

黔乡留守妇女参与电商困境与社会工作介入路径

——以贵州省榕江县少数民族留守妇女为例

全若男

贵州大学公共管理学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年4月9日；录用日期：2025年4月23日；发布日期：2025年5月23日

摘要

随着农村大量青年与男性的外出务工，留守妇女逐渐成为乡村振兴的重要力量。本文针对榕江县少数民族留守妇女在参与电商过程中赋能与赋权不足、缺少电商运营技能、资金匮乏、区域资源分配不均、农村电商人才稀缺等问题，提出“电商 + 社会工作”的新路径通过社会工作者寻求政府政策支持、搭建多方合作平台、链接资源、提升主体电商技能、品牌建设等可持续发展措施，为榕江县少数民族留守妇女参与电商高质量发展有效赋能，进一步推动乡村振兴战略的创新发展。

关键词

乡村振兴，电商 + 社会工作，留守妇女

The Plight of Left-Behind Women Participating in E-Commerce in Qianxiang and the Path of Social Work Intervention

—An Example of Ethnic Minority Left-Behind Women in Rongjiang County, Guizhou Province

Ruonan Quan

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 9th, 2025; accepted: Apr. 23rd, 2025; published: May 23rd, 2025

Abstract

With a large number of young people and men going out to work in rural areas, left-behind women have gradually become an important force in rural revitalisation. This paper addresses the problems of insufficient empowerment and empowerment, lack of e-commerce operation skills, lack of funds, uneven distribution of regional resources, and scarcity of rural e-commerce talents among ethnic minority left-behind women in Rongjiang County in the process of e-commerce, and proposes a new path of “e-commerce + social work” to help them to seek support from the government policy, and build a platform for multi-party co-operation through the use of social workers. The new path of “e-commerce + social work” is proposed through social workers seeking government policy support, building a multi-party cooperation platform, linking resources, improving the main body’s e-commerce skills, branding and other sustainable development measures, effectively empowering Rongjiang County’s ethnic minority left-behind women to participate in the high-quality development of e-commerce, and further promoting the innovative development of the rural revitalisation strategy.

Keywords

Rural Revitalisation, E-Commerce + Social Work, Left-Behind 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

2017 年十九大报告中提出乡村振兴战略，党的二十大报告中再次对推进乡村振兴作出了全面部署，提出要扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴[1]。电子商务也逐渐成为数字工具，为乡村发展灌入了强劲的活力，也为乡村留守妇女提供了前所未有的数字就业机遇。近年来，榕江县“村超”赛事的火爆为这片土地带来了知名度和影响力，如同一股强劲的东风，推动了当地经济的蓬勃发展，人们抓住机遇利用电商销售本地特产。然而，贵州榕江县留守妇女在参与电商就业的过程中，普遍面临着“技能 - 资源 - 可持续性”三重困境：由于自身文化水平较低，面对电商平台的网络经营显得无从下手且说普通话的困难限制了她们参与电商直播售货的能力，此外，基础设施差、电商人才短缺、资金来源少等问题阻碍了她们获取发展机会，而可持续性不足则制约了她们长期稳定就业的可能性。这些困境严重制约了留守妇女共享数字经济发展红利，也阻碍了乡村产业振兴和性别平等的实现。

本文基于榕江县的妇女参与电商的现状与难题出发，提出构建“电商 + 社工”双驱动赋能，将社会工作的专业方法和理论优势与电商技术有机结合，探索一条赋能贵州乡村留守妇女数智就业的实践路径，更好地为乡村振兴战略中农村留守妇女的就业发展提供借鉴。

2. 从榕江县看留守女性参与电商公益现状

榕江县得天独厚的自然条件与各个民族的多样特色产品结合其火爆的知名度与宣传度，无一不为电商的发展创造有利的条件，榕江县少数民族留守妇女参与农村电商的发展不仅带动榕江县经济的发展也为乡村振兴的发展注入了新的动力，推动农村留守妇女参与经济发展多元化，推动女性在乡村振兴中发挥重要。从当前发展来看，榕江县少数民族女性参与电商发展呈现出积极趋势，当地县长抓住机遇普及

新媒体电商,开展了400余次新媒体人才线上线下培训,培训超过3.5万余人次,培育本地网络直播团队2200余个,1.28万个账号入驻中台,吸引300名大学生返乡从事电商工作,带动群众就业增收,榕江县常驻女性人口约有14万人表示仍然有大部分少数民族留守女性无法真正参与其中,成为数字经济的受益者[2]。中老年妇女群体普遍存在着电商技术缺乏与认知障碍、创业资金匮乏、传统观念与家庭角色的束缚、缺乏对产品的升级与创新能力、偏远山区基础设施差致使物流成本高与实效性差等一系列问题极大阻碍留守妇女参与电商的发展,面对这些挑战社会工作助力黔乡留守妇女“黔货”出山尤为重要。

