

# 新质生产力赋能贵州农村电商自提点发展研究

谢丹

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年4月9日; 录用日期: 2024年4月24日; 发布日期: 2024年7月16日

## 摘要

2024年的中央一号文件明确要求, 要健全县乡村物流配送体系, 实施农村电商高质量发展工程。通过对贵州农村电商自提点的发展现状进行分析, 发现自提点开设后为贵州农村形成新型农村物流链、打造多方互惠共赢局面、推进农村冷链物流发展、缩小城镇与乡村间差距等方面做出重大贡献。但同时也面临物流建设不完善、农产品上行呈弱势、自提点规划不合理、电商专业人才缺乏的发展困境, 需要新质生产力赋能农村电商自提点, 通过推动物流建设、农产品上行、自提点规划、人才培育等对应措施探索其优化路径, 实现农村电商自提点的高质量发展, 助力乡村全面振兴。

## 关键词

新质生产力, 电商自提点, 农村物流

# Research on the Development of New Quality Productivity Empowering Self-Pickup Points of Rural E-Commerce in Guizhou

Dan Xie

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 9<sup>th</sup>, 2024; accepted: Apr. 24<sup>th</sup>, 2024; published: Jul. 16<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

The no. 1 central document in 2024 clearly requires that the county and rural logistics and distribution system should be improved, and the high-quality development project of rural e-commerce should be implemented. Through the analysis of the development status of Guizhou rural e-commerce self-pick-up points, it is found that the opening of self-pick-up points has made significant contributions to the formation of a new rural logistics chain in Guizhou, creating a multi-benefit and

win-win situation, promoting the development of rural cold chain logistics, and narrowing the gap between urban and rural areas. But also face imperfect logistics construction, weak agricultural products, unreasonable planning of self-pickup points, and lack of e-commerce professionals. It is necessary to empower rural e-commerce self-pickup points with new quality productivity. By promoting logistics construction, agricultural products uplink, self-pickup point planning, talent cultivation and other corresponding measures, it is necessary to explore its optimization path and achieve high-quality development of rural e-commerce self-pickup points. We will contribute to the all-round revitalization of rural areas.

## Keywords

New Quality Productivity, E-Commerce Self-Pickup Points, Rural Logistics

Copyright © 2024 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

据商务大数据监测, 2023 年全国农村网络零售额达 2.5 万亿元, 同比增长 12.9%, 其中全国农产品网络零售额达 5870.3 亿元, 同比增长 12.5%。随着乡村全面振兴战略的大力实施, 农村网络、物流等基础设施不断完善, 农业数字化、电商化逐步推进, 农村物流发展稳步提升, 在乡村全面振兴过程中起到明显作用, 赢得了国家与社会的充分肯定。我国农村物流需求点呈现点多面广、量小分散且不均衡的特点, 但随着农村居民收入增加, 其对物流需求不断扩大, 远距离的乡(镇)物流服务站已不能满足村民需求, 农村物流“最后一公里”问题成为农村物流的发展瓶颈[1]。农村物流是我国农村融合发展的重要支撑行业, 对助力乡村振兴战略具有重要作用[2], 农村地区物流发展还存在物流网络节点体系基础薄弱、服务功能不完善等短板[3], 农村末端配送难题会阻碍乡村振兴推进。在农村设立更多代收网点, 有助于提高配送效率, 解决农村物流“最后一公里”难题[4]。作为科技创新驱动的新质生产力, 既满足高质量发展的要求, 又对产业有引领作用, 对促进经济增长和可持续发展具有重要意义[5]。农村电商要实现高质量发展, 应持续推进发展新质生产力, 从人才、生产工具、生产关系入手, 多方面促进农村电商的提质增效。

