

数字包容驱动银发经济：电商平台转型革新

金 磊

南京邮电大学经济学院，江苏 南京

收稿日期：2025年12月31日；录用日期：2026年1月12日；发布日期：2026年2月6日

摘要

人口老龄化和数字化背景下，银发经济已成为我国经济高质量发展的关键增长引擎。电商平台作为衔接数字消费场景与老年群体需求的核心载体，其角色定位与生态构建直接关乎数字包容目标的实现。基于数字包容理论，本文梳理电商平台在银发经济中的现实瓶颈，并构建“适配者-赋能者-协同者”三重角色转型框架，提出“产品创新-场景融合-能力赋能-监管优化”四位一体生态革新路径。当前电商平台存在适老化调整表面化、数字技能赋能不足、服务供需匹配欠佳、信任保障薄弱等问题，通过精准适配需求、强化技能赋能、整合多元资源，可有效释放银发消费潜力。本文为电商平台参与银发经济提供理论与实践指引，补充数字经济与消费升级交叉领域研究成果。

关键词

数字包容，银发经济，电商平台，角色转型，生态革新

Digital Inclusion Drives the Silver Economy: Transformation and Innovation of E-Commerce Platforms

Lei Jin

School of Economics, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: December 31, 2025; accepted: January 12, 2026; published: February 6, 2026

Abstract

Against the backdrop of population aging and digitalization, the silver economy has become a key growth engine for the high-quality development of China's economy. As the core carrier connecting digital consumption scenarios with the needs of the elderly group, the role positioning and ecosystem construction of e-commerce platforms are directly related to the achievement of digital inclusion goals. Based on the Digital Inclusion Theory, this paper sorts out the practical bottlenecks of e-

commerce platforms in the silver economy, constructs a threefold role transformation framework of “Adapter-Enabler-Coordinator”, and proposes a four-in-one ecosystem innovation path of “Product Innovation - Scenario Integration - Capability Empowerment - Regulatory Optimization”. Currently, e-commerce platforms are faced with problems such as superficial aging-friendly adjustments, insufficient digital skill empowerment, poor matching between service supply and demand, and weak trust guarantees. By accurately adapting to demands, strengthening skill empowerment, and integrating diverse resources, the potential of silver consumption can be effectively released. This paper provides theoretical and practical guidance for e-commerce platforms to participate in the silver economy, and supplements the research results in the interdisciplinary field of digital economy and consumption upgrading.

Keywords

Digital Inclusion, Silver Economy, E-Commerce Platforms, Role Transformation, Ecosystem Innovation

Copyright © 2026 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

人口老龄化已成为我国长期面临的基本国情。国家统计局公布的数据表明，2024 年我国 60 周岁及以上老年人口规模已达 3.1 亿，占全国总人口的比例为 22.0%；预计到 2035 年，这一比例将攀升至 30.7%，老年人口总数将突破 4 亿大关[1]。随着老年群体收入水平的稳步提升与消费观念的持续升级，其消费需求已从基础生存型向健康养生型、品质享受型、社交参与型多元转变，催生出规模庞大、结构丰富的银发消费市场。与此同时，数字化进程加速推进，电商平台已成为居民日常消费的主要渠道。2024 年我国农村网络零售额达到 2.8 万亿元，其中老年群体线上消费占比呈现持续上升态势[2]，但数字鸿沟问题仍严重阻碍老年群体平等共享数字消费红利。

2024 年国务院办公厅印发的《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》明确提出“推动互联网应用适老化改造”[1]，为电商平台参与银发经济发展指明了方向。数字包容强调所有社会成员无论年龄、技能水平差异，都能平等获取数字资源、参与数字活动并享受数字红利[3]，其核心维度包括数字接入包容、数字技能包容、数字服务包容与数字安全包容，这四个维度共同构成支撑老年群体数字融入的完整体系[4]。

