

电子商务促进社会公平的路径与局限

——基于三类弱势群体居家就业的多案例研究

葛秋汝

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年9月7日; 录用日期: 2025年9月19日; 发布日期: 2025年10月13日

摘要

在数字经济赋能社会治理的大背景下, 电子商务为弱势群体打破传统就业壁垒、实现居家就业开辟了新路径, 成为推动社会公平的关键力量。本文以可行能力理论和社会排斥-数字包容模型为理论基础, 选取阿里巴巴“云客服”(残障人士)、快手“幸福乡村带头人计划”(农村女性)、闽宁禾美电商帮扶车间(低收入弱势群体)三个典型案例, 运用多案例研究方法, 系统剖析电子商务对不同弱势群体居家就业的赋能机制、社会公平价值及实践局限。研究发现, 电商借助技术适配、门槛降低、资源整合三大机制为弱势群体居家就业赋能, 在机会公平、收入公平、社会包容维度助力社会公平实现; 但同时也面临数字鸿沟、平台责任缺失、政策保障不足等共性问题。最后, 从基础设施建设、政策体系完善、多方协作机制构建三个层面提出优化建议, 为电商更有效地服务社会公平提供理论参考与实践路径。

关键词

电子商务, 社会公平, 弱势群体, 居家就业, 多案例研究

The Path and Limitations of E-Commerce in Promoting Social Equity

—A Multi-Case Study Based on Home-Based Employment of Three Types of Vulnerable Groups

Qiuru Ge

School of Law and Humanities, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: September 7, 2025; accepted: September 19, 2025; published: October 13, 2025

Abstract

Under the backdrop of digital economy empowering social governance, e-commerce has opened up

文章引用: 葛秋汝. 电子商务促进社会公平的路径与局限[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 823-830.

DOI: 10.12677/ecl.2025.14103212

a new path for disadvantaged groups to break through traditional employment barriers and achieve home-based employment, becoming a key force in promoting social equity. This paper, based on the capability approach theory and the social exclusion—digital inclusion model, selects three typical cases: Alibaba’s “Cloud Customer Service” (for people with disabilities), Kuaishou’s “Happy Village Leader Program” (for rural women), and the Minning Hemei E-commerce Assistance Workshop (for low-income disadvantaged groups). By using the multi-case study method, it systematically analyzes the empowerment mechanisms, social equity values, and practical limitations of e-commerce in enabling different disadvantaged groups to achieve home-based employment. The research finds that e-commerce empowers disadvantaged groups to achieve home-based employment through three mechanisms: technology adaptation, threshold reduction, and resource integration, and contributes to the realization of social equity in terms of opportunity equity, income equity, and social inclusion. However, it also faces common problems such as the digital divide, lack of platform responsibility, and insufficient policy support. Finally, it proposes optimization suggestions from three aspects: infrastructure construction, policy system improvement, and multi-party collaboration mechanism construction, providing theoretical references and practical paths for e-commerce to more effectively serve social equity.

Keywords

E-Commerce, Social Equity, Disadvantaged Groups, Home-Based Employment, Multi-Case Study

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

1.1. 研究背景

随着数字技术与实体经济的深度融合，电子商务已从商品交易渠道升级为社会资源配置与机会再分配的重要载体。《中国互联网与数字经济发展报告(2024)》显示，2023年我国数字经济规模达55.6万亿元，占GDP比重超48%，其中电子商务交易规模突破45万亿元，带动就业人数超3亿人[1]。与此同时，残障人士、农村女性、低收入群体等弱势群体仍面临传统就业市场中的机会排斥：残障人士就业率不足40%，农村女性非农就业率较城镇女性低22个百分点，低收入群体灵活就业渠道狭窄[1]。在此背景下，居家就业凭借“空间灵活、时间自主”的特性，成为弱势群体参与经济活动的重要选择，而电子商务则通过技术赋能与模式创新，为这一选择提供了可行性支撑。

