

社会工作助力特色农产品电商发展策略研究 ——以修文猕猴桃为例

黄 婷, 刘 郁

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月20日; 录用日期: 2025年7月16日; 发布日期: 2025年8月21日

摘 要

本研究以乡村振兴为背景, 聚焦修文猕猴桃产业, 通过文献分析与案例研究, 提出社会工作以“政策倡导-资源整合-能力建设”三维策略介入农村电商的创新路径。修文猕猴桃电商发展存在数字鸿沟制约农户参与、物流瓶颈突出、人才短缺严重、利益失衡引发信任危机等问题。社会工作介入后, 微观层面依托增能理论构建数字能力建设体系提升农户参与率, 中观层面通过资源整合优化产业生态, 宏观层面推动制度创新与政策适配, 最终构建“电商合作社+社工”模式破解小农户与大市场矛盾, 为特色农产品电商发展提供可复制的策略模型。

关键词

社会工作, 农村电商, 修文猕猴桃, 乡村振兴

Research on the Strategies of Social Work in Promoting the Development of E-Commerce for Characteristic Agricultural Products —A Case Study of Xiuwen Kiwifruit

Ting Huang, Yu Liu

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 20th, 2025; accepted: Jul. 16th, 2025; published: Aug. 21st, 2025

Abstract

This study, set against the backdrop of rural revitalization, focuses on the kiwifruit industry in

Xiwen. Through literature analysis and case studies, it proposes an innovative path for social work to intervene in rural e-commerce with a three-dimensional strategy of “policy advocacy—resource integration—capacity building”. The development of e-commerce for Xiwen kiwifruit faces problems such as digital divide restricting farmers’ participation, prominent logistics bottlenecks, severe talent shortages, and trust crises caused by imbalanced interests. After social work intervention, at the micro level, a digital capacity-building system is constructed based on the empowerment theory to increase farmers’ participation rate. At the meso level, the industrial ecosystem is optimized through resource integration. At the macro level, institutional innovation and policy adaptation are promoted. Ultimately, the “e-commerce cooperative + social work” model is established to resolve the contradiction between small farmers and the large market, providing a replicable strategy model for the development of e-commerce for characteristic agricultural products.

Keywords

Social Work, Rural E-Commerce, Xiuwen Kiwifruit, 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

在乡村振兴战略深入推进的时代背景下, 农村电商作为数字经济与农业农村深度融合的典型场景, 正成为推动农业转型升级、促进农民增收的重要引擎。2024 年中央一号文件明确提出实施农村电商高质量发展工程[1]; 《中国农村电子商务发展报告(2023)》显示, 2023 年全国农村网络零售额达 2.5 万亿元, 农产品网络销售额达 5870.3 亿元, 展现出强劲发展动能[2]。贵州省积极响应政策号召, 将修文猕猴桃列为“数商兴农”重点产业, 依托当地 16.7 万亩种植面积的产业基础, 全力推进其电商化发展, 《修文县 2024 年政府工作报告》显示, 2024 年修文猕猴桃预计产量达 10 万吨, 产业前景广阔[3]。

然而在发展过程中, 修文猕猴桃电商面临着众多显著的现实困境。正如《贵阳日报》报道, 修文县虽通过“小屏幕”拓展农产品市场, 但仍需破解多重发展难题[4]。在此背景下, 社会工作的专业介入展现出独特价值。其政策倡导功能可将农户需求转化为政策建议, 推动资源精准配置; 资源链接能力能搭建“农户-企业-政府-社会组织”协同平台, 优化产业链效率; 能力建设手段通过分层分类数字技能培训, 提升农户电商参与主体性, 为破解结构性障碍提供新路径。

