

电商经济嵌入下社区发展的实践路径 与社会工作介入研究

——以G市A社区为例

常 靖

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年11月9日; 录用日期: 2025年11月24日; 发布日期: 2025年12月22日

摘要

在数字化时代背景下, 电商经济的发展蒸蒸日上, 面对新形势之下的消费观念和消费手段时, 人们也快速适应这一生活方式。因此驱使这类群体所在社区的发展转型, 从传统的外出上下班实现经济往来面向利用社区资源实现在家或在社区通过电商这一平台带来的经济增长。本文旨在分析电商经济对社区资源、居民生计、基层社区治理及社会工作者角色的影响, 通过参与式观察与深度访谈的方式挖掘电商经济之下社区组织与社工角色的多重效应, 从而探索电商经济嵌入社区发展的路径, 助力居民实现经济产业链以及自我实现。

关键词

电商经济, 社区, 社会工作者

Research on the Practical Path of Community Development and Social Work Intervention under the Embedding of E-Commerce Economy

—A Case Study of Community A in City G

Jing Chang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 9, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 22, 2025

Abstract

In the context of the digital age, the e-commerce economy is booming. Facing the new consumption concepts and means in this new situation, people have quickly adapted to this lifestyle. This has driven the transformation of the development of communities where such groups are located, from the traditional way of going out to work and conduct economic transactions to the utilization of community resources to achieve economic growth at home or within the community through the e-commerce platform. This article aims to analyze the impact of the e-commerce economy on community resources, residents' livelihoods, grassroots community governance, and the role of social workers. Through participatory observation and in-depth interviews, it explores the multiple effects of community organizations and the role of social workers under the e-commerce economy, thereby exploring the path of embedding the e-commerce economy into community development and assisting residents in achieving economic industrial chains and self-actualization.

Keywords

E-Commerce Economy, Community, Social Worker

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. 研究背景与问题提出

当前，数字中国战略深入推进，“数字乡村”“智慧社区”建设成为重要抓手，电商经济已从“线上流量争夺”转向“线下场景融合”，逐步嵌入城乡社区的日常生活。与此同时，乡村振兴战略强调“产业振兴是基础”，共同富裕目标聚焦“普惠性增长”，电商因低门槛、高联动性的特点，成为社区激活内生动力、连接市场资源的关键载体——从东部沿海的“淘宝村”集群，到中西部农村的“直播带货村”，电商经济正在重构社区的产业形态与居民的生存方式，成为政策红利向基层传导的重要渠道。

传统社区作为“熟人社会”的核心单元，其功能多依赖情感联结与传统规范维持，但随着城市化进程加速，人口流动加剧、传统产业衰退，社区的“社会整合”与“服务供给”功能逐渐弱化：一方面，传统商铺因电商冲击面临经营困境，社区商业生态失衡；另一方面，社区居民的需求从“基本生活保障”转向“多元发展需求”，但社区缺乏应对电商经济的制度设计与资源支撑，导致“发展动力不足”与“新矛盾凸显”的双重困境——既需要电商经济带来的产业活力，又面临其对社区传统秩序的冲击。

本文以 G 市 A 社区为具体案例，通过对社区电商从业者、居民及基层工作者的参与式观察与深度访谈发现，电商经济在激活社区闲置房屋、特色手工艺等资源、推动居民从“外出务工”向“居家创业”转型的同时，也引发了社区传统熟人关系向“利益联结型”关系的重构，对基层治理的精细化提出了新要求；而社区内由电商从业者自发形成的“创业互助小组”“直播培训社”等自组织，成为整合社区资源、传递市场信息的关键载体。在此过程中，社会工作者不仅通过链接电商平台资源、开展技能培训为居民赋能，更在协调电商经营与社区公共秩序、化解邻里利益冲突中发挥了桥梁作用。