1.2. 文献综述研究方法 with 理论框架

现有研究围绕电子商务与社会公平的关联展开了多维度探讨。在理论层面，Amartya Sen (阿马蒂亚·森)的可行能力理论指出，社会公平的核心是扩展个体“实质自由”，而电商通过降低就业门槛、拓展资源获取渠道，为弱势群体构建了新的能力集合[2]；数字包容理论则强调，技术适配与服务优化是缓解数字鸿沟、实现群体公平参与的关键[3]。在实证研究方面，国内学者聚焦农村电商对城乡差距的缩小作用，发现电商能通过农产品上行提升农户收入，缓解城乡收入不平等[4]；国外研究则关注电商零工经济对低收入群体的影响，指出平台在提供灵活就业机会的同时，也存在劳动权益保障缺失的问题[5]。

然而，现有研究仍存在两点不足：一是案例选择多聚焦单一群体(如仅关注农村电商或残障人士就业)，缺乏对不同弱势群体电商居家就业模式的对比分析；二是对电商促进社会公平的“双刃剑”效应探讨不

足，多强调赋能价值，对实践中的局限与风险关注较少。基于此，本文选取四类典型弱势群体的电商居家就业案例，通过多案例对比，全面解析电商促进社会公平的路径与局限。

1.3. 研究方法 with 理论框架

1.3.1. 研究方法

然而，现有研究仍存在两点不足：一是案例选择多聚焦单一群体(如仅关注农村电商或残障人士就业)，缺乏对不同弱势群体电商居家就业模式的对比分析；二是对电商促进社会公平的“双刃剑”效应探讨不足，多强调赋能价值，对实践中的局限与风险关注较少。基于此，本文选取四类典型弱势群体的电商居家就业案例，通过多案例对比，全面解析电商促进社会公平的路径与局限。

1.3.2. 理论框架

本文以“可行能力理论”与“社会排斥 - 数字包容模型”为双重理论框架。可行能力理论将社会公平定义为“个体实现自身价值的的能力集合”，电商对弱势群体的赋能可分解为“机会获取能力”“收入创造能力”“社会融入能力”三个维度；社会排斥 - 数字包容模型则将电商实践分为“排斥缓解”与“包容构建”两个阶段，前者通过技术改造与门槛降低缓解传统就业市场的排斥，后者通过资源整合与权益保障构建可持续的公平参与机制[6]。

2. 案例分析

2.1. 残障人士居家就业：阿里巴巴“云客服”计划

2.1.1. 案例概况

阿里巴巴“云客服”计划始于2010年，是互联网共享经济的创新模式，也是极具意义的职业形态变革，更是国内首个针对残障人士的规模化远程就业项目。该计划通过整合网络力量，有效调动闲散社会劳动资源，采用“平台搭建 + 技术适配 + 社工协作”模式，为残障人士提供天猫、淘宝平台的在线客服岗位[7]。截至2024年6月，累计培训人数达35万人，为超11万人提供就业机会，其中累计培训残障人士超5万人，带动3.2万名残障人士实现稳定居家就业，人均月收入3000~6000元，部分优秀者月收入超8000元[8]。像河南商丘重度烧伤的郭辉，凭借培训克服重重困难成为专业网络客服；患有小儿麻痹症、以往靠拉货维持生计的李青荣，如今担任云客服，每月有几千元稳定收入，成为家庭经济支柱[9]。

2.1.2. 赋能机制

技术适配打破生理限制：针对视力障碍群体，开发语音交互系统，支持通过语音指令完成客户咨询、订单查询等操作；针对肢体残障群体，优化键盘快捷键与操作界面，减少肢体活动依赖；同时推行“弹性工时制度”，允许残障人士根据身体状况自主调整工作时段，单日工作时长可灵活控制在2~6小时，让残障人士能根据自身情况合理安排工作[9]。

