

国际贸易视角下天水花牛苹果网络外贸的发展路径研究

毕京豪

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2026年4月30日; 录用日期: 2026年5月15日; 发布日期: 2026年7月13日

摘要

随着全球数字贸易的快速发展, 网络外贸已成为我国特色农产品突破国际贸易壁垒、拓展海外市场的核心渠道。天水花牛苹果作为中国国家地理标志产品, 具备得天独厚的品质禀赋与国际贸易发展潜力。但在跨境出海进程中, 其面临着国际市场布局单一、贸易壁垒应对能力不足、网络外贸运营能力薄弱、标准化与跨境供应链体系不完善等多重挑战。本文以国际贸易为核心视角, 梳理天水花牛苹果网络外贸的发展基础与现状, 剖析其跨境出海的核心困境, 最终从市场布局、合规建设、供应链升级、品牌国际化四个维度, 提出适配其发展的优化路径。研究旨在为天水花牛苹果突破外贸发展瓶颈、提升国际市场竞争提供理论参考, 也为我国西北特色农产品通过网络外贸实现出海升级提供实践借鉴。

关键词

天水花牛苹果, 国际贸易, 网络外贸, 跨境电商, 发展路径

Research on the Development Path of Tianshui Huaniu Apples' Online Foreign Trade from the Perspective of International Trade

Jinghao Bi

College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: April 30, 2026; accepted: May 15, 2026; published: July 13, 2026

Abstract

With the rapid development of global digital trade, online foreign trade has become a core channel

for China's characteristic agricultural products to break through international trade barriers and expand overseas markets. As a national geographical indication product of China, with unique quality endowment and great development potential in international trade. However, in the process of cross-border overseas expansion, it faces multiple challenges such as single international market layout, insufficient ability to cope with trade barriers, weak operation capacity of online foreign trade, and imperfect standardization and cross-border supply chain system. From the core perspective of international trade, this paper sorts out the development foundation and current situation of Tianshui Huanu apples' online foreign trade, analyzes the core dilemmas of its cross-border overseas expansion, and finally puts forward optimized development paths adapting to its development from four dimensions: market layout, compliance construction, supply chain upgrading and brand internationalization. The research aims to provide theoretical reference for Tianshui Huanu apples to break through the bottleneck of foreign trade development and enhance international market competitiveness, and also provide practical reference for characteristic agricultural products in Northwest China to realize overseas upgrading through online foreign trade.

Keywords

Tianshui Huanu Apples, International Trade, Online Foreign Trade, Cross-Border E-Commerce, Development Path

Copyright © 2026 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

在经济全球化与数字经济深度融合的背景下,网络外贸作为数字贸易的核心业态,已深刻重构了农产品国际贸易的底层逻辑与市场格局,打破了传统外贸的层级壁垒与地域限制[1]。我国农产品跨境电商进出口规模已连续5年保持两位数增长,其中特色农产品出口占比持续提升,成为农产品外贸增长的核心增长点[2]。RCEP协定全面生效、“一带一路”倡议向高质量发展阶段迈进,为我国特色农产品降低跨境贸易成本、拓展亚太及沿线市场释放了前所未有的政策红利[3]。对于拥有独特地理禀赋与品质优势的区域特色农产品而言,网络外贸已不再是单纯的销售渠道补充,而是推动产业标准化升级、品牌国际化建设、国际贸易竞争力提升的核心抓手[4]。

在此背景下,本文聚焦甘肃省天水市特色农产品——花牛苹果。天水市地处黄土高原苹果优势产区,是国内外公认的苹果最佳优生区之一,截至2023年,全市花牛苹果种植面积稳定在200万亩以上,年产量超200万吨,已形成覆盖种植、仓储、加工、销售的全链条规模化产业集群[5]。作为国家地理标志保护产品,花牛苹果与美国蛇果、日本富士并称世界三大苹果品牌,凭借独特的果形特征、风味品质与地域底蕴,在国际果品市场具备天然的差异化竞争优势。其早年间已通过传统外贸渠道实现对东南亚、中亚、俄罗斯等市场的稳定出口,是我国西北特色农产品出海的代表性品类[6]。

