

2.8.4 人力资源优化实现企业数字化发展

数字化转型是企业发展的必经之路,企业应当构建科学的人力资源管理模式,为企业数字化转型注入“智慧基因”,优化人才布局,激发工作创新活力,以人力资源优化为引擎,驱动企业数字化转型发展,精准匹配人适岗、岗应人的人才队伍梯队建设,深度挖掘人才潜力,发挥人才技术优势,让数字技术成为企业发展的新动能,借助人力资源优化,打造数字化人才方阵,让人才与技术深度融合,引领企业在数字经济浪潮中破浪前行^[4]。企业的最终目标是把为客户创造价值贯穿在企业发展的全过程,体现在经营决策、组织保障、生产管理 etc 日常生产经营行为中,每个环节都离不开人岗适配的积极性和创造性,每一处细节的精细化管理、创新性思维,是企业高质量发展的驱动力。华为经验使我们认识到,企业长兴不衰的秘诀是依托科技创新,培育新质生产力,持续推动企业走“科技含量高、资源能耗低、环境污染少、人力资源得到充分利用”的新型工业化道路,用系统方法优化人力、物力、财力等资源要素配置,激发要素活力,保障企业创新引领发展、行稳致远所需的发展根基。

人力资源数字化转型并非单纯引入技术工具,而是需要构建“管理思维-组织架构-人能力”的协同变革体系。华为在实践中通过数字化平台实现人才数据可视化管理,将员工技能图谱与业务场景需求动态匹配,这种“数据驱动决策”的管理范式,使得人力资源配置效率提升30%以上。企业需认识到,数字化转型的本质是通过技术赋能释放人才价值,既要避免“重工具轻机制”的形式主义,也要防范“技术至上”对人文关怀的侵蚀。正如华为“知本主义”理念所强调的,数字技术应成为放大人才创造力的“倍增器”,而非替代人性化管理的“替代品”,唯有在技术理性与人文温度之间寻求平衡,才能真正实现人力资源管理的数字化跃迁。

3 结语

华为的实践表明,科学的人力资源管理是企业应对复

杂竞争环境的核心支撑。从“以奋斗者为本”的文化塑造到全球化人才布局,从绩效驱动机制到数字化转型赋能,其管理经验不仅印证了人才作为“第一资源”与科技、创新协同发力的战略价值,更揭示了现代企业治理中“以人为本”的底层逻辑。在数字经济与实体经济深度融合的当下,企业需以华为经验为镜鉴,跳出传统管理框架的桎梏——既要在顶层设计中强化人力资源管理的战略定位,将党的引领转化为人才培育的政治优势,通过“科技-人才-创新”三轮驱动构建发展闭环;又要在实践中深耕文化土壤,以“奋斗者文化”激活组织韧性,让价值评价体系与激励机制成为人才成长的“孵化器”。

未来,面对全球产业链重构与技术变革的不确定性,企业更需以动态视角优化人力资源生态:一方面,通过跨文化人才梯队建设与数字化技能升级,破解全球化业务中的人才适配难题;另一方面,借助扁平化管理与自我批判机制,持续打破组织层级壁垒,让创新基因渗透到业务全链条^[5]。唯有如此,才能将人力资源真正转化为企业穿越周期的核心动能,在全球竞争格局中构筑起以人才为根基、以管理为纽带的可持续发展优势,走出一条兼具中国特色与国际视野的企业治理新路径。

参考文献

- [1] 邱琳涵,尹馨仪.企业做好人力资源管理工作的思考[J].四川劳动保障,2025(6):149-150.
- [2] 赵文耀,鲁敏霞.关于人力资源管理在企业管理中的定位与创新研究[J].中文科技期刊数据库(全文版)经济管理,2025(1):202-205.
- [3] 曾铮.人力资源管理在企业管理中的定位与创新研究[J].中文科技期刊数据库(全文版)经济管理,2025(4):081-084.
- [4] 赵伟.战略性人力资源管理在企业管理中的作用研究[J].中文科技期刊数据库(全文版)经济管理,2024(9):0198-0201.
- [5] 刘君静.人力资源管理在企业管理中的定位及创新途径分析[J].中文科技期刊数据库(文摘版)社会科学,2024(2):0155-0157.

