

# 数字电商与社会工作双轮驱动：提升女性创业协同机制的可行性研究

王鹏遥

贵州大学公共管理学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年11月11日；录用日期：2025年11月24日；发布日期：2025年12月18日

## 摘要

数字电商背景下女性创业拥有了众多新机遇，但女性仍面临信息不对称与政策落地难、数字素养与职业技能的缺失、性别偏见与社会文化冲突等壁垒。本文以“数字电商 + 社会工作”双轮驱动为核心，探讨二者提升女性创业的协同机制。研究发现，数字电商通过搭建标准化交易平台、提供便捷化运营工具实现数字赋能，解决女性创业的渠道与效率问题；社会工作通过需求评估、资源链接、心理支持构建社会支持网络，破解女性面临的非技术性障碍。二者通过服务女性，发展目标协同、全链条流程协同、整合政企社资源协同形成合力，有效地降低了女性创业门槛并提升可持续性。该研究为优化女性创业支持体系提供理论参考与实践路径，对提升女性经济参与度、增强女性社会话语权，进而推动性别平等与数字经济高质量发展具有重要现实意义。

## 关键词

数字电商，社会工作，女性创业

# Digital E-Commerce and Social Work as Dual Drivers: A Feasibility Study on Collaborative Mechanisms for Enhancing Women's Entrepreneurship

Liyao Wang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 11, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 18, 2025

## Abstract

Within the digital e-commerce landscape, female entrepreneurship has gained numerous new

文章引用：王鹏遥. 数字电商与社会工作双轮驱动：提升女性创业协同机制的可行性研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 3177-3184. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124226

opportunities. However, women continue to encounter barriers such as information asymmetry and difficulties in policy implementation, deficiencies in digital literacy and vocational skills, as well as gender bias and socio-cultural conflicts. This paper centres on the dual-drive approach of “digital e-commerce + social work”, exploring the synergistic mechanisms through which these two fields enhance female entrepreneurship. Research findings indicate that digital e-commerce achieves digital empowerment by establishing standardised trading platforms and providing streamlined operational tools, thereby addressing channel accessibility and efficiency challenges for female entrepreneurs. Social work, meanwhile, constructs social support networks through needs assessment, resource linkage, and psychological support, tackling non-technical barriers faced by women. By serving women, these two domains generate synergistic effects through coordinated development objectives, integrated end-to-end processes, and collaborative mobilisation of governmental, corporate, and community resources. This approach effectively lowers barriers to female entrepreneurship and enhances sustainability. This research provides theoretical guidance and practical pathways for optimising support systems for female entrepreneurship. It holds significant practical implications for enhancing women’s economic participation and amplifying their social voice, thereby advancing gender equality and fostering high-quality development within the digital economy.

## Keywords

Digital Commerce, Social Work, Women’s Entrepreneurship

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

《新时代中国推进妇女全面发展的实践与成就》白皮书指出，妇女是人类文明的开创者、社会进步的推动者，全面开拓中国女性事业发展之路，需顺应历史潮流，支持女性就业创业和职业发展，在就业创业中彰显价值[1]。《中国妇女发展纲要(2021~2030年)》支持妇女充分发挥“半边天”作用，为促进妇女全面发展加速行动，妇女参与经济社会发展的能力和贡献率明显提升[2]。新征程上，女性以“她”智慧赋能发展，以“她”力量聚力攻坚，以“她”贡献为强国复兴添彩。

