

电商经济视角下我国老年人电商消费诈骗防范体系的优化研究

薛 婷

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年10月14日; 录用日期: 2025年10月28日; 发布日期: 2025年11月27日

摘 要

随着电商经济的深入发展, 老年群体网络使用时长与电商消费占比持续提升, 逐渐成为电商市场的重要组成部分。然而, 依托电商运营逻辑与技术工具的诈骗行为也随之激增, 如直播情感诱导诈骗、AI虚拟形象涉财诈骗、私域健康靶向诈骗及小额隐形扣款诈骗等, 给老年人财产安全造成严重威胁, 也破坏了电商市场秩序。本文基于电商经济场景, 系统梳理了当前老年人电商消费诈骗的四类典型现状, 深入剖析了防范体系在电商专项法规、全链路监管、场景化宣传、技术防护与适老化改造等方面存在的适配性不足问题。在此基础上, 从完善电商跨场景法规协同、构建全链路监管与数据共享机制、推进电商场景化宣传教育、优化技术防护与安全适老化改造四个维度, 提出针对性优化策略, 以期为健全老年人电商消费诈骗防范体系提供实践参考, 助力老年人安全融入数字消费生态, 推动老年电商消费市场与银发经济健康可持续发展。

关键词

电商经济, 老年人, 电商消费诈骗

Optimization Research on the Prevention System of E-Commerce Consumption Fraud against the Elderly in China from the Perspective of E-Commerce Economy

Ting Xue

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: October 14, 2025; accepted: October 28, 2025; published: November 27, 2025

Abstract

With the in-depth development of the e-commerce economy, the elderly group's online usage duration and proportion of e-commerce consumption have been continuously increasing, and they have gradually become an important part of the e-commerce market. However, fraud behaviors relying on e-commerce operation logic and technical tools have also surged accordingly, such as live-streaming emotional inducement fraud, AI virtual image-related financial fraud, private domain health-targeted fraud, and small-amount invisible deduction fraud. These frauds pose a serious threat to the property security of the elderly and also disrupt the order of the e-commerce market. Based on e-commerce economic scenarios, this paper systematically sorts out four typical current situations of e-commerce consumption fraud against the elderly, and deeply analyzes the insufficient adaptability of the prevention system in aspects such as e-commerce-specific laws and regulations, full-link supervision, scenario-based publicity and education, technical protection, and elderly-friendly transformation. On this basis, targeted optimization strategies are proposed from four dimensions: improving the coordination of cross-scenario laws and regulations in e-commerce, constructing a full-link supervision and data sharing mechanism, promoting scenario-based e-commerce publicity and education, and optimizing technical protection and safe elderly-friendly transformation. The purpose is to provide practical references for improving the prevention system of e-commerce consumption fraud against the elderly, help the elderly integrate into the digital consumption ecosystem safely, and promote the healthy and sustainable development of the elderly e-commerce consumption market and the silver economy.

Keywords

E-Commerce Economy, The Elderly, E-Commerce Consumption Fraud

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

1.1. 研究背景

随着数字技术深度融入日常生活与人口老龄化进程的加速,我国老年群体正从数字边缘走向电商消费舞台中央。第七次全国人口普查数据显示,我国 60 岁及以上人口占比达 18.70%,而《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2024 年 6 月,我国 60 岁及以上老年网民规模已达 1.89 亿人,互联网普及率提升至 58.8% [1]。电商平台凭借便捷性与商品多样性,成为老年人满足购物需求、丰富精神生活的重要载体,但数字红利背后的风险隐患也日益凸显,老年人因认知特征、技术能力与社会支持体系的薄弱性,已成为电商诈骗的主要受害群体。

当前,老年电商诈骗已从传统的虚假宣传向场景化、精准化、技术化升级,直播间情感绑架营销、私域预付费跑路、AI 虚拟形象虚假荐药等新型诈骗手段层出不穷,形成“引流 - 转化 - 收款 - 售后跑路”的全链条作案模式。此类诈骗不仅造成老年人财产损失,更对其身心健康与家庭关系造成冲击,甚至引发社会信任危机,成为制约银发经济健康发展的突出障碍。尽管学界与实务界已关注该问题,但现有防范体系仍存在法律滞后、监管碎片化、教育脱节等问题,难以应对电商场景的复杂风险。在此背景下,系统剖析老年人电商消费诈骗的形成机理,构建兼具针对性与人文关怀的防范体系,既是保障老年群体