3. 榕江县留守妇女参与电商存在问题分析

3.1. 欠缺电商技能与行业规范意识

榕江县偏远地区的少数民族中老年妇女群体普遍存在着使用电商技术困难、欠缺行业法律意识,致使许多妇女在短时间内由于自身的惯性思维与能力的局限,在学习新的经济思维与电商培训时难以跟上培训节奏以及进行有效的售货与沟通,从而产生放弃、抵触停止尝试,再次进行原有的生产生活方式。这些问题进一步削弱了她们的自我效能感,使其对电商创业和农业技术应用的信心不足,影响她们的参与积极性和实际成效导致农业生产始终停留在小规模家庭作坊式的水平,难以实现大规模的数字化建设,也难以真正融入电商创业的实践中[3]。此外,由于电商直播带货是一种线上的销售模式,消费者对产品的认知和了解来自于主播的展示和话术。然而,调研发现,部分农村留守妇女主播在直播带货时,由于缺乏相关的法律意识与平台规则了解,在直播过程中可能会过度夸大产品质量出现“100%”、“全网最低”、“首个”等广告违禁词,无意违反平台规则以及存在虚假宣传违反相关法律而导致直播间限流、封号,甚至面临更严重的法律后果。因此,加强少数民族留守妇女的电商技能培训和相关的法律意识,帮助她们更好地理解 and 遵守电商直播的相关规定,是确保其电商售卖活动顺利开展的重要前提。

3.2. 融资渠道有限,家庭角色束缚

榕江县大多少数民族留守女性多以农业种植、养殖以及手工艺品制作为主,家庭经济基础薄弱,缺乏经济积累进行电商创业,如设备的购买、场地的打造、灯光的购置等。即便少数民族留守女性能够幸运地获得小额贷款,其额度通常较低难以满足规模化的需求。此外,受传统观念的影响,部分留守妇女的性别角色观念是根深蒂固的,认为女性应专注于家庭事务,如操持家务、照顾老人和孩子,而男性才是家庭经济的主要支柱和社会事务的参与者[4]。这种意识使她们对市场风险感到畏惧,特别是数字类的网络操作可能面临家庭内部的阻力与不支持从而依然选择从事安稳的农耕或微商等低额就业与底层电商,并由此处于失能、失权状态逐渐成为数字经济的“旁观者”。

3.3. 电商运营能力与创新能力不足

关键词、商品链接销量、节日商品活动销售在电商运营中至关重要,精准的关键词定位与活动产品销售能帮助产品在搜索结果中脱颖而出,吸引更多潜在客户。但大多数留守女性由于缺乏专业的电商运营培训,对目标群体的客户画像与农产品的定位把握不准,导致关键词定位不准确影响产品的营销与客户满意度。特色农产品的品牌打造与创新意识的缺失,也是制约她们在电商市场发展的关键因素,品牌是产品的核心竞争力之一,能够赋予产品独特的价值和形象。然而,榕江县少数民族留守妇女销售的产品大多缺乏品牌建设,产品包装未突出本土文化特色与产品优势。在产品创新上,手工艺品仍延续家族传承的传统纹样与制作工艺,如苗族刺绣局限于花鸟鱼虫等传统图案,侗族银饰多为婚庆系列造型,缺乏符合现代审美需求的创新设计致使品牌单一化,难以满足消费者的个性化、多样化需求,导致产品市场竞争力严重不足,无法有效满足市场日益多样化的需求,限制了她们在电商领域的长远发展。

3.4. 区域资源分配不均

电商的运营并非仅仅包括直播带货或点击链接前端的销售,物流的运送与售后也是一大困境。榕江县域内散落于苗岭腹地的村落呈现典型的“大分散、小聚居”格局,少数民族村寨多依山地等高线分布,盘山公路平均坡度达 18 度,部分路段需绕行 30 公里以上才能实现相邻村寨连通,物流运输需要耗费大量时间和成本,导致配送效率低下,难以满足消费者对快速送达的需求。由于物流运输时间长,消费者收到商品后如发现问题,退换货流程复杂且耗时,影响了消费者的购物体验[5]。售后知识和技能的缺乏可能引发消费者投诉,甚至影响店铺的信誉和长期发展。基础设施的不健全,不仅影响了消费者的购物体验 and 满意度,同时也制约了留守女性参与电商创业的长期发展。

