

贵州省农村跨境电商发展现状及可行性建议浅析

余航^{1*}, 蔡承智^{2#}

¹贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

²贵州财经大学经济研究所, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年5月6日; 录用日期: 2024年5月30日; 发布日期: 2024年8月8日

摘要

随着社会信息化的快速发展, 数字化经济得到蓬勃发展, 跨境电商的发展衍生到农村经济, 我国的农村跨境电商模式呈现出较好的发展势头。各省的农业企业及农户们借助跨境电商平台销售当地特色农产品, 提高了农产品流通效率, 为农村居民带来了新型收入来源。但目前国内跨境电商等要素在实际应用中缺乏优质平台支撑、宣传营销的推广力度不够、农产品售后的保障服务不足、配套物流技术滞后等现实问题, 阻碍了农村跨境电商的发展潜力。本文以贵州省为例, 研究农村跨境电商的发展现状, 根据现状中存在的问题提出可行性的发展建议。贵州省在发展农村跨境电商时要明确农村跨境电商发展的意义及实施路径; 明确当地农产品特色, 塑造特色的乡村发展模式; 建立农村跨境电商运营的特色渠道, 建立贵州省农产品名片; 强化相关人才培养, 完善人才引进等机制, 致力于提高本省的农村跨境电商发展路径。

关键词

跨境电商, 贵州省, 乡村振兴, 农村

Analysis on the Development Status and Feasible Suggestions of Rural Cross-Border E-Commerce in Guizhou Province

Hang Yu^{1*}, Chengzhi Cai^{2#}

¹School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

²Economic Institute, Guizhou University of Finance and Economics, Guiyang Guizhou

*第一作者。

#通讯作者。

文章引用: 余航, 蔡承智. 贵州省农村跨境电商发展现状及可行性建议浅析[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 6169-6174.
DOI: 10.12677/ecl.2024.133762

Abstract

With the rapid development of social informationization, digital economy has flourished, and the development of cross-border e-commerce has spilled over into rural economy. The rural cross-border e-commerce model in China has shown a good development trend. Agricultural enterprises and farmers in various provinces have taken advantage of cross-border e-commerce platforms to sell local specialty agricultural products, improving the efficiency of agricultural product circulation and bringing new income sources to rural residents. However, there are currently real problems in the actual application of domestic cross-border e-commerce, such as the lack of quality platform support, insufficient promotion and marketing efforts, insufficient after-sales service guarantee for agricultural products, and lagging logistics technology. These problems hinder the potential development of rural cross-border e-commerce. This paper takes Guizhou Province as an example to study the current situation of rural cross-border e-commerce and proposes feasible development suggestions based on the problems existing in the current situation. Guizhou Province should clarify the significance and implementation path of rural cross-border e-commerce; clarify the local characteristics of agricultural products and shape distinctive rural development models; establish unique channels for rural cross-border e-commerce operation and establish Guizhou agricultural products name cards; strengthen relevant talent cultivation and improve talent introduction mechanisms to enhance the development path of rural cross-border e-commerce in the province.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, Guizhou Province, Rural Revitalization, Village

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

在国内“互联网+”的大力发展背景下,电子商务成为广大社会群里进行间接交易的一大形式,而后新冠疫情常态化的影响下,农业数字经济呈现出更强大的发展动力,成为农村经济发展的重要一环[1]。贵州农产品在这期间发展迅速,更多的农产品通过跨境电商进入了国际市场,跨境电商的发展拓展了当地农产品的交易市场,农民收入来源多样化等提升农民收入水平。而跨境电商的发展能推动电商扶贫长效机制的建立,为电子商务助力乡村振兴提供一定的现实意义。随着电子商务的迅速发展,农产品的消费规模不断扩大,为贵州省的农村经济发展提供强有动力。根据《贵州省商务厅》公开的数据来源,2022年贵州省网络零售额达到了513.7亿元,同比增长69.41%,其中农产品的网络零售额占据不小的份额,达到了58.63亿元,同比增长了34.48%[2]。国内电子商务的发展带动了跨境电商的推动,农村经济在跨境电商的带动下,优化了当地收入结构,适应了未来的社会发展趋势。

2. 贵州省农村跨境电商发展现状

2.1. 区位条件

“一带一路”战略的实施推动了多个地区的电商发展,受政策影响,贵州省的国际农业出口和对外贸易得到了有力发展的先决条件。贵州省隶属我国西南地区,有着重要的战略发展地位,四周紧连云、川、渝、广几个重要省份和地区,是北方通过重庆与新欧亚的交通要冲。随着“一带一路”建设的推进,贵州省的交通基础设施得到完善,资源要素间的交流更加顺畅,降低了沟通成本,物流效率也能随之得到不断的提高。除此之外,贵州省还是北部湾和广州港的交接中心地带,是到两地最近的一条重要交通枢纽,“一带一路”能够有效地与贵阳市相连,推动各地区经济的繁荣发展。

