

# 电商融入下农村社会工作的实践模式研究

宋 晶

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年11月5日; 录用日期: 2025年11月18日; 发布日期: 2025年12月19日

## 摘 要

在乡村振兴与数字经济深度融合背景下, 农村电商已成为农村经济增长的核心引擎, 但仍面临基础设施不完善、资源信息滞后、人才短缺、协作矛盾等现实困境。农村社会工作可通过经济、能力、社会关系、文化方面赋能, 破解电商发展瓶颈。本文主要整理出党建引领、数字赋能草根、公益资源整合、文明实践融合四大实践路径, 形成“困境-赋能-路径”的闭环解决方案。研究表明, 二者融合能实现“电商增效益、社工保公平”的双重目标, 为巩固脱贫攻坚成果、推动乡村全面振兴提供专业支撑。

## 关键词

农村社会工作, 电子商务, 实践模式, 乡村振兴

# Research on the Practice Model of Rural Social Work under the Integration of E-Commerce

Jing Song

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

Received: November 5, 2025; accepted: November 18, 2025; published: December 19, 2025

## Abstract

Against the backdrop of deep integration between rural revitalization and the digital economy, rural e-commerce has emerged as a core engine for economic growth in rural areas. However, it still faces practical challenges such as inadequate infrastructure, outdated resource information, talent shortages, and collaboration conflicts. Rural social work can empower communities through economic development, capacity building, social connections, and cultural integration to overcome these bottlenecks. This paper mainly summarizes four implementation pathways: Party-led initiatives,

**digital empowerment of grassroots communities, integration of public welfare resources, and fusion with civil practice initiatives, forming a closed-loop solution of “challenges-empowerment-pathways”. The study demonstrates that this dual approach achieves the dual objectives of “e-commerce enhancing efficiency and social work ensuring equity”, providing professional support for consolidating poverty alleviation achievements and promoting comprehensive rural revitalization.**

## Keywords

**Rural Social Work, E-Commerce, Practice Model, 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

在数字化浪潮与乡村振兴战略交织的时代背景下，农村电商正以前所未有的速度改变着传统农业经济的面貌。截至 2023 年底，全国农村网络零售额达 2.49 万亿元，占全国网络零售额的 16.14%，成为农村经济增长的“新引擎”[1]。2024 年 3 月，商务部等 9 部门发布《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》、提出“加快农村现代物流体系建设”，政策红利持续释放[2]。农村电商不仅拓宽了农产品的销售渠道，打破了地域限制，更促进了农村创新创业，为农村经济注入了新的活力。然而，在这一繁荣景象背后，农村电商的发展仍面临着诸多困境：部分农村地区基础设施相对落后，农产品同质化严重，电商人才匮乏等问题依然制约着农村电商的纵深发展。

在此背景下，社会工作作为一门以助人为宗旨、运用专业知识和方法解决社会问题的学科，如何将其专业优势介入农村电商发展领域，成为了一个值得深入探讨的议题。农村社会工作在促进社会公平、推动社区发展、提升居民能力等方面具有独特优势，能够通过整合社会资源、增强农民能力、优化电商发展环境，为破解农村电商发展困境提供新的思路和方法。因此，梳理电商融入下农村社会工作的赋能机制与实践模式，具有重要的理论与现实意义。

## 2. 研究意义

### 2.1. 理论意义

现有农村电商研究多集中于商业模式、经济效应，而本文从社会工作视角切入，聚焦电商发展中的社会公平、弱势群体权益、社区联结等问题，填补了农村电商“社会价值”研究的空白；同时，可将农村社会工作服务延伸至“能力培育”“资源链接”“产业协同”，不再局限于“问题解决”，推动农村社会工作从“被动服务”向“主动赋能”转型，丰富了农村社会工作的理论框架。

### 2.2. 实践意义

通过社会工作的专业方法，可解决电商发展中的“数字鸿沟”“资源对接”“利益分配不均”等问题，降低电商下沉的社会阻力；同时，电商的兴起，也让农村社会工作可针对留守妇女、老人、残疾人等弱势群体，设计差异化的电商创业方案，帮助其融入电商产业链，实现“家庭 + 创业”两不误，助力巩固脱贫攻坚成果。

