

广东省农产品跨境电商发展策略研究

周逸嘉

江苏大学马克思主义学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年7月14日; 录用日期: 2025年8月1日; 发布日期: 2025年9月1日

摘要

随着全球经济一体化进程的加速, 跨境电商已成为推动国际贸易发展的重要引擎。广东省作为我国经济强省和农业大省, 其农产品跨境电商的发展不仅关系到地方经济的转型升级, 更是实现乡村振兴战略的关键路径。本文系统分析了广东省农产品跨境电商发展的地缘优势、基础设施及政策环境, 深入探讨了当前面临的主要问题, 并提出了针对性的发展策略。通过优化物流体系、强化品牌建设、培养专业人才等措施, 旨在提升广东省农产品的国际竞争力, 促进农业增效和农民增收, 为全国农产品跨境电商发展提供借鉴。

关键词

广东省, 农产品, 跨境电商, 发展策略

Research on the Development Strategies of Cross-Border E-Commerce for Agricultural Products in Guangdong Province

Yijia Zhou

School of Marxism, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jul. 14th, 2025; accepted: Aug. 1st, 2025; published: Sep. 1st, 2025

Abstract

With the acceleration of the process of global economic integration, cross-border e-commerce has become an important engine driving the development of international trade. As a strong economic province and a major agricultural province in China, the development of cross-border e-commerce for agricultural products in Guangdong Province is not only related to the transformation and upgrading of the local economy, but also a key path to realizing the rural revitalization strategy. This paper

文章引用: 周逸嘉. 广东省农产品跨境电商发展策略研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 89-94.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1492888

systematically analyzes the geographical advantages, infrastructure and policy environment for the development of cross-border e-commerce of agricultural products in Guangdong Province, deeply explores the main problems currently faced, and proposes targeted development strategies. By optimizing the logistics system, strengthening brand building and cultivating professional talents, the aim is to enhance the international competitiveness of agricultural products in Guangdong Province, promote agricultural efficiency and farmers' income growth, and provide reference for the development of cross-border e-commerce of agricultural products across the country.

Keywords

Guangdong Province, Agricultural Products, Cross-Border E-Commerce, Development Strategy

Copyright © 2025 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

广东省作为我国经济最发达的省份之一，近年来在跨境电商领域取得了显著成就。2023 年，广东跨境电商进出口总额突破 8000 亿元，占全国跨境电商进出口总额的三分之一以上[1]。然而，尽管广东省在跨境电商领域具有领先优势，但其农产品跨境电商的发展仍面临诸多挑战。农产品的易腐性和季节性等特质，使得物流和供应链管理面临更高的挑战。此外，国际市场对农产品质量标准的差异也增加了出口难度。因此，研究广东省农产品跨境电商的发展策略，对于提升农产品国际竞争力、推动乡村振兴具有重要意义。

本文旨在分析广东省农产品跨境电商的发展现状，找出主要问题，并提出实施可行的发展策略。通过优化物流体系、强化品牌建设、培养专业人才等措施，提升广东省农产品的国际竞争力，促进农业增效和农民增收。同时，本文的研究成果也可为其他省份的农产品跨境电商发展提供参考和借鉴。

2. 广东发展农产品出口跨境电子商务的优势

2.1. 广东省地缘优势突出

广东省具有极为突出的地缘优势。作为我国南部沿海的核心区域，它凭借独特的地理位置，构建起了多维度交通网络体系。在交通方面，其优势显著。广东省依托发达的航空运输系统、毗邻港澳的区位条件以及江海联运的地理特征，形成了辐射内陆、连通全球的综合交通格局。在陆路交通方面，广东与广西、湖南、江西、福建等邻近省份均已建立了三条或更多的高速公路通道，形成了一个区域性的快速运输网络。从历史维度看，广东自唐代以来便一直是我国重要的对外通商门户，近代更是发展成为连接太平洋、印度洋与大西洋的国际贸易枢纽，作为海上丝绸之路重要始发地的商贸传统延续至今。在当代“一带一路”建设中，该省借助港澳跨境协作优势，形成了贯通东盟国家的海陆双通道农产品国际物流体系，有效促进了区域经济要素的跨境流动。特别是粤港澳大湾区发展规划实施后，政策红利的持续释放显著提升了广东在国家战略布局中的节点地位，推动其交通基础设施朝着智慧化、立体化方向加速演进，进一步强化了区域互联互通的枢纽功能。

2.2. 广东省跨境电商基础良好

广东省是我国跨境电商发展的先行者，拥有成熟的电商平台和丰富的运营经验。截至 2020 年 5 月，我国跨境电商综合试验区数量已达 105 个，其中有 13 个在广东省，位居全国第 1 [2]。这些试验区通过政

