

# 社会工作助推电商平台家政服务者的实务研究

严大权

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月17日; 录用日期: 2025年5月9日; 发布日期: 2025年6月10日

## 摘 要

随着互联网技术推动电子商务的蓬勃发展, 家政服务行业加速向数字化转型, 但流动女性等群体仍面临技能不足、权益保障缺失及社会认同薄弱等挑战。本研究以贵阳市“流动女性的力量: ‘传·帮·带’”项目为案例, 探讨社会工作与电商平台协同赋能家政服务者的创新路径。项目依托“技能互助 + 社工支持 + 电商引流”模式, 通过线上线下培训、心理辅导及资源整合, 助力流动女性掌握数字化工具、成立家政公司, 并借助美团、抖音等平台实现品牌化运营。本文期望能够为社会工作与电商平台融合实践提供新思路, 为推动该领域持续发展贡献一份力量。

## 关键词

电商平台, 社会工作, 流动女性, 传帮带模式

# Practical Research on Social Work Promoting the Home Service Providers on E-Commerce Platforms

Daquan Yan

School of Management, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 17<sup>th</sup>, 2025; accepted: May 9<sup>th</sup>, 2025; published: Jun. 10<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

With the rapid development of e-commerce driven by Internet technology, the domestic service industry is accelerating its digital transformation. However, groups such as migrant women still face challenges such as insufficient skills, lack of rights protection, and weak social recognition. This study takes the “Power of Migrant Women: ‘Pass on, Help, and Lead’” project in Guiyang City as a case to explore the innovative path of social work and e-commerce platforms working together to empower domestic service workers. The project relies on the model of “skill mutual assistance + social work support +

e-commerce traffic diversion”, through online and offline training, psychological counseling, and resource integration, to help migrant women master digital tools, establish a domestic service company, and achieve brand operation through platforms such as Meituan and TikTok. This article hopes to provide new ideas for the integration of social work and e-commerce platforms and contribute to the sustainable development of this field.

## Keywords

E-Commerce Platform, Social Work, Mobile Women, Mentorship Model

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

随着互联网技术的快速普及和电子商务的深入发展，传统家政服务行业正加速向数字化、平台化转型。家政服务者通过电商平台拓展就业渠道的同时，也面临技能不足、权益保障缺失及社会认同薄弱等现实困境。社会工作作为促进社会公平与个体发展的重要专业力量，亟需探索与电商平台结合的创新路径，以赋能弱势群体实现职业融入与可持续发展。在此背景下，“流动女性的力量：‘传·帮·带’”项目以贵阳市流动女性为服务对象，通过社会工作专业介入，构建“培训-支持-创业”全链条服务模式，助力家政服务者在电商平台中提升技能、保障权益并增强职业认同。

该项目依托电商平台特性，整合技能培训、心理支持与资源链接，不仅帮助流动女性掌握数字化工具应用与标准化服务流程，更通过成立家政公司，推动其从个体劳动者向职业化团队转型。案例数据显示，项目直接带动5名全职及15名兼职就业，并形成互助网络与品牌化运营模式。当前，国内关于社会工作与电商平台结合的实证研究仍显匮乏，本研究以“传·帮·带”项目为切口，为数字时代弱势群体职业支持提供可复制的经验参考，同时为家政服务行业规范化与可持续发展注入新动能。

## 2. 相关概念

### 2.1. 社会工作

中国的社会工作专业以“助人自助”为核心，聚焦社会公平与民生福祉，通过专业化服务回应社区治理、弱势群体帮扶等社会需求。社会工作起源于西方国家，自从引入国内以来，它经历了一段本土化的适应和发展历程。在我国，对于社会工作的理解和定义尚在完善阶段，其中以王思斌教授对其的定义最具代表性：“社会工作是秉持利他主义的价值观，以科学的知识为基础，运用科学的专业方法，帮助有需要的困难群体，解决其生活困境问题，协助个人及其社会环境更好地相互适应的职业活动”[1]。虽然不同学者对社会工作的表述各有侧重，但这些表述在核心层面上基本一致，即通过专业介入帮助个人和群体克服困难，促进个体与社会的和谐发展。

