

“互联网+”背景下社会工作助力电商赋能农村妇女发展的路径研究

曹兴俊

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月8日; 录用日期: 2025年4月23日; 发布日期: 2025年5月27日

摘要

电商已成为激活乡村经济、重构城乡关系的重要引擎, 打破了传统农业的产销壁垒, 通过数字技术赋能弱势群体, 为农村妇女群体开辟了新的发展空间。然而, 电商赋能的实践进程中, 农村妇女仍面临思想观念保守、数字技能匮乏、基础设施薄弱、家庭负担沉重等多重结构性困境, 亟需系统性干预以突破发展瓶颈。本文从社会工作视角出发, 基于赋能理论, 系统剖析农村电商与农村妇女发展的互动逻辑。在此背景下, 社会工作者通过重塑农村妇女的认知、心理增能等赋能个体, 通过资源链接以及群体共担责任构建社会支持网络, 最后营造良好的社会环境减少电商发展的阻力, 为破解农村妇女发展困境、实现乡村包容性增长提供理论参考与行动框架。

关键词

社会工作, 电商, 赋能, 农村妇女

Research on the Path of Social Work Helping E-Commerce Empowering Rural Women's Development in the Context of "Internet+"

Xingjun Cao

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 8th, 2025; accepted: Apr. 23rd, 2025; published: May 27th, 2025

Abstract

E-commerce has become an important engine to activate the rural economy and reconfigure the

文章引用: 曹兴俊. “互联网+”背景下社会工作助力电商赋能农村妇女发展的路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 2255-2261. DOI: 10.12677/ec.2025.1451518

urban-rural relationship, breaking down the barriers of production and marketing in traditional agriculture, empowering the disadvantaged groups through digital technology, and opening up new development space for the rural women's groups. However, in the practical process of e-commerce empowerment, rural women still face multiple structural dilemmas such as conservative ideological concepts, lack of digital skills, weak infrastructure, heavy family burden, etc., and urgently need systematic interventions to break through the development bottleneck. From the perspective of social work, this paper systematically analyzes the interactive logic between rural e-commerce and rural women's development based on the perspective of empowerment theory. In this context, social workers can provide theoretical references and action frameworks for cracking the development dilemma of rural women and realizing the inclusive growth of the countryside by reshaping the rural women's cognition, empowering individuals through psychological empowerment, constructing a social support network through resource linkage and responsibility sharing, and finally creating a good social environment to reduce the resistance of e-commerce development.

Keywords

Social Work, E-Commerce, Empowerment, Rural Women

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

国际电信联盟(ITU)发布《2024 年事实与数据》报告, 预计到 2024 年底, 全球互联网用户数量将达到 55 亿。中国、美国、韩国等国家覆盖率较高, 中国目前互联网的普及率处于较高的水平。互联网高普及率之下带动着电商的逐渐发展。2023 年全球电商交易额突破新高, 中国、美国、欧洲为三大核心市场。中国作为较大的市场, 但是在农村电商的发展方面仍然存在很多需要改进的地方, 2023 年中央一号文件明确要求“深入推进农村电商高质量发展”, 农村妇女作为农村数量较多且急需帮助的群体, 需要专业力量介入, 通过电商赋能进一步改善家庭状况, 促进个人发展。

2. 概念界定

2.1. 农村电商

农村电商并非简单的将商品搬到线上销售, 而是一种以互联网技术为纽带, 深度融合农村生产体系、社会网络与文化资源的系统性经济模式。其本质在于通过数字技术对农村传统经济逻辑的再造, 形成连接城乡市场、激活本地资源、重构社会关系的动态生态系统。

2.2. 赋能理论

赋能理论(Empowerment Theory)是社会工作领域的重要理论框架, 其核心在于通过系统性干预帮助弱势群体突破结构性限制, 提升其自主性、决策权和社会参与能力。在“互联网+”背景下, 农村妇女因地理隔离、家庭角色固化、数字技能匮乏等多重因素, 长期处于经济依附与社会边缘化状态。赋能理论为破解这一困境提供了理论支撑, 强调通过资源供给、技能提升和社会关系重构, 激发妇女的个体潜能, 推动其从“被动接受者”向“主动行动者”转变, 最终实现经济独立与社会地位的全面提升。赋能理论认为, 弱势群体的边缘化并非源于个人缺陷, 而是社会资源分配不均、权力结构失衡的结果[1]。其干预逻辑包含三个维度, 通过提升个人能力与自信心促进个体赋能, 通过重构支持性社会网络关系赋能, 最后

