



## 毕业论文（设计）诚信声明

本人所提交的毕业论文（设计），是在指导教师指导下进行研究工作所取得的成果，所有数据、图片资料均真实可靠。除文中已经注明引用的内容外，本毕业论文（设计）的研究成果不包含任何他人已公开发表或者没有公开发表的作品或成果。对本论文（设计）所涉及的研究工作做出贡献的其他个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律责任由本人承担。

作者签名：尹凯珊

日期：2024年02月04日

## 毕业论文（设计）版权使用授权声明

本人完全了解广东开放大学关于收集、保存、使用毕业论文（设计）的规定，同意如下各项内容：按照学校要求提交论文（设计）的印刷本和电子版本；学校有权保存论文（设计）的印刷本和电子版，并采用影印、缩印、扫描、数字化或其它手段保存论文；学校有权提供目录检索以及提供本毕业论文（设计）全文或者部分的阅览服务，以及出版毕业论文（设计）；学校有权按有关规定向国家有关部门或者机构送交论文的复印件和电子版；在不以赢利为目的的前提下，学校可以适当复制论文的部分或全部内容用于学术活动。

作者签名：尹凯珊

日期：2024年02月

# 广东开放大学本科生毕业论文（设计）开题报告

论文名称	老年电子商务发展策略研究		
教学点	中山开放大学	专业	电子商务
指导教师	陈华清	学生姓名	卢凯珊

## 一、 研究背景及意义（包含选题研究的理论意义、实践价值等）

### （一）研究背景

人口老龄化已经成为我国经济社会发展的常态。老龄化社会在生活方式、消费方式方面都将呈现出转型期的新特征，生育率长期处于极低水平，人口增长接近峰值，老年人口迎来增长高峰，少子化高龄化现象逐步凸显，既带来了一系列新挑战，也蕴藏着发展的新机遇。伴随着中国养老保障制度的不断完善，以及老年人收入水平的不断提高，未来的中国老龄消费市场将面临巨大缺口，老龄消费者使用智能手机网上商品浏览、挑选、在线支付、配送、售后等环节完成网上购物，已成为老年人日常生活的一部分。

老年电子商务区别于传统电子商务，通过对中山老龄人口消费情况的调查分析，根据老年人的消费特点、使用手机上网购物的习惯以及心理特征等，在品牌的建立、老年用户的体验满意度、多渠道拓展、物流配送、夯实数据基础等方面，全力推进老年电子商务发展研究，选择合适的策略，更好地满足广大老年用户消费者需求，提高老年人的生活质量，有效促进经济发展的良性循环。

### （二）研究的实际意义

随着社会老龄化进程的加快，扩大老年电子商务的市场、改善市场。老年人与其他群体相比，更加重视心理满足而不是过多的娱乐项目，通过老年电子商务市场的发展，可以使传统的老年人关怀、照顾和老人的道德思想等方面更健全，更有效保障他们的生活质量，在未来社会，满足老年人精神生活需要的电子商务产品和服务必将在老年市场上占主导。

## 二、 国内外同类研究概况

### 1. 国内老年电子商务群体相关研究

党的十九大报告提出要推动供给侧结构性改革，但伴随人口年龄结构的变迁，

消费结构转型人口老龄化能够从供给和需求两方面分别影响人力资本形成、物质资本深化和收入效应以及价格效应渠道,从而影响消费需求结构[4]。2022年中央经济工作会议和2023年政府工作报告明确提出将“着力扩大国内需求”作为2023年的经济工作的重点,而且“把恢复和扩大消费摆在优先位置”。截至2022年底,我国60岁及以上人口28004万人,占全国人口的19.8%,其中65岁及以上人口20978万人,占全国人口的14.9%”,作为老年人口规模最大的国家,“银发市场”潜力巨大。扩大消费需要重视老年群体[5]。现如今智能技术已经渗透到人们生活的方方面面,居民的衣食住行相较从前都已经发生了天翻地覆的变化,网上预约挂号、使用手机App进行生活缴费、线上购物、储存个人信息、银行转账、出示健康通行码等活动已经成为人们日常生活的常态[1]。老年人的数字素养越来越高,大众仍对老年人持有消极的年龄刻板印象,但事实上并非如此,大部分老年人对网络技术的态度较为积极。老年人并非只是简单的拒绝使用技术,而是会在各种因素的影响下有选择地使用技术[2]。大数据分析可以帮助企业了解用户在不同渠道上的行为和体验,分析老年用户的购买偏好,及时捕捉用户的反馈和意见对产品进行改进和创新,不断优化产品和服务,以提供更好的购物体验[7]。影响用户体验的关键视觉元素是多方面的,它们共同作用于用户的感知过程和决策行为,进而决定了一个电子商务平台的成功与否[8]。确保网站的页面结构清晰,导航良好,并且每个页面都有相关的标题、描述和关键词,以提高用户体验效率[9]。经研究,在京东、淘宝、拼多多这三大平台当中,最受老年人欢迎的是拼多多。根据Mob研究院发布的《2021年银发经济洞察报告》显示,拼多多在银发人群中的渗透率高达65.9%,仅次于微信,而淘宝、京东则分别为54%和35.5%[10]。

## 2. 国外老年电子商务群体相关研究

国外学者对于老年群体使用社交媒体与幸福感之间的相关性方面的研究也应势而起。西姆斯等(Simseta., 2017)使用回归和中介分析证实了老年群体使用社交媒体能够以不同的方式提高幸福感。斯特维奇(Stevicetal., 2021)等人的研究证实了社会情感选择理论可以用于解释智能手机使用为何提高老年群体幸福感[6]。有研究预测,到2035年,美国老龄人口数量将超过儿童,60岁及以上的老年人有望推动北美消费增长45%以上。到2025年,日本老龄人口将超过总人口的30%,银发经济市场规模将达到1.2万亿美元;到2025年,韩国老年人口占比将增至

20%，2030年银发经济市场规模有望增至9000亿元人民币；到2030年，新加坡65岁以上的老年人将占到人口的1/4。在积极应对老龄化危机、减轻养老压力的同时，立足自身产业和资源优势，不断开辟银发经济发展新领域，推动养老产业成为新的经济增长引擎[3]。

表1 部分亚太国家银发经济规模比较

#### 参考文献

[1]常浩然,杨锦茹,武春燕等.基于PEST分析法的老年人数字生活融入对策研究[J].新媒体研究,2022,8(08):69-72.