2.2. 大数据支撑

近几年,贵州省着力发展科技强省,重点打造大数据产业,在党和政府的高度重视和相关产业的发展下,贵州省大数据产业已相对成熟,2023 年的中国国际大数据博览会在贵阳召开,2018 年,阿里云、腾讯、苹果等大型科技互联网企业也相继在贵州设计了大数据中心,贵阳作为全国第三批获批准的跨境电商综合试验区的新城市,当前贵州省已拥有贵阳、贵安、遵义三个综合保税区[3]。现阶段贵州省政府也高度重视相关产业的发展,贵阳市也在积极打造智慧型城市,助力跨境电商的发展。随着大数据技术的不断完善和发展,相关的物流链等也将得到革新和发展,为当地的跨境电商提供了科技支撑。

2.3. 交通优势

在党和政府的支持和努力建设下,贵州省交通基础设施建设取得了显著成果,目前已成为县县通高速、市市有机场的省份,摆脱了过去“天无三日晴,地无三尺片”的困境。在公路交通方面,截止到 2020 年底,贵州省所建成的公路总里程已经突破了 8000 km,这一大基础设施的建设为贵州省的物流发展提供了发展基础,这为贵州省的现代物流发展也打下了坚实的发展基础[4]。其中安六高速等高速线路已经全面建成,渝贵、铜玉线等也全面建成。在铁路运输方面,贵州省已建成沪昆高铁、贵广高铁和成贵高铁,为全国铁路运输网络提供了重要支撑。在航空运输方面,贵州省目前已有 3 个国际机场,除去贵阳市龙洞堡国际机场外还有遵义新舟、铜仁凤凰城两个国际机场。为贵州省的对外交流和经济发展提供了便利条件。

2.4. 政策支持

贵州省为加快农村跨境电商的发展,为相关企业提供了良好的发展空间和政策支持。2018 年,国务院通过全国一批跨境电商试验地,而贵阳就在其中之一,2018 年,中国国务院通过了全国第一批跨境电商综合实验地区,而贵阳也是其中一个,2022 年,国务院办公厅又印发了《关于支持贵州在新时代开拓西部开发新道路的意见》,明确提出了进一步推进对外贸易、投资自由化,跨境电商与综合贸易一体化发展的有关政策,以促进中国内陆地区逐步开放型经济的试点区域的建立以及发展生计,推动新的产业模式,如完善国外的物流仓储,加速相关技术的发展[5],而贵州省政府也在 2018 年就发布了《中国(贵阳)跨境电子商务综合试验区实施方案》,在之中提出了如数据共享、数据物流配送等体系等建议。

2.5. 新业态广泛推行

2022 年,贵州省的跨境电商新业态模式相较于之前得到了广泛的推行和覆盖,与 2021 年相比,本省的贸易额增长了 252.6%,发展迅速。一般贸易进出口达到了 530.6 亿元[6],与跨境贸易相比增幅下降。而目前贵州省的新业务监管模式在贵州也实现了全覆盖,包括保税进口、零售出口和海外仓出口。通过

贵州省商务部的数据显示, 2022 年贵州跨境电商交易额约为 73 亿元, 比 2021 年交易额高出了 2.3 倍, 其中新增了跨境电商主体 63 家, 其中主要出口的产品种类繁多, 除农产品以外还包括汽配机械、轮胎、坊庄织物等, 交易对象设计到大部分亚洲地区以及美国等发达国家。贵州省跨境电商整体规模偏小, 但是发展潜力巨大, 2022 年贵州省跨境电商交易额达 105 亿元, “一带一路”的建设和完善也为贵州省的跨境电商发展提供了源源动力。

3. 贵州省农村跨境电商现存发展问题

3.1. 缺乏知名跨境电商综合服务平台

贵州省目前已建成多个跨境电子商务平台, 但相关管理运营部门未对平台进行有效的整合, 因此, 全省还未形成统一的运转规模。除此之外, 跨境电商平台的配套设施不完善, 如推广、销售、售后等综合配套能力较低。据《行业研究数据库》调查显示, 中国跨境 B2C 出口等电商成本中, 物流运输和平台的营运成本占比较高, 贵州省的相关产品在进行跨境电商运输过程中, 较大程度地依赖第三方平台, 这对相关企业和农民的营收造成了一定的限制[7]。而当下第三方平台主要依赖于国外电商巨头“亚马逊”集团, 其为客户提供的产品多元化, 其物流链覆盖全球, 目前我国最主要的跨境电商平台为阿里集团旗下的“淘天”, 但是该电商平台仅在国内得到广泛的使用, 跨境电商会较大程度的依赖平台的知名度, 而我国目前对于相关平台的品牌塑造力仍然不足, 在进行跨境电商时, 会更大程度的依赖外来品牌, 从而无法使企业在使用跨境电商平台时从中获取较大的利益。