数字权益的现实需求，也是落实积极应对人口老龄化国家战略的必然要求。

1.2. 文献综述

1.2.1. 研究进展

现有研究围绕老年人电商消费风险与防范展开了多维度探索，形成了较为丰富的理论积累，主要聚焦于三大核心方向：

在风险成因的多维解析方面，学者们从个体、技术与社会三重维度构建了分析框架。个体层面，研究普遍认为老年人的认知老化与情感需求是核心诱因。认知功能衰退导致信息处理能力下降，难以识别复杂诈骗逻辑，而退休后社交圈缩小形成的情感空缺，使其易被诈骗分子的情感话术俘获。李秋华等(2023)通过实证研究发现，老年人的认知灵活性、数字技能水平与诈骗识别能力呈显著正相关，而孤独感则会降低其风险警惕性[2]。技术层面，“数字鸿沟”理论被广泛应用，赵晓晴等(2023)研究指出电商平台操作复杂度与适老化改造不足加剧了老年人的技术弱势，部分平台的界面设计未考虑老年人的生理特征，导致其易在支付、维权等环节陷入陷阱[3]。社会层面，张艳等(2024)提出“风险暴露结构”概念，认为监管缺位、平台责任弱化与家庭反哺不足共同构成了老年人的风险暴露环境，使其在数字场景中缺乏有效防护[4]。

在诈骗特征的演化研究方面，近期成果聚焦于电商场景的特殊性与技术迭代的影响。针对场景特征，研究发现私域社群与直播间已成为老年诈骗的高发领域，前者凭借封闭性与信任圈层效应降低老年人警惕性，后者通过实时互动、限时秒杀制造紧迫感，压缩其理性判断时间。针对技术升级，学者们关注到AI技术的滥用风险，虚拟专家人设、合成语音等手段突破了传统诈骗的信任壁垒，使诈骗更具迷惑性。陈立等(2023)的研究显示，采用AI技术的老年电商诈骗案件侦破难度提升40%，且涉案金额较传统诈骗平均高出1.8倍[5]。

在防范对策的多元探索方面，现有研究形成了“政府-平台-社会”的三维框架。政府层面，主张完善法律法规与跨部门监管机制，明确新型电商诈骗的法律定性与处罚标准。平台层面，建议强化适老化改造与风险监测，如优化界面设计、建立异常交易预警系统。社会层面，家庭“数字反哺”与社区教育被视为关键路径，认为子女的技术指导与社区的实操培训能有效提升老年人防骗能力。

1.2.2. 研究不足

尽管现有研究奠定了理论基础，但结合电商场景的复杂性与新型诈骗的演化特征，仍存在明显局限：

第一，理论视角的整合性不足。现有研究多孤立运用单一学科理论，未能构建跨学科的系统分析框架。社会心理学研究侧重个体心理特征，却忽视算法推送对风险的放大效应；管理学研究聚焦监管与平台责任，却缺乏对诈骗传播机制的深入解读。对于“平台算法如何匹配老年人偏好与诈骗内容”“情感诱导与技术伪装如何协同作用”等核心问题，尚未形成多理论融合的解释体系，导致对风险生成逻辑的认知不够全面。

第二，研究场景的适配性欠缺。多数研究仍停留在“老年人+网络诈骗”的泛化分析，未能聚焦电商细分场景的独特性。现有成果对私域社群的信任圈层构建机制、直播间的沉浸式传播策略等缺乏深入剖析，更未关注线下引流与线上诈骗的跨场景联动特征。这种场景模糊性导致研究结论难以精准指导实践，无法为不同电商场景的风险防控提供针对性方案。

第三，防范体系的系统性与人文性不足。现有对策多为分散的点状建议，缺乏对“法律-监管-技术-社会支持”全链条的系统整合。在技术伦理层面，对平台“算法向善”的落实路径探讨不足，未明确算法在风险预警、内容审核中的具体责任边界；在社会支持层面，虽提及家庭与社区的作用，但对情感支持与技术反哺的协同机制研究薄弱，忽视了老年人情境化学习需求与情感诉求，导致部分防骗措施陷