[2]赵映雪.老年智能手机用户的数字生活研究[D].云南师范大学,2023.

[3]舒燕飞,黄婧.中国与亚太发达国家银发经济比较研究[J].亚太经济,2023(01):91-97.

[4]苗慧.人口老龄化对中国消费结构的异质性影响研究——基于回归数学模型的省级面板数据实证分析[J].中国商论,2024(02):101-104.

[5]贾晗睿,詹鹏.中国老年人口的消费差距及形成原因[J].消费经济,2024,40(01):29-43.

[6]张媛,张盛颖.国外老年群体社交媒体使用研究前沿转向及热点趋势研究[J].全球传媒学刊,2023,10(06):77-93.

[7]贾慧文.大数据分析在电子商务市场调研中的应用[J].中国商界,2024(01):206-207.

[8]陈洁.基于用户体验的电子商务专业《视觉营销设计》课程教学方法研究[J].山西青年,2023(24):105-107.

[9]贾慧文.网络营销策略在电子商务平台上的实施与效果评估[J].上海商业,2023(12):39-41.

[10]智雅.电商平台深耕银发经济[N].中国服饰报,2021-11-05(014).

### 三、 研究内容提纲

#### 1. 研究内容

本论文主要研究老年用户群体在电子商务发展方面的潜力，通过对老年用户进行访谈，获得对老年人在使用电子商务上的一般情况的了解，基于访谈的资料，

初步对老年用户进行分类。过去几年智能手机推动了老年人群在线上使用购物提高，现在的老年人消费观念也在不断变化，由过去的舍不得消费到现在的花钱买健康、花钱买快乐，正在向高水平、高层次和多元化的方向发展。老年电商用户的购买数据呈现出明显颠覆大众传统认知的时尚感，由“顾家”转为“取悦自己”，中国老年人群的消费行为正在重塑生活观及价值观。拟提出的对策是通过在产品品牌的建立，老年用户相比年轻用户更注重品牌的好评程度，注重质量；提升老年用户的体验满意度；通过多渠道拓展，这是电子商务市场竞争的需要，也是未来的发展机遇；利用物流配送的优势，加大竞争力；夯实数据基础等方面考虑策略领域，围绕老年人的需求和喜好进行构建，所呈现的服务应符合老年人特点，并与老年人保持密切沟通。

## 2. 论文提纲

### 一、引言

- (一) 研究背景及意义
- (二) 国内外研究概况

### 二、相关理论概述

- (一) 电子商务的涵义和特点
- (二) 老年用户的概念
- (三) 4C 营销
- (四) PEST 分析法

### 三、中山老年电子商务的现状

- (一) 中山市老年用户概况
- (二) 中山市老年消费群体网购现状

### 四、老年电子商务发展存在的问题

- (一) 老年用户对网络购物信任度低
- (二) 各类电商平台的老年商品不能满足需求
- (三) 老年电商平台建设滞后
- (四) 售后服务不到位
- (五) 老年用户网购技能不足

### 五、发展老年电子商务的建议

- (一) 完善网店质量监控并重视老年用户情感需求
- (二) 各类电商平台优化产品营销策略
- (三) 建立和优化老年电商平台
- (四) 完善售后服务体系
- (五) 社会机构开展老年用户网购知识和技能培训

## 六、结论

## 四、 研究计划

### 1. 研究进度计划

(1) 对老年电子商务用户进行访谈，访谈资料涉及老年用户对网购页面的特定需求；对产品品牌的着重点；用户体验满意度；配送及售后问题，对老年用户进行分类。

(2) 调查老年电子商务用户使用的数据，探讨他们在生活中使用电子商务的需求和痛点，同时结合(1)的访谈数据，尝试构建提升老年电子商务用户的体验和质量解决研究中发现的问题。

### 2. 研究方法

#### (1) 研究工具

在访谈阶段已对老年用户在使用电子商务购物的情况已有基本了解，但还是不够全面，结合访谈资料设计了调查表，对老年用户展开调查，调查表包括对网购页面的特定需求；对产品品牌的着重点；用户体验满意度；配送及售后问题。

#### (2) 研究对象

曾经确定的老龄年龄数据是 60 岁，但 55 岁也被称初老人群，是中年向老年过渡时期的群体，所以本次研究将 55 岁以上的人群纳入调查范围，参加调查人群的平均年龄 66 岁。

## 五、 特色与创新

本论文的创新之处是针对中山老年电子商务的深入研究调查，从调查资料提出新的观点。人口老龄化已是全国面临的社会发展，以中山老年电子商务发展为研究对象，围绕中山老年电子商务发展情况，对产品品牌、用户体验满意度、配送及售后问题的老年电子商务发展状况进行调查研究，掌握相关的技能，深深感受到老年电子商务产业带动区域经济魅力的魅力，感受到老年人对电子商务知识

与特定需求的渴望，通过结合老年电子商务的实际研究，总结出老年电子商务的发展策略，该研究可以算作电子商务领域中一粒种子的萌芽。

指导教师  
意见

指导教师签名： 

2024年02月04日