

适老化背景下互联网企业对数字鸿沟的弥合策略浅析

——以拼多多为例

刘泓彬

江西师范大学

DOI:10.12238/ej.v8i4.2516

[摘要] 近年来,我国老龄化社会进程不断加快的同时数字化社会建设也在不断推进,这就使得老年数字鸿沟问题愈发凸显。针对这一社会治理问题,工信部出台适老化改造专项行动,各大互联网企业在专项行动中针对性地为老年群体提供使用便利的同时也暴露了一些问题。因此,本文在结合前人研究成果的前提下,以拼多多为研究案例,具体分析其在适老化改造方面的有关探索并针对存在的问题提出相应建议,以期为互联网企业更好地为老年群体提供服务提供一定的参考。

[关键词] 老年数字鸿沟; 适老化改造; 适老化背景; 互联网企业

中图分类号: TP393.4 **文献标识码:** A

A Brief Analysis of the Strategies of Internet Enterprises to Bridge the Digital Divide in the Context of Age-Friendly—Take Pinduoduo as an example

Hongbin Liu

Jiangxi Normal University

[Abstract] In recent years, while the process of China's aging society has been accelerating, the construction of a digital society has also been advancing, which has made the issue of the digital divide among the elderly more prominent. In response to this social governance issue, the Ministry of Industry and Information Technology has launched a special campaign for the renovation of elderly-friendly facilities, and major Internet enterprises have provided targeted convenience for the elderly group in the special renovation campaign. At the same time, some problems have been exposed. Therefore, based on the previous research results, this paper takes Pinduoduo as the research case, analyzes its exploration in the field of elderly-friendly renovation in detail, and puts forward corresponding suggestions to address the existing problems, in order to provide some reference for Internet enterprises to better serve the elderly group.

[Key words] elderly digital divide; age-friendly renovation; age-friendly background; Internet enterprises

引言

据国家卫生健康委发布数据显示,“十四五”期间我国将步入中度老龄化社会,2035年左右将进入重度老龄化社会,未来我国的老年人口还将持续增长,并将在2050年前后达到峰值,增加到3.66亿,占届时世界老年人口总数的24%左右。无论是中国国内权威机构的数据预测,还是国际相关机构的推演,无数数据都指向了一个不可避免也不可否认的事实——中国的老龄化进程不断加快,中国的未来将更加老态。银发经济规模不断扩大,对国民经济的带动作用不断凸显的同时,移动化技术进一步深度普及,权威机构数据显示,2022年8月,银发用户月人均使用时长121.6小时,同比增长8.6%,月活跃用户规模达2.97亿,同比增长

12.5%,两项指标增速明显高于全网平均水平,已然成为互联网网民增长主阵地。随着智能手机和移动支付在老年群体间的普及,站在数字背景下从各个方面对银发经济进行细致划分和研究,推动数字经济更好地与银发经济深度融合,具有重要的现实意义^[1]。

置身于老龄化与数字化社会的双重背景下,我党和政府高度重视数字信息技术的健康全面发展,旨在积极建立以科技为支撑的老龄社会治理体系^[2]。然而,信息技术在人口老龄化背景下的深入发展在为老年人带来新的生活体验的同时也带来了新的社会治理难题——老年数字鸿沟。数字化服务逐步便利老年人的日常生产生活的方式的同时,也不可避免地加剧了老年人群

体的数字鸿沟治理难题,或轻或重地让深陷数字鸿沟之中的该部分群体在数字信息化进程不可阻挡的背景下被迫丢失了部分社会参与权利^[3]。

为了帮助老年群体更好地与数字社会接轨,更好地帮助老年群体跨越“数字鸿沟”,享受数字化发展的便利,2020年末,工信部出台文件指导并推进互联网应用适老化改造专项行动,淘宝、京东、拼多多以及闲鱼等电商平台因其具有足不出户、种类齐全、配送到家等多重便利,获得中老年群体的青睐,多款购物APP位列改造专项改造行列之中,是网络应用软件适老化改造的重要构成部分之一。在此项改造活动结束后的2021年10月份,“可及测评”联合“凤家测评”,通过线下访谈和线上问卷相结合的方式,对工信部点名的43个APP进行了深度测评,测评结果显示拼多多得到了4星的最高评级,与微信、支付宝、铁路12306一同位列榜首,适老化改造效果优于淘宝、京东和闲鱼三个同行业电商平台。