入学用脱节困境。

1.3. 研究框架与学术贡献

理论框架

本文基于“风险生成机理－系统防范响应－人文保障赋能”的逻辑，构建跨学科整合性理论框架，实现对研究对象的系统性解析：以认知老化理论与社会情绪选择理论为支撑，解析老年人认知灵活性下降、情感需求主导等心理特征，揭示其在电商场景中对于虚假信息甄别短板与对情感话术的易感机制，夯实风险生成的个体心理基础。依托传播学理论，聚焦私域社群“圈层化叙事”与直播间“沉浸式传播”的运作逻辑，剖析诈骗信息如何突破老年人心理防线，揭示风险在电商场景中的精准扩散路径。基于技术伦理理论，审视电商平台算法的价值取向，探讨“算法向善”在内容推送、风险预警、适老化改造中的实现路径，明确技术工具的责任边界与伦理要求。以协同治理理论为核心，整合政府监管、平台责任、家庭反哺、社区支持等多元主体，构建“法律规制－技术防护－教育赋能－情感支撑”的全链条防范体系，明确各主体职责与协同机制。通过多理论的有机融合，形成“个体－技术－场景－社会”联动的分析框架，对老年人电商诈骗问题的深度解构。

2. 我国老年人电商消费诈骗现状：基于电商经济场景的分析

2.1. 直播电商场景：情感与话术诱导下的虚假宣传诈骗

直播电商凭借“实时互动、直观展示”的特点，成为老年人电商消费的核心场景之一，但也因“人设化营销”“即时下单”的特性，成为诈骗高发领域。此类诈骗围绕电商直播的“流量获取－信任构建－即时转化链路展开，有剧情式情感收割，此类模式主播以家庭伦理剧为脚本，演绎“原配反击出轨老板”“寻亲子女带货筹款”等故事，通过“叔叔阿姨”的亲昵称呼拉近与老年消费者的距离，再以“支持好人”“对抗坏人”等话术绑定情感价值，诱导老年人为非必需商品买单，部分老人单次消费达数万元。为规避平台监管，诈骗账号通常通过数百个备用账号与微信群构建“流量闭环”，主账号被封后可迅速将老年用户转移至新账号，持续开展诈骗活动。还有“专家”人设虚假科普，这类不法分子利用直播电商的“内容种草”逻辑，伪装成“国医大师”“养生专家”，先以免费养生课、手指操教学等内容积累粉丝信任，9天左右完成人设铺垫后，转而推销高价产品。更有甚者借助AI技术生成逼真“专家”形象，讲授虚假养生理论，将普通食品包装为“包治百病的神药”，精准击中老年人对健康知识的需求缺口。以及低价噱头暗藏陷阱，主播利用电商平台的“低价引流”策略，以“999足金项链2000元”“限量秒杀”等噱头吸引点击，实际商品与宣传严重不符，所谓足金项链仅1克多吊坠为金，链条实为银质；宣称“迅速黑发”的保健品实为无生产日期、无质量合格证的“三无”产品。且此类商品多采用“售完即下架”的模式，导致老年消费者维权时难以留存订单、宣传截图等关键证据，契合电商消费“即时性”与“证据易失性”的矛盾点。

2.2. 电商技术创新衍生的AI新型诈骗

随着AI技术与电商经济的深度融合，诈骗分子借助技术工具突破传统诈骗模式，针对老年人对电商新技术的陌生感设局，形成隐蔽性极强的诈骗形式，在虚拟形象伪装的电商涉财诈骗中，诈骗分子利用AI生成“银行理财经理”“明星主播”等可信形象，在电商直播或短视频平台讲授“养老理财秘籍”，宣称“AI智能选股稳赚不赔”，诱导老年人下载虚假理财APP并通过电商平台“订单垫付”“充值购买”等方式投入资金。由于虚拟形象高度逼真，且话术贴合电商平台的“理财科普”内容风格，老年人难以辨别其虚假身份；部分诈骗还以“AI量化投资教学”“智能养生规划”等新潮概念为诱饵，将免费的行

