

数字经济时代贵州省妇女参与电商的可持续发展策略：基于社会工作视角

张荠艺

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月6日; 录用日期: 2025年6月20日; 发布日期: 2025年7月14日

摘 要

随着互联网技术的飞速发展和互联网的快速普及, 电商已成为推动经济社会发展的重要力量。在政策支持下, 贵州省妇女电商参与数量显著提升, 但仍然面临数字基础能力不足、性别角色的制约、产业链支撑不足以及市场竞争和品牌建设等问题。本文从社会工作视角出发, 提出以下策略: 一是助力妇女思想解放, 激发内生动力; 二是组织电商互助小组, 提升电商能力; 三是深化政策倡导, 强化物流体系和电商配套措施; 四是推动品牌建设, 塑造文化品牌和生态农产品IP, 助力黔货出山。通过这些策略, 旨在提升妇女电商能力, 优化政策支持与生态系统建设, 推动贵州妇女在电商领域可持续发展, 为乡村振兴注入活力。

关键词

电子商务, 社会工作, 妇女电商参与, 可持续发展

Sustainable Development Strategies for Women's Participation in E-Commerce in Guizhou Province in the Digital Economy Era: A Social Work Perspective

Qiyi Zhang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 6th, 2025; accepted: Jun. 20th, 2025; published: Jul. 14th, 2025

Abstract

With the rapid development of Internet technology and the rapid popularization of the Internet, e-

文章引用: 张荠艺. 数字经济时代贵州省妇女参与电商的可持续发展策略: 基于社会工作视角[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 864-869. DOI: 10.12677/eci.2025.1472246

commerce has become an important force to promote economic and social development. With policy support, the participation of women in e-commerce in Guizhou Province has significantly increased, but it still faces problems such as insufficient digital infrastructure, gender role constraints, inadequate support for the industrial chain, and market competition and brand building. This article proposes the following strategies from the perspective of social work: firstly, to assist women's ideological liberation and stimulate their intrinsic motivation; secondly, organize e-commerce mutual aid groups to enhance e-commerce capabilities; thirdly, deepen policy advocacy, strengthen logistics systems and e-commerce supporting measures; the fourth is to promote brand building, shape cultural brands and ecological agricultural product IPs, and help Guizhou products to emerge. Through these strategies, the aim is to enhance women's e-commerce capabilities, optimize policy support and ecosystem construction, promote sustainable development of women in the e-commerce field in Guizhou, and inject vitality into rural revitalization.

Keywords

E-Commerce, Social Work, Women's Participation in E-Commerce, Sustainable Development

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

在当今数字经济时代下，电子商务作为数字经济的重要业态，受到多个地区各级党委、政府的重视和支持，现已成为推动乡村振兴和农业现代化的重要引擎。《2024 年贵州省政府工作报告》明确提出“培育壮大电商”等新型消费，深入实施电子商务发展“十百千万”工程，持续扩大头部电商平台贵州商品销售规模，积极发展农村电商、乡村旅游，推进农村一二三产业融合发展[1]。这一政策文件的发布，旨在依托新媒体平台的流量优势展现贵州的美丽风景和优质产品，为贵州省电商的飞速发展奠定了坚实的基础。统计数据显示，贵州网络零售额已经由 2018 年的 181.49 亿元增长至 2023 年的 897.7 亿元，占社零总额的比重达十分之一，2024 年上半年，全省网络零售额 549.9 亿元，同比增长 64.2% [2]。从脱贫攻坚到全面推进乡村振兴战略，在推动经济发展和农业农村现代化的道路上，女性是不可或缺的主体。