1.2. 研究意义

理论意义：传统“社区发展”理论多强调地域共同体的静态整合，而电商经济带来的社区人口流动、线上线下互动、多元主体参与等新特征，本研究通过探讨数字时代社区发展的动态变迁，将“数字连接”“经济嵌入”“社会融合”等维度纳入社区发展理论框架，丰富其在数字时代的内涵边界；社会工作的“生态系统理论”原本聚焦个体与环境的互动，本研究将电商平台、电商从业者、传统商户、老年群体及社区组织等多元主体视为社区生态系统的有机组成部分，分析各主体间的资源流动与冲突机制，拓展了该理论在电商领域的应用场景；“优势视角”理论注重挖掘服务对象的潜能，本研究通过考察电商从业者的数字技能优势、传统商户的本地资源优势、老年群体的社会资本优势，探索如何以优势为核心整合社区资源，推动电商经济与社区发展的协同，进一步深化了优势视角在电商社区治理中的应用路径。

实践意义：针对社会工作者在电商经济嵌入中的角色模糊问题，本研究通过总结社工在资源链接、冲突调解、能力建设、制度倡导等方面，提炼出“需求评估-主体联动-效果反馈”的闭环介入模式，为社会工作者提供更具操作性的行动指南；针对政府数字政策的“普惠性”与“针对性”失衡问题，本研究通过梳理电商从业者的根本诉求、老年群体的融入需求，提出“分类施策、兼顾效率与公平”的包容性数字政策建议——比如推动“社区电商服务中心”建设，为老年群体提供代买、代收、指导操作等线下服务；出台“传统商户电商转型补贴”政策，支持其对接美团、拼多多等平台的“本地商家”板块；制定“电商从业者社区积分制度”，将规范经营、社区贡献与公共服务权益挂钩，为政府优化数字政策、促进电商经济有序嵌入提供现实依据。

2. 理论基础

1. 生态系统理论：该理论将社区视为由微观、中观、宏观三个层面构成的有机系统，为分析电商经济的社区影响提供了多维度框架。微观层面，居民的电商使用技能、创业意愿直接决定其参与电商经济的程度；中观层面，社区电商服务中心、农民专业合作社等组织通过资源整合，为居民提供技术支持与市场链接；宏观层面，“乡村振兴战略”“互联网+”行动计划等政策为电商经济发展提供了制度保障，而电商平台的市场策略则直接影响社区电商的发展方向。三者的互动关系体现为：宏观政策支持促进中观社区组织的建立，中观组织的服务提升又推动微观居民的参与度，反之，微观居民的需求也会促进中观组织与宏观政策的调整。

2. 优势视角与资产为本的社区发展：优势视角强调关注社区居民的潜能与资源，而非仅聚焦问题；资产为本的社区发展则进一步将社区资产分为“物质资产”、“人力资产”、“社会资产”三类。本研究将依托这一理论，挖掘社区在电商经济中的内在优势——G市A社区的“人力资产”是有电商创业经验的返乡大学生，“物质资产”是当地的优质产品原料，“社会资产”是居民之间的高信任度，通过将三者结合，推动“大学生带领居民开网店+社区统一品牌包装+依托口碑拓展市场”的电商发展模式，实现社区资产的激活与增值。

3. 文献综述

目前有不少学者针对电商经济与社区发展的融合提出观点，在数字经济蓬勃发展的背景之下，如何将社区功能发挥到最大限度与电商平台结合，从而由内而外的迸发自身动力，满足社区与社会资源利用并逐步提高为祖国繁荣昌盛贡献自己的力量，进而增加社会和谐氛围。媒介赋权激发了个体内生动力，并促进社区集体行动能力的培养。以政府为主导，多方主体联合促进社区发展的路径，体现了中国特色社会主义制度下的经验与优势，为中国发展传播建设提供在地化的中国经验与中国模式[1]。共享经济视域下社区文化服务发展路径具有重要的社会科学研究价值。文化服务体系面向的是广大人民群众，其根