情查看工具包装成“AI 理财系统”，向老年人收取数千元费用，实际服务与电商平台的免费资源无本质差异。而在信息合成的精准电商转账诈骗中，依托电商平台的“即时支付”功能，诈骗分子利用 AI 技术合成老年人子女的语音或图像，以“突发疾病需手术”“遭遇车祸要赔偿”等紧急事由，引导老年人通过电商平台“订单垫付”或直接转账至指定账户。此类诈骗利用电商支付的便捷性与亲情焦虑，缩短老年人的思考时间，且资金多通过电商消费链路流转，增加了事后追溯的难度。

2.3. 电商私域流量运营下的“健康焦虑”靶向诈骗

电商私域凭借“高粘性、强信任”的运营特点，成为诈骗分子针对老年人“健康焦虑”实施精准诈骗的主要载体，且均与电商私域的“引流-转化-复购”逻辑深度绑定。主要有保健品与医疗器械骗局，不法分子通过电商平台的“线下引流”功能，以“免费送鸡蛋”“社区义诊”等线下活动获取老年人联系方式，将其导入私域直播间或微信社群[1]。随后利用私域的“一对一沟通”“专属服务”特性，通过“伪科学养生课”“专家一对一咨询”夸大产品功效，将普通保健品宣传为能治疗癌症、糖尿病的“神药”，将劣质器械包装为“进口康复设备”，售价远超成本数十倍，同时借助私域的“封闭性”避免信息外露，降低老年人被提醒的概率。以及养生周边虚假营销，围绕老年人日常养生需求，在电商私域推出“养生牙膏”“保健洗发水”等概念产品，虽无任何权威功效认证，却通过主播“亲身试用”“用户证言”等虚假宣传内容，结合私域的“熟人社交”氛围，吸引老年人批量购买。还有“健康服务”预付费陷阱，利用电商私域的“会员制”运营模式，以“终身养生指导”“慢性病管理服务”等名义，诱导老年人办理高额预付费会员卡，承诺提供定期体检、专属理疗等服务。但实际仅提供几次基础服务后，便以“门店倒闭”“系统升级”为由失联，卷走预付款，其利用电商预付费的“先付款后服务”特性，且私域交易记录难以被公共监管平台抓取，导致资金追回率极低。

2.4. 电商低价引流策略下的小额隐形诈骗

此类诈骗依托电商平台的“低价获客”“高频交易”逻辑，以“免费福利”降低老年人警惕性，通过小额扣款或捆绑消费获利，因其单次金额小、交易频次高，往往不易被及时发现。主要包括“免费领”诱导扣款，在短视频电商或电商 APP 内发布“走路赚钱”“看视频领红包”“免费领小家电”等宣传，引导老年人点击链接填写个人信息，实则暗中开通免密支付功能，每月自动扣除几十至数百元的“会员费”“服务费”，直至老年人账户余额不足或子女查账时才被察觉[3]。此外，还有红包噱头捆绑消费，直播间管理员通过发放小额红包、赠送兑换券等方式，吸引老年人全程观看直播，再以“领券必须下单”“红包抵扣仅限高价商品”等规则，强制老年人购买不需要的商品，且红包规则复杂，老年人难以快速辨别其中陷阱。最后，还有低价商品引流高价转化，以“9.9 元包邮”的低价商品吸引老年人下单，收货后以“好评返现”为由引导其添加微信，再通过朋友圈、私域社群持续推送高价虚假产品，利用前期电商交易建立的信任实现二次诈骗，这种诈骗借助电商平台的“评价体系”与私域的“信任沉淀”，形成“低价引流-信任积累-高价收割”的完整链路。

3. 电商经济视角下老年人电商消费诈骗防范体系存在的问题

3.1. 电商领域专项法规缺失与跨场景条款衔接不足

一方面，针对电商新型诈骗的专项法规滞后。现有法律体系中，《消费者权益保护法》《电子商务法》的通用规则难以覆盖老年人电商消费的特殊场景，如直播间情感绑架营销、私域预付费跑路、AI 虚拟形象诈骗等，未明确此类行为的法律性质、责任划分标准(如电商平台对私域直播间的审核责任、AI 技术提供方的连带责任)[2]。这导致在处理老年人电商诈骗案件时，执法部门面临“定性难、处罚难”的困

