

社会工作助力社区电子商务发展的可行性及路径研究

刘 江

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年7月15日; 录用日期: 2024年10月31日; 发布日期: 2024年11月7日

摘 要

在国家大力发展数字经济、加强基层治理的背景下, 探究如何在社区发挥社会工作的专业优势, 助力社区电子商务的进一步发展, 必将大有可为。文章简要概述了社区电商和社会工作的发展背景, 论述了以社会工作助力社区电商发展的可能性, 并进一步讨论了社区电商的发展现状和面临的问题, 最后基于以上分析提出了社会工作助力社区电子商务发展的路径建议。随着互联网技术的飞速发展和我国持续的消费升级, 社会工作与社区电子商务的融合发展必将构成提升居民生活品质和社区治理体系及治理能力现代化水平的关键一环。

关键词

社会工作, 社区电子商务, 可行性, 问题, 路径

A Feasibility Study on the Potential and Pathways for Community E-Commerce Development with Social Work Support

Jiang Liu

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 15th, 2024; accepted: Oct. 31st, 2024; published: Nov. 7th, 2024

Abstract

In the context of the national push for digital economy development and enhanced grassroots governance, exploring how social work can leverage its professional advantages to support the further development of community e-commerce will certainly be very beneficial. This paper provides a

文章引用: 刘江. 社会工作助力社区电子商务发展的可行性及路径研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 1834-1840.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1341339

brief overview of the development background of community e-commerce and social work, discusses the possibility of social work driving community e-commerce development, and further discusses the current status and problems faced by community e-commerce. Finally, based on the above analysis, the paper proposes path suggestions for social work to drive community e-commerce development. With the rapid development of internet technology and the ongoing consumption upgrade in China, the integration of social work and community e-commerce is undoubtedly a key link in enhancing residents' quality of life and modernizing the community governance system and governance capacity.

Keywords

Social Work, Community E-Commerce, Feasibility, Problem, Path

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

社区是人类生活的基本单元，社区治理是国家治理的基石。民之所望，政之所向，社区治理工作一直以来备受党和政府的高度重视。党的二十大报告中指出：完善网格化管理、精细化服务、信息化支撑的基层治理平台，健全城乡社区治理体系[1]。2016年，国务院办公厅先后印发《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》和《关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》，指出发展社区电子商务，是推动社区商业创新发展、转型升级的重要方式，是完善城乡社区服务体系的重要任务，要求大力发展社区电子商务。社区电子商务作为一种新型电商模式，以其快速、便捷、低成本等特性将居民日常消费需求与平台商家的商务资源供给有机对接，不仅有效满足了人民群众日益增长的美好生活需要，也对国家的基层治理与经济建设提供了非常重要的贡献。

社会工作作为一门有着科学知识与专业助人方法的职业活动，自引入我国以来便在扶助弱势群体、社区治理、社会救助、维护社会公平与稳定等方面发挥着越来越重要的作用。2013年，民政部和财政部为推进社区社会工作的发展专门制定了《关于加快推进社区社会工作服务的意见》，明确指出要切实加强社区社会工作专业人才队伍建设，积极发展社区社会工作服务。在中央及各级党委社会工作部的统筹推进下，以社会工作助力推动的社区电商将成为我国社会主义现代化建设的重要力量。

社区电子商务在我国广大社区蓬勃发展的同时，也不可避免地遇到了不少的困境与挑战。因此，探究运用社会工作科学的价值理念及专业的方法技巧融入社区电子商务的发展之中，将有力促进双方的共赢发展，为社区治理及发展城乡经济提供新的视角与理论借鉴。

2. 社会工作介入社区电子商务的可行性分析

社会工作，是指在利他主义价值观指导下以科学知识和专业方法为有需要的人提供服务的职业活动，强调实践性、专业性和职业性。社区社会工作是社会工作的一种工作方法，也是社会工作的一个实务领域，在各方努力下我国社区社会工作事业发展迅速，其在围绕统筹社区照顾、扩大社区参与、促进社区融合、发展社区经济等方面发挥着重要作用。

社区电子商务，是指以社区为单位，依托互联网平台，整合社区周边一定范围内的产品和资源，实现商品和服务的在线销售和配送的一种电子商务模式。它的用户黏性高、规模大、群体区分明显，通过