1 文献综述

1.1 老年数字鸿沟

数字鸿沟(Digital Divide)概念最初由马克尔基金会主席劳埃德·莫里塞特于2000年左右提出,用以描述由于不同社会经济群体之间获取技术资源的差异所形成的一道横亘于信息富人与信息穷人之间的认知鸿沟^[4]。老年“数字鸿沟”是数字鸿沟领域的重要分支,是数字鸿沟的三个层级在年龄维度的体现,即老年群体与年轻群体在信息资源获取、数字产品及服务的使用上的差距,以及由此造成的知识获取能力上的差距,是一种综合性差距的体现。老年“数字鸿沟”产生原因在于老年群体在基础数字硬件设施的可及性上、使用公共服务数字化技术的水平、数字化信息内容的获取、数字技术的使用兴趣,相较于其他年龄群体而言存在较大的差距。陆杰华和韦晓丹(2021)从本质上指出,老年数字鸿沟来源于人口年龄结构变化与经济社会发展不协调所产生的发展问题,以及为满足规模迅速扩大的老年群体特别是高龄群体适应技术变革、参与和融入社会的需求而形成的人道主义问题^[2]。

1.2 适老化改造对老年数字鸿沟的弥合

对现有文献的研究中发现,通过适老化改造弥合银发群体“数字鸿沟”大致可从以下三个方面入手,一是适老性考虑;二是持续性经营;三是志愿性帮扶。

1.2.1 适老性考虑。多元化、个性化和智能化的老年需求迫使企业要想在“银发市场”中占据强有力的竞争地位,就必须主动迎合与时俱进的老年需求变化。无论是他人代为切换还是教学培训,都能够轻易帮助老年人接入更简单易用的“老年模式”或“大字模式”。“老年模式”的适老化改进以简洁的界面、简单易学的操作和无广告干扰的设置,为银发群体提供了更多的数字接触可能性,赢得了许多老年群体的钟爱^[5]。但是研究发现,研发的“老年模式”用户人群并非全部是老年群体,因其简洁的界面和无广告干扰为一部分年轻人所青睐。此例证明“老年模式”的存在一定程度上造成了标准版用户的流失,与其删减

应用部分功能以此来弱化适老版本的适用范围,不如改进优化适老版推荐内容及相应算法逻辑,让其推荐内容和算法逻辑与老年用户的消费行为习惯更融洽地匹配结合^[6]。

1.2.2 持续性经营。企业作为以获取利润为目的的社会经济组织,在保证能够持续经营的前提下,才能不断地为市场提供产品和服务。所以,许多企业在开发适老版模式时,也在尝试利用老年群体产生的经济收入在一定范围上覆盖适老化版本的开发支出,例如,抖音推出的“兴趣电商”模式。除了电商领域外,有学者指出,挖掘其他利润增长点或将开辟银发经济市场的新蓝海,经营付费视频内容、建造知识付费也是弥补适老化版本盈利挖掘不足的经营策略之一^[7]。

1.2.3 志愿性帮扶。相比于适老化考虑和持续性经营两方面,志愿性帮扶更像是一个解构“数字鸿沟”的辅助性手段。虽然在政策的引导下,不少地区开办了老年人智能媒介学习班,专门针对老年人开展怎样使用智能手机、社交媒介的教学^[8]。但是长久的实践来看,包括政府在内的非盈利公共服务机构等对老年群体的使用需求和电子能力评估不够科学客观,错误估计了老年群体互联网设备终端的持有率和互联网应用的操作能力^[9],对老年群体“数字鸿沟”的弥合效果并不明显。

