




面对技术的发展与变革，老年人在消费过程中的安全面临更为巨大的挑战。

#### 4、数字技术发展使老年人消费安全面临巨大挑战

面对技术的发展与变革，老年人在消费过程中的安全面临更为巨大的挑战。随着我国互联网技术的发展，我国老年网民数字迅速上升，特别是在我国消除老年人“数字鸿沟”的政策推动下，数字技术应用适老化得到高度重视，老年人使用数字技术的能力日趋增强，老年人互联网应用日趋普及。2021年末，我国老年人使用互联网的比例达到了43.2%，网民数量达到1.19亿。老年网民购买生活用品比例达到52.1%。<sup>[13]</sup>但老年人互联网消费的素养依然较低，对互联网的了解和理解依然较低，消费安全意识模糊而不确定，对巨大而丰富的互联网信息缺乏主动搜索、甄别意识和能力，对信息的有效性、真实性、准确性往往会产生误判。<sup>[14]</sup>对新科技产品的无条件信任，科技保健品宣传的媒介及图片的迷惑性，以及某些伪科技权威的宣传，也是老年人科技产品受骗的主要影响因素。<sup>[15]</sup>

对于如何促进老年人消费，需要从政府、老年人、企业和社会环境的改善等共同发力。一是政府应完善老年社会保障和健康保障制度，健全社会安全网，使老年人敢消费；同时也要促进老年人产业发展，建立与老年人需求发展相适应的产品和服务供给体系，使得市场能够充分满足老年人多样多层次的消费需求；更要建构安全的消费环境，有效维护老年人消费权益，使得老年人能够放心消费。也要逐步破除老年人被动的消费态度和低消费欲状态，释放老年人消费意愿。

#### 参考文献

[1]成绯绯：《从第四次全国城乡老年人生活状况抽样调查数据看养老服务业发展五大趋势》，<http://gongyi.people.com.cn/n1/2016/1017/c152511-28785395.html>，2023-8-29。

html，2023-8-29。

[2]彭希哲、陈倩：《中国银发经济刍议》，载《社会保障评论》，2022（6）。

[3]乐昕：《老年消费如何成为经济增长的新引擎》，载《探索与争鸣》，2015（7）。

[4]李军、刘生龙：《中国老年人消费支出，需求及消费潜力研究（2018-2050年）》，载党俊武等《中国老龄产业及指标体系研究》，北京：社会科学文献出版社，2021：66页。

[5]王平、余林、朱水容等：《老年消费者决策风格调查研究》，载《西南农业大学学报》（社会科学版），2013（11）。

[6]赵建国，李军：《新生代老年群体“并行社交”的消费提振效应分析》，载《浙江工商大学学报》，2023（3）。

[7]徐晓娜，付岗，温婧：《消费价值观与旅游消费行为的关系研究——以城镇老年群体为例》，载《企业经济》，2023（42）。

[8]王馨玮：《不同养老模式下社交网络对老年人口消费倾向的影响》，载《商业经济研究》，2023（13）。

[9]周阳：《老龄化趋势下老年群体的消费需求变化与产业发展对策研究》，载《山东纺织经济》，2022（1）。

[10]张艳、金晓彤：《中国老龄人口消费行为的制约因素分析》，载《学术交流》，2010（10）。

[11]吴敏、熊鹰：《年龄、时期和队列视角下中国老年消费变迁》，载《人口与经济》，2021（5）。

[12]鲁元珍、孙智蒲：《规范老年消费市场——银发经济兴起，“适老”更要“护老”》，载《光明日报》，2023-04-06（015）。

[13]中国互联网络信息中心：第49次《中国互联网络发展状况统计报告》，<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1725724734936829092&wfr=spider&for=pc>，2023-9-6。

[14]端文慧、赵媛：《老年人信息意识状况与提升对策——以老年人上当受骗为视角》，载《图书馆》，2016（5）。

[15]谢炳君、廖光继、周佳：《老年人对科技保健品信任的影响因素探究》，载《人类工效学》，2016（5）。

#### 作者简介

杨红娟 陕西省社会科学院社会学研究所副研究员，研究方向为社会政策、社会治理、老龄化和老年人消费等