

医疗电商对农村老年人健康信息寻求的赋能作用研究

姚 娅*, 祁俊菊#

贵州大学医学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年1月1日; 录用日期: 2026年1月13日; 发布日期: 2026年2月9日

摘 要

随着数字技术的快速发展, 医疗电商逐步成为推动医疗行业转型与服务升级的重要力量。然而, 在我国农村地区老年人健康信息寻求方面, 医疗电商的普及与适用仍面临严峻挑战。医疗电商对农村老年人健康信息寻求困境主要有服务适配不足、宣传力度弱、用户信任度低、诊疗可靠性存疑以及医保在线支付体系不完善, 因此构建适老化和农村场景化的医疗电商, 加强多层次宣传与数字素养教育, 建立基于认证和社区协作的信任机制, 推动医疗电商标准化与透明化, 以及完善医保在线支付的政策与技术支撑至关重要。这些措施旨在弥合数字鸿沟、提升服务可信度与可及性, 促进医疗电商资源优化配置, 为提高农村老年人健康素养水平提供理论依据与实践路径。

关键词

农村, 老年人, 医疗电商, 健康信息寻求

A Study on the Empowering Role of Medical E-Commerce in Health Information Seeking among Rural Elderly

Ya Yao*, Junju Qi#

Medical College, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: January 1, 2026; accepted: January 13, 2026; published: February 9, 2026

*第一作者。

#通讯作者。

文章引用: 姚娅, 祁俊菊. 医疗电商对农村老年人健康信息寻求的赋能作用研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(2): 234-238. DOI: 10.12677/eci.2026.152150

Abstract

With the rapid advancement of digital technology, medical e-commerce has gradually emerged as a key driver for transforming the healthcare industry and upgrading services. However, in rural areas of China, the widespread adoption and applicability of medical e-commerce for elderly health information seeking still face significant challenges. The primary obstacles to healthcare e-commerce serving rural seniors include inadequate service adaptation, insufficient promotional efforts, low user trust, doubts about diagnostic reliability, and an imperfect online medical insurance payment system. Therefore, it is crucial to develop age-friendly and rural-scenario-based healthcare e-commerce platforms, strengthen multi-tiered publicity and digital literacy education, establish trust mechanisms based on certification and community collaboration, promote standardization and transparency in healthcare e-commerce, and improve the policy and technical support for online medical insurance payments. These measures aim to bridge the digital divide, enhance service credibility and accessibility, optimize the allocation of healthcare e-commerce resources, and provide both theoretical foundations and practical pathways for elevating health literacy among rural seniors.

Keywords

Rural Areas, Elderly, Healthcare E-Commerce, Health Information Seeking

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

近年来, 数字技术的迅猛发展推动医疗电商日益深入公众健康领域, 促进了医疗行业的数字化转型与服务升级。传统医疗与医疗电商的融合已成为全球性趋势, 医疗电商作为一种新兴业态, 正逐步改变医疗资源的配置与获取方式。然而, 在我国广大农村地区, 由于地域分布广泛、交通条件受限, 优质医疗资源供给不足始终是健康治理面临的核心难题。医疗电商凭借其跨越时空限制、精准匹配供需的能力, 为破解该问题提供了潜在路径。实践表明医疗电商应用在农村地区具备显著的社会与经济价值[1]。尽管如此, 当前我国农村医疗电商的普及度与使用率仍显不足, 尤其在高需求群体的老年人中推广成效有限。该群体在认知、技能与信任层面存在诸多使用障碍, 导致医疗电商未能有效覆盖其真实需求。因此, 本研究聚焦于农村老年人健康信息寻求与医疗电商之间的应用壁垒, 旨在系统识别关键制约因素, 为推动医疗电商在农村地区老年人健康信息寻求的应用提供理论参考与实践建议。

2. 医疗电商在农村老年人健康信息寻求过程中面临的困境

2.1. 农村老年人高需求问题亟需解决

根据中国互联网络信息中心(CNNIC) 2023 年 7 月发布的第 56 次《中国互联网络发展状况统计报告》, 截至 2023 年 6 月, 我国农村网民规模达 3.22 亿, 占网民总数的 28.7%; 城镇网民规模为 8.01 亿, 占比 71.3% [2]。需指出的是, 当前我国网民年龄结构与医疗平台实际消费人群之间存在显著差异。50 岁及以上的中老年群体患病率高, 然而, 该群体普遍受教育程度有限, 数字素养较低, 导致其医疗电商平台使用能力不足, 医疗电商服务可及性较差。相反, 医疗电商平台使用能力较强的年轻群体对医疗健康服务

的需求相对有限, 因而形成“高需求群体难以触达, 易触达群体需求不足”的结构性失衡[3]。这种供需错位不仅制约了医疗电商市场效率, 也凸显出医疗电商模式在覆盖核心受众方面面临的现实瓶颈, 尤其反映出面向农村老年群体的服务适配与数字包容策略亟待加强。

