

乡村振兴视角下社会工作助力农村电商平台发展的路径研究

杨楠

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年7月10日; 录用日期: 2025年7月24日; 发布日期: 2025年8月18日

摘要

在巩固拓展脱贫攻坚同乡村振兴有效衔接的时代背景下, 农村电商平台作为推动农村经济发展、实现乡村振兴的重要载体, 却面临基础设施薄弱、专业人才短缺、品牌建设滞后、市场信息不对称及资金短缺的现实困境。本研究基于乡村振兴战略要求, 以社会工作作为切入点, 深入探讨社会工作助力农村电商平台发展的有效路径。研究发现, 社会工作凭借“助人自助”的价值理念, 以及资源链接、能力建设、社区营造的专业职能, 能够有效弥补农村电商发展短板。通过构建人才培育体系、推动品牌建设与质量提升、建立多元主体协同网络、锻造农村韧性的实践路径, 可赋能农村电商平台各参与主体, 提升其治理效能、运营能力与资源整合力, 促进农村电商平台可持续发展。

关键词

乡村振兴, 社会工作, 电商平台, 农村韧性

Research on the Pathways of Social Work Assisting the Development of Rural E-Commerce Platforms from the Perspective of Rural Revitalization

Nan Yang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 10th, 2025; accepted: Jul. 24th, 2025; published: Aug. 18th, 2025

Abstract

Against the backdrop of the effective integration of consolidating and expanding poverty alleviation

文章引用: 杨楠. 乡村振兴视角下社会工作助力农村电商平台发展的路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(8): 1615-1621. DOI: 10.12677/ec.2025.1482688

achievements with rural revitalization, rural e-commerce platforms, as crucial carriers for promoting rural economic development and realizing rural revitalization, are confronted with practical challenges such as weak infrastructure, shortage of professional talents, lagging brand building, asymmetric market information, and lack of funds. Based on the requirements of the rural revitalization strategy, this study takes social work as the entry point and delves into effective paths for social work to support the development of rural e-commerce platforms. The research reveals that social work, with its value concept of “helping people help themselves” and professional functions of resource linking, capacity building, and community building, can effectively address the shortcomings in the development of rural e-commerce. Through practical approaches such as constructing a talent cultivation system, promoting brand building and quality improvement, establishing a collaborative network of multiple stakeholders, and strengthening rural resilience, it is possible to empower all participants in rural e-commerce platforms, enhance their governance effectiveness, operational capabilities, and resource integration capabilities, and promote the sustainable development of rural e-commerce platforms.

Keywords

Rural Revitalization, Social Work, E-Commerce Platform, Rural Resilience

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

当前，我国正处于巩固拓展脱贫攻坚同乡村振兴有效衔接的关键阶段，乡村振兴战略对农村发展提出了产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的全面要求。农村作为经济社会发展的“蓄水池”，承载着劳动力调节、消费市场拓展、文化传承与生态保护等多重功能。当城市经济面临下行压力或产业结构调整时，农村能够吸纳大量返乡劳动力，缓解就业矛盾；其庞大的人口基数与日益增长的消费潜力，更是拉动内需、稳定经济增长的重要力量。电商的蓬勃发展能为农村注入新动能，农村电商已成为缩小城乡消费差距、推动农村经济发展的重要途径[1]。商务部等九部门联合印发的《县域商业三年行动计划(2023~2025年)》提出，要鼓励电商平台等在具备条件的县城，精准匹配周边订单需求，明确“推动农村电商高质量发展”的重点任务，支持发展农村直播电商、培育本土特色电商品牌，鼓励农村电商创业就业。