境,无法形成针对性约束。例如,对私域直播间“专家”虚假荐药的行为,因未明确电商平台的监管义务,仅能封禁账号却无法追责平台,难以从源头遏制诈骗。从实际数据来看,2023 年全国消协组织受理的直播购物投诉中,55 岁以上老年人占比超过 35%,其中私域直播投诉量同比增长近 200%,如此激增的投诉量与法规滞后形成鲜明对比,凸显了专项立法的紧迫性[6]。

另一方面,电商跨场景条款衔接存在缝隙。老年人电商消费涉及、“平台运营-支付结算-广告宣传-物流售后”全链路,需金融、市场监管、网信等多领域法规协同,但现有条款缺乏协调:金融领域关于“老年人金融消费保护”的规定与电商领域“平台责任的条款未联动,导致对“AI 虚拟理财”等涉财诈骗的打击中,金融部门与市场监管部门出现职责交叉或空白[4];同时,部分地方性电商监管条例与国家层面规则不一致,如对“直播虚假宣传”的处罚标准不同,加剧了跨区域电商诈骗案件的处理难度,削弱了法律对电商诈骗的约束效力。

3.2. 电商监管体系碎片化与信息共享机制缺位

第一,电商多环节监管协同壁垒明显。老年人电商消费诈骗链条涵盖平台运营、流量推送、支付结算、物流配送等多个环节,涉及网信、市场监管、公安、金融监管等多个部门,但部门间未形成适配电商全链路的协同监管框架。网信部门负责电商平台内容审核,市场监管部门查处虚假宣传,公安部门负责刑事打击,却缺乏常态化的职责衔接机制,导致“各管一段”的监管碎片化。例如,对“低价引流高价转化”的诈骗,市场监管部门仅能处罚最终销售环节,无法联动网信部门追溯上游流量推送源头,也难以联合金融监管部门拦截支付资金,监管链条存在断裂。这种碎片化监管在私域场景中更为突出,私域直播通过微信群、专属链接等封闭渠道运营,因监管覆盖不足,其平均涉案金额达 10957 元,远高于公域直播的 8173 元,监管盲区直接导致诈骗分子转移至更隐蔽领域作案[6]。

第二,电商数据孤岛阻碍风险预警。监管协同的核心在于信息共享,但当前各部门与电商平台间存在显著的“数据孤岛”问题:市场监管部门的投诉举报数据、公安部门的案件侦办数据、电商平台的用户行为数据(如异常扣款记录、私域交易信息)未能实现跨主体互通。像黑猫投诉平台上近千条“老年人直播消费”投诉信息,因未与公安反诈系统、电商平台数据对接,无法及时转化为风险预警信号。电商平台掌握的“AI 虚拟形象直播”“异常免密支付”等数据未同步至监管部门,导致早期风险无法被及时干预,错失防范时机。此外,民政、社区等基层组织的老年人动态信息与电商平台数据割裂,也导致监管无法精准定位高风险老年群体。

3.3. 电商场景化宣传教育不足与多元主体协同缺失

3.3.1. 宣传教育与电商消费场景脱节

从社会心理学角度,老年人因记忆力下降、信息处理速度减缓等生理机能衰退与社会角色转变(退休后社交圈缩小),易形成认知固化与信息依赖心理。现有宣传教育多采用社区讲座、纸质手册等“大水漫灌”模式,未契合老年人情境化学习需求——当防骗知识脱离其高频使用的直播界面、支付页面等电商场景时,老年人难以将知识与实际消费行为关联,形成学用脱节。多数老年人虽知晓虚假宣传不可信,但在直播间“专家”人设与情感话术的双重刺激下,因缺乏“直播场景防骗”的针对性认知,仍会陷入冲动消费。

从传播学角度,诈骗分子擅长利用“沉浸式传播”与“圈层化叙事”精准触达老年人:在私域社群中,通过“用户证言”“熟人推荐”构建信任圈层,将虚假信息包装为“内部福利”;在直播中,以实时互动、限时秒杀制造紧迫感,压缩老年人的理性判断时间。而现有宣传多为单向灌输,缺乏互动性与场景代入感,既未采用老年人熟悉的方言语音、大字图文等传播形式,也未结合电商平台的异常交易特征、