在女性全域绽放的时代，数字电商背景下女性创业的潮流已然兴起。数字电商是指在数字网络环境下依托互联网等电子通信技术，进行商品或服务的买卖、交易处理及相关活动的一种商业模式[3]。数字电商的起始阶段是以电子数据交换和电子资金转账为主；发展阶段为互联网向商业开放，支付安全与电子购物车等技术提升了交易便捷性和安全性；成熟阶段即社交电商随社交网络兴起，大数据、云计算、人工智能等技术推动了在线营销发展，构建了完整的电子商务生态系统。如今依托互联网、数字化和智能技术的新型就业形式，包括电子商务、平台经济、在线教育等吸引了大量女性的参与[4]。灵活的工作安排正助力越来越多的女性实现工作与家庭的平衡，这同时保障了其职业生涯的连贯性与个人价值的实现。电子商务在吸纳女性劳动力方面有着巨大潜力，威海市将该行业作为就业模式的重要发展领域[5]。可见，数字经济具备创造效应，主要通过数字产业化的路径显著扩大了女性就业规模，在数字经济背景下促使女性就业结构高级化[6]。数字电商的产业属性可为女性提供低门槛创业场景与增收渠道，社会工作的服务属性可针对性解决女性在家庭与工作的平衡、风险抵御、能力提升中的个性化需求；本文通过探讨二者“技术 + 服务”的协同，既能放大数字电商的产业效能，又能强化社会工作的实践落地性；围

绕社会工作者从政策引路、培训赋能、扶持托底的路径介入，为破解女性创业易、入门难持续难题提供新方案。

数字电商的技术特性与社会工作的服务属性，为女性创业提供了更多可能，但二者协同赋能的内在逻辑需依托理论工具进行拆解。当前女性创业面临的渠道受限、技能不足、文化冲突等现实困境，并非单一领域能独立破解，其背后既隐藏着数字时代下技能与收益分配不均的深层矛盾，也牵涉社会支持网络、性别文化偏见等结构性问题。这就需要引入数字鸿沟、社会资本与赋能理论作为分析框架。在数字背景的学术讨论中，数字鸿沟与社会资本常被视为互为因果、相互影响的核心概念。有学者认为社会资本为数字资本积累提供基础，数字资本差异则导致第三层数字鸿沟，同时数字资本也可反向塑造社会资本[7]，即社会资本能帮人们跨过数字鸿沟，数字鸿沟也会反过来影响社会资本的多少。

数字鸿沟是指在信息时代中，个体或群体在获取、使用、以及从数字技术中获得收益方面的系统性差距。常被划分为三层次，即接入鸿沟[8]、使用鸿沟[8]、知识/结果鸿沟[9]，Attewell 系统性将数字鸿沟划分，认为第一次数字鸿沟核心聚焦物理接入层面，即是否拥有计算机是否能接入互联网，并提出第二层数字鸿沟的概念，指出即使群体拥有相同的数字接入条件，仍会因数字技能差异[8]；Deursen 提出第三层数字鸿沟，即不同群体使用数字技术的能力差异是否转化为实际收益，同时指出数字技术的益处在社会中不平均分配，即使掌握基础使用技能，若缺乏资源链接与场景支持，仍无法实现数字赋能[9]。Warschauer 将数字鸿沟定义为资源鸿沟，包括物理资源、文化素养与社会支持[10]；Van Dijk 也视其为资源鸿沟，强调物质、文化与社会资源的交叉作用[11]。

社会资本是指由网络、信任与互惠行为构成的资源集合。Putnam 将社会资本划分为两类，一类是粘合型社会资本，基于同群体信任，特点是强关系、小范围，能提供情感支持，但易形成信息茧房；一类是桥接型社会资本，基于跨群体链接，特点是弱关系、广范围，能提供新信息新资源，是突破发展瓶颈的关键[12]。有学者发现桥接型社会资本，如链接资源等对女性创业存活率的提升效应更强，但女性因社会网络隔离，如缺乏行业人脉，获取桥接型资本的难度显著高于男性[13]。国内学者对其进行系统综述，确认社会资本的核心要素为网络资源、相互信任与合作行为[14]。

社会工作领域常用的赋能理论起源于赋权概念，后发展为赋能，指通过提供权力、知识、资源，使弱势群体提升自我效能、参与决策并实现目标的过程。Rappaport 将赋能定义为一个过程，通过这个过程，个人、组织和社区能够获得对其事务的控制权；他强调赋能不是一个由专业人士给予人们结果，而是一个由人们自己争取和掌握的动态过程，专业人士的角色是促进者和资源提供者[15]。

