

农产品跨境电商的发展现状及对策研究

韦淑灵

(广西金融职业技术学院, 广西 南宁 530007)

[摘要]在全球经济迅猛发展的背景下,同时作为“一带一路”战略中的重要经济区,东南亚地区与我国的跨境贸易往来越来越频繁。在这样的形势下,推进我国与东南亚各国的跨境电商合作,将有利于优化双边的贸易结构,实现共同发展、互利共赢。在我国政策的推动下,中国-东南亚农业经贸合作焕发了新的活力。本文主要以东南亚地区为例,就我国农产品跨境电商的发展现状进行了研究,简要分析了其中的优势所在,并对一些现存的问题进行了分析,最后给出几点优化策略,希望对我国农产品在跨境电商方面的发展,有积极的促进作用。

[关键词]农产品;跨境电商;现状;对策

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.08.1100

电商平台的蓬勃发展,极大地改变了人们的购物观念和消费方式,丰富了人们的购物方式,使网络下单购物更快速进入到人们的消费活动中。在电商平台的强势发展下,为商家提供了更多的商机,给企业的销售带来了更多的渠道,从而吸引海内外的众多商家投身到电子商务贸易中。我国的农产品在跨境电商领域也得到了前所未有的发展,在新时期、新形势下,我国农产品的跨境商贸活动该如何应对海外市场的各种因素,采取有效地发展策略开拓海外市场,迎合海外消费者的购物需求,是我国农产品跨境贸易活动中,需要重点研究的内容。

一、我国农产品跨境电商发展中存在的问题

(一) 冷链物流建设不完善

农产品在运输过程中需要冷藏保鲜,这就给跨境电商的运输环境提出了高的要求。在发展跨境农产品贸易时,需要配有成熟的冷链运输物流,在先进技术和制冷设备的支持下,对运输的全过程进行科学的温度控制,最大化的保存农产品在运输过程中的品质。但目前的跨境电商中,冷链物流的建设还没有达到成熟的阶段,依然存在一些问题,无法让农产品在长时间的运输中,保持原有品质。其主要问题可以分为两方面,一方面是冷链物流标准和服务规范的相关体系不完善,冷链设备的使用还没有形成一个统一的标准,使得目前的冷链运输产业参差不齐。另一方面就是现有的冷库、冷藏车数量有限,无法满足市场的需求量。同时,这些设备的核心技术不够现代化,温度监控设备还停留在好几年前,无法实现市场对品质的要求。除此之外,冷库等冷藏设备在农产品运输的过程中,无法保障全程性地提供冷藏服务,使农产品的冷藏在中转过程中容易出现断链。因此,农产品受冷链物流建设不完善的影响,出口后的品质会下降,不利于形成良好的口碑,造成一定程度的损失,影响我国农产品在跨境电商领域的发展。

(二) 农产品质量安全标准体系不完善

我国对农产品质量的把关不是很严格,相关质量标准也难以跟国际上的标准对齐。随着我国农产品贸易额不断提升,各种相关体系也在进一步完善,就目前的发展情况来看,还存在一定的欠缺。比如:涉及的范围不全面、质量标准比较落后、内容不够与时俱进等等,这些都使得我国的农产品在质量上不能很好地对接发国际的市场。不过,我国的相关部门一直在这方面进行调整,过去在制定农产品质量安全标准时,是多个行政部门联合,权利分工较为细致,在需要达成统一意见时,往往需要较长时间,管理效率一直提升不上去。但现阶段,为促进农产品的跨境贸易往来,管理部门也做了诸多调整,为我国农产品的跨境电商活动提供相关的标准体系,使之更加规范化。

(三) 农产品品牌化发展较为欠缺

随着,我国电商的不断飞速发展,农产品跨境电子商务

公司数量也在不断攀升,使得现阶段的竞争日趋严峻。许多企业在这样的竞争环境中,为了提高自身的竞争实力,越来越重视提高农产品的品质。但是,需要看清楚的是,在品牌化建设中存在着许多困难,要想在众多品牌中,使自己的品牌脱颖而出,还需要充分了解品牌化发展中存在的问题。首先,我国农产品在跨境电商发展中,品牌宣传力度不够强,没有自己独特的定位或者定位不明确,使商品的独特性无法展示出来,这就让市场上存在同质化的现象,无法在市场上形成有影响力的知名品牌。其次,我国在品牌保护方面的政策比较欠缺,在无法保证有效监管的情况下,导致市场上出现很多品牌滥用的现象,一方面影响企业产品的口碑,另一方面使有一定知名度的品牌无法保持影响力。这样的现象,随着品牌和商标注册数量的逐年增长,越凸显品牌对农产品跨境贸易的重要性,在无法打响知名度的情况下,用户对农产品的印象就会受到影响,