虚假直播间识别要点更新内容，导致宣传内容的传播效率远低于诈骗信息，老年人获取的防范知识滞后于电商诈骗手段迭代，多数老年人对电商平台“免密支付关闭路径”“私域订单维权流程”等实用知识不了解，面对诈骗时难以自我保护。

3.3.2. 多元主体协同缺失：家庭、社区与平台的“反哺缺位”

一是家庭数字反哺与情感支持不足。从社会支持理论看，家庭是老年人应对数字风险的核心支持系统，但当前多数子女因时间精力有限或认知偏差，认为老年人学不会、没必要学，未有效开展数字反哺，仅简单帮老年人完成购物操作，却未教授“订单核查”“风险举报”等安全技能；对老年人的电商消费行为缺乏关注，未能及时发现“异常扣款”“大额下单”等风险信号。同时，部分子女与老年人的情感沟通不足，导致老年人因孤独感更容易被直播间“喊叔叔阿姨”“像家人一样关心你的亲情话术打动，陷入情感诱导诈骗[7]。

二是社区场景化支持与群体互助薄弱。社区作为老年人线下活动的主要场所，未能发挥“场景化反哺”与“群体监督”作用：一方面，社区宣传多停留在贴海报、发传单层面，未结合老年人电商消费习惯开展实操培训[8]。另一方面，未搭建老年人之间的防骗互助小组，错失利用同伴影响提升防骗意识的机会，当老年人在社群中分享被骗经历或防骗经验时，其说服力远高于官方宣传，但现有社区治理中缺乏此类互动机制。

三是电商平台“算法向善”责任缺位。当前电商平台的算法设计多以“流量转化”为核心，未充分履行“算法向善”的社会责任。一方面，算法通过“用户画像”向老年人精准推送“养生保健品”“低价商品”等易涉骗内容，却未同步推送防骗提示，形成风险放大效应。另一方面，平台虽掌握老年用户的频繁浏览虚假养生直播间、多次进行私域预付费等“异常行为数据”，却未利用算法开展“个性化风险预警”（如向高风险用户推送专属防骗弹窗），反而为追求流量，对私域直播间的审核流于形式，纵容了诈骗行为的蔓延[9]。此外，平台的“适老化改造”也未融入算法伦理，简化操作流程的同时，未通过算法优化“安全验证”导致便捷性与安全性失衡。

3.4. 电商技术防护适配性不足与安全保障失衡

一方面，电商技术研发与风险防范需求脱节。当前电商平台的技术防护多聚焦“关键词过滤”“交易金额预警”等基础功能，对 AI 合成语音识别、私域流量异常交易监测、虚拟形象溯源等高端技术的投入不足，无法应对电商新型诈骗。同时，电商平台未向监管部门开放技术接口（如 AI 虚拟直播间监测数据、私域交易流水），导致监管部门难以利用技术工具开展实时巡查与精准溯源。

另一方面，电商适老化改造忽视安全保障。部分电商平台虽推出适老版 APP，却未平衡“便捷性”与“安全性”：简化操作流程的同时，也降低了安全验证门槛；“先用后付”功能关闭流程复杂，自动扣款提示不醒目，反而成为诈骗分子利用的漏洞。此外，适老版 APP 未融入风险防护功能，如“一键报警”“诈骗举报”入口隐蔽，风险提示语言过于专业，老年人难以理解和操作。这种“重便捷、轻安全”的适老化改造，不仅未降低老年人受骗风险，反而为诈骗分子提供了可乘之机，此类改造未充分考虑老年人的“数字脆弱性”，老年人因视力、听力下降，对醒目提示、简单操作的需求远高于普通用户，而平台仅简化流程却忽视安全，本质上是对老年人数字权益的隐性剥夺，未能真正实现适老与安全的协同[10]。

