

农村老年群体参与电子商务的障碍分析与赋能路径研究

高吉祥

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年9月12日; 录用日期: 2025年9月23日; 发布日期: 2025年10月17日

摘 要

随着数字乡村建设的深入推进, 农村电子商务成为乡村振兴的重要引擎。然而, 老年群体在参与电商过程中面临多重障碍。本文基于实地调研数据和典型案例分析, 系统剖析了农村老年群体参与电商的四大障碍: 数字素养不足(智能手机操作困难、防骗意识薄弱)、基础设施与服务滞后(网络覆盖不稳定、物流体系不完善)、产品与市场适配性低(缺乏标准化和品牌化)、政策支持精准度不足(培训体系不完善、资源整合不足)。针对这些障碍, 研究提出四维赋能路径: 构建“数字反哺-精准滴灌”素养提升体系; 完善“县乡村三级联动”服务网络; 建立“社区关系重构+技术赋能+资源整合”产业生态; 创新“政策保障+多元协同”长效机制。研究表明, 通过数字包容性发展策略与社会工作介入, 可有效激活农村老年群体电商参与活力, 为乡村振兴提供持久动力。本文结合实践案例和政策导向, 为促进农村老年群体数字融入提供理论框架和实施路径。

关键词

农村老年群体, 电子商务, 数字鸿沟, 赋能路径, 乡村振兴

Obstacle Analysis and Empowerment Path Research on Rural Elderly Population's Participation in E-Commerce

Jixiang Gao

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

Received: September 12, 2025; accepted: September 23, 2025; published: October 17, 2025

Abstract

With the deepening of digital rural construction, rural e-commerce has become an important engine for rural revitalization. However, the elderly population faces multiple obstacles in participating in the e-commerce process. Based on field research data and typical case analysis, this article systematically analyzes the four major obstacles for rural elderly groups to participate in e-commerce: insufficient digital literacy (difficult smartphone operation, weak anti fraud awareness), lagging infrastructure and services (unstable network coverage, imperfect logistics system), low product and market adaptability (lack of standardization and branding), and insufficient policy support accuracy (incomplete training system, insufficient resource integration). In response to these obstacles, a four-dimensional empowerment path is proposed: constructing a “digital feedback precision drip irrigation” literacy improvement system; improving the service network of “county rural three-level linkage”; establishing an industrial ecosystem of “community relationship reconstruction + technological empowerment + resource integration”; innovating the long-term mechanism of “policy guarantee + diversified collaboration”. Research has shown that through digital inclusive development strategies and social work intervention, the vitality of e-commerce participation among rural elderly groups can be effectively activated, providing lasting impetus for rural revitalization. This article combines practical cases and policy guidance to provide a theoretical framework and implementation path for promoting the digital integration of rural elderly groups.

Keywords

Rural Elderly Population, E-Commerce, Digital Divide, Empowerment Pathways, Rural Revitalization

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

在数字化浪潮席卷全球背景下，数字乡村建设已成为推动乡村振兴、实现农业农村现代化的重要战略举措。作为数字乡村建设的重要组成部分，农村电子商务对于促进农产品流通、增加农民收入、推动农村产业升级具有不可替代的作用。全国农村网络零售额持续增长，农村电商市场规模不断扩大，成为乡村数字经济的“领头羊”。然而，在这一进程中，农村老年群体面临着严峻的数字鸿沟挑战。农民普遍缺乏电商经营所需的专业技能，缺乏对市场的敏锐感知，这让农民难以掌握市场的脉搏。尽管一些农民已经开始尝试利用电商平台销售产品，但由于缺乏必要的市场调研，商品常常无法触及真正需要的消费者。电商运营的复杂性使得许多农民在进入这一领域时，面临着巨大的失败风险[1]。当人口结构越来越“老”和媒体形态越来越“新”碰撞之时，老年群体与新媒介之间的交互关系成为重要的研究对象[2]。随着农村年轻人口大量外流，老年人口成为许多农村地区的主要常住居民和生产主体，如何帮助这一群体跨越数字壁垒，融入电商发展浪潮，成为实现乡村振兴必须解决的现实问题。