农村电商不仅可以打破农产品销售的地域限制，拓宽农民增收渠道，还带动农村物流、包装等相关产业发展，成为激活农村“蓄水池”经济动能的重要引擎。有研究发现，平台经济发展显著促进了农村电商创业[2]。农村电子商务高质量发展还可催生大量非农就业岗位、拓展农民就业渠道增强其风险应对力[3]。农村电商平台作为电商在农村发展的重要载体，在稳定就业、整合资源、连接供需、培育市场等方面发挥着核心枢纽作用，其建设与发展直接影响农村电商的整体效能，对乡村振兴战略的推进具有关键意义。近年来，我国农村电商平台发展迅速，农村网络零售额持续攀升，直播带货、社区团购等新模式不断涌现，众多特色农产品借助电商平台走向全国市场。然而，农村电商平台在发展过程中仍面临诸多瓶颈。基础设施薄弱、专业人才短缺、品牌建设滞后、信息不对称、资金短缺的问题，制约着农村电商平台的进一步发展。社会工作凭借其在资源整合、能力建设、社区营造方面的专业优势，介入农村电商平台发展，不仅能够破解当前发展困境，更有助于推动乡村产业振兴，实现城乡融合发展，充分释放农村的潜在价值，对乡村振兴战略的落地实施具有重要的理论与实践意义。

基于此,本文尝试从社会工作的专业视角出发,深入剖析农村电商平台发展困境,探索切实可行的解决方法与发展路径,以期乡村振兴背景下农村电商平台的高质量发展提供有益参考。

2. 乡村电商平台发展的困境分析

2.1. 基础设施薄弱

农村网络覆盖虽有显著改善,但网络建设仍存在明显短板。部分偏远地区网络信号不稳定、带宽不足,在进行电商平台操作时,常出现页面加载缓慢、卡顿甚至中断的情况,极大影响用户体验,严重制约直播带货、短视频营销等新兴电商模式发展。这些依赖实时数据传输和流畅网络环境的营销方式,在网络条件差的地区难以有效开展,导致农村电商错失流量红利。此外,物流配送体系不完善同样是农村电商发展的“拦路虎”。当前农村物流网点覆盖率低,许多村庄甚至没有固定的物流站点,“最后一公里”配送难题突出。农产品从产地到消费者手中,往往需要经历多次转运,不仅导致物流成本大幅增加,配送时效也难以保障。特别是对于生鲜农产品,长时间的运输和不当储存,极易造成产品损耗,严重影响农村电商运营效益,打击农户参与电商的积极性。

2.2. 人才匮乏

受到城乡二元结构、自然环境、人文等因素影响,以及农村“空心化”“老龄化”问题的加剧,造成农村电商人才“引不来”“留不住”“培养难”[4]。农村电商人才匮乏问题成为制约行业发展的关键瓶颈。一方面,既懂农业知识又熟悉电商运营、网络营销、数据分析等专业技能的复合型人才稀缺。大量农村青壮年劳动力流向城市,导致农村人口结构失衡,留在农村的劳动力数量减少,且多以老人、妇女和儿童为主,这使得农村电商人才的潜在储备严重不足。农村老年人口占比不断提高,老年群体受教育程度普遍较低,学习新事物、新技术的能力较弱,难以培养成为适应电商发展需求的专业人才。农村地区经济发展滞后,电商产业规模小、发展水平低,职业晋升渠道有限,难以吸引和留住外部优秀电商人才,导致农村电商平台在运营策略制定、市场精准营销、数据深度挖掘等方面能力不足,无法充分发挥电商平台的潜力。另一方面,作为农村电商发展主体的农民,受教育程度普遍较低,对电商新技术、新模式接受能力弱。尽管有开设各类电商培训,但由于农民缺乏基础理论知识和实践经验,培训往往难以达到预期效果,后续转化为实际操作能力的难度大,无法满足农村电商快速发展对人才的需求。这使得农村电商在创新发展、精细化运营等方面面临困难,难以适应市场的快速变化和激烈竞争。

2.3. 品牌建设滞后

品牌是产品质量的特定标识,品牌构建能帮助品牌所有者将产品或服务与竞争对手区别开来[5]。目前农产品品牌化程度低成为农村电商平台发展的突出障碍。多数农产品缺乏统一品牌形象与质量标准,生产环节分散、品控不严,导致产品质量参差不齐。同时,品牌营销推广不足,农村电商从业者往往缺乏品牌塑造意识与专业营销手段,难以通过故事化、情感化的营销方式传递产品价值。这使得农产品市场知名度与竞争力有限,即便部分农村地区拥有特色农产品,也因品牌建设缺失,难以提升产品附加值,无法在市场中获取优势地位,严重阻碍农村电商产业升级,制约其向高端化、差异化方向发展。