4. 电商经济视角下老年人电商消费诈骗防范体系的优化策略

4.1. 完善电商领域专项法规，强化跨场景条款协同

制定老年人电商消费保护专项法规。立法部门应结合电商经济特点，针对老年人电商消费的特殊场

景,明确诈骗行为界定、责任划分标准,规定电商平台对私域直播间的审核义务、AI 技术提供方对虚拟形象使用的监管责任;在修订《老年人权益保障法》时,增设“老年人电商消费保护”专属条款,细化电商平台的适老化安全义务(如醒目提示免密支付、简化维权流程),为老年人电商消费提供专项法律保障。

加强电商跨场景条款协同。梳理金融、市场监管、网信等领域与电商相关的法规,消除条款冲突:统一“老年人金融消费保护”与“电商平台责任”的衔接规则,明确对“AI 虚拟理财”“预付费诈骗”等涉财行为的联合打击机制;规范地方性电商监管条例,确保与国家层面规则一致,避免跨区域执法矛盾。同时,通过发布司法解释、指导性案例,明确电商新型诈骗的法律适用标准(如 AI 虚拟形象诈骗的定性、私域预付费跑路的赔偿责任),提升法律可操作性。

4.2. 构建电商全链路协同监管体系,打破信息壁垒

搭建电商协同监管框架。政府牵头整合网信、市场监管、公安、金融监管等部门资源,围绕老年人电商消费“平台运营-流量推送-支付结算-售后维权”全链路,明确各部门职责:网信部门负责电商平台内容审核,市场监管部门查处虚假宣传与价格欺诈,公安部门负责刑事打击与案件侦办,金融监管部门监管支付环节与资金流向[11]。建立常态化协同机制,如每月召开跨部门联席会议,共享诈骗线索;对重大案件启动联合执法,实现“全链路追责”,对直播间“专家”虚假荐药,网信部门封禁账号后同步移送线索至市场监管部门,追究平台与主播的连带责任。

建立电商数据共享平台。整合市场监管部门的投诉举报数据、公安部门的案件数据、电商平台的用户行为数据、民政部门的老年人动态信息,构建统一的“老年人电商消费风险监管平台”。制定数据共享标准,明确数据采集、存储、使用流程,确保数据安全;通过平台实现实时信息互通[12],如电商平台发现“异常免密扣款”数据后,即时推送至金融监管部门与社区,开展早期干预;公安部门根据投诉数据,精准定位诈骗团伙,提升打击效率。

4.3. 推进电商场景化宣传教育,构建多元协同传播格局

打造电商场景化宣传内容与形式。结合老年人电商消费习惯,在直播界面、支付页面、私域社群等高频场景嵌入防骗宣传:如直播开播前播放 15 秒“AI 虚拟形象识别短片,支付时弹出“免密支付风险提示”,私域社群定期推送“预付费陷阱案例”。内容上,联合公安部门、电商平台,基于“最新案例库”“风险场景库”,制作通俗易懂的宣传资料,重点解读 AI 诈骗等新型风险,同时普及“电商维权流程”“退款路径”等实用知识。

建立电商多元主体协同传播机制。政府部门发挥主导作用,组织电商平台、社区、家庭形成合力:电商平台利用用户数据,向高风险老年群体(频繁浏览虚假养生商品、多次参与私域预付费)推送个性化防骗提示;社区联合电商平台开展“线下体验课”,教老年人识别虚假直播间、关闭免密支付;家庭层面,通过“子女防骗指南”手册,引导子女帮助老年人设置电商安全功能(如开启交易提醒、绑定亲情账号)[13]。在开展电商专项整治时,同步在平台首页、直播间入口设置警示标识,形成“整治-宣传”联动效应。

4.4. 优化电商技术防护体系,实现便捷性与安全性平衡

推动电商技术研发与监管需求协同。政府设立“老年人电商防骗技术研发专项基金”,鼓励电商平台、科研机构联合攻关,重点研发 AI 合成语音识别、虚拟形象溯源、私域异常交易监测等技术;制定电商技术防护标准,要求平台完成高端防护功能部署(直播时自动识别 AI 虚拟形象并标注、私域交易超 500 元触发风险预警)。同时,推动电商平台向监管部门开放数据接口,实现技术工具与监管需求的对接,平