### 2.2. 电商平台发展现状

电商平台是指为企业或个人提供网上交易洽谈的平台，是协调、整合信息流、货物流、资金流的重要场所。它是通过互联网技术，实现在线购物、支付、物流、客户服务等活动的平台，是现代商业交易的重要组成部分。在电商平台上，卖家可以展示和销售商品，买家可以在线购买商品并进行支付。同时，

电商平台还提供了安全可靠的交易环境和保障,使得消费者和商家可以更加信任和便利地进行交易。李颖等认为,电子商务作为数字经济中规模最大、表现最活跃、发展势头最好的新业态新动能,它不仅推动了传统商业模式向数字化转型,还为人们提供了更加便捷、高效、安全的购物方式[2]。李明朗提出,大数据助力电商精准营销、优化运营,提升竞争力;需应对数据安全、隐私保护及技术创新挑战,实现数据资源持续增值[3]。王玲认为,社交电商在本质上是电商行业营销模式与销售渠道的一种创新。凭借社交网络进行引流的商业模式在中短期内为高速发展提供了保证[4]。梁秀清、宗胜春从六个方面介绍了农村电子商务发展现状:电商政策体系形成;电商平台多元发展;农民的电商思维和认知不足;专业人才匮乏;法规标准及服务滞后;物流体系还需完善。农村电子商务正在乡村振兴的道路上阔步前进,贡献着自己的力量[5]。从上述文献中可以发现,电商平台已成为全球数字经济的重要支柱,呈现高速增长与多元创新并存的格局。

### 3. 电商平台家政服务者的现状与困境

#### 3.1. 案例背景与实施策略

##### 3.1.1. 背景介绍

流动女性是指离开户籍所属的地区,以异地就业和生活为目的流入异地的成年女性[6]。据国家统计局数据显示,2024年女性农民工占比继续上升,在全部农民工中,男性占62.4%,女性占37.6%,其中本地农民工中女性占44.2%,外出农民工中女性占31.7%,全部农民工中女性所占比重比上年提高0.3个百分点[7]。龙家寨社区作为贵阳市流动人口聚居的典型区域,聚集了大量因城乡迁移或经济转型而涌入的流动女性。这些女性普遍面临就业渠道狭窄、职业技能不足、社会保障缺失及社会融入困难等问题。尽管电商经济的兴起为家政服务业提供了数字化转型机遇,但流动女性受限于数字化工具应用能力薄弱、在线服务规范意识不足,难以有效对接电商平台资源,导致其就业潜力未被充分挖掘。在此背景下,“流动女性的力量:‘传·帮·带’”项目以社区为依托,创新性地融合社会工作专业方法与电商平台运营逻辑,探索“助人自助,自助助人”的互助发展路径。

案例项目以“传·帮·带”为核心模式,通过挖掘社区内具备家政服务经验的骨干成员,带动其他流动女性形成互助小组,系统性开展技能培训、心理支持与资源整合。在电商赋能方面,项目不仅引入线上平台操作、客户沟通技巧等数字化技能培训,还协助成立家政公司,通过美团、抖音、微信公众平台等电商渠道推广服务,打破传统家政服务的地域限制。同时,项目结合社工专业支持,搭建线上社群与月度交流会,促进流动女性在技术学习、权益维护与情感联结中形成互助网络。

##### 3.1.2. “传·帮·带”模式实施策略

本项目以“传·帮·带”模式为核心,结合电商平台优势,解决传统家政行业——技能不足、权益无保障、市场难扩展等问题。通过“传”技能互助:邀请有经验的家政女性当老师,通过线上直播、线下实操,教新手使用电商平台接单、在线沟通等技能,突破传统“手把手教”效率低的问题;“帮”社工支持:社工联合电商平台提供两种帮助,一是制定标准化合同,解决劳资纠纷,保护家政女性权益,二是建微信社群、开心理辅导会,缓解工作压力,增强信心;“带”就业带动:成立家政公司,通过美团、抖音、公众号等平台展示服务案例和用户好评,吸引更多客户;同时培养优秀家政员,拍成短视频宣传,带动更多流动女性加入的同时扩大宣传效果,让家政服务从个体转向专业团队,既能增加收入,又扩大市场。

