

“接入 - 使用 - 素养”三者构成相互关联、相互影响的动态体系,共同塑造老年群体参与电商消费信贷的数字鸿沟。

接入是前提基础,智能设备与网络覆盖的缺失会直接将老年群体排除在服务场景之外,使“使用”优化与“素养”提升失去载体。例如农村老年群体因设备老旧、网络不稳,连分期购页面都难以加载,后续服务与知识获取更无从谈起。根据 CNNIC 第 56 次报告显示,截至 2025 年 6 月,农村 60 岁及以上老年群体智能设备普及率仅 35.2%,超 60%使用子女淘汰的旧机型;同时,偏远乡村 4G 网络覆盖率不足,老年用户尝试使用分期购服务时容易因各种网络因素而放弃使用[1]。

使用是关键纽带,其体验质量直接影响素养提升动力。流程繁琐、界面不适老会让老年群体因操作困难放弃使用,丧失学习信贷知识的机会;而简洁流程与友好设计能降低使用门槛,促使其在实践中主动了解分期规则,反向推动素养提升。以达达集团旗下京东到家 APP“长辈版”为例,该版本通过工信部适老化改造验收,老年用户点击“我的 - 设置 - 长辈版模式”即可开启,改造聚焦“降低操作门槛”,不仅采用大字体、大图标设计,还屏蔽广告弹窗及干扰信息,仅保留重点商品与服务信息醒目展示;针对老年群体使用习惯,该版本订单数据显示,老年用户每日下单高峰期集中在 9 点至 11 点,夜间订单量占比近三成,且支持“小时级送达”的即时服务。这种从“操作设计到服务适配”的全维度优化,有效消除了老年群体的使用顾虑,可显著降低操作焦虑,激发其主动尝试的意愿,进而在使用中逐步掌握信贷规则,部分填补素养鸿沟。反之,流程繁琐、界面不适老会让老年群体因操作困难放弃使用,丧失学习信贷知识的机会[8]。

素养是核心支撑,决定接入与使用的价值转化。金融知识充足的老年人更愿意主动升级设备、使用网络服务。素养不足者即便具备接入条件,也会因看不懂条款、担忧风险拒绝使用,形成“接入 - 使用”的无效循环。三者协同则构建正向循环,任何环节薄弱均会加剧数字鸿沟。

此外,引入社会学习理论,该理论强调个体通过观察、模仿和互动来学习新知识和技能。在电商消费信贷服务的适老化过程中,老年群体可以通过观察子女或其他年轻用户的使用行为,模仿其操作步骤,并在互动中逐渐掌握相关技能。这一理论为素养提升路径提供了有力支撑,与数字鸿沟理论、技术接受模型和用户体验理论共同构成了理论矩阵,使分析更加立体。

4. 数字鸿沟理论视角下电商消费信贷服务适老化的突破路径

4.1. 消除接入鸿沟:完善基础设施,降低接入门槛

针对接入鸿沟中智能设备不足与农村网络薄弱的问题,需通过“政府补贴+平台联动”降低接入门槛。一方面推动智能设备适老普及,政府可联合电商平台、设备厂商推出“适老智能设备补贴计划”——对农村、低收入老年群体购买手机给予价格补贴;电商平台可推出“旧机折价换购”活动,鼓励老年用户更新设备,同时预装适配的电商金融 APP,如默认开启“长辈模式”。另一方面优化农村网络基础设施,加快农村地区 4G/5G 网络覆盖,推动电信运营商推出“老年专属流量套餐”,降低网络使用成本,针对偏远地区,可通过“卫星网络 + 应急基站”保障网络稳定,保障消费信贷操作过程不中断[9]。

4.2. 弥合使用鸿沟：以用户为中心，优化服务设计

对于使用鸿沟中的流程耦合与界面缺陷，需强化电商平台的设计责任，实现“流程解耦 + 界面适配 + 人工辅助”协同。首先简化操作流程方面，电商平台应将消费贷与交易流程适度“解耦”，在 APP 首页设置“老年信贷专区”，取消非必要的身份重复验证，对老年用户采用“人脸识别 + 子女远程授权”的简化验证方式。此外，在优化界面设计方面，尽量贴合老年人生理特征，遵循“大字体、高对比、少干扰”原则，默认界面字体不小于 16 号，关键按钮使用高对比度颜色；删除界面中无关的营销广告，仅保留必要的风险提示；与此同时，强化人工协助，构建“线上 + 线下”双轨服务，在电商平台应在 APP 内设置“一键呼叫人工”功能，老年用户点击后可直接接入专属客服，提供语音引导服务；线下依托电商合作网点，安排工作人员协助老年用户操作；同时，保留线下金融服务渠道，尊重老年群体的服务偏好[10]。