但随着全球农产品国际贸易竞争日趋激烈,绿色贸易壁垒、技术性贸易壁垒持续升级,叠加传统外贸模式层级多、议价能力弱、品牌传导不足的固有短板,天水花牛苹果的出海进程逐渐陷入发展瓶颈。相较于国内市场的电商化发展,其网络外贸仍处于粗放式发展的初级阶段,普遍存在国际贸易适配性不足、国际市场布局单一、产品标准化体系与国际准入要求脱节等核心问题[7]。其难以将先天的产品禀赋优势转化为稳定的国际市场竞争优势,甚至长期陷入“质优价不优”的外贸困境。

现有关于天水花牛苹果的相关研究,多集中于栽培技术优化、贮藏保鲜、国内市场营销、产业宏观

发展对策等领域。针对其国际贸易发展的研究多聚焦于传统外贸模式，而以国际贸易为核心视角，系统探讨其网络外贸发展的困境、逻辑与优化路径的专项研究仍较为匮乏[8]。与此同时，现有农产品网络外贸的相关研究多聚焦于东南沿海经济带的品类，针对西北干旱半干旱地区特色农产品网络外贸的适配性研究仍存在明显缺口[7]。基于此，本文立足于国际贸易核心视角，系统梳理天水花牛苹果网络外贸的发展基础与现状，深度剖析其跨境出海的核心困境，最终构建适配其产业特色与国际贸易市场需求的优化发展路径。本研究不仅可为天水花牛苹果突破外贸发展瓶颈、提升国际市场竞争力提供理论参考与实践指引，也可为我国西北同类特色农产品通过网络外贸实现出海升级提供可借鉴的分析框架与实践范本。

2. 天水花牛苹果网络外贸发展的基础与现状

2.1. 产业基础与国际贸易禀赋优势

天水花牛苹果拥有得天独厚的国际贸易发展核心优势。自然禀赋层面，天水市高海拔、光照充足、昼夜温差大的气候条件，赋予了花牛苹果果形端正、五棱突起明显、着色艳丽、口感层次丰富的独特品质，其理化指标与风味表现完全可对标国际知名苹果品种，具备差异化的国际竞争优势。产业规模层面，200 万亩以上的种植规模与超 200 万吨的年产量，为其持续稳定供应国际市场提供了坚实的产能支撑，形成了完整的种植、仓储、初加工产业集群。

品牌与政策层面，花牛苹果拥有“国家地理标志保护产品”“中华名果”“中国驰名商标”等多项国家级资质，是天水市乃至甘肃省的对外名片，在海外华人市场与中高端果品市场拥有天然的品牌认知基础。同时，“一带一路”倡议与 RCEP 协定的落地，为其开拓中亚、东南亚等周边市场提供了关税减免、贸易便利化等政策红利；甘肃省与天水市也相继出台了特色农产品外贸扶持政策，为花牛苹果跨境出海提供了良好的政策环境。

2.2. 网络外贸发展现状

当前，天水花牛苹果的网络外贸已初步起步，形成了适配不同海外市场的跨境渠道格局。本地部分龙头企业、农业合作社已入驻主流跨境电商平台，对接海外采购商与终端消费者，成为其网络外贸的核心载体，主要出口市场仍集中于东南亚、中亚、俄罗斯等周边国家和地区。少数经营主体尝试通过海外短视频、直播等形式进行国际市场推广，但整体规模较小，尚未形成规模化发展。

与此同时，天水花牛苹果网络外贸的配套体系也在逐步完善。部分龙头企业已开始对接国际农产品质量认证体系，布局跨境冷链物流合作；天水市也在推进跨境电商综合服务体系，为本地经营主体提供报关、结汇、物流等配套服务。但整体而言，天水花牛苹果的网络外贸仍处于“重渠道、轻运营；重销量、轻品牌”的初级发展阶段，尚未形成全链条的跨境出海体系，与国际市场的需求、全球农产品数字贸易的发展趋势仍有较大差距[9]。

3. 国际贸易视角下天水花牛苹果网络外贸发展的核心问题

3.1. 国际市场布局失衡，贸易壁垒应对能力不足

从国际贸易视角来看，天水花牛苹果网络外贸的市场布局存在明显短板。当前其海外市场高度集中于东南亚、中亚等周边中低端市场，对欧美、日韩等高端果品市场的开拓严重不足，市场多元化程度低，极易受区域贸易政策、汇率波动、市场需求变化的影响，抗风险能力薄弱[10]。