台将“AI 虚拟理财直播”数据同步至公安反诈系统，助力实时拦截诈骗。

构建安全导向的电商适老化改造体系。明确电商平台适老化改造的安全标准，要求适老版 APP 落实“安全优先”原则：简化操作流程的同时，保留关键安全验证(大额支付需人脸识别)；优化“先用后付”关闭路径，设置醒目、易懂的自动扣款提示(每月 1 日推送上月扣款明细) [14]；在 APP 内增设“老年人防骗专区”，将“一键报警”“诈骗举报”入口置于首页，风险提示采用“方言语音 + 大字图文”形式，提升老年人使用便捷性[15]。建立适老化改造安全评估机制，由第三方机构定期检测平台安全功能，对不符合标准的平台责令整改，确保适老化改造既便捷又安全。

5. 结语

随着电商经济的持续发展，老年人电商消费市场潜力与诈骗风险并存，构建适配电商场场景的防范体系已成为保障老年人权益、维护电商市场秩序的关键。当前，老年人电商消费诈骗直播情感诱导、私域健康营销、AI 技术诈骗等呈现出与电商经济深度绑定的特征，均依托电商平台的运营逻辑与技术工具展开，而现有防范体系在法规、监管、宣传、技术等方面存在适配性不足的问题。从电商经济视角出发，优化防范体系需聚焦“场景适配”与“全链路协同”，通过完善电商专项法规，明确跨场景责任划分；构建全链路协同监管，打破数据孤岛；推进场景化宣传教育，嵌入老年人高频电商环节；优化技术防护与适老化改造，平衡便捷性与安全性。将防范措施深度融入电商运营链路，结合老年群体消费特点，才能有效遏制诈骗风险，推动老年人电商消费市场健康发展，实现电商经济包容性增长与老年人权益保障的双赢。

基金项目

国家社科基金青年项目(21CRK004)数字技术促进老年健康的社区支持机制研究。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 54 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, 2024.
- [2] 李秋华, 王晨, 刘敏. 老年人网络诈骗易感因素的实证研究——基于认知与情感双维度分析[J]. 心理发展与教育, 2023, 39(4): 552-559.
- [3] 赵晓晴, 陈明. 适老化改造与老年群体电商权益保护——基于平台界面与操作流程的分析[J]. 中国流通经济, 2023, 37(8): 112-120.
- [4] 张艳, 李然, 吴桐. 数字风险环境下老年人脆弱性与安全治理路径——基于“风险暴露结构”理论的分析[J]. 社会发展研究, 2024, 11(2): 156-173.
- [5] 陈立, 周阳, 黄涛. AI 技术驱动下老年电商诈骗的特征演化与治理挑战[J]. 情报杂志, 2023, 42(7): 128-134, 141.
- [6] 人民网. 私域直播购物,“银发族”权益如何护(民生一线) [N]. 人民网, 2025-10-16(07).
- [7] 王敏, 刘畅. 家庭数字反哺对老年人电商诈骗防范的影响机制研究[J]. 人口与社会, 2024, 40(1): 78-87.
- [8] 梁文用. 小组工作介入城市空巢老人防范诈骗能力提升研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广东工业大学, 2025.
- [9] 左美云, 娄静远. AI 诈骗盯上老年人: 识别骗局与破局之策[J]. 中国社会工作, 2025(14): 20-21.
- [10] 王倩雯. 小组工作介入农村空巢老人防诈骗能力提升的研究[D]: [硕士学位论文]. 扬州: 扬州大学, 2025.
- [11] 张语轩. 老年人受诈骗暴露风险及权益保障策略研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 四川省社会科学院, 2025.
- [12] 陈怀韬, 郑岩. 养老诈骗犯罪心理诱导机制及被害预防策略[J]. 江苏警官学院学报, 2025, 40(1): 120-128.
- [13] 赵书霖, 郭田雨. 电信网络诈骗犯罪的被害预防新进路——以老年人数字素养建设为核心[J]. 犯罪与改造研究, 2025(1): 54-64.
- [14] 张李斌, 王业帆. 社区治理视阈下养老诈骗治安防控研究[J]. 警学研究, 2024(6): 63-70.
- [15] 周俊山, 王尧. 我国老年人诈骗暴露及被害的差异化影响机制研究——基于数字鸿沟的视角[J]. 金融监管研究, 2024(11): 80-98.