

乡村振兴背景下社会工作助力农村电商合作社发展路径研究

惠显蕊

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年8月3日; 录用日期: 2025年8月15日; 发布日期: 2025年9月4日

摘 要

随着互联网技术的发展和普及, 电商逐渐成为推动优质农产品上行、促进农村经济发展的重要力量。农村电商合作社作为农村电商发展的新型农业经营主体, 当前发展仍存在基础设施薄弱、内生性发展能力不足、品牌建设滞后和管理模式传统等问题, 严重制约合作社的可持续发展。本文通过分析农村电商合作社的运营特征和社会工作介入的可行性, 针对合作社发展面临的问题, 提出社会工作可采用构建多元主体协同网络、搭建阶梯式赋能体系、完善组织治理架构、推动政策精准赋能与全域生态优化等路径对策, 激发农民主体自觉性, 驱动合作社内生性创新及农产品价值链升级, 进而助力农户就业增收, 促进农村电商步入高质量发展的阶段。

关键词

乡村振兴, 社会工作, 农村电商合作社

Research on the Pathways for Social Work to Support the Development of Rural E-Commerce Cooperatives under the Background of Rural Revitalization

Xianrui Hui

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 3rd, 2025; accepted: Aug. 15th, 2025; published: Sep. 4th, 2025

文章引用: 惠显蕊. 乡村振兴背景下社会工作助力农村电商合作社发展路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 580-585.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1492950

Abstract

With the development and popularization of Internet technology, e-commerce has gradually become an important force in promoting high-quality agricultural products to the market and boosting rural economic development. As a new type of agricultural business entity in the development of rural e-commerce, rural e-commerce cooperatives still face problems such as weak infrastructure, insufficient endogenous development capacity, lagging brand building, and traditional management models, which seriously restrict the sustainable development of cooperatives. This paper analyzes the operational characteristics of rural e-commerce cooperatives and the feasibility of social work intervention. In response to the problems faced by cooperatives, it proposes that social work can adopt paths and countermeasures such as building a multi-subject collaborative network, establishing a stepwise empowerment system, improving the organizational governance structure, promoting precise policy empowerment and optimizing the overall ecological environment, to stimulate the self-awareness of farmers, drive endogenous innovation within cooperatives and upgrade the value chain of agricultural products, thereby helping farmers increase employment and income and promoting rural e-commerce to enter a stage of high-quality development.

Keywords

Rural Revitalization, Social Work, Rural E-Commerce Cooperatives

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

在乡村振兴战略的推进过程中,农村电商逐渐成为解决“三农”问题的重要抓手。2022年中央一号文件提出,实施“数商兴农”工程,通过数字技术和数据要素赋能农村商务发展,推进电子商务进乡村[1],将电商作为建设数字乡村的重点工作推进。中央网信办等10部门印发《数字乡村发展行动计划(2022~2025年)》提出,推动农产品电商转型升级,支持农民合作社等新型农业经营主体通过网络销售区域特色农产品[2],农村合作社在电商经济中大有可为。习近平总书记在实地考察中指出:“农民专业合作社是带动农户增加收入、发展现代农业的有效组织形式。”党的二十大报告进一步提出,要发展新型农村集体经济,发展新型农业经营主体和社会化服务[3]。这些重要论述充分说明了,发展农村电商合作社是符合实际情况和现实需求的农村农业现代化道路。市场经济条件下,农村合作社能够将分散经营的“小农户”有效组织起来,及时对接“大市场”需求,提高市场竞争力,减少生产经营亏损。电商行业发展势头良好,越来越多的农民合作社主动与电商和物流企业合作,学习采用数字化及信息化手段,与电商融合发展,催生了农村电商合作社这种新模式。农村电商合作社作为连接传统产业和数字经济的纽带,可以充分激活乡村产业活力,给农村电商的发展带来新机遇。当前农村电商合作社正遭遇运营能力不足、组织凝聚力不强和市场适应性较弱等困境,迫切需要借助外部力量的引导优化其发展,补齐短板。社会工作在乡村振兴中具有独特的专业优势,探索其介入农村电商合作社的有效途径,对助力农村电商高质量发展有着重要的现实意义。