(四) 进一步影响农产品的销量

跨境电商平台在交易方面,存在信息不对称的问题。买家通过图片、视频等对产品进行了解,难以掌握整体的质量水平,常有虚假宣传、信息不真实、售后服务无法保证、冒牌产品以及低质量产品等问题出现。因此,需要跨境电商的交易以良好的信用为前提,为获得长期的发展而努力。与此同时,跨境电商平台的交易还涉及跨境物流、外汇兑换、报关等流程,给农产品的跨境电商发展造成一定的阻碍。因此,需要建立相关的信用安全体系,维护买卖双方的共同权益。但纵观现有的信用体系,不仅发展较晚,而且还不完善,相比于欧盟等发达国家还存在一定的滞后性,无法给监管部门提供明确的指引,跨境交易的买卖双方无法获得良好的保障,影响我国农产品跨境贸易的发展。

(五) 农产品跨境电商复合型人才短缺

跨境电商对专业人才的需求本身就比较高,不仅需要拥有过硬的外语口语能力,还需要了解电子商务、国际贸易相关的法律法规、跨境平台的应用。对于农产品的跨境电商来说,就有多了几方面的要求,需要他们了解国内外的农产品市场情况。因此,在引进相关人才时,大部分跨境电商公司都会优先选择综合能力较强的人才,而不是单一领域的人才,这就使得复合型人才比较抢手,同时也出现相关人才短缺的现象。目前,我国的高校教育在人才培养方面,虽然一直在寻求培养更多的复合型人才,但这需要一个发展阶段。如此一来,就导致目前的农产品和跨境电商领域,处在人才短缺的阶段,市场需求短时间内无法被满足。除此之外,一些人才速成型的培训机构,不仅数量少,专业化程度也不高,输出的人才在市场上反响并不好,这些都在一定程度上限制了农产品跨境电商的进一步发展。

二、我国农产品跨境电商企业开发东南亚市场优势

(一) 相关政策的推出, 大力扶持跨境电商发展

近几年来, 国内各类扶持跨境电商发展的政策连续出台, 在落地实施之后取得了实质性的开展。同时, 我国政府大力发展农村经济, 再次将振兴农村放在工作的首要位置, 这些都为农产品跨境电商的发展提供了有力保障。从2015年到2020年期间, 我国投资建设了多个电子商务综合实验区, 同时, 在海关监管领域, 设立“单一窗口”为跨境电子商务综合试验区出口报关提供便利。随着产业结构转型的不断升级, 我国还将持续推进自贸实验区的建设, 为区域经济的打通高速发展的通道。以广西为例, 2019年获批设立的广西自贸试验区, 将最大化的发挥广西在地理位置上的优势, 使其成为连通中国腹地并辐射东南亚市场的中转战地, 政府将推出更多的配套政策, 助力农产品企业发展面向东南亚的跨境电商业务。与此同时, RCEP自贸协议同样将为我国农产品与东南亚地区跨境电商业务提供政策支持。

(二) 跨境电商平台建设日趋完善

随着各种电商平台的不断涌现, 使得行业内进入良好的竞争关系中, 使得各个平台积极推出各具特色的功能和服务。不管是一直以来的跨境电商巨头, 还是新兴的本土电商新秀, 都在竭力追求提升客户使用的满意度。从我国卖家的视角来看, 除了传统的eBay和AliExpres等主流电商平台, 还可以使用新兴的Lazada和Shopee。其中Lazada是东南亚地区在线购物网站中的比较有实力的, 在东南亚各个国家都占有较高的市场比例。在这些平台不断发展的过程中, 都对我国的卖家给予了一定的支持, 为我国农产品在东南亚地区的发展提供了极大的支持。因此, 在跨境电商平台越来越完善的今天, 我国的农产品卖家通过跨境电商平台进入东南亚市场, 有了更多可选择的服务平台。

(三) “中国制造”实力雄厚, 促进农产品的跨境贸易

农产品的跨境电商发展, 需要解决的首要问题之一就是农产品的货源供应。经过多年的发展, 我国已经成为世界实力较强的制造业大国, 所出口的产品在东南亚地区取得了较好的口碑。就各主流跨境电商平台销售的品类而言, 无论是产品的制造工艺、成本控制还是产品质量等, “中国制造”已经成为竞争力较强的品牌, 能够为东南亚市场持续提供物美价廉的产品, 极大满足当地的市场需求。这就为我国农产品, 在东南亚市场中开展跨境电商业务奠定了良好的基础。