线上线下相结合的方式，为社区居民提供了更加便捷、优质的服务，同时也为商家创造了更多的商机。

2.1. 理论基础

以资产为本的社区发展理论，在 1993 年由美国学者 Kretzmann 和 Mcknight 提出。该模式挑战了传统的以社区需要为取向的介入模式，提出应以社区资产或社区优势为介入重点。其主要内容表现在三个方面：一是资产为本，即强调不是由社区问题或需要出发而是由社区拥有的资产或优势出发来介入社区；二是内在取向，即强调社区居民自身参与社区发展的能力；三是关系构建，即强调居民和社团之间的接触以及各种网络关系的建立[2]。社区电商以社区为场域进行商务活动，毫无疑问是社区资产的一部分，以资产为本的社区发展理论为重视和支持社区电商在社区的发展提供了理论依据，同时在该理论的指导下社会工作者可从政策倡导、宣传引导、资源链接、教育培训四个方面构建社会工作介入社区电商的路径框架。

2.2. 社会工作独特的价值理念

社会工作能够介入社区助力社区电子商务的发展，还因为其有着独特而专业的价值观和伦理。在价值观层面，社会工作以人道主义和公平正义作为价值基础，强调服务意识、促进社会公平与资源的合理分配、追求人的尊严与价值、培养敬业合作的精神，在社区工作中，社会工作重视个人价值与社会价值相统一，鼓励社区居民参与社区建设[3]；在伦理层面，社会工作者对服务对象的伦理责任涉及服务对象利益优先、知情同意、隐私和保密、自我决定等，对其他关系主体的伦理责任涉及合作、咨询、尊重、保密等，作为专业人员的伦理责任涉及真诚、适当性、服务、能力和专业发展等，对社会的伦理责任涉及社会福利、社会行动、公众参与、公共紧急事件等[4]。社区电商的发展绝不只是单纯的销售与购买的市场关系，在秉持专业价值观和伦理的社会工作者参与下，社区电商在社区的发展推进才会更加和谐有序。

2.3. 共同的服务对象和互利的工作目标

社会工作和社区电商都有着丰富的内涵，虽然处于不同的领域，但二者之间共同的服务对象和互利的工作目标却构成了它们融合发展的有利条件。

从服务对象上看，社区电子商务和社区社会工作具备共同的服务对象，即都以社区作为工作场域、以社区居民作为提供服务的对象(用户)。社区电商以社区为依托，凭借互联网虚拟平台，在社区内开设实体店或代理点，从而将线上线下相结合进行商务活动，它的目标用户即为具有相同地域背景和需求的社区用户。社区工作以社区为载体、社区居民为服务对象，其直接工作内容便是调动和利用社区资源去预防和解决社区问题，同时积极参与社区的治理与建设，最终促进社区发展和社会进步。

从目标上看，社会工作介入社区电商可促使双方的目标相互推动，共同实现。社区电商作为一种商务模式，其本质目标可归结为入驻商家获得盈利、社区用户的购物体验和社区经济获得提升，而社会工作者可担当倡导者、宣传员、链接者、教育者等角色为社区电商目标的实现优化社区市场环境；同时当社区电商获得充分发展后也必将推动社区工作提升居民素质、培育社区自组织、促进社区经济发展等目标的实现。

3. 社区电子商务的现状

3.1. 数字社区的兴起

据中国互联网络信息中心最新发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 12 月，我国网民规模达 10.92 亿人，互联网普及率达 77.5%，互联网基础建设实现全面覆盖[5]。数字技术的发展

给人们的出行、购物、社交、娱乐、就医、教育等各方面带来了极大便利，而数字社区正是在此信息技术基础上兴起的一种实现线上线下高效融合的新型互联网社区。它依托 5G、互联网、大数据、人工智能等新兴技术，提供线上线下融合的服务能力，让本地社区生活服务更精准、更便捷、更丰富。数字社区的兴起为电子商务进社区提供了良好的平台与技术储备，中国信息通信研究院发布的《数字社区研究报告(2022 年)》显示，中小企业和传统产业传统餐饮企业、实体店开始接入数字社区，用优质内容吸引留存用户，进行营销、团购等经营活动，获得了更多商业机会与客户资源。如今，越来越多的产业和商业模式通过接入数字社区，打造数字社区、发展社区电子商务已经成为当前城市社区发展的重要领域。

