

技术赋能与关怀缺位：老年电商消费中的数智技能困境及社工支持路径

王雨薇

扬州大学社会发展学院，江苏 扬州

收稿日期：2026年6月23日；录用日期：2026年7月8日；发布日期：2026年8月13日

摘 要

在当前数字消费普及背景下，老年群体电商消费面临数智技能薄弱、各类电商产品辨别能力不足等问题，凸显“技术赋能与人文关怀缺位”的核心矛盾。本文以灵性照顾理论为核心视角，剖析老年群体在电商消费中的操作壁垒、消费风险与情感需求缺失困境，揭示其背后健康焦虑、社会支持不足、灵性需求未被回应的深层成因。结合社会工作专业实务，提出针对性介入路径，助力老年人安全理性参与电商消费，为弥合老年数字鸿沟、完善适老化数字服务提供实践参考。

关键词

老年群体，电商消费，数智技能，灵性照顾理论，社会工作

Technology Empowerment and Lack of Care: Digital Intelligence Skills Challenges in Elderly E-Commerce Consumption and Social Work Support Pathways

Yuwei Wang

School of Social Development, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: June 23, 2026; accepted: July 8, 2026; published: August 13, 2026

Abstract

In the context of widespread digital consumption, elderly consumers face challenges such as limited

文章引用：王雨薇. 技术赋能与关怀缺位：老年电商消费中的数智技能困境及社工支持路径[J]. 电子商务评论, 2026, 15(8): 472-477. DOI: 10.12677/ecl.2026.158898

digital literacy and difficulty distinguishing e-commerce products, highlighting the core contradiction between technological empowerment and humanistic care. Grounded in the theory of spiritual care, this study analyzes operational barriers, consumption risks, and emotional needs gaps in elderly e-commerce participation, revealing underlying causes including health anxiety, insufficient social support, and unmet spiritual needs. Drawing on social work practices, targeted intervention strategies are proposed to facilitate safe and rational e-commerce engagement among seniors, providing practical references for bridging the digital divide and enhancing age-friendly digital services.

Keywords

Elderly Population, E-Commerce Consumption, Digital Intelligence Skills, Spiritual Care Theory, Social Work

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

1.1. 研究背景

我国人口老龄化进程持续深化，互联网与电商平台的普及，让网络购物、电视购物、直播带货等消费形式成为老年群体日常生活的重要组成部分。数字技术本应赋能老年群体，打破消费时空限制，共享数字经济红利，但在实践中却呈现明显失衡：技术迭代不断提速，老年群体数智技能难以适配，人文关怀与专业支持严重滞后，形成“技术向前、关怀滞后”的困境[1]。其中，养生保健类产品作为老年人网购核心品类，因广告宣传泛滥、老年群体辨别能力匮乏，成为虚假消费、财产受损的高发领域，而现有服务多聚焦基础技能教学，忽视老年群体健康焦虑、安全感缺失等深层需求[2]。在此背景下，立足社会工作专业视角，破解老年群体电商消费困境，兼具理论价值与现实意义。

1.2. 问题提出

老年群体在电商消费场景中面临哪些具体数智技能困境？养生保健产品辨别能力薄弱的核心成因是什么？如何以灵性照顾理论回应老年群体深层需求，构建专业化社会工作介入路径？本文围绕上述问题展开研究，旨在弥补现有研究短板，为老年数字消费服务提供专业方案。

1.3. 研究意义

1.3.1. 理论意义

将社会工作专业的灵性照顾理论创新性引入老年电商消费研究，突破传统数字服务的工具理性局限，丰富老年社会工作、数字福利领域的理论应用，推动电子商务与社会工作跨学科研究的融合，填补相关领域理论研究空白。

1.3.2. 现实意义

直面老年群体养生保健产品辨别能力不足、易陷消费陷阱的现实痛点，结合社工专业实务提出可落地的介入路径，为社区、社工机构、电商平台提供实践指引，切实保障老年群体消费权益，提升其数字生活质量，助力数字适老化社会建设。