### 3. 文献综述

现有农村电商研究多集中于商业模式、经济效应和技术应用,形成了较为丰富的研究成果。研究表明,新质生产力通过大数据、人工智能等技术重构生产要素配置,为破解农村电商发展瓶颈提供新动能[3]。然而,当前研究多从经济学和管理学视角出发,强调标准化源头管控、特色化品牌塑造、智能化物流体系建设等技术创新维度,而相对忽视电商发展中的社会公平、弱势群体权益保障、社区联结等社会维度。在实践层面,现有研究普遍识别出农村电商发展面临的共性困境,如农村物流配送成本较高、缺乏专业的电商人才、农产品市场竞争力不强等问题[4]。这些研究虽然准确指出了问题,但对问题背后的结构性原因分析不足,且解决方案多依赖政府政策和技术介入,缺乏对社区内生动力和社群关系的关注。

近年来,农村社会工作研究逐渐从传统的社会服务向乡村振兴领域拓展。社会工作以其“助人自助”的专业理念和专业方法优势,能够进行资源链接从而有效改善农村电商发展中的短板[5]。然而,现有农村社会工作研究多集中于社区治理、养老服务、儿童关爱等传统领域,对经济赋能特别是数字经济增长中的社会工作介入研究相对不足。虽然可以通过构建多方协同机制破解农村电商发展瓶颈,但缺乏对电商这一具体领域的系统性介入研究和可操作化实践框架[6]。

综上所述,现有研究存在明显缺口:一是农村电商研究缺乏对社会公平和价值理性的关注,过度强调技术效率和经济利益;二是农村社会工作研究则缺乏对数字经济,特别是电商领域的系统性介入研究。因此本研究从社会工作视角切入,聚焦电商发展中的社会公平、弱势群体权益、社区联结等问题,填补了农村电商研究的空白。

## 4. 农村电商的现实困境

### 4.1. 基础设施不完善

农村电商基础设施存在覆盖不均且利用低效的结构性矛盾。“县-镇-村”三级物流网络衔接不畅,偏远村落末端配送成本高、时效慢,生鲜农产品冷链设施覆盖率不足,导致损耗率居高不下[7]。尽管全国乡镇快递网点覆盖率达到较高水平,但“最后一公里”的村级服务站点仍存在配送频次低、运营成本高的现实问题。部分山区宽带速率低、信号不稳定,甚至存在网络覆盖盲区,无法满足高清直播、实时互动的电商基本需求。

更突出的是,数字鸿沟问题从“有无基础设施”向“设施使用效率”深化。因农户操作能力不足、缺乏专业维护指导[8],部分已建成的村级电商服务站、共享直播设备长期闲置,未能转化为实际运营效能。冷链物流基础设施建设也存在严重短板,成为农村电商发展的“软肋”,导致生鲜农产品品质劣变问题突出,影响农民收益与农村电商市场拓展。

### 4.2. 人才短缺

农村地区的电商人才储备不足,缺乏具备电商专业知识和实践经验的人才。由于电商行业在城市地区的快速发展,大量电商人才涌向城市,而农村地区由于地理位置偏远、经济发展水平相对较低,难以吸引和留住电商人才。这导致农村电商在人才方面存在明显的短板,难以满足其快速发展的需求。同时,农户基础数字素养薄弱,部分群体连手机操作、直播入门等基础技能都未掌握;进阶技能严重缺失,既缺乏店铺运营、数据分析、流量投放、风险防控等电商核心能力,也不熟悉智能分拣、精准种植等数字化农业设备的操作方法[9]。电商人才的短缺直接导致农户难以跟上直播电商、社区团购等模式迭代节奏,也无法适应农业数字化与电商融合的发展趋势。