2. 农村电商合作社的运营特征

2.1. 资源整合与产业链延伸

农村合作社以农民为主体，把小农生产与现代市场经济有机整合起来，更好地迎合市场需求[4]。农村电商合作社即是在农村电商发展背景下，通过合作社的组织形式对分散化的农业生产要素进行系统性整合，形成区域性的农产品价值链。利用组织化的手段，整合土地、农户个体、物流基础设施等资源，形成标准化和规模化的生产体系，打破了传统小农经济碎片化的状态，同时，电商合作社实现了从初级农产品销售向上下游环节的纵向延伸，涵盖产品加工、品牌创建、电商平台服务等一体化增值链条，促使农民成为农村电商发展的核心受益主体。

2.2. 政策支持与外部联动

现阶段，农村电商合作社的发展主要得益于国家政策支持，对外部资源协同的依赖性较强，这是因为农产品电商运营采纳初期需要投入成本，一定程度上影响了农业生产者尝试的意愿[5]。政府的财政补贴、基础设施专项投入及税收优惠等制度性支持，能够为农村电商合作社成立初期发展提供重要的动力供给，在后续发展过程中需要与金融机构、电商平台、物流企业等市场主体建立起长期稳定的合作关系，以此解决农产品生产销售的供应链和资金链问题，实现合作社的可持续运营。

2.3. 社区嵌入与文化赋能

作为根植于乡土社会的一种经济组织形式，农村电商合作社的成立和运营都深深嵌入在农村社会结构网络中。首先，农村电商合作社的成员以本地农户为主体，这种依托血缘与地缘传统关系组建的合作社，内部具有一定的信任基础，同时借助本土化的治理结构运用在组织管理环节中，能够有效降低组织管理成本。其次，农村电商合作社以推出特色农产品实现“出圈”，通过激活地域文化资本，将传统技艺、民俗符号等文化资源转化为产品要素，并在电商运营中注重与地方文化习俗的有机融合，在提升产品附加值的同时增强了成员的集体归属感与社会认同。

3. 社会工作助力农村电商合作社的可行性

国家鼓励社会工作提供专业服务和资源链接，积极为乡村振兴贡献自身力量。在推动农村电商发展、社区组织建设的政策支持下，社会工作者纷纷下沉基层，为助力农村电商合作社发展提供了实践机遇。社会工作者秉持助人自助的专业价值理念，强调激发服务对象的内在动力，关注个体和群体可持续发展能力的建设，在进行组织培育的过程中，能够形成跟组织发展相符合的主体意识导向。社会工作者的资源整合与跨区域协作能力，可以引导构筑多方协作的资源网络，助力资源实现流通共享，还可利用政策倡导推动政策精准匹配，改善农村电商的生存发展环境质量。社会工作介入农村电商合作社，不仅为农民收入水平的提升提供了促进作用，还能够帮助他们进一步增强凝聚力和归属感[6]，社会工作特别注重文化敏感性与在地化实践，采用参与式工作途径，挖掘并借助乡村本土智慧，促进现代化治理理念、先进管理经验与优秀乡土文化的有机融合。

4. 农村电商合作社发展的现实困境

4.1. 基础设施建设短板

农村地区的数字网络、冷链、物流等基础设施落后，成为制约农村电商合作社发展的瓶颈。生鲜农产品保质期短，且易受损和易腐烂，对储存运输供应时效性的要求比一般产品更为严苛，而农村地区冷链仓储和配送基础设施相对落后，物流网点覆盖不足，配送成本高、时间长，尤其是一些新鲜的蔬菜水

果等农产品损耗较大,成本增加,品质却被降低[7]。仓储物流落后导致农产品损耗与销售不畅,难以匹配电商“快”配送需求,产品新鲜度与品质稳定性不足,严重降低客户消费体验和满意度,直接影响农户收入,合作社成员合作意愿受挫,社员流失,组织规模萎缩。同时,电商平台倾向选择供应链稳定、物流高效的合作伙伴,物流基础设施短板直接削弱了合作社对外部资源的吸引力,难以获得电商平台流量倾斜,限制其发展动能。