2.2. 农村医疗电商宣传力度弱

医疗电商已普遍推行线上挂号、线上买药服务, 然而实证观察显示, 农村居民对该类医疗电商服务的实际使用程度仍然较低。具体表现为线上挂号使用率不高, 线上买药也多停留于形式层面, 未能充分发挥其效能, 折射出医疗电商在农村地区的渗透效果与赋能作用仍有待提升。主要存在相关服务的宣传推广力度不足, 农村居民对医疗电商的认知有限, 而且农村地区人口以留守儿童和空巢老人为主体, 该群体数字素养普遍较弱, 面对技术复杂度较高的服务界面时存在明显的“使用鸿沟”, 不具备足够操作能力[4], 造成医疗电商无法有效触达目标人群, 整体模式运行效果未达预期。

2.3. 农村老年人对医疗电商缺乏信任机制

近年来, 针对老年群体的保健品欺诈案件高发, 农村老年人因信息鉴别能力相对较弱, 且子女多不在身边, 更易成为被欺骗的对象。同时, 农村地区的医疗电商宣传内容质量参差不齐, 存在虚假信息误导、功能与疗效夸大等问题, 严重影响该群体对医疗电商真实价值与功能的准确认知[5]。低质甚至失实的宣传内容不仅干扰其就医决策, 也导致用户对医疗电商服务的真实性与专业水平产生显著质疑, 进而形成持续的不信任心理。这种信任缺失进一步造成医疗电商在该群体中被低效或规避使用, 从长远来看严重制约了农村医疗电商的发展。

2.4. 医疗电商诊断的可靠性亟需提高

主流的医疗电商平台, 其服务范围主要集中于常见病与慢性病患者的复诊服务[6]。尽管该类服务在一定程度上提高了医疗电商的可及性与便捷性, 却尚未系统性地解决诊疗过程中的可靠性瓶颈。医疗电商复诊严重依赖线下初诊结论的准确性, 若前期诊断存在误差, 将直接制约线上复诊的诊疗质量与效果。此外, 电子处方的真实性、合法性以及在传输、开具与使用环节中的安全性, 亦构成当前医疗电商健康可持续发展的核心挑战, 亟需通过制度规范与技术手段协同加强治理与保障[7]。

2.5. 医保在线支付体系建设滞后制约服务普及

绝大多数患者在首次使用医疗电商服务时, 其首要关切即为是否支持医保在线结算, 然而目前多数平台仍无法提供此类服务[8]。尽管在部分区域性政策试点中, 个别医疗电商已初步实现与医保系统的对接, 并获得了一定程度的政策支持, 但从整体来看, 全国范围内的医保在线报销体系发展仍明显滞后于民众的实际需求[9]。该制度瓶颈不仅显著影响用户使用意愿, 也已成为阻碍医疗电商, 特别是在农村及老年群体中进一步推广的核心制度性障碍。

3. 医疗电商在农村老年人健康信息寻求过程中的路径探索

3.1. 构建适老化与农村场景化的医疗电商平台

医疗电商应针对农村中老年用户的认知特点和使用习惯, 进行界面与功能优化。例如, 开发“老年模式”或“乡村简易版”应用, 采用大字体、高对比度设计, 简化操作流程, 增加语音导航及方言识别功能[10]。同时, 提供视频指导或图文并茂的医疗电商使用流程图说明, 降低因文化水平有限导致的理解障碍。医疗电商平台还可联合村级卫生所或社区药店, 设立线下辅助服务点, 由经过培训的工作人员协助完成线上问诊、下单及支付流程, 形成“线上 + 线下”融合的服务闭环[11]。

3.2. 加强医疗知识电商宣传力度

改善农村居民医疗电商现状, 需要门槛低、协作日常化、组织简洁的县域医疗电商模式。模式应从农村居民基层就医实际场景出发, 联合县乡村三级医疗机构, 以手机、平板等便携设备为依托, 面向全县域居民提供从在线挂号、自助开单等基本应用到同步与异地远程门诊的多层次服务, 从而满足居民需求, 提升就医体验^[12]。医疗电商也可和政府合作开展面向农村中老年人的数字技能普及项目, 通过乡镇卫生院、村委会、老年协会等组织定期举办培训工作坊, 内容涵盖智能手机基本操作、医药电商平台使用方法、个人信息保护常识等。鼓励青年志愿者、乡村医生等群体提供“一对一”帮扶, 帮助老年人克服畏难心理。最后, 可制作通俗易懂的视频教程并通过电视、广播等传统媒体传播, 扩大覆盖面。

3.3. 构建面向农村老年人医疗电商的多层次信任机制

缓解因保健品欺诈等问题导致的信任危机, 由政府主导、医疗电商参与及多方协同, 构建针对农村老年人的互联网医药服务信任体系^[13]。首先, 建立并推广国家级医疗电商平台及药品零售认证标识, 通过严格审核和持续监管确保入驻医生资格证审查, 增强服务公信力。其次, 鼓励社区组织、基层医疗卫生机构与子女共同参与数字助老教育, 开展医疗电商使用辅导, 提升老年人信息辨别能力和自我防护意识。最后, 推动建立医疗电商服务反馈与投诉平台, 完善消费者权益保障机制, 通过透明、公开的评价系统减少信息不对称, 逐步重建用户信任。