The promotion path of rural e-commerce based on the perspective of rural revitalization

Ziyun Lin

Guangzhou Huali Vocational College of Technology, Yunfu, Guangdong, 527300, China

Abstract

Rural e-commerce is a key driver of the digital transformation in rural revitalization. Promoting high-quality development in rural e-commerce can effectively boost rural industries, culture, talent, and green industries, thereby facilitating the realization of rural revitalization goals and creating favorable conditions for the upgrading and transformation of the rural agricultural industry. However, in practice, rural e-commerce faces challenges such as inadequate infrastructure, a lack of specialized e-commerce talent, and insufficient market competitiveness. This article examines the current status of rural revitalization in Yunan District, clarifies the value and significance of rural e-commerce in empowering rural revitalization, explores the constraints on rural e-commerce's role in this process, and seeks to identify a high-quality development path for rural e-commerce from the perspective of rural revitalization.

Keywords

rural revitalization, rural e-commerce, high-quality development, promotion path

基于乡村振兴视域农村电商推进路径

林子云

广州华立科技职业学院, 中国·广东·云浮 527300

摘要

农村电商是乡村振兴数字化发展的重要推动力量,推动农村电商的高质量发展,可以有效提振乡村产业、文化、人才、绿色产业等要素,进而促进乡村振兴战略目标的实现,为农村农业产业升级改造创建良好条件。但实际发展过程中,农村电商发展也面临着基础设施建设不完善、缺乏专业性电商人才及市场竞争力不足等挑战,本文从云安区乡村振兴发展现状入手,厘清农村电商赋能乡村振兴的价值意蕴,探讨农村电商赋能乡村振兴的制约因素,以此探索出基于乡村振兴视域农村电商高质量发展推进路径。

关键词

乡村振兴;农村电商;高质量发展;推进路径

1 引言

云浮市作为广东省重要的农业大市,乡村常住人口 126.04 万人,占全市总人口的 52.57%。(数据来源《2024 年统计公报》)^[1]白石镇位于云浮市云安区,曾经是“靠天吃饭”的偏远地区,是典型的农业乡镇,近年来,乡村振兴赋能农业产业转型升级,打响白石特色农产品品牌。

据了解,尽管农产品目前种类繁多质优,农户们却常常遭遇“丰收却难销”的困境。“火龙果姐”陈汉英坦言:“在

镇安镇,大约有 3000 亩的火龙果种植面积,其中除了我公司的 600 亩规模化土地外,其余大部分是由散户零散种植。以往,由于缺乏有效的销售渠道,这些散户在收获后只能被动等待买家上门,果实丰收却无法及时转化为收入。”2019 年,果农开始在电商平台销售火龙果鲜果、果干以及霸王花等农产品,从淘宝到抖音,不断开拓线上平台。然而,刚开始做电商的第一个月便栽了跟头。“由于产品包装不够坚固,运输过程中易损,加之缺乏物流跟踪,配送效率低下。一系列原因导致了顾客退货多,自己也赔了不少钱。”果农回忆道,这一连串的挫折让他们深刻意识到,电商并非简单的线上销售,而是需要专业技能的支撑。^[2]2024 年 6 月,白石镇成功举办“乡约白石果然很美”乡村休闲游暨特色水果采摘体验活动,以“农业+文化+旅游”深度融合为特色,吸引超万名游客参与,首日农产品销售额突破 30 万元。^[3]2025 年 6 月 1 日,“乡约白石果然很美”——云浮市云安区「网络强村」助力“百千万工程”乡村休闲游暨特色水果

