

社会工作者助力农村电商发展的模式探索

——以浙江诸暨的实践为例

方科力

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年3月28日; 录用日期: 2025年4月18日; 发布日期: 2025年5月20日

摘要

在乡村振兴和数字经济深度融合的背景下, 农村电商成为推动乡村产业振兴的重要引擎, 但面临人才匮乏、资源分散、信任薄弱等发展瓶颈。社会工作者凭借其专业方法和实践优势, 能够通过资源链接、能力培育、组织孵化等手段, 助力破解农村电商发展的难题。本文以浙江诸暨的实践为案例, 结合协同治理理论, 探索出社会工作者助力农村电商发展的创新模式。研究发现: 该地社工团队以“公益引领 + 数字赋能”双轮驱动模式为核心, 形成“政 - 社 - 校 - 企 - 农”协同共富机制。社会工作者凭借资源整合、志愿动员等能力, 激活乡村内生动力, 实现社工服务和电商经济的深度融合。本研究为农村电商发展中社会工作的专业化介入提供了实践参考, 为社会工作者助力农村电商发展提供了新思路, 也为同类地区构建农村电商发展模式提出路径启示。

关键词

社会工作者, 农村电商, 乡村振兴

Exploration of the Model of Social Workers Facilitating the Development of Rural E-Commerce

—A Case Study of Practice in Zhuji, Zhejiang Province

Keli Fang

College of Law and Humanities, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Mar. 28th, 2025; accepted: Apr. 18th, 2025; published: May 20th, 2025

文章引用: 方科力. 社会工作者助力农村电商发展的模式探索[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 1129-1135.
DOI: 10.12677/ec.2025.1451391

Abstract

Under the background of the deep integration of rural revitalization and digital economy, rural e-commerce has become an important engine for promoting the revitalization of rural industries. However, it faces development bottlenecks such as a lack of talent, scattered resources, and weak trust. Social workers, with their professional methods and practical advantages, can help solve the problems of rural e-commerce development through means such as resource connection, capacity building, and organization incubation. This paper takes the practice in Zhuji, Zhejiang as a case and combines the theory of collaborative governance to explore an innovative model of social workers assisting rural e-commerce development. The research finds that the local social work team has formed a “government-society-school-enterprise-farmer” collaborative co-prosperity mechanism with the “public welfare leadership + digital empowerment” dual-wheel drive model as the core. Social workers, by virtue of their abilities in resource integration and volunteer mobilization, have activated the internal driving force of the countryside and achieved the deep integration of social work services and e-commerce economy. This study provides practical references for the professional intervention of social work in rural e-commerce development, offers new ideas for social workers to assist rural e-commerce development, and also provides path inspirations for similar regions to build rural e-commerce development models.

Keywords

Social Workers, Rural E-Commerce, Rural Revitalization

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

1.1. 研究背景

在乡村振兴战略全面推进和数字经济高速发展的双重驱动下，农村电商已成为激活乡村经济、促进农民增收的重要抓手。然而，当前农村电商发展仍面临多重现实困境：一方面，农产品品牌化程度低、销售渠道单一、专业运营人才匮乏等问题制约产业升级；另一方面，传统电商模式往往聚焦短期经济效益，忽视乡村社会资本培育和可持续发展能力建设。社会工作者作为基层治理的重要主体，其核心优势在于资源整合、社群动员和专业服务能力。近年来，浙江等地涌现出一批以公益组织为载体、以社会工作者为引领的农村电商创新实践，通过公益服务赋能农户的模式，探索经济价值和社会价值的协同实现。

与此同时，社会工作服务近年来逐渐从城市基层治理向乡村治理延伸，社会工作专业人才开始流入农村。社工人才通过资源整合、社区动员、组织培育等方法在精准扶贫、留守儿童关爱等领域积累了丰富的经验，农村地区成为了社工人才大展拳脚的沃土。2023年中央一号文件明确提出“引导社会组织参与乡村振兴”，为社会工作介入乡村产业振兴提供了政策支持。在数字乡村建设背景下，社会工作者的角色进一步拓展，在助力农村电商发展中发挥着不可或缺的专业力量。