### 4.3. 协作关系矛盾

对于合作式营售农户，农户间缺乏统一的分工标准与利益共享规则，在产品采摘、分拣分级、直播排班等环节易因权责不清、收益分配不均产生分歧。同时，农户与电商企业、中间商间因议价能力不对等，在订单定价、履约标准、物流责任、风险分担等方面易出现纠纷，部分企业存在“压价收购”“单方面违约”等问题，而农户缺乏有效维权渠道，最终导致合作破裂，制约电商产业规模化发展。这种利润分配失衡问题，反映了农村电商产业链中各主体地位不平等和利益联结机制不完善的深层次矛盾。

### 4.4. 资源信息滞后

信息不对称导致供需精准对接失灵，形成“农户找资源难、资源找农户难”的困境[10]。农户层面，对电商平台流量扶持、政府创业补贴、冷链设备租赁等政策资源知晓率低，且缺乏专业解读渠道，即便知晓也难以掌握申请流程；资源方层面(企业、公益组织、电商平台)，缺乏下沉触达农户的有效路径，无法精准匹配农户在产品销售、技能培训、设备支持等方面的真实需求，导致资源浪费与需求缺口并存。

## 5. 电商与农村社会工作的耦合逻辑和赋能机制

### 5.1. 电子商务与农村社会工作的融合

农村电商的现实困境，本质上是产业发展的经济逻辑与乡村社区的社会逻辑之间出现错配。而农村社会工作是以“助人自助”为核心理念，依托个案帮扶、社区组织、资源整合等专业方法，在农村地区开展的社会服务。其核心目标不仅是解决农村留守群体关爱、邻里矛盾调解等具体社会问题，更在于通过能力培育、关系重构，增进农村民生福祉、激活社区发展动能。农村社会工作的专业介入，既能通过资源整合帮电商打通“供需对接”堵点，通过能力培育弥补农户数字技能短板，更能通过协作机制设计化解农户间、农户与企业间的利益矛盾。这种介入不仅能为农村电商破解发展瓶颈、夯实产业根基，更能在推动电商增收的同时，确保弱势群体共享发展红利，为巩固拓展脱贫攻坚成果、衔接乡村振兴提供兼具温度与实效的社会支撑。

### 5.2. 电商融入下农村社会工作的赋能机制

针对农村电商出现的问题，农村社会工作通过专业介入，从“经济、能力、社会关系、文化”四个方面为农村电商发展和农民个体提供赋能，形成电商 + 社工的良性循环。

#### 5.2.1. 经济方面赋能

电商下沉为农村经济注入新动能，拓宽了农户增收渠道。对此，农村社会工作可依托专业优势，为农户打通电商经济的“可持续参与通道”。农村社会工作可以对接市场资源，链接电商平台(如淘宝、拼多多)、本地企业、公益组织，为农户提供“订单对接”“流量支持”“品牌背书”，避免农户陷入“有产品无市场”的困境；针对经济基础薄弱、抗风险能力差的小农户，社会工作者可以组织“电商合作社”，共同参与农产品的种植、加工和销售，降低个体农户的电商运营成本。再通过制定“合作社分红机制”“电商收益反哺规则”，避免电商收益向少数人集中，从而实现电商收益共享，也巩固脱贫攻坚成果。

#### 5.2.2. 能力方面赋能

电商为农村经济注入活力，但能力赋能是电商融入的核心支撑。农村社会工作可利用专业技能，针对不同群体的能力短板，设计“理论 + 实操”的分层培训体系，培养兼具电商技能与本土知识的电商人才。首先，社工可以通过“成功案例分享”“电商沙龙”等方式，帮助农户打破“不敢尝试、怕失败”的保守观念，树立市场意识。其次，社会工作者可以针对不同群体在农村电商中的位置和个体自身的能力，



开展不同类型的技能培训活动,比如:智能软件运用,电商讲座,智能化设配使用等课程。比如:针对留守妇女,社会工作者可以结合其“顾家为主、时间碎片化”的特点,以居家电商为主,一方面传授剪辑和直播的技巧,将手工艺品转化为电商产品,另一方面,建立互助小组,定期交流销售经验,缓解心理压力[11]。