2025 年中央网信办等四部门联合印发的《数字乡村发展工作要点》明确提出，要“强化农村特殊人群信息服务保障”，推动数字技术促进农民就业增收，要求到 2025 年底实现全国行政村 5G 通达率超过 90%，农村地区互联网普及率稳步提升。这为农村老年群体参与电商创造了有利的政策环境。然而，理论与现实之间存在显著差距。贵州大学“博士村长”实践队在榕江县乐乡村的调研发现，当地中老年人普

遍存在“不会使用 APP 功能，以及害怕被网络诈骗等问题”。类似现象在全国农村地区广泛存在，严重制约了电子商务惠及更广泛人群。

本研究基于社会工作理论与数字包容性发展框架，结合 Z 县“电商助农”项目案例和全国多地实践，从障碍分析和赋能路径两个维度展开探讨。研究采用混合研究方法，通过参与式观察、问卷调查和深度访谈，收集一手田野数据；同时整合多地案例经验和政策文本进行综合分析，旨在揭示农村老年群体电商参与的结构困境，并提出系统性解决方案，为数字乡村建设提供学术参考和实践指南。

2. 农村老年群体参与电商的障碍分析

2.1. 数字素养不足

农村老年群体参与电商的首要障碍在于普遍存在的数字素养不足。这一障碍主要体现在四个层面：

技术操作能力薄弱：在贵州榕江县乐乡村的调研显示，中老年群体对智能手机基础功能掌握有限，仅 4.5% 的老年人有过网购经历，远低于青年群体的 76.8%。老年人对电商平台界面逻辑理解困难，难以独立完成商品上架、订单处理、在线支付等操作流程[3]。重庆彭水县的调查进一步证实，农村拥有联网智能手机的群体呈现明显年轻化特征，59 岁以上老年人仍以使用非智能手机为主。

数字风险防范意识欠缺：老年人对网络诈骗识别能力普遍较弱。崇明区“蓝马甲”行动调研发现，老年人极易陷入“免费领取血压仪”“神奇功效保健品”等针对老年群体的精准诈骗陷阱。这种风险意识不足导致许多老年人对电子商务产生恐惧心理，“不敢用、不会用”成为普遍现象。

传统消费习惯固化：农村老年群体长期习惯于面对面交易和实体店购买，对线上交易模式信任度低。问卷调查显示，82.2% 的农村网购人群选择网购的主要原因是“商品价格相对便宜”，而非购物便利性。这表明老年人对电子商务的核心价值认知仍停留在价格层面，尚未形成数字化消费习惯。

设备融入阻碍：主观方面，农村老年群体因年龄增长，多种身体感官机能逐渐衰退，听觉、视觉和触觉交互失灵，导致触网困难，使用智能设备障碍重重。同时，部分老年群体受教育程度较低，对新媒体和数字技能理解能力不足，对新事物的接受与学习能力有限，且记忆力下降使其学习成本增加，因此他们学习智能设备的意愿不强。客观方面，经济因素是影响农村老年群体参与数字乡村建设的关键因素，决定了其参与的效果与程度[4]。如表 1 所示：

Table 1. Specific manifestations of digital literacy barriers among the elderly population in rural areas

表 1. 农村老年群体数字素养障碍的具体表现

障碍维度	具体表现	实证支持
技术操作能力	智能手机操作困难，电商流程不熟悉	仅 4.5% 农村老人有网购经历
风险防范意识	网络诈骗识别能力弱，防范意识不足	“蓝马甲”行动揭示针对老人的精准诈骗陷阱
消费观念	依赖实体交易，线上信任度低	82.2% 因“价格便宜”网购，而非便利性
学习适应能力	新技能学得速度慢，遗忘率高	浮山村手机课堂需反复模拟场景强化记忆