【课题项目】广州华立科技职业学院 2023—2024 学年科研课题《基于乡村振兴视域农村电商推进路径——以云安农产品为例》(项目编号:HLZ122313)。

【作者简介】林子云(1986-),女,中国广东阳春人,在读博士,讲师,从事国际营销、电子商务研究。

采摘体验活动在白石镇启动。“瓜王争霸”公益拍卖将活动推向高潮,现场拍卖8款“瓜王”,其中传统花瓜以最高价格12800元成交。近年来云安积极探索“文旅+本土网红带货”融合发展模式,将资源优势转化为乡村发展动能。虽然发展态势稳中向好,但仍存在亟待突破的现实瓶颈。

本文拟从云安区农产品销售发展现状入手,厘清农村电商赋能乡村振兴的价值意蕴,探讨农村电商赋能乡村振兴的制约因素,以此探索出基于乡村振兴视域的农村电商高质量发展推进路径。

2 基于乡村振兴视域的农村电商发展意义

传统的农业经济发展模式存一定的地域限制,再加上信息滞后性,严重降低农产品的销售效果,非常不利于乡村振兴战略目标的实现。基于此,要加大农村电商发展,充分发挥互联网、大数据技术、人工智能等现代化技术的支持力度,实现供需双方信息透明性;此外还可以构建数据平台,获得精准的销售数据,帮助电商人员制定针对性的营销模式,提高农产品销售水平^[4];在互联网技术支持下,直播带货成为农村电商发展趋势,能够强化消费者的购买体验,增加销售量;同时能够调整农村产业结构,充分发挥数据平台的聚集效应,进一步拓展农业生产规模,优化农村资源配置,增加农民收入,深化内部激励,为乡村振兴目标的实现提供动力支持。(1)农村电商提振乡村产业,实现生产与市场、城市与农村的有效贯通,强化农产品产销对接,优质优价,为农民提供市场需求信息和变化情况,进而优化农业生产结构,提高销售量。(2)农村电商提振文化振兴,更新农民观念,对农村经济文化发展提供交织叠加效应,拓展农民视野,更新生活观念,推动农村文化建设,促进农民和谐社会建设。(3)提振人才振兴,提高农村人才意识,引进专业化、技能型人才,培养数字化、信息化新农人,并吸引外流人才回归,增加就业岗位和创业机会,赋能乡村产业发展。(4)提振绿色生态建设,促进农民树立绿色发展理念,深化农业绿色发展,强化农村生态环境保护,优化乡村人居环境,同时构建高产、优质、绿色生态的农业技术体系,提高农村生态效益;(5)提振农村消费,实现扩容、提质效果,电商把农产品输送到城市,把城市工业品输送到农村,方便农民选购多元化的消费品,促进农民更加适应现代消费模式^[5]。

3 乡村振兴视域下农村电商发展问题

3.1 基础设施建设不完善

虽然农村基础设施建设方面获得了一定的效果,但是由于原有基础较差、区域发展不平衡等因素的影响,致使农村基础实施建设水平与现有农村电商发展需求不相符,如物流成本高:村级快递网点覆盖不足,配送成本比城区高30%-50%

、交通道路建设不足、仓储物流点较少、电商集散布局不合理、网络通信信号较差等,此外冷链运输技术、保鲜

技术应用不足,且电商统筹布局不合理,再加上各个乡镇之间衔接不足,严重限制农村电商发展规模^[6]。

3.2 缺乏专业性电商人才

1. 年龄结构老化:农村常住人口老龄化严重,50岁以上占比超过40%;

2. 培训体系不完善:缺乏系统化、持续性的电商培训机制;

3. 人才是限制农村电商高质量发展的重要因素,尤其是部分农村经济发展水平较为落后,工作条件较差,难以吸引高素质、专业化的电商人才,电商团队流动性大,不利于农村电商的高效发展;现有农村电商团队的专业能力不足、思想落后,缺乏先进的经营理念,难以维持长久经营。

3.3 市场竞争力不足

1. 产业链条短且分散;

