

农村电商数字化转型中的社会工作适应性服务研究

黄 艳

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年7月7日; 录用日期: 2025年7月21日; 发布日期: 2025年8月13日

摘 要

随着数字经济的深入发展, 农村电商数字化转型成为助推乡村振兴的重要力量, 但在转型过程中面临人才数字素养不足、数字化基础设施落后、品牌建设薄弱等困境。本文聚焦农村电商数字化转型的趋势与挑战, 探讨社会工作的适应性服务路径。研究发现, 农村电商正呈现数字化技术深度融合、线上线下加速融合、直播电商等新业态兴起及品牌化发展凸显的趋势。针对转型困境, 社会工作可通过人才培养与能力建设、品牌建设与社区营造、资源整合与多元主体协同等服务介入, 助力农村电商突破瓶颈。研究旨在为社会工作参与农村电商数字化转型提供实践参考, 推动农村电商高质量发展, 服务乡村振兴战略。

关键词

农村电商, 数字化转型, 社会工作适应性服务

Research on Adaptive Social Work Services in the Digital Transformation of Rural E-Commerce

Yan Huang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 7th, 2025; accepted: Jul. 21st, 2025; published: Aug. 13th, 2025

Abstract

With the in-depth development of the digital economy, the digital transformation of rural e-commerce has become an important driving force for rural revitalization. However, during the transformation process, it faces difficulties such as insufficient digital literacy of talents, backward digital infrastruc-

ture, and weak brand building. This paper focuses on the trends and challenges of the digital transformation of rural e-commerce and explores the adaptive service paths of social work. The study finds that rural e-commerce is showing trends such as in-depth integration of digital technologies, accelerated integration of online and offline channels, the rise of new formats such as live-streaming e-commerce, and the prominence of brand development. To address the transformation dilemmas, social work can intervene through services such as talent training and capacity building, brand construction and community development, resource integration, and multi-subject collaboration, helping rural e-commerce break through bottlenecks. The research aims to provide practical references for social work to participate in the digital transformation of rural e-commerce, promote the high-quality development of rural e-commerce, and serve the rural revitalization strategy.

Keywords

Rural E-Commerce, Digital Transformation, Adaptive Social Work Services

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

2024 年中央一号文件提出实施“农村电商高质量发展工程”，表明了电商在农业农村现代化进程中具有重要战略地位。当前，以大数据、物联网、云计算等为代表的数字经济正成为助力农村电商高质量发展的重要驱动力量。2025 年 3 月 8 日，中央网信办、农业农村部、商务部、中国人民银行联合印发《关于开展数字乡村强农惠农富农专项行动的通知》，在浙江省、安徽省、福建省等 8 个重点省(市)部署开展数字乡村强农惠农富农专项行动。随着数字经济的蓬勃发展，农村电商也凭借数字化、信息化、智能化的优势，成为助推“三农”高质量发展、助力乡村振兴的新动力[1]。其通过数字化技术推动乡村产业转型升级，促进乡村经济发展和农民收入增加，在释放农村市场消费潜能方面展现出巨大潜力[2]。罗千峰的研究表明，电商能够通过扩大生产规模、强化信息获取等六种机制提升农户收入水平[3]。李蛟关于农村电商赋能县域经济高质量发展的实证分析发现，农村电商发展能够通过推动产业结构升级、人力资本优化以及城乡深度融合等途径，助力县域经济实现高质量发展[4]。然而，在实际发展过程中，农村电商面临诸多挑战，如在赋能乡村振兴方面存在政策协同不足、产业结构单一、专业人才匮乏等问题[5]。农村整体生产结构与发展路径的数字化转型将倒逼农村电商平台服务范围、服务方式和服务内容创新优化[6]。2024 年，商务部等 9 部门发布《推动农村电商高质量发展的实施意见》，指出用 5 年时间，基本建成设施完善、主体活跃、流通顺畅、服务高效的农村电商服务体系。近年来，国家也高度重视乡村振兴战略的实施，明确提出要鼓励社会工作通过专业服务和资源链接，积极为乡村振兴贡献自身力量。潘俊霖指出，发挥社会工作的力量，不仅能促进农产品物流的提升，而且还可以推动助农活动[7]。本文将聚焦于农村电商在数字化转型过程中的发展现状和面临的问题，探讨社会工作服务如何在这一领域发挥作用，并提出相应的服务策略和路径，旨在为推动农村电商的高质量发展提供有益的参考。

2. 农村电商数字化转型的趋势

随着数字技术的飞速发展和互联网的普及，农村电商数字化转型已成为不可阻挡的趋势，这一转型不仅深刻改变了农村的经济结构和商业模式，也为乡村振兴战略的实施提供了强大动力。其呈现出多维度、深层次的发展态势。