2.2. 基础设施与服务体系滞后

农村地区的基础设施和服务体系不足构成了老年群体参与电商的第二重障碍：

网络覆盖质量参差不齐：虽然全国行政村 5G 通达率已超过 90%，但实际网络服务质量仍不理想。一项涵盖 6 个乡镇 18 个自然村的调研显示，农村宽带平均覆盖率达 71.9%，但 85% 的受访者认为宽带费用偏高，且网络稳定性普遍较差。这种“有覆盖、低质量”的网络环境难以满足电商活动对网络稳定性

的基本要求,尤其影响直播带货等高流量应用场景。

物流“最后一公里”梗阻:村级物流服务点覆盖率低,18个自然村中仅有27.8%设有快递物流服务点。即使如重庆长寿村电商中心提供送货上门服务,其覆盖范围和服务能力仍有限。农村物流体系不完善导致农产品上行成本高、效率低,尤其对行动不便的老年生产者构成重大障碍。

适老化数字服务缺失:现有电商平台和APP普遍缺乏适老化设计,界面复杂、字体小、操作流程繁琐,未考虑老年用户的认知特点和身体限制。贵州大学实践队在榕江县发现,当地“乐在乡”农场小程序界面设计未考虑老年人操作习惯,导致使用困难[3]。虽然部分地区开始探索“乡级共享直播间”,但专业适老服务体系的整体缺位仍是普遍现象。

2.3. 产品与市场适配性低

农村老年群体参与电商的第三重障碍在于其产品与市场需求的适配性不足:

产品标准化程度低:农村老年生产者主导的农产品普遍存在规格不统一、质量不稳定、包装简陋等问题。调研显示,65.4%的消费者反映网购的农村服饰鞋袜类商品存在做工粗糙、色差大、规格不标准等质量问题。由于缺乏标准化生产和品控能力,老年经营者的产品难以满足电商平台对商品一致性的基本要求,导致客户投诉和退货率高。

品牌化运营能力欠缺:当前,农村电子商务在乡村振兴的推动下取得了显著进展,但农产品品牌建设却相对滞后。品牌建设滞后主要体现在品牌意识薄弱、品牌定位模糊、品牌宣传不足等方面[5]。农村电商产品同质化严重,缺乏特色和品牌溢价能力。调研地区农村电商经营产品主要集中在传统商品(如服装鞋帽、日用品)、农业初级农产品、农产品加工品和特色手工艺品四类,高附加值的农产品深加工产业基本缺失。老年生产者受限于经验和视野,难以进行有效的品牌定位和市场推广。

供需匹配效率低下:农村老年群体对市场需求变化反应滞后,生产决策多依赖传统经验而非市场数据。Z县案例研究表明,41.2%的农村电商经营者表示“对市场销路无法把控”。这种供需脱节导致产品开发与市场需求错位,难以形成可持续的电商业务模式。

2.4. 政策与机制障碍

农村老年群体参与电商还面临政策与机制层面的系统性障碍:

培训体系针对性不足:现有电商培训多面向青年群体,缺乏针对老年人的分层教学设计。延庆区探索的“精准滴灌”模式虽取得一定成效,但全国范围内针对老年群体的标准化培训课程和教学工具仍显不足。培训内容往往侧重理论传授,缺乏如浮山村手机课堂中的场景模拟实践,导致学习效果难以巩固。

资源整合机制缺位:农村电商发展涉及商务、农业、民政、网信等多个部门,但跨部门协同不足,政策碎片化问题突出。南岸区虽推动县域商业建设行动,但“邮政、供销、快递、商贸”资源整合仍处于初级阶段,未能形成服务老年群体的合力。