随着电商行业的发展和女性力量的崛起，学术界关于女性参与电商的研究也在不断增加。王晶等人的研究发现农村女性电商创业能力在整体上属于中等偏上水平，并且具备进一步提升的潜力，不同婚姻状况、创业经历、年龄及受教育程度的乡村女性在电商创业能力上表现出显著的差异[3]。胡燕俊在实地调研后发现，通过电商直播，女性不仅能够实现经济独立，更重要的是视野开阔以后，她们开始意识到自己除了传统的家庭角色之外，还可以是拥有无限潜力，创造更高价值的独立个体[4]。李婉玉等人的研究发现，返乡女性在电商直播创业中需要主动协商“乡村女性”与“创业者”双重身份在自身、家庭、社会等多方面的冲突，实现经济与自身的在地嵌入[5]。辛家茹以增能理论为视角，认为青年留守女性存在自我互动困境、人际互动困境以及环境互动困境等问题，需要通过自我能力提升、积极融入微观合作环境以及宏观环境层面的综合增能来有效解决[6]。王乐艳在调查山东农村电商经营者后指出，农村妇女参与电商创业和就业既有先天不足，也有后天数字经济发展机遇，促进农村妇女参与乡村振兴电商创就业需要政府、妇联、社会、高校、电商平台以及女性自身方面的多方面共同努力[7]。

社会工作秉持助人自助理念，在弱势群体赋能与社会系统改善方面具有独特优势。本研究将深入分析贵州省妇女参与电商的现状与问题，探讨社会工作介入的路径与策略，旨在为贵州省妇女电商的可持续

续发展提供切实可行的参考，助力妇女在数字经济时代充分发挥潜力，实现经济独立与社会参与的良性互动。

2. 贵州省妇女参与电商的现状与挑战

2.1. 政策驱动下的参与现状

贵州省参与电商的妇女数量呈现快速发展态势，在乡村振兴和数字经济政策驱动下，女性正成为电商领域的重要力量。2024年4月，贵州省委办公厅、省政府办公厅印发实施《关于进一步推动全省妇女儿童事业高质量发展的实施意见》，在支持和促进妇女就业创业方面，提出深入实施“锦绣计划”、推进“黔灵家政”工程、支持妇女参加职业技能培训、设置“妈妈岗”等，旨在进一步拓宽渠道、优化环境，帮助妇女更好就业创业[8]。为了推动女性积极参与到电商领域，实现经济的独立和自身的发展，贵州一些地方政府积极响应政策，计划培养大量女性电商人才。从2016年开始，贵州省各级妇联计划借力电子商务“百千万工程”，助力妇女发展“母亲电商”创业脱贫项目，帮助贫困妇女通过电商渠道实现脱贫。2017年，贵阳市启动“女性云商”三年行动计划，计划三年内培养600名女性电商推广员，激励更多的女性加入到电子商务发展过程中[9]。近年来，尤其是在一些农村地区，通过电商平台销售特色农产品、手工艺品等的妇女数量逐渐增多。截至2021年，贵阳市通过创新推动“女性云商”三年行动计划，探索“e+她”女性电商创业就业新模式，共扶持100余名女性成为村淘合伙人、电商企业负责人，带动1000余名妇女通过互联网实现就业创业，受惠群众达万余人[10]。在政策的指引和推动下，大量妇女凭借电商的力量成功实现脱贫和再就业，为家庭和社会增添了新的活力。

2.2. 妇女参与电商的主要发展障碍

2.2.1. 数字基础能力不足

贵州农村妇女在政策的推动下积极投身电商领域，然而，由于教育背景和对当前发展的了解有限，她们在开展直播电商创业就业过程普遍面临三大难题，即缺乏专业素养，缺乏直播技能和缺乏运营能力等[11]。为了帮助她们更好地适应电商发展，政府部门采取了一系列措施。以榕江县为例，该县针对留守妇女、非遗传承人、返乡创业青年、易地搬迁群众等群体，开展了“万人村寨代言人培育计划”，成功孵化出超过1.2万个短视频账号[12]。不过，由于村中留守妇女数量较多，基础知识相对薄弱，加上日常琐事多，空闲时间较少，因此多数妇女仅接受了短期的扫盲式培训，培训内容主要围绕“拍、剪、编、播、卖、创”6个章节。

