

# “颐养社区”养老小程序的推广策略

王艺 田玲\* 张家瑞 吴婉琪

北京联合大学 管理学院, 中国·北京 100101

**摘要:** 随着老龄化现象的加剧和科学技术的不断进步, 我国的养老体系也在不断朝着智能化迈进。然而, 在养老服务方面存在服务需求多样、老年人面临数字鸿沟、代际互动浮于表面等一系列挑战难题。本项目组设计了以“代际共生”为理念的“颐养社区”养老小程序, 借首创代际反哺模型, 打造可复制的“校社协同”养老生态, 推动实现“技术赋能+代际共融”的社区范式。本文主要介绍了该养老小程序的基本设计及推广策略, 希望解决现存养老体系的问题, 促进老年友好型社区的构建, 加强社区活力建设, 助力国家老龄化战略落地。

**关键词:** 人口老龄化; 代际共生; 推广策略

## Marketing Strategy of the "Yiyang Community" Elderly Care Mini Program

Wang Yi, Tian Ling\*, Zhang Jiarui, Wu Wanqi

Beijing Union University School of Management, China Beijing 100101

**Abstract:** With the aggravation of aging and the continuous progress of science and technology, China's elderly care system is constantly moving towards intelligence. However, there are a series of challenges in elderly care services, such as diverse service demands, the elderly facing the digital divide, and superficial intergenerational interactions. Our team designed the "Yiyang Community" elderly care mini program based on the concept of "intergenerational symbiosis". By pioneering the intergenerational reverse model, we aim to create a replicable "school-community collaboration" elderly care ecosystem and promote the "technology empowerment + intergenerational integration" community model. This paper mainly introduces the basic design and marketing strategy of the elderly care mini program, hoping to solve the existing problems in the elderly care system, promote the construction of elderly-friendly communities, strengthen community vitality, and help the national aging strategy to be implemented.

**Keywords:** Aging population; Intergenerational coexistence; Promotion strategies

## 0 引言

人口老龄化已成为我国社会发展进程中不可避免的重要课题。自新中国成立以来, 1947-1957年、1962-1970年两个人口净增长高峰期出生的群体, 如今正大规模步入老年阶段, 使得养老服务的需求呈现出多样化、多层次的爆发式增长。与此同时, 数字化浪潮的席卷虽推动了社会进步, 却也让更多老年人陷入“数字鸿沟”的困境, 而代际之间互动浮于表面、情感连接弱化等问题, 更让养老服务面临多重挑战。如何让老年人跨越技术壁垒、享受有尊严有质量的晚年生活, 如何构建代际良性互动的和谐生态, 成为新时代赋予社会的重要使命。

党的二十大以来, 国家高度重视老龄事业发展, 提出构建“居家为基础、社区为依托、机构为补充、医养相结合”的养老服务体系, 强调要强化代际支持, 促进代际共融。从中央财政持续加大养老服务投入, 到地方政府积极

探索智慧养老新模式, 政策红利的持续释放为养老事业发展奠定了坚实基础。社会各界也逐渐意识到, 养老不仅是物质保障的供给, 更需要精神层面的关怀与代际之间的情感共鸣, “代际共生”理念应运而生, 成为破解养老难题、构建老年友好型社会的关键路径。

在传统养老模式中, 子女因生活节奏加快、陪伴时间有限, 难以充分满足老年人的精神需求; 而社区服务往往存在同质化严重、供需匹配度低等问题, 高知老年群体的文化需求、空巢老人的情感需求等难以得到精准回应。代际之间的互动多停留在简单的物质帮扶, 知识传递、情感交流、价值共创的深度融合严重不足。与此同时, 青年群体拥有充沛的活力、先进的技术能力和创新思维, 却缺乏有效的渠道将自身优势转化为养老服务的实际动能, 导致代际资源未能实现高效流转。

大数据时代的到来为打破这一僵局提供了新的可能。

互联网技术、智能算法、适老化设计等的不断成熟,让构建精准化、个性化的养老服务平台成为现实。基于“代际共生”理念打造的适老化服务载体,能够搭建起青年与老年人之间的沟通桥梁,实现需求与供给的精准对接、知识与经验的双向流动、情感与价值的深度共鸣。

在此背景下,探索以适老化平台为支撑的“代际共生”养老模式,不仅是响应国家老龄化战略的必然要求,更是满足老年人多元化需求、强化代际情感连接、构建和谐社会的现实需要。

## 1 推广环境分析

### 1.1 主要目标人群定位

根据用户调研结果分析,项目组发现,独居老人和需要他人协助生活的老人使用“颐养社区”养老小程序的意愿最为强烈,高龄照护需求突出使得他们更加愿意付费体验小程序开展的业务。

