

贵州省农产品跨境电商发展思考

陈 欣

贵州大学管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年4月30日; 录用日期: 2024年9月23日; 发布日期: 2024年9月30日

摘 要

在数字经济迅猛发展的时代背景下, 跨境电商的出现为贵州省农产品的跨境贸易发展带来了新的发展契机, 注入了新鲜血液, 推动了贵州省传统农业向信息化、现代化的变化发展, 促进了当地农业智能化的进程。跨境电商对于当地农产品国际贸易发展是优势与挑战兼并。一方面, 贵州省农产品享有得天独厚的地域优势、丰富的农业资源优势以及良好的政策优势的发展时机, 另一方面当地也面临着农产品质量与安全规范标准不统一、法律法规不足、品牌效应不佳以及缺乏农产品跨境电商人才的发展难题。本文旨在帮助贵州省充分地运用跨境电商平台, 更好地把握住跨境贸易的发展良机。此外, 针对贵州省农产品目前跨境贸易电子商务所面临的难题, 本文提出了具有可操作性、可实现性的应对方案, 以更好地帮助贵州省传统农业商务向现代化电子商务的转型发展, 打造专属的农产品品牌, 提升当地农产品的核心竞争力, 以更好地促进地方农业经济增长与持续发展。

关键词

贵州省, 农产品, 跨境电商

Reflections on the Development of Cross-Border E-Commerce for Agricultural Products in Guizhou Province

Xin Chen

School of Management, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 30th, 2024; accepted: Sep. 23rd, 2024; published: Sep. 30th, 2024

Abstract

In the context of the era of rapid development of the digital economy, the emergence of cross-border e-commerce for the development of cross-border trade in agricultural products in Guizhou Province

文章引用: 陈欣. 贵州省农产品跨境电商发展思考[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 87-94.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1341126

has brought new development opportunities, injected fresh blood, promoted the development of traditional agriculture in Guizhou Province to the information technology, modernisation changes, and facilitated the process of local agricultural intelligence. Cross-border e-commerce for the development of international trade in local agricultural products is a combination of advantages and challenges. On the one hand, agricultural products in Guizhou Province enjoy the unique geographical advantages, rich agricultural resources and good policy advantages of the development of the time, on the other hand, the local also faces agricultural products development challenges: the quality of agricultural products and safety norms and standards are not uniform, the lack of laws and regulations, the brand effect is poor and the lack of cross-border e-commerce talents. The purpose of this paper is to help Guizhou Province to fully use the cross-border e-commerce platform to better grasp the development opportunities of cross-border trade. In addition, for the current cross-border trade e-commerce problems faced by agricultural products in Guizhou Province, this paper puts forward an operable and achievable response plan to better help Guizhou Province's traditional agribusiness to modernise e-commerce transformation and development, to create an exclusive brand of agricultural products, to enhance the core competitiveness of local agricultural products, and to better promote the growth and sustainable development of the local agricultural economy.

Keywords

Guizhou Province, Agricultural Products, Cross-Border E-Commerce

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

跨境电商，全称跨境电子商务，是指分属于不同关境的交易主体，通过电子商务平台进行交易并完成支付结算，借助跨境物流完成商品送达、最终实现交易的一种国际商业活动[1]。跨境电子商务具有全球化、无纸化、发展迅速等鲜明特点，当前跨境电商可分为 B2B、B2C、C2C 等交易模式，此外这一商业模式融合了外贸、电子商务、跨境物流等多种因素。目前据海关统计，2023 年中国跨境电商出口金额达到 1.83 万亿元，相比于去年增长 19.6% [2]。跨境电子商务的出现，使得商户可以突破地域限制，将农产品销往全球各地[3]。因此，伴随着跨境电子商务的蓬勃发展，其为世界各地的消费者提供了更加丰富的商品选择，其也为全球各地的商户、企业提供了更为广阔的市场空间，推动了各地的农业信息化、智能化的发展，也推动了国际贸易的便利化、自由化的发展进程。