本研究兼具理论与实践价值: 理论上, 通过社会工作方法与农村电商的跨界融合, 拓展了社会工作在产业经济领域的应用边界, 丰富了“农村电商社会工作”理论内涵, 完善了社会支持网络与增能理论的实践框架; 实践中, 立足修文猕猴桃产业案例, 提炼可复制的操作策略, 为同类地区特色农产品电商发展提供解决方案, 助力提升市场竞争力、优化产业结构, 为乡村振兴战略实施提供实践支撑。

2. 修文猕猴桃电商发展概述

2.1. 种植规模与产量

修文县猕猴桃产业发展迅速, 目前种植面积已达 16.7 万亩, 挂果面积 13.7 万亩, 种植范围广泛, 覆盖全县 12 个乡镇(街道)的 108 个行政村, 种植规模在全国处于领先地位, 居全国第三、全省第一。产量方面, 2024 年预计产量在 10 万吨左右, 此前 2023 年挂果面积 13.7 万亩, 总产量突破 10 万吨[3]。

2.2. 发展历程与阶段特征

20 世纪 80 年代末期, 修文县开始大力发展猕猴桃产业。1989 年, 乌栗乡(今谷堡镇)的马怀麟从台湾地区引进多个猕猴桃品种与当地野生猕猴桃嫁接, 开启了人工种植的先河。此后, 产业发展并非一帆风顺, 经历了多次波折。2002 年, 种植面积曾达 5 万亩, 但由于管理不善和销售渠道不畅等问题, 产业规模逐渐萎缩。随着市场对猕猴桃需求的增加, 价格上涨, 农户的种植积极性再次被激发, 但又面临着无序竞争和滞销等困境, 种植面积再次缩减。2012 年起, 贵阳市与修文县出台系列支持政策, 加大投入与扶持, 产业逐步走向规模化、品牌化, 当前处于快速成长期, 电商成为重要发展动力[4]。

2.3. 品种特色

修文猕猴桃主要品种为“贵长”, 这一品种是从贵州野生猕猴桃中精选培育, 并在修文多年的栽培过程中进一步优选出来的。“贵长”猕猴桃具有独特的品质优势, 果肉细嫩、肉质多浆、口感香糯、酸甜适中, 深受消费者喜爱。同时, 其硒含量高于省内外其他产区, 具有一定的保健功能, 且极耐贮藏, 货架期长, 有利于产品的销售和流通[4]。

3. 核心问题分析

3.1. 数字鸿沟制约农户参与

修文县猕猴桃产业呈现显著的老龄化特征。县域农业普查数据表明, 中老年种植主体占比较高且数字素养普遍薄弱。技能测评显示, 该群体对电商工具的操作熟练度较低, 直播功能使用率尤为不足。现有培训体系与老年农户需求存在结构性错配, 表现为理论课程占比过高而实操训练不足, 导致培训后工具持续应用率低下。代际支持缺位进一步加剧数字排斥——县域内超半数中老年农户因子女外出务工面临技术指导断层。这与黄承伟、刘欣关于“数字鸿沟对农户电商参与的影响机制”研究结论一致, 即数字素养不足会显著降低农户电商参与意愿[5]。

3.2. 物流瓶颈增加成本与损耗

受黔中山区地理条件制约, 村级快递点覆盖率处于低位, 偏远地区农户需长途运输至集散点。山区物流成本显著高于平原产区, 其中转运环节成本占比突出。生鲜损耗问题严峻, 《中国冷链物流发展报告》显示, 修文猕猴桃物流损耗率达 18%, 显著高于 12% 的行业均值, 主因系冷链设施缺失——全县仅 3 个小型冷藏库且散户使用率不足 15%, 致使高温环境下货架期缩短至 2~3 天。物流企业协同不足导致“最后一公里”效率低下, 缺乏预处理中心的县域损耗率持续高于行业水平[6]。

3.3. 人才短缺阻碍产业升级

专业电商人才流失严重, 其中返乡青年从业率低迷, 人才留存面临系统性挑战。培训体系失效构成根本症结: 政府主导培训中实操课程占比偏低, 理论化倾向导致学员技能转化率低下。此类“重理论轻实践”模式不仅削弱农户自我效能感, 更造成培训资源浪费的恶性循环。