1.2. 研究意义

从理论层面看，现有研究多聚焦于电商平台的技术赋能或政策扶持，却较少关注农村社会内部的关

系网络等对电商发展的制约。本文引入社会工作视角，将经济分析和社会分析相结合，揭示农村电商可持续发展的深层动力机制，弥补单一经济学范式的局限。

从实践层面看，社会工作者可以成为农村电商发展的支撑。一方面，社工具备独特的专业价值和服务方法，可以与农民之间建立信任关系，为农民赋能，增强农民通过电商途径增收的信心，同时链接资源为农民提供系统性培训和陪伴式教学，帮助村民掌握电商运营技能；另一方面，社工可以通过孵化社会组织申请公益创投项目、承接政府购买服务，以项目化的方式促进农村电商的发展，实现社会工作和电子商务的跨界融合，从而推进乡村产业振兴。

2. 社会工作者助力农村电商发展的理论逻辑

2.1. 理论基础

本研究将协同治理理论作为理论基础。该理论兴起于 20 世纪末，强调政府、市场、社会组织及公民等多主体通过平等协商、资源共享和联合行动，共同解决复杂的公共问题。该理论构建起多元参与的协作网络，企业、社会组织等均被纳入治理框架，打破了传统官僚制的单一治理模式。该理论认为需要通过制度化平台促进利益相关者沟通，整合各方资源，明确角色分工以提升效率，才能更好实现问题的解决。在农村电商场景下，该理论为解析社会工作者的角色提供了重要视角：政府提供政策和基础设施支持，企业承担技术赋能和市场开拓，学校提供人力资源和后备力量，社会工作者作为专业协调者，通过构建“政-社-校-企-农”协同网络，推动各主体形成目标共识、利益协调和行动合力。

2.2. 运作机制

第一，协同治理理论要求农村电商场景中的政府、社会组织、企业等主体进行功能互补。政府虽然可以通过政策倾斜为农村地区提供电商发展的利好政策，但政策难以精准触达农户真实需求加之农户对政府的信任缺失，难以真正落地实施，企业的逐利性也会导致农户的利益受损。而社会工作者则可以依托社会组织平台的公益属性，弥合政府与市场的功能缝隙。社会工作者以社会组织承接的政府购买服务、公益项目等为载体，将服务嵌入电商产业链的关键环节，将政府政策转化为可落地的计划。在生产端上通过“公益助农志愿服务”帮助农户学习和运用新农技、新农械等，从而优化种植技术、提升产品质量；在流通端上，通过“公益助销”活动，利用爱心企业的网红 IP 进行宣传和直播销售等，打通产销壁垒；在消费端上，借助网络推介和出售“地标文旅游”“网红打卡”等服务，吸引城市客群主动下乡消费。

第二，协同治理理论要求农村电商场景需要搭建各主体之间制度化的协商平台。在协商平台上，社会工作者可以通过建立三方议事机制，明确各方权责边界与利益分配规则。农户代表负责产品供给与质量监督，企业负责品牌运营与市场拓展，政府负责政策协调与纠纷仲裁，达成合力。社会工作者还可以定期召开联席会议，确定短期共同目标，动态调整产销策略，避免因信息不对称导致的合作僵局。

第三，协同治理理论要求农村电商场景中的各主体需要进行资源整合，同时做好灵活调整。协同治理并非静态分工，而是根据农村电商发展阶段灵活调整资源投入重点。在农村电商平台的初创期，社会工作者应侧重农村主体的能力建设，链接高校技术资源与人力资源，解决农户技术问题，对其进行赋能，具体包括：技术赋能，通过短视频制作、直播技能培训、小程序开发等帮助农民掌握数字化工具；组织赋能，培育农村职业经理人(即乡村 CEO，该职业通过市场化运营思维和专业管理能力，盘活乡村资源、激活产业潜力，推动乡村经济发展)和骨干志愿者，建立本土化运营团队；品牌赋能，通过品牌设计提升农产品附加值。在农村电商平台的成熟期，社工转向协调企业与农户的利益，确保农户利益不受损，实现企业和农户的风险共担与利益共享。

3. 社会工作者助力农村电商发展的模式构建

3.1. 浙江诸暨的实践案例：策略与反思

浙江诸暨作为“枫桥经验”的发源地，积极探索乡村振兴的新思路。在浙江诸暨，当地某社工团队发起成立公益组织，通过社会工作专业方法整合资源、创新服务，在诸暨当地形成了“公益引领乡村治理、电商驱动产业振兴”的实践样本，以下将着重分析其中的实践策略，并对其实践进行反思。

