

老年群体网络普及率不足四成，但“上网冲浪”

日均上网时长超4小时

60岁及以上老年群体网络普及率仅为38.6%

据中国互联网络信息中心(CNNIC)今年2月发布的第47次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年12月，我国网民规模达9.89亿，手机网民规模达9.86亿，互联网普及率达70.4%，其中60岁及以上老年群体的网络普及率仅为38.6%。而今年5月公布的第七次全国人口普查数据显示，60岁及以上人口为2.64亿。也就是说，仍有近1.6亿的老年人，尚待走上网络时代的“高速路”。

据《中国互联网络发展状况统计报告》显示，非网民认为不上网带来的各类生活不便中，由于没有“健康码”而无法进出一些公共场所位列首位，占非网民的27.2%；其次是无法现金支付，占非网民比例的25.8%；买不到票、挂不上号占非网民比例的24.9%；线下服务网点减少导致办事难、无法及时获取信息的比例分别为24.6%和22.9%。

与此同时，随着城镇化进程的加快，空巢老人规模不断扩大。全国老龄办披露，2020年空巢老人达到1.18亿，预计至2030年空巢老人将超过2亿。艾媒咨询分析师在报告中指出：对于空巢老人而言，买药、做饭甚至外出等日常生活问题，都需要有专人代劳。因此，老年群体的基础生活服务问题亟待解决。生活服务类App或程序，或许能满足其所需。

界面简洁+明确引导 成中老年网民主要诉求

国务院办公厅2020年印发的《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》，聚焦老年人日常生活涉及的出行、就医、消费、文娱、办事等七类高频事项和服务场景，坚持传统服务方式与智能化服务创新并行，细化了面向老年人的各项服务措施。

工信部亦于2021年1月起将在全国范围内开展为期一年的“互联网应用适老化及无障碍改造专项行动”，首批完成与老年人等群体工作生活密切相关的115个公共服务类网站和43个手机App适老化及无障碍改造。

据报告中针对“中老年群体App使用的主要诉求”的调研结果显示，界面更简洁、有明确的引导、少一些广告是中老年群体在使用App时的主要诉求。根据这些诉求，以微信为代表的社交通讯类App，进行默认字体放大，并添加了功能指引；以抖音为代表的娱乐资讯类App，通过线下沟通会优化产品；以美团为代表的生活服务类App/小程序，增加了语音点外卖、线下门票预订关怀版专区等功能；以京东为代表的购物类网站，在今年618期间，上线了专门为老年用户量身定制的“长辈模式”，令退换货的操作都变得更方便。

但在升级改造的过程中还是会有问题出现，比如某些App的“老年版”只会在首页字体变大，一旦点击应用进入二级页面，字体大小还会恢复到常规模式。更多的App，除了在视觉上用字体放大功能来解决中老年群体的阅读障碍外，还需在使用界面简洁和明确引导方面进行更深层次的适老化升级。

此外，上海、广东、浙江、江苏等多地也通过开展老年人智能技术日常应用普及行动、组织举办知识讲座和培训指导、提供他人代办服务等方式，便捷老年群体，弥合“数字鸿沟”。

“全面数字化给老年群体的网络使用带来了更多挑战，需要政府、企业、社会组织一起建立一个具有包容性、能够产生多方数字信任、充分保护公民隐私权的数字社会。特别是随着老龄化程度的不断加深，中老年群体如何能用、易用App成为挑战，也是社会各界最关心的问题。”艾媒咨询分析师表示，App等网络应用的适老化升级，对协助中老年群体实现有品质、有尊严的数字化生存至关重要，在这方面仍需持续加码。

网络缴费、移动支付、扫码点餐、远程教学、掌上医疗……在衣食住行都离不开网络的现代社会，自2020年以来更因新冠肺炎疫情在加速推进发展：不能出门的日子里要靠在线接龙或本地生活服务平台下单买菜，能出门的日子里要用打开小程序出示实时的健康码——非网民群体无法接入互联网，除了无法充分享受智能化的服务体验，还可能影响日常生活基本需求。从年龄分布看，60岁及以上老年群体是非网民的主要群体。截至2020年12月，我国60岁及以上非网民群体占非网民总体的比例为46.0%。

即便已经有部分老年群体出于娱乐或消遣的需求，开始主动学习使用微信、美团、抖音、百度等App，但在艾媒咨询发布的《2021年中老年群体触网行为研究报告》(下称“报告”)显示，60.7%的老年群体在使用App时面临不会使用、字体看不清、无法求助、不会安装升级等现实困难。App等网络应用的适老化升级，仍待进一步完善。

中国互联网上活跃着约1.1亿银发族

截至2020年12月
我国网民规模达9.89亿人
手机网民规模达9.86亿人



相较于全国总体网络普及率的70.4%仍有差距

学电脑/上网成为逾四成老年群体的主要社交娱乐方式

2020年老年群体主要社交娱乐方式