#### 3.2. 现状分析:流动女性在电商平台家政服务中的参与特征

根据贵阳市“流动女性的力量:‘传·帮·带’”项目调研数据显示,流动女性已成为当地家政服务

行业的主力群体，在社会工作的介入下其参与电商平台家政服务的特征呈现显著数字化趋势。

### 3.2.1. 流动女性传统家政服务接单的现状

孙琼如认为，流动女性目前的职业地位较低，她们的职业声望、职务层次与收入水平都普遍不高，只有少数流动女性处于较高的职业地位，拥有较高的职业声望、职务层次与收入水平[8]。在未借助电商平台接单的情况下，流动女性从事家政行业面临诸多困境。她们主要依赖熟人介绍、街头揽活等传统方式获取订单，导致订单数量稀少且分布零散，难以形成稳定的工作来源。由于缺乏高效的信息传播渠道，流动女性难以直接接触到潜在客户，即便自身具备娴熟的家政技能，也可能因无法有效展示而被市场忽视。此外，家政行业竞争激烈，部分客户更倾向于通过正规中介或品牌家政公司寻求服务，进一步压缩了流动女性的生存空间。没有电商平台的助力，她们难以积累客户评价与口碑，难以提升个人知名度，使得工作机会愈发稀缺，职业发展之路举步维艰。

### 3.2.2. 社会工作链接电商平台助力流动女性

在深入社区接触从事家政服务的流动女性后，社工在项目的支持下，帮助流动女性运用电商平台线上接单。在社区调研流动女性的过程中笔者发现，从人口结构看，她们中约 75% 为 35~50 岁农村户籍已婚女性，初中及以下学历占比达 85%，普遍缺乏职业技能认证，但具备丰富的家务实践经验；收入水平方面，通过电商平台接单的流动女性平均月收入为 3200~4500 元，较传统线下接单模式提升约 30%，其中 15% 的从业者通过承接企业订单，如长期保洁、活动后勤等，实现月收入突破 5000 元；在服务类型上，线上家政服务呈现多元化特征：基础保洁占比最高(65%)，其次为母婴护理(20%)、养老陪护(10%)及家电清洗等专项服务(5%)；值得注意的是，育儿与养老类服务订单增速显著，年均增长率分别达 40% 与 25%，反映出城市家庭对专业化、细分型家政服务的需求升级；从平台偏好来看，流动女性主要依托美团、抖音、及微信平台拓展业务。尽管电商平台为她们提供了低门槛就业入口与收入增长空间，但其参与特征仍呈现由需求驱动、受技能制约、区域差异大的复杂格局，急需通过系统性赋能实现可持续发展。

## 3.3. 困境分析：电商平台家政服务者的多重挑战

电商平台家政服务者的职业发展面临多重系统性挑战，其困境可归纳为技能、权益、社会认同及市场拓展四个方面。

### 3.3.1. 技能不足成为制约服务专业化与数字化转型的核心障碍

俞华、徐娜认为，面对低学历、大龄从业者，家政企业对其进行职业技能培训可能要付出更多时间、财力成本，且很容易因为人员流动导致企业培训“一场空”，因此家政企业培训员工的意愿不强，服务质量也无法得到保证[9]。多数从业者因缺乏数字化工具应用能力，对线上接单系统操作、在线支付流程及客户评价管理存在显著认知鸿沟，导致订单匹配效率低下；同时，服务标准化意识薄弱使得服务质量参差不齐，从业者多依赖个体经验而非统一流程开展服务，清洁规范、安全操作等关键环节缺乏系统性指导，易引发客户信任危机。

### 3.3.2. 权益保障机制缺位加剧职业脆弱性

从劳动关系认定层面看，家政电商平台运营模式多样，用工形式灵活。平台常将流动女性视为合作方，而非雇佣员工，双方缺乏明确的书面劳动合同。这使得流动女性在工作中遭遇诸如工伤、辞退等问题时，难以证明劳动关系，无法依据劳动法维护自身权益，例如因没有合同，受伤后难以认定工伤，医药费赔偿难落实。在劳动报酬方面，流动女性收入不稳定。电商平台订单受市场波动、季节变化等影响大，淡旺季订单量差异悬殊，导致收入起伏大。而且部分平台抽成规则不透明，随意调整，压缩了家政流动女性的实际收入空间，使得她们难以获得稳定、公平的劳动报酬。平台算法主导的派单机制进一步