数字鸿沟 - 社会资本 - 赋能的三维模型已在黄伟等(2023)以小农户信息赋能为例，指出数字接入、社会网络与赋能机制共同决定信息获取与使用效果[16]。数字鸿沟理论为本文提供了初始的分析视角，当前多数地区已实现网络覆盖，女性创业的数字鸿沟基本超越“接入鸿沟”，进入“使用鸿沟”阶段，社会工作可以帮助其补充数字技能与链接资源。社会资本理论则解释了非技术性障碍的根源，女性创业者因社会文化冲突而面临的社会网络隔离、规范束缚等限制了其获取关键资源与机会的能力。为此，赋能理论成为重要的干预逻辑。数字电商本身通过搭建标准化交易平台、提供便捷化运营工具实现数字赋能，解决了渠道与效率问题；但这仅是技术维度的赋能。要破解根深蒂固的结构性障碍，引入社会工作的专业方法，通过构建社会支持网络、提供心理支持与资源链接，实现从个体到群体的社会赋能与心理赋能。

因此，本文的框架正是在对上述理论的整合与超越中构建的。它并非简单地将数字电商与社会工作并列，而是提出数字电商“技术赋能”与社会工作“社会赋能”协同发力的双轮驱动模型。这一模型的创新之处在于：第一，强调通过社会工作的介入来系统性地提升女性的数字能力与主体性；第二，它将社会资本转变为通过专业服务可以主动构建和激活的资源；第三，构建了一个从工具性支持到主体性激发的闭环，旨在实现女性经济独立与自我价值的双重提升。

## 2. 数字电商下女性创业的现状与困境

### 2.1. 现状

截至 2024 年底, 6400 亿元贷款已支持 849 万妇女创业, 2012 年以来, 妇女就业人员占比保持在 43% 左右; 第五次经济普查显示, 机关事业单位、国有控股企业女性从业人员占 42.6%, 较第四次经济普查提高 3.6 个百分点; 广大妇女争先创优, 全国“道德模范”中妇女占 34%, “最美人物”与“全国教书育人楷模”中妇女占 30.9% [1]。在妇女数字与平台创业、就业支持方面, 全国及地方妇联组织携手互联网平台企业, 持续推动妇女参与数字经济; 其中, 全国妇联通过设立巾帼助农创业基地, 联合阿里巴巴、抖音、快手等搭建协作平台并开展网络直播带货, 累计帮助农产品销售超 10 亿元; 义乌的“巾帼助农创业基地”还开展“百县万品”项目, 搭建线上线下销售平台, 2023 年单年就帮助销售脱贫地区农产品 5.8 亿元; 中国互联网领域创业者中女性占比已达 55%, 而数字贸易、电商、直播等新就业形态中, 妇女从业者约占 1/3 [17]。这些数据清晰印证了数字电商、社会资本、赋能理论的实践成效, 也看见了“数字电商 + 社会工作”双轨协作的可行性。数字电商作为核心载体, 通过全国妇联联合互联网平台搭建协作平台, 打造线上线下销售渠道, 为妇女创业就业提供了数字化场景; 社会资本则发挥资源整合支撑作用, 形成了妇联组织牵头、政策资源加持、互联网企业投入技术与流量的联动网络; 最终通过赋能理论落地, 不仅拓宽了女性的就业渠道, 更提升了女性的社会价值, 全方位助力女性经济独立与社会认可。

### 2.2. 困境

#### 2.2.1. 信息不对称与政策落地难

电商平台的算法推荐往往基于历史交易数据和用户行为, 女性卖家因起步规模小、评价较少, 容易被系统排在低位, 导致商品曝光率和流量获取不平等, 这种信息不对称使得女性创业者在获取潜在客户和市场需求信息时处于劣势。在市场需求与消费趋势的获取层面, 由于缺乏专业的市场调研资源和数据分析工具, 女性创业者往往只能依赖零散的社交渠道获取消费趋势, 信息的时效性和完整性不足[18], 与平台内部的大数据洞察相比, 她们的需求预测和产品定位更具不确定性。现如今虽推出各项女性创业扶持政策, 但其落地依赖精准的政策解读及其实施。许多文献指出, 政策建议集中在培训、信息服务等个人层面, 忽视了制度性结构性障碍, 如融资渠道、供应链配套等, 难以产生实质性改变[19]。