4.2. 内生性发展能力薄弱

农村电商合作社在数字化转型中仍面临人力资源短缺的严峻挑战。电商运营要求从业者不仅要有店铺运营的营销手段,还要具备客户服务和数字分析等多重能力,对电商从业者数字素养要求较高。然而,当前农村地区老龄化、空心化和青壮年劳动力流失问题较为严重[8],合作社成员多是中老年农户,这部分群体对互联网知识技术和电商平台运作规则认知有限,缺乏基础的信息检索与网络交易能力,加之内部缺乏专业规范的财务管理制度和风险防控体系,合作社容易陷入“开店容易运营难”的窘境,难以保持稳定长久的线上运营模式。

4.3. 管理模式传统

农村电商合作社根植于传统乡村农业生产经营的土壤上,其管理模式与互联网电商平台规则形成隐性价值冲突。“地缘”“血缘”构成的传统乡土社会关系网络,成员遵循乡土私人道德规范与行为准则,强调的是“人情”,伴随着电商经济元素的流入,农村合作社传统的管理模式受到冲击,在激烈的市场竞争环境中,组织生产分配讲究的是“规则”。农村电商合作社内部管理尚停留在农户合伙的初级形态,难以适配电商经济的组织治理方式,平台规则的频繁变动也增加了合作社的生存困难和运营风险。

4.4. 品牌建设滞后

在农村长期分散生产经营的影响下,大多数合作社对品牌建立的认知不够、兴趣不浓、动力不足。即使合作社尝试建立品牌形象,但由于缺乏对农产品的精准定位与差异化表达,盲目主打“原生态”“农家自产”等模糊概念,缺乏特色统一的品牌标识和包装,导致同质化现象严重,难以实现优质产品的规模化和产业化发展。此外,一些品牌传播局限于当地,线上渠道的传播营销范围不广,知名度和影响力十分有限,难以触达主要消费群体,产品在市场竞争中处于劣势,影响合作社对农产品高附加值转化的后续动力。

5. 社会工作助力农村电商合作社的实践路径

5.1. 搭建资源整合平台

搭建资源整合平台,旨在打破农村电商合作社的地域封闭性,提升其活跃度与产品市场竞争力,实现内外互动。社会工作者可以多方链接电商行业协会、高校电商专业等资源,为农村电商合作社提供持续的理论技术指导,与仓储物流服务商达成持久合作,降低农产品运输成本,并争取电商助农项目,为合作社寻求流量扶持,以此全方位支持电商合作社的持续发展。社会工作者还可以充分发挥组织协调者的角色作用,推动组建大型农村电商合作社联盟,积极协调各区域合作社间的利益关系,促成仓储物流链和流量资源共享,联合品牌推广,进一步增强中小合作社的市场影响力和抗风险能力。

5.2. 构建个体能力提升的多层次支持体系

农村电商合作社的主体是农户,社会工作介入的首要重点便是破解个体数字技能缺失的困境。从基础层到进阶层,再到高阶层,以阶梯式的培训体系实现能力建设的长效化。在基础层,针对农村中老年

农户开展“触网行动”，开展智能手机的基础功能使用、信息检索、网络购物、社交媒体运用等培训课程，消除合作社成员对互联网及线上交易的陌生与疑虑；步入进阶层，社会工作者聚焦农户的电商实际操作技能提升，把理论与实训相结合，引导成员练习虚拟店铺搭建、产品拍摄、物流对接、客服服务等环节，为电商运营实战奠定基础经验；而在高阶层，社会工作者重点关注培育骨干成员的市场敏锐度和创业孵化能力，通过市场调研、产品营销、店铺运营、品牌建设等培训，进一步提升骨干成员电商就业创业能力。在培训过程中，社会工作者将根据合作社文化水平和环境差异，对培训环节和内容进行本土化转变，并配套组建互助小组，调动学员的参与度和积极性。

