

新媒体时代农村女性经济赋权路径探索

——以电商助力留守妇女就业为例

姜 丽

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月6日; 录用日期: 2025年4月23日; 发布日期: 2025年5月26日

摘 要

本研究聚焦于农村地区的留守妇女群体, 深入剖析其就业现状后发现, 电商的兴起为该群体带来了独特的就业优势。借助电商平台, 留守妇女得以突破就业地域限制, 实现自我价值与经济独立。然而, 在农村电商发展进程中, 也暴露出其基础设施不完善、技能培训欠缺、语言文化障碍等问题。本研究指出, 虽然电商为留守妇女创造了前所未有的发展机遇, 但若要实现其健康发展, 需政府、社会与个人协同合作, 达成“掌上电商创造财富, 留守妇女经济自由”的可持续发展愿景。

关键词

电商就业, 留守妇女, 赋能

Exploring the Economic Empowerment Pathways of Rural Women in the New Media Era

—A Case Study of E-Commerce Supporting Employment for Left-Behind Women

Li Jiang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 6th, 2025; accepted: Apr. 23rd, 2025; published: May 26th, 2025

Abstract

This study focuses on left-behind women in rural areas and conducts an in-depth analysis of their employment status, revealing that the rise of e-commerce has provided unique employment advantages

for this group. Through e-commerce platforms, left-behind women can overcome geographical constraints, achieve self-worth, and attain economic independence. However, the development of rural e-commerce also exposes challenges such as inadequate infrastructure, insufficient skills training, and language and cultural barriers. This study highlights that while e-commerce presents unprecedented opportunities for left-behind women, its sustainable development requires coordinated efforts from the government, society, and individuals to realize the vision of “mobile e-commerce creating wealth, enabling economic freedom for left-behind women”.

Keywords

E-Commerce Employment, Left-Behind Women, Empowerment

Copyright © 2025 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

随着新媒体时代的加速到来，信息技术的广泛应用深刻改变了人们的生活方式。然而，在这看似充满机遇的时代，女性尤其是农村留守妇女群体却在经济发展的浪潮中面临着诸多困境。一方面，传统的农业生产方式和家庭分工模式限制了她们的经济活动范围；另一方面，缺乏相应的技能培训，使她们难以适应现代经济的发展。这种现状不仅影响了农村女性的个人发展和生活质量，也在一定程度上制约了乡村振兴战略的实施。在此背景下，探寻切实可行的农村女性经济赋能路径显得尤为重要。电商作为一种新兴的商业模式，凭借其巨大的发展潜力，为农村留守女性提供了突破传统束缚、实现经济自立的新契机。本研究将围绕电商助力留守妇女就业这一具体实践，深入分析新媒体时代农村女性经济赋能所面临的问题和挑战，并提出相应的解决策略和路径建议。

2. 农村留守妇女就业现状

农村留守妇女指的是丈夫长期(通常在半年以上)离家前往城市务工、经商或开展其他生产经营活动，从而留居家中的农村已婚女性[1]。农村留守妇女现象较为普遍，其背后是历史、地理以及社会经济发展等多种因素共同作用的结果。妇女在劳动力市场中处于劣势，加之“男主外，女主内”传统文化的影响，使得留守妇女的数量远多于留守丈夫，成为该现象形成的主要因素[2]。与此同时，大量留守在家的妇女在就业方面面临诸多阻碍，具体情况如下：

(一) 就业领域集中

第四期中国妇女社会地位调查的数据揭示，农村女性于第一、二、三产业的就业占比依次是 28.8%、17.1%与 54.1%，且依据该调查报告，农村已就业女性中非农就业的占比达 39.5% [3]。作为农村妇女中的一个群体，留守妇女也体现了这种就业现状。多数农村留守女性为了兼顾家庭，更倾向于参与农业生产活动，如种植业和养殖业等。不过，部分农村留守女性并不满足于传统的农业劳动，选择从事非农就业中的服务业。然而，由于时间限制以及当地经济发展水平的限制，留守妇女能够选择的工作岗位相对单一，主要包括餐饮服务和保洁等岗位。

(二) 就业稳定性差

农村留守妇女往往承担着农活和料理家务的重任，精力十分有限，难以再分散。而从事农业生产活

动及参与非农就业，满足了她们就业灵活以及门槛低的需求，让她们得以拓宽就业之路。不过，无论是从事农业生产活动，还是参与非农就业，二者都存在就业稳定性欠佳的问题。如非农就业易受季节更替或临时工作安排的干扰，难以构建起长期且稳定的劳动关系，这在一定程度上给农村留守妇女的职业发展带来了挑战与不确定性。