长效激励机制不完善:农村老年群体电商创业面临启动资金短缺、风险承受能力弱等实际困难,但现有政策对老年创业者的专项金融支持和风险保障不足。贵州Z县提出的“数字包容性保障机制”仍处于概念阶段,缺乏具体实施路径和资金支持。

3. 农村老年群体参与电商的赋能路径

3.1. 构建数字素养提升体系

针对农村老年群体数字素养不足的问题,需构建多层次、场景化的数字素养提升体系:

推行“数字反哺”社区教育:借鉴浮山村“智慧助老”模式,由村党组织牵头,整合新时代文明实践

站、居家养老服务中心等资源,开展常态化手机培训课堂。培训内容应聚焦实用功能,如微信视频通话、天气预报查询、手机支付等高频应用场景,通过“模拟超市购物支付”“预约医生”等生活化场景设计增强学习效果。同时,动员农村青少年、返乡大学生组建志愿服务队,建立“1+N”结对帮扶机制(1名志愿者服务多名老人),形成代际支持网络。

实施“精准滴灌”分层教学:借鉴延庆区“培育电商领头雁”经验,根据老年人数字基础和学习能力差异,设计阶梯式培训课程体系。对零基础学员,重点教授智能手机基本操作;对有一定基础的学员,开设短视频拍摄、直播带货等进阶课程。针对老年人认知特点,开发“三步教学法”(手把手示范、情景模拟、独立操作),强化技能转化。大庄科乡52岁村民田秀英在培训后成功开设直播账号,销售本村精油产品,证明适老化教学设计的有效性。

强化防诈能力建设:融入“蓝马甲”行动经验,通过案例教学和情景演练提升老年人网络风险防范能力。编制图文并茂的《农村电商防诈骗指南》,结合“免费领礼品”“保健品特效”等典型诈骗套路进行针对性教育。邀请公安干警、金融机构专业人员开展反诈讲座,组织“反诈友谊棋牌赛”“谣言大迷宫”等互动游戏,在寓教于乐中增强风险意识。如表2所示:

Table 2. The ‘Three-Dimensional Training System’ for improving digital literacy
表 2. 数字素养提升的“三维培训体系”

培训层次	目标群体	课程内容	教学方法
基础普及层	零基础老年群体	智能手机操作、微信使用、防诈知识	手把手教学、场景模拟、志愿者结对
技能提升层	有电商参与意愿的老年人	商品拍摄、短视频制作、网店管理	案例教学、实操训练、小组互助
骨干培育层	学习能力较强的老年带头人	直播技巧、粉丝运营、数据分析	乡级共享直播间实践、导师指导

3.2. 优化电商服务支撑网络

为克服基础设施与服务滞后问题,需系统性优化电商服务支撑网络:

完善县乡村三级物流体系:农村电商基础设施的完善还包括电商服务站点的建设。这些站点不仅提供产品展示、咨询、下单等服务,还是电商平台与农民之间的桥梁。通过加强服务站点的建设和管理,能够更好地满足农民的电商需求,推动农村电商的深入发展[6]。落实县域商业建设行动方案,建设改造县级物流配送中心和乡镇快递物流站点,完善仓储、分拣、包装、装卸、运输、配送等设施。整合邮政、供销、快递、商贸等资源,发展“多点合一、资源共享”的共同配送模式。针对老年群体特殊需求,推广长寿村“送货上门”服务,解决行动不便老人的物流难题。同时,设立村级物流服务补贴,对老年经营者的农产品上行给予运费优惠,降低物流成本。

开发适老化数字平台:基于榕江县优化“乐在乡”农场小程序的经验,推动电商平台适老化改造。界面设计采用大字体、高对比度、简化操作流程,增加语音导航和视频客服功能。开发“亲情账号”系统,允许子女远程协助父母管理网店。推广“方言语音识别”技术,解决普通话不流利老人的操作障碍。同时,建立村级电商服务站,配备专职“数字管家”,为老年人提供代运营、代播、代发等一站式服务。