#### 2.2.2. 数字素养与职业技能的缺失

许多女性创业者缺乏基本的电脑操作、网络搜索和社交媒体使用能力, 导致在开展线上营销、电子商务时感到力不从心[20]。文化传统和缺乏系统的数字技能培训, 使女性较难快速地掌握平台工具、数据分析和线上营销技巧, 这让她们在选择和运用电商平台时信息获取成本更高, 而数字素养的差距直接导致女性创业者在信息茧房中处于被动, 获取市场、产品和运营信息的能力决定了她们与其他竞争者的差距。这种数字素养缺口在发展中国家尤为突出, 女性比男性更倾向于把缺乏数字技能视为使用信息通信技术(ICT)的主要障碍[21]。现有的创业支持项目往往侧重于商业概念, 忽视了数字工具和平台的实操培训, 导致女性难以获得最新的数字营销、数据分析和网络安全知识。传统单一的干预措施, 如商业培训研讨会, 可能不足以解决技能差距, 需要采取更全面的方法[22]。女性创业者面临的数字素养与职业技能的缺失, 正是“使用鸿沟”的体现, 它揭示了即便拥有物理接入, 因技能与认知差异所导致的实质性不平等。

#### 2.2.3. 社会文化冲突

传统家庭责任占用大量时间, 使得女性难以投入电商学习并缺少使用数字工具的时间与精力, 甚至部分女性认为投身事业是对于家庭的不负责。受传统性别角色和社会刻板印象的影响, 女性常对自己的



技术能力缺乏信心,担心在数字平台上出现错误或被欺诈,从而回避使用数字工具[23],这种心理障碍会进一步削弱她们主动学习和尝试新技术的意愿。并且女性数字企业家可能会遇到文化障碍、社会歧视或偏见、基于性别的骚扰、隐私担忧、技术及数字技能有限、对技术相关角色信心不足、缺乏女性榜样、家庭角色限制等问题[24],这些都逐步导致了女性创业者在技术社区、行业会议和线上平台的参与度较低,从而使得获取最新技术信息、合作机会和行业最佳实践的渠道受限。

### 3. 数字电商 + 社会工作助力电商女性创业

《新时代中国推进妇女全面发展的实践与成就》白皮书提出“政策引路、培训赋能、扶持托底”的路径。政策引路破除了传统观念与机制对女性经济参与的束缚,为女性公平获取数字资源与服务提供制度保障;培训赋能则补齐女性在数字经济中的技能短板;扶持托底聚焦女性参与数字经济的“最后一公里”难题,通过社会工作介入构建支持体系。社会工作者以需求为导向开展服务,一方面链接各式资源,另一方面提供个性化支持,通过社工的陪伴式服务,让女性从能参与数字经济向能持续获益转变,协助其弥合结果鸿沟,确保数字经济的红利真正触达弱势女性群体。