策创新和制度优化,为农产品跨境电商提供了良好的发展环境。例如,佛山市南海区和汕头市澄海区被认定为“农产品跨境电子商务”综合试验区,推动了农产品从生产到销售的全流程电子化。同时,由于该省拥有高度发展的跨国物流网络,如阿里巴巴、速卖通、亚马逊等知名跨境电商企业在此蓬勃兴起,吸引大量从业者参与其中,并采用多种多样的经营策略和服务手段,因此,广东已然成为了中国农产品跨境电商产业的重要基地之一。

2.3. 广东省农产品跨境电商政策助力

广东省农产品跨境电商的快速发展得益于多层次政策的协同支持。2021年2月21日,国家发布了《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》,明确提出了“深入推进电子商务进农村和农产品出城进村”的目标。这一政策将农产品跨境电商纳入城乡经济循环体系,为广东提供了宏观政策引导。广东省积极响应,于2021年12月颁布《关于推进跨境电商高质量发展的若干政策措施》,通过资金补贴、税收优惠、通关便利化等具体举措支持企业拓展国际市场,优化供应链管理。此类政策不仅强化了跨境电商在农业转型中的战略地位,还通过财政激励降低企业经营成本,提升市场竞争力。与此同时,为应对跨境电商的法律风险,广东省同步推进法治化建设。2021年5月18日,司法部印发了《“乡村振兴法治同行”活动方案》,提到加强公共法律服务平台建设、补齐乡村公共法律服务短板、开展乡村企业“法治体检”专项活动等主要措施,宣传涉农法律知识[2],有效补齐了乡村公共法律服务短板,通过宣传涉农法律知识为企业规避国际贸易纠纷提供制度保障。

3. 广东省农产品跨境电商发展现存问题

3.1. 物流体系不完善

广东省农产品跨境电商的物流体系仍存在显著短板,制约了跨境贸易的效率与效益。首先,冷链物流基础设施薄弱。据中国冷链物流网信息中心的相关数据显示,广东每年大约有20%~30%的生鲜农产品在运输途中腐坏变质,造成严重的经济损失[3]。其次,国际物流信息化与专业化水平较低。当前国际物流环节多、效率低且成本偏高,难以形成系统化的冷链物流运营模式,降低了农产品出口的新鲜度与安全性。此外,跨境物流网络协同性不足。由于缺乏高效的跨境物流枢纽和智能化路径优化系统,农产品从产地到海外终端的运输时效难以保障,进一步削弱了国际市场竞争力。

3.2. 供应链成本过高

农产品跨境电商的供应链成本居高不下,成为制约广东农产品出口规模扩大的关键因素。其一,物流运输成本占比过大。以荔枝运输为例:为保障24小时极速送达,需在采摘后30分钟内完成真空预冷($30^{\circ}\text{C}\rightarrow 5^{\circ}\text{C}$),并采用“冰袋+保鲜袋+泡沫箱+纸箱”四层防护包装,再依托“航空+高铁+陆运”多式联运恒温冷链。尽管技术手段先进,其物流成本仍比普通运输高出2~3倍[4]。其二,售后成本高。据农业行业观察网数据显示,由于生鲜农产品本身就易于腐烂,加之运输途中容易碰撞摔烂,损耗率一般高达10%~30%,因此农产品的售后风险较大,成本有时也比工业产品更高[2]。其三,供应链管理粗放。当前供应链以短链结构为主,缺乏战略伙伴关系与增值环节设计,易受“黑天鹅事件”冲击而中断,中小企业因信息不对称和资金链脆弱更易出现断供风险。

3.3. 品牌意识与法律意识薄弱

广东省农产品跨境电商在品牌建设与法律合规方面存在显著短板,制约了国际市场竞争力提升。从生产端来看,省内农产品长期采用“小而散”的家族化经营模式,缺乏规模化、标准化生产体系,导致

成本优势与品牌溢价难以形成。这种碎片化生产模式使得产品质量波动较大, 难以满足国际通行的质量认证标准, 部分产品因无法通过目标市场国的质量检测而被拒收或退货。以“增城迟菜心”为例, 尽管其已获评国家地理标志产品并注册证明商标, 但当地企业仍倾向于使用自有品牌(如“仙境牌”“绿聚来牌”)进行市场推广, 导致区域公用品牌“增城迟菜心”的实际使用率较低。龙头企业为规避品牌信誉风险, 往往选择独立运营自身品牌, 而非积极参与区域公用品牌的监督管理, 最终造成品牌价值分散与流失[5]。在品牌运营层面, 企业普遍缺乏现代营销思维, 未能建立从产地溯源到终端消费的全链条品牌管理体系, 导致广东特色农产品在国际市场上辨识度不足。例如, “镇隆荔枝”虽以品质闻名, 但其品牌标识主要依赖农户自发形成的口碑效应, 缺乏统一的视觉识别系统与文化内涵挖掘。行业协会虽承担准入审核职责, 但未制定明确的品牌使用规范, 导致部分企业随意使用“镇隆荔枝”名称却未达到质量标准, 损害了品牌整体形象。更值得关注的是, 涉农电商主体多为传统农商群体, 其国际化视野受限于互联网信息获取能力较弱、跨文化沟通能力不足等问题, 难以适应跨境电商平台的数据化运营要求。多数从业者对国际贸易法规认知浅薄, 既不熟悉进口国技术性贸易壁垒, 也缺乏应对跨境纠纷的法律预案。这种品牌价值缺失与法律意识淡薄的双重困境, 最终表现为出口产品溢价空间压缩、贸易摩擦频发及市场拓展受阻, 亟待通过产业升级与制度创新实现突破。