3.1.1. 策略

策略一为项目孵化。社工团队围绕农产品销售、品牌推广、人才培育三大需求，设计孵化了 49 个公益项目。其孵化的“兴农先锋”直播助农项目入选全国农村直播电商案例，累计开展 900 余场直播，助销农产品超 6000 万元。在项目实施过程中重视资源整合，联动政府、企业、高校等主体，如与东白湖镇合作成立强村公司“上英园未来农业”，聚焦“一茶一樞”品牌运营，两年内实现年销售额超百万。

策略二为志愿动员。社工团队搭建平台，推出“青 X 青志愿研学之旅”，吸引 716 名青年志愿者加入。同时开展校地合作，与浙江农林大学暨阳学院共建“青枫志愿服务队”，组织 300 余名学生参与电商运营和社工服务[1]。

策略三为数字赋能。社工团队打造短视频矩阵，拍摄“今天我们又下乡了”系列公益助农短视频 940 余条，通过抖音、微信视频号等平台传播，覆盖超 50 万用户。开发“上英村云服务”小程序，集成农产品销售、手工艺展示、能工巧匠 IP 推广功能，累计访问量破 10 万次。开展直播培训，为农户提供“手机变农具、直播变农活”技能培训，培育本土主播 30 余名，带动 76 户村民通过直播增收 20 余万元。

策略四为人才培育。社工团队骨干担任“浙江千名乡村 CEO 培养计划”导师，培育“乡村 CEO”菁英团，输出省级乡村 CEO 人才 9 名、青年骨干志愿者 20 名。通过“乡村 CEO 菁英团”吸引青年返乡，如指导返乡青年运营“上英园梦”共富工坊，联动周边 5 个村庄打造美丽乡村联合体[2]。

3.1.2. 反思

诸暨当地社工团队助力农村电商发展取得重大成功，其成功因素离不开协同治理与社会资本的积累。首先是社会工作者作为多方主体之间的桥梁，与政府合作成立强村公司，与高校链接人力和技术资源，为农村电商发展打通了阻塞。再者是社工以社会组织为平台，通过承接政府购买服务获得合法性，使促进农村电商发展的政策通过社会工作服务真正落地实施。最后是社会资本的积累，社会工作者坚持开展下乡助农服务，用其独特的专业价值和方法，为农村主体增权赋能和进行技术培训，积累了农户与政府和企业之间的信任，使农户从怀疑观望转向主动参与。

反之，诸暨当地的实践也存在诸多局限。社会工作者依托的社会组织平台具有资源依赖性，该社会组织的运营资金依赖政府购买服务、基金会项目资金，自身造血能力不足。另外，参与项目实施的社会工作者表示项目的不稳定性、工资待遇低等都导致了其难以在农村长期发展留存，存在人才留不住的问题。在数字技术方面，尽管开发简易工具，仍有一些年龄较大的农户无法独立完成直播操作。诸暨模式的成功建基于当地政府对社会工作专业的认可和重视，在缺乏同类条件的地区推广难免出现“水土不服”。实践中也发现部分农户对社会工作者存在过度依赖的问题，他们认为是社会工作者解决了他们的问题和需求，改变了他们的生活，对社工极度信任，一旦离开社会工作者就会再次丧失能力，没有真正培养出自主运营和发展的能力。

3.2. 模式构建

基于上述对浙江诸暨的实践案例分析，本研究构建出社会工作者助力农村电商发展模式——“公益

引领 + 数字赋能”双轮驱动模式。

3.2.1. 模式内涵

该模式的内涵为公益与数字的合作共生。一方面要以公益引领，社会工作者运用专业方法解决乡村社会问题(如弱势群体帮扶)，通过社工服务建立信任基础，为电商发展创造社会资本。例如，吾欣公益累计开展 1000 余次下乡助农服务，覆盖 4 万余人次，为后续农村电商发展打下坚实基础[3]。社会工作者可以依托公益组织的非营利性和公信力，整合政府、企业、高校等资源，降低农村电商产业链各环节的交易成本。该模式通过公益吸引客群，为农村电商导入客源，同时可以将电商收益部分反哺公益项目(如“助农志愿服务基金”)，实现可持续发展。另一方面要以数字赋能，社会工作者可以通过短视频、直播、小程序等工具，将地方特产推向全国市场，利用数据分析识别消费者偏好，优化产品设计和营销策略。如“上英村云服务”小程序上线两年，累计访问量超 10 万次，直接带动农产品销售 20 余万元。