她们对短视频热点捕捉能力弱，仅能掌握基础的短视频发布与直播操作，对直播电商等产业发展前沿及形态敏感度不足，一定程度影响运营能力整体提升。调研显示部分农村妇女主播直播带货时因专业素养和市场了解不足常过分夸大产品质量，这种做法虽可能短期刺激消费但难以建立长期稳定的消费者信任关系。同时，公益组织、政府与企业间协同机制不完善使电商培训与后续创业指导、资源对接难以有效衔接，影响女性创业者持续发展能力。

2.2.2. 社会性别角色和传统观念的制约

聂绍英、王伊欢认为，受到传统社会性别观念的影响，妇女将自身的工作地点、时间安排以及职业性质等个人化选择和规划完全嵌入家庭之中，根据家庭内部生产和再生产的刚性需求进行动态调整，具有明显的家庭中心主义倾向[13]。多数女性家庭需求优先于职业发展，电商工作与家庭照料冲突时通常选择放弃电商。当前常见情形是女性涉足电商产业大多为借助空闲时间贴补家用的灵活就业途径，而并未将“电商从业者”列入职业规划。这种选择模式显现性别角色分工固化影响并制约女性在数字经济领域深度参与和长远发展的可能性。

2.2.3. 产业链支撑薄弱

当前政策扶持多集中于技能培训和小额补贴,电商全链条系统性支持明显不足。首先,贵州农村地区交通设施配备不足,很多农产品物流运输存在很多困难。生鲜类农产品需要冷链运输,而当前贵州农村地区的冷链物流尚未形成完善的体系,物流运输路径也没有得到合理的规划,冷链物流的不足直接影响了产品的品质和消费者的购买体验[14],导致了从生产到销售的断层,很多农产品“卖得出却送不好”。其次,妇女手工产业大多以“家庭作坊式”生产为主,标准化程度较低。与直播销售中短时间内就能售出上千件商品的高效速度相比,这些家庭作坊式生产的产品制作规模较小,未能形成大规模的工厂化生产模式。因此,在市场需求旺盛时,产品往往供不应求,难以构建完整的产业链条。

2.2.4. 市场竞争和品牌建设困境

在乡村直播领域,主播多采用“场景化营销”策略吸引流量,如穿着民族服饰或将直播间设置在田间地头、产业基地或工厂车间,以真实场景与消费者建立信任关系。然而,由于多数电商产品采用相似的销售方式且产品类型高度雷同,消费者容易产生审美疲劳。单一的营销方式缺乏特色,对消费者吸引力不足,导致消费者缺乏黏性,进而削弱了产品的竞争力。同时,贵州产品品牌建设意识薄弱,众多特色产品未能有效结合地方文化资源进行差异化塑造,缺乏鲜明特色与核心竞争力,致使大量市场份额被行业知名品牌所占据。

3. 社会工作视角下的可持续发展策略

3.1. 激发妇女参与内生动力

社会工作可以通过“情感-资源-关系-价值”的嵌入方式来助推妇女的新内生式发展,激发妇女参与电商的内生动力[15]。首先,社会工作者可以通过嵌入妇女的日常生活与妇女建立“熟人关系”,获取妇女的信任和支持,了解影响妇女持续参与电商培训的个人原因以及背后的文化观念。由于传统文化对妇女思想根深蒂固的影响,社会工作者可以以当地优秀文化为切入点,在社区开展文化包容性的宣传,逐步深入,解放妇女思想,激发妇女对自身能力发展的源动力。其次,社会工作者应助力当地建立妇女合作社和合作组织,提高妇女的组织化水平,链接政府和社会的经济资源,将妇女组织作为承接和转化外部资源的“中介”,通过对妇女的资源赋能提升其经济发展能力。再次,积极建立妇女合作组织的社会支持网络,增强妇女电商发展的可持续动能。社会工作者要积极建立妇女合作组织与当地的政府部门、相关企业的良好关系,引入第三方评估和监督机构,提高合作的透明度和公信力,确保主体间能够就发展电商形成公平友好的合作。最后,应培养妇女的政治参与能力,实现妇女在有关电商发展事务中的话语权。妇女作为当地电商发展的重要主体,不应只是被动地参与到发展过程中,在生产到销售的整个环节都应该积极发表自己的意见。