#### 3.1. 资源整合, 链接适配政策

针对电商算法,社会工作者可以链接电商平台讲师或资深卖家,开设电商适配课程,内容包括关键词优化、评价管理、短视频引流等,帮助女性卖家理解平台规则、提升店铺权重。同时组织同类商品的女性卖家形成流量互助小组,通过互相推荐、联合促销、共享用户评价等方式,快速积累初始数据,打破起步即滞销的循环。联合技术志愿者开发或引入免费的轻量化工具,如销量趋势查询、用户画像分析、协同过滤系统、基于内容推荐和混合推荐系统[25]等,降低数据分析使用门槛,帮助女性创业者更好地定位产品。同时,社会工作者应该协助妇联搭建服务平台,对接人社部门落地创业补贴政策,为女性创业者解读税收减免、场地扶持等利好。如广州荔湾区妇联联合社会工作机构实施“展翅计划”项目,开展女性就业创业能力培训 15 场、女性人才创新创业沙龙活动 4 场、妈妈岗专场招聘会 3 场,链接用人单位 96 家,提供招聘岗位 1153 个,为区内妇女 1118 人次提供政策宣讲、技能提升、就业支持等服务[26]。平台搭建解决“接入鸿沟”,而社会工作的分类培训链接解决“使用鸿沟”。在此基础上,还应倡导政策优化,通过调研收集女性创业者的实际困境,形成专业的报告提交给政策制定部门,推动政策从个人培训向制度性支持倾斜,例如设立女性创业专项融资通道、搭建供应链共享平台等。

#### 3.2. 素养提升, 完善培训体系

数字素养是女性进入电商领域的基础门槛,社会工作者可针对不同女性群体的需求差异,提供分层化、场景化的数字技能培训,联动政府、企业、高校构建“需求调研 - 分层培训 - 跟踪扶持”的闭环培训体系。前期调研需求,通过社区走访、问卷调查、焦点小组访谈等精准识别女性创业的需求,针对农村女性、中年下岗女性等数字基础薄弱群体,招募志愿者开展一对一帮扶、基础小班教学,解决“接入鸿沟”的问题;针对有一定基础的女性,聚焦电商运营核心能力,结合当地政策资源,链接数据分析短视频剪辑、直播话术、社群营销技巧等课程,帮助其掌握用好工具的方法,缩小“使用鸿沟”。需求识别后开展分阶段培训,初期开展电商创业认知课,讲解行业政策、市场趋势,帮助女性明确创业方向;实操阶段联合本地电商企业开设企业实训营,让女性进入仓库、客服、运营部门轮岗,学习选品、打包、售后等实操流程,积累经验。针对已开店的女性,社会工作者邀请成功女性电商创业者分享经验,协助分析其现存问题或帮助瓶颈突破。后续建立创业帮扶档案,社会工作者定期回访,继续为女性对接物流折扣资源、创业贷款申请渠道等。如@她创业计划,是社会组织中国妇女发展基金会与多家电商直播平台联合,通过线上直播、零售培训提升女性的电商运营能力,该计划提供电商平台运营规律、直播销售技巧、

市场分析、营销策略等全链条支持，在 2022 年到 2024 年间已帮助 3300 余名女性[27]。数字电商更侧重于个体与组织的工具性数字赋能，而社会工作者能在社会支持网络构建上发挥优势，共同提升女性的创业数字素养。

### 3.3. 社会支持，打破刻板印象

妇联组织作为联系女性的桥梁与纽带，兼具政策衔接、组织动员与需求感知的天然优势，而社会工作的专业性则能让这份优势转化为女性创业的实际助力。社会工作者通过动员社区、联动社会组织，将志愿者、专业机构等力量纳入女性创业支持体系。针对女性创业者普遍面临的家庭和事业平衡难题，社工可联合社区志愿者开展托育互助、家政帮扶服务，为创业者减轻家庭负担。同时链接法律机构提供免费法律咨询，覆盖合同签订、知识产权保护等创业全流程，避免女性因法律知识欠缺陷入经营风险。期间开展社区倡导及线上宣传工作，推动破除对女性电商创业的刻板印象。如“香橙妈妈——乡村女性经济赋能项目”，通过洛阳市妇联、洛阳市社会工作服务中心与基金会，为 50 位乡村女性提供线下直播带货、创业基础培训；社工负责协助课程设计、现场指导、平台、物流、金融等资源对接。其中链接基金会体现着桥接型社会资本，组建女性创业互助小组体现了粘合型社会资本。这种模式不仅帮助她们建立了社会支持、打破刻板印象、掌握数字技能，还建立了一套乡村女性创业体系[28]。当然，这不仅需要外部环境的改善，更需要女性自身认知的觉醒。社会工作者以优势视角为核心，通过个案辅导、小组工作等方式帮助女性创业者发现自身优势，提升其自我效能感。社会工作赋权效果的体现，可以协助女性创业从个体行为升华为群体力量，进一步冲击社会刻板印象。