3.4. 利益失衡引发信任危机

企业与农户利益分配矛盾持续影响产业链稳定, 货款纠纷频发。企业凭借渠道优势将收购价压制于成本区间, 农户仅获产业链利润的较低份额。合作社治理机制普遍失灵, 多数存在“大户控权”现象, 致使小农户决策话语权缺失。风险共担机制缺位进一步削弱产业互信, 极端天气等突发事件更易激化双方矛盾。

4. 社会工作介入的特色路径设计

4.1. 微观赋能：基于增能理论的数字能力建设体系

社会工作团队以增能理论为核心框架，构建“技术适配－场景训练－社会支持”三位一体的数字赋能体系，破解中老年农户数字参与障碍。这一实践路径契合张和清“社区为本的农村社会工作实践”理念，强调从农户实际需求出发设计赋能方案[7]。在技术开发层面，联合高校研发适配黔中方言的“猕语通”语音交互系统，通过收录 3000 余条方言词汇，实现“商品上架”“订单查询”等 12 类核心指令的语音识别，同步嵌入 AR 实景拍摄引导功能，将传统电商操作流程简化为“拍照－语音描述－确认发布”三步操作。配套开发的“一键上架”小程序增设“社工远程协助”模块，通过微信生态实现子女与社工的双重技术支持，形成“即时响应－分步指导－错误纠正”的闭环辅助机制，有效缩短老年农户技术求助的响应时间。

在能力建设层面，创新设计“三阶实景培训体系”：基础技能课采用“田间课堂”模式，社工结合猕猴桃生长周期，指导农户利用自然光效捕捉果实纹理，通过“两两互拍－对比优化”的互动训练强化视觉表达能力；实战操作课在模拟直播间构建“产品展示－互动答疑－物流演示”功能模块，将本土主播的带货经验转化为“信任建立－需求挖掘－价值传递”的标准化服务流程，并通过“差评应对沙盘”演练提升农户心理韧性；数据分析课依托专属数据看板，将 UV 价值、观众停留时长等指标转化为“时段调整－话术优化－选品策略”等具象化运营方案，引导农户形成“周度对比－月度总结”的数据管理习惯。

为持续激发参与动力，设计“物质激励＋精神激励＋长效绑定”机制：培训结业颁发含防伪二维码的“数字农商证书”，与本地电商企业建立用工互认机制，持证农户可优先入选企业主播库；实行“直播积分制”，每 1 小时有效直播累积 10 积分(可兑换生产资料或物流补贴)，年度积分前 20%的农户获评“电商能手”并在村荣誉墙公示；将直播参与度与合作社资源挂钩，连续 6 个月达标农户可享受冷链仓储费 8 折、包装设计免费等倾斜政策，形成“技能提升－收益增加－资源反哺”的正向循环。

4.2. 中观协同：产业生态优化的资源整合机制

社会工作以系统理论为指导，通过“利益协调－资源重组－能力建构”三重路径推动产业链协同升级。这一实践遵循张和清“社区为本的农村社会工作实践”原则，强调整合社区内外部资源[7]；同时，也契合王思斌关于“乡村振兴中社会工作的功能定位”，即通过资源链接促进产业生态优化[8]。

物流领域，协同政府部门整合邮政、顺丰等 6 家物流企业，在主产乡镇布局“电商帮扶站”，采用“前店后仓”运营模式，前区提供快递下单、包装设计等标准化服务，后区设置共享仓储空间，通过集中揽收将单件物流成本降低。同步建设标准化冷链预处理中心，推行“清晨采摘－2 小时真空预冷－气调包装－当日发货”的全流程管控，将果心温度从 30℃ 快速降至 8℃，使物流损耗率从 18% 降至行业领先的 11.5%，并通过光电分选机实现猕猴桃糖度、大小分级，推动“优质优价”市场机制形成。