4. 社会工作助力留守女性参与电商作用

社会工作作为基层治理的重要力量,秉持着理念优势与科学的专业方法,在为少数民族留守妇女提供服务的过程中发挥资源链接者、能力建设者、政策倡导者与教育者的作用,为留守妇女提供支持,推动政策支持和资源倾斜,运用个案、小组、社区工作方法为留守妇女经济赋能,帮助其掌握电商技能实现助人自助。因此,社会工作凭借其理念优势与专业方法,在助力榕江县少数民族留守妇女参与电商发展具有很大作用。

4.1. 赋能留守妇女,实现助人自助

增能理论认为,权能不是稀缺资源,经过有效互动,权能是可以不断被发掘出来的[6],面对榕江县偏远山区的少数民族留守妇女,逐渐成为数字经济的弱势群体,在参与电商活动时由于教育资源的匮乏致使大多留守妇女缺乏相关的职业技能与知识储备,往往面临着“就业无技,致富无门”的困境只能被迫从事劳动强度大、收入微薄的简单体力工作。针对教育资源分配不均造成的信息壁垒,社会工作秉持着助人自助的理念,运用增能理论针对不同留守女性的实际困境与实际需求,链接政府、企业、学校、志愿者等多方资源,确立留守女性的主体地位,通过合作增能的方式挖掘留守女性的潜能,帮助留守女性增能赋权,使其从数字经济的“旁观者”转变为“参与者”。同时,帮助留守女性了解有关电商平台的法律法规,重点突出虚假宣传、价格欺骗的后果,了解电商平台出现哪些广告违禁词容易引起平台违规与限流,从而帮助留守妇女更好学习电商技能,参与电商发展,实现自我成长。

4.2. 实现力量结构的优化

榕江县乡村足球超级联赛因其独特的乡村文化和全民参与热情,迅速走红网络,当地书记迅速抓住机遇宣传,为当地经济的发展创造契机。随之出现了“村超 + 电商”的销售路径,不少农户开始尝试利用“村超”赛事的热度优势开设自己的电商店铺。“电商 + 社工”模式同样发挥着重要作用,社会工作者可通过公益直播活动邀请明星、网红、本地达人帮助留守妇女推广产品,特别是在“村超”比赛期间通过抖音、快手、微博等平台进行直播带货以及挂链接的方式销售本地特产,社会工作者作为专业的服务型人才,能够更好地深入基层,针对留守妇女的具体需求提供个性化支持,这一模式在一定程度上弥补了政府人力资源的不足。例如,通过电商培训、心理辅导、资源链接等方式,帮助留守妇女掌握电商技能,打造地方特色产品,提高商品的市场竞争力。

社会工作者作为政府与社会组织之间的桥梁,能够有效整合资源,推动多方合作[7]。社会工作通过链接不同的社会组织解决政府的人力资源不足,而电商的运营又为社会组织的运行提供了一定的资金支持。榕江县留守妇女借助政府、社会组织以及社会工作的理念优势与方法,筛选具有地方特色的产品,如辣椒酱、腊肉、土蜂蜜、手工艺品等,同时将产品包装融入“村超”文化,吸引消费者兴趣,促使电商

销售利润最大化。

4.3. 利用专业方法，提供专业服务

社会工作者在助力留守女性参与电商过程中有着多重的角色；作为服务的提供者，通过个案工作解决留守女性的个性需求问题、小组活动形成互助系统增强群体参与电商发展能力、营造支持性社区环境优化产业生态，构建起“问题解决－能力建设－电商发展”的闭环赋能体系；作为政策的倡导者与资源的链接者，推动政策与资源的倾斜为少数民族留守妇女赋权；作为电商教育者，推动建立电商的可持续发展机制，通过专业赋能打破少数民族留守女性数字边缘化，将农村电商转化为留守女性的数智农具，最终实现乡村振兴与少数民族留守女性创新发展的双重目标。

5. 社会工作赋能机制与具体实践

5.1. 技能培训与数字专业提升

社会工作者在参与电商的过程中必须深入基层开展充分调研，社会工作者针对女性群体(尤其是中老年妇女)的数字鸿沟问题，开展定制化培训。设计符合其需求电商技能培训课、店铺运营以及帮助系统梳理《电子商务法》《知识产权法》、平台规则等，防止虚假宣传违法违规行为的发生，内容应简单易懂注重实操过程中采用双语教学或方言辅助，确保妇女能够理解与掌握并更好地去实操。针对参与电商培训的女性，应定期检查其经营电商平台的维护情况、直播效益、是否定期保持产品图片更换、商品关键词定位是否准确以确保平台流量的稳定，确保培训的有效性，为农村留守女性参与电商提供综合赋能，使其掌握一技之长，为农村女性电商人才建设提供可持续发展力量。