3.4. 专业人才严重匮乏

根据《“十四五”电子商务发展规划》相关数据显示, 我国跨境电商从业人员呈递增趋势, 到 2025 年将增长至 7000 万人; 跨境电商人才缺口接近 450 万人, 并以每年 30% 的速度扩大。根据广东省跨境电商从业人员占比 44.7% 的比例估算, 至 2025 年, 广东省跨境电商人才缺口约 201.15 万人[6]。尤为突出的是, 复合型跨境电商人才短缺已成为制约广东农产品外贸发展的瓶颈。农产品跨境电商人才培养属于农学相关专业与商务英语的交叉学科, 既要求有农学相关专业背景, 又要求受过电子商务专业训练, 而全国范围内开设此门专业课程的学校屈指可数, 广东省虽农业资源丰富, 但现阶段涉农商务英语复合型人才稀缺, 农产品跨境电子商务业务拓展受限, 农产品对外贸易受阻[7]。

4. 广东省农产品跨境电商发展建议

4.1. 构建契合广东农产品特性的立体冷链物流体系

广东省凭借其临海且河网交错的地理优势, 拥有众多优良港口与内河航道, 为农产品跨境物流提供了天然便利。在构建仓储冷链物流体系时, 应充分利用这一优势, 在沿海的广州、深圳、湛江等港口城市, 以及内河航运发达的佛山等地, 建设大型现代化农产品冷链物流枢纽, 实现水陆运输的高效衔接。例如, 湛江作为我国重要的对虾养殖与出口基地, 可依托当地港口打造对虾专属冷链物流中心, 从源头的田头预冷, 到港口的快速装卸与转运, 形成一站式冷链物流服务。同时, 考虑到广东省农产品品类丰富, 水果、蔬菜、水产等保鲜要求各异, 需构建分层级、多功能的仓储冷链设施。对于荔枝、龙眼等易腐坏的岭南特色水果, 在产区建设预冷保鲜库, 实现采摘后 1 小时内快速预冷; 在物流枢纽设置气调保鲜库, 延长农产品保鲜期。针对水产品, 配备专业的超低温冷冻库与活鱼暂养设施, 保障其鲜活品质。此外, 借助广东发达的高速公路网络, 发展移动冷链运输, 采用新能源冷链车, 确保农产品在运输途中的温度、湿度适宜, 降低损耗率。如湛江市供销社采用“田头预冷 + 冷链干线 + 城市配送”模式, 将荔枝损耗率控制在 5% 以内, 有力保障了农产品品质[8]。

4.2. 优化农产品跨境电商供应链双渠道运作

为了解决供应链费用偏高的难题, 必须关注并深入推进以线上线下融合为主导的农业产品推广策略,

进一步强化农产品进出口的双向供应链建设。首先,要继续推动线上线下农产品物流和供应链的发展模式创新。为了提升农产品电子商务平台运营水平,改善跨国农产品国际安全标准的滞后性和服务质量低下的情况,公司应该增强平台销售资源的整合度,积极推动国内外的冷藏库、仓库和农产品售后服务的标准化和一体化的创建。其次,广东地区的电子商务公司可以通过利用大数据技术的优势,搭建数据中心,寻找与优秀农民的协作机会,构筑起与农民的战略联盟,以此来优化农产品品种、定价和服务方法提供了有力的支持。这种做法不仅能够畅通农产品跨境出货流程,同时也能保护电子商务平台上的农民的权益。最后是通过调节农产品的产业链构造,采用线上推销、实业运作的方法来增加农产品进口收益,进而提升我国对外贸易的协同力。最后,为了确保出口农产品的质量,广东地方政府应当加深对于农产品制造阶段的安全问题的认识深度,有效发挥政府监管职责,加强对行业的认证强度。