促进社会制度的变革。对于农村妇女而言，电商技术作为“互联网+”时代的工具载体，能够突破传统性别分工的束缚，为其创造经济参与的新空间。通过电商赋能，妇女不仅能够获得物质资源，还能在家庭和社区中重构身份认同，形成经济独立 - 社会参与 - 自我价值实现的良性循环。

3. 农村电商赋能农村妇女现状及困境分析

3.1. 农村电商赋能农村妇女的现状

3.1.1. 参与规模扩大

近年来，电商为农村妇女赋能取得了显著成效，成为推动乡村振兴的重要力量。据商务部研究院公布的数据显示，2023 年我国农村网络零售额达 2.49 万亿元，其中农产品网络零售额 5870.3 亿元，增长 12.5%。根据中国妇女研究会公布数据显示，中华全国妇女联合会已培训农村妇女 1700 多万人次，2024 年上半年，巾帼电商销售额突破 70 亿。在电商直播领域，女性主播占比接近七成，其中乡村女性占比较高。

3.1.2. 收入水平提高

随着互联网的兴起，电商的逐渐成熟发展，为农村妇女提供了更多的就业机会。传统的农村妇女的角色主要是负责老人、小孩的饮食起居以及农业收入，每亩地的纯收入大约为四五百元。随着农村电商的兴起，妇女在兼顾家庭的同时也能有所收入。在阿里巴巴定点帮扶的县域中，通过电商培训和项目落地，农村妇女的平均收入超过 4000 元，其收入水平有明显的提高。

3.1.3. 社会地位改善

此外，电商赋能还提升了农村妇女的社会地位和生活幸福感。家庭中的话语权大多来自自身所能创造的价值。在阿里巴巴乡村特派员的带动下，近一半返乡创业女性认为收入增加，超过一半的受访者表示生活幸福感提高。这些成果不仅推动了乡村经济发展，也为农村妇女带来了更多的自我实现机会，电商在很大程度上为农村妇女赋能。

3.2. 农村电商赋能农村妇女的困境分析

3.2.1. 农村妇女自身存在的困境

1) 思想观念保守

人在情境中的理论表示，人的发展会受到自身所在环境的很大影响，农村妇女长期生活在农村，对于社会中发展的新业态如自媒体、电商等接触较少，市场竞争的意识也比较薄弱^[2]。常年以家庭中的老小为生活的主流，接受新事物能力较差，致富的途径也仅限于周边的常规业态如手工业、农业等。

2) 专业技能不足

对于能够接受电商的农村妇女来说，也存在一定的困境。由于大部分农村妇女的教育水平有限，大多为小学、初中学历，对于新知识如直播电商、社交电商等的学习会较为缓慢。同时，与城市相比较而言，农村地区由于交通不便、信息不畅等原因缺乏比较系统的电商技能培训。农村妇女长期以家庭为主，对于电商本身运营的技能不足，营销推广能力也有所欠缺。

3.2.2. 客观的存在因素

1) 基础设施薄弱

农村首先存在的突出问题是道路问题，农村道路偏窄、道路硬化方面仍然欠缺，在西部农村地区，地形也在一定程度上限制了电商的进一步发展，西部特别是西南部大多为山区地形，增加了物流成本，影响了电商在农村的总体发展。农村的通信基础也比较薄弱，部分地区由于地处较为偏远的地方，宽带

接入率偏低,影响农村妇女使用数字化的工具[3],部分留守妇女可能缺乏智能手机、电脑等设备,或设备老旧,难以满足电商运营需求。

2) 缺乏市场竞争力

留守妇女在刚开始发展电商时,启动资金匮乏,与此同时缺乏抵押物导致贷款难,初始投入(如产品包装、直播设备)依赖家庭储蓄或小额借贷[4]。在电商发展过程中,也同样面临困境,农村妇女在售卖产品时,存在同质化现象[5]。在选品的过程中,农村大都依赖当地的自然资源发展,种类具有极大的相似性;产品外观、包装风格模仿主流成功案例,缺乏原创性。例如,农产品普遍使用“土味”牛皮纸包装,手工艺品多采用传统红色或蓝色布料,在某些电商平台通过助农专区推广某类农产品,留守妇女为获取政策红利选择同类产品。