全流程培训构建能力支撑：与地方残联、社工组织合作建立“三级培训体系”：初级培训聚焦电商基础知识与客服沟通技巧，中级培训强化问题解决与应急处理能力，高级培训则针对优秀学员开展管理能力培养；在岗期间，配备专属社工导师，定期开展心理疏导与工作指导，缓解残障人士的工作压力与社交焦虑，助力他们更好地适应工作。

2.1.3. 社会公平价值

该计划从两个维度推动社会公平：一是机会公平层面，打破了传统客服岗位对“肢体健全、固定工时”的硬性要求，使残障人士获得与健全人平等的就业机会，缓解了“生理歧视”导致的机会排斥，让残障人士不再因生理缺陷被挡在就业大门外；二是社会包容层面，稳定的收入与工作成就显著提升残障人

士的社会认同感——阿里公益 2024 年调研显示，89%的残障云客服表示“通过工作感受到自身价值”，76%的受访者社交频率较就业前提升，有效缓解了残障群体的社会孤立感，让他们更好地融入社会，实现自我价值[8]。

2.1.4. 实践局限

技能迭代压力：随着电商服务智能化升级，客户咨询从基础订单问题转向复杂的售后纠纷与个性化需求，要求客服掌握 AI 工具使用、跨平台协同等新技能，部分年龄较大、学习能力较弱的残障人士面临技能淘汰风险，难以跟上行业发展步伐。

工作稳定性不足：弹性工时虽保障了时间灵活，但也导致部分残障人士月工作时长波动较大，收入稳定性较固定岗位低，影响生活保障的可持续性，给他们的生活带来一定不确定性。

2.2. 农村女性居家创业：快手“幸福乡村带头人计划”

2.2.1. 案例概况

快手于 2018 年发起“幸福乡村带头人计划”，聚焦农村女性创业群体，旨在全国范围内扶持农业创业者，通过“技能培训 + 流量扶持 + 供应链整合”模式，助力农村女性利用短视频与直播实现居家创业。该计划涵盖多个板块，包括快手幸福乡村创业学院，通过“集中培训 + 机构参访 + 实地调研指导 + 线上课堂”的一年学制，全面提升乡村创业者短视频创作、商业和管理能力，孵化乡村新产业；快手幸福乡村说，以现场演讲结合快手直播的形式，打造乡村发展分享交流平台；带头人互助社区，聚合乡村振兴人才，聚焦乡村振兴与可持续发展[10]。

截至 2024 年，该计划累计扶持超 300 名农村女性创业者，其中贵州侗绣、云南竹编、陕西剪纸等非遗手工艺领域创业者占比超 60%；典型案例贵州侗绣手工艺人吴玉圣，通过直播带货使侗绣产品年销售额从 5 万元增长至 86 万元，带动周边 23 名农村女性就业[11]。还有“疆域阿力木”通过直播让新疆优质蜂蜜打开销路，云南金平县 00 后哈尼族青年朱进海开通助农带货直播间，带动村民致富增收。

2.2.2. 赋能机制

低门槛创业生态构建：相较于传统实体店铺，快手直播创业无需租金与库存成本，农村女性仅需一部智能手机与稳定网络即可开播，极大降低了创业的资金门槛；平台提供“零基础直播课程”，涵盖镜头表达、产品讲解、粉丝运营等内容，降低创业技术门槛，让农村女性即使没有专业基础也能快速上手。

精准流量与供应链支持：通过算法推荐机制，将农村女性创业者的手工艺产品精准推送给“传统文化爱好者”“非遗收藏者”等垂直人群，提升产品曝光率，让优质产品能精准触达目标客户；同时联合地方政府建立“产地仓”，解决物流包装、售后退换货等问题，保障产品能快速、低成本地送达消费者手中。