贵州省位于中国西南部，是一个拥有喀斯特地貌的高原省份。贵州农业资源富集，当地气候温暖湿润、土壤肥沃、降雨量充沛，这些得天独厚的自然条件为贵州省的农业发展提供了良好的先天环境，故盛产多种农产品。贵州省盛产土豆、玉米、水稻、油菜花等多种农作物，此外其还盛产烟草、中药材、茶叶等多种经济农作物。复杂多样的生态环境使得贵州蕴藏着极为丰富的生物资源，但是由于对外贸易的发展落后以及当地的物流运输等方面的不健全，使得贵州农业经济发展仍处于较低水平，大批农产品被积压浪费，农民收入不可观。

因此，如何将贵州省的农产品与电子商务相结合，助推当地农产品跨境电商的发展，解决当地农户收入状态不佳，为当地经济注入新的发展机遇是当前急需解决的难题。本文旨在帮助贵州省农产品跨境电商电子商务实现快速发展，把握发展良机，促进贵州省地方经济增长。

2. 贵州省农产品跨境电商发展现状

2.1. 地域优势

伴随着国家“一带一路”政策的实施，以及内循环、外循环新发展格局的逐渐形成，中国的跨境电子商务贸易得以蓬勃发展，这为贵州省农产品的出口和对外贸易的后续发展提供了有力的发展条件[4]。在过去有人形容贵州“天无三日晴，地无三尺平”，现如今经过数十年的发展贵州的交通运输已经发生了天翻地覆的改变。首先，在陆路运输方面，贵州已经实现了县县通高速，据相关数据统计贵州省已建成的公路总里程突破 8000 公里，公路运输条件便利；在铁路建设方面，贵州的高铁线路已经东至上海、北京，中通西安，南至广州，西到昆明，形成了四通八达的铁路运输网络，为国际铁路运输提供了有力支持。其次，在航空运输方面，该省有贵阳龙洞堡、凯里黄平机场、遵义新舟机场、黎平机场多个国际机场，国际航空运输便利。最后，在水路运输上，贵州水上交通达 3957 公里。四通八达的交通运输网络为贵州的跨境电商货物能够快速、高效地运往全球各地提供了扎实的物质基础。其次，仔细观看贵州省的地理位置可以发现其是一个“近海、近边、近江”的浅内陆省份，其可直接融入“珠江-西江经济带”、“长江经济带”，往南其可融入“珠三角”经济区，往西其与越南、老挝等国家相邻。这一地理优势让贵州在跨境电商贸易上能够充分发挥其作为“一带一路”的重要联结点，也使得贵州省成为西南联结华南、华中地区的经济纽带。同时，贵州省与其周边贸易尝试的合作也十分紧密。这些独特的地域优势都有利于贵州省进一步扩大跨境电子商务贸易的发展，扩大其国际市场，促进当地的贸易往来，使其农产品的跨境电商得以更好的发展。

2.2. 农业资源优势

贵州拥有丰富的农业资源。该地区属于亚热带温湿季风气候区，具有“冬无严寒、夏无酷暑、丰富的降水量、雨热同季”的特点，这些自然的气候条件对农业生产有利，特别是有利于农作物的生长及其营养成分的积累。据贵州省统计局统计显示，贵州省农产品种类繁多，该省栽培的粮食、油料、经济作物、水果高达 400 多种；可食用的野生淀粉植物、油脂植物、维生素植物高达 500 余种；天然优良牧草 260 多种；养殖有 37 个畜禽品种。

与此同时，贵州还盛产多种原生态、有机无公害的绿色农产品。这是由于贵州高海拔气候特征使得昼夜温差大，有利于农作物营养成分的积累，具备发展夏秋蔬菜等的独特优势。这些绿色、有机、安全天然的农产品契合了当代消费者对健康、环保、安全的饮食追求[5]。除此之外，贵州还盛产中药材和茶叶，因而贵州也被称为是中国四大药材产区之一，也是茶叶的原产地。贵州盛产的中药材、茶叶在国内外市场上都享有很高的声誉，这些特色农产品都有利于贵州的国际贸易发展。同时，根据贵州省农业农村厅报道，该地区农业资源优势明显，近些年贵州省农业呈现增长的态势，农、林、牧、渔以及畜牧业的增加值也都呈现增长的趋势，农业品牌效应也日益凸显，其中虾子辣椒、兴仁薏仁米、威宁洋芋等多个品牌入选“中国百强农产品区域公用品牌”。