还有其他部分人群对“颐养社区”养老小程序比较感兴趣,尤以在校学生和兼职群体表现最为明显。

#### 1.1.1 独居老人

独居老人长期单独居住且事实身边无赡养人或扶养人,遇到生活问题无法解决或解决较为困难。通过使用“颐养社区”养老小程序,能够及时解决自己的需求。

#### 1.1.2 高龄失能老人

对于高龄失能老人而言,日常生活中的安全保证和生活需求的及时响应是重中之重。“颐养社区”养老小程序的助老订单和需求分级功能为如高龄失能老人等需要他人协助生活的老年人群体提供了求助的便捷渠道。

#### 1.1.3 高校学生

随着我国高等教育的普及,高校学生数量在各城市总人口的占比逐年上升。高校学生相对于其他青年人和中年人来说,时间更加自由,更加热心,更加愿意参与志愿活动。

#### 1.1.4 兼职群体

兼职群体大多不能进行全天的工作但又需要赚取薪资以补贴家用。“颐养社区”养老小程序的助老订单功能为兼职群体提供了能够赚取薪资且不需全天工作的工作方式。

### 1.2 SWOT 分析

#### 1.2.1 竞争优势(S)

(1) 代际共生模式创新,精准破解核心痛点。首创“三级火箭”代际反哺模型,实现从基础服务到知识交换再到价值共生的升级,小程序三大核心功能(助老订单、自助社区、子女协同)形成供需对接闭环,打破传统养老服

务单向供给逻辑,有效解决代际服务浅层化问题。

(2) 适老化设计全面,降低使用门槛。采用“三防设计”(防误触、防迷失、防诈骗),结合方言识别、语音交互、大字体高对比度界面等适老化技术,搭配“康康熊猫”IP形象增强亲和力,同时支持亲属远程关联账号,缓解老年人技术焦虑,显著提升老年用户接受度和使用体验。

(3) 资源整合能力突出,构建可持续生态。创新“社区+校社联建”模式,整合高校智力资源、学生志愿力量、企业资源及社区服务资源,形成多方协同的养老生态。

#### 1.2.2 竞争劣势(W)

(1) 区域适配性挑战,复制推广需调整。项目初期基于高校社区场景打造,其资源禀赋(如高校智力资源、学生志愿者储备)具有特殊性,向非高校社区推广时,需重新整合本地资源,调整运营模式,适配成本较高。

(2) 用户习惯培养周期长。部分老年用户对智能设备存在抵触心理,且受传统养老服务模式影响,需要通过长期线下指导和活动渗透培养使用习惯。

#### 1.2.3 市场机会(O)

(1) 老龄化加剧,养老需求多元化。我国老年人口基数大、增长快,高龄化、空巢化趋势明显,老年人在生活照料、健康管理、文化娱乐、情感陪伴等方面的需求日益多样化,传统养老服务难以满足,为智慧养老产品提供广阔市场空间。

(2) 政策大力支持,发展环境优越。国家持续推进积极应对人口老龄化战略,出台多项政策支持智慧养老、社区养老发展,鼓励社会力量参与养老服务。

(3) 数字养老意识提升,市场接受度提高。随着数字化进程加快,老年人对智能服务的接受度逐步提升,同时子女对父母养老的关注度提高,对远程健康监测、便捷服务对接等功能的需求迫切,为小程序推广创造了良好的市场氛围。

(4) 尊老敬老的传统意识。“百善孝为先”,随着人们生活水平的发展,老年人的现实需求越来越得到重视,越来越多的人开始关心老年人的日常生活,小程序能够充分满足老年人的个性化需求。

#### 1.2.4 外部威胁(T)

(1) 市场竞争日趋激烈。智慧养老市场不断升温,各类养老APP、小程序及智能设备纷纷涌现,部分产品已积累一定用户基础和品牌知名度,项目面临较大的市场切入压力。

(2) 政策执行与调整风险。养老政策可能根据社会发

展情况进行调整，不同地区政策落实力度存在差异，也可能制约项目在部分区域的推广。

(3) 数据安全与隐私保护压力。小程序涉及老年人健康数据、个人信息等敏感内容，若出现数据泄露等问题，将重影响项目声誉和用户信任。

## 2 推广策略

针对上述分析，制定了推广策略，并积极实施，取得了一定的成果。

### 2.1 线上策略

目前，微信、微博等已经成为在人群中覆盖率极高的网络工具，在微信和微博上传播，操作简单，效果显著。

本项目组在微信、微博等公开平台发布调查问卷，深度调研目标用户对小程序的需求。



#### 2.1.1 微博推广

微博作为集社交、资讯与娱乐于一体的开放平台，凭借其“一对多”的裂变式传播特性，已成为传统文化数字化推广的重要阵地。截至 2023 年，微博月活跃用户达 5.86 亿，泛文化领域话题年阅读量超 1200 亿次。依托此基数，“颐养社区”养老小程序可通过微博推广快速积累种子用户，提高微博用户对智慧养老的关注，参与到相关活动中来。