2. 文献综述与核心概念界定

2.1. 文献综述

当前老年数字鸿沟与电商消费研究已形成较为丰富的成果，国内研究多聚焦智能设备使用障碍、平台适老化改造、网络反诈宣传等议题，部分文献关注老年消费风险与代际数字反哺机制[3]。国外研究侧重数字素养与消费权益保护，但与我国电商生态、消费文化适配度有限[4]。整体来看，现有研究仍存在三方面明显不足：一是研究视角偏重技术优化、政策规制等工具理性维度，对老年消费行为背后的健康焦虑、情感孤独、尊严需求等灵性层面动因关注不足，解释力受限；二是对养生保健产品辨别能力缺失这一核心消费痛点的专项研究匮乏，对策多停留在通用技能教学，缺乏精准化、场景化介入方案；三是社会工作专业视角介入薄弱，现有服务多为集中式、一次性教学，未形成“技能赋能 + 情感陪伴 + 灵性支持”的系统化服务体系，难以从根源破解老年人电商消费“易受骗”的困境[5]。本文以灵性照顾理论为核心视角，将老年电商消费困境从“数智技能缺失”的维度上升至“技术赋能与人文关怀失衡”的结构性矛盾，聚焦养生保健产品辨别、风险防范、维权支持等关键场景，构建社会工作介入路径，弥补现有研究在理论深度、专业介入与人文关怀上的短板，为老年数字消费服务提供新的理论支撑与实践范式。

2.2. 核心概念界定

2.2.1. 数智技能

本文所指数智技能，特指老年群体在电商消费全流程中，具备的基础操作、商品信息辨别、支付风险防范、理性消费判断及售后维权的综合能力，是老年群体融入数字消费生活的核心素养。

2.2.2. 技术赋能与关怀缺位

技术赋能即数字技术为老年群体提供便捷消费渠道、丰富消费选择；关怀缺位则指数字服务过程中，忽视老年群体认知特点、情感需求与精神诉求，仅侧重技能灌输，缺乏人文关怀与个性化支持[6]。

2.2.3. 灵性照顾理论

灵性照顾理论是老年社会工作的核心理论之一，聚焦个体生命意义、安全感、健康期盼、尊严感与归属感的需求。对老年群体而言，其灵性需求集中体现为对健康长寿的追求、对情感陪伴的渴望、对安全稳定生活的向往，这也是解读老年电商消费行为的核心理论依据[7] [8]。

3. 理论基础

灵性照顾理论区别于传统社会工作理论，更注重个体精神层面的需求满足，认为老年群体的行为选择，本质是灵性需求的外在表达，这一理论为解读老年电商消费困境提供了全新视角[9]。

一方面，老年群体热衷网购养生保健产品，并非单纯的消费行为，而是对健康、尊严、生命安全感等灵性需求的追求[10]。随着生理机能衰退，老年人对疾病、失能的焦虑加剧，渴望通过养生保健产品维持健康、减少子女负担，虚假广告正是抓住这一灵性需求，以“特效养生”、“延年益寿”等话术精准诱导，导致老年人理性消费能力弱化[11]。

另一方面，老年电商消费困境的核心根源，是灵性需求未被有效回应。现有数字服务多停留在“教操作、防诈骗”的表层，忽视老年人的健康焦虑、情感孤独与被尊重的需求，陷入“重技能、轻关怀”的误区，导致老年群体即便掌握基础操作，仍易面临消费风险，数字鸿沟难以真正弥合[12]。社会工作介入老年电商消费困境，需以灵性照顾理论为核心，在提升老年群体数智技能的同时，回应其深层灵性需求，实现技能赋能与人文关怀的统一，让老年群体有尊严、有安全感地参与数字消费。

4. 老年电商消费中的数智技能现实困境与成因分析

老年群体在电商消费场景中的数智技能短板，既表现为操作、辨别、维权等显性能力困境，也根植于需求、家庭、社会、平台等多重隐性成因，二者相互交织、互为因果，共同构成老年数字消费融入难、风险高的现实难题。

4.1. 现实困境：数智技能缺失引发多重消费障碍

4.1.1. 基础数智操作壁垒突出，技术适配性严重不足

多数老年群体数字接触起步晚，叠加学习记忆能力衰退，难以适配电商平台标准化操作逻辑，核心基础操作障碍突出[13]：无法独立完成账号注册、商品搜索、线上支付等关键步骤，对人脸识别、短信验证、售后退换货等流程存在明显恐惧心理。同时，电商 APP 界面字体过小、操作流程繁琐、弹窗广告泛滥等问题，进一步抬高使用门槛，导致老年群体陷入“想学不会、会用不敢用”的窘境，数字技术赋能消费的便捷性完全无法落地[14]。

4.1.2. 养生保健产品辨别能力匮乏，成为消费核心风险点

这是老年电商消费最突出、最易引发实质损害的困境。电视购物、APP 弹窗、短视频直播中的养生保健产品，常以“包治百病”“低价特惠”等夸张宣传精准诱导，而老年群体因数智素养不足、信息获取渠道单一，完全不具备产品真伪辨别能力[15]：既无法查询生产批号、质检报告、商家资质，也难以区分保健品、普通食品与虚假产品。在健康焦虑驱动下，老年人极易轻信虚假宣传，深陷假冒伪劣产品消费、过度消费陷阱，不仅造成财产损失，更可能直接危害身体健康[16]。