3.2. 跨境电商物流服务有待提升

在大力发展跨境电商的同时, 需要关注模式的可持续发展问题。根据社会智库网经社会电子商务研究中心《2022 年双 11 期间电子商务用户体验与投诉数据报告》显示, 在使用电子商务过程中, 相关的退款、售后服务、商品质量问题的投诉尤显更多。Ipsos 和 Paypal 联合报告显示, 在全球范围内有接近四分之一的消费者认为网购的配送速度是消费者选择平台的关键考察因素。随着全球电子商务已进入成熟发展时期, 消费者对跨境购物的消费体验要求也相对提高。来自于世界各地的消费者都对配送时效提出了更高的要求, 跨境电商在配送时效中的劣势也显现出来。贵州省农村村落分布较为分散, 物流运输公司相应的村路路途较远, 在运输前端就造成相关的时间损耗; 物流配套运输的设施建设并不够完善和健全, 运输管理之间也存在信息不对称等问题。以贵州省遵义市的蔬菜跨境销售为例, 每年供应国内及海外国家, 全程运输的距离长, 体量较大, 对冷链技术的要求高。初次之外, 售后服务也是海外消费者关注的重点, 受距离和运输成本等相关因素等影响, 农村跨境电商的售后服务成本较高, 很多企业基本没有完善的售后服务体系, 这对消费者的售后体验感不佳, 不利于产业的可持续发展。

3.3. 相关人才匮乏

行业发展的动力是相关人才, 虽然目前贵州省的信息化发展速度较快, 但受环境位置影响, 西部地区的人才引入仍然是一个亟待解决的问题。全省的农资企业大多都是以当地的农民为主, 所受教育水平不高, 对互联网的认知较为浅显。受跨境电商特点影响, 行业从业者对于个人的知识水平较高, 需要掌握外语、国外法规、经济、电商等相关的知识体系, 就业门槛较高[8]。而在人才引进方面, 现阶段西部地区有着天然的引进劣势, 与发达的东部地区相比, 西部各省份除了受当地经济水平不发达的影响因素以外, 还受先天的教育资源所影响, 就贵州省而言, 高校数量较少, 相关专业的开设远不如东部沿海地区。从行业发展动态来看, 浙江等东部省区的跨境电商已发展到较为完善的阶段, 而贵州省仍在快速学习的发展时期, 对于高素质人才的吸引不足。

3.4. 品牌知名度较低

品牌知名度会影响商品的产销,从而制约商品的营销发展。现阶段贵州省跨境的电子商务企业规模较小,大多为小微企业,由于自身规模、财力等各方面的限制,影响力难以得到相应的提升。虽然贵州省有其得天独厚的地理位置,能生产出较为优质的农产品资源,但受制于企业的发展能力,对产品的提炼不足,市场推广能力较弱,难以留住广大消费者。相关人才的匮乏也对品牌的宣传难以起到发挥作用,很多农业企业缺乏品牌意识,没有打造出属于自己独特的产品 IP,因此,难以扩大企业规模,发展相对缓慢。

4. 贵州省跨境电商发展建议

4.1. 协同政府塑造特色跨境电商模式

协同贵州省政府,重点打造农村跨境电子商务的经济平台,削弱对第三方平台的依赖程度。政府通过指导建设一批具有综合性网络服务平台来发展当地的跨境电商服务,打造出一款具备交易、支付和信息服务化为一体的产品销售平台。此外,还要培育相关的电商服务园区,并支持当地商业模式完善、发展前景较大和种类细分较为完善的电子商务平台企业,调动相关企业做数字化转型,鼓励企业深入农村建设之中。传统的商贸流通企业可以依据市场发展特点自建平台来扩大相关产品的网络零售。同时,贵州省要依托于“一带一路”的发展战略,依靠大数据发展技术,加快构建出具有贵州省特色的农村跨境电商模式。

4.2. 培养复合型农村跨境电商人才

贵州省地方政府可建立政府、企业、高校三位一体的复合人才培养体系,政府可设立相关的援助基金,以市场为导向进行指导,支持各地方修建相应的跨境电商人才实践基地;通过引进相应人才,完善人才吸引策略,建立长期的校企合作和人才引进制度,平台与高校达成双向运输,为高校大学生提供实习岗位,高校为机构培养专业性人才[9],以此来解决企业在发展过程中动力不足等问题;除此之外,还要加大人才引进力度,通过设立完善的人才吸引制度,将一批具有实战成熟经验的电商型人才引入,同时还要完善引进后的制度,给予相应人才可发挥的空间,杜绝企业经营者大权独揽,做形式主义等情况出现。