3.2. 社区电商的发展历程

由于对互联网技术的高度依赖，我国的社区电商在互联网大潮的推动下飞速发展，纵观社区电子商务的发展历程，可以将其简单分为三个阶段：一是起步探索阶段(上世纪九十年代~2013 年)。20 世纪 90 年代末，易趣、8848、阿里巴巴等网站开通，标志着我国电子商务时代正式开启，社区电商从起初的“社区购物站”展开探索，京东、淘宝等电商巨头相继成立并探索中发展，此时的社区电商以底层构建为主，尚未形成完整的产业生态。二是快速扩张阶段(2014~2020)。2014 年，“O2O”模式逐渐形成，社区电商进入平台电商时代；2015 年起，京东、淘宝等互联网巨头逐渐发展成熟，利用其发展优势纷纷加大对社区电商的布局投入；2016 年，移动互联网兴起，流量红利下社区电商飞速扩张；2019 年社区电商行业出现融资浪潮，巨头资本加快渗透社区；2020 年，以美团优选、多多买菜为代表的社区团购模式成熟；此时的社区电商处于快速扩张、迅速成长的阶段。三是精细化发展阶段(2021~至今)。市场的爆发式增长也必将导致隐患，2021 年社区电商平台市场秩序被出现的“价格竞争战”扰乱，国家相关部门出手整治并加强监管，社区电商浪潮趋于平静；另外，整个互联网市场的人口红利正在逐渐减小，流量经济将逐渐由粉丝经济取代，市场将面临不断地下沉与整合，社区电商进入了基于用户需求的精细化运营新阶段。

3.3. 社区电商的发展现状

社区电商发展现状可从以下方面概括：第一就市场规模上看，2024 年一季度，全国网上零售额 3.31 万亿元，同比增长 12.4%，其中，实物商品网上零售额 2.81 万亿元，增长 11.6%；全国农产品网络零售额 1698.7 亿元，增长 28.2%；网络零售平台店铺数量约 2529.1 万家，增长 3.6% [6]。可以看出，全国整体电商市场发展良好。第二是从政策支持上看，《“十四五”电子商务规划》提出了着力增强社会互动、优化电子商务交易服务、推进混合线上线下消费等重大举措；2024 年 3 月商务部等 9 部门联合发布《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》，对农村社区的电商发展作出了科学部署；2024 年 3 月新修订的《快递市场管理办法》正式施行，新规强化了快递市场经营秩序规范，进一步保障了社区电商的物流端，大量政策文件的发布既表明了对发展社区电商的支持，也有效规范了市场秩序。第三从发展模式上看，传统的社区电商模式如“O2O”、“B2F”、社区团购、生鲜电商等模式持续深入完善，社群电商、关联式营销、垂直社区、品质电商等新模式不断丰富消费场景。大数据、5G 技术、AI 智能等技术的注入推动社区电商的信息化技术革新，家政服务、医疗康复、金融服务、物业服务、健康养老等领域内容的融入也将推动社区电子商务平台的多样化功能发展，在不断强化社区电商市场竞争力的同时，也提升了社区的治理能力。

4. 区电商发展面临的问题

4.1. 政策认识欠缺、信息差问题

社区电子商务属于朝阳产业，生产、制作和配送等整个产业环节还未完全定型，团购和生鲜等电商

模式不断向纵深发展,新的电商模式如社群、跨境、直播等模式不断涌现,整个社区电商市场形势瞬息万变。同时,由于社区电商入门门槛比较低、可复制性强,而市场潜力巨大,这使得社区电商受到了资本市场的热捧,但社区电商在资本的推动下快速发展的同时也加剧了市场竞争,平台间的过度竞争影响了平台的履约度,也导致了中小型电商的生存困境;另外,目前的社区电商市场中一些业务员数据造假、团长刷单、售后服务缺失等不规范现象频频出现,给社区电商的可持续发展带来了巨大的挑战。而社区电商的健康发展离不开政府层面的政策支持与规范,但复杂多变的市场为政策的上传下达带来了巨大的挑战,如电商企业需要把握政策方向,新进或准备进军电商领域的团体或个人需要了解政策准入与资金补贴等信息,政策制定者也需要及时获取市场动态。

4.2. 参与意识弱、接受难问题

李伟等(2021)研究发现,社区团购以家庭消费为主要场景,30~40岁人群是社区团购的主力军,而团购群中较为活跃的是女性群体[7]。由此不难推断出,社区电商在社区中的消费受众群体仍然较为狭小,在社区中还蕴藏着巨大的消费潜力。以生鲜电商为例,事实上在大部分社区,选择在平台购买蔬菜和水果的用户大多还是上班族、学生等年轻群体,大部分的中老年人因传统习惯或遭受过诈骗或不相信平台生鲜的质量等原因还是选择去菜市场或实体店购买。特别是对于行动不便的独居老人及残疾人等群体,配送上门的平台生鲜正好能极大地解决他们的生活需求,但因为缺乏或不会使用电子设备或不接受电商等原因,而无法成为社区电商的用户。