### 5.2.3. 社会关系方面赋能

农村社会工作通过培育农村电商组织和丰富农村娱乐活动,来重构农村社区的社会联结,形成“电商+社区”的协同网络。首先,社会工作者通过组织“电商节”“农产品展销会”等活动,促进农户之间、农户与消费者之间的互动,增强社区凝聚力。其次,社会工作者还可以引导农户成立“电商合作社”“助农直播间”等自组织,通过“民主决策、分工协作”提升社区自治能力和社区归属感。最后,社工牵头建立“政府+企业+农户+社会组织”的协同机制,明确各方权责——政府提供政策支持(如场地、补贴),企业提供技术与市场资源,农户提供农产品,社工负责协调沟通,定期宣传助农政策、普及政策补贴、开展电商专家讲座和汇报每季度的农产品销售,增强其社会关系的联结[12]。

### 5.2.4. 文化方面赋能

文化赋能是电商融入的差异化优势,农村社会工作通过挖掘农村文化资源,将“非遗技术、民俗特色、地域符号”融入电商产品,形成本地社区独特的品牌竞争力。社会工作者可通过入户访谈、村落文化调研等方式,协助农户挖掘本地文化元素,将其转化为电商产品的“卖点”;其次,社工可以对接非遗传承人、文化机构,协助其梳理工艺流程,将复杂的非遗技艺拆解为半成品+DIY模式,还可以组织周边农户参与非遗衍生品生产,再通过电商平台推向市场。不仅可以使非遗技术展示到大众面前,还可以增加农民收益,更传播了中国文化;对于小农户的农产品,社工可以牵头制定“地域公共品牌”,通过“统一品牌名称、统一包装设计、统一宣传话术”,传递一致的品牌形象。这样不仅能避免农户之间的恶性低价竞争,还能通过“地域品牌”的集体效应,提升消费者对产品信任度。

## 6. 电商融入下农村社会工作的实践模式

### 6.1. 党建引领型模式

党建引领是农村资源整合的核心抓手,农村社会工作可依托党组织的统筹能力,搭建“政府、企业、社会组织、农户”的协同网络,解决电商发展中的“资源分散”问题[13]。首先,党支部可以以孵化基地为依托,将企业与农村站点结成对子,开展“一帮一、一对红”活动,帮助解决当地农民卖难问题。其次,社会工作者协助党组织实施“双培双带”工程——将电商骨干培养为党员,将党员培养为电商带头人,通过党员的示范作用带动农户参与。社会工作者可协助基层党组织,孵化以党员为骨干的直播团队,通过系统化的短视频制作与运营培训,打造“党员助农直播间”这一可信赖的IP,通过产品制作直播、采摘体验等真实场景提升消费者信任度。最后,社会工作者可以对接城市社区党支部,在社区团购平台开设“助农专区”,由城市党员志愿者负责推广,让农村特产直达居民餐桌;联动高校电商专业党支部,邀请师生团队下乡开展“电商实训”,既为农户提供免费运营指导,也帮助学生积累实战经验;牵手电商企业党支部,争取“流量倾斜”。例如,推动电商平台在“党员助农直播间”设置“乡村振兴专区”标签,给予搜索加权、流量补贴;同时对接平台数据后台,为农户提供“农产品搜索热度、消费者偏好”等数据支持,帮助农户精准选品、优化运营。