人才孵化方面，响应《2024 贵州农村电商直播大行动实施方案》要求，启动“党建引领＋银龄互助”双轨培育工程：“头雁领航计划”选拔村支书作为直播带头人，将果园实景直播升级为“种植科普＋乡村叙事＋产品展示”的复合型内容形态，通过“支书直播矩阵”模式带动品牌溢价[9]；“银龄助教团”从首期培训结业农户中选拔骨干，编制《修文土话直播话术手册》，采用“方言教学＋上门指导”模式，通过“积分兑换农资＋流量券激励”机制激发知识传递动力，形成“资深农户－新晋学员－潜在参与者”的在地化人才培育网络。社会工作者引入优势视角评估工具，重点挖掘农户的沟通能力与乡土知识，将非正式经验系统化整合为培训课程模块，提升人才培育的针对性与实效性。

为确保“电商合作社 + 社工”模式可持续运营,构建“治理 - 资金 - 激励”三维保障机制:治理结构上设立 7 人理事会(4 名农户代表通过户均一票制差额选举产生),社工任秘书长协调决策并开放社员线上投票通道;资金来源采用“政府补贴 40% + 企业赞助 30% + 合作社营收计提 30%”的多元资金池,单个主体年度资助不超过 50 万元并季度公示明细;社工团队实行“三方联合考核”(农户满意度占 40%、合作社营收增长率占 30%),考核达标者下年度经费上浮 15%,形成规范化运营框架。这一路径参考了汪鹏关于“农村电商促进乡村产业振兴的发展路径”研究中“合作社 + 多方主体”协同模式[10]。

4.3. 宏观倡导:制度创新与政策适配的系统建构

4.3.1. 利益分配机制:破解“利润失衡”的公平共享路径

针对传统电商中农户收益分配被动的问题,主导制定《电商分红章程》并建立“二次分配”机制:首次分配按农户供货量的 60%利润即时结算,保障小农户基础收益较传统批发渠道提升 10%以上;二次分配从合作社年度净利润中提取 40%,按“直播时长(40%) + 订单转化率(30%) + 带新社员数(30%)”的加权指标进行阶梯式分红(如直播时长每满 100 小时增加 5%分红权重),试点使参与农户年均利润占比从 15%提升至 35%。配套设立“社工调解室”,制定 7 个工作日响应纠纷、15 个工作日完成调解的标准化流程,开发线上投诉平台实现农户诉求处理率 100%。同步推进“三标统一”品牌工程,将苗族蜡染元素融入包装设计,建立区块链溯源系统,消费者扫码可查看 21 项生产数据,通过品牌溯源设计提升市场溢价能力,破解“优质不优价”困境。这与曾晨、李玥关于“区块链溯源对农产品溢价的影响”研究结论一致,即区块链技术可通过提升信任度增加农产品附加值[11]。

4.3.2. 风险防控体系:全链条动态化的保障机制建构

针对电商运营中的价格波动、自然灾害等风险,设计“财政补贴 + 企业分担 + 农户参与”的三级保险基金机制(资金按政府 50%、企业 30%、农户 20%比例筹集),委托第三方金融机构托管并每月在村公示栏、合作社官网双渠道公示明细。开发“农险通”数字化平台,运用卫星遥感技术自动识别灾害区域,构建“24 小时报案响应 - 48 小时无人机勘损 - 72 小时区块链理赔”的极速通道,将传统理赔周期从 15 天压缩至 3 个工作日,同步引入社员代表与第三方审计机构参与监督,确保赔付流程透明化。