这些生态优势、农业资源优势为贵州省农产品跨境电子商务的发展提供了坚实的基础，同时多种类、天然有机、独特的农产品也使得贵州省的农产品在国内外市场上具有较大的发展潜力和竞争力。随着跨境电商平台的不断发展和完善，如何利用好贵州特色农产品的优势占领国际市场先机，使得该省农产品有更多的机会走向全球，实现农业资源的优化配置和价值的最大化，打造属于贵州特色农产品的跨境电子商务贸易的问题迫在眉睫。

2.3. 政策优势

有学者提出，为了助推农产品跨境电商的发展，国家出具了许多政策优势，例如“一带一路”、“政

策红利等等[6]。2024年4月国家外汇管理局出台了《国家外汇管理局关于进一步优化贸易外汇业务管理的通知》，该通知推出6项政策举措，其中包括优化外贸企业名录登记管理、便利企业跨境贸易外汇收支结算、清理整合货物贸易外汇管理规定等。这一通知的推出明确规定要优化外汇业务流程，进一步推进跨境贸易便利化，以切实提升服务实体经济质效。2024年2月中央一号文件中提出确保国家粮食安全放在首位，并围绕主要农产品的稳产保供展开政策布局，强调了粮食产能提升，并将粮食增产的重心放到大面积提高单产上。此外，该文件还注重农业生产的全面振兴，以推动乡村经济的发展。以及2023年发布的《商务部关于下达2024年部分农产品出口配额第一次分配的通知》，该通知涉及农产品出口配额的分配和管理，确保配额的合理发放和使用，以提高配额使用效率。同时，对配额的二次分配、安全生产监督等方面也提出了具体要求，以促进农产品出口的健康有序发展。

在2023年8月，贵州省人民政府办公厅印发了《中国(铜仁)跨境电子商务综合试验区实施方案》，该方案旨在全面推进中国(铜仁)跨境电子商务综合试验区建设，通过优化跨境电商发展环境，创新跨境电商发展模式，提升跨境电商发展水平，推动铜仁市跨境电商产业的快速发展。此外，其中也涉及到了农产品跨境电商的相关内容，通过跨境电商平台推动农产品的出口。次年2024年3月，贵州省省务厅下达了《省商务厅关于开展2024年跨境电商项目申报有关工作的通知》，文件中明确了贵州省对跨境电商的支持方向，其中包括支持跨境电商重点项目建设、跨境电商人才培育孵化实训基地建设、跨境电商产业园建设以及跨境电商市场拓展等。具体的支持措施包括推动“跨境电商+产业带”的协同发展，培育建设创新型产业集群跨境电商产业园，以及支持跨境电商企业开展线上营销推广和入驻国内外知名跨境电商平台等。

这些相关政策文件的出台，体现了国家和地方对农产品跨境电子商务贸易的高度重视，并且为了相关行业能够得到更好地发展提供了强有力的政策支持和政策保障。面临这些政策红利和政策保障的扶持和鼓励，贵州省如何完美结合特色农产品与跨境电商的发展道路，提升该省的国际贸易现状，以推动跨境电商和农产品出口行业的持续健康发展仍有研究的必要。