3.2.2. 运行机制

该模式运用资源整合、数字赋能、项目孵化、人才培养的策略，形成了“政 - 社 - 校 - 企 - 农”协同运行机制，即政府政策支持、社会组织运营、高校人才支撑、企业市场对接、农户提供产品的五位一体架构。其中社工及其组织依托乡村振兴政策，争取场地、资金和项目资源；社会工作者将社会组织作为运营枢纽，链接多方资源；社会组织通过志愿活动吸引周边学校的青年志愿者服务农村电商发展，当地乡镇通过制定足够吸引的创业政策吸引专业人才成为“农创客”“乡村 CEO”；与村镇和农户合作成立强村企业，企业负责品牌运营和利润分配，确保农民分红，农户和企业共担风险、共享收益。

4. 双轮驱动模式的挑战与优化方向

4.1. 实践挑战

4.1.1. 社会组织资源依赖，内生动力不足

孵化成立的社会组织资源依赖性强，高度依赖政府项目资金和企业赞助，一旦外部支持中断，电商助农项目易陷入停滞。当前农村电商项目高度依赖政府资金与企业赞助，缺乏自主造血能力。一旦外部支持中断，项目易陷入停滞，导致生产规模扩张受阻[4]。例如，部分乡村电商合作社仅依靠短期项目资金运营，未形成可持续的盈利模式。这种“输血式”支持模式难以激发社会组织内生动力，限制了农村电商的长期发展潜力。

4.1.2. 政策激励有效性低，政企协同低效

地方政府政策激励有效性不足，乡村企业“招不进留不住”，乡村数字经济受阻。地方政府虽出台多项扶持政策，但因缺乏精准性和灵活性，难以有效激励企业参与。税收优惠、用地保障等政策落地困难。此外，政策执行中“重补贴轻服务”倾向明显，未能与企业实际需求形成深度协同[5]。

4.1.3. 基础设施下沉滞后，物流成本较高

乡村基础设施下沉难，运营维护难。农村地区 5G 网络覆盖率低，冷链物流等“新基建”供给不足，制约了农产品上行效率。数据显示，偏远山区物流成本占农产品售价的 30%以上，导致电商利润空间被压缩。同时，基础设施维护机制缺失，部分已建成的仓储设施因缺乏专业管理而闲置[6]。

4.1.4. 留守群体数字化素养低，技术参差

农村留守群体数字化素养偏低，部分农户难以独立操作直播、小程序等工具。农村留守人口普遍存在“数字鸿沟”，老年农户难以掌握直播、数据分析等工具。现有培训课程多为“一刀切”模式，未针对

不同年龄、教育背景群体设计分层教学内容，导致技术应用效果参差不齐。

4.1.5. 人才留任机制缺位，专业队伍流失

人才留任机制不健全，社会工作者、乡村 CEO、返乡创业青年等待遇低、发展空间有限。农村电商从业者面临薪酬低、职业发展路径模糊等问题。社会工作者等核心人才因缺乏激励机制而频繁流动[7]。例如，部分农村职业经理人月薪远低于城市同类岗位水平，难以吸引高素质人才扎根农村[8]。

4.2. 优化对策

4.2.1. 构建多元资金生态，强化自我造血

社会组织资金来源尝试从“外来输血式”转向“自我造血式”，具体对策包括：设立乡村电商共富基金，按销售额比例提取资金反哺公益项目；引入社会资本参与股权合作，如与电商平台共建供应链金融体系[9]。例如，浙江省某县通过“政府引导基金+企业配资”模式，成功孵化年营收超百万的电商合作社。

4.2.2. 优化政策供给，激活市场主体活力

推动政府从“资金提供者”转向“政策赋能者”，通过税收优惠、用地保障等激励企业参与。具体对策包括：实施差异化税收政策，对参与农村电商的企业减免增值税；建立“政策适配度评估系统”，动态调整用地指标分配[10]。通过“一企一策”定制化服务，使企业入驻率提升。

4.2.3. 推进基建下沉，完善长效运维机制

联合通信企业完善农村 5G 网络，联合物流企业增加农村冷链物流等基建。优先布局 5G 基站与村级物流集散中心；推广共享冷链模式，降低中小企业设备投入成本[11]。可以引入第三方运维公司，通过“以租代建”实现冷链设施利用率提升。