(一) 数字化技术深度融合

在数字经济时代,大数据、人工智能、物联网等数字化技术在农村电商领域的应用日益广泛和深入,背后有着多方面的驱动因素。从市场需求角度看,消费者需求日益多样化和个性化,农村电商企业只有借助大数据分析,精准把握市场需求,深入了解消费者的偏好、购买习惯和消费趋势,才能实现精准营销,优化产品供应,在激烈的市场竞争中脱颖而出。从产业升级需求出发,传统农村电商运营模式效率较低,物联网、人工智能等技术的应用可有效提升供应链管理、客户服务等环节的效率和质量。数字技术促使农村电商企业从传统的销售模式向数据驱动的精准营销、智能化供应链管理模式转变,催生如农产品定制化生产、智能仓储物流等新商业模式。如阿里巴巴与象山县合作,利用大数据分析实现象山红美人柑橘的标准化生产,并通过精准营销使其产地影响力从浙江省辐射到全国。一些农村电商企业利用大数据分析消费者对农产品的口感、营养成分等方面的需求,指导农户进行针对性种植,实现农产品定制化生产,满足消费者个性化需求的同时,提高了农产品附加值。智能化供应链管理则通过实时监控库存、智能预测需求,实现仓储和物流资源的优化配置,降低运营成本。

(二) 线上线下融合加速

线上线下融合加速是农村电商发展到一定阶段的必然趋势。从消费体验角度看,线上平台虽能提供便捷购物和广泛产品选择,但消费者无法直观感受农产品的品质和特色。线下实体通过展示、体验、配送等功能,可增强消费者的信任度和购买意愿,提供更优质的服务。从产业协同发展角度看,线上线下融合能促进农村产业的多元化发展,带动农村物流、仓储、加工等相关产业的协同发展。

许多农村地区建立了电商服务站和体验店,消费者可以在店内直观地了解 and 体验农产品,然后通过线上平台进行购买,享受送货上门的服务。电商服务站还承担着农产品的收购、分拣、包装和配送等功能,将分散的农产品集中起来,实现规模化运营。一些农村电商企业与线下超市、便利店等合作,将农产品摆放在这些实体店铺中进行销售,同时借助线上平台进行宣传推广,吸引更多消费者购买。

(三) 直播电商等新业态兴起

直播电商的兴起得益于移动互联网的普及和短视频平台的发展,为消费者提供了更加直观、生动的购物体验。通过主播的实时展示和讲解,消费者能更加深入地了解农产品的生长环境、种植过程、营养价值和食用方法等,增强购买欲望。直播电商还能够带动农村旅游、休闲农业等相关产业的发展。一些农村地区通过直播展示当地的自然风光、民俗文化和乡村生活,吸引了大量游客前来观光旅游,促进了农村一二三产业的融合发展。直播电商也为农村培养了一批新型人才,如主播、运营、策划等,为农村电商的可持续发展提供了人才支持。除了直播电商,社交电商、社群电商等新业态也在农村电商领域不断涌现,这些新业态借助社交网络的传播力量,实现了产品的快速推广和销售,为农村电商的发展注入了新的活力。

(四) 品牌化发展趋势凸显

农村电商数字化转型过程中,品牌化建设成为提升农产品竞争力和附加值的关键,这是市场发展和消费者需求升级的必然结果。随着消费者对农产品品质和安全的关注度不断提高,具有品牌影响力的农产品更容易获得消费者的认可和信任。品牌农产品能够在市场中形成差异化竞争优势,提高产品价格和市场占有率。商务部等9部门印发的《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》明确提出要培育农村电商特色品牌,在此政策引导下,各地政府纷纷出台品牌培育扶持政策,加大对农村电商品牌建设的资金投入、技术支持和人才培养,有力推动了农村电商品牌化发展趋势。许多农村地区以当地的特色农产品为基础,结合地域文化和历史传承,打造出了一批具有地方特色的农产品品牌。这些品牌不仅在国内市场上受到消费者的青睐,还走向了国际市场,提升了我国农产品的国际竞争力。

3. 农村电商数字化转型中的困境

(一) 人才数字素养不足

农村电商的数字化转型离不开具有专业数字素养人才的支撑。然而,当前既熟悉电子商务相关知识,又具备数字化经验的人才匮乏,导致农村电商数字化转型的内生动力不足[8]。一方面,由于城乡发展差距,大量具备技术和管理能力的高素质人才流向城市,导致农村人才“空心化”严重,留在农村地区的电商从业者大多数没有接受过系统和专业的培训,也缺乏数字素养和数字技能,无法适应市场需求和发展趋势[9]。另一方面,居民的电商观念薄弱。农村居民的家庭经济状况比较差,害怕承担风险,所以整体参与意愿并不高。而且一些生产者和经营者对数字化转型的认识不足,缺乏互联网思维和创新意识,仍然习惯于传统的线下交易方式,对电商平台的操作和数字化营销手段不熟悉。