4.3. 强化品牌建设意识, 对标国际标准质量体系

广东省农产品具有深厚的历史文化底蕴与独特的地域风味,如新会陈皮、化州橘红、清远鸡等。在品牌建设过程中,应深入挖掘这些文化内涵与地域特色,打造具有广东标识的农产品品牌。以新会陈皮为例,其制作工艺传承数百年,具有理气健脾、燥湿化痰等功效[9]。通过宣传陈皮的历史文化、独特的制作工艺(如“三蒸三晒”)以及产地的独特地理环境,塑造“新会陈皮”这一高端、独特的品牌形象。同时,严格对标国际标准质量体系,提升广东农产品质量。从生产源头抓起,推广绿色、有机种植养殖技术,减少农药、化肥使用,保障农产品的生态安全。建立完善的农产品质量追溯体系,利用区块链技术,实现从田间到餐桌的全程信息可追溯,让消费者清晰了解农产品的种植、养殖、加工、运输等各个环节信息,增强消费者信任。此外,积极参与国际认证,如欧盟的有机认证、美国的FDA认证等,使广东农产品符合国际市场准入标准,以高品质、优品牌提升广东农产品在国际市场的竞争力与附加值,推动广东农产品跨境电商高质量发展。

4.4. 重视农产品跨境电商人才的培养

广东省作为粤港澳大湾区的核心区域,拥有丰富的高校资源和政策支持,应充分利用这一优势,培养兼具农业知识与跨境电商技能的复合型人才。首先,可推动省内高职院校与应用型本科院校合作,开设“农业+跨境电商”交叉学科课程,将农产品特性、国际贸易规则、数字化营销等纳入教学内容,形成“农学为基础、商务为拓展”的培养模式。其次,依托粤港澳大湾区的产业联盟,例如广东省跨境电商产业联盟,联合企业开展订单式培养,通过现代学徒制让学生参与农产品跨境电商的真实项目运营,提升实践能力[10]。此外,广东省可借鉴广州科技职业技术大学的经验,引入企业导师与高校教师共同授课,强化案例教学,例如针对荔枝、海鲜等易腐农产品的冷链物流管理、国际品牌塑造等实际问题进行专题培训。

针对农产品跨境电商的特殊性,人才培养需注重以下方面:一是加强国际标准与法律合规教育,帮助学生熟悉目标市场的农产品质量认证和贸易壁垒;二是提升数字化工具应用能力,包括利用大数据分析海外消费偏好、通过社交媒体推广特色农产品等;三是强化小语种和跨文化沟通培训,尤其针对东盟、中东等新兴市场,解决语言障碍和文化差异导致的营销低效问题。通过以上措施,广东省有望缓解当前农产品跨境电商领域的人才短缺问题,为特色农产品的国际化发展提供更有力的人才保障。

5. 结论

广东省在农产品跨境电商领域具有显著的地缘优势、坚实的基础设施和有力的政策支持。然而,物流体系不完善、供应链成本过高、品牌意识和法律意识薄弱以及专业人才缺乏等问题仍然制约着其进一

步发展。通过构建契合广东农产品特性的立体冷链物流体系、优化供应链双渠道运作、强化品牌建设和对标国际标准质量体系以及重视人才培养等措施,广东省有望克服现有挑战,增强其农业产品在国外的竞争能力,推动乡村振兴战略的实施。

参考文献

- [1] 杨誉. 广东省农产品跨境电商现状、困境及政策建议[J]. 中国商论, 2024, 33(22): 18-21.
- [2] 陈科生, 翁洁. “乡村振兴”背景下广东农产品跨境电商发展分析[J]. 商场现代化, 2022(16): 42-44.
- [3] 林海雁. 跨境电商背景下广东农产品出口问题分析与对策研究[J]. 技术与市场, 2023, 30(5): 140-142.
- [4] 刘婧汐. 广东荔枝的冷链物流成本“突围战” [N]. 21 世纪经济报道, 2025-06-27(011).
- [5] 陈永翔, 朱梦圆. 乡村振兴视角下农产品区域公用品牌法律制度问题研究——以广东“增城迟菜心”“镇隆荔枝”区域公用品牌为例[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(12): 150-153.
- [6] 苏姿. 湾区发展视域下跨境电商专业人才培养模式优化研究[J]. 商场现代化, 2025(3): 31-33.
- [7] 冯薇. 广东省农产品跨境电子商务发展策略研究[J]. 农业经济, 2021(6): 133-134.
- [8] 湛江市人民政府. 供销助农, 全“荔”行动! 湛江市供销社以全链条创新打通荔枝“全球通道” [EB/OL]. https://www.zhanjiang.gov.cn/zjsfw/bmdh/gxs/zwgk/gzdt/content/post_2053630.html, 2025-06-10.
- [9] 丘海燕. 中药材新会陈皮开发前景与品牌探索[C]//中国民营科技实业家协会学术工作委员会. 2023 大国科技工作者年会论文集. 2024: 45-48.
- [10] 贺学贵, 贾骥. 粤港澳大湾区应用型本科院校跨境电商人才培养模式探索[J]. 华西科技论坛, 2023(10): 110-115.