4.2.4. 实施精准分层培训，弥合数字鸿沟

采用分层培训模式，提升培训精准度。设计“初阶 - 进阶 - 高阶”三级培训体系：初阶课程聚焦手机拍摄与订单管理；进阶课程涵盖直播话术与流量运营；高阶课程教授数据挖掘与品牌策划[12]。为年纪较大的老年人开发简易版小程序，降低技术使用门槛，另外也可开发“语音指令版”小程序，将操作步骤简化。

4.2.5. 完善人才激励机制，促进职业发展

完善人才激励措施，建立“基本工资 + 绩效提成 + 额外奖励”复合薪酬体系，提高乡村 CEO、社会工作者、大学生村官等人才待遇，确保从事乡村振兴的工作者月收入不低于当地平均水平。设立职业晋升通道，优秀者可转入电商管理部门、乡村振兴部门任职[13]。可以将服务年限与人才积分、住房补贴等挂钩，使人才留任率提高。

5. 结论

浙江诸暨“公益引领 + 数字赋能”的双轮驱动实践，为社会工作人才助力农村电商发展提供了可借鉴的创新样本。研究表明，社会工作者通过公益组织这一平台嵌入农村电商产业链，能够有效破解农产品品牌弱、销售难、人才缺等现实痛点。一方面，以公益服务为纽带，整合政府、企业、志愿者等资源，重塑乡村社会资本与信任网络；另一方面，以数字技术为杠杆，通过短视频推广、直播带货、云端运营等工具，降低了电商门槛并扩大了市场。

乡村振兴背景下，农村电商发展需超越单一的经济维度，融合社会工作的专业性和数字技术的普惠性，构建“公益奠基 - 数字增效 - 利益共享”的可持续发展路径。未来，该模式可在资金来源(如设立农

村电商公益基金)、技术迭代(如引入 AI 和区块链溯源)、跨域协作(如组建农村电商联盟)等方向深化创新,进一步释放社会工作在资源整合、人才培育和乡村治理中的潜能。本研究拓展了乡村振兴中社会工作的实践边界,进一步推动了中国式农业农村现代化。

参考文献

- [1] 绍兴民政. 爱在身边|民政邀您一起了解这些慈善组织——诸暨篇①[EB/OL]. https://mp.weixin.qq.com/s/RP_ZZBWEvYpqUm4WEIlsQ, 2025-03-20.
- [2] 诸暨组工. 学习身边榜样|庄园: 下乡造梦“播”共富[EB/OL]. <https://mp.weixin.qq.com/s/SSMBEq7Z-cOpuya7WPMdw>, 2025-03-20.
- [3] 绍兴农创客. 农创精彩|“青牛”寻访, 农创客助共富[EB/OL]. <https://mp.weixin.qq.com/s/6ptHwWVujJcaTIVt38mIXA>, 2025-03-20.
- [4] 孙禹. 基于中国乡村振兴综合调查的农村电商增收效应机制分析[J]. 商业经济研究, 2025(3): 118-121.
- [5] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [6] 文进爱, 邱伟芳. 数字乡村赋能农村电商经济的作用机理与实施策略[J]. 农业经济, 2024(9): 137-139.
- [7] 何志武, 陈天明. 乡村振兴与“能人”回乡”农村产业转型观念的创新扩散机制研究[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2022, 43(10): 136-143.
- [8] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.
- [9] 李怡娴. 农村电商助力乡村振兴: 内在机理、现实堵点及纾解之策[J]. 农业经济, 2024(7): 135-138.
- [10] 杨玉新, 张妍. 数字经济引领农村电商生态建设的现实困境与推进策略[J]. 农业经济, 2024(9): 140-142.
- [11] 李康香. 社会工作服务视角下农村电商物流的可持续发展研究[J]. 物流科技, 2024, 47(3): 58-60.
- [12] 徐思凡. 从“助力”到“赋能”: 新媒体时代农村电商人才培养策略研究[J]. 农业经济, 2024(10): 140-142.
- [13] 郭英. 新媒体时代乡村振兴背景下农村电商人力资源培养——评《农村电商职业经理人》[J]. 中国科技论文, 2022, 17(4): 469.