2.2.3. 社会公平价值

经济赋权与性别平等：农村女性通过创业获得独立收入，经济依赖度显著降低。快手 2024 年助农报告显示，参与计划的农村女性创业者人均年收入超 12 万元，较创业前增长 3~5 倍；其中 82%的受访者表示“在家庭决策中拥有更多话语权”，有效缓解了农村地区的性别权力不平等[11]，让农村女性在家庭和社会中拥有更高的地位。

城乡资源再分配：直播模式打破了地理空间限制，使偏远地区的手工艺品直接对接全国市场，避免了中间经销商的利润截留。以贵州侗绣为例，传统销售模式中农户利润占比不足 30%，而直播带货模式下利润占比提升至 75%，实现了城乡之间的价值公平分配，让农村女性能更多地分享产业发展成果[12]。

2.2.4. 实践局限

数字基础设施薄弱：我国农村地区 4G 网络覆盖率虽达 98%，但部分偏远山区仍存在信号不稳定问题，导致直播卡顿、画质模糊，影响用户体验，进而影响产品销售；同时农村物流成本较城镇高 25%~30%，部分地区“最后一公里”配送时效超 72 小时，制约产品销售，增加了农村女性创业的难度[13]。

品牌与知识产权保护不足：农村女性创业者品牌意识薄弱，80%的产品未注册商标，导致仿冒问题频发。如云南竹编创业者李娟的产品被仿冒后，月销售额下降 40%，且维权过程中面临证据收集难、法律成本高的问题，不仅损害了创业者的利益，也影响了农村电商的健康发展[14]。

2.3. 低收入弱势群体脱贫：闽宁禾美电商帮扶车间

2.3.1. 案例概况

闽宁禾美电商帮扶车间成立于 2019 年，是宁夏首个聚焦低收入弱势群体的电商扶贫项目，也是宁夏首个电商扶贫车间，选址于闽宁镇(全国脱贫攻坚典型地区)。成立之初，员工 100%是闽宁镇移民、100%为留守妇女、90%是建档立卡贫困户、90%是少数民族、90%是低学历低收入人群[15]。

该车间通过“电商供应链 + 就业帮扶”模式，开展农产品包装、电商运营、直播带货等业务，开办“巧媳妇创业超市”，日订单超 1000 单。截至 2024 年，累计带动近千名低收入群体就业，员工人均月收入 2400~3500 元，直接带动近百名、间接带动近千名农村贫困劳动力就地就业、脱贫致富，间接带动周边 5000 余名农户增收。如今，车间已发展为集生产、加工、销售、品牌培育等多功能于一体的电商帮扶示范基地，其模式在陕西、内蒙古等省区复制，帮助 20 多家传统扶贫企业拓展电商渠道，技术培训惠及 1200 人[15]。

2.3.2. 赋能机制

订单式就业与技能培训：与拼多多、京东等平台签订长期供应链合作协议，提供农产品分拣、包装、直播辅助等标准化岗位，确保就业稳定性，让低收入群体无需担心订单问题；同时开设“电商技能培训班”，针对低收入群体学历低、技能弱的特点，采用“手把手教学 + 实操演练”模式，培训内容涵盖电脑基础操作、电商平台规则、产品包装设计等，培训周期 2~4 周，结业后直接上岗，让他们能快速掌握工作技能，实现就业。

利益反哺与社会支持：车间将 15%的利润用于设立“帮扶基金”，为困难员工提供医疗救助、子女教育补贴，解决他们的生活后顾之忧；同时与当地社工组织合作，开展心理辅导、家庭关系调解等服务，缓解低收入群体的生活压力与心理焦虑，让他们能更安心地工作[16]。此外，车间依托电商平台做供应链，推动“宁夏优品”走出、“八闽好物”引进，通过农产品电商销售 + 闽宁协作消费帮扶模式，实现闽宁协作双向互通，创造产业扶贫新业态，部分销售收入反哺闽宁镇边缘户和困难群体。