2.4. 市场信息不对称

由于获取市场信息渠道有限,农村电商从业者往往依赖传统的信息传递方式,导致信息滞后、不准确。这种信息不对称使得生产与市场需求严重脱节,农民难以依据市场动态及时调整种植养殖品种与规模。当市场需求发生变化时,农民可能因未能及时获取信息,仍按原计划生产,从而造成农产品滞销;

或者在市场需求旺盛时，因信息不畅未能扩大生产，导致供应短缺。这不仅影响农民收益，还破坏了农村电商市场的稳定性，削弱了农村电商产业的可持续发展能力。

2.5. 资金短缺

农村电商企业与农户普遍面临融资渠道狭窄的问题，金融机构对农村电商项目风险评估较高，认为其存在经营稳定性差、抵押物不足等风险，因而设置了较高的贷款门槛，且贷款额度有限。资金短缺直接制约农村电商企业扩大规模、升级技术、拓展市场。企业无法投入资金建设现代化仓储物流设施，难以引进先进的电商运营管理系统，也无力开展大规模市场推广活动，使得农村电商产业难以做大做强，限制了其在市场竞争中的发展空间。

3. 社会工作介入的理论基础与需求的契合性

3.1. 理论基础：生态系统理论与增能视角的支撑

生态系统理论强调个体与环境之间的相互作用，将农村电商平台置于社会、经济、文化等多维生态系统中进行考量。基于该理论，社会工作者能够全面分析平台发展所涉及的社区、市场、政策等子系统间的互动关系，精准识别制约农村电商发展的各种因素，进而制定相应的介入策略。同时，结合人才所处的社会环境和社会生态关系的信息网络，确定人才内、外生态环境范围，能实现协同助力乡村治理人才队伍建设的创新和完善[6]。增能视角则聚焦于激发服务对象的内在潜能，这与乡村振兴战略下农村电商平台发展目标高度契合。农村电商平台发展旨在提升农村经济活力、增加农民收入、促进农村产业融合，实现农村全面发展；社会工作秉持“助人自助”理念，以提升服务对象福祉、促进社会公平正义为目标，通过增强农民能力、链接资源，助力农村电商发展，二者在提升农民生活质量、推动农村可持续发展的根本目标上达成一致，为社会工作介入提供了坚实的理论依据。

3.2. 需求契合性：破解社会性阻碍的专业干预空间

3.2.1. 资源链接功能

社会工作者凭借其丰富的社会资源网络与专业的资源整合能力，能够有效对接农村电商平台发展的资源需求。在人才资源方面，可引入电商专业培训师资，开展分层分类的技能培训课程，解决农村电商人才匮乏问题；针对资金短缺困境，社会工作者通过对接金融机构与政府财政部门，搭建沟通桥梁，为农村电商企业与农户争取融资支持和补贴政策，优化金融服务方案；在产业资源整合上，能够串联农产品生产、加工、销售等上下游产业链，促进产销对接，弥补农村电商发展的资源短板，缓解基础设施薄弱、市场信息不对称等难题。

3.2.2. 能力建设功能

农村电商从业者受教育程度和专业基础有限，普遍存在专业技能、市场应对能力以及经营管理能力欠缺的问题。社会工作坚信服务对象具备改变和发展的潜能。社会工作在赋能的过程中，注重培养服务对象的自主性和独立性，而非单纯提供物质或技术援助，通过激发农民的主体意识与参与热情，避免农村电商发展对外部力量的过度依赖。鼓励农民和电商从业者积极参与学习和实践，自主探索适合自身发展的电商模式和路径，能有效实现从“被帮助”到“自我发展”的转变，从而实现能力的可持续提升，为农村电商平台的长远发展奠定坚实基础。

3.2.3. 社区营造功能

社会工作注重社区建设与社区凝聚力提升的专业特性，能够为农村电商平台发展营造良好的社会环

境。社区营造强调通过激活社区内生资源、培育社区自组织与规范、重塑社会关系网络，将分散的个体凝聚为具有共同目标的共同体。社会工作以“人在情境中”为核心理论框架，通过介入社区层面的资源整合与关系重构，将农村视为有机整体，增强农村社区应对风险、自我修复和持续发展的能力，为电商平台构建稳定的发展环境，促进产业发展与社区发展的协同共生。