#### 2.1.2 公益推广

公益养老作为积极应对人口老龄化的重要实践，在智慧社会建设中愈发凸显价值，随着人们对老年群体生活质量与精神需求的关注度不断提升，“颐养社区”小程序公益推广活动的目的如下：

(1) 通过适老化小程序搭建互助平台，切实破解老年人数字鸿沟、服务需求匹配难等问题，让老年群体便捷享受生活帮扶、健康监测、邻里互动等服务，在技术赋能中感受晚年温暖。

(2) 深化代际反哺与社区共生，鼓励青年学生、亲属及邻里参与养老服务，既让老年人获得个性化帮扶与情感陪伴，也推动知识经验双向流动，丰富文化养老场景。

(3) 响应国家“积极老龄化”“智慧养老”战略，落实普惠养老政策，搭建“校社协同”养老生态，为高校社区养老提供可复制方案，助力构建老年友好型社会。

### 2.2 校园推广

校园是践行社会责任、传递敬老爱老理念的核心场域，针对大学生群体创新能力强、公益热情高、实践需求迫切的特点，通过“线上联动+线下落地+课程融合”三维推广，既能为“颐养社区”小程序注入青年活力，又能以高校老年夜校为纽带，搭建代际互助桥梁，让智慧养老理念扎根校园、辐射社区，为“校社共建”养老生态培育核心力量。

#### 2.2.1 校园推广几大优势

(1) 需求精准契合。实践需求：小程序“助老订单”“技能互换”模块，可直接对接大学生社会实践、志愿服务学分要求，学生通过接单服务、参与适老化优化，轻松完成实践任务。

课程适配：高校开设的老年夜校，可将小程序操作、智慧养老知识纳入教学内容，学生既是授课者（教老年人使用小程序），也是实践者（协助夜校开展文化、科技类课程），实现“教学相长”。

(2) 传播高效裂变。圈层传播：大学生社交网络密集，通过“志愿时长兑换”“保研加分倾斜”“优秀服务者评选”等激励，可快速形成“社团-班级-学院-全校”的传播链条，带动学生及家属注册使用。

内容共创：鼓励学生围绕小程序功能、老年夜校活动拍摄 vlog、设计宣传海报，通过校园公众号、抖音话题 # 康康熊猫助老记 # 扩散，提升小程序品牌认知度。

(3) 价值多元共生。教育价值：将智慧养老纳入“社区养老微专业”“老年心理学”等课程，结合老年夜校实践，培养学生的社会责任感与专业服务能力。

社会价值：学生参与小程序推广与夜校服务，既能帮助老年人跨越数字鸿沟，又能深化代际情感联结，让“代际反哺”理念在校园落地生根。

#### 2.2.2 推广形式示例

(1) 线下深度融合。夜校共建：高校联合社区开设老年夜校，设置“智能设备使用”“小程序操作实战”“文化兴趣拓展”等课程，学生志愿者担任授课助手，现场指导老年人注册小程序、发布需求，同步协助夜校课程签到、活动组织。

校园体验日：在校园广场设置“颐养社区助老体验区”，模拟老年需求场景（如语音发布就医陪同需求、子

女远程绑定账号),邀请学生沉浸式体验小程序功能,完成体验可兑换志愿积分。

社团联动:联合公益类社团(如“夕阳红助老团”)、计算机类社团,开展“小程序适老化优化挑战赛”,学生团队针对老年夜校学员反馈,优化小程序界面、新增夜校课程报名功能,优秀方案可落地应用。

(2)线上联动赋能。话题互动:发起#我的夜校助老日记#线上活动,鼓励参与老年夜校服务的学生,分享使用小程序协助老人的故事,点赞量前10名可获“康康熊猫”定制周边与志愿时长加成。

资源支持:为高校老年夜校免费开通小程序“教育专属版”,提供课程报名、学员管理、需求收集等功能模块,方便夜校统筹教学与服务,同步生成服务数据供学校存档。

直播推广:邀请社区退休教授、老年夜校学员走进校园直播间,与学生共同分享小程序使用体验、夜校学习收获,直播中嵌入小程序注册二维码,引导实时注册。

## 2.3 线下社区推广

### 2.3.1 社区选择

项目组会选择人流集中,住户较多的小区、社区内老年人口较多的社区来进行推广,例如,北师大社区。这样的小区人口基数大,人员复杂,拥有不同的人群层次,更加适合项目的推广。