美国亚马逊公司最早推出自提点模式, 随着电子商务的兴盛, 自提点模式在我国蓬勃发展并取得成功, 自提点可同时服务不同公司客户, 自提点共享已经成为最后一公里配送的趋势[6]。贵州农村电商自提点于近几年兴起, 补充了贵州村级物流点, 有助于破解农村物流瓶颈, 有利于贯彻落实 2024 年中央一号文件提出的推动农村流通高质量发展, 包括健全县乡村物流配送体系以及实施农村电商高质量发展工程。从已有研究来看, 国内学者关于农村物流的研究十分丰富, 涵盖物流模式、发展现状、困境及优化路径等方面, 关于自提点的研究对象多为社区或学校, 研究主要集中于自提点选址[7]、空间格局[8]等方面, 但对农村电商自提点的研究还不是很多, 尤其是缺乏将新质生产力同农村电商自提点结合的研究。本文是在乡村全面振兴的背景下, 通过贵州农村地区电商自提点的发展状况, 探讨新质生产力赋能如何贵州农村电商自提点发展, 重点分析农村电商自提点的意义、困境及优化路径。

## 2. 贵州农村自提点介绍

### 2.1. 自提点内涵

自提点是指在网购或者快递配送中, 顾客可以选择到指定的地点自行提取货物的服务。自提点类型

可分为实体店、自助自提柜以及第三方物流，可以是商家自己的门店或者指定的合作门店，顾客需要提前选择自己方便到达的自提点，并在指定时间内到达领取货物。在选择自提点时，顾客要注意自提点位置、营业时间、取货方式等，以免造成不必要的麻烦。自提点相对于快递送货的时间和不确定性，既方便到达，还可以减少快递员的派送路程和成本，是一种环保、经济、高效的配送方式。目前，许多电商平台和物流公司提供了自提点配送服务，消费者可以根据自己的实际需求进行选择。自提点的优势主要有：

一是可以节约物流成本：由于消费者可以直接自提，节省商家物流配送和物流管理的成本，进而提高商家的利润空间。

二是可以提高消费者的购物体验：消费者可以直接去自提点购买商品，而无需等待物流，提货方式更加多样化，消费者的选择具有灵活性。

## 2.2. 贵州农村电商自提点简介

贵州农村电商自提点主要是当地便利店或小超市与多多买菜和美团优选的合作点，其自提点具有便利、新鲜、实惠等优点。采取“线上下单 + 线下自提”的半预购模式，目前上线商品覆盖生鲜商品、日用百货等各类生活必需品，村民下单时可以选择离家最近的自提点，让村民享受当日 12 点前下单，次日自提的便利，深受广大村民的喜爱。农村自提点加盟只需当地商户向平台提交申请，经过审核后获得经营资质即可成为自提点，平台所售商品主要由当地自产或当地供应商提供的商品，这样保障了商品能快速送到分拣中心进行分拣，在 24 小时内配送至村民手中。其自提流程固定且完整，首先由村民向平台下单，平台收集订单信息后将商品打包配送至自提点商户代存，商户以打电话或发短信的方式通知村民取货。从商品的生产到使用环节都加强了当地人(县域范围)的参与，自提点最大的创新是发动“群众”，其物流致力于为消费者的日常生活需求提供优质高效的物流配送服务。

## 3. 贵州农村电商自提点发展现状

### 3.1. 形成新型农村物流链

农村物流正经历大变革，在开设自提点以前，贵州农村大部分地区没有村级物流点，只有乡(镇)才有物流服务站，村民取快递只能到集镇上的物流网点，面临距离远、时间不固定等不便之处，一定程度上抑制了村民网购意愿，不利于农村物流的发展。而现在自提点就在“家门口”，满足农村居民即买即达、平价购物的需求。就居住人口比例而言，农村中年群体占比大，他们有需求且能够使用智能手机，可进行远距离下单，其他家庭成员取货的方式，照顾到各年龄段人群。村民享受到各种便利后，开始适应并依赖网购，需求量的扩大促进了电商、物流企业对农村地区的资本投入，贵州农村物流基础设施得到改善，村民的物流体验感上升。电商企业以县域为配送范围，建立县级仓储中心，依次进行乡(镇)再到村的每日物流配送，形成企业自有的一体化配送体系，自提点在一定程度上补充了农村物流点覆盖少的问题，有效衔接县 - 乡(镇) - 村级物流，形成了一条新型完整的农村物流链。