3.3. 专业优势：社会工作介入的独特价值

从专业价值角度来看，社会工作秉持“助人自助”理念，以提升服务对象福祉、促进社会公平正义为目标，通过增强农民能力、链接资源，助力农村电商发展。其理念高度契合农村电商平台追求内生动力和可持续发展的核心目标。从理论角度来看，社会工作专业理论使社会工作者能够全面审视平台与社区、政策、市场等多系统的互动关系，进行综合干预，打破发展瓶颈。从工作性质来看，作为基层治理的重要组成部分，社会工作者能深入基层、理解乡土文化，扎根社区，把握农村电商发展问题的症结，开展具有文化敏感性的介入服务。作为第三方力量，社会工作者具备的中立性与信任建立能力，更容易获得平台内外多元主体的信任，能够有效协调政府、企业、农户等各方利益关系，为顺利介入农村电商平台发展奠定坚实基础。

4. 社会工作专业介入农村电商平台发展的实践路径

4.1. 激活主体能力：人才培育体系构建

社会工作在构建农村电商人才培育体系时，可以从主体能力挖掘为核心，通过分层分类培训、实践平台搭建与创业孵化支持，系统性激活人才主体能力。首先，针对农村电商从业者的不同需求，设计基础技能培训课程，涵盖电商平台操作、产品拍摄与美工设计、基础营销推广等内容，帮助农民快速入门。其次，面向有一定经验的运营人员，开展高级技能培训，包括数据分析、直播运营、供应链管理等课程，提升其专业运营能力。最后，对有创业意愿和潜力的农民，社会工作者可以协助其组建创业团队，打造农村电商人才成长闭环，全面提升农村电商平台的运营效能，为农村电商平台发展筑牢人才根基。

4.2. 发展产业生态：品牌建设 with 质量提升

基于社区为本的发展理念，从标准化生产与文化赋能两方面推动农产品品牌建设。社会工作者可以联合农业专家、质检机构，帮助农村电商平台建立农产品标准化生产体系，制定从种植养殖、采摘加工到包装运输的全流程质量标准，确保产品品质稳定。同时，深入挖掘地域文化特色，将传统民俗、乡土故事融入农产品品牌建设中，打造具有地域辨识度的公共品牌。通过举办农产品文化节、开展品牌故事宣传等活动，提升品牌文化内涵与市场影响力，实现文化赋能产品附加值提升，推动农村电商产业向高端化、品牌化方向发展，构建可持续的产业生态。

4.3. 完善协同网络：多元主体资源整合与平台协同机制

社会工作者可以发挥资源链接优势，构建“政府 + 企业 + 社会组织 + 社区”的四方联动机制，通过积极与政府部门沟通，争取政策支持与项目资金；对接电商企业，引入先进的技术、管理经验与销售渠道；联合社会组织，整合教育培训、公益宣传等资源，来搭建农村电商发展支持平台。同时，可以建立定期沟通协调机制，组织四方主体开展联席会议、项目洽谈会等活动，从而促进信息共享与合作交流，增强农村电商平台识别、链接、整合关键外部资源的能力，实现多方优势互补、协同发展，为农村电商平台发展提供强大的资源支撑与发展动力。