2. 标准化程度低:农产品生产缺乏统一标准,品质参差不齐;

3. 深加工不足:以初级农产品为主,附加值高的加工产品占比不足10%;

4. 品牌认知度低:除“白石西瓜”外,其他农产品品牌知名度不高;

5. 同质化严重:产品差异化不明显,缺乏核心竞争力;

6. 规模效应弱:生产经营分散,难以形成规模优势。

现有的农村电商发展模式较为单一,经营思路较为狭窄,仅仅依靠淘宝、拼多多、抖音等平台进行销售经营,再加上农村电商主要以家庭作坊为主,缺乏垂直性经营,产业链、供应链不完善,难以真正发挥乡村振兴优势,严重限制农村电商的发展进度,且农产品缺乏品牌建设,知名度不高,同时产品质量不高,缺乏监管,严重降低消费者购买体验,降低市场竞争力^[7]。

4 基于乡村振兴视域的农村电商推进路径

4.1 培育运营主体

为了实现农村电商的高质量发展,需要加大农民对农村电商的认识深度,才能调动农民在乡村振兴中的创新潜能。农村电商属于乡村振兴的数字化推动力,能够变革农产品流动方式,真正提振农村产业、人才、文化等要素,实现农村农业的现代化发展。为了实现农村电商的持续推进,需要构建系统化的农村电商生态体系,政府部门要对当地龙头电商企业深入合作,使其积极推广和宣传电商经营知识和理念,提升当地农民对农村电商的认识深度;要深化当地政府与金融机构的合作,加大技术、资金方面的支持力度,调动农村大户参与农村电商的积极性;同时引入农村电商第三方信用评价体系,减少金融风险^[8]。此外,还需要挖掘当地农业资源优势,发展具有地域特色的农产品电商产业,实现农业产业链与电商链条的对接;深化电商平台的多元化发展,如垂直电商平台、社交电商平台等,培育本土电商平台,

促进农村电商的多元化销售和高质量服务。

4.2 强化政策支持

为了实现农村电商的科学发展,需要加大政府部门的支持力度,既可以保障农村电商的高质量发展,同时还能够推动乡村振兴战略目标的实现,尤其要加大财政补贴、税收优惠、金融扶持等力度,有效控制农村电商经营成本;此外,要加大融资支持力度,利用创业基金、风险投资、低息贷款等途径,为农村电商各方面的发展提供充足的资金支持,降低融资难度;要推动电商创新发展,如技术创新、绿色创新、业态创新等;要强化激励力度,设置政府奖励基金,调动电商创新积极性,为农村电商高质量发展创建良好条件;要强化农产品品牌建设,政府部门要加大品牌建设培训和咨询服务,为地方特色产品广泛推广提供政策支持,增加当地农产品知名度^[9];要优化公共服务平台建设,组织开展农产品展览会、促销会等平台,进而吸引更多互联网用户,充分展示乡村特色产品,深化合作交流,增加农产品影响力,增加销量。