(三) 就近就业为主

第四期中国妇女社会地位调查的数据表明，女性承担的家务劳动时长约为男性的两倍，平均每日用于照看孩子、护理老人等的时间达 136 分钟[3]。对于农村留守妇女而言，在没有丈夫帮助的情况下，独自承担照顾家庭的重任，所需花费的时间往往更多。在不少地区，家庭面临“一老一小”的沉重负担，这是导致留守妇女陷入就业困境的重要因素[4]。但是，农村留守妇女在承担家庭责任的同时，也渴望谋求自我发展。她们倾向于选择家门口就业的方式，以调节家庭责任与自我发展的矛盾。就近就业因此成为广大农村留守妇女的重要就业渠道，这种就业方式不仅让她们能够兼顾务农和照顾家庭成员的责任，还有助于促进她们自身的成长。

3. 留守妇女电商就业的机遇

(一) 宏观层面

1) 政策支持

国家政策的大力支持，正助力农村留守妇女电商就业步入快车道。为鼓励留守妇女积极参与电商就业，政府出台了一系列扶持政策。例如，国务院扶贫办、人社部、全国妇联等多部门联合发布了《关于促进电商精准扶贫的指导意见》，明确要求将扶持贫困妇女参与电商培训作为重点工作。同时，商务部等部门也强调要加强对农村电商领域女性的培训。随着政策红利的持续释放，越来越多的农村留守女性正抓住机遇，利用电商平台开创自己的事业，成为推动乡村振兴和家庭增收的重要力量。

2) 基础设施完善

随着互联网技术的飞速发展，电子商务已成为推动全球经济增长的重要力量[5]。根据《中国互联网发展状况统计报告》，截至 2023 年 12 月，农村网民数量达到 3.26 亿，相比 2022 年 12 月增加了 1788 万，城乡之间的数字差距正在快速缩小[6]。这一数据体现出农村地区网络普及程度的持续提高，给农村电商的发展筑牢了良好根基。与此同时，政府已经积极部署电商基础设施建设，如国务院发文明确促进电商精准扶贫九个主要任务。随着这些基础设施的不断完善，农村地区开展电商活动的条件将得到进一步优化。在网络覆盖日益广泛的当下，农村留守妇女有机会参与到电商就业中，推动农村电商的发展。

(二) 微观层面

1) 自由不受限制

电商工作的时间安排相对灵活，农村留守妇女可以根据家庭事务的繁忙程度来合理规划自己的工作时间。例如，在照顾孩子和料理家务的间隙，她们可以处理电商订单、回复客户咨询等。这种灵活性使她们能够更好地平衡家庭与工作的关系，既不耽误照顾家人，又能通过电商就业获得收入。与传统农业劳作或外出务工相比，电商工作不受季节和天气的限制。在农忙时节，她们可以适当减少电商工作的时间，集中精力完成农活；而在农闲时期，则可以投入更多的时间和精力到电商业务中，增加收入来源。

2) 个人能力

电商直播需要在短时间内把产品生动地呈现出来，需要个性和亲和力，加上不断输出吸引人的话术，让网友产生共鸣。在这一方面，女性的温柔、耐心等优势得以凸显。另一方面，农村留守妇女参与农产品生产、加工、打包等全部环节，这让她们在与消费者交流时更有话语权，能够详尽、细致地阐述农产品生产的各个细节，回应消费者提出的各类问题[7]。

4. 电商助力农村留守妇女就业 SWOT 分析

SWOT 分析是一种常用的战略管理工具,通过识别和评估内部因素(优势与劣势)及外部因素(机会与威胁),帮助个体或组织制定更为科学的发展策略。以农村留守妇女的电商就业为切入点,分析其内部优势与不足以及外部环境中存在的机遇与风险,可以为她们未来发展提供参考依据。

(一) 优势——内部积极因素

1) 就业灵活

农村留守妇女平日里忙于照顾家庭,还需兼顾农活,导致时间较为碎片化,难以寻找其他全职工作。电商工作的一大优势是时间地点不受限制,这有效降低了就业的门槛。电商的兴起为农村留守妇女带来了一份宝贵的工作机会,让她们能够在家门口实现就业,同时妥善兼顾家庭与工作。

2) 技能提升与自信建立

电商培训在提升农村留守妇女数字素养的同时,也增强了她们的市场竞争力和职业自信。通过免费提供的培训课程,妇女们有机会掌握直播带货的关键技能。一方面,电商直播需要学习解说话术,而普通话、识字以及电脑技术培训课程的设置,有利于农村留守妇女进行相关知识的学习;另一方面,电商直播最先让人直观感受到的便是主播的外形,因此外貌管理方面的培训也进一步加强了农村留守妇女的自信。对于农村留守妇女而言,电商不仅带来了技能的飞跃性提升,更重要的是,它赋予了她们经济上的自由和自我价值的深刻体现,让她们在追求个人发展的道路上更加自信和坚定。