已有研究已意识到电商平台适老化转型的重要价值，研究发现，主流电商平台的适老化调整大多仅停留在界面简化的表层阶段，在认知适配与信任构建方面存在明显不足[5]；农村电商领域存在产品适老属性欠缺与物流服务效能低下等突出问题[2]。但现有研究多聚焦于单一服务优化或局部困境破解[6]，缺乏从数字包容视角出发，对电商平台角色定位、生态构建进行系统性分析，尚未形成涵盖“角色 - 生态 - 实践”的完整研究框架。基于此，本文以电商平台为核心研究对象，探讨其在数字包容目标指引下的角色转型路径与生态革新策略，为银发经济高质量发展提供新的理论视角与实践方案。

2. 数字包容与银发经济的理论契合：电商平台的核心价值

2.1. 数字包容的理论内核与实践指向

数字包容并非简单的技术层面适配，而是囊括“接入保障 - 技能提升 - 服务适配 - 安全防护”的全

流程包容体系。接入包容侧重保障老年群体平等获取数字基础设施的权利，包括智能终端设备与网络服务的可及性；技能包容聚焦提升老年群体的数字操作能力与信息辨识能力；服务包容要求数字服务精准契合老年群体的生理与心理特征；安全包容则关注老年群体在数字消费过程中的权益保障。这四个维度相互关联、有机统一，共同构成老年群体数字融入的支撑体系，其本质是通过制度设计与技术创新，消除因年龄因素引发的数字排斥现象。

2.2. 银发经济高质量发展的数字包容诉求

银发经济的高质量发展不仅追求规模扩张，更强调发展的包容性与可持续性。老年群体的消费特征决定了数字包容的必要性：从消费结构来看，健康医疗、居家养老、文化娱乐等高频需求对数字服务的依赖程度持续提升[7]；从消费能力来看，“60后”老年群体具备更强的经济实力与消费意愿，已成为线上消费市场的新增长极[8]；从消费痛点来看，数字技能不足、服务适配性较差、消费信任缺失已成为制约银发消费潜力释放的核心障碍[5]。数字包容通过弥合数字鸿沟，能够有效激活老年群体的消费潜能，推动银发经济从“规模增长”向“质量提升”转型。

2.3. 电商平台在数字包容中的核心枢纽作用

电商平台作为数字经济与实体经济深度融合的重要载体，在推进数字包容过程中具有不可替代的优势：一是渠道优势，能够打破时空限制，让老年群体便捷获取各类产品与服务；二是数据优势，通过分析用户行为数据精准识别老年群体的需求偏好，实现供给与需求的精准对接；三是生态优势，能够整合产业链上下游资源，构建涵盖产品研发、物流配送、售后服务的全链条服务体系；四是赋能优势，通过适老化优化与数字技能培训，提升老年群体的数字融入能力[3]。结合技术接受模型的核心逻辑[9]，老年群体对电商平台的采纳意愿主要受感知有用性与感知易用性两大核心变量影响。电商平台的渠道优势与数据优势，可通过精准匹配适老需求、简化获取流程，直接提升老年用户的感知有用性；而生态优势与赋能优势则能通过优化操作设计、强化技能支持，降低使用门槛，增强感知易用性。此外，平台的安全保障措施还能缓解老年群体的感知风险，进一步促进其对平台的接纳与持续使用。电商平台的这些独特优势，使其成为串联数字技术与银发经济的核心纽带，其角色定位与生态构建直接影响数字包容目标的达成效果。

3. 电商平台在银发经济中的现实困境

适老化调整流于表面，数字接入与服务包容存在明显短板。部分农村及偏远地区老年群体仍面临智能设备普及率低、网络信号不稳定的问题[2]，即便多数平台推出“长辈模式”，仍存在操作流程繁琐、功能入口隐蔽等问题，老年用户易产生操作焦虑[3]。产品分类缺乏明确的适老化标识，推荐算法难以精准匹配特殊需求[7]，复杂的营销规则也增加了老年用户的理解与操作难度。

