

直播助农新业态下社会工作服务助力贵州省农村电商物流的短板治理研究

冉婷婷

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月16日; 录用日期: 2025年6月30日; 发布日期: 2025年8月18日

摘 要

直播助农新业态的蓬勃发展, 有效拓宽了农产品销售渠道, 但农村电商物流体系的滞后性成为制约其高质量乃至可持续发展的关键瓶颈。本研究聚焦社会工作专业力量如何介入并赋能农村电商物流短板治理。通过深入调研贵州某典型助农直播区域, 揭示当前物流环节存在的基础设施薄弱、物流服务体系碎片化、政策执行与资源供给不足、农户服务能力不足及人才短缺等核心问题, 创新性地引入资产为本社区发展、社会支持网络、赋能理论等社会工作专业视角, 构建“需求评估-资源整合-能力建设-多元协同”的治理路径, 为破解贵州省“直播助农”物流梗阻提供理论创新与方法借鉴, 助力乡村振兴。

关键词

直播助农, 社会工作服务, 农村电商, 物流短板治理

Research on the Short Board Governance of Social Work Services to Help Rural E-Commerce Logistics in Guizhou Province under the New Format of Live Broadcast to Help Agriculture

Tingting Ran

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 16th, 2025; accepted: Jun. 30th, 2025; published: Aug. 18th, 2025

文章引用: 冉婷婷. 直播助农新业态下社会工作服务助力贵州省农村电商物流的短板治理研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(8): 1594-1600. DOI: 10.12677/ecl.2025.1482685

Abstract

The vigorous development of the new format of live broadcasting has effectively broadened the upstream channels of agricultural products, but the lag of the rural e-commerce logistics system has become a key bottleneck restricting its high quality and even sustainable development. This study focuses on how social work professionals can intervene and empower rural e-commerce logistics short board governance. Through in-depth investigation of a typical agricultural live broadcast area in Guizhou, this paper reveals the core problems existing in the current logistics links, such as weak infrastructure, high cost, information asymmetry, insufficient service capacity and shortage of talents, and innovatively introduces asset-based community development, social support network, empowerment theory and other social work professional perspectives to build a governance path of “demand assessment-resource integration-capacity building-multiple synergy”, so as to provide theoretical innovation for solving the logistics obstruction of “live broadcast to help agriculture” in Guizhou Province and help rural revitalization.

Keywords

Live Broadcast to Help Agriculture, Social Work Services, Rural E-Commerce, Logistics Short Board Governance

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

在乡村振兴战略与数字中国建设的双重驱动下，农村电商迎来了前所未有的发展机遇。近年来，以直播助农为代表的农村电商新业态迅速兴起，依托短视频、社交媒体和直播平台的传播优势，使得众多原本藏在乡间的特色农产品走向了更广阔的市场。农业农村部《2023 年数字乡村发展工作要点》明确支持直播电商拓展农产品销路[1]，2023 年中央一号文件指出要深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程，鼓励开展农产品电商直采、定制生产等模式，建立农副产品电商直播基地[2]。抖音、快手等平台设立助农专区，据国家统计局数据显示，2023 年农产品电商销售额超过 7300 亿元，超过 100 万农户通过网络销售农产品，农村网络零售额达到 2.49 万亿元[3]。

尽管直播助农在营销层面取得了显著成绩，但基础设施薄弱、成本高企、信息不对称、服务能力不足及人才短缺等问题仍然是制约农村电商发展的一大难关。尤其在直播带货对履约时效要求更高的背景下，物流短板的矛盾愈发凸显，在此基础上，亟需一种新型力量介入这一问题的协同治理。社会工作作为一门关注人全面发展与社会系统优化的专业，强调以人为本、能力建设、资源链接与协同治理，具备参与农村物流短板治理的独特优势。社会工作者可以通过组织农户、动员社区、协调多方资源，为农村物流治理注入人本关怀与制度协同的新动能，构建“需求评估-资源整合-能力建设-多元协同”的融合发展的实践样态。

本文尝试从社会工作角度出发，探索其在直播助农新业态下助力农村电商物流短板治理的现实路径与制度化机制，为拓展社会工作专业服务边界、推动农村电商可持续发展提供理论参考与实践指引。