4.4. 锻造农村韧性：增强抗风险能力

农村韧性是指农村在遭受来自内外部不确定冲击时，能够依靠自身能力进行适应、转变并持续发展[7]。当农村社区具备较高的韧性水平时，乡村电商平台将拥有平稳成长的优质土壤，农村韧性是保障农村电商平台可持续发展的关键要素。因此，社会工作者要积极发挥专业特性，构建农村韧性。首先，在组织培育方面，社区工作者可以引导村民成立农村电商合作社、行业协会等自治组织，将分散的农户力量凝聚起来，共同应对市场波动带来的风险。这种多元共治能有效提升各类社群的社会资本[8]，从而提升农村经济层面的韧性。其次，运用社区工作方法，组织电商文化节、创业分享会、农产品展销会等活动，鼓励村民广泛参与电商产业链，促进村民之间的互动与合作，构建紧密的社会支持网络，提升村民对电商的认知与认同感，促进农村社区形成支持电商发展的合力；同时，搭建村民互动交流平台，激发村民参与电商发展的积极性，从而增强农村社会层面的韧性。最后，增强成员间的信任是巩固韧性的重要防线，社会工作者以专业中立的角色介入，通过组织内部的民主管理与决策机制，构建常态化调解机制公平化解矛盾，能让利益分配争议得到及时的公正裁决，有效降低交易成本，促进合作效率，增强成员的归属感与责任感，从而提升应对冲击的韧性，使电商平台在面对复杂市场环境时更具抗风险能力。社会工作介入农村电商发展，不仅只关注短期的经济效益，更着眼于构建农村长期发展的韧性基础，帮助农村社区形成能够自我调节、自我修复的发展机制。这种韧性正是农村电商平台应对复杂市场环境、实现可持续发展的关键支撑。当农村社区具备了这样的韧性，电商平台在农村的发展就不再是依赖外部输血的短期项目，而成为能够自主成长、自我强化的内生动力。

5. 结语

在乡村振兴战略的推进进程中，农村电商平台虽已成为激活农村经济、促农增收的重要引擎，但其发展仍面临基础设施薄弱、人才匮乏、品牌建设滞后、市场信息不对称、资金短缺等多重困境。本研究基于生态系统理论与增能视角，深入探讨了社会工作介入农村电商平台发展的理论基础与现实需求，并从主体能力激活、产业生态发展、协同网络完善、农村韧性锻造四个维度构建了具体实践路径。研究表明，社会工作凭借其资源链接、能力建设、社区营造等专业功能，能够有效弥补农村电商平台发展短板，全方位推动农村电商平台发展。电商平台与农业经营主体、政府、全产业链的价值共生，使农村电商生态系统中各参与主体获得发展所需的资源和价值回报，从而推动农村电商生态系统的持续演化[9]。在此过程中，社会工作作为链接电商平台与其他主体之间的桥梁，能有效协调政府、企业、社会组织、农户等多元主体间的利益关系，化解电商纠纷冲突，促进信息共享与合作，减少系统摩擦，使农村电商发展各环节高效协同运转，为农村电商平台发展营造和谐稳定的社会环境。

借助社会工作专业力量，农村电商平台在这片蕴含深厚传统文化底蕴的乡土社会中，能逐步突破发展瓶颈，实现治理效能、运营能力、资源整合力的全面提升。随着乡村韧性的不断巩固与产业生态的持续优化，农村电商平台必将走上可持续发展之路，为乡村振兴注入源源不断的动力，真正成为连接乡土与市场、传统与现代的坚实桥梁，助力农村在新时代实现经济繁荣、社会进步与文化遗产的协同发展。

参考文献

- [1] 温雪. 推进农村电商发展缩小城乡消费差距[J]. 宏观经济管理, 2024(8): 79-85, 92.
- [2] 周斌, 高鑫. 平台经济发展对农村电商创业的影响效应分析[J]. 商业经济研究, 2024(19): 115-118.
- [3] 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.
- [4] 徐思凡. 从“助力”到“赋能”: 新媒体时代农村电商人才培育策略研究[J]. 农业经济, 2024(10): 140-142.
- [5] 韩旭东, 喻志军, 郑风田. 高质量农产品区域品牌建设的路径[J]. 中国人口·资源与环境, 2025, 35(2): 205-216.

-
- [6] 杨明伟, 熊光鑫. 协同: 生态系统理论视角下乡村治理人才队伍建设机制研究[J]. 中国集体经济, 2024(5): 17-20.
 - [7] 朱华友, 吉盼, 陈泽侠, 等. 异质性视角下浙江省农村韧性问题及影响因素[J]. 经济地理, 2021, 41(8): 160-166, 222.
 - [8] 韩昊英, 朱斯斯, 曹志奎, 等. 社区社群营造何以培育社会资本?——浙江省未来社区社群营造实践[J]. 城市发展研究, 2024, 31(7): 110-115, 124.
 - [9] 易法敏, 古飞婷, 刘晓风. 平台资源编排、价值共创与农村电商生态系统演化[J]. 农业经济问题, 2024(9): 94-109.