4.1.3. 风险防范与维权能力薄弱，消费权益难以保障

数智技能不足直接导致老年群体消费风险防控和维权能力双重缺失。面对网络诈骗、恶意扣费、虚假消费等新型风险，缺乏提前预判和主动防范意识[2]；遭遇产品质量问题、商家售后推诿时，不熟悉线上维权、投诉举报的具体流程。加之多数老年人因害怕被子女指责，选择隐瞒损失、自认倒霉，最终导致合法消费权益无法得到有效保障。

4.1.4. 人文关怀普遍缺位，灵性需求无法得到回应

情感陪伴与人文关怀缺失是老年电商消费困境的深层诱因。子女代际数字反哺流于形式，缺乏耐心指导和情感沟通；社区数字服务多为集中式、一次性教学，无一对一精细化陪伴服务。老年群体的健康焦虑、孤独感等核心诉求未被关注，在数字消费中缺乏理解与尊重，灵性需求长期得不到回应，反而进一步加剧其对虚假养生产品的心理依赖。

4.2. 成因分析：需求、家庭、社会、平台多维因素叠加

4.2.1. 内在核心动因：灵性需求驱动下理性消费能力弱化

老年群体对健康、安全的灵性需求极为迫切，面对衰老、疾病产生的焦虑感，使其易将养生保健产品等同于“健康保障”。这种强烈的精神层面诉求，直接弱化了理性判断能力，让老年人主动忽视产品真伪、宣传漏洞，成为虚假广告的易感人群，是数智消费困境产生的根本内在原因。

4.2.2. 家庭支撑短板：数智指导与情感陪伴双重不足

社会节奏加快背景下，子女忙于工作，在指导老年父母使用电商服务时缺乏耐心，倾向于包办式操作而非循序渐进的教学，致使老年群体在产品甄别、风险规避等关键能力方面长期缺位；同时家庭陪伴时间严重不足，无法及时关注老年人消费行为和心理状态，家庭本应承担的数字支持、情感陪伴、消费

监督功能全面弱化，让老年人在数字消费中陷入孤立无援的状态。

4.2.3. 社会服务缺陷：重技能教学、轻人文关怀，专业供给缺失

现有社区老年数字服务存在明显短板：内容上仅聚焦电商基础操作，未覆盖养生产品辨别、消费维权等核心需求；模式上固化单一，缺乏个性化、精细化服务，更缺失人文关怀维度。专业力量介入不足，未形成贴合老年群体身心特点的系统化服务体系，无法回应其灵性需求，难以从根源上破解消费困境。

4.2.4. 平台责任缺失：适老化改造滞后，广告监管宽松

电商平台、电视购物频道等主体未履行老年消费保障责任：一方面适老化改造严重滞后，界面设计、客服流程、操作逻辑完全未适配老年群体使用习惯；另一方面为追求流量和经济效益，对养生保健类广告审核宽松，虚假宣传、夸大话术泛滥，主动放大了老年消费风险，成为数智技能困境加剧的重要外部诱因。

5. 社会工作介入老年电商消费困境的实践路径

5.1. 开展灵性陪伴式个案与小组服务

立足灵性照顾理论，以尊重、接纳为原则，开展专业化社工服务。针对高龄、独居、操作困难的老年人，建立一对一社工个案服务，耐心开展电商操作教学，倾听其健康焦虑与消费困惑，给予心理疏导与情感支持，缓解数字使用恐惧。在社区组建银龄消费互助小组，通过情景模拟、案例分享、互助练习等形式，让老年人交流网购经验、辨别技巧，在互动中提升技能，同时搭建社交平台，满足其情感陪伴与归属感需求，重建数字消费中的尊严与掌控感。

5.2. 实施消费安全专项赋能，强化辨别能力

针对养生保健产品辨别痛点，开展精准化消费安全教育。社工可以手绘或借助数智技能制作通俗易懂的《老年网购养生产品辨别指南》，教会老年人“查批号、辨宣传、拒诱导”的实用技巧；联合医护人员、营养师开展科学养生讲座，纠正盲目养生观念，引导理性消费；链接专业讲师，通过真实受骗案例剖析，提升老年人风险防范意识，让其从被动受骗转向主动辨别，从根源降低消费风险。