## 4. 总结与反思

### 4.1. 总结

女性就业创业不仅是衡量社会性别平等的核心指标，更是激活经济增长潜力、扎实推进共同富裕的关键抓手。在数字经济与社会治理深度融合的背景下，依靠单一领域的支持已难以满足女性创业者的多元需求，社会工作者的介入既能打通资源对接的“最后一公里”，又搭建了观念转变的桥梁，让女性创业者在获得实际支持的同时，更能摆脱刻板印象的束缚，实现经济独立与自我价值的双重提升。数字电商的平台优势与社会工作的服务优势形成的双轮驱动模式，能成为破解女性创业困境、提升就业质量的有效路径，其背后是政府、企业、社会力量协同联动的系统支撑逻辑。随着数字经济的持续渗透，女性就业创业的需求将趋于多元化，这也要求社会工作在协同体系中发挥更核心的作用。

### 4.2. 反思

在数字经济在实践落地层面，该模式因依赖电商基础设施、社工人才储备，在西部县域等薄弱地区面临区域普适性问题，且资源整合中易出现强者愈强的公平性漏洞，高龄、低学历等弱势女性易被边缘化；在协同机制层面，政企社多依赖短期项目合作，缺乏常态化联动导致可持续性动力不足；在深层认知层面，虽通过托育、家政帮扶缓解了女性家庭与事业平衡的表层压力，却未触及深层文化偏见，数字素养培训若主要停留在工具使用层面，易导致女性创业者长期处于电商产业链中低端，难以突破技术赋能的层级；在评估与伦理层面，忽视了社工链接平台资源时可能引发的女性创业者数据隐私泄露风险，存在技术伦理边界模糊的问题。

未来可从三方面深化实践：一是推动数字社工建设，利用线上平台整合资源、开展远程服务，覆盖更多偏远地区女性；二是建立跨区域协同机制，促进东部电商资源与西部县域女性创业需求的精准对接，助力乡村振兴与性别平等的深度融合；三是培育女性创业社群，通过老带新、榜样示范等模式，形成自