建设共享型服务设施:在乡镇层面建设集“直播带货、产品展示、培训孵化”于一体的共享服务中心。延庆区刘斌堡乡小观头村“乡级共享直播间”模式值得推广,该模式通过专业设备共享降低老年人

创业门槛。同时，在村级活动中心设置“电商服务角”，配置电脑、摄影棚、产品包装设备等基础工具，方便老年生产者就近使用。

3.3. 构建产业生态赋能系统

提升产品与市场适配性需要构建多方协同的产业生态赋能系统：

推动产品标准化与品牌化：借鉴长寿村电商中心经验，由村集体主导建立农产品统一分拣、预冷、初加工中心，解决老年生产者加工能力不足问题。实施“一村一品一码”计划，为特色农产品赋予追溯二维码，增强品质可信度。针对老年人经营的手工艺品和特色农产品，聘请专业设计师进行包装升级，开发“银龄匠心”区域公共品牌，提升产品溢价能力。

建立“社区支持农业(CSA)+ 电商”模式：以社区关系重构为纽带，发展订单式农业。由合作社统一对接城市社区，老年生产者按订单生产，降低市场风险。农村电商还应与新媒体平台合作，利用其精准推送功能，精准引导潜在消费者。在此过程中，农村电商要不断优化与消费者的互动方式，提升品牌与消费者之间的黏性[7]。引入区块链技术建立产品溯源系统，消费者通过扫码了解生产者信息和种植过程，增强信任感和情感连接。贵州大学实践队为乐乡村“村超”足球队设计 LOGO，借助体育赛事流量带动电商销售，是社区资源与电商融合的创新尝试。

创新“AI+ 社工”双轨服务：探索人工智能技术与社会工作专业协同的服务模式。开发低门槛的 AI 工具，如“一键生成商品文案”“自动优化商品图片”等功能，弥补老年人在营销技能上的不足。同时，引入社会工作专业力量，开展“电商互助小组”“老年创业导师”等项目，提供心理支持、资源链接和能力建设服务，增强老年人创业韧性和适应性。

3.4. 创新政策与长效机制

破解系统性障碍需要政策创新和长效机制保障：

健全数字包容性保障机制：将老年群体电商参与纳入数字乡村建设重点任务，设立专项扶持资金老年群体、政府、企业、社会组织和人际关系在数字包容过程中的目标导向与利益诉求存在相对偏差。政府出于国家战略部署和政策制定逻辑，作为规划者与组织者将目标置于普惠性、基础性、兜底性的服务能力建设中，其利益诉求着重考虑政策制定的适切和政策执行的完备[8]。地方政府制定《农村老年群体电商赋能行动计划》，明确部门责任分工。推行“以赛代补”政策，举办老年电商创业大赛，对优秀项目给予启动资金支持。同时，建立“银龄电商保险”，为老年创业者提供经营风险保障，解决后顾之忧[9]。

构建多元协同治理网络：建立“政府主导 - 企业参与 - 社会组织协同”的多元治理架构。政府负责政策制定和基础设施投入；电商平台提供流量支持和适老化改造；高校及研究机构开展技能培训和模式创新，如贵州大学“博士村长”实践队深入乡村开展服务；公益组织则专注能力建设和社区营造。建立定期会商机制，协调解决跨部门问题。

培育本土化服务队伍：实施“乡村数字专员”计划，每村选拔 1~2 名懂技术、善沟通的青年担任专员，负责日常技术支持和设备维护。同时，发掘“银发意见领袖”，培养如延庆田秀英式的老年电商带头人，通过“身边人带动身边人”增强示范效应。在农村地区，老年群体子女长期外出务工，与老年人交往最密切的是同村朋辈群体，这是老年人在家庭支持资源外最易获取的支持。当农村老年群体数字使用遇阻碍且不便向子女求助时，可向同村掌握更多数字技能的老年人求助[10]。