3.4. 推动医疗电商服务的标准化与透明化

提高医疗电商服务的可靠性与安全性, 应重点加强服务质量控制与技术保障。一方面, 应建立健全医疗电商初诊与复诊的临床路径指南和质量评估体系, 通过人工智能辅助诊断、电子病历互联互通等方式, 减少因人为因素导致的诊疗偏差, 另一方面, 须尽快制定全国统一的电子处方管理与流转规范, 明确其法律效力与操作标准, 并引入区块链等先进技术实现处方的防篡改、可追溯, 从而保障处方安全与患者隐私^[10]。此外, 应逐步扩大医疗电商服务病种范围, 在确保安全的前提下, 探索将部分首诊服务纳入线上范畴, 提升服务的可及性与完整性。

3.5. 完善医疗电商医保在线支付的政策与技术支持

医保报销是影响农村老年人使用医疗电商的关键因素, 需从政策整合与系统建设两方面共同推进。政策上, 应加快将符合条件的医疗电商服务纳入医保统筹范围, 制定线上服务报销目录和支付标准, 并推动跨区域医保结算协调机制, 消除政策壁垒。技术上, 亟需构建统一、开放的区域健康信息平台, 打破医疗机构、医保部门与医疗电商平台之间的数据孤岛, 实现诊疗数据、处方信息与医保结算系统的无缝对接^[14]。同时, 可考虑针对农村老年群体提供线下医保代办服务或简化线上报销流程, 通过人性化设计提升其使用意愿, 促进农村老年人积极寻求健康信息。

4. 结束语

随着“数字化”时代的到来, 以及各项利好政策的扶持。医疗电商必将成为信息时代互联网医疗的未来之路, 数字技术使得整个医疗电商的效率得到了大幅提升, 发展医疗电商将是大势所趋。但我国的医疗电商尚处于不完善阶段, 但是医疗电商的潜力无限, 随着各级政府和社会的大力扶持下, 医疗电商必将促进老年人健康信息需求, 提高老年群体的整体数字素养。

参考文献

- [1] 蒋范黎, 周晶晶, 王文明, 等. 医药电商现状及问题探究——以互联网医疗和网上药店为例[J]. 现代商贸工业,

- 2018, 39(3): 9-11.
- [2] 中国互联网络信息中心(CNNIC)第 56 次《中国互联网络发展状况统计报告》——互联网发展研究[Z]. 2025.
 - [3] 张丹, 周戈耀, 田海玉, 等. 大数据背景下的医药电商发展对策浅析[J]. 时代金融, 2017(26): 308, 311.
 - [4] 李毅彩. 医药电商冲击下我国零售连锁药店的竞争力提升策略[J]. 中国药房, 2016, 27(10): 1438-1440.
 - [5] 夏小燕, 黄培杰, 严慧文. 我国医药电商将有六大发展趋势[J]. 中国战略新兴产业, 2016(11): 78-81.
 - [6] 翟运开, 李思琪, 孙东旭, 等. 面向“互联网 + 医疗健康”的医药电商平台构建[J]. 中国卫生事业管理, 2021, 38(3): 161-163, 202.
 - [7] 李莲姬. 中国医药电商行业现状及供应链管理模式研究[J]. 物流工程与管理, 2020, 42(5): 90-91, 52.
 - [8] 陈璟祯, 郭妤. “医 + 药”模式的医药电商平台问题与对策研究[J]. 现代商贸工业, 2019, 40(29): 58.
 - [9] 郑宇婷, 郭晓龙, 柴小玲, 等. 转运策略下医药电商和基层医疗机构横向库存共享优化研究[J/OL]. 系统工程理论与实践: 1-26. <https://link.cnki.net/urlid/11.2267.N.20250915.1017.002>, 2026-01-01.
 - [10] 刘钰涵. 智慧物流视阈下医药电商企业盈利能力研究[J]. 物流工程与管理, 2021, 43(8): 88-90, 83.
 - [11] 发展“互联网 + 医疗健康”医药电商当有更大作为[J]. 医学信息学杂志, 2021, 42(4): 94.
 - [12] 何贤英, 孙东旭, 王琳琳, 等. “互联网+”背景下医药电商服务体系构建研究[J]. 中国卫生事业管理, 2021, 38(4): 241-243, 247.
 - [13] 丁可. 面向慢性病患者的医药电商平台构建研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中科技大学, 2021.
 - [14] 童禧辰, 张璐莹, 李凯渊, 等. 国内外“互联网+”医疗服务医保支付比较研究[J]. 卫生经济研究, 2025, 42(9): 39-42.