3) 家庭负担重

在传统的家庭角色中,妇女大多围绕家庭,照顾老人和孩子。白天需要承担较重的农活包括犁地、耕种等,还要喂养牲畜,兼顾一日三餐和家务活动,很难有自己的时间。甘肃某县农村妇女电商从业者中,因家务繁重被迫中断直播或订单处理。在自己能承担责任的范围内,农村妇女还需要辅导孩子写作业,因家庭矛盾或子女教育焦虑,妇女减少直播频率、暂停店铺运营的人数较多。

4. 社会工作者在农村电商赋能农村妇女的角色和作用

社会工作通常是指通过专业方法帮助个人、群体或社区解决问题,提升他们的福祉。农村电商,就是利用互联网平台促进农产品销售和农村经济发展。社会工作的面向群体主要为弱势群体,农村妇女是其服务对象之一。面对农村电商这种新兴业态,社会工作者可以扮演多重角色,发挥多重作用,主要归纳为能力推动建设者、弱势群体赋能者。

根据民政部规划,截至2023年底,全国已建成乡镇(街道)社工站超过8.3万个,基本实现全覆盖(覆盖率超95%) [6]。社会工作者作为本土性的人才,熟悉当地方言并且与社区具有良好的关系,在此基础上,社会工作者本身具有与人交往的同理心的技巧,能够快速拉近与服务对象之间的距离。社会工作者具有专业的方法,比如田野调查法和参与式评估方法,在参与服务的过程中能够系统识别留守妇女在电商参与中的核心需求,针对服务对象的需求制定相关的服务策略;在服务的过程中,通过个案或小组的工作方法,缓解留守妇女因家庭压力、社会孤立产生的焦虑,增强自信心和自主决策能力,为农村妇女赋能。社会工作者的主要理念是“助人自助”,主要的涵义为帮助人不仅仅是在物质、经济上面有所帮助,更多的是培养人的能力,在脱离社工之后能独立生存解决问题的能力。社会工作者在互联网+的背景下,能够紧跟时代潮流,掌握基础电商运营、市场营销知识,并且将其教授给服务对象,并且结合社会工作理论如优势视角、增能理论,设计干预方案,通过跨学科的知识融合,促进其能力的建设,增强服务对象自身的独立性。

5. 农村电商赋能农村妇女的路径

5.1. 个体赋能: 认知重塑, 解构传统观念

费斯汀格认知失调理论——当个体同时持有两种矛盾的认知,会产生心理不适,进而主动调整观念以减少冲突[7]。农村妇女可能对电商存在不信任的心理认知,担心资金安全、产品质量不可控,也存在技术恐惧,认为技术复杂,需要高学历。社工此时通过暴露认知与现实的矛盾,展示电商实际操作的便捷性、增收潜力,制造认知失调。制造认知冲突的实践场景,通过案例对比展示同村或邻近地区妇女通过电商增收的真实案例,主要可以从短视频、访谈等角度切入,对比其传统认知与成功案例的差距。社工在电商发展初期组织“电商一日体验”活动,让妇女亲手操作下单、直播卖货等,直接感受电商的便

利性,打破技术恐惧标签。同时组建以村为单位的电商学习小组,通过同伴支持减少孤独感;设立返乡创业女性的电商带头人角色,通过榜样效应推动认知转变。社工设计正向反馈机制进行稳固,定期统计并公示妇女通过电商获得的收入,强化电商与增收之间的关联;认知的重塑也需要村委社区发挥作用,社区宣传重塑电商的正当性,减少不务正业的污名化举办成果展示会,提升社会认可度。最后通过营造电商文化氛围,增强农村妇女对电商的认知度及接受程度。在妇女熟悉的场景中植入新知识,进行场景嵌入式教学,在村口小卖部设置电商知识角,用商品价签对比线上线下价格差异,加深其对电商的了解。