系是民生之大事[2]。以助人自助为核心的社会工作，具有丰富的能力建设以及资源整合经验。介入电商领域的社会工作，进行有关电商知识的培训，搭建组织互帮互助的平台，赋予了电商新的活力。由此表明，社会工作在激活农村内生动力、提升农民能力、促进农村电商发展方面具有重要作用[3]。社区电商是依托社交网络和数字平台，链接本地商户与社区消费者的一种新型零售模式，具有高互动性、强场景性和明显的地域属性。社区电商的成长不仅依赖技术创新和市场拓展，更需要以人为本的管理模式，确保人才供给的稳定性与适配度[4]。在乡村电商物流人才培养工作中，社会工作同样需要组织专业培训，并充分挖掘乡村电商物流从业者主体作用[5]。综上，电商经济与社区发展中，社会工作者起到了不可或缺的作用。由人才去挖掘一切充分可利用的社区资源再借助电商平台逐一实现资源利用的最大化，这为我们本文所探讨的电商经济嵌入之下社区发展的路径与社会工作介入研究提供支撑。

4. 研究方法

参与式观察：作为实习社工，于 2025 年 5 月至 11 月持续 6 个月深入 G 市 A 社区，全程参与社区电商互助小组的每周例会、社区议事会关于电商政策的讨论、农产品电商直播的现场筹备等活动，记录电商创业过程中居民互动的细节以及社区与外部资源对接的具体流程。

深度访谈：采用半结构化访谈法，访谈对象涵盖四类群体：(1) 电商从业居民，包括新手创业者、资深创业者、合伙创业者；(2) 普通居民，包括支持电商发展的居民、中立居民(如未直接参与电商但受社区氛围影响的居民)、受影响居民；(3) 社区管理者，包括居委会主任、社区电商服务站负责人；(4) 传统商户，包括转型做电商的商户、坚持传统的商户。

本文在实习生所在实习地区针对以上所提及的不同类型的群体中共抽取了几位给实习生鲜明映像的居民进行访谈，对社区的生活和社区发展提供了自己的想法，这也使得实习生在实地调研中迸发灵感，由自己力量去促进社区生活更加美好。

5. 电商经济嵌入社区的现状

5.1. 社区电商的多元形态：本土化与生活化的实践样态

社区电商的形态因居民需求与本地资源的差异呈现出鲜明的“在地性”特征，具体可分为三类典型模式。其一，“宝妈”主导的社交团购群。这类模式通常由社区内有育儿经验的女性发起，以微信为核心载体，连接本地果蔬店、母婴用品店等小商家，通过批量采购降低成本，再以“拼团”“预售”方式分发给群内邻居。其二，青年创业的“直播 + 特产”模式。返乡大学生或本地青年借助抖音、快手、小红书等短视频平台，以“原产地直拍”为卖点，推广本地特色农产品。

5.2. “赋能”与“疏离”：电商经济的双重效应分析

电商经济对社区的赋能作用主要体现在四个维度。一是促进草根创业，为低门槛就业提供可能。二是增加灵活就业岗位，缓解社区剩余劳动力压力。三是重塑社区能人形象，一些原本默默无闻的居民通过电商活动获得了社区内的认可。

然而，电商经济的嵌入也给社区带来了一系列结构性挑战。数字经济模式下，农村电商高速发展，市场规模不断扩大。虽然当前我国农村电商产业市场规模持续扩大，农村电商产业发展模式不断创新，农村网民及网店数量增长，但其发展仍面临诸多困境，如新型基础设施不完善、高素质电商人才较为匮乏、物流体系覆盖不广泛、农产品品牌竞争力不足等[6]。首先，数字鸿沟问题加剧了老年群体的边缘化。社区内的老年人因不熟悉智能手机操作，无法参与电商活动，只能依赖传统实体店，但随着电商的普及，实体店的数量逐渐减少，老年人的购物需求难以得到满足。