压缩从业者议价空间，服务者常因非主观因素，如差评、订单取消等承担收入损失，而申诉与争议解决机制尚不完善。劳动关系松散化现象普遍，大量从业者依赖口头协议接单，书面合同覆盖率极低，工资拖欠问题频发且缺乏有效法律救济渠道。

### 3.3.3. 社会认同困境削弱职业尊严与可持续性

在家政行业电商平台中，流动女性面临显著的社会认同困境。一方面，传统观念对家政职业存在偏见，认为其地位低、技术含量不高，即便通过电商平台实现就业转型，流动女性仍常被贴上“服务者”、“临时工”等刻板标签，职业尊严与价值难以得到充分认可。另一方面，因流动女性多来自农村或经济欠发达地区，文化水平、数字技能参差不齐，在平台运营中易被视作弱势群体，社交中常遭受歧视性评价，参与行业交流与社会活动时也面临融入障碍。同时，公众对电商平台家政服务质量存疑，将服务缺陷归咎于流动女性个体，进一步加剧其社会认同危机。

### 3.3.4. 市场拓展受限阻碍规模化与品牌化发展

传统接单模式依赖地域性熟人网络，线上推广能力不足导致服务者难以突破地域限制，多数从业者缺乏品牌运营意识与新媒体营销技能，服务内容呈现同质化。家政行业中流动女性在电商平台市场拓展面临多重困境。其一，技能与服务标准化不足，多数流动女性缺乏系统培训，服务质量参差不齐，难以满足消费者对高品质、专业化家政服务的需求，限制市场竞争力。其二，数字营销能力薄弱，不熟悉电商平台规则、线上推广策略，难以有效展示个人服务优势，无法精准触达目标客户，导致客源获取渠道狭窄。其三，品牌建设意识匮乏，因流动性大、从业周期短，难以形成个人品牌效应，加之平台竞争激烈，头部效应明显，新进入者难以突破固有市场格局，在激烈的市场竞争中难以获得稳定订单与客户资源。上述困境相互交织，折射出流动女性在家政服务中挣扎却无力改变的窘境，这些多重挑战也催生出社会工作与电商平台结合的必要性。

## 4. 电商与社会工作助推家政服务者的突破路径

### 4.1. 技能提升：破解数字化转型困境

左小娟、白雪梅认为，发展高端培训中心，实行持证上岗，在满足雇主需求的同时，可以增加雇主的信任度，获得社会的认可和尊敬<sup>[10]</sup>。针对家政服务中流动女性技能不足问题，社工可以帮助其设计理论与实操双轨并行培训体系。线上通过抖音直播、微信小程序开设电商平台操作课，包括接单流程、客户评价管理，线下组织互助模拟接单演练，包括虚拟订单处理、清洁流程标准化、入户注意事项等，并制定考核认证机制，确保参与者逐步掌握数字化工具。同时，公司内部编写家政服务标准手册，明确不同工作场景的操作规范，如：深度保洁的七步流程，通过“老带新”的模式强化家政团队服务一致性，提高客户满意度，获得良好的家政服务口碑。

### 4.2. 权益保障：构建家政服务者防护网

针对劳动关系松散与工资拖欠问题，社工链接法律资源，协助电商平台制定家政服务标准化协议，明确服务内容、薪资支付周期及纠纷处理流程，推动服务合同的签署。电商平台方需建立稳定收入保障机制，如设置保底薪酬、明确抽成标准，优化派单算法。同时，推动行业协会与公益组织为流动女性提供技能培训、法律咨询服务，增强其维权意识与能力，多方合力改善其权益保障状况。此外，社工助力家政团队建立权益保障社群，邀请律师解读劳动法以及相关案例，包括工资追讨，工伤认定等，并联合电商平台设置差评复核机制，避免从业者因客户恶意差评等承担损失，尽可能为流动女性提供一个良好的就业环境。