4.3 完善基础设施建设

乡村振兴视域下,需要健全农村基础设施建设,才能为农村电商发展提供坚实的基础。其中农村电商基础设施包含交通、物流、网络等。(1)交通基础,为了对农产品及时运输出去,需要结合当地实际情况,加大农村交通基础设施建设资金投入,优化运输条件。(2)网络,农村网络基础设施建设直接关系到农村数字化发展趋势。因此要加大网络基础设施建设力度,积极推动光纤网、宽带网、5G网向农村延伸,不仅要解决网络进村入户的问题,同时要拓展网络信息在农村的覆盖范围,保障农村网络通畅。此外还需要加大研发适合农民知识水平的终端设备,降低信息使用费用标准,有效缩短城乡数字差距,真正把数字经济红利带给广大农民^[10]。此外要需要结合实际情况,构建农村电商的信息共享平台,实现农业信息的高效采集、发布和传播,增加农村市场透明度,减少信息不对称的负面影响,且能够通过网络信息平台、大数据技术等技术的综合利用;(3)物流,为了对农产品进行高效运输,确保农产品供应质量,保障农村电商的高质量发展,需要加大农村电商物流体系建设,进一步提高物流服务质量标准,为农村电商的有序发展创建良好条件。在具体工作中,需要结合实际情况,构建综合性、专业性的物流集散中心,确保物流快递能够全面覆盖到各个行政村,加大物流点的布设数量,为农产品的高效分销、运输提供支撑。此外,还需要加大农村物流冷链快递物流基地的建设力度,增加冷链快递物流基地布设点,对冷藏库、冷冻库等设施进行科学布局,推动“仓储—包装—物流”一体化发展。此外,还需要在乡镇建设中转站,以便进行上下联通;在交易集中场所建设服务网点,以便直接把农产品从田地里直接通过冷链进行运输,保障产品质量。针对经济落后地区,需要当地政府部门引入第三方物流企业,对当地合作

社进行合作,实现农产品的高质量配送,并控制配送成本。此外还需要按照品质情况对农产品进行分类分级处理,引进保鲜技术,推广冷链物流技术,做好农产品包装、运输管控,同时要完善农村电商编码标准体系,突出体现编码个性化,实现物流信息的分类编码,方便客户对农产品在物流环节中的运输情况进行追踪。要保障电商信息表述标准性、规范性、准确性,方便用户接收^[11]。(4)完善公共服务中心,并优化开放式沟通平台,为具有创业需求的贫困人口、待业青年、留守妇女等提供电商培训、孵化,进一步提高公共中心服务水平;要强化智慧城市建设,对云计算、大数据技术、物联网技术和人工智能、机器学习等技术进行优化应用,构建公共信息平台,提升农村电商的信息化水平,延长农产品供应链,提高农产品附加值。

4.4 实施品牌化发展战略

为了提高农产品质量,提高电商销售效果,需要强化农业生产标准化建设,制定明确的产品质量、等级、规格标准和要求,避免出现农产品“有品无牌”“增产不增收”等问题^[12];一是要打造区域公共品牌:整合“白石西瓜”等特色资源,创建“白石优品”区域公共品牌。二是加强品牌营销:利用新媒体平台开展品牌宣传,讲好白石农产品故事。

4.5 实现农业生产标准化

一是要强化生产标准监管力度,对其进行正确引导,使其全面渗透到农产品生产、加工、流动销售等全链条过程中;二是需要优化农产品等级分级工作,促进农产品高品质建设,树立农产品品牌;三是需要结合农产品品质特点、标准要求,进行针对性生产和加工,强化过程化管理和质量跟踪认证,促进农业生产绿色、标准、质量等方面的引领,增加农产品附加值。

4.6 强化人才培养

在乡村振兴战略实施中,人才是重要的基础条件,尤其是在农村电商发展中需要大量的高素质、专业化、信息化人才,才能保障农村电商的高质量发展。为了吸引更多高素质人才,需要完善利好政策,吸引电商人才回流农村,积极参与农村电商创业;要加大政策支持,通过税收优惠、融资支持等范式,鼓励返乡大学生、退役军人等高素质人才进行电商方面的创业;要引进电商职业经理人,创建乡村业务基地,通过税费减免、子女就学、平台搭建等方式,引进高层次电商人才。此外,还需要强化人才培养,利用公共服务模式,对人社、商务、残联等部门的不同需求进行整合规划,构建集互联网、电子商务等方面的培训体系;构建专门的培训基地,邀请第三方培训机构,对当地高校资源进行融合应用,构建完善的电商人才培养平台^[13]。要提升农民的电商意识,对当地网红农民的流量进行优化应用,为农村电商高质量发展提供支持;要强化电商的职业道德培训,保障诚信经营,维护良好的农村电商品牌形象。要优化人才激励机制,加大对电商人才的薪酬待遇、职称评定等制度建设,开发电