2 拼多多弥合老年“数字鸿沟”的有关探索

拼多多对老年“数字鸿沟”的弥合探索开始于企业创立之初,在淘宝、京东两大电商平台占据绝大部分市场份额的市场背景下,拼多多向农村地区寻求出路。而农村地区作为老年群体大量聚集的区域,企业要想开拓该市场,必须针对老年人普遍存在的消费特点与消费习惯在软件设计过程中体现相关考量。于是拼多多软件在设计之初便将适老化理念融入了进去,与当时瓜分了网购市场的淘宝、京东两大平台不同的是,拼多多采取更为简洁的软件界面设计,色调上采用对比强烈的红白配色的同时将主要呈现空间聚焦于商品本身,并且将操作流程安置在显眼红色模块中,以达到无需教学老年群体就能在一定程度上完成初次购买行为,对于老年消费群体也兼有简化操作流程的作用。同时,拼多多与行业内其他电商平台最为显著的差异在于拼多多支持微信支付的快捷支付方式,省略了绑定银行卡才能使用购物软件这一对于老年群体十分不友好的前置使用条件,这样的人性化考虑对于电子技能缺失的老年群体而言无疑十分便捷。

在适老化及无障碍改造专项行动开展后,拼多多进一步优化操作界面,推出专为老年人设计的“长辈模式”。该模式以“字体放大、页面清晰;功能极简、操作便捷;专属服务、购物省心”为设计初衷,专为深陷数字鸿沟的老年群体设计,旨在通过进一步地优化适老化设计理念在软件界面、操作等方面的具体表现,以为老年群体提供更为省心便捷的使用体验。拼多多的“长辈模式”与普通版相比,长辈版放大了页面字体字号,较好地适应了老年群体因年龄增长产生的视力衰退情况;搜索栏毗邻区域的显示页面删减了包括现金大富翁、免费领水果、签到、天天领现金等在内的无关购物板块,底部分区仅保留首页、聊天以及个人中心三个部分,删除了多多视频、9块9特卖两个不常用

部分,使得整体界面简洁明了;尤其是打开软件后映入眼帘的最为繁杂的首页功能部分,拼多多对其进行的改造最为细致,具体表现在删减了活动弹窗提醒、商品广告推送、小游戏部分,仅保留商品大类导航、多多买菜、百亿补贴以及商品详情四个板块,使老年人使用软件时的常用功能一目了然;操作方面长辈版仅突出商品购买以及支付选择两个流程,在使用层面较好地弥合了老年人因电子技能缺失而产生的操作上的困难。

3 拼多多适老化存在的问题及改进意见

3.1 存在问题

拼多多在适老化改造中主要还存在两方面的问题:一是适老版内容逻辑未与老年目标群体充分匹配;二是未充分挖掘适老模式对企业持续经营能力的助推作用。

3.1.1 适老版内容逻辑未与老年目标群体充分匹配。拼多多研发的“长辈模式”用户人群同样并非全部是老年群体,因其简洁的界面和无弹窗广告干扰为一部分年轻人所青睐,即造成标准版用户的流失,这也充分说明拼多多适老版内容逻辑未与老年目标群体充分匹配,反而与标准版用户需求存在重合。换言之,适老版的内容只局限于简单的字体变大、页面变简洁、去除弹窗广告等优化措施,仍不足以为老年群体打造适配的使用体验,还应从商品的推荐内容以及算法逻辑方面入手,进一步区分老年群体与其他消费群体,在商品的推荐内容以及算法逻辑上需针对老年人的消费特点以及消费习惯作出进一步适配。

3.1.2 未充分挖掘适老模式对企业持续经营能力的助推作用。在主流消费群体消费潜力被多方激烈竞争的情况下,拼多多作为率先挖掘老年人消费潜力、领跑银发经济布局的企业却没有与其他电商平台在此方面拉开明显差距,其企业利润来源依旧源于主流消费群体,在老年群体方面未体现出明显增长趋势。而在主流消费群体消费潜力被多方激烈竞争的环境下,充分挖掘老年群体市场的消费潜力或许将成为提高企业的持续经营能力的另一突破口,以至于进一步提升电商企业在未来迎接老龄化浪潮的应对能力。