三、我国农产品在东南亚地区进行跨境电商发展的对策

(一) 加快冷链物流体系的建设速度

对东南亚地区输出农产品, 首先需要考虑的就是冷链物流的建设。目前, 生鲜农产品的跨境贸易比重越来越高, 就更加需要重视冷链物流的发展, 加快冷链物流体系的建设速度。在这方面, 我国政府需要建立与国际标准接轨的农产品冷链物流相关标准。除此之外, 还需要注重发展冷藏车、交通道路建设等, 在沿路建设冷库, 注重使用先进的制冷设备, 促进传统冷库更新设备, 改善冷链运输中设备数量短缺的问题, 保证在农产品运输的各个环节中, 都能有效链接, 使冷藏环境不断链。同时, 我国需要注重发展冷链物流科技企业, 通过科技创新, 研发适合我国国情的农产品预冷、冷藏和信息化管理的高端先进设备。一方面实现农产品全程冷链的目标, 一方面刺激新型产业的发展。

(二) 完善农产品质量安全标准, 加强标准制度管理

由于我国某些农产品质量安全标准是多年前制定的, 所以对于当今的市场环境来说标龄过大, 内容也逐渐凸显出不适

用的特点。这就需要相关部门尽快对那些已过时的标准进行淘汰, 同时, 推出符合当下市场环境的质量标准, 尽快将国家、行业、地方等各级标准进行统一, 与新时期的市场发展保持一致, 制定一系列可适用于我国国情的行业标准和生产规程, 同时, 要保证这些标准规程能够与国际标准对接。另外, 有关部门有必要为我国农产品的跨境电商发展出台一套匹配度较高的出口标准, 为农产品的质量监管提供技术支持。最后, 政府部门应完善农产品标准制修订管理方法及相关制度、优化农产品标准管理机制、对全程进行信息化管理; 加强标准制修订方面的跟踪检查, 并对标准实施效果进行评价, 以便日后进行重修, 保证其与市场活动保持高度一致, 对市场发展起到良好的监督管理作用。

(三) 加强农产品品牌建设, 提高农产品品牌知名度

为了更好地让我国农产品占据东南亚市场, 扩大跨境电商平台农产品的出口, 政府要注重鼓励相关的农产品企业, 注重追求品质, 发展属于自己的品牌, 鼓励他们走创新发展的道路, 同时加大力度扶持农产品品牌化, 采取一定的保护措施, 使他们在树立品牌的过程中能够少走弯路, 将更多的精力放在钻研品牌上。同时, 农产品企业可以通过个性化包装设计、农产品种植技术创新等, 来提升自有产品的档次, 让产品具有一定的品牌魅力。同时, 政府可以为相关的农产品企业提供专业的培训, 让他们在发展品牌时, 能够对自身有清楚的定位, 深入挖掘产品中的市场价值以及文化特征, 创造更具中国特色的农产品品牌, 使跨境电商中的农产品也能够获得文化输出带来的经济效益。除此之外, 企业可以通过多种渠道来宣传展示自己的农产品, 比如展会、短视频或者搜索引擎等, 提升企业农产品品牌在东南亚市场的知名度, 提升核心竞争力。

(四) 政策和监管同行, 营造良好的跨境电商交易环境

在大力发展农产品跨境电商的同时, 需要注重讲诚信, 这是我国自古以来经商的首要原则。首先有关部门可以出台相关的法律法规, 规范市场行为, 对买卖过程中的违法行为给予严厉的打击。其次, 在商家进驻跨境平台时, 需要加强实名认证管理, 将信息进行公开, 让买家在购买的过程中更加放心。最后, 有关部门加强对跨境农产品的检查力度, 进行随机抽样检查, 并将结果实时公布到权威网站中, 保证跨境电商农产品的质量。

(五) 加强农产品跨境电商复合型人才培养

人才是企业发展的第一生产力, 因此, 在发展农产品跨境电商产业的同时, 必须加强复合型人才的培养。我国高校可以积极探索市场对人才的需求, 制定高校农产品跨境电商复合型人才培养方式及相应的培训标准。同时, 企业需要加强现有人才的培养, 使他们在岗位中能够活动一手的学习资料, 帮助他们掌握更多有关农产品的专业知识。

参考文献:

- [1] 陈帅嘉, 兰青叶. 中国跨境电商企业开发东南亚市场的SWOT分析与策略探讨[J]. 电子商务, 2020(10): 31-32+40.
- [2] 黄蓝青. 东南亚和非洲市场跨境电商平台商家选品策略研究[D]. 华南理工大学, 2020.
- [3] 周瑾. 文化差异对东南亚跨境电商的影响[J]. 呼伦贝尔学院学报, 2019, 27(04): 31-34.
- [4] 韩国山. “一带一路”背景下河南农产品跨境电商物流系统构建研究[D]. 河南工业大学, 2016.
- [5] 闫新苗. 我国跨境电商的现状与发展建议[D]. 对外经济贸易大学, 2015.