3.2. 组织电商互助小组

当前政府所提供的短期基础培训,仅使大多数妇女掌握了基本的视频发布与直播技巧。为了助力妇女全面提升电商能力,社会工作者应充分利用社区现有资源,组织有意愿的妇女加入电商互助小组,营造互助共进的学习环境。同时,定期邀请电商行业专家,为妇女们带来关于市场趋势、营销策略以及平台规则等关键内容的深度培训,完善她们的知识体系。在小组内部,鼓励妇女积极分享实战经验,协同攻克运营难题,通过持续的交流互动,巩固并提升专业素养。此外,社会工作者还应积极创造实践机会,让妇女们在真实的项目操作中精进技巧,积累实操经验,并在空闲时间组织小组成员参观成功电商企业、举办线上线下结合的实操工作坊,定期开展案例分析研讨会,都能帮助成员在实践中不断提升专业技能,从而全方位提升其电商从业能力。

3.3. 深化政策倡导与支持

社会工作者需承担政策倡导角色主动与政府部门沟通反映妇女及其他群体对电商发展的需求,推动政府加大对优化物流网络和电商基础设施的资金投入。重点加强冷链物流建设引入先进物流技术实现物流信息实时对接与动态优化管理显著提升物流服务数字化水平,以此提高物流运作效率并有效降低物流成本。社会工作还应推动公益组织、政府与企业协同合作优化电商培训与创业指导及资源对接流程。公益组织可借助政府政策支持与企业资源优势为女性开展涵盖市场趋势、运营管理等内容的全面电商培训,建立长效创业指导机制促进资源共享与信息流通,为女性创业者提供持续咨询支持助力其拓展市场渠道、获取更多发展机会实现可持续发展。

3.4. 品牌建设 with 产品特色塑造

推动贵州电商产品品牌建设,社会工作者在其中扮演着关键角色,其核心路径可聚焦于以下三方面:首先是激活非遗基因,塑造文化品牌。非遗与民族文化是贵州的宝贵财富。社会工作者可协同人类学、设计学等领域的专业力量,深入少数民族村寨,系统梳理苗绣、蜡染、银饰、侗族大歌等非遗资源所蕴含的独特文化符号。关键在于将这些符号创造性地转化——使其成为品牌的核心视觉标识、产品包装的独特元素,或融入打动人心品牌故事素材。这种转化,是将深厚的文化底蕴注入现代品牌生命力的过程。其次是打造生态农产品 IP,助力“黔货出山”。针对“黔货出山”的战略需求,社会工作者可着力于生态农产品 IP 的孵化。核心在于构建“地理标志 + 生态认证”的双重保障体系。最后是搭建协作生态,贯通发展链条。社会工作的优势在于其强大的资源链接与整合能力。社会工作者需主动作为“枢纽”:向上联动政府,争取政策扶持与必要资金支持;横向对接企业,引入成熟的供应链管理经验和广阔的市场销售渠道;联结高校智库,获取设计研发支持与专业人才培养;携手公益组织,拓展项目合作空间。其核心目标是通过搭建跨部门、多主体的协作机制,有效打通从产品孵化、品牌塑造到市场推广的整个发展链条,最终编织成一个多方协同、优势互补的电商发展生态网络。