乡村政府还应加强与外部高校、科研机构的合作，邀请电商领域的专家学者、企业家等担任顾问或讲师，为农村电商从业者提供指导和帮助。同时，积极推动科研成果的转化和应用，让先进的电商技术和理念在农村地区落地生根，提升农村电商的整体水平[5]。

4. 结论与展望

本研究系统分析了农村老年群体参与电子商务面临的多维障碍,并提出针对性赋能路径。研究表明,农村老年群体电商参与困境是数字素养缺失、基础设施滞后、产业支撑薄弱、政策机制不完善等多重因素叠加的结果。破解这一难题需要构建“素养提升-服务支撑-产业赋能-政策保障”四维一体的赋能体系,其核心在于推动技术应用与社会治理的深度融合,实现效率与公平的有机统一。

数字乡村建设为农村老年群体电商参与提供了历史性机遇。《2025年数字乡村发展工作要点》明确提出“强化农村特殊人群信息服务保障”,这为相关政策制定提供了顶层指引。实践证明,贵州大学“博士村长”团队在榕江县乐乡村的中老年人电商赋能实践、重庆长寿村的电商中心建设、延庆区的“精准滴灌”培训等创新探索已取得初步成效,这些案例为系统性解决方案提供了宝贵的地方经验。

未来农村老年群体电商赋能应重点关注三个方向:一是强化技术适配性,推动AI、区块链等技术与适老化场景的深度融合,降低技术使用门槛;二是深化社会工作机制应用,发挥其在社区关系重构、资源整合和能力建设中的专业优势;三是探索“数字惠老”长效政策,将老年群体纳入数字乡村建设的受益主体和参与主体,避免数字鸿沟进一步扩大。

农村老年群体不是数字时代的旁观者,而是乡村振兴的重要参与者和传统文化承载者。通过构建包容性数字生态,创新赋能路径,充分释放这一群体的生产潜力和文化价值,将为乡村全面振兴注入持久动力,实现“老有所为、老有所乐”的和谐图景。这不仅是一项经济工程,更是一项关乎社会公平与代际和谐的社会工程,对推动城乡融合发展和共同富裕具有深远意义。

参考文献

- [1] 肖晓. 农村电子商务助力“数商兴农”对策研究[J]. 当代农机, 2025(8): 30-31.
- [2] 周裕琼. 当老龄化社会遭遇新媒体挑战数字代沟与反哺之学术思考[J]. 新闻与写作, 2015(12): 53-56.
- [3] 天眼新闻客户端. 贵大“博士村长”帮助榕江乡村中老年人探索电商就业[EB/OL]. <https://news.gzu.edu.cn/2024/0904/c11068a234182/page.htm>, 2024-09-04.
- [4] 方超, 许春慧. 农村老年群体数字乡村建设融入路径优化——以皖南H村为例[J]. 广西职业技术学院学报, 2025, 18(2): 76-82.
- [5] 陈香. 乡村振兴背景下农村电子商务的发展困境与出路[J]. 农村实用技术, 2025(6): 9-10.
- [6] 李金多. 乡村振兴背景下农村电子商务发展创新研究[J]. 中国管理信息化, 2024, 27(7): 116-119.
- [7] 杨亚姣. 农村电子商务助力乡村振兴发展对策研究[J]. 当代农机, 2025(8): 44-45.
- [8] 匡亚林, 吴佳馨. 数字共生: 农村老年群体数字包容生态体系构建[J]. 江苏社会科学, 2025(2): 132-141.
- [9] 重庆市邮政管理局. 南岸区印发县域商业建设行动指南[EB/OL]. https://www.cqna.gov.cn/zwx_254/gsgg/202505/t20250506_14584774.html, 2025-05-06.
- [10] 刘述. 积极老龄化视角下我国香港老年人数字融入路径研究[J]. 中国远程教育, 2021(3): 67-75.