### 4.3. 社会认同：重塑家政职业尊严与价值

为消除家政职业污名化，流动女性可以在社工的资源链接下借助电商平台和短视频等公益宣传重构家政服务的社会形象。通过拍摄“家政服务达人”系列短片，既能展现家政从业者在基础清洁、母婴护理知识、养老陪护等服务的辛勤和专业性，也能收获到公众对流动女性这一弱势群体的关注。电商平台与培训机构需针对流动女性开展数字技能、服务标准化等培训，帮助其提升专业素养与服务能力，以高质量服务重塑公众认知。社区与行业协会可组织各类交流活动，搭建社交平台，促进流动女性与其他群体互动，消除歧视性评价，增强其社会融入感，从而缓解社会认同危机，营造尊重家政服务职业的良好社会氛围。

### 4.4. 市场拓展：打造品牌化与跨区域服务

针对市场同质化与服务地域限制，为了突破这一困境，家政服务者需形成品牌意识。首先开展数字营销专项培训，帮助流动女性掌握平台运营规则、新媒体推广技巧，学会利用短视频、直播等渠道展示服务优势，拓宽客源；其次是助力品牌建设，鼓励平台为从业者提供个性化品牌包装支持，如打造专属服务标签、建立客户评价体系，同时引导从业者建立长期职业规划，增强品牌意识。此外，社工可介入流动女性，为其提供资源链接与职业发展指导，推动其融入市场，协助家政团队开展短视频营销培训，教授从业者学会制作并宣传差异化内容，如：清洁前后对比、姐妹故事和服务故事 vlog 等，吸引跨区域订单。

## 5. 结语

社会工作的创新实践与电子商务的深度融合，催生出适应中国本土需求的新型服务模式，为传统的社工助人服务提供了数字化活力。在我国的社会背景下，经济和文化差异对引进和发展社会工作提出了新的挑战。为了推动社会工作的本土化进程，其与电子商务的结合成为了一种新的发展方向。通过具体的案例介绍，本文展示了案例中电商如何与社会工作结合，这种结合使得流动女性不仅能拓宽获客渠道，增加订单量，也能降低接单成本、提升品牌效应和获取客户信任，并印证了其必要性，通过赋能家政服务者，推动其从边缘生存向职业化发展，从家庭、社区中走出来，参与到劳动市场中。文中针对家政服务者面临的困境，通过社会工作与电商平台合力从技能提升、权益保障、社会认同和市场拓展这四方面提出了相应的解决路径，经过分析，电商与社会工作的结合不仅有利于扩大社会工作的影响和服务范围，而且有利于推动社会工作的本土化进程与发展，同时也让社会工作服务更加多元和有效，最终帮助到更广泛的社会群体。尽管本文提出的模式已取得初步成效，但在实践中，社会工作还需要用更多的实务去探寻更加有效的模式方法，为电商与社会工作的结合带来更多的成果，从而利用电商拓宽服务范围、提升工作效率和增加知名度，最终服务于社会大众和帮助有需要的困难群体。

## 参考文献

- [1] 王思斌. 社会工作概论[M]. 第3版. 北京: 高等教育出版社, 2014.
- [2] 李颖, 曹曦晔, 赵志浩. 浅析我国电商平台发展现状及策略[J]. 营销界, 2023(12): 8-10.
- [3] 李明朗. 大数据下电商平台价值实现机理及路径[J]. 合作经济与科技, 2024(13): 136-138.
- [4] 王玲. 中国社交电商行业发展现状分析[J]. 互联网经济, 2019(Z2): 80-89.
- [5] 梁秀清, 宗胜春. 农村电子商务发展现状分析[J]. 商场现代化, 2019(5): 32-33.
- [6] 谭磊, 冯书申. 新治理视角下社会企业服务流动女性就业的路径探索——以深圳市 D 社会企业为例[J]. 社会工作与管理, 2023, 23(5): 37-45.

- [7] 国家统计局发布 2024 年农民工监测调查报告[EB/OL]. 中国新闻网.  
<https://www.chinanews.com.cn/gn/2025/04-30/10408410.shtml>, 2025-04-30.
- [8] 孙琼如. 流动女性职业地位获得及其影响因素分析[J]. 人口学刊, 2014, 36(4): 43-51.
- [9] 俞华, 徐娜. 我国家政服务业发展现状、趋势、问题与对策[J]. 湖北社会科学, 2023(11): 73-81.
- [10] 左小娟, 白雪梅. 发展高端家政服务策略研究[J]. 经济研究导刊, 2016(16): 33-34.