2.3.3. 社会公平价值

精准脱贫与可持续就业：该模式将“输血式扶贫”转化为“造血式就业”，通过稳定岗位与技能培训，帮助低收入群体实现“一人就业、全家脱贫”。闽宁镇政府数据显示，车间员工脱贫率达 100%，且就业稳定性超 85%，远高于传统临时就业岗位[15]，为低收入群体提供了长期稳定的生活保障，助力他们彻底摆脱贫困。

地域公平与协同发展：作为东西部协作项目，车间依托电商平台实现“宁夏优品出村、福建好物进村”，如将宁夏枸杞、滩羊产品销往福建，同时引入福建茶叶、海鲜等产品，形成双向流通体系，缓解了区域资源分配不均问题，推动闽宁协作从“资金帮扶”向“产业协同”升级，促进了区域间的均衡发展，缩小了东西部发展差距。

2.3.4. 实践局限

岗位技能附加值低：车间岗位以体力劳动为主(如分拣、包装)，技术含量低、可替代性强，员工晋升空间狭窄，收入增长幅度低，难以实现从“低收入”到“中等收入”的跨越，限制了员工的长期发展。

区域复制难度大：该模式高度依赖地方政府资金支持与闽宁协作政策红利，在缺乏政策倾斜的地区，面临场地租金高、供应链资源不足的问题，目前仅在陕西、内蒙古等少数地区实现部分复制，规模化推广受限，难以让更多地区的低收入群体受益。

3. 跨案例分析与讨论

3.1. 电商赋能弱势群体居家就业的共性机制

通过对三个案例的深度编码与提炼，电子商务赋能弱势群体居家就业的核心机制可归纳为三类，且在不同群体案例中呈现出一致性特征。

首先是技术适配机制，其核心逻辑是针对群体生理、技能短板优化技术工具与操作流程，降低技术使用门槛。例如阿里“云客服”为残障人士开发语音交互系统，解决视力与肢体障碍问题；快手为农村女性简化直播界面，减少复杂操作步骤。

其次是门槛降低机制，通过减少就业/创业的资金、学历、地域限制，扩大参与范围。快手直播创业无需租金与库存，降低农村女性的资金压力；闽宁禾美车间提供订单式就业，消除低收入群体的地域流动限制。

最后是资源整合机制，通过整合平台流量、供应链、政策资源，为弱势群体提供可持续支撑。快手为农村女性创业者提供精准流量推送，提升产品曝光；禾美车间依托闽宁协作整合东西部供应链，实现农产品双向流通；阿里“云客服”联合社工组织提供心理与技能支持，保障残障人士稳定就业。

这三类机制层层递进，技术适配解决“能否参与”的基础问题，门槛降低解决“易不易参与”的可行性问题，资源整合解决“能否持续参与”的可持续性问题，共同构成电商赋能弱势群体居家就业的完整逻辑链。

3.2. 不同群体的需求差异与电商模式适配性

三类弱势群体在居家就业中的核心需求存在明显差异，电商平台需要针对性地调整赋能策略，适配效果也呈现出显著分化。

对于残障人士，核心需求是缓解生理障碍、获得心理支持以及实现收入稳定，电商模式需重点优化技术适配与弹性保障。阿里“云客服”的语音交互系统、弹性工时与社工辅导体系，高度契合这一需求，有效解决了残障人士的就业难题；但技能迭代与收入波动问题仍对少部分的从业者造成困扰，说明在长期技能支持与收入稳定机制上仍需完善。

农村女性的关键需求是打破传统性别分工束缚、获得创业资源与市场渠道，快手“幸福乡村带头人计划”通过低门槛创业模式、流量扶持与供应链对接，为农村女性提供了广阔的发展空间，在推动性别平等与农村产业发展方面成效显著；然而，农村数字基础设施短板与品牌保护缺失，限制了创业者的业务拓展，成为制约该群体进一步发展的瓶颈。