数字技能赋能薄弱，成为老年群体参与电商消费的主要阻碍。电商平台缺乏系统性、实操性强的数字技能培训体系，现有教程形式单一，难以满足老年群体的学习需求。同时家庭数字反哺缺乏稳定性[10]，导致多数老年群体存在“操作恐惧”，近六成无法独立完成注册与下单流程[2]。

信任体系不完善，数字安全保障不足。部分平台对老年用品质量监管力度不够，虚假宣传与劣质产品问题时有发生，老年群体的个人信息与消费数据存在泄露风险。加之售后维权渠道不畅通，老年用户因自身能力限制，难以有效维护合法权益，易成为网络诈骗的侵害对象。

生态协同机制缺失，多元主体联动效能不足。当前电商平台多独自推进适老化调整，与政府、社区、老年大学等主体缺乏有效联动，未能充分整合公共服务资源与社会资源，数字技能培训覆盖范围有限，“亲情账号”等功能未发挥核心作用[10]，导致适老化服务难以形成规模效应与可持续性。

4. 数字包容导向下电商平台的角色转型框架

基于数字包容的核心维度与电商平台的现实困境，本文提出“适配者－赋能者－协同者”三重角色转型框架，推动电商平台从“被动适老”向“主动包容”转型。

4.1. 适配者：精准对接需求，夯实数字包容基础

电商平台作为适配者，核心职责是通过技术创新与服务优化，实现数字接入与服务的精准适配。在接入适配方面，应联合设备厂商开发低成本适老智能终端，与通信运营商合作推出优惠流量套餐，降低老年群体的数字接入门槛；在界面适配方面，进一步简化操作流程，采用大字体、高对比度、语音导航等友好设计，增加操作容错机制，如防误触功能、步骤回溯功能等；在产品适配方面，建立健全适老化产品认证体系，设立老年用品专属专区，根据老年群体的需求特征优化产品分类与推荐算法。例如，可针对高龄老人推出“一键购物”“定期配送”等便捷服务，针对健康需求突出的群体精准推荐医疗辅具与健康食品。

4.2. 赋能者：提升数字技能，强化数字包容能力

电商平台作为赋能者，应主动承担老年群体数字技能培训的责任，构建“平台+社区+家庭”的三维赋能体系。在平台层面，开发场景化、实操性强的数字技能培训课程，采用短视频、语音讲解、动画演示等直观形式，覆盖注册、搜索、下单、支付、售后等全流程操作[4]；在社区层面，与社区服务中心、老年大学深度合作，设立线下数字驿站，配备专业志愿者提供一对一指导；在家庭层面，优化“亲情账号”功能，增加远程协助、屏幕共享等实用功能，方便子女实时指导老年父母使用平台。同时，应建立健全激励机制，对积极参与培训并完成学习任务的老年用户给予积分奖励，可用于兑换商品或服务折扣。

4.3. 协同者：整合多元资源，完善数字包容生态

电商平台作为协同者，应打破主体间壁垒，构建多元协同的数字包容生态。在与政府协同方面，积极对接养老服务相关政策，将政府购买的养老服务、适老化改造补贴等纳入平台服务体系；在与社会组织协同方面，联合公益组织开展防诈骗宣传、数字技能公益培训，与医疗机构合作提供健康咨询、在线问诊等服务；在与产业链协同方面，整合上游供应商、中游物流企业、下游服务提供商资源，构建“产品研发－物流配送－售后服务－健康管理”的全链条服务体系；在与家庭协同方面，建立代际沟通平台，方便子女及时了解父母的消费需求与健康状况，实现精准关爱与支持。