4.3. 大力培育优质电商示范区

贵州省优质农产品种类繁多,农业企业多元化,竞争也相对激烈。在各区政府的指挥下,可结合各地的特色打造相应的特色园区,提高相关产业园区的对外宣传力度,加大企业和物流企业的合作力度,推动产业规模化和集约化的生产方式,加大贵州省各特色园区间的协调能力,打造优质电商示范园区。首先,打造电商示范园区有利于推动产品品牌建设,尤其是针对于跨境电商,农产品的品牌能较大程度吸引消费者;其次,在培育示范区时要加大各区域之间的合作,优化供应链路,减少产品在运输过程中的损耗成本;最后,要加强对示范园区的管理,提高相应的经营管理水平,运用现代的电商知识体系,完善和学习相应的管理知识、技术和手段,提高内部管理力度,着力建设企业的经营话科技水平。

4.4. 减少物流成本,提高农产品出口质量

全球的电商消费者都尤为关注产品的售后服务质量和配送时效,通过减少运输链路,提高运输效率,优化农产品出口质量,能有效的解决相关问题的发生。相关企业要提高企业的生产水平,优化海关通关效率、产品配送以及相关合作物流企业的工作效率,推动“大数据 + 运输”的科技化运输物流体系,减

少跨境电商物品的物流成本, 完善“跨境电商 + 海外仓”的发展模式[10]。加强对农产品出口质量的把关, 完善相关的制度, 提升产品的筛选机制和冷链技术, 同时也要利用好本省的大数据技术对产品的各个环节进行把关, 淘汰掉劣质产品, 促进农村跨境电商的良性发展。

4.5. 打造特色品牌, 深化品牌效应

跨境电商依赖于口碑传播和品牌效应, 尤其是针对于农产品电商而言, 打造特色的本地品牌, 有效助力跨境电商的发展。政府可以加强本地特色农产品的媒介宣传力度, 与文旅部门联合打造专属的农旅融合特色, 一方面可带动当地旅游业的发展, 另一方面能通过品牌的宣传反哺当地农产品的交易。打造示范性品牌, 推动一系列品牌体系的搭建, 充分发掘地标产品的潜力[11]。可将贵州的白酒与农产品进行品牌捆绑, 把贵州省特色的少数民族文化与电商进行结合, 通过文化和旅游宣传相关产品, 培育当地特色的电商产品品牌。

5. 结束语

目前, 贵州的电商发展以具备较好的外部发展因素及发展基础, 政府和企业要把握好现下的发展机会, 合理利用自己的优势, 打造属于自己的跨境电商特色模式。同时, 要考虑到跨境电商物流运输过程的成本, 要降低在运输过程中所产生的物流成本, 提高相应物流技术的发展, 还要利用好当地的大数据优势, 提供可持续发展的优质产品, 提高我国农业企业外贸进出口的实力。

参考文献

- [1] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.
- [2] 朱登芳. 百企千品直上“云”销[N]. 贵州日报, 2023-11-22(002).
- [3] 曾璐. 贵州省跨境电子商务发展现状及对策探析[J]. 商场现代化, 2020(22): 43-45.
- [4] 陈媛媛. 大数据背景下贵州跨境电商创新模式研究[J]. 营销界, 2021(31): 60-61.
- [5] 刘佳兴. 贵州农产品跨境电商发展现状及策略研究[J]. 农村经济与科技, 2023, 34(6): 250-253.
- [6] 胡冰鸿, 李文驹, 张洲琳. 跨境电商模式下农产品出口助力乡村振兴的潜力探析——以贵州省为例[J]. 商场现代化, 2024(10): 68-70.
- [7] 李璇. 乡村振兴背景下农村电子商务发展策略[J]. 商场现代化, 2023(15): 52-54.
- [8] 彭剑波, 覃亦欣. 我国跨境电子商务发展的现状、问题及对策[J]. 法制与经济, 2020(6): 115-117.
- [9] 陈岩, 王文会. 农村电商何以精准脱贫后[J]. 人民论坛, 2020(15): 106-107.
- [10] 张琴. 大数据背景下跨境电商物流发展现状与对策分析[J]. 中国管理信息化, 2021, 24(18): 82-83.
- [11] 鲁钊阳. 农产品地理标志对跨境农产品电商发展影响的实证研究[J]. 中国软科学, 2019(6): 67-84.