5.3. 完善组织治理架构

社会工作者可以引入现代化企业和大型合作社的先进治理机制与模式，启发农村电商合作社借鉴并创新可行经验，规范运行组织治理架构，健全组织议事规则以及财务管理等关键制度，保障成员在议事决策中的民主权利得以实现，充分调动他们参与的积极性和主动性，增强合作社决策的质效水平。同时，社会工作者还可指导合作社建立完备的民主监督机制，对产品项目的资金使用、利益分配等环节实行透明化的实时监督，提高合作社合法合规的经营意识，助力农村电商合作社实现规范健康发展。

5.4. 推动政策精准赋能与全域生态优化

社会工作可联合民政部门推动惠农政策创新与完善，将电商服务纳入乡镇社工站职能清单，进一步明确社会工作在农村电商领域的角色地位，从制度层面提供保障支持。社会工作者既是农户数字技能培训的组织者，也是合作社与政府、企业间的联络人，还可承担电商纠纷调解、弱势群体电商扶持等职能，将标准化、流程化的电商服务嵌入基层社会工作体系，形成常态化的支持机制，能够有效为农村电商合作社发展提供持续助力。推动政府设立专项补贴，通过财政资金扶持农村电商合作社发展，帮助解决合作社在生产包装、储备运输、市场营销等方面的困难和问题，提高经营管理水平和服务功能。同时，推动对采用生态种植、带动低收入农户的合作社产品进行助农公益认证，赋予产品社会价值内涵，并倡导鼓励政府机关、企事业单位和社会群体在采购中选择公益认证产品，为合作社产品拓宽销售渠道，增强市场品牌信任度。此外，社会工作者还可以联合电商平台企业，共同商讨制定农村电商服务标准，规范农产品价格体系与服务流程，抵制恶性竞争，为农村电商合作社创造更公平的市场环境。

6. 结论

作为连接“小农户”与“大市场”的关键枢纽，农村合作社在提高农民组织化、畅通农产品供应链中占据着重要的地位。随着互联网电子商务成为农产品营销的关注热点，农村合作社生产经营也迎来新的机遇，在促进农民增收、激活乡村产业活力等方面有着巨大潜力。本文综合分析农村合作社数字化转型进程中面临的人才、组织、生态环境等诸多困境，归纳出农村电商合作社既要提高内部个体的数字技能，也需要组织和多方资源的协同配合，还仰赖政策与市场的扶持。因为社会工作的独特专业视角和专业优势，使其介入农村电商合作社可行性高，从微观技能培训到中观层面组织建设，再到实现宏观生态优化，旨在为农村电商合作社注入强大发展动能，打造合作社与社会支持网络的良性互动模式，进一步拓宽农产品销售渠道，进而增加农民收入，激活农村产业活力，助力乡村全面振兴。

参考文献

- [1] 欧阳日辉. 2022 年中央一号文件解读: “数商兴农”是农村电子商务发展的新方向[J]. 科技与金融, 2022(4): 49-53.
- [2] 中国网信网. 数字乡村发展行动计划(2022-2025 年) [EB/OL]. https://www.cac.gov.cn/2022-01/25/c_1644713315749608.htm, 2022-01-26.

-
- [3] 人民日报.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL].
http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2022-10/26/nw.D110000renmrb_20221026_3-01.htm, 2022-10-16.
- [4] 缪德刚, 张延龙. 中国农业合作组织构建: 理论逻辑、历史逻辑与实践逻辑[J]. 农村经济, 2024(3): 112-122.
- [5] 张哲晰, 高鸣, 穆月英. 新型农业经营主体电商参与机制、困境及对策——来自贵州省剑河县调研的证据[J]. 中国流通经济, 2021, 35(12): 40-49.
- [6] 李运. 乡村振兴视角下社会工作服务赋能乡村电商物流高质量发展路径研究[J]. 现代商业, 2025(1): 59-62.
- [7] 马萌. 农村电商物流现状分析与发展研究[J]. 农业经济, 2022(4): 130-132.
- [8] 郭凯凯, 高启杰. 农村电商高质量发展机遇、挑战及对策研究[J]. 现代经济探讨, 2022(2): 103-111.