### 2.3.2 居委会沟通

进入社区前,项目组和小区居委会提前做好充分沟通,联系居委会询问活动是否能开展,把握好尺度,确保活动能够按部就班的开展。

### 2.3.3 选定时间

工作日下午或周末,这段时间中老年人在公园带着孩子在公园玩耍或者相互聊天,外出老年人较多相对来说比较集中。

### 2.3.4 网格化地推覆盖

固定点位宣传:在社区出入口、老年活动中心、养老服务驿站设置“康康熊猫小站”,配置志愿者现场演示小程序功能,提供“一对一”注册指导;发放印有小程序二维码的适老化操作手册(大字体+图示),附带“首次使用赠送10积分”福利。

入户走访触达:联合社区网格员、物业人员,对空巢老人、高龄老人进行入户推广,现场帮助注册并绑定子女账号;为行动不便老人张贴“一键呼叫贴纸”(扫码直达助老订单页面)。

### 2.3.5 活动嫁接与功能渗透

融入社区常态化活动:在每月“智享生活日”设置小程序体验专区,开展“手机小课堂”(教老人使用语音下单、自助社区发帖);结合“消防安全VR实训”“反诈知识擂台赛”,通过小程序报名可获额外积分。

打造IP记忆点:定制“康康熊猫”周边(钥匙扣、购物袋、老年手机支架),仅通过小程序积分兑换,强化视觉识别;在社区适老化网约车站点、健康驿站张贴IP形象海报,标注“扫码下载,康康陪你”。

### 2.3.6 高校-社区-商户联动推广

(1)学生志愿者动员。课堂嵌入与社团合作:在“社区养老微专业”“老年心理学”等课程中加入小程序实践环节,组织学生团队到社区开展推广。

校园地推活动:在食堂、图书馆前设置“助老体验角”,学生现场演示小程序助老订单流程,邀请同学模拟发布/接单任务,完成体验可获定制文创礼品(如康康熊猫徽章)。

(2)商户与物业协同。周边商户引流:与社区超市、药店、理发店合作,在收银台张贴“小程序下单享专属优惠”标识,店员引导老人使用小程序支付。

物业场景渗透:在居民楼电梯屏播放小程序功能动画,物业缴费通知附带小程序下载二维码;物业人员在日常巡检中主动推荐小程序,帮助居民解决使用问题。

## 3 结语

随着人口老龄化进程持续深化,传统养老服务的同质化供给与老年人多元化需求间的矛盾日益凸显,数字鸿沟、代际互动浅层化等问题进一步加剧了养老服务的适配难度。在家庭结构变迁与科技快速发展的双重背景下,老年人既渴望跨越技术壁垒享受便捷服务,也期盼获得情感共鸣、价值实现的精神满足,这一现实诉求催生了“技术赋能+代际共融”的养老新范式。

“颐养社区”小程序正是基于这一需求应运而生,它以“代际共生”为核心理念,通过适老化技术打破数字隔阂,以三大核心功能搭建供需对接桥梁,让老年人既能便捷获取个性化服务,又能在邻里互助与代际互动中收获归属感。我们期望以此为载体,激活高校与社区的协同潜力,让老年群体的人生智慧得以传承,青年一代的责任担当得以践行,最终构建起一个供需精准匹配、代际双向赋能、运营可持续的老年友好型社区生态。

同时,也希望这一“校社共建”的实践模式,能为全国高校社区乃至更广范围的养老服务创新提供可复制的参考,为积极应对人口老龄化国家战略落地注入鲜活动力,

让每一位老年人都能在智慧化、有温度的社区环境中安享幸福晚年。

**参考文献:**

[1] 陈秋霖, 陈星宇. 机构-社区-居家一体化养老服务融合模式研究——基于爱德养老机构的案例分析[J]. 才智, 2018(05):250-251.

[2] 金修竹, 张薇, 李彦羲等. 杨品林.“互联网+”背景下的养老创新模式及实践[J]. 现代经济信息, 2017(22): 291+293.

[3] 周传发. 高校养老模式现状分析及思考[J]. 时代报告: 学术版, 2013, 000(003):38-39.

[4] 王小芳, 王新生. 社区居家养老模式与政府购买服

务[J]. 怀化学院学报, 2014(7):42-45.

[5] 王乐. 农村老人精神赡养的困境分析与对策[J]. 现代商业, 2018, 000(010):165-166.

[6] 袁一君. 人口老龄化背景下我国养老服务业发展的财税政策研究[D].

基金项目: 北京联合大学数智赋能课程建设项目(建设课程: 网络营销)。

作者简介: 王艺, 女, 北京联合大学管理学院学生第四党支部书记, 硕士、助教, 研究方向: 高校党建与思想政治教育。

通讯作者: 田玲, 女, 北京联合大学管理学院副教授, 博士, 研究方向: 电子商务应用等。