3. 贵州省农产品跨境电商发展现存问题

3.1. 农产品质量与安全标准不统一

农产品跨境电商的交易涉及不同的国家和地区，不同的国家和地区之间对于农产品的质量以及安全标准存在着不同的要求，故出口农产品的质量标准和安全问题成为了贵州省农产品出口的威胁之一。由于在不同的国家，农产品的生产、加工、储存以及运输等各方面存在着差异，故而可能导致农产品的质量不一致，例如一些添加剂以及制作工艺在我国是被允许的，但在其他国家被明令禁止。此外，由于农户的质量意识薄弱，并且在产品储存和运输的过程中控温意识以及控温设备技术的缺失等现象都会导致农产品的质量不一，影响消费者的购买决策以及体验感受；其次，农产品的安全问题也是一大挑战。“民以食为天”，食品安全与人民息息相关，故各国都对食品安全有着严格的法规、检测手段以及标准。在某些发达国家，其对产品的安全要求系数高，致使贵州省农产品的出口更加困难，同时在进行农产品跨境电商的交易模式中会带来食品安全监管的难题，例如可能会存在农产品质量信息不透明、产品追溯体系不健全以及农产品药物残留等问题，这些因素直接影响着贵州省农产品的信誉、出口量以及产品的质量安全问题。

3.2. 法律法规的挑战

跨境电子贸易需要涉及到不同的国家以及地区的法律法规，不同的国家或地区在产品质量、商品安全、环保要求等方面可能存在着差异化的法律法规要求，这就很有可能会导致贵州省的农产品企业在进

行跨境电子贸易的时候面临着合规风险。首先,跨境电商涉及海关、外汇、税务等多个领域的法律法规,面临这些具有差异化、复杂性以及变化性的税务问题,例如不同的关税、增值税等的规定、海关监管问题和不同外汇结算等问题,都可能给贵州省农产品企业带来实际操作以及经营的困扰和法律风险。此外,就农产品自身而言,不同的国家或地区对进口农产品的质量规范标准、农药残留量标准、添加剂使用类型以及添加剂使用量的标准等等方面有着差异化的要求规定。最后,进行跨境电商的农产品企业其还可能面临着消费者权益保护、知识型产权等等法律问题。例如,贵州省的农产品企业需要确保所售农产品在包装、宣传上不侵犯他国的商标、专利等知识产权问题。除此之外,贵州省农产品企业还需要保护他国消费者的权益,例如提供可追溯的农产品来源、准确的商品信息、商品质量安全的保障、售后服务等的处理。

3.3. 品牌效应不足

当前在国际贸易市场上,农产品的竞争不再为传统的产品数量,而是转变为对农产品质量、安全、营养价值、品牌、服务等等的综合竞争。品牌的知名度对产品的销售量、消费者的信赖程度,用户的黏性密切相关,进而会影响到产品跨境电子贸易的营销发展。当前,贵州省农产品品牌的建设工作在稳步的推进,但是大部分农业产品的品牌知名度,品牌效应仍然不足,国际影响力欠缺,使得贵州省农产品难以更好地实现“走出去”的营销方式[7]。究其缘由,大致存在以下四点问题。第一,品牌意识淡薄。目前大多数贵州农产品企业无法正确意识到品牌形象对自身农产品国际贸易发展的影响,品牌建设投入小,品牌建设不足。在国际贸易大环境下,多数贵州农资企业只关注了自身农产品的价格、数量、运输成本以及储存成本,因而在国际市场上只能被动打价格战,无法突出企业产品的优势获得国际市场主动权。第二,品牌影响力难以真正获得提升。当前贵州农产品进行跨境销售的企业多为小微企业,这类企业其自身规模、财力、资源等都较为有限,致使贵州农产品品牌的影响力难以得到实际的提升,各个企业的国际市场推广能力不足,难以留住优质客户,难以增强消费者黏性。第三,品牌保护意识欠缺。部分企业即使自身拥有已注册的商标,但是其欠缺品牌的保护意识,致使其企业的产品品牌受到其他企业的模仿、抄袭、滥用,这样的品牌发展难以获得用户的长期信任,持久认可,难以增强消费者与产品的黏度。第四,接受新鲜事物能力薄弱。在贵州省,农产品的经营多为个体户,这部分群体跨境电商意识薄弱,信息渠道不流畅,大多数个体户会直接选择自产自销,即使了解政府对国际电子商务实施的政策,也会由于自身抗风险能力薄弱,不敢接受新鲜事务,选择望而止步,不愿尝试。