低收入弱势群体则迫切需要稳定的就业岗位、技能培训与收入提升，闽宁禾美车间的订单式就业、短期技能培训与利益反哺机制，精准回应了这一诉求；不过，岗位附加值低与区域复制难问题，影响了员工长期发展与模式推广，许多员工面临职业天花板，模式推广范围也仅覆盖少数地区。

3.3. 电商促进社会公平的实践局限与挑战

尽管电子商务在促进弱势群体居家就业、推动社会公平方面成效显著，但在实践过程中也暴露出一

系列共性问题，制约了公平效应的持续深化。

在数字基础设施层面，农村及偏远地区网络覆盖率低、信号不稳定，4G网络虽总体覆盖率达98%，但部分山区覆盖率不足80%，直播卡顿、掉线问题频发；物流配送“最后一公里”难题突出，农村物流成本比城市高25%~30%，配送时效延长2~3天，严重影响电商业务开展[13]。

平台责任履行方面，存在算法歧视与数据垄断问题。算法推荐倾向头部商家与成熟主播，新入驻的弱势群体从业者曝光率低，难以获得初始流量；平台数据壁垒森严，限制弱势群体对用户数据的合理利用，阻碍其精准营销与服务优化。

政策保障体系也有待完善。当前电商就业在劳动权益保障方面存在空白，灵活就业人员社保参保率不高，工伤、医疗保障缺失；税收优惠、资金扶持政策缺乏精准性，小微企业与弱势群体受益有限，难以形成有效的政策激励[17]。

4. 研究结论与政策建议

4.1. 研究结论

本研究基于可行能力理论与社会排斥-数字包容模型，通过对阿里巴巴“云客服”、快手“幸福乡村带头人计划”、闽宁禾美电商帮扶车间三个典型案例的多案例研究，深入剖析了电子商务对弱势群体居家就业的赋能机制、社会公平价值及实践局限，得出以下结论：

电子商务通过技术适配、门槛降低、资源整合三大核心机制，为残障人士、农村女性、低收入群体等弱势群体提供了居家就业新路径，在机会公平、收入公平、社会包容维度有力推动了社会公平实现。例如，阿里“云客服”使残障人士获得平等就业机会，快手助力农村女性实现经济独立与家庭地位提升，闽宁禾美车间帮助低收入群体脱贫致富。

不同弱势群体在电商居家就业中需求各异，电商模式的适配性存在差异。残障人士侧重技术与心理支持，农村女性关注创业资源与市场，低收入群体依赖稳定岗位与技能培训，现有电商模式在满足需求的同时，也在技能迭代、基础设施、岗位升级等方面存在适配短板。

电商促进社会公平的实践面临数字基础设施薄弱、平台责任缺失、政策保障不足等挑战，这些问题制约了弱势群体从电商发展中持续、公平受益，亟待通过多方协同加以解决。

4.2. 政策建议

为进一步发挥电子商务在促进社会公平中的积极作用，弥补实践短板，本文从基础设施建设、政策体系完善、多方协作机制构建三个层面提出以下政策建议：

加强数字基础设施建设，缩小城乡、区域数字鸿沟。加大对农村及偏远地区网络覆盖的投入，推进5G基站、光纤宽带建设，确保网络信号稳定；设立农村物流专项补贴，整合物流资源，建立县-乡-村三级物流配送体系，降低物流成本，提高配送时效[18]。例如，可借鉴“快递进村”工程经验，通过政府引导、企业参与的方式，推动物流网络下沉。

完善电商就业政策体系，保障弱势群体权益。制定电商灵活就业劳动权益保护法规，明确社保缴纳、工伤认定等标准，提高参保率；设立电商创业扶持基金，为弱势群体提供低息贷款、税收减免，精准扶持创业项目；建立电商人才培养专项资金，针对不同群体开展定制化技能培训，提升其电商从业能力。