4.3. 填补素养鸿沟：多维教育赋能，建立信任机制

首先开展“场景化”消费贷的知识教育，各个电商平台联合金融机构、社区居委会，针对老年群体开展“消费贷知识讲堂”，内容聚焦实际使用场景，采用“案例+演示”的形式，通过短视频演示还款操作，避免专业术语堆砌；在 APP 内设置“金融知识小课堂”，每次打开消费信贷功能时，推送简短知识点。其次，建立分层风险提示机制。采用“可视化 + 口语化”方式提示风险，比如在选择分期期数时，弹出“期数越长，总手续费越高”的动画提示；办理业务前设置“人工确认”环节，客服通过电话与老年用户沟通，确认其理解还款规则及风险后再完成操作；在“老年信贷专区”设置“诈骗案例库”，汇总“虚假分期”“冒充客服改期数”等常见骗局及识别方法。与此同时，构建“平台 + 政府”双重信任背书。电商平台需在 APP 内公开消费信贷的监管资质、资金托管机构信息，展示“资金安全保险”凭证；联合政府部门推出“老年电商信贷信任标识”，对符合适老化标准的服务进行认证。

5. 结论与展望

在数字鸿沟理论视角下，电商消费信贷服务适老化面临着接入、使用和素养三重鸿沟的叠加制约。三者形成“接入为基础、使用为纽带、素养为核心”的动态体系。而老年群体作为社会的重要组成部分，在享受电商服务带来的便利时也遭遇了显著障碍，这既关乎其切身利益，也影响着社会公平与经济可持续发展。

当前，尽管部分电商平台已开始推进适老化改造，政府部门也出台了一系列政策支持与引导。但老年群体在消费信贷参与上仍存在“物理排斥”“设计排斥”“认知排斥”的多重障碍。三者的动态耦合关系表明，单一维度的改进难以彻底突破困境，需要政府、电商平台和金融机构携手合作协同发力。

未来随着技术的不断进步和社会对老年群体关注度的提高，电商消费信贷服务适老化有望取得更大进展。通过消除数字鸿沟，老年群体将能更好地融入数字社会，享受数字经济发展的成果。这不仅有助于提升老年群体的生活质量和幸福感，还能挖掘老年群体的消费潜力，为经济增长注入新动力。相信在各方共同努力下，电商金融服务适老化将不断完善，推动社会朝着更加公平、包容和可持续发展的方向发展。

致 谢

本研究围绕电子商务领域相关议题展开，从选题探索到最终成文，离不开多方支持与帮助。在此，我谨向所有给予助力的组织与个人，致以最诚挚的谢意。

感谢所有资助者与支持者。无论是提供行业数据支持的电商平台，还是在研究过程中给予协作的企业与行业从业者，你们的支持让研究得以跳出理论框架，更贴近电子商务的实际发展场景，使研究结论更具现实意义。

特别感谢为研究提供指导与帮助的师长、同仁。指导老师以严谨的治学态度，从研究框架搭建到论证逻辑梳理，全程给予细致点拨；同行伙伴在讨论中分享的见解，帮助我突破思维局限；还有在数据整理、文稿校对中伸出援手的朋友，你们的帮助让研究少走了许多弯路。

最后，向所有提供转载和引用权的资料、文献及研究思想所有者致以敬意。你们的成果为本次研究提供了重要的理论支撑与参考依据，正是站在这些优质研究的基础上，本研究的论证才更具深度与说服力。

未来，我将带着这份感恩，继续关注电子商务领域的发展，力求产出更有价值的研究成果，回馈所有给予支持的组织与个人。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 56 次《中国互联网络发展状况统计报告》[R]. 北京: 中国互联网络信息中心, 2025. <https://cnnic.cn/n4/2025/0721/c326-11327.html>
- [2] 李梅, 陈友华. 关于数字鸿沟问题的若干思考[J]. 人口与社会, 2022, 38(1): 9-17.
- [3] 国务院办公厅印发《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》[J]. 中国社会工作, 2020(35): 6.
- [4] 国家金融监督管理总局发布《关于进一步提升金融服务适老化水平的指导意见》[J]. 黑龙江金融, 2024(11): 5.
- [5] 乔睿. 适老化背景下网络音频对数字鸿沟的弥合机制——基于双向融入视角[J]. 中国出版, 2022(7): 32-36.
- [6] 崔丹丹. 互联网消费信贷法律问题研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 四川省社会科学院, 2016.
- [7] 南京财经大学金融研究团队. 数金保护, 情暖银龄: 老年人数字金融消费者权益保护现状、困境与对策研究——基于五省的调查研究[EB/OL]. http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202503/12/t20250312_39317659.shtml, 2025-03-12.
- [8] 助老年人跨越数字鸿沟: 京东到家 APP 适老化改造通过工信部验收[EB/OL]. http://www.sohu.com/a/518148406_121001828, 2022-01-21.
- [9] 梅兴文, 边鹏. 老年群体金融数字鸿沟的跨越[J]. 中国金融, 2022(10): 23-24.
- [10] 陈心林. 数字鸿沟消解视角下电商平台的适老化改造策略[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 2462-2468.