2. 农村电商物流的短板诊断与归因

2015 年，中央一号文件首次提出“农村电子商务”，在国家富农惠农政策扶持下，农产品营销得到

快速发展,据阿里研究院数据显示,全国淘宝村、淘宝镇数量达到 300 多万个,农村网络零售额在持续增长。农村电商持续快速增长,特别是在直播助农场景中,农产品订单呈现碎片化、小批量、多频次的特点,对物流系统的响应速度、精准性与服务能力提出了更高要求。但受限于农村地区经济社会发展水平,农村物流在基础设施、物流服务体系、政策执行与资源供给、农户参与能力与协同意识不足等方面还存在不少短板,成为制约农村电商高质量发展的瓶颈[4]。

2.1. 物流基础设施滞后

农村地区在物流基础设施建设上长期处于被忽视的状态。2023 年底,贵州省农村公路总里程达 18.5 万公里,路网密度达 105 公里/百平方公里,硬化路率达 96.13% [5],在西部地区率先实现建制村和 30 户以上自然村寨全部通硬化路,历史性地解决了老百姓出行难、运输难等问题。但是许多偏远乡村公路缺乏养护,破损严重,通行能力低,致使快递车辆难以进入。同时,物流节点布局失衡,大量乡镇、村级区域缺乏固定的中转点和末端配送网点,使得物流运营效率大打折扣。此外,冷链设备、分拣中心、仓储点等关键设施匮乏,造成生鲜产品保鲜难、损耗高。

2.2. 物流服务体系碎片化

贵州省作为典型的山区省份,地形复杂、村落分散,导致农村物流发展面临天然障碍,贵州农村物流体系普遍呈现多头供给、缺乏统筹的结构性问题。快递企业、电商平台、村级合作社等多元主体各自为阵,服务体系碎片化严重,缺乏统一规划与协同调度[6]。例如,在黔东南州部分村寨,虽然村民通过抖音、快手等平台进行直播售卖,但由于平台订单系统无法与本地物流网点实时对接,末端配送员往往只能依赖手工登记和微信通知,容易造成信息延迟、漏派、错发等履约问题。此外,贵州多数县乡尚未建立完善的物流中转或分拣中心,村级物流仍主要依赖个体揽件人或摩托车运输队,这些流动性强、组织性差的基层物流力量既缺乏统一的服务规范,也缺乏电商平台履约标准方面的系统培训,服务水平参差不齐,难以满足直播电商对高频、小批、快周转的物流需求。一些农户反映,即便直播当日订单火爆,因物流未及时跟进,错过配送时效,导致买家投诉或退单频发,极大挫伤了农户参与数字化营销的积极性。

2.3. 政策执行与资源供给不足

《国务院办公厅关于加快农村寄递物流体系建设的意见》(国办发〔2021〕29 号)明确指出要构建“县中心-乡镇站-村级点”三级寄递网络,推广“多站合一”模式,重点发展农产品冷链寄递,补齐产地预冷、仓储保鲜短板;《中央财办等部门关于推动农村流通高质量发展的指导意见》(2023 年)提出建设“商贸、物流、冷链”三网融合的农村现代流通体系,推动数字化赋能和城乡流通设施衔接;《贵州省“十四五”现代物流业发展规划》提出要构建“通道+枢纽+网络”现代物流体系,推进“1+8+60”三级黔货云仓供应链网络,强化冷链物流设施建设。尽管国家和地方政府都颁布一系列文件推动“农村地区电商物流体系建设”等政策,但地方政府在执行过程中存在多种问题。一方面,财政投入力度有限,基层财政支出压力大,地方政府对农村物流的支持多集中于前期建设阶段,如站点硬件设施搭建、场地租赁等,缺乏对后期运维成本、人员培训、设备更新等方面的持续投入。甚至部分政府为完成上级指标,优先保障项目验收所需“可视化成果”,而对物流服务的内在可持续性投入不足,导致建得起、养不起的现象普遍存在。另一方面,基层治理中存在项目化倾向,在农村物流体系建设中,一些地方政府过度依赖外部电商公司或第三方承建单位进行统一搭建,缺乏对当地社区需求的深入调研和制度配套设计,导致服务体系与实际场景脱节。项目实施过程中往往重视硬件指标的完成,忽视了人员保障机制、服务规范流程及持续反馈机制的建立,运营人员多为临时招聘,缺乏物流背景和专业培训,也缺乏稳定激励,人员流动性大、服务专业性弱。