此外,农村地区缺乏专业的电商培训机构和系统的人才培养体系。虽然部分地区开展了电商培训,但培训内容理论性强、实操性弱,与农民实际需求脱节,培训效果不佳。以新疆一县级电商服务中心为例,每年组织的电商培训参与人数众多,但因培训方式和内容问题,未能切实提升乡村电商服务站点负责人的业务能力。

(二) 地方特色不足,缺乏核心品牌

总体上,我国目前大多数农村地区的产品品牌化建设并不完善,多数产品大同小异,缺乏特色,没有形成个性化的、独特的品牌效应。许多农村地区在发展电商时,未充分挖掘本地农产品的独特优势与文化内涵,产品种类相似,难以在市场中脱颖而出。

我国幅员辽阔,各地拥有丰富的自然资源和人文资源,本应成为发展特色农产品和地方产业的重要基础,但目前部分地区未能有效利用这些资源打造特色品牌。一方面,农村电商企业自我品牌建设意识薄弱,农产品品牌化标准化程度低。县域农业生产区域分布广、差异性强,农产品缺乏统一的质量检测认证,导致产品质量参差不齐,难以让消费者对产品或产地形成深刻印象,消费者复购率不高。另一方面,农产品品牌推广成本高,农村电商企业规模普遍较小,资金有限,难以承担高额的品牌宣传费用,无法在短时间内打造出具有影响力的品牌,形成品牌效益。

(三) 数字化基础设施建设落后

数字化基础设施建设是农村电商数字化转型的基础,但目前农村电商配套基础设施仍有待加强。据第52次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2023年6月,我国农村地区互联网普及率已达60.5%,但与城镇地区互联网普及率85.1%相比仍有较大差距。尽管近年来我国农村地区的网络覆盖范围不断扩大,网络速度也有所提升,但在一些偏远地区,网络信号不稳定、带宽不足等问题仍然存在,严重影响了电商业务的开展。

农村物流配送体系不完善,成为制约农村电商发展的瓶颈。农村地区物流网点覆盖率低,配送范围有限,尤其是偏远山区,物流配送成本高、效率低。冷链物流发展滞后,农产品在运输、储存过程中损耗大。此外,农村电商仓储设施简陋,缺乏现代化的仓储管理系统,无法满足电商业务快速发展的需求。

4. 社会工作介入农村电商数字化转型的适应性服务

(一) 人才培养与能力建设服务

针对农村电商人才数字素养不足的问题,社会工作可通过开展多样化的培训与能力建设活动,提升农村电商从业者的专业技能与数字素养。比如,运用小组工作方法,组建农村电商人才成长小组。依据学员的知识基础和技能需求,分层分组开展培训课程,课程内容涵盖电商平台操作、直播带货技巧、数据分析与应用等实用技能。同时,引入案例教学和模拟实践环节,增强培训的实操性和趣味性。例如,邀请成功的农村电商创业者分享经验,组织学员进行电商店铺模拟运营,让学员在实践中掌握知识与技能。

其次,链接外部资源,搭建人才培养平台。社会工作者可以与高校、职业院校、电商企业合作,建立长期的人才培养合作机制。一方面,邀请高校和职业院校的电商专业教师、企业技术骨干为农村电商从业者开展专题讲座和培训;另一方面,为农村电商人才争取到高校进修、企业实习的机会,拓宽其视野,提升专业能力。此外,运用社区工作方法,在农村社区营造电商学习氛围,组织电商知识竞赛、技能比拼等活动,激发农村居民参与电商学习的积极性,培养潜在的电商人才。

(二) 品牌建设与社区营造服务

针对农村电商缺乏地方特色、品牌竞争较弱的问题,社会工作可从品牌建设和社区营造两方面入手。在品牌建设上,社会工作者运用专业的调研方法,深入挖掘农村地区农产品的地域特色、文化内涵和历史底蕴,协助农村电商企业和农户进行品牌定位和品牌故事撰写。例如,将传统农耕文化、民俗文化融入农产品品牌,赋予品牌独特的文化价值。同时,联合市场营销专家、设计团队,为农产品设计具有辨识度的包装和标识,提升品牌形象。