5.3. 搭建多元陪伴支持网络，弥补关怀缺位

以社会工作者为纽带，整合家庭、社区、志愿者资源，构建常态化支持网络。开展家庭数字反哺指导，引导子女耐心陪伴老年人学习网购技能，主动关注其消费行为；在社区设立老年数字消费帮扶站，配备社工与志愿者，提供日常咨询、操作协助、维权帮扶等一站式服务；培育老年互助志愿者队伍，实现低龄老人帮扶高龄老人，让老年人在消费过程中有人可问、有人能帮。

5.4. 推动环境优化，构建安全消费生态

社工依托专业优势，联动多方推动外部消费环境改善。向电商平台、监管部门提交建议，推动平台优化适老化界面，加强养生保健广告审核，清理虚假宣传信息；呼吁开通老年群体专属维权绿色通道，简化维权流程；联合社区开展老年消费安全宣传活动，倡导全社会关注老年数字消费权益，营造“关爱老人、安全消费”的社会氛围。

6. 结论

老年电商消费困境并非单纯的数智技能不足问题，而是技术赋能与人文关怀严重失衡的集中体现，其核心是老年群体对健康、安全、尊严的灵性需求未被有效回应。老年群体在数智操作、产品辨别、维

权保障等方面的困境，叠加家庭支持不足、社会服务缺位、平台监管宽松等外部因素，最终导致其深陷数字消费风险。

本文以灵性照顾理论为核心，明确社会工作介入的核心逻辑：既要赋能老年群体提升数智技能，更要回应其深层灵性需求，实现技能教学与人文关怀的有机融合。通过个案小组服务、消费安全赋能、多元支持网络搭建、消费环境优化四条路径，构建专业化、有温度的社工介入体系，帮助老年人“学得会、辨得清、不被骗、有尊严”地参与电商消费。

诚然，我们仍需进一步强化社会工作在老年数字服务中的作用，推动技术与关怀同步前行，让老年群体真正跨越数字消费鸿沟，共享数字经济发展成果，实现有品质、有尊严的晚年生活。

参考文献

- [1] 彭可余, 宋月萍. 互联网使用与老年人就业收入: 数字资本的视角[J]. 人口学刊, 2024, 46(4): 67-85.
- [2] 杨孜怡. 老年人健康消费能力提升的金融社会工作介入研究——以村改居老年群体为例[D]: [硕士学位论文]. 青岛: 青岛科技大学, 2021.
- [3] 李春缘, 杨星. 数字包容视角下破解老年“数字鸿沟”的电商平台责任与路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 4208-4214.
- [4] 陈永扬, 卢珊, 张姝宁, 等. 数字代际差异背景下老年人权益保护路径研究[J]. 老龄化研究, 2025, 12(4): 324-330.
- [5] 朱勇. 少子·老龄化背景下的我国机构养老问题研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西南财经大学, 2007.
- [6] 嵇泽胜, 周梅香. 数字技术赋能社区居家养老服务需求与对策研究[J]. 国际公关, 2025(2): 38-40.
- [7] 黄璜. 劳动关系对国有企业工人尊严感的影响研究——以 L 国有企业为例[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南师范大学, 2011.
- [8] 方建移. 积极老龄化进程中的媒体担当——基于老年人需求的时代变迁与老化刻板印象[J]. 汕头大学学报(人文社会科学版), 2020, 36(11): 66-73+95-96.
- [9] 邓滂, 吴新, 谢从华. 生命回顾中的愿望是一种容易被中国宁养患者理解的灵性需求的表达方式[C]//全国癌症康复与姑息医学大会. 2014 第十届全国癌症康复与姑息医学大会论文集. 北京: 中国协和医科大学出版社, 2014: 337-345.
- [10] 程丽楠, 李惠玲, 尚宣, 等. 老年人灵性需求研究范围综述[J]. 护理进修杂志, 2024, 39(11): 1185-1192.
- [11] 沙锋. 基于老年人的智能手环的设计与研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 武汉理工大学, 2015.
- [12] 吴潇, 喻忱. 电信网络诈骗与信任的社会学研究——基于 50 名受骗者的调查[J]. 社会科学前沿, 2023, 12(4): 1594-1601.
- [13] 何梓源. 我国电子商务高速发展背景下的人才供需状况研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海社会科学院, 2013.
- [14] 李玉平. 发电商的持留及默契串谋行为分析[D]: [博士学位论文]. 上海: 上海大学, 2006.
- [15] 李东华, 沈建峰. “签收≠认可货物质量”法院判全额退款[J]. 养生保健指南: 中老年健康(中), 2014(9): 77.
- [16] 倪友好. 论个人信息衍生数据权的法律保护[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 昆明理工大学, 2019.