3.4. 跨境电商人才短缺

有研究发现农产品跨境电商人才短缺[8]。随着跨境电子商务行业的迅速发展,该行业对相关人才的需求量也在持续增加,但是现有的人才储备量却无法满满足农产品跨境电商发展的需求[9]。对于跨境电商行业而言,目前需要具备跨境贸易法律法规、电子商务贸易、外语沟通交流等多方面知识和技能的专业人才。然而,当前从事农产品贸易的农资企业大多以当地农民为主,这部分群体具有年龄较大难以接受新鲜事物、学习能力不佳、缺乏创新意识、整体综合素质不足的特点,难以满足当地农产品行业实现跨境商务的发展需求。并且,农产品跨境电子商务还缺乏对农产品和跨境电子贸易有深入了解的全才,例如包括对相关农产品的生产、加工、运输、储存、品质等方面有所了解,此类人才在贵州省内同样稀缺,主要体现为拥有农业相关知识的农民缺少跨境电子贸易的知识,从而限制了当地农产品国际商务的发展,也不利于该地农产品未来跨境电子商务的可持续发展。此外,贵州省当地的国际贸易电商人才结构也存在一些不足,目前,贵州省农产品行业内的人才大多集中在中低端水平,缺乏能够进行战略规划、市场分析等方面的高端人才,这一问题也在一定程度上制约了贵州省农产品国际贸易的进一步发展。

4. 贵州省农产品跨境电商发展建议

4.1. 建立和完善跨境农产品质量安全体系

针对贵州省农产品质量以及安全标准不统一的问题，当地政府应该建立和完善跨境农产品质量安全标准体系，以促进该地农产品跨境电子商务贸易的稳健发展，我们可以遵循以下措施。第一，增强相关部门的监管力度。相关部门要加强对跨境电商平台上产品的监管，以确保进出口农产品符合国际质量安全标准的规范，如对进出口农产品的品质认证、检验检疫、安全质量等问题加强监管。第二，建立农产品信息共享机制。通过该信息共享机制以实现各环节农产品信息的互联互通，一方面有利于消费者查询相关农产品的产品信息，增强客户对贵州省农产品的信赖；另一方面便于相关监督管理的部门进行农产品质量安全信息的后续跟踪，确保进出口农产品质量安全有迹可循，有源可溯。第三，采取并推广先进绿色的农业技术。当地相关部门应该宣传、鼓励并支持贵州省农户采用先进的、绿色的农业生产技术以及管理方法，如推荐农户使用绿色健康的农药，以更好地提高当地农产品的产量以及质量问题，减少农产品农药残留问题以及农药环境污染等难题。第四，提高农产品标准化建设的标准。相关部门应该制定和完善合理的农产品标准体系，推动贵州省农产品在生产、加工、包装、储存、运输等相关环节的标准化发展，以增强对农产品质量安全的监管，确保当地农产品质量安全可控。第五，建立健全的农产品质量安全认证制度。贵州省应该通过建立相应的农产品质量安全认证制度，以更好地推动贵州省农产品质量安全认证工作的有序开展，对符合相应标准的农产品进行认证，增强消费者对该地农产品质量与品质的信赖度。第六，借鉴成功经验。不论是国内农产品跨境电子商务的成功经验，还是国际先进的经验，贵州省一定要基于自身实际情况，科学地借鉴相关经验，积极借鉴他省或他国在农产品跨境电商质量安全和监督管理方面取得的成功经验和方式方法，不断的提高当地农产品品质的监督管理水平。第七，积极参与国际规则的制定。我国相关部门应该积极投身入国际农产品质量安全的制定和修改工作中去，为我国农产品国际电子商务贸易的发展争取更多的权益和国际话语权。