5.2. 关系赋能:学习技术,构建支持网络

留守妇女普遍面临智能设备操作陌生、网络风险防范意识薄弱等问题。社会工作者需立足妇女实际需求,设计低门槛、高包容的扫盲方案。社会工作者要考虑到语言不通,农村妇女教育水平有限的问题。为进一步提高效率,拉近与服务对象之间的距离,可以采用方言教学、图文手册如手机操作连环画、模拟场景演练等方式,降低农村妇女的学习焦虑。

农村妇女在初次接触电商时,会存在不了解电商相关规则等情况。基于此,社会工作者可以主导建立妇女电商互助群,设置每日一技知识分享、成功案例打卡等互动机制,积累相关的电商技巧,通过直播话术的接龙提升对电商知识的进一步认识。在对电商有了初步认识之后,社会工作者可以发挥资源链接者的作用,链接高校电商专业学生、创业成功妇女组成双导师团,提供技术指导,产品拍摄包括自然光运用以及相关的构图技巧[8]。通过经典案例拆解,分析“李子柒式”乡土叙事逻辑,文案撰写能力的提升指导,从土话到卖点提炼、通过场景化表达训练,增加对直播话术的进一步了解,不仅有专业的技巧的学习,在电商直播的过程中可能会存在因直播数据不好或者不好评论的情绪低落现象,导师团也需要积极发挥情绪调节的作用。调研显示,有导师陪伴的妇女创业存活率显著提高。在学习技术的同时增强相关的防范意识,社会工作者可以联合农村妇女通过情景剧演绎网络诈骗案例,增强妇女信息安全意识,避免因技术使用不当引发经济损失。农村妇女在电商的学习过程中可能无法清晰看见自身的进步,社会工作者可以建立农村妇女的技能成长档案,进行能力可视化的反馈,记录妇女从首次直播紧张忘词到熟练控场的视频片段,通过对比增强自我效能感。同时,社工定期组织技能比武大赛,设置最佳进步奖、创新应用奖等多元奖项,激发内生动力。

5.3. 多元协同与资源整合,缓解基础设施薄弱问题

针对农村基础设施薄弱、网络发展欠缺的问题,农村电商发展的基础设施瓶颈需要政府发挥主导作用。硬化村内主干道和入户道路,解决“最后一公里”问题,提升农村公路等级,强化山区、偏远地区路网覆盖,是促进电商发展的先行措施。但是大部分地区农村基础设施建设资金缺口仍然较大,政府需要采取多元化、可持续的筹资策略,既要发挥财政主导作用,也要创新市场化融资机制。政府设置国家乡村振兴、交通强国等战略专项资金,争取边疆、民族地区等特殊区域交通补助政策。政府发挥主导作用的同时也需要激活社会资本的参与,政府给予相关政策方面的支持,政府提供土地、政策支持,企业负责建设运营如企业修建道路并获一定期限广告位经营权,政府同时也要鼓励国企、大型民企履行社会责任,并且对捐赠企业给予税收减免,激活相关社会资本的投入。最后发挥村集体的作用,促进村集体与村民共担,通过“一事一议”制度,由村民自愿筹资或投工投劳,探索村集体以土地、闲置资产入股交通项目分红模式。社工在整个过程中可以发挥协助作用,比如收集群众意见进行整合提交政府,发挥纽带作用,带动企业与政府之间的连接,促进相关制度的完善。改善农村网络状况、加强网络覆盖程度是缩小城乡数字鸿沟、推动乡村振兴的重要基础。优先推进行政村光纤网络全覆盖,逐步向自然村延伸,解决偏远地区“最后一公里”接入问题。政府可以通过招商引资、社会参与的方式,使贫困地区的网络服