4. 结语

在贵州电商的迅猛发展进程中,妇女正日益成为一支不可忽视的重要力量。为此,政府出台多项政策,积极鼓励和支持更多女性投身电商行业。尽管目前参与电商的妇女数量正快速增长,但她们在前行的道路上仍面临诸多挑战,包括数字技能基础薄弱、受传统社会性别角色和地域观念的束缚、电商产业链不完整,以及品牌建设等困难。社会工作作为一门秉持“助人自助”理念的专业,可以通过提供服务、链接资源和倡导政策等多种方式,有效提升妇女的电商能力,激发她们的内在动力。同时,社会工作者还可以积极呼吁政府进一步完善电商基础设施,优化物流体系,并加强品牌建设的支持力度,从而降低女性参与电商的门槛和障碍。

未来,还需进一步优化培训内容,结合实际需求,提供更精准的技能培训和创业指导,帮助妇女更好地掌握电商运营的各个环节。加强与企业的合作,为妇女提供实习和就业机会,促进电商产业的产学研融合。此外,社会工作应持续关注妇女在电商发展中的特殊需求,推动政策的完善和创新,为妇女在电商领域的发展创造更加有利的环境。通过这些努力,贵州妇女不仅能可持续地参与电商领域,还能为乡村振兴和现代化发展注入新的活力。

参考文献

- [1] 贵州省人民政府. 关于《2024 贵州农村电商直播大行动实施方案》政策解读[EB/OL]. https://www.guizhou.gov.cn/zwgk/zcid/rmjd/202407/t20240718_85130714.html, 2024-07-28.

-
- [2] 多彩贵州网. 网上零售额同比增长 64.2% 贵州电子商务快速发展[EB/OL].
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1810879423676047444&wfr=spider&for=pc>, 2024-09-22.
- [3] 王晶, 温佐芳, 吴雨. 数字乡村背景下乡村女性电商创业能力提升策略研究[J]. 湖南财政经济学院学报, 2025, 41(2): 110-120.
- [4] 胡燕俊. 农村电商直播带给“她们”什么? [N]. 农民日报, 2024-11-29(008).
- [5] 李婉玉, 杨舒媛, 马蕊, 刘雅文. 她力量的回归: 返乡直播创业女性的在地嵌入和身份协商[J]. 中华女子学院学报, 2024, 36(3): 95-102.
- [6] 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.
- [7] 王乐艳, 赵真. 新型业态视域下山东农村巾帼电商经营者创就业现状及对策[C]//山东省妇女创业发展服务中心. 2024 年“中国式现代化与妇女发展: 理论与实践”论文集. 2024: 11.
- [8] 贵州省人民政府. 中共贵州省委办公厅 贵州省人民政府办公厅关于进一步推动全省妇女儿童事业高质量发展的实施意见[EB/OL].
https://www.guiizhou.gov.cn/zwgk/zcfg/swygwj/202404/t20240409_84163332.html, 2024-04-09.
- [9] 人民网. 贵阳启动“女性云商”三年行动计划[EB/OL].
https://m.sohu.com/a/127774352_114731/?pvid=000115_3w_a, 2017-03-03.
- [10] 贵阳日报. 新征程 建功新时代 为贵阳贵安高质量发展贡献巾帼力量[EB/OL].
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1688028515287681258&wfr=spider&for=pc>, 2021-01-05.
- [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] 黔南新闻网. 电商赋能“黔货出山”数字撬动乡村“蝶变”——黔东南州深化农村改革全面推进乡村振兴之农村电商“新三变”模式[EB/OL]. http://www.qdnrbs.cn/news/content/2023-02/21/84_210172.html, 2025-05-01.
- [13] 聂召英, 王伊欢. 复合型排斥: 农村青年女电商边缘化地位的生产[J]. 中国青年研究, 2021(9): 96-103.
- [14] 赵南星. 乡村振兴背景下贵州农产品电子商务发展现状及优化策略研究[J]. 产业与科技论坛, 2024, 23(23): 14-16.
- [15] 祁颖菲. 社会工作何以助推农村妇女新内生式发展? [J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2025(3): 187-198.