2.4. 农户服务能力不足与协同意识不足

在直播助农的具体场景中，部分农民尽管具备良好的农产品种植经验，甚至可以完成简单的采摘与初步分拣包装，但在订单处理、打单发货、快递对接、物流时效保障等方面常常经验不足。一些农户对发货时间节点、电商平台的物流规范、客户签收反馈机制等环节缺乏了解，导致发货不及时、快递单填写错误、无法处理退换货请求等问题频发。这种履约端的不专业直接影响消费者满意度，也损害了直播助农的信誉与复购率。此外，许多农村地区缺乏能够统筹农户资源、整合物流需求的合作组织或中介平台，导致各户农民只能单打独斗、被动接单，即便部分地区成立了合作社或产业协会，其主要聚焦于生产与销售层面，未能延伸至物流组织与服务整合层面，组织功能发挥有限。

2.5. 平台主导模式对基层物流产生挤压效应

当前直播助农多依赖大型平台主导型模式，如抖音电商、多多买菜等在供应链控制与履约体系中具有强势主导力。然而，为保证履约效率与风险可控，平台更倾向于选择具备产业规模、生产稳定性和产品认证能力的大型农业企业或合作社作为签约对象，这使得规模较小、标准化水平较低的普通农户被边缘化，难以直接进入平台交易体系。更进一步的是，这种以效率优先、集约导向为目标的直播助农逻辑，加剧了区域物流资源的分布不均，一些资源集中地区成为平台资源倾斜的重点，获得更多供应链支持与履约补贴，而边远山区或非核心农业产区，尤其是贵州等西部地区，则因成本高、物流难度大而被排除在主流供应链之外，造成农产品出村难、物流不畅的问题长期存在，甚至进一步放大了城乡与区域间的发展差距。

综上所述，农村电商物流短板不仅是基础条件与技术能力的问题，更是制度结构、组织动员与协同机制的系统性缺失。农村电商的高质量发展规模化、专业化是必经之路，这为引入社会工作服务介入物流治理提供了空间[7]。社会工作具备链接多元主体、提升组织能力、推动社区共治的专业优势，可在破解农村物流困境中发挥重要补充作用。

3. 社会工作介入的可行性及角色定位

在农村电商物流体系短板突出的背景下，传统技术、资金、政策供给虽不可或缺，但显然仍需社会机制层面的治理补充。而找准发展堵点和痛点，并通过归因分析提出促进农村电商稳定发展的策略，才能充分激发乡村经济发展活力，助力乡村振兴战略顺利推进[8]。社会工作作为专业化的公共服务形式，强调个体赋权、群体动员与社区协同治理，具备介入电商物流短板治理的现实基础与理论支撑。

3.1. 介入的可行性

一是社会工作服务与乡村振兴战略的契合性：当前国家大力推进数字乡村、产业兴村等乡村振兴路径，强调基层治理能力与公共服务体系的提升。社会工作作为连接政府、市场与农村社区之间的柔性力量，可通过深度服务、需求识别与资源配置，填补电商物流体系在组织协同与人本服务方面的空白，实现与乡村振兴战略目标的有机融合。

二是社会工作服务与直播助农实践逻辑的互补性：直播助农虽然提升了农产品销售能力，但其背后依赖的物流履约体系却缺乏相应的组织支持和服务保障。社会工作可通过开展能力建设、组织农民参与培训、推动合作组织建立等方式，提升直播背后“供应－物流－交付”链条的运行效率。

三是社会工作服务与农村社区现实需求的对接性：农村居民长期面临组织化程度低、公共服务供给不足、协同治理意识薄弱的问题，急需具备动员能力与服务意识的专业力量介入。社会工作既可作为组织者协调多方力量，又能作为教育者提升农户数字素养与物流认知，满足农村社区对新型公共服务的现实需求。