务站点得到更加全面的覆盖，对参与农村网络建设的运营商减免企业所得税或设备进口关税。引入社会资本参与网络建设运营，政府提供保底收益承诺，提高农村网络的覆盖率。

5.4. 资源互助，增强市场竞争力

资金问题是农村电商发展过程中的主要问题。政府需要发挥主要的助推作用。通过地方政府与银行合作，设立农村女性创业基金，基于信用而非抵押物发放小额贷款，由政府提供担保或贴息。对通过电商培训考核的留守妇女提供一次性设备购置补贴如直播设备、包装设计等，降低初始投入。在启动资金不足的问题上，可以运用资源互助模式，政府鼓励成立电商互助合作社，集中采购包装材料、共享直播场地和设备，降低个体初期的创业成本。社会工作者作为资源链接者，链接公益组织，相关平台有妇联乡村振兴巾帼行动、电商平台的淘宝村播计划，提供设备捐赠或免息借款支持。针对农村妇女的品牌缺乏竞争力的问题，需要进一步进行差异化定位，进行进一步的品牌打造，通过深加工以此来提升附加值。将初级农产品升级为特色商品将一个地方的特色产品进行加工，比如将红薯通过工艺加工，制作成红薯粉或者粉条，打造品牌故事。进一步挖掘本地非遗、民俗故事，设计特色包装和品牌 IP，打造独一无二的品牌吸引力，另外可以聚焦另一些垂直领域比如纯天然、绿色养生等领域，避免与大众农产品直接竞争[9]。社会工作者可以通过社群提前收集需求，按订单生产，减少库存风险，同时在创业初期减少投入风险。

5.5. 共担责任，携手赋能

社会工作者不仅要提供实际的帮助，还要提供思想方面的转变。社会工作者可以通过入户开展家庭角色协商，引导丈夫、子女等家庭成员分担家务，推动家庭内部性别平等意识转变，增加家庭内部对妇女的支持并且扩大社会支持网络。在总体的安排上面，社会工作者协助设计错峰直播，孩子上学后的早间时段、晚饭后的家庭共同参与时段，避开家务高峰。通过此种方式增加妇女投入工作的时间，促进农村电商进一步赋能农村妇女。社会工作者联动村委会、妇联，组织低龄老人或志愿者成立妈妈互助小组，提供免费或低偿的儿童照看服务，解放留守妇女白天时间，增加对电商的投入时间。在养老方面，通过引入养老机构或公益组织，为留守妇女家中的失能老人提供定期上门护理、日间照料服务，减轻照护压力[10]。

6. 结语

在“互联网+”的大背景下，整体社会都在向前发展，但是农村仍没办法做到同步向前发展，农村妇女作为较大的群体，需要与时俱进充实自身技能，提高家庭整体的经济水平。社会工作者作为专业的助人群体，能够从妇女本身出发，重塑其传统认知，提升其自身的数字素养，包括专业的直播技能以及对品牌文化的塑造等，并且帮助妇女减轻负担，增加从事电商的时间。最后从外部条件出发社会工作者发挥纽带作用，链接企业和政府之间合作，促进电商进一步发展。在“互联网+”的大背景下，不仅社会工作者要发挥相关的作用，其他政府等部门也应共同发力，促进其更长远的发展。

参考文献

- [1] 孙凡懿, 朱文鹏. 增权理论视角下社会工作助力乡村振兴建设的本土化路径思考[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(10): 152-155.
- [2] 季丹丹, 王亚杰. 增能视角下农村残疾人社会融入路径探析[J]. 长春理工大学学报(社会科学版), 2023, 36(1): 94-98.
- [3] 覃爱华, 赵艺, 黄龙, 等. 农村电商高质量发展困境及对策[J]. 合作经济与科技, 2021(24): 92-93.

-
- [4] 曾丽平. 乡村产业振兴视域下农村电商发展研究[J]. 中共乐山市委党校学报, 2024, 26(5): 63-73.
- [5] 沈琦. 4V 理论视角下农产品直播同质化问题及对策研究——以东方甄选为例[J]. 乡村科技, 2022, 13(21): 56-59.
- [6] 中华人民共和国民政部网站. 民政部办公厅关于加快乡镇(街道)社工站建设的通知[EB/OL]. <https://xxgk.mca.gov.cn:8445/gdnps/pc/content.jsp?mtype=1&id=116795>, 2022-11-11.
- [7] 利昂·费斯汀格. 认知失调理论[M]. 郑全全, 译. 杭州: 浙江教育出版社, 1999: 11.
- [8] 王宸圆. 乡村振兴背景下农村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.
- [9] 张俊飏, 李波, 王宏杰. 湖北农产品市场竞争力的现状分析及提升对策[J]. 湖北社会科学, 2010(12): 46-49.
- [10] 陈燕, 卢冲. 优势视角下缓解“老老照护”家庭长期照护者的压力研究——以 Z 老老照护家庭个案为例[J]. 现代商贸工业, 2024, 45(11): 83-85.