(二) 劣势——内部限制因素

1) 数字鸿沟与技术壁垒

农村地区的留守妇女面临设备短缺、数字技能匮乏以及基础教育不足的困境,难以满足电商运营的需求。第四期中国妇女社会地位调查的数据表明,西部农村女性的平均受教育时长为 7.44 年[3]。这表明当前农村女性的文化水平整体偏低,初中及以下文化程度占比高。同时,农村地区电子设备的普及情况也令人担忧。据《中国互联网络发展状况统计报告》显示,2023 年 12 月,我国城镇地区互联网普及率达 83.3%,农村地区却仅有 66.5%。二者存在较大差距,这表明农村的网络基础设施建设仍需加强[6]。两者差距较大,这说明农村的网络基础设施建设有待进一步提高。

因此,不管是自身条件的制约还是现实条件的不足,都严重制约了农村留守妇女在电商领域的进一步发展与成长。

2) 语言障碍

电商直播要求表达清晰且流畅,语言障碍构成了农村妇女电商就业的独特挑战。语义差异首先是部分农村地区存在的一个问题。在这些地区,方言表达与普通话之间存在显著差异,导致直播过程中容易产生误解。其次,语言不通也是一个关键障碍。许多农村留守妇女由于教育水平限制,既不精通普通话,也难以理解汉字,这进一步加剧了她们参与电商工作的难度。综上所述,语言障碍无疑是众多农村留守妇女在电商领域面临的一大挑战。

3) 文化与社会观念限制

传统家庭观念认为女性应承担家务劳动和照顾老人孩子的责任,不支持甚至反对女性参与劳动市场,这极大地降低了女性的劳动参与度和收入水平[8]。根据《2019 年度中国家庭孕育方式白皮书》的数据,中国年轻父母中选择全职在家的比例在逐渐上升,95 后全职妈妈的比例已超过 82%[9]。这表明,越来越多的年轻女性在生育后选择回归家庭,照顾孩子。对于农村留守妇女来说,不管是一直在家待业还是生育后选择回归家庭,都易使她们脱离社会、在就业市场的竞争力下降。然而,电商发展改变了这一局面。留守妇女如今既能在家工作,又能照顾孩子,甚至记录孩子和家庭点滴,涉足自媒体领域。这一变化不

仅彰显了经济独立对提升女性地位的重要性，也反映出传统观念的松动与现代社会的进步。

(三) 机会——外部有利因素

1) 政策支持与扶贫项目

近年来，政府对电商创业给予了前所未有的高度支持，特别是在乡村振兴政策的推动下，妇女就业获得了国家的大力扶持。政府不仅推出了“数商兴农”等政策，还积极提供电商培训、资金支持以及物流补贴，为妇女参与电商行业创造了良好的外部环境。

2) 社会力量协同

企业携手合作，共同搭建电商平台，为农村留守妇女电商就业带来机遇。例如拼多多通过“多多买菜”业务，在全国建立超 200 万个驿站自提点，为留守妇女提供灵活就业的自提点，同时以百亿补贴降低她们的经营成本。而抖音则通过流量扶持，助力留守妇女进行直播销售农产品。

(四) 威胁——外部不利因素

近年来，人工智能技术实现了巨大飞跃。2025 年，DeepSeek 等先进系统进一步引领行业变革。AI 技术的迅猛发展，正逐步取代部分劳动环节，这对农村留守妇女的就业构成了潜在威胁。对于留守妇女来说，由于文化水平有限且缺乏专业技术，她们在电商领域的就业面临严峻挑战。如何通过自我提升，增强不可替代性，已成为她们急需解决的难题。

5. 电商助力农村留守妇女就业的可持续发展路径

(一) 构建三级支持网络

1) 基层政府

在我国数字战略与政策制定中，应关注性别问题，将性别平等视角融入数字技术及相关政策的规划、研发和实施环节，从顶层设计着手，汇聚政府、企业、社会等多方力量构建性别包容的社会环境[10]。首先，为有意从事直播带货的农村留守妇女提供政策咨询支持，并邀请专家进行现场指导，助力其扎实完成创业初期的各项工作[11]。然后，完善信息基础设施，尤其是移动通信网络的全覆盖，为电商就业奠定物质基础。最后，建立“乡村电商服务站”，配备免费 WiFi 与办公设备，进一步助力留守妇女的电商就业之路。