4.2. 熟悉与遵守相关法律法规，打破贸易壁垒

为了让相关农资企业避免出现合规风险，维护好自身的权益，更加熟悉并主动遵守农产品跨境电子商务的相关法律法规，打破国际贸易的壁垒，具体措施如下所示。第一，建立跨境电商法律咨询服务机制。贵州省应该通过建立专门的跨境电商法律咨询机构或平台，为相关农资企业以及商户提供法律咨询以及相应的援助服务，帮助商户了解并熟悉相应的法律法规，提高商户的法律意识、合规意识。第二，促进商户对跨境电商法律法规的熟悉及遵守。相关部门可以定期或不定期开展相应合规培训，进行跨境电商法律法规知识竞赛，或者通过相关课程传授跨境电商相关知识，如税收政策、进出口法规、外汇结算、消费者权益保护等方面的知识，来切实地帮助我们的商户提升相应国际贸易知识，同时还可以根据不同商户经验的特点制定个性化的课程教学，以确保培训内容的可操作性和可实现性。第三，建立合理有效的激励机制及处罚制度。合理有效的激励以及处罚都可以在一定程度上起到规范商户行为，形成良好的市场竞争环节。对于那些合规经营、遵守法律法规、诚信经营的商户，贵州省相关部门应该对其给予支持，给予其一定的政策支持以及奖励支持，以奖励商户积极遵守跨境电商的法律法规，形成市场的良性竞争。此外，对于破坏市场良性循环，有违法行为的商户，也要加大对该行为的处罚力度，形成有效的法律威慑，以杜绝此类违法行为的反复出现。第四，加强国际合作与交流。我们要加强与其他国家，其他地区以及其他贸易伙伴的合作，为贵州省农产品的跨境电商的合作与发展提供良好的国际竞争环境，协同各个地方的商户谋求共同发展，降低各地区的贸易壁垒，共同推动跨境电商法律法规的建立、完善和实施，以营造良好的国际竞争环境，促进各地跨境电商的稳健发展。

4.3. 加强品牌建设，提高核心竞争力

由于贵州享有得天独厚的农产品种植环境，该省农产品种类繁多，并且伴随着跨境电商的发展，贵州省农产品在国际市场上的产品生产占有率也在逐渐的提高，但是随着该区域的跨境电商发展，我们也不难发现其存在着品牌影响力不足的现实问题，本文拟出以下建议，以望提升该地农产品品牌影响力及其核心竞争力。第一，深入挖掘该省农产品品牌核心价值。贵州省位处于西南内陆地区腹地，其拥有独特的地理环境、宜居的气候条件等先天环境条件，形成了该省农产品的独特性。此外，贵州省居住着大量的少数民族，其背后关于农产品的故事、少数民族文化、红色文化和历史背景，使得贵州省农产品品牌具有独特性和辨识度，可以通过诉说贵州故事来增强消费者的认同感。第二，制定明确的品牌发展战略。相关部门要根据当地农产品的特点和国际市场的需求，来制定符合贵州省现状的品牌发展战略。可以从贵州省农产品品牌定位、目标市场、品牌形象、品牌传播等方面进行制定，其中应该努力实现品牌定位精准，目标市场细分，品牌形象鲜明，品牌传播有效的品牌发展战略。第三，提高农产品品牌包装和设计水平。消费者直观感受品牌的重要方式之一便是对该品牌的品牌包装和设计的感知。贵州省要想提升当地农产品的包装水平和设计水平，要使得该品牌既符合农产品的特点，又要能够抓住消费者的眼球。同时，为了实现更好的可持续发展，在包装材料应该采用环保、安全的材料，而针对其设计风格应该要符合产品特性，简洁大方，同时注重细节把控更好地提升该农产品品牌的质感。第四，多元化、创新化品牌传播。贵州省可以通过多种渠道来进行农产品品牌的宣传和推广，以拓宽该地农产品的销售渠道，提升品牌的影响力。例如通过线上线下相结合的传播方式。在线上可以利用互联网、社交媒体、网络直播等新兴媒体来进行传播。在线下贵州省可以通过组织线下活动来进行推广，例如农产品品鉴会、农产品展览会。此外还可以与其他品牌方进行跨界合作、跨界联名等方式来扩大该省农产品的品牌知名度和影响力。第五，建立品牌信任度和良好口碑。“打铁还需自身硬”，要想建立该省的品牌信任度和良好的口碑，首先要确保自身农产品的品质安全和健康安全。这就需要相关部门严格的把控进出口农产品的质量安全以及食品安全问题的监管，此外，面临突发情况时，农产品品牌方要积极回应并解决消费者的反馈以及投诉问题，做好紧急公关工作，以提高消费者的满意度，增强消费者与产品的黏性。