3.2 改进意见

3.2.1 深入优化适老版内容逻辑,适配老年人消费特点。在商品的推荐内容上,应将适老版与标准版的内容作出明显区分,如加入老年人普遍购买的诸如保健品以及养生产品等商品类别、针对性地对活跃老年用户发放调查问卷以改进相关适老化内容等。在算法逻辑上,现行的拼多多算法推荐逻辑,标准版和适老版皆为相同的算法逻辑,并无明显不同,都是根据消费频次及常看内容推荐商品。此逻辑大体能够满足老年人的消费需求,但是对于老年人的补偿性消费特点以及利他性消费特点的满足未能从长辈版得到明显体现。补偿性消费特点主要体现在对年轻时未曾拥有的事物与未体验的服务方面的消费支出,利他性消费特点主要是指老年群体常有为子孙后代或者配偶进行消费代支出的行为,这两个消费特点明显有别于群体消费群体的消费需求,应将这两个明显区别于标准版用户的消费特点纳入算

法逻辑的改进考虑,进一步增强老年群体的长辈版的购物体验。

3.2.2 充分挖掘适老模式潜力,助推企业持续经营能力提高。在适老化版本简洁便捷的用户使用要求与企业业绩增长的企业经营要求的矛盾下,企业不得不迎合适老化改造的需要删减活动弹窗提醒、商品广告推送等常规促进盈利的相关内容,这就导致了对企业而言,适老化版本或多或少地降低了企业盈利能力,不利于企业持续经营能力的提高。因此,拼多多需要在保证适老版软件满足老年用户使用需要的同时,开发适用于老年群体的盈利新内容。一方面,基于老年群体沟通分享广泛的消费特点以及拼多多社交电商属性,开发出用于吸引老年群体在购物之外的交流板块具有一定的必要性,充分利用该板块提高老年群体的客户忠诚度,进而助推企业持续经营能力的提高。另一方面,随着老年群体越来越受到社会关注以及该群体不断涌现的新型消费倾向,拼多多应充分利用其算法优势建立分析预测模型,在此类消费倾向显现时快速反应,领先竞争者提前挖掘该方面释放的消费潜力。

4 结语

在可预见的未来,银发经济必将成为新的经济浪潮,而率先布局该部分市场的企业将会为企业的发展注入新的活力。而互联网企业应凭借其行业优势尽可能地将老年人纳入目标群体,并根据其消费特点制定更加适配的消费内容和逻辑,充分挖掘适老化背景下的银发经济潜力,助推企业长远发展。

[参考文献]

- [1]张佳敏.数字经济与银发经济融合发展的前景[J].今日财富,2023(12):5-7.
- [2]陆杰华,韦晓丹.老年数字鸿沟治理的分析框架、理念及其路径选择——基于数字鸿沟与知沟理论视角[J].人口研究,2021,45(03):17-30.
- [3]陆杰华,郭芳慈.数字时代弥合老年人数字鸿沟[J].北京观察,2021(4):14-15.
- [4]Roblyer,M.D. Integrating educational technology into teaching[M].Columbus,OH: Merrill Prentice Hall,2003:191.
- [5]金文恺,王嘉婧.互联网惠老建设探析——撬动“银发经济”的内容生产逻辑[J].青年记者,2020(06):48-50.
- [6]蔡沛言,蔡悦.老年数字鸿沟的媒介解法——以抖音适老化为例[J].北京文化创意,2023,(03):77-82.
- [7]乔睿.适老化背景下网络音频对数字鸿沟的弥合机制——基于双向融入视角[J].中国出版,2022(07):32-36.
- [8]丛丽颖.银发经济发展对老年群体数字鸿沟的影响[J].中国新通信,2020,22(24):135-136.
- [9]杨斌,金栋昌.老年数字鸿沟:表现形式、动因探寻及弥合路径[J].中州学刊,2021(12):74-80.

作者简介:

刘泓彬(2000--),男,汉族,江西安远人,江西师范大学在读研究生,研究方向:企业战略管理。