### 6.2. 数字赋能草根模式

该模式的核心在于聚焦农村本土群体(留守妇女、种植大户、新农人)的能力短板,通过帮助村民掌握

数字工具的使用,实现从“受助者”到“经营者”的角色转变<sup>[14]</sup>。通过针对不同群体的分层培训,直接解决“人才短缺”问题,实现能力赋能从理论到实践的转化。针对数字素养薄弱的老年及低学历农户,开展“手机操作、直播入门、售后沟通”等基础培训,采用“方言教学、田间实训、一对一辅导”等方式。针对青年农户、村集体带头人,开展“店铺运营、流量投放、数据分析”等进阶培训,对接高校、电商企业资源,提供“理论课程+企业实习”<sup>[15]</sup>。针对有创业意愿的农户,提供“项目策划、资金对接、品牌建设”等一站式服务,培育电商创业精英。针对返乡青年,社会工作者可以挖掘他们自身的优势,利用其特长去助力农村电商发展,助力他们成为农村电商的“创新生力军”。针对留守妇女、残疾人等群体,设计“居家直播、轻资产创业”等岗位,帮助其实现“顾家+增收”。同时,设立“公益反哺”机制,将电商收益向留守妇女、老人、残疾人等弱势群体倾斜,实现“电商收益共享”。社工将电商销售额的4%~10%作为“帮扶基金”,用于资助农村老人、儿童、残疾人等弱势群体。

该实践模式的核心价值在于其强调“授人以渔”,而非简单的“授人以鱼”。通过帮助村民掌握数字技能,培养他们的市场意识和经营能力,使其能够在数字经济时代自立自强。这一模式虽然起步较慢,但一旦成功,更具可持续性和韧性。

### 6.3. 公益资源整合模式

对于经济基础薄弱、电商发展初期的地区,公益资源为农村电商起步解决“缺资金、缺人力、缺经验”的现实瓶颈,同时依托社工的专业能力,推动公益资源从“一次性输入”向“可持续赋能”转化,为后续电商自主发展奠定基础。对于此实践模式,社会工作者需充分发挥志愿服务和公益慈善的力量,链接各方公益资源,不能单纯依赖外部捐赠,要以公益为起点,串联“供应链优化”“人才培育”等核心路径,让“外部输血”成为“内生造血”的转变<sup>[16]</sup>。

在资源对接与落地层面,社会工作者扮演“需求挖掘者+资源匹配者+执行监督者”三重角色,确保公益资源精准触达电商发展痛点。首先,社会工作者通过前期入户调研,梳理出农户最迫切的需求——如直播间搭建、物流包装设备采购等,再对接慈善基金会、爱心企业募集专项资金。其次,社会工作者一方面可以链接高校电商专业志愿者,开展“短期实训+长期陪伴”服务,手把手教农户拍摄产品短视频、回复售后咨询;另一方面对接西部计划志愿者,解决电商运营中的临时性需求。最后,社会工作者还注重公益资源的“增值利用”,将其与电商能力培育结合,避免资源浪费。例如,用公益资金采购的直播设备,不仅用于临时带货,还成为“电商培训基地”的固定教具;爱心企业捐赠的包装材料,在使用时印上本地农产品的地理标志与文化故事,间接助力品牌建设。同时,推动公益捐赠的直播设备接入电商平台“公益助农”管理系统,实现“设备使用数据(如直播时长、带货量)”与“公益资金拨付”挂钩,既确保公益资源用于电商运营,又为电商平台提供公益助农的可视化数据,形成公益和电商的双向赋能。

### 6.4. 文明实践融合模式

文明实践融合模式以电商带来的物质收益为基础,依托社工的专业沟通能力,让电商平台既成为农户的增收渠道,又成为乡风文明的传播阵地、基层治理的互动窗口,最终实现乡村物质文明与精神文明的协同提升。这充分发挥了电商平台的传播功能和文化功能,使其成为新时代文明实践活动的重要阵地。

首先,社会工作者先通过电商帮助农户获得经济收益——比如协助搭建直播间、培训村民直播技巧、对接物流资源,让本地农产品通过电商卖出好价钱。当农户感受到“电商能赚钱、能改善生活”时,才会更主动地参与到电商平台延伸的其他活动中。其次,社会工作者将乡风文明与电商产品、传播场景结合,既强化了“文化赋能”的传播效果,又让文化价值进一步转化为治理价值。不同于传统“贴标语、开大会”的宣传方式,社会工作者把文明理念“藏”在电商场景里,利用电商平台去宣传当地的本土风情和