4.4. 完善人才培养体系，促进跨境电商发展

人才引领驱动高质量发展，针对贵州省跨境电商人才储备欠缺这一难题，可以从以下几个方面进行改善。第一，积极引进外部优秀人才。对于那些具有丰富跨境电商经验和成功案例的人才，贵州省可以进行优秀人才引进，通过为这类人才提供良好的工作环境以及工作待遇，解决其配偶以及安家等问题，吸引外部人才，聚人才之力，以促进贵州省农产品跨境电商的更好发展，为当地电商注入新活力。第二，加强校企合作，全方位培养人才。各个高校和相关研究机构可以针对贵州省农产品跨境电商的发展现状，实际需求来开展相关研究和项目合作，为当地培养更多具有跨境电商技能的优秀人才[10]。第三，鼓励和支持当地的创业者投身于农产品跨境电商领域。相关部门可以为创业者提供资金支持，制定相关创业扶持制度，以激发创业者的创业热情、创新能力以及冒险激情，更好地实现贵州省农产品跨境电商产业的持续健康发展。第四，学习他国或他省成功经验。通过借鉴其他省份或国家的成功经验，学习其解决人才储备不足这一问题的方式方法，然后结合贵州省的真实实际情况，一定要实事求是，制定出更加合适的解决方案。

5. 结语

综上所述，随着跨境电商的发展，贵州省农产品拥有发展优势的同时也面临着发展的挑战。跨境电商为贵州省传统农产业更好的发展提供了更为广阔的市场。借助于该平台，农产品不再受到传统销售渠

道以及地域空间的限制，其所面临的消费者群体更巨大，更全面，这为贵州省农产业的国际贸易发展提供了更多的商机以及发展空间。同时跨境电商可以提供方便快捷的支付手段、便捷的物流配送以及更为广阔的商品选择，大大地提升了消费者的购物体验及其生活质量，促进了贵州省地方农业经济的发展。但是贵州省农产品也面临着诸多挑战。贵州省应建立和完善跨境农产品质量安全体系，提高自身农产品的质量与安全。同时，要想助力农产品跨境电商的迅速发展，要让当地企业以及个体农户熟悉并遵守相关法律法规，以打破贸易壁垒，获得更好的发展。此外，加强品牌建设，提高核心竞争力也是农产品跨境电商成功必不可少的一环，建设好贵州省农产品的品牌，有利于当地农产品国际贸易的持续稳健发展。最后，该地区还要重视完善人才培养体系，促进跨境电商发展，增加该地区农资企业以及农民的经济收入，促进当地农业经济的持续增长。

致 谢

感谢各位学者对农产品跨境电商的研究，为我后续的研究提供了灵感与思路，也感谢所有帮助过我的老师以及同学，衷心感谢！

参考文献

- [1] 庞东升. 跨境电商在中小企业发展中的应用[J]. 电子商务, 2015(10): 35-36.
- [2] 李峰. 2023 年我国跨境电商出口特点、机遇与挑战[J]. 供应链管理, 2024, 5(3): 20-26.
- [3] 李程. 跨境电商对传统农产品国际贸易的挑战与机遇[J]. 商展经济, 2024(4): 80-83.
- [4] 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.
- [5] 杜校辉. 贵州省农产品销售对策研究[J]. 广东蚕业, 2022, 56(6): 132-134.
- [6] 孙长平. 乡村振兴背景下农产品跨境电商发展现状及策略研究[J]. 农业经济, 2022(11): 141-142.
- [7] 曹帅英. 乡村振兴背景下贵州农产品区域公用品牌融合发展研究[J]. 理论与当代, 2024(1): 47-49.
- [8] 李笑晓. 农产品跨境电商发展策略研究[J]. 广东蚕业, 2023, 57(10): 72-74.
- [9] 贾书源. 新时期我国农产品国际贸易与跨境电商发展[J]. 中国储运, 2023(7): 156-157.
- [10] 刘阿娜. 农产品跨境电商的发展对电商人才的要求极其培养研究[J]. 农业经济, 2019(12): 111-113.