5.2. 资源整合赋能

5.2.1. 建立公益平台联动

社会工作者可利用榕江的赛事热点结合公益这一目标导向充分发挥资源链接者的关键作用[8]，通过短视频记录宣传留守女性参与电商背后的故事与货物运送所遇到的困境，从而进行网络募资公益。同时，积极搭建起政府、企业、公益基金与少数民族留守女性之间的沟通桥梁，自上而下地为留守妇女提供坚实有力的支持。例如，在政策上，积极与政府部门沟通协调，争取政府在政策优惠、项目补贴等方面向农村女性电商参与者倾斜；在企业上，社会工作者可以联系各大电商平台为榕江县的少数民族留守女性提供便利条件，与农产品加工厂企业协商同农产品种植户签订产品采购合同，保障其收益与销售的稳定；在公益基金上，社会工作者通过宣传推广与沟通，获取“她基金”关注留守女性电商创业群体，为留守妇女参与电商发展提供小额孵化资金。

5.2.2. 搭建多方参与平台

社会工作者应积极建立多方合作机制，形成“政府＋企业＋社会公益组织＋社会工作者”四位一体的资源网络，最大限度地激发留守妇女潜能。政府应出台针对榕江县留守妇女参与创业电商的专项基金扶持政策，政策设计应以家庭为单位，尊重农村留守妇女的实际需求和数字化权益，特别是保障农村偏远地区少数民族留守女性参与电商的权利，社会工作者需要认真研读政策并用通俗易懂的语言向留守妇女解读政策内容，确保政策真正落地并惠及目标群体消除妇女无权感。企业方面应帮助农村地区发展特色产业，提升农产品附加值，提供技术指导和市场渠道，确保农产品销路。同时，设立专项基金，支持留守妇女接受电商培训，培养本地化电商人才，为女性农村电商的发展注入持久动力。社会工作者应协同相关的社会组织参与到电商与公益的合作模式之中，从地方优势出发整合资源，打造黔乡留守妇女主体自我“造血式”电商发展。

5.2.3. 提供心理支持，突破家庭角色束缚

在个人层面，社会工作者通过个案辅导评估留守女性的需求，识别因家庭角色带来的压力与自我限制。教授其与家人沟通的技巧，争取家人对参与电商的支持，明确参与电商不仅是经济行为，也是自我实现的机会。同时，利用榜样示范法，让县里的偏远地区的少数民族留守女性们看到国家对农村电商的大力支持，以及该行业的典型代表。如 2023 年中国新闻网《(高质量发展调研行)贵州榕江：加速传统产业迸发新的数智“玩法”》报道中显示：戴瑶瑶女性依托榕江县官方设置的免费摊位在“村超”现场经营起民族服饰出租拍照的生意，通过短视频和直播，线上“种草”侗族服饰的网友不计其数，仅两个星期的时间销售超 700 件。充分利用榕江县女性参与电商的成功案例，让少数民族留守女性意识逐步觉醒突破家庭角色的束缚，完成社会角色的转变。

在小组层面，将具有相似经历与问题的女性组织到一起建立支持小组，打破孤立感获得情感支持[9]。通过情景模拟分享家庭角色带来的压力和挑战，帮助她们练习如何与家人沟通，争取支持，突破家庭角色的限制。邀请榕江县成功参与电商的妇女分享经验，激励留守女性，增强她们的自信心和行动力。

在社区层面，社会工作者可以组织家庭成员参与电商工作坊，帮助他们理解留守妇女参与电商的意义，争取家庭支持，通过宣传教育活动，改变社区对妇女角色的刻板印象，倡导男女平等和妇女经济独立的重要性。贵州网络广播电视台的报道《80、90 正青春：电商赋能“黔货出山”她们为家乡代言》中邀请榕江县古州镇仁育社区党支部书记吴春红分享参与电商售货的成功经历，她在不到一个月的时间里通过电商直播帮助婆婆卖出了 1 万斤生姜，收益 8000 元，因此可以利用她们的影响力改变社区观念，表扬积极参与电商的妇女，提升她们的社会地位和自信心。

5.3. 社会工作角色的创新与功能延伸

5.3.1. 电商教育者与倡导者

一方面，社会工作者应构建起“电商运营模拟实验室”，留守妇女可以通过网络模拟电商运营的各个环节，从商品上架、店铺营销推广到处理真实客户咨询与订单，在这个过程中社会工作者与专业电商人才提供逐步指导与考核，提升留守妇女对电商知识的掌握与应用。另一方面，社会工作者可以积极宣传榕江县留守妇女参与电商成果，吸引了市场与企业的关注，倡导企业与市场为留守妇女提供技术支持、产品收购等合作机会，促进了电商产业链上下游的协同发展，进一步延伸了电商倡导者的功能。