营造良好的农村电商发展氛围,增强农村电商从业者之间的相互支持和合作,形成一个积极向上、互帮互助的社交圈子。并且以品牌建设为契机,整合社区资源,打造“电商+社区”的发展模式。通过组织社区居民参与农产品生产、加工、包装等环节,增强居民对本地农产品品牌的认同感和归属感,形成品牌建设的社区合力。同时,加强农村社区与外部社会的支持与合作,为农村电商的发展提供更广阔的社会资源和人脉支持。此外,借助社会工作的宣传推广能力,利用社交媒体、社区活动等渠道,宣传本地农产品品牌和农村电商发展成果,吸引外部资源关注,提升品牌知名度和影响力,促进品牌效益的形成。

(三) 资源整合与促进多元主体协同

社会工作者深入乡村一线,通过实地走访、问卷调查、座谈会等方式,调研农村电商数字化转型中的瓶颈问题,撰写调研报告,向政府部门反映实际情况并提出政策建议,争取政策支持。利用专业网络,与各类企业、基金会等社会资本建立联系,争取资金支持,用于农村电商数字化转型的基础设施建设、技术设备采购等。推动电商平台、物流公司与乡村地区深度合作,共享物流网络、技术平台等资源,实现优势互补和资源共享。

针对数字化基础设施建设落后的问题,社会工作者发挥资源整合者的角色,积极链接各方资源,推动农村数字化基础设施的优化。在网络设施方面,与通信运营商沟通协调,争取在农村地区加大网络建设投入,提升网络覆盖范围和网络质量。同时,组织社区志愿者为农村居民提供网络使用指导,帮助他们解决网络使用过程中遇到的问题。协助政府进行村与村之间数字网络技术应用的联系和交流,依托国家数据共享交换平台体系,推进村与村之间数字资源的共享开放、有效整合,避免资源的重复和浪费。利用村与村之间现有的数字资源交流和共享,相互学习和交流,协同参与农村电商数字化转型。

5. 结论

农村电商数字化转型是数字经济时代乡村振兴的重要抓手,其通过数字化技术赋能农业生产、拓宽农产品流通渠道、促进农民增收,已成为推动“三农”高质量发展的重要动力。本文通过分析农村电商数字化转型的趋势、困境及社会工作的适应性服务路径,得出以下结论:

其一,农村电商数字化转型呈现多维度趋势。数字化技术深度融合改变了传统运营模式,催生了农产品定制化生产、智能仓储物流等新业态;线上线下融合加速,提升了消费体验,促进了农村产业协同发展;直播电商等新业态兴起,为农村电商注入活力,带动了相关产业融合;品牌化发展趋势凸显,各地政府积极培育农村电商品牌,助力农产品提升竞争力。

其二,农村电商发展困境明显。人才数字素养不足,既缺乏专业培训体系,又面临人才流失和居民

观念薄弱问题；数字化基础设施建设滞后，网络普及率与城镇有差距，物流配送体系不完善，冷链物流发展滞后；产品缺乏地方特色和核心品牌，品牌建设意识薄弱，推广成本高。

其三，社会工作通过专业培训、品牌塑造和资源整合等手段，能够显著提升农村电商的竞争力和可持续发展能力。具体而言，社会工作可以针对农村电商人才短缺的问题，开展多样化的数字素养培训，提升从业者的专业技能和综合素质；同时，通过品牌建设服务，挖掘地方特色资源，打造具有核心竞争力的电商品牌；此外，社会工作还能促进政府、企业、社会组织等多方主体的协同合作，形成推动农村电商数字化转型的合力。

参考文献

- [1] 郑野. “数商兴农”背景下浙江农村电商发展路径探究[J]. 广东蚕业, 2024, 58(5): 100-103.
- [2] 陈明燕, 周灵漪. 农村电商、数字素养与农村居民消费[J]. 商业经济研究, 2024(23): 113-116.
- [3] 罗千峰. 农村电商的增收效应及其机制——来自中国乡村振兴调查的经验证据[J]. 中国流通经济, 2022, 36(9): 47-59.
- [4] 李蛟. 农村电商赋能县域经济高质量发展——基于国家电商示范县的实证[J]. 商业经济研究, 2023(24): 114-117.
- [5] 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.
- [6] 张滢, 李昭熠. 数字化水平、农村电商平台建设与农村经济韧性[J]. 农业经济, 2025(6): 127-129.
- [7] 潘俊霖. 乡村振兴背景下社会工作助力武威市农产品物流效率提升和农产品电商发展研究[J]. 中国物流与采购, 2023(14): 36-37.
- [8] 朱雯, 龙麒任. 农村电商数字化转型助力乡村振兴战略的对策探究[J]. 现代商业, 2025(10): 84-87.
- [9] 路帆. 数字时代农村电商高质量发展困境与破解[J]. 当代县域经济, 2024(4): 81-83.