四是社会工作专业理论与实践方法的支撑：社会工作拥有以“人－环境相互作用”为核心的理论体

系，注重能力赋权、系统介入与多元协作，适用于农村物流问题这一复杂、系统、多主体交织的治理议题。通过个案工作、小组工作、社区工作等具体方法，社会工作可在微观、中观与宏观层面同步介入，提升治理效能。

3.2. 角色定位

能力赋能者：社会工作者通过开展物流知识普及、电商规则讲解、订单处理与售后服务培训等方式，提升农户对电商物流体系的理解与参与能力，助力农民从被动参与者转变为主动组织者，增强其在直播助农链条中的主体性与话语权。

社区组织者：在多数农村地区，社区尚缺乏稳定的组织结构来承接电商物流业务，社会工作者可通过建立农民互助组、电商合作社、物流志愿服务队等形式，引导居民参与社区治理、资源整合与服务共建，重构基层物流协同的组织基础。

沟通协调者：社会工作者在“人 - 人”与“人 - 制度”之间具备较强的桥梁作用。一方面，他们能够协调农民、电商平台、物流企业、地方政府之间的关系，促进信息互通、利益平衡；另一方面，他们也能推动政策落地与服务优化，为农村电商发展营造更具温度的制度环境。

社会资源链接者：社会工作具有较强的资源整合能力，能够链接政府补贴项目、公益基金、电商平台支持、社会组织服务等多元资源，推动形成“政府 + 企业 + 社会 + 农民”四位一体的物流共建共治格局，从而缓解农村物流孤岛化、市场化不足等结构性困境。

4. 社会工作介入治理路径

4.1. 社会工作服务介入路径设计

个案赋能路径：面向个体农户的精准支持。社会工作者可通过开展一对一或小组式辅导，帮助农户认知直播电商流程、物流发货规范与售后响应机制。特别是对于首次参与直播助农的村民，社工可引导其建立信心、形成稳定的履约行为习惯，降低参与门槛，提高履约能力。此外，通过农户“需求评估 - 资源链接 - 过程陪伴 - 能力提升”的个案路径，逐步构建农民在电商物流中的参与能力与行动自信。

群体组织路径：构建合作机制与互助平台。社会工作者可组织农户成立农产品物流互助会或村级发货协作队，通过集中采购包装材料、统一运输安排、协同与平台沟通等方式，提升物流环节的组织化与规模效应。同时，通过定期召开物流分享会、互助沙龙等活动，增强村民之间的经验交流与问题互助，培育群体归属感与协同意识。

社区协同路径：打造社工 + 村委 + 物流企业联动机制。基于社区整体发展视角，社会工作者可推动建立以村委为主体、社会组织为桥梁、物流企业为技术支撑的三方协同机制。例如，在村级设立助农发货站，由社工协助运维，整合村邮站、快递网点等资源，构建统一的农产品揽件、分拣与配送系统，提升最后一公里服务效率。同时，推动数据共享与服务规范化管理，提升基层物流治理的数字化水平。

4.2. 短板治理对策建议

4.2.1. 建立社工嵌入式农村物流服务机制

鼓励政府在快递进村、电商进村、数字乡村等政策项目中，将社会工作服务体系作为基础配套工程同步规划，推动社工进村。在具体实践中，社工可通过常驻服务、定期走访与个案干预等方式，开展农户物流意识普及、发货能力培训、履约规范辅导等活动，从而在基层层面提升农民的电商参与度与物流应对能力。同时，社工还可作为中立方调解平台、快递公司与村民之间的纠纷与服务反馈，增强农村物流服务的响应能力与公信力，实现从被动式服务向参与式共建的治理转变。

4.2.2. 完善社工服务与电商平台的协作机制

建议推动主流电商平台设立社工对接窗口或农服支持接口，为农村社工团队提供履约指导、平台政策解读、系统对接技术支持等服务，构建社工与电商平台之间的信息桥梁。平台方也可通过“平台认证社工”，鼓励社工组织参与直播产品筛选、农户能力评估、售后服务支持等环节，实现服务协同与资源下沉。通过深度整合社工服务与平台供应链系统，可有效降低信息沟通成本，提升物流服务精度，同时增强农户对平台规则的理解与适应力，减少沟通成本。