民俗文化。最后，社会工作者还可以将电商直播间转化为基层治理的“治理平台”，解决村民的实际诉求。很多农村存在“诉求反映难、解决慢”的问题，社会工作者便可以利用直播间“实时互动、覆盖面广”的特点，搭建“线上诉求通道”。每周固定时间开设“治理专场直播”，村干部和社工共同出镜，村民可在评论区提出问题，社工负责实时记录诉求，分类整理后对接村两委、乡镇部门，明确解决时限。后续再通过直播公示处理进度和结果，形成“收集-处理-反馈”的闭环。

## 7. 结论与展望

综上所述，在乡村振兴与数字经济深度融合的背景下，农村电商虽已成为激活农村经济活力的核心引擎，但基础设施不完善、人才短缺、协作矛盾等现实困境，使其难以实现高质量的转变；而农村社会工作以“助人自助”为核心理念，通过经济、能力、社会关系和文化方面的赋能，精准解决农村电商发展的问题。在此基础上，党建引领、数字赋能草根、公益资源整合、文明实践融合四大差异化实践路径，既为差异化的农村地区提供了可落地的操作方案，又实现了电商增效与社会公平的统一。这种“电商+社工”的融合模式，本质是“产业发展”与“社会进步”的协同，不仅拓展了农村社会工作的服务场景，更让农村电商突破“单一经济工具”的局限，成为助力乡村全面振兴的复合型平台。

## 参考文献

- [1] 中华人民共和国商务部. 商务部电子商务司负责人介绍 2023 年我国电子商务发展情况[EB/OL]. [https://www.mofcom.gov.cn/xwfb/sjfbzr/b/art/2024/art\\_ffc0c7febbef4537971d23adee0d56b6.html](https://www.mofcom.gov.cn/xwfb/sjfbzr/b/art/2024/art_ffc0c7febbef4537971d23adee0d56b6.html), 2024-01-19.
- [2] 中华人民共和国中央人民政府. 商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见[EB/OL]. [https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content\\_6939283.htm](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202403/content_6939283.htm), 2024-03-05.
- [3] 牟怡晓, 徐晟迪. 数字经济助力农村电子商务发展的路径探究[J]. 现代商业, 2025(12): 77-80.
- [4] 陈香. 乡村振兴背景下农村电子商务的发展困境与出路[J]. 农村实用技术, 2025(6): 9-10.
- [5] 费娜. 社会工作介入乡村振兴的营销模式创新与实践探索[J]. 营销界, 2025(9): 145-147.
- [6] 张元雨. 乡村振兴视角下农村电商与社会工作的协同模式探究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(8): 2370-2374.
- [7] 王永丽. 数字乡村赋能农村电商物流发展策略研究[J]. 物流科技, 2025, 48(19): 76-78.
- [8] 张海华. 社会工作介入下经济欠发达地区农村电商发展的困境与对策[J]. 商业观察, 2025, 11(30): 49-52.
- [9] 吴雪霞. 农村电商发展策略及政策建议研究[J]. 山西农经, 2025(18): 171-173.
- [10] 王曼曼. 数字化背景下农村电商发展中存在的问题与对策[J]. 农业科技创新, 2025(29): 21-23.
- [11] 刘宇思, 高秀娟, 张诗苑. 数字经济背景下农村女性创业困境与社会工作介入策略[J]. 农场经济管理, 2025(7): 60-63.
- [12] 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.
- [13] 刘磊, 袁远, 李希春. 党建引领蹚出强村富民新路子——潍坊峡山生态经济开发区党建引领合作社典型模式及启示[J]. 中国农民合作社, 2025(9): 59-60.
- [14] 沈良堃. 社会工作视角下社区电商人力资源开发路径[J]. 大众投资指南, 2025(9): 154-156.
- [15] 曹益平. 乡村振兴背景下农村电商校企合作模式探索与实践[J]. 中国电子商情, 2025(15): 28-30.
- [16] 王鸣之, 朱传洁. 发展农村电商促进乡村振兴——基于江苏省农村电商发展现状与路径研究[J]. 新型城镇化, 2025(7): 48-49.