构建政府-平台-社会多方协作机制。政府加强对电商平台监管，规范算法推荐、数据使用规则，防止平台垄断与歧视；电商平台履行社会责任，设立弱势群体专项扶持计划，提供流量倾斜、技术指导；社会组织发挥专业优势，为弱势群体提供心理辅导、法律咨询等服务，形成全方位、多层次的支持网络。

4.3. 研究展望

本研究虽对电商促进社会公平的路径与局限进行了较为系统的探讨，但仍存在一定局限性。未来研究可从以下方向拓展：一是引入定量研究方法，构建量化指标体系，对电商促进社会公平的效应进行精确测度，弥补案例研究的主观性；二是关注新兴电商模式，如跨境电商、社交电商对弱势群体的影响，为数字经济时代社会公平实践提供更具前瞻性的理论指导；三是深入探讨不同文化背景下电商赋能弱势群体的差异，为全球范围内解决社会公平问题提供多元化经验借鉴。

参考文献

- [1] 孙宝文, 李涛, 欧阳日辉, 等. 中国互联网与数字经济发展报告(2024) [M]. 上海: 社会科学文献出版社, 2024.
- [2] 程军, 占洁怡. 中国式现代化进程中农村残疾人获得感的生成逻辑和提升机制——基于可行能力理论[J]. 山西农业大学学报(社会科学版), 2025, 24(4): 125-136.
- [3] 黄伟, 刘银轲, 胡培奇. 数字鸿沟背景下小农户信息赋能过程机理与实现路径——基于数字包容理论的多案例研究[J]. 技术经济, 2023, 42(6): 138-152.
- [4] 陈享光, 汤龙, 唐跃桓. 农村电商政策有助于缩小城乡收入差距吗——基于要素流动和支出结构的视角[J]. 农业技术经济, 2023(3): 89-103.
- [5] Graham, M., Hjorth, I. and Lehdonvirta, V. (2021) *Digital Labor and Development: The Impact of Global Digital Platforms on Workers in the Global South*. Oxford University Press.
- [6] 李平, 杨政银, 曹仰锋. 再论案例研究方法理论与范例[M]. 北京: 北京大学出版社, 2019.
- [7] 王晓慧. 阿里巴巴: 数字经济点亮残疾人就业梦[N]. 华夏时报, 2022-12-12(4).
- [8] 阿里巴巴集团. 阿里巴巴社会责任报告(2024) [R]. 2024.
- [9] 《人生第一次》节目组. 人生第一次[M]. 上海: 百花洲文艺出版社, 2021.
- [10] 付慧琳, 段文好, 罗哲源. 基于短视频平台的网络扶贫可视化分析[J]. 美与时代(创意)(上), 2021(3): 92-96.
- [11] 快手科技. 快手助农白皮书(2024) [R]. 2024.
- [12] 吴昀辰, 熊玮. 让“指尖技艺”转化为“指尖经济” [J]. 大众投资指南, 2022(1): 40-41.
- [13] 掌海啸. 农村电子商务发展的机遇和挑战[N]. 中国社会科学, 2022-09-14(3).
- [14] 张藤悦. 农村女性在数字经济浪潮中创业的挑战与机遇[J]. 世界经济探索, 2025, 14(3): 474-479.
- [15] 宁夏回族自治区商务厅. 闽宁禾美电商帮扶车间发展报告(2024) [R]. 2024.
- [16] 吴春霖. 乡村帮扶小车间拓展就业大空间[J]. 银川日报, 2024-11-13(3).
- [17] 张海娜, 朱贻文, 曾刚. 数字平台对新业态从业人员社保参与度的影响机制研究[J]. 河南大学学报(社会科学版), 2025, 65(5): 28-37, 153.
- [18] 张萌. 乡村振兴战略下基于云物流的“县-乡-村”三级配送网络研究[D]: [硕士学位论文]. 郑州: 河南财经政法大学, 2023.