5. 电商平台生态革新的实现路径：四位一体的实践方案

本文设计了从四位一体路径推进电商平台生态革新的方案(如图1所示)。



Figure 1. Schematic diagram of the four-in-one practice plan
图1. 四位一体实践方案示意图

5.1. 产品创新：聚焦适老化与个性化需求

产品创新是生态革新的核心，应围绕老年群体的核心需求，推动产品从“通用型”向“适老型”“个性化”转型。首先，加强适老化产品研发，联合生产企业开发操作简便、功能实用的老年用品，如大按键智能遥控器、语音控制家电、便携健康监测设备等；其次，推动产品功能模块化，允许老年用户根据自身需求选择核心功能，避免因功能冗余导致操作复杂；最后，基于大数据实现个性化推荐，通过分析老年用户的消费习惯、健康状况、生活环境等数据，精准推送符合其需求的产品与服务。例如，可为高血压用户推荐低盐食品与血压监测设备，为独居老人推荐智能安防产品与应急呼叫服务。

5.2. 场景融合：构建全场景数字包容服务

场景融合是生态革新的关键，应打破单一购物场景限制，构建涵盖生活服务、健康管理、社交娱乐的全场景生态。一是推进生活服务场景融合，整合家政服务、社区团购、上门维修等本地生活服务，实现“一站式”采购与预约；二是深化健康管理场景融合，与医疗机构、健康管理机构合作，提供在线挂号、慢病管理、健康咨询、药品配送等服务；三是拓展社交娱乐场景融合，引入老年社交、兴趣社群、在线教育等功能，满足老年群体的精神文化需求。例如，可建立老年兴趣社群，用户可通过平台参与书法、绘画、戏曲等兴趣活动，同时购买相关用品，实现“兴趣 + 消费”的场景闭环[7]。

5.3. 能力赋能：完善数字技能培训体系

能力赋能是生态革新的支撑，需构建多层次、全覆盖的数字技能培训体系，同时通过精细化运营实现对老年群体的精准帮扶，提升其数字素养与平台使用体验。

在培训体系建设方面，优化培训内容结构，除注册、下单、支付等基础操作外，增设网络安全防护、虚假信息辨识、售后维权流程等实用内容，帮助老年群体有效规避数字消费风险；创新培训形式，采用“线上 + 线下”“理论 + 实操”相结合的模式，线上开设“数字课堂”专区，提供直播教学、录播课程、在线答疑等服务，课程以短视频、语音讲解、动画演示为主，符合老年群体认知习惯；线下与社区服务中心、老年大学合作设立培训点，定期开展实操演练，配备志愿者提供一对一指导。建立长效激励机制，对完成学习任务的老年用户给予积分奖励，可兑换商品或服务折扣，提升参与积极性。

在精准引导服务方面，平台可通过分析用户行为数据识别需要帮助的老年群体。例如，监测用户在操作过程中的停留时长，若在注册、支付等关键环节停留超过设定阈值，或多次点击错误按钮、反复返回上一页，系统可判定为操作遇困；同时结合用户历史行为数据，若用户此前频繁使用客服咨询基础操作问题，或从未独立完成过完整交易流程，也将被纳入重点关注名单。针对这类用户，系统将自动触发引导服务：通过弹窗提供简洁明了的操作提示，或直接推送对应环节的短视频教程；对于操作受阻较为严重的用户，可自动转接人工客服，客服人员以通俗语言提供针对性指导，避免老年用户因操作困惑产生抵触心理。

5.4. 监管优化：筑牢数字安全保障防线

监管优化是生态革新的底线，需建立全链条监管体系与明确的适老化标准，双重保障老年群体的数字消费安全与权益。

在适老化标准建设方面，应从产品、服务、技术三个维度构建统一规范的标准体系。产品层面，明确适老化产品的核心指标，如老年食品需标注营养成分、适宜人群及食用禁忌，医疗辅具需符合国家相关质量标准并提供使用说明，智能设备需具备大字体、简单操作、续航持久等基础适老功能，平台对入驻适老产品实行严格的资质审核与标签认证，确保产品质量合规；服务层面，制定适老化服务规范，要