5.3. 社区社会资本的重构：线上强关系与传统地缘的消长

新时代数字经济赋能乡村振兴是一项在社会经济实践中动态生成的过程，本质上就是将数字经济嵌入乡村经济社会发展的过程，通过数字技术、数据要素和数字平台，内嵌于乡村社会和经济再生产的各个环节，以生产环节的变革为核心，以数字化升级推动每一个环节都实现质的有效提升和量的合理增长，保障乡村社会再生产四环节的顺畅循环，推进乡村经济社会发展实现质的飞跃，最终实现乡村高质量振兴[7]。电商经济的嵌入不仅改变了社区的经济形态，也重构了社区的社会资本结构。一方面，电商催生了新的“线上强关系”，这种关系基于共同的购物需求与信任，比传统的邻里关系更紧密。这种信任关系不仅促进了商品的流通，还增强了社区的凝聚力。另一方面，电商促进了“趣缘群体”的形成，这些群体基于共同的兴趣爱好聚集起来，通过电商平台分享经验、销售产品，形成了新的社区共同体。社区的“手工爱好者群”里，居民们一起做手工皂、编织品，然后通过电商平台销售，不仅增加了收入，还定期组织线下活动，比如“手工体验课”，增进了彼此的感情。然而，传统的地缘关系却逐渐弱化，以前邻居们会互相帮忙看孩子、照顾老人，现在大家都在忙电商，没有时间互相帮忙，联系越来越少。社区的65岁陈阿姨说：“以前我出差的时候，会把孩子交给邻居王姐照顾，现在王姐在做团购群，每天都很忙，要统计订单、分货，我也不好意思麻烦她了，只能把孩子送到我妈家。”这种传统地缘关系的弱化，使得社区的“熟人社会”特征逐渐消失，取而代之的是“半熟人社会”或“陌生人社会”。

6. 社会工作的实践空间与介入策略

6.1. 角色定位

在具体的服务执行过程中，资源有限同时链接受阻；社会工作者角色模糊；社会工作专业性淡化；当地村民对社会工作的认知偏差；与其他部门的协同性不高以及社会工作机构自身团队建设的问题。针对这些不足，提出了针对性的优化路径，针对人员问题，前期做好方案设计优化人员配置；针对资源整合能力存在的短板，进行多方联动，多主体参与；针对社会工作认知和影响力部分，主要还是扩大宣传；针对社会工作专业能力，还是从社工队伍建设出发，加强专业队伍建设；还可以创新社会工作工作模式；处理好社工与政府间的关系，提供社工的执行力[8]。社会工作者可以利用资源整合、能力建设和社区参与等专业优势，为社区发展提供有效助力。从“服务提供者”到“使能者”与“链接者”，这一转变源于社工对社区电商发展中居民主体性的尊重——社区电商的核心是“社区”，居民不应是被动接受服务的对象，而应成为电商实践的参与者、治理的推动者。“使能者”角色强调通过赋权激发居民内在潜能，社工不是直接教授“怎么做”，而是引导居民结合自身生活经验思考“怎么做好”；“链接者”角色则聚焦资源的整合与流通，既要链接社区内部的人际网络、特色资源，也要链接外部的政策、市场、专业资源，搭建“居民-社区-社会”协同的桥梁。这种角色转变并非否定“服务提供者”的价值，而是在其基础上升级，更注重居民的自我发展与社区的可持续性。

6.2. 多层次介入策略构建

6.2.1. 数字反哺与能力建设

但是农村电商仍然存在基础设施待加强，物流网络待完善；农产品标准化滞后，品牌建设薄弱；农村电商人才短缺，专业能力匮乏；信息获取不对称，市场波动难预测等问题。因此，要加大基础设施投资力度，优化农村物流网络布局；制定农产品标准化规范，强化品牌建设路径；构建农村电商人才培育体系，强化人才引进与培养；孵化农产品信息服务平台，降低信息不对称程度[9]。针对老年人的数字融入需求，开展“生活场景化”的“银发触网”小组，结合“买菜、看病、联系子女”等日常场景设计课程