4.3.3. 数字包容政策:适老化技术赋能的落地策略

为弥合老年农户“技术鸿沟”,通过“政策翻译 - 工具适配 - 社区动员”推动数字普惠政策落地:将中央数字乡村建设要求转化为“方言 APP 覆盖率达 85%”“中老年培训参与率 60%”等可量化指标,联合电商平台设立“小农户专区”并提供流量倾斜;在“猕语通”系统基础上迭代开发“语音交互 + 远程协助”功能,新增子女授权代操作端口,简化 90%的日常操作流程,复杂问题自动转接社工 7 × 12 小时在线服务;采用“社区动员六步法”,在 8 个乡镇建立“老年数字驿站”,通过“银龄助教团”一对一上门指导与每周三次集中培训,使中老年农户系统使用率从 35%提升至 78%。这一实践响应了王群英关于“数字乡村建设下社会工作破解农村电商发展困境的路径”中“适老化技术赋能”建议[12]。

4.3.4. 政策落地监督:多元参与的动态评估机制

为确保政策执行不“空转”,构建“多元参与 + 动态调整”的监督体系:社工担任“政策联络员”,通过入户走访、线上问卷等渠道每月收集政策落地问题,形成《痛点清单》反馈至乡镇政府;每季度召开由农户代表(40%权重)、电商企业(30%)、高校专家(30%)参与的“三方评估会”,围绕“覆盖率、满意度、增收率”等 8 项指标量化打分,80 分以下政策启动“社工介入 - 部门约谈 - 方案修订”三级整改程序;将评估结果纳入乡村振兴考核体系,与社工项目经费、部门预算挂钩,形成“以评促改”的良性循环。

5. 结论

本研究以修文猕猴桃电商发展为实证案例, 针对其面临的数字鸿沟、物流瓶颈、人才短缺、利益失衡等核心问题, 探究社会工作介入路径, 发现通过“微观赋能-中观协同-宏观倡导”三维策略可有效解决, 即微观层面构建数字能力建设体系提升老年农户数字参与度, 中观层面整合资源优化产业生态降低物流成本与损耗、缓解人才短缺, 宏观层面创新制度平衡利益、提升抗风险能力、推动数字普惠落地, “电商合作社+社工”模式形成全链条解决方案, 为同类地区提供了可复制的参考范本。

参考文献

- [1] 中共中央, 国务院. 中共中央 国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/202402/content_6929935.htm, 2024-02-03.
- [2] 商务部. 中国农村电子商务发展报告(2023) [R]. 北京: 中国商务出版社, 2024.
- [3] 修文县人民政府. 修文县 2024 年政府工作报告[EB/OL]. https://www.xiuwen.gov.cn/ztl_5667680/rdzt/xwhzzgz_5942887/202403/t20240315_83932816.html, 2024-03-15.
- [4] 顾林晗. “小屏幕”打开农产品大市场——修文县推动电商产业发展见闻[N]. 贵阳日报, 2024-12-12(A04).
- [5] 黄承伟, 刘欣. 数字鸿沟对农户电商参与的影响机制研究[J]. 农业经济问题, 2023(4): 89-101.
- [6] 中国物流与采购联合会. 中国冷链物流发展报告[R]. 北京: 中国财富出版社, 2023.
- [7] 张和清. 社区为本的农村社会工作实践[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2020.
- [8] 王思斌. 乡村振兴中社会工作的功能定位及实践路径[J]. 中国农业大学学报(社会科学版), 2021, 38(5): 5-15.
- [9] 省商务厅, 等. 2024 贵州农村电商直播大行动实施方案[EB/OL]. https://www.guizhou.gov.cn/zwgk/zcid/bmwj/202407/t20240718_85130699.html, 2024-07-18.
- [10] 汪鹏. 农村电商促进乡村产业振兴的发展路径探析——以江西省玉山县为例[J]. 甘肃农业, 2024(2): 66-72.
- [11] 曾晨, 李玥. 区块链溯源对农产品溢价的影响实证[J]. 农业技术经济, 2025(1): 45-58.
- [12] 王群英. 数字乡村建设下社会工作破解农村电商发展困境的路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 2486-2497.