### 3.2. 打造多方互惠共赢局面

对于自提点经营者而言，在开展日常经营的同时，也兼职自提点工作人员，获取订单佣金，对于商品需求量不大的村庄，不会浪费过多的人力、物力资源，其他家庭成员也能随时参与其中，具备较强灵活性。成为自提点为经营者带来了新的流量，流量变现体现在两个方面，一是基于生鲜销售额的返点，二是流量带来便利店销售量的提升。本地订单增长，有利于生鲜自提点商户实现长期供给、降低成本、增加收入；对于当地村民而言，可进行线上购物，根据自身需求选择最佳方案，用同样甚至更少资金可获得更好更多商品，只需简单操作就将商品送到“家门口”，村民网购更加便利，生活质量得到显著提

升；对电商企业而言，则不需要另外开店，而是选择将便利店作为自提点，只用在区域内建立一个大型仓储+货车配送，减少了门店投资，节约终端投入成本。自提点紧密连接消费端、生产端和供给端，形成闭合链条，有效减少非必要中间环节，实现多方利益最优，打造了多方互惠共赢局面。

### 3.3. 推进农村冷链物流发展

冷链物流所需的温控设备资本投入大，对温度控制也有一定要求，是一个庞大的系统工程，比其他物流系统的成本高昂。而贵州农村受生鲜需求量少、物流配送不便原因的影响，其冷链物流建设停滞不前，但随着农村居民收入水平提升，对生鲜产品的种类和质量需求大大增加，自提点平台蔬菜、水果、肉蛋、速食等需冷链运输的产品种类丰富，较大程度满足了农村市场对生鲜产品的需求。部分农产品耐储性较弱，对时间要求严苛，村民的选择一般局限于集市，购买的不便利性对生活水平提升形成阻力。平台农产品从田间采摘到装箱运输，直至送达消费者手中不会超过12小时，加上智能化冷藏设备全程保障，解决了冷冻食品易变质难题，让村民的菜谱变得丰富，最大限度保证产品的新鲜度。也让自提点商户拥有的冷藏电器得到有效使用，充分利用原有冷藏资源服务村民，电商企业通过自提点加盟共享设备的方式降低产品冷藏销售所需费用，实现农产品冷冻储藏、冷冻运输和冷冻销售无缝衔接，进一步推进农村地区冷链物流发展。

### 3.4. 缩小城镇与乡村间差距

城镇与乡村在生活条件、收入、基础设施等方面都存在不少差距，差距的缩小是乡村全面振兴的意义之一，村民也希望享受到城镇生活待遇。贵州农村交通网络普遍联通，已全部实现“村村通”，村民出行主要依赖自有交通工具及农村客运，出行方式选择性少，客运距离长、班次少，部分地区更是受到地理条件的限制，日常出行仍然不是特别方便。村级自提点的出现让村民不出村就可以取货，是前所未有的方便，不用为怎么去取货而发愁，村民们都感慨就像住在城里一样，在物流上逐渐缩小城镇与乡村之间的差距。另一方面，贵州多数农村市场零售业态相对匮乏，商品类型有限，采购选择面狭窄，村民购物较为不便，电商平台的商品普遍比市场上的便宜，即使身处农村仍然可以随时购，使村民拥有便利的购物体验，享受更高质量的生活，让村民在物质上和精神上都获得满足，在网络购物方面缩小城镇与乡村之间的差距。

## 4. 农村电商自提点发展困境

### 4.1. 物流建设不完善

受村落分散、快递业务量小等因素制约，难以形成规模效应，快递下乡仍存在不少难点、堵点。村级自提点物流建设虽然形成新型农村物流链，但局限于特定合作电商产品，贵州快递物流配送普遍停留于乡(镇)，快递到村问题仍未得到有效解决，大部分电商平台的商品还是需要村民到菜鸟驿站领取包裹，便利空间有待加强。这在一定程度上制约了农村电商发展，而电商发展相对落后又进一步导致村里快递业务量小，影响物流公司的网点布局和建设，面对农村地区末端服务能力不足、部分基础设施薄弱的突出问题，农村物流配送体系需进一步完善，提升电商自提点质效。

### 4.2. 农产品上行呈弱势

受地理条件、基础设施等因素制约，农产品外销相较工艺品销售整体呈弱势，工艺品下行同农产品上行间需保持“双向流通”，避免发生严重失衡。一方面农村资源禀赋和特点潜力未得到有效开发，使农村丰富的农产品资源闲置，大部分村民没有网上销售经验，农产品外销主要依靠经销商上门收购，农