2) 社会组织

社会组织可以设立专项基金或贷款项目，为有创业意愿的留守妇女提供资金支持，降低创业门槛。同时，搭建电商平台、对接资源，帮助留守妇女掌握电商运营、网络营销等数字技能，提升就业竞争力，全方位促进留守妇女通过电商实现自我价值与经济发展。

3) 电商平台

在平台内部搜索中，对留守妇女的店铺或产品给予更高的排名权重，增加曝光率。定期举办针对留守妇女店铺的专题营销活动，如“巾帼电商节”、“乡村振兴市集”等，集中展示和销售她们的产品。借助平台自身社交媒体资源，为留守妇女的店铺和产品进行宣传，扩大品牌影响力。

(二) 强化文化 IP 打造

不同地区各有其特色产品，应积极引导农村留守妇女立足当地实际，制定符合自身发展需求的规划，并对区域资源进行有效整合[12]。例如，甘肃省推出敦煌文创雪糕，扫码雪糕包装袋上的图案，可触发动画讲解敦煌文化，有效将产品与本地文化结合。留守妇女可以创建富有地方特色的电商品牌，以差异化策略提升产品竞争力，避免同质化导致的竞争优势丧失。

(三) 创新支持模式

1) 工具赋能

AI 技术正成为赋能留守妇女就业的重要途径。借助 AI 技术的“智能选品助手”，她们能高效分析平台热销数据，精准捕捉市场趋势，从而跨越市场调研的高门槛。这一创新不仅简化了操作流程，使电商运营更加便捷。而且在人工智能迅猛发展的今天，它如同一把钥匙，为留守妇女打开了提升自身能力的新大门，让繁琐的工作程序得以优化，引领她们在电商领域中自信前行。

2) 社区互助机制

社区互助机制在各地展现出强大的生命力与创造力。在山东省德州市，一种独特的“宝妈联盟”模式悄然兴起：当地留守妇女巧妙利用孩子上学后的闲暇时间，聚集在一起合作生产特色产品，并通过网络直播销售，实现了生产与家庭照顾的双赢。在贵州毕节，一群心灵手巧的绣娘联合起来，组建了“绣娘互助队”。她们不仅共享刺绣技艺，还共同进行直播设备购置、物流资源整合等，通过合作共赢，让传统手工艺在现代电商平台上焕发新生，促进了当地文化的传承与经济的发展。

6. 结语

农村地区留守妇女的电商就业，不仅为经济脱贫开辟了新路径，更成为文化传承与社会赋权的重要舞台。尽管还存在不少挑战，但通过政府支持、社会参与和个人努力相结合的方式完全可以克服这些困难。随着技术进步和社会发展的不断推进，农村地区的电商环境将进一步优化，留守妇女的电商之路也将越走越宽广。

参考文献

- [1] 薛子帅, 李化树. 农村留守妇女婚姻家庭情况调查报告——以四川省南充市留守妇女为例[J]. 长春工业大学学报(社会科学版), 2008, 20(4): 76-78.
- [2] 汪淳玉, 叶敬忠. 乡村振兴视野下农村留守妇女的新特点与突出问题[J]. 妇女研究论丛, 2020(1): 17-25+55.
- [3] 吴瑛. 第四期中国妇女社会地位调查主要数据情况[N]. 中国妇女报, 2021-12-27(004).
- [4] 张学润, 何美丽. 农村留守妇女就业困境对策分析[J]. 农村·农业·农民, 2024(16): 42-44.
- [5] 徐刚, 张婷. 基于电子商务新业态下的品牌建设重要性研究[J]. 中国品牌与防伪, 2024(6): 28-31.
- [6] 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》发布[J]. 新闻论坛, 2024(2): 17.
- [7] 董瑞昶, 万文凯, 汪力斌. 赋能理论视角下农产品电商与农村女性发展[J]. 中国农业大学学报(社会科学版), 2022, 39(5): 155-167.
- [8] 岳中刚, 王冲, 程欣炜. 农户电商参与对家庭消费升级的影响: 以女性劳动参与为中介[J]. 人口与社会, 2024, 40(2): 83-95.
- [9] 宝宝树. 2019 年度中国家庭孕育方式白皮书[J]. 家庭服务, 2020(2): 47-53.
- [10] 李睿婕, 何光喜, 薛姝. 保障女性平等共享数字经济发展红利[J]. 科技中国, 2023(10): 50-52.
- [11] 王宸圆. 乡村振兴背景下农村留守妇女直播电商技能培训探索研究[J]. 智慧农业导刊, 2023, 3(14): 1-4.
- [12] 陈倩倩. 新媒体视域下留守妇女电商技能提升策略研究[J]. 新闻研究导刊, 2021, 12(23): 62-64.