4.2.3. 构建激励与可持续运营机制

设立农村电商物流服务支持专项基金，用于资助在物流体系优化中发挥作用的社工机构、村级物流站点与农民合作组织，对服务成效突出的组织，可给予运营补贴、项目优先支持与专业培训机会，形成以绩效换支持、以服务换持续的正向激励机制。同时，鼓励地方高校开设乡村物流与社会服务相关课程，联合公益机构开展实训计划和青年志愿服务项目，系统培养懂农村、懂物流、懂社会工作的复合型基层人才，构建农村物流服务的人才保障机制。

4.2.4. 推动政策支持与多方参与联动

国家和贵州省相关职能部门近几年相继颁发了多个促进农村电子商务发展的政策文件，但是在执行过程中，结果却不是很理想。因此，政府要鼓励社会工作介入农村物流服务，将其纳入公共服务体系与基层治理能力建设的重要组成部分，协助政策的执行与落实，推动形成“政府引导 + 平台支持 + 社工嵌入 + 村民参与”的多方协同治理格局，打造制度化、网络化、常态化的农村物流服务协同平台。同时，建立相应的绩效考核与监督制度，对农村电子商务物流发展过程中遇到的问题进行及时地分析、处理及调整，促进农村电商物流向着高质量可持续方向发展。

综上所述，社会工作在农村电商物流短板治理中具备广泛的介入力与整合力，其服务路径具有可复制性与可推广性。未来可通过机制创新、资源整合与政策支持，推动其在更大范围内嵌入直播助农实践，助力构建公平、高效、可持续的农村物流服务体系。

5. 结论

本研究聚焦直播助农新业态下贵州省农村电商物流的短板治理，通过整合社会工作专业理论与实践方法，系统剖析了农村物流存在的基础设施、服务体系、政策执行等问题背后的结构性矛盾，并尝试构建起多维度的社会工作介入路径。研究立足需求，通过资源整合、能力建设、多元协同的治理逻辑，将社工专业的个案赋能、群体组织与社区协同三大专业方法融入到破解物流环节的碎片化、低效化问题中，以期构建社会工作介入农村电商物流短板的治理路径。

展望未来，社会工作在农村电商物流治理中的应用前景广阔。一方面，可进一步推动包涵驻村社工、物流网点、村委会三者服务体系的制度化建设，将个案赋能、群体组织等经验转化为可复制的标准化模式，扩大服务覆盖范围；另一方面，需加强与数字技术的结合，例如借助电商平台数据优化物流资源配置，提升基层物流的数字化管理水平。此外，还可探索将社会工作介入纳入数商兴农等国家战略层面，通过专项基金、人才培养等机制强化农村电商物流可持续运营能力。总之，社会工作对农村电商物流短板的治理，不仅能破解直播助农场景下的履约困境，更能通过赋能农户、重构社区协同机制，有望为乡村振兴注入源源不断的内生动力。

参考文献

- [1] 新华社. 五部门印发《2023 年数字乡村发展工作要点》[EB/OL]. 2023-04-13. https://www.gov.cn/lianbo/2023-04/13/content_5751294.htm, 2025-06-13.

- [2] 新华社. 2023 年中央一号文件公布提出做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作[EB/OL]. 2023-02-13. https://www.gov.cn/xinwen/2023-02/13/content_5741361.htm, 2025-06-13.
- [3] 向雪. 乡村振兴战略下农村电商高质量发展路径[J]. 农业经济, 2025(4): 141-144.
- [4] 蒋传义. 农村电商物流高质量发展的制约因素及其破解路径[J]. 中国航务周刊, 2025(15): 84-86.
- [5] 央广网. 贵州建设农村公路总里程达 18.5 万公里[EB/OL]. 2024-07-11. https://gz.cnr.cn/gstjgz/20240711/t20240711_526787722.shtml, 2025-06-13.
- [6] 柯齐, 任兆昌, 龚云虹. 乡村振兴背景下数字经济对农村电商高质量发展的影响[J/OL]. 数学的实践与认识: 1-11. <https://doi.org/10.20266/j.math.24-1668>, 2025-06-13.
- [7] 余花, 李学卫. 乡村全面振兴背景下农村电商高质量发展研究[J]. 农业经济, 2025(3): 136-137.
- [8] 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.