产品流通至消费者手中需要历经层层环节，中间存在信息不对称与赚差价情况。再加上对农产品质量把控不到位，产品分级不严格，消费者对农产品的信任度不足，其上行销售之路困难重重。另一方面部分偏远产地交通不便，加之农产品易坏易腐的特点，运输途中损耗率偏高，使得其对运输条件有较高的要求，阻碍了农产品上行通道。

### 4.3. 自提点规划不合理

农村电商自提点缺乏整体规划的引导，出现布局不合理、密疏不平衡、结构不合理等难题。首先，贵州农村电商自提点在部分区域出现分布不均衡问题，不是过于密集，就是过于稀少，主要以村委会为中心呈聚集效应，电商自提点面临选址不合理困境。这对距离村委会远的村民不友好，需要花费更多时间去提取货物，便利性降低，而密集的自提点间会形成恶性竞争关系，订单量少的商户容易退出合作，难以满足村民日益增长的生活需求，不利于电商自提点的长期发展。其次，农村电商自提点对商户资质审核较为宽松，缺乏事先规划布局，期间缺少实地考察环节，没有考虑到整个区域自提点的可持续发展。

### 4.4. 电商专业人才缺乏

农村与城镇的基础设施差距日益缩小，但专业性人才大量缺失，面临农村电商人才引不来、留不住、难培养的困境，使得农村电商发展受限。一方面电商自提点刚性吸引力不强，缺乏专业性人员的加入，在人才培育、引进等方面还存在明显短板，本地自提点管理人员是没有经过系统培训的便利店商户，准入门槛偏低，其电商专业知识明显不足，服务水平有待提高。另一方面缺少信息化人才，由于农村地区善用网络的人才短缺，部分村级电商自提点未能充分发挥其功能，电商自提点在风险管理方面存在一定短板，没有及时开展物流追踪与收集村民购物信息反馈，对数据信息的掌握不足。

## 5. 新质生产力赋能农村电商自提点发展

### 5.1. 新质生产力推动物流建设

强化科技赋能，推动农村物流建设。大力推进农村物流快递网点布局，是打破快递配送困境的高效途径，以“政府支持 + 企业投资 + 村民参与”的模式实现贵州相关物流基础设施逐步向村覆盖，自提点可借助智能化物流，谋求自身长远发展，最终使物流配送走进家家户户，让广大村民过上更加美好的生活。既要提高农村物流设施现代化程度，改善农村物流配送集约化水平，推动农村商贸物流创新发展。又要通过重生生鲜冷链物流体系等数字经济基础设施，完善农村冷链物流建设，创新冷链新模式。总体来说，农村自提点应充分发挥物流媒介作用，尝试与快递物流企业合作，业务不仅仅局限在生鲜及百货等日常必需小商品，主动扩宽快递代收业务，从物流配送终端发力，为发展贵州村级快递物流综合服务点助力，联合打造数字化物流配送新体系。

### 5.2. 新质生产力推动农产品上行

聚焦数字技术，推动农产品上行销售。顺应数字经济发展趋势，深入实施数字乡村发展行动，以技术和应用创新为驱动，推动农村商贸流通企业转型升级，促进电商与农村一二三产业全方位、全链条深度融合。首先将数字技术应用到农业产业，有效利用自提点平台带动当地农产品销售，减少农产品的中间流通环节，既能减少农产品运输途中的损耗，减缓中间商层层赚差价，降低终端售价，同时带动村民产业性经营，从而实现农业增收，推进产业振兴，不断运用新技术，通过互联网技术和信息化手段实现了产销对接。其次，电商自提点平台可以统一农产品质量标准进行分级，再根据城镇消费者对农产品的需求，将之转换为农村物流发展的内生动力，帮助当地愿意通过互联网销售农产品的农民开拓销路，减