4.3. 多方联动少、支持弱问题

社区电子商务参与者可以是企业、政府、社区、个人和其他社会组织,然而很多企业因担心盈利前景或前期投入过大等原因拒绝投资社区电商市场;部分消费者因担心受到欺诈及传统的消费习惯往往不愿意参与电子商务交易;社区存在基础设施缺乏、交通不便等客观原因及社区干部理念落后、支持和配合度不高的主观原因;大部分的社会组织还未发现自身与社区电商的融入点,认为开展电子商务是平台企业的事情,与自身无关,这也是社区电商进一步发展的重大阻碍之一;国家虽然一直在鼓励和支持社区电商的发展,但因为地区差异及执行不到位等原因,导致其获得的支持状况不一。因此,社区电商在发展过程中缺乏各方的有力支持,部分地区电商企业只能获得政府的政策支持甚至独自发展,亟需建立由各方联动组成的支持体系。

4.4. 专业人才少、技术限问题

随着电子商务的发展,越来越多传统企业也开始转型电商渠道,但是由于在产品开发、运营策划、美工文案等方面专业人才的缺乏,制约了企业的网商转型发展速度,当前电商人才供应的突出问题是富有经验或者能快速上手的电子商务人才稀缺和抢手。另外,除淘宝、京东、美团等电商巨头外,大部分电子商务企业规模较小、业务量少,企业营销能力不强,在产品策划、设计、包装、宣传等投入少,技术受限于高,难以形成网上营销影响和竞争优势,缺乏营销竞争力,抗风险能力和变通能力较弱。

5. 社会工作助力社区电子商务的路径

5.1. 政策倡导、营造社区政策利好环境

政策倡导是专业社会工作的基本职能之一,社会工作者通过将有关社区电商的政策上传下达,可以为社区电子商务的发展营造良好的政策利好环境。一方面,社区工作者要协助社区做好国家过去及最新制订的有关社区电商的政策条例的宣传普及工作,可以在社区当中组织召开政策宣讲会,通过讲座、沙

龙分享、有奖问答等多种形式向电商平台和居民展开宣讲，对于一些特殊群体如独居老人、残疾人等出行困难者以及尤其是想要进入电商行业创业增收的人群，也可以进行入户宣讲；另一方面，政策的倡导不仅包括政策下达基层，也包括了收集民意，反映民情。社区工作者可以采用社会工作研究方法，如发放居民需求问卷、入户访问重点服务对象、召开居民或居民代表会议讨论、进行社区参与观察等，切实了解居民的现实问题和需求，再形成科学的分析报告呈交政策制订者，从而推动社区电商政策的改变，以适应和推动社区电商的发展。

5.2. 宣传引导、进一步推动电商进社区

社区工作者可以充分发挥社会工作的专业优势及日常工作中积累的群众基础，加强对居民的宣传引导，进一步推动电商进社区。首先，社会工作机构可入驻电商平台，利用互联网转发、线下宣传等方式，让更多人了解到电商的优势；其次，社会工作者可将进社区电商的宣传推导融入到日常的实务活动中，如在开展社区活动、小组和个案的服务中融入电商元素，同时加强对典型案例的挖掘与宣传，使电商使用逐步深入人心；最后是对社区电商受众群体的开发扩展，就老年人群体而言，老龄化时代下庞大的老年人群体一方面对新事物相对抵抗心理较重，新事物接受相对困难，更喜欢到线下购买，另一方面是对现代网络科技的落伍成为了他们进入电商行业的门槛限制。为此社会工作者在加强对他们说服劝导的同时，也要开展技能提升小组，教会他们如何使用手机进行电商购物，如此既扩展了电商平台的消费群体，也便利了老人的日常生活。