我赋能、互助发展的长效机制。随着多元力量参与的深化,社会工作将在女性支持中发挥更大作用,推动性别平等与经济发展同频共振。

## 参考文献

- [1] 国务院. 新时代中国推进妇女全面发展的实践与成就[EB/OL].  
[http://www.scio.gov.cn/zfbps/zfbps\\_2279/202509/t20250919\\_932074.html](http://www.scio.gov.cn/zfbps/zfbps_2279/202509/t20250919_932074.html), 2025-11-02.
- [2] 国务院. 中国妇女发展纲要(2021-2030 年) [EB/OL].  
[https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content\\_5643262.htm](https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5643262.htm), 2025-11-03.
- [3] 时亚琳, 袁也. 数字电商模式下的工商管理创新与经济增长动力分析[J]. 中国集体经济, 2024(33): 53-56.
- [4] 李朝婷, 李雪慧, 禹心郭. 中国女性青年就业趋势、挑战与应对[J]. 当代经济管理, 2025, 47(5): 73-85.
- [5] 朱建超. 破解育儿女性就业难题让“妈妈岗”成为“幸福岗” [J]. 山东人力资源和社会保障, 2025(4): 48-49.
- [6] 陈燕儿, 肖卫宁. 数字经济对女性就业的影响——红利还是鸿沟? [J]. 人口与社会, 2025, 41(1): 52-67.
- [7] Füzér, K., Völgyi, B., Erát, D. and Szerb, L. (2023) Global Digital Peripheries: The Social Capital Profile of Low-Adopter Countries. *Social Inclusion*, **11**, 225-238. <https://doi.org/10.17645/si.v11i3.6808>
- [8] Attewell, P. (2001) Comment: The First and Second Digital Divides. *Sociology of Education*, **74**, 252-259.  
<https://doi.org/10.2307/2673277>
- [9] van Deursen, A.J.A.M. and Helsper, E.J. (2015) The Third-Level Digital Divide: Who Benefits Most from Being Online? In: *Communication and Information Technologies Annual*, Emerald Group Publishing Limited, 29-52.  
<https://doi.org/10.1108/s2050-206020150000010002>
- [10] Warschauer, M. (2003) Demystifying the Digital Divide. *Scientific American*, **289**, 42-47.  
<https://doi.org/10.1038/scientificamerican0803-42>
- [11] Van Dijk, J.A.G.M. (2013) A Theory of the Digital Divide. In: Ragnedda, M. and Muschert, G.W., Eds., *The Digital Divide*, Routledge, 29-51.
- [12] Putnam, R.D. (2000) Bowling Alone. *Proceedings of the 2000 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*, Philadelphia, 2-6 December 2000, 357. <https://doi.org/10.1145/358916.361990>
- [13] Hussein, H. (2024) Social Capital and Women's Entrepreneurship. Authorea Preprints.
- [14] 邹宜斌. 社会资本: 理论与实证研究文献综述[J]. 经济评论, 2005(6): 120-125.
- [15] Rappaport, J. (1987) Terms of Empowerment/Exemplars of Prevention: Toward a Theory for Community Psychology. *American Journal of Community Psychology*, **15**, 121-148. <https://doi.org/10.1007/bf00919275>
- [16] 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.
- [17] 中国妇女网. 数智她风采|互联网发展进入女性时代? [EB/OL].  
<http://www.womenofchina.com/zt/2023/1226/12495.html>, 2025-11-05.
- [18] Lyons, E. and Zhang, L. (2023) Female Entrepreneurs, Digital Tools, and Work-Life Balance: Evidence from Small Businesses around the World. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4536460>
- [19] Sarraj, M. (2024) Analysis of Women Entrepreneurship and Its Challenges.
- [20] Iliasov, A., Babic, A. and Borkowski, A. (2024) Next Generation Bangladesh 2024.
- [21] Engendering ICT Toolkit for World Bank Task Team-Leaders (2018).  
<https://thedocs.worldbank.org/en/doc/ce1137277a627d0e31761779f2607e02-0400062023/original/GenderToolkit-FinalwithSamiaLastEdits.pdf>
- [22] Burga, L., Gimelli, N., Muradyan, S., et al. (2021) Using Digital Solutions to Address Barriers to Female Entrepreneurship: A Toolkit. World Bank.
- [23] Promoting Decent Work and Protecting Informal Workers.  
<https://asean.org/wp-content/uploads/2022/05/The-ASEAN-Magazine-Issue-21-2022-Informal-Economy.pdf>
- [24] Breaking down Barriers for Women Digital Entrepreneurs: Insights from Africa.  
<https://unctad.org/publication/breaking-down-barriers-women-digital-entrepreneurs-insights-africa>
- [25] 人工智能驱动个性化电商推荐系统: 原理、算法与实现代码解析[EB/OL]. 云社区-华为云.  
<https://bbs.huaweicloud.com/blogs/439031>, 2025-11-06.
- [26] 技能培训增能力, 赋能女性促就业[EB/OL].

- <https://sdwx.iqilu.com/share/YS0yMS0xNTc2MTQ5Ng%3D%3D.html>, 2025-10-30.
- [27] 公益故事|@她创业计划助力女性开辟人生新赛道[EB/OL].  
<https://www.cwdf.org.cn/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=26&id=5103>, 2025-10-29.
- [28] 乡村振兴她力量|香橙妈妈: 数字经济赋能乡村女性[EB/OL].  
[http://f.china.com.cn/2024-11/25/content\\_117567669.shtml](http://f.china.com.cn/2024-11/25/content_117567669.shtml), 2025-10-27.