少因销路不顺畅使得农产品烂在地里卖不出去的情况发生，实现反向输出，增加农民种植收入，通过促进农产品贸易“双向流动”，有助于提升农民对农村物流的信任感和体验感。

### 5.3. 新质生产力推动选址规划

优化产业要素，推进自提点合理选址。电商自提点布局需要与物流配送体系相协同，合理规划配送路线，降低物流成本，提高配送效率，符合协同优化和覆盖率适中等原则。通过采用先进的信息化管理系统，确保自提服务流程顺畅无阻，并借助大数据分析，洞察消费者行为，以便进行更精准的商品推荐和服务优化。前期关于商户自提点的申请程序，平台除审核其提交资料是否符合外，还应对自提点所在位置进行调查，提前了解相关选址所需信息，根据大数据信息所反馈的顾客需求量以及顾客点位置分布图，确定生鲜自提点合理的分布位置和数量，深刻认识到合理规划的重要性，实现产业要素的最优化配置。后期可利用平台统计的订单数据，智能化监测自提点的营业情况，分析电商自提点的运营能力，对营业额过少和过剩的自提点开展劝退，追求质的提升不做量的要求，科学规划自提点的合理选址。

### 5.4. 新质生产力推动人才培养

创新选人模式，推进人才培养。一是通过加强校企合作，培养电子商务相关专业的新型人才，并做好对口工作安排，为后期扩大自提点规模做人力储备。二是通过激励式手段引进物流人才，鼓励更多具备高学历、懂经营、会管理的青年人才返乡创业，解决物流管理人手缺乏问题，破解农村电商行业人才缺乏的现状，推进乡村人才振兴。三是电商企业通过推进电商培训课程下乡，对自提点商户开展专业业务培训，增强培训针对性，帮助商户上手产销全产业运营管理，适当加大当地村民物流配送人员的聘用比例，因为村民了解当地情况，利于工作的快速开展，基于“熟人社会”之间的信任感，能有效提高服务效率与质量，同时让更多农村劳动力参与到农村物流发展中来，集群众之力共建和美乡村，推动乡村数字经济产业可持续化发展。以便完善电商人才培养、引进、使用、合理流动的工作机制，培育战略人才和熟练掌握新增生产资料的应用型电商人才。

## 6. 结语

农村电商自提点的兴起，为破解农村物流困境“最后一公里”的瓶颈制约提供了新方案，从侧面反映了农村电商的快速发展，有利于缩小城镇与乡村差距，农村物流作为农村电商自提点的重要载体，也促进了自提点的发展，二者相互作用，是密不可分的关系。贵州电商自提点通过发挥其自身的优势，构建了新型的村级物流体系，进一步扩展农村物流服务范围，真正服务更多有需要的村民。尽管目前面临一些发展困境，但电商自提点发展空间良好，通过科学利用新质生产力促进农村电商逐渐转向生产、加工、营销、物流、品牌等环节的数字化，以达成产业形态的整体变革。进而提高农村物流配送效率、降低物流配送成本、提升电商产品质量，推进农村电商自提点物流的提质增效，实现农村电商产业高质量发展。

## 参考文献

- [1] 李玲. “互联网 + 物流”支持农村物流配送“最后一公里”效能提升研究[J]. 商业经济研究, 2021(6): 92-95.
- [2] 于倩颖, 相成久, 邱学林. 乡村振兴背景下我国农村物流发展研究[J]. 农业经济, 2022(10): 141-142.
- [3] 汪凡, 汪明峰. 中国农村电商配送点建设水平空间格局及其影响因素[J]. 热带地理, 2023, 43(2): 247-257.
- [4] 魏圣敏, 索金涛, 刘爱秋. 农村物流“最后一公里”浅析[J]. 中国集体经济, 2018(6): 111-112.
- [5] 武峥. 新质生产力赋能中国式现代化: 理论逻辑、动力机制与未来路径[J/OL]. 新疆社会科学: 1-12. <https://doi.org/10.20003/j.cnki.xjshkx.2024.02.003>, 2024-04-01.

- 
- [6] 周林, 康燕, 宋寒, 等. 送提一体与终端共享下的最后一公里配送选址-路径问题[J]. 计算机集成制造系统, 2019, 25(7): 1855-1864.
  - [7] 周翔, 许茂增, 吕奇光. 基于顾客点分布的自提点逐渐覆盖选址模型[J]. 计算机集成制造系统, 2018, 24(11): 2879-2888.
  - [8] 李钢, 陈未雨, 杨兰, 等. 武汉市快递自提点的空间格局与集聚模式研究[J]. 地理科学进展, 2019, 38(3): 407-416.