——教老年人用手机打开社区电商平台的“便民买菜”板块，选择附近的蔬菜店下单；用视频通话软件与外地子女连线，分享自己用电商买的新衣服；设置“数字难题角”，由社工或社区年轻人担任“数字导师”，为老年人解决“不会查快递单号”“付款遇到问题”等具体问题。对于有意从事电商的居民，开设“实战型”社区电商技能培训，内容涵盖“产品选品 - 短视频拍摄 - 店铺运营 - 售后处理”等环节，并融入“财务管理小技巧”、“压力疏导方法”，同时邀请几位成功的社区电商从业者分享经验，增强培训的代入感。

针对失业转型者，社工通过个案访谈梳理其优势——熟悉社区居民需求、有一定的人际关系网络，链接“社区电商创业培训”资源，协助制定“小成本启动”计划，同时每周进行一次心理支持，帮助其缓解“怕做不好”的压力；针对陷入消费债务的居民，社工首先协助其梳理债务情况，链接法律资源解答“逾期利息怎么算”“如何与银行协商还款”等问题，然后引导其制定“理性消费计划”，并邀请其参与“社区理财小组”，学习“家庭预算管理”技巧，从根源上预防再次陷入债务困境。

6.2.2. 培育社区电商合作社

采用“居民入股 + 合作社统一管理”模式，整合社区内的电商资源——农村社区的合作社，将农户的生态蔬菜、土鸡蛋集中起来，统一采购包装材料，与快递公司谈成“批量优惠”的物流价格，在电商平台开设“合作社店铺”，由合作社安排专人负责运营；城市社区的合作社，将手工爱好者的作品集中起来，打造“社区手工坊”品牌，通过“线上店铺 + 线下体验店”的方式销售，利润按“农户/手工者占 70%、合作社占 20%、社区公共基金占 10%”分配，其中社区公共基金用于改善社区环境，增强成员的归属感。合作社还制定了《社区电商合作社章程》，明确“禁止恶性竞争”、“质量标准”等规定，规范成员行为。

6.2.3. 搭建社区协商平台

针对电商引发的“快递堆放在单元门口占空间”“直播噪音影响邻居休息”等问题，社工采用“五步协商法”推动解决。第一步，问题收集：通过社区微信群、入户访谈收集居民的意见；第二步，主体邀请：联系负责社区环境管理的物业、电商从业者快递存放、直播的当事人、居民代表受影响的住户等；第三步，协商会议：社工担任促进者，引导各方表达需求——物业说“快递堆放在门口影响美观，也有安全隐患”，电商从业者说“没有地方放快递，客户取件不方便”，居民说“晚上直播的噪音让孩子没法写作业”；第四步，解决方案：共同讨论出“在社区门口设立快递代收点，由物业提供场地，电商从业者每月支付少量租金”“避免影响休息直播时间限制在上午 9 点到晚上 8 点”；第五步，执行监督：成立“社区电商治理小组”，由居民代表、电商从业者、社工组成，每周检查快递代收点的运营情况，每月收集一次居民对直播噪音的反馈，确保解决方案落实。

6.2.4. 重建社区连接

组织“社区好物评选”活动，线上通过社区公众号发布“寻找社区里的好东西”征集令，居民上传自己的产品，附上“产品故事”。线下在社区广场举办“好物市集”，展示入选的产品，居民可以试吃、试用来投票，评选出“社区最受欢迎的 10 大好物”，并将这些好物推荐到社区电商平台的“社区特色馆”。举办“邻里直播节”，邀请居民参与直播，增进了邻里之间的感情。

6.3. 政策倡导与生态营造

6.3.1. 倡导包容性政策

针对数字弱势群体的需求，社工向街道办事处提交《关于建设社区数字服务站的建议》，建议内容包括：在每个社区设立“数字服务站”，配备电脑、打印机、手机等设备，安排 2 名专业工作人员，由