5.3. 资源链接、构建多方支持网络

社区工作者的一项基本功能在于发现、挖掘、和利用社区内和社区外的各种资源。针对社区电商的发展，社会工作者可发挥专业优势在社区内构建以社区为核心的多方支持网络。

社区为核心，社区是进行社区电子商务活动的场域，社区居委会要落实主体责任，首先是做好辖区内电子商务的管理规范，如网络平台的居民反诈、打击虚假宣传和自提点的防盗等，其次是做好后勤保障，如协调解决电商平台的线下门店、仓储物流等场所；居民是基础，社会工作者通过宣传动员，倡导社区居民参与社区电商，为社区电商不断拓展消费市场；政府是关键，政府要继续发挥强有力的行政力量，通过健全工作机构、完善配套政策、打造典型示范、给予资金扶持等多个方面进一步推动电子商务与新零售业态的有机整合，大力支持社区电商的发展；社会组织为补充，社区电商涉及广泛，链接社会组织加入到社区电商发展的支持将起到很好的补充作用，社会工作者可依托社工机构，链接联动地区商会、行业协会、志愿组织和新经济组织等社会组织，向社区电商提供市场信息、商业合作、原料供应、货运物流等多方面的支持。

5.4. 教育培训、增技能促就业

近年来，为解决电商行业的人才和技术问题，各地民政、商务、工会、妇联等各级部门组织安排的电商培训如火如荼展开。社会工作者从社区电商层面出发，第一要密切关注相关资讯，一旦获悉上级部门或相关单位开办相关培训，社工要积极争取并动员本地社区电商从业者和居民参加，进修产品选品、品牌经营、直播技巧、电子产品开发使用等电商知识；第二要主动出击，积极利用已有资源或链接相关资源，以开展电商兴趣小组、从高校邀请专家或邀请培训机构进社区开展讲座学习、从社区居民中挖掘电商骨干精英现身说法等多种方式提升居民对于电子商务的兴趣和能力；第三社会工作者也可从电商行业出发，协调联系如美团优选、兴盛优选、多多买菜等社区电商平台负责人进入社区宣讲，就购买流程、价格、售后保障等问题与居民进行互动交流；最后社工可协助社区与电商达成就业合作，帮助社区内宝

妈、失业人员等剩余劳动力和大学生等待业群体进入电商企业工作，担任产品代理、社区电商中心负责人、产品分拣员、快递员等职位，既解决了电商企业劳动用工问题，也拓宽了社区居民的就业资源。

6. 结论

在国家高度重视社区治理与社会工作日益成为参与社区治理重要力量的背景下，社会工作介入社区电子商务必将有力推动社区电商的发展。以资产为本的社区发展理论为社会工作和社区电商的融合发展提供了理论依据，两者之间还具备着共同的服务对象和相互实现的工作目标，社会工作专业的价值理念对促进社区电商的发展发挥着独特的作用，由此，以社会工作的理念方法助力社区电商的发展将是可行的；数字社区的兴起为社区电商的发展提供了深厚的网络科技支撑，社区电商自上世纪 90 年代末兴起，在国家政策的支持和市场力量的推动下从快速扩张进入了多样化、精细化的发展阶段，成为了一个蓬勃发展的新兴业态；社区电商在发展过程中也面临着信息差、接受难、支持弱和技术受限等问题；为持续推进社区电商的发展，从社会工作的角度提出了政策倡导、宣传引导、资源链接和教育培训四条助力路径。

总而言之，社区电子商务是社区经营、电子商务两大层面深度衔接的必然结果，也是网络时代下电子商务领域发展的必然趋势。社区电商要想取得持久的发展，不仅要流量行业，更需要温度行业[8]，社会工作作为柔性力量的注入必将推动社区电商进入新一轮的发展，为赋能城乡经济发展、强化社区治理和提升居民生活质量注入更加强劲的力量。

参考文献

- [1] 新华网. 习近平: 高举中国特色社会主义伟大旗帜, 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL].
http://www.news.cn/politics/cpc20/2022-10/25/c_1129079429.htm, 2024-08-13.
- [2] 文军, 黄锐. 论资产为本的社区发展模式及其对中国的启示[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2008, 37(6): 74-78.
- [3] 周沛, 易艳阳. 社区社会工作[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2019: 46-48.
- [4] 唐梅, 曹玲. 社会工作伦理[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2015: 11-17.
- [5] 中国互联网络信息中心. 第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].
<https://www.cnnic.net.cn/n4/2024/0322/c88-10964.html>, 2024-03-22.
- [6] 中华人民共和国商务部. 全国电子商务服务网数据中心[EB/OL].
<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/ecps/sjcx.html>, 2024-08-05.
- [7] 李伟, 李伟春. 基于顾客感知价值理论的社区团购满意度调查研究[J]. 对外经贸, 2021(11): 104-109.
- [8] 田沛霖. 后疫情时代社区电商领域出路探索[J]. 中国储运, 2023(4): 99-100.