求客服响应时长不超过 3 分钟，提供语音投诉、人工客服优先接入等服务，售后维权流程需简化至 3 个步骤以内，明确退换货时限与责任划分；技术层面，规定适老模式的界面设计标准，如字体不小于 16 号、按钮间距不小于 8 毫米，操作流程不超过 4 步即可完成核心功能，算法推荐需优先展示适老产品与实用信息，避免冗余营销内容干扰。

在全链条监管方面，加强产品质量管控，依据适老化标准对平台内老年用品开展定期抽检与不定期抽查，实行“差评预警”制度，对连续出现差评的产品暂停上架；强化个人信息保护，明确数据收集范围，仅获取必要的用户信息，建立数据加密存储机制，严禁泄露老年群体个人信息与消费数据；畅通售后维权渠道，设立老年用户专属维权通道，简化维权流程，提供专人跟进服务；加强防诈骗监管，建立虚假宣传、诈骗行为识别与拦截机制，对可疑交易及时向老年用户及其子女发送预警信息。

6. 案例分析：淘宝长辈模式的角色实践与生态革新启示

6.1. 案例概况

淘宝作为国内头部电商平台，于 2021 年推出“长辈模式”，经过多次迭代优化，形成了界面简化、字体放大、语音搜索、亲情账号等核心功能，同时设立老年用品专区，涵盖健康医疗、居家养老、文化娱乐等多个品类^[5]。

6.2. 角色实践分析

适配者角色：表面适配较为充分，深层适配仍有提升空间。淘宝长辈模式在界面适配方面表现突出，采用大字体、高对比度配色，隐藏复杂营销规则，简化下单流程，符合老年群体的操作习惯。在产品适配方面，设立“老年专区”，集中展示适老化产品，但推荐算法仍基于通用消费数据，精准度有待进一步提升^[7]。在接入适配方面，尚未推出专属适老智能终端与低价流量套餐，农村地区老年用户的接入门槛依然较高。

赋能者角色：培训体系初步建立，覆盖范围与深度不足。淘宝通过“淘宝大学”推出了老年数字技能培训课程，采用短视频形式讲解基础操作，但课程内容较为简单，缺乏针对性与深度^[3]。线下培训方面，与部分城市社区合作开展“数字助老”活动，但覆盖范围主要集中在一二线城市，农村与偏远地区的覆盖不足^[4]。亲情账号功能仅支持代付与订单查看，缺乏远程协助、屏幕共享等核心赋能功能^[10]。

协同者角色：部分主体协同初见成效，生态整合仍需深化。淘宝与部分医疗机构合作推出了在线问诊服务，与物流企业合作优化了老年用品配送服务，但在与政府、社会组织的协同方面仍存在短板^[6]。尚未有效对接养老服务政策，未能将政府购买的养老服务纳入平台体系；与老年大学、公益组织的合作较为零散，未形成常态化协同机制。

6.3. 生态革新启示

淘宝长辈模式的实践表明，电商平台的角色转型与生态革新需要从表面适配向深层适配转型、从单一赋能向多元赋能拓展、从局部协同向全面协同升级。未来应进一步加强产品精准适配，优化推荐算法；完善数字技能培训体系，扩大覆盖范围、提升内容深度；深化与多元主体的协同合作，构建全场景服务生态。同时，应注重农村与偏远地区的服务延伸，降低接入门槛，实现数字包容的全域覆盖。

7. 结论

7.1. 研究结论

本文基于数字包容理论，结合文献研究与案例分析，系统探讨了电商平台在银发经济高质量发展中的角色转型与生态革新问题。研究结果表明，数字包容与银发经济之间存在深层次的理论契合关系，电