社工或志愿者担任,为老年人提供“一对一”的数字服务,如帮助注册电商账号、下单购买药品、解决快递查询问题;针对社区电商从业者,向区商务局提交《关于支持社区电商发展的政策建议》,建议出台“社区电商小额贷款”、“电商培训补贴”等政策,推动政策向社区电商倾斜。

6.3.2. 链接资源

跨境电商产业对促进经济增长和新业态的形成具有重要作用,有助于地区打造开放型经济。为促进新余市跨境电商产业体系的完善,还需进一步统筹谋划、搭建发展平台以及多方联动,构筑跨境电商产业体系的良好生态环境^[10]。为社区引入“专业资源包”——链接法律资源,与B律师事务所合作,每月开展“电商法律讲座”,解答居民在电商经营中遇到的问题。链接物流资源,与C快递公司签订“社区电商物流协议”,为社区电商从业者提供“首重5元”的优惠价格,比市场价格低2元。链接设计资源,与D设计公司合作,为社区电商产品提供“免费包装设计”服务,从而提升产品的视觉吸引力。

7. 结论与反思

经济行动本质上嵌套于社会关系网络之中,社区电商的发展并非孤立的市场行为,而是深度嵌入社区的人际互动、文化传统与需求结构的“生活化实践”。社会工作“以人为本”的核心理念,恰恰回应了这一本质——其关注的不仅是“电商运营的技术问题”,更是“从业者的真实需求与生存状态”。社工通过深度访谈捕捉到从业者“缺乏启动资金”“不懂运营技巧”的具体需求后,协助整理并推动的结果;而“注重过程”的实践逻辑,则打破了传统“自上而下”的资源输送模式,转而以“陪伴式增能”贯穿从业者从需求识别到政策落地的全流程。在链接设计资源时,社工并非直接为从业者提供包装设计,而是先组织“产品故事分享会”,引导从业者挖掘产品背后的“生态”“手工”等社区文化元素,再与设计公司合作提炼包装主题,这种“过程导向”的介入,让资源真正贴合社区的“本土性”,避免了“为设计而设计”的形式化问题。

但社工也存在自身的局限性。社工在促进经济发展与维护社会公平之间的价值张力与平衡,社区电商的市场属性要求其追求经济效率,但社会工作的“社会正义”使命要求其关注弱势群体的参与机会。社工自身数字能力的挑战与提升路径,电商经济的“数字性”对社工的专业能力提出了新要求——若社工不了解直播运营、短视频剪辑或电商平台规则,便无法有效回应从业者的需求。本土化实践中的伦理困境如何平衡商业利益与社区公益?社区电商的“社区性”决定了其需兼顾“赚钱”与“便民”的双重目标,但二者有时会产生冲突。伦理困境的解决需以“社区共识”为基础,通过对话协商实现“利益共赢”。

参考文献

- [1] 王甜. 四川涉藏地区草根网红的传播实践对当地社区发展的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 电子科技大学, 2025.
- [2] 张义瑶, 杨婷. 共享经济视域下社区文化服务的发展路径研究[J]. 经济管理文摘, 2020(1): 175-176.
- [3] 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.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 赵域棋. 数字经济背景下我国农村电商产业发展的现实困境及对策分析[J]. 市场周刊, 2025, 38(15): 83-86.
- [7] 付霞. 新时代数字经济赋能乡村振兴研究[D]: [博士学位论文]. 北京: 中共中央党校(国家行政学院), 2024.
- [8] 钟佳慧. 社会工作介入乡村振兴重点村自组织培育研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 西南大学, 2022.
- [9] 董安洞. 农村电商助力乡村产业振兴的理论逻辑与现实考察[J]. 中国集体经济, 2025(6): 5-8.
- [10] 王佳, 华怡凯. 数字经济背景下现代跨境电商产业体系的路径构建研究——以江西省新余市为例[J]. 现代商业, 2024(19): 43-46.