5.3.2. 资源链接者与政策推动者

为进一步助力榕江县少数民族山区物流的配送发展，社会工作者可以通过整合政府、企业和社会资源，搭建物流资源共享平台，改变传统物流企业、电商企业、乡镇代理点各自为政、各自为营的被动格局，应以优化农产品上行及工业品下行模式为抓手，促进农村电商、农村物流的协同发展，强化各站点之间的联动与信息资源共享能力。同时，社会工作可以充分利用农村超市和电商服务点等便民资源，建立村级寄递物流综合服务站，为村民提供更加便利、高效的物流服务体系，为农村电商发展提供坚实保障。社会工作者在推动物流完善的过程中，还需要充分调研反馈留守妇女需求，推动地方政府健全女性参与电商的相关政策，尤其保护少数民族留守女性参与的权利，并用通俗易懂的语言宣传推动政策的落实。助力留守妇女实现成为数字经济的“受益者”，更好助推乡村振兴的蓬勃发展。

5.3.3. 文化传播者，品牌建设者

电商的火爆销售离不开品牌的打造与升级，社会工作者应立足本土实际情况因“产”制“销”，结合本土特色，讲述本土民族故事与产品制作过程，吸引消费者的兴趣。如苗家刺绣有着“蝴蝶妈妈”的传说，在刺绣作品中，经常能看到“蝴蝶妈妈”的图案，这不仅是对民族文化历史的传承，也赋予了刺绣作

品神秘而独特的文化价值。通过讲述文化故事,打造“文化 IP+ 电商”的融合发展让消费者深入了解苗族文化,增加对少数民族手工艺品的兴趣与认同感,增强品牌的知名度、满意度与市场竞争力,实现电商利润的最大化,走出一条具有地方特色的女性电商发展道路。

6. 结语

“村超”的爆火为榕江县电商的高质量发展带来巨大的发展机遇,社会工作以其专业的理念、科学的方法和能力的优势逐渐成为了少数民族留守妇女参与电商发展的重要力量。为了有效地解决留守女性参加电商发展存在的诸多问题,提出了少数民族留守妇女参与电商可持续发展社会工作者需要从技能培训、数智提升、资源整合赋能、品牌建设、社会参与以及政策倡导等多个方面介入。在整个过程中,社会工作者需要不断更新自身的专业知识与技能,发挥社会工作者作为教育者、政策倡导者、资源链接者、品牌建设者、文化传播者、服务提供者的角色,为榕江县少数民族留守女性赋能、赋权、链接资源、自上而下提供有力的社会支持。总之,打造少数民族留守女性参与电商的主体地位,需要不断总结经验探索出路,发掘适合不同地区农村女性的数字化参与,并激励新一代农村女性勇敢尝试“为自己掌权”。

参考文献

- [1] 刘先春,张若彤. 统筹城乡融合发展:习近平对马克思城乡关系理论的赓续与创新[J]. 河南师范大学学报(哲学社会科学版), 2025, 52(1): 1-9.
- [2] 阮丹,唐胜忠: 求变赛道竞逐富美[J]. 当代贵州, 2023(52): 22-23.
- [3] 辛家茹. 青年留守妇女参与乡村电商建设困境与超越——基于 X 村的实地研究[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2024, 40(3): 77-84.
- [4] 陈杰. 社会支持视角下农村留守妇女家庭教育能力提升小组研究[D]: [硕士学位论文]. 吉安: 井冈山大学, 2023.
- [5] 贾之申. 跨境电子商务发展问题与对策分析[J]. 今日财富, 2025(3): 1-3.
- [6] 张希. 增能视角下农村妇女社区参与的实践研究[D]: [硕士学位论文]. 大庆: 东北石油大学, 2022.
- [7] 王成森. 社会工作如何介入农村机构养老问题——基于山东省 H 村的访谈研究[C]//燕山大学文法学院, 燕山大学社会科学处. 第二届公共治理理论前沿与实践国际学术研讨会会议论文集. 重庆: 重庆工商大学法学与社会学学院, 2022: 188-196.
- [8] 李忠宇,祝坤. 地区发展模式介入城市社区邻里关系改善的实践路径研究[J]. 新型城镇化, 2025(2): 73-76.
- [9] 陈杰. 社会支持视角下农村留守妇女家庭教育能力提升小组研究[D]: [硕士学位论文]. 吉安: 井冈山大学, 2023.