商平台作为核心枢纽，在推进数字包容中具有渠道、数据、生态与赋能等独特优势；当前电商平台在银发经济中的角色经历了从交易中介到多元服务供给者的演进，但仍面临适老化调整流于表面、数字技能赋能薄弱、信任体系不完善、生态协同机制缺失等结构性困境；以数字包容为导向，电商平台应转型为“适配者-赋能者-协同者”三重角色，通过产品创新、场景融合、能力赋能、监管优化四位一体的生态革新路径，实现从“被动适老”向“主动包容”的转型。

7.2. 建议

对电商平台的建议一是深化适老化改造，从界面简化向深层适配延伸，持续优化产品推荐算法与操作流程；二是构建完善的数字技能培训体系，采用“线上+线下”“平台+社区”的联动模式，扩大培训覆盖范围、提升培训实效；三是加强信任体系建设，强化产品质量监管与个人信息保护，畅通售后维权渠道，提升老年用户信任度；四是深化多元主体协同，主动与政府、社会组织、产业链上下游企业开展合作，构建全场景服务生态；五是重点关注农村与偏远地区老年群体，联合设备厂商与运营商推出低成本适老终端与流量套餐，降低数字接入口槛。

对政府部门的建议一是完善政策支持体系，出台电商平台适老化改造专项补贴政策，鼓励平台积极开发适老化产品与服务；二是建立健全适老化产品认证标准与市场监管机制，规范银发电商市场秩序；三是加强数字基础设施建设，重点提升农村与偏远地区的网络覆盖质量与稳定性；四是推动公共服务资源与电商平台对接，将养老服务、健康医疗等公共服务纳入平台生态体系；五是开展数字包容宣传教育活动，营造全社会关心支持老年群体数字融入的良好氛围。

对社会组织的建议一是充分发挥桥梁纽带作用，积极推动电商平台与社区、老年大学的合作，协助建立线下数字驿站；二是广泛开展公益培训与宣传活动，提升老年群体的数字技能与安全防范意识；三是深入收集老年群体的需求与反馈信息，为电商平台的适老化改造提供参考依据；四是重点关注高龄、失能、低收入等弱势老年群体，提供针对性的数字融入帮扶服务。

基金项目

南京邮电大学南京邮电大学数智融合课程建设教改研究项目，SZKC202416。

江苏省教育厅高校自然科学研究面上项目：江苏省小微企业普惠信贷风险评估模型研究，22KJB630002。

参考文献

- [1] 朱荟, 李昉. “十五五”时期我国银发经济发展的重点方向和举措[J]. 江西师范大学学报(哲学社会科学版), 2025, 58(2): 37-48.
- [2] 常理. 农村电商释放银发群体消费潜能的实践路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 1404-1410.
- [3] 张军, 谈妍. 数字反哺视角下老年群体数字化素养提升路径——基于合肥市 F 社区的实地研究[J]. 安庆师范大学学报(社会科学版), 2025, 44(2): 58-65.
- [4] 董焕晴, 曹高辉, 王靖坤. 从数字鸿沟到数字融入: 老年人数字生活融入实践逻辑与优化路径研究[J]. 情报科学, 2025: 1-22.
- [5] 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.
- [6] 杨玉萍. 数字技术助推银发经济发展的现实困境与实践路径[J]. 实事求是, 2026(1): 29-38.
- [7] 李敏, 吴超.“银发经济”视阈下老年人消费力提升的制约瓶颈及实现路径[J]. 商场现代化, 2025(24): 32-34.
- [8] 赵丽, 薛凯文. “十五五”时期我国银发经济发展困境与实践路径[J]. 中国证券期货, 2025(6): 4-8+20.
- [9] 熊焰, 李阳. 基于技术接受模型的电子商务信任实证研究[J]. 北京工商大学学报(社会科学版), 2008, 23(5): 36-40.
- [10] 王继东. 代际数字反哺视角下图书馆适老化服务的协同机制研究[J]. 图书馆界, 2025(5): 65-69.