同时，经营主体对国际贸易规则与技术性贸易壁垒的应对能力严重不足。农产品国际贸易有着严格的质量安全、检验检疫、包装标签等准入标准，而天水花牛苹果多数经营主体缺乏对目标市场准入规则的系统性研究，国际有机认证、地理标志认证等体系建设滞后，难以满足高端市场的准入要求，成为其

通过网络外贸拓展全球市场的核心壁垒。

3.2. 网络外贸运营能力薄弱，国际营销体系缺失

天水花牛苹果网络外贸的运营能力整体处于较低水平。多数经营主体仅将跨境电商平台作为信息展示渠道，缺乏精细化的店铺运营、客户对接与全链路服务能力，对海外市场的消费习惯、文化偏好缺乏深度调研，本土化运营能力严重不足[11]。

同时，其国际网络营销体系严重缺失。当前跨境营销仍停留在“产地直发”“价格优惠”等基础卖点的同质化宣传，缺乏针对不同海外市场的本土化营销策划，未能将花牛苹果的品牌历史、地理标志价值、品质特色转化为可传播的营销内容。数据库营销、精准营销等数字化营销手段应用匮乏，无法实现对海外目标客户的精准触达，营销转化率与客户粘性极低。

3.3. 标准化体系缺失，跨境供应链配套不完善

农产品网络外贸的核心竞争力在于标准化与供应链的稳定性，而这正是天水花牛苹果的核心短板。在产品标准化层面，目前尚未建立适配国际贸易要求的全流程标准化体系，从种植、采摘、分选、分级到包装，均缺乏统一的、量化的执行标准，导致产品品质参差不齐，难以匹配海外采购商与消费者对产品品质稳定性的要求，严重影响线上口碑与复购率[6]。

在跨境供应链层面，花牛苹果的跨境冷链物流体系建设严重滞后。产地预冷、商品化处理设施不足，跨境冷链运输线路少、成本高，导致产品流通损耗率居高不下，物流成本占比远超行业平均水平，大幅压缩了外贸利润空间[12]。同时，跨境网络支付、报关结汇、海外仓等配套服务适配性不足，进一步制约了网络外贸的全链条发展。

3.4. 品牌国际价值释放不足，经营主体协同性差

“天水花牛苹果”作为区域公用品牌，在国际市场陷入了典型的“公地困境”。品牌管理与授权机制不完善，导致线上跨境平台出现大量冒用地理标志、以次充好的产品，严重透支了品牌的国际信誉[13]。同时，缺乏具有国际市场号召力的龙头企业品牌，多数经营主体为分散的中小合作社与个体商户，难以形成品牌合力，无法将地理标志优势转化为国际品牌溢价，在国际市场只能陷入低价竞争的困境。

此外，产业全链条的协同性严重不足。种植端、加工端、外贸端、物流端缺乏有效的协同联动，经营主体普遍存在“小、散、弱”的问题，龙头企业的带动效应未能充分发挥，难以形成规模化、标准化的跨境出海供给体系，也无法集中资源应对国际贸易市场的竞争与挑战。

4. 国际贸易视角下天水花牛苹果网络外贸的优化发展路径

4.1. 优化国际市场布局，构建贸易合规与风险应对体系

针对国际贸易市场格局，实施“核心市场深耕 + 新兴市场拓展”的多元化市场战略。持续深耕 RCEP 成员国、“一带一路”沿线等核心周边市场，借助关税减免与贸易便利化政策，依托跨境电商平台扩大市场份额，打造网络外贸的基本盘[3]。同时针对性开拓欧美、日韩等高端果品市场，提前研究目标市场的准入规则与消费需求，逐步完成相关国际认证，通过精细化运营实现市场突破，降低市场集中带来的贸易风险。

同时，构建全流程的国际贸易合规与风险应对体系。由行业协会牵头，联合龙头企业、外贸服务机构，搭建国际贸易规则与壁垒信息服务平台，为经营主体提供目标市场检验检疫、质量标准、标签规范等合规指导。推动行业统一开展国际有机认证、地理标志海外认证等工作，降低中小经营主体的合规成

本；建立汇率波动、政策变化的常态化预警机制，提升全行业的国际贸易风险应对能力。

4.2. 升级跨境运营模式，构建本土化国际网络营销体系

深化跨境电商全渠道布局，实现网络外贸模式的精细化升级。推动经营主体从简单的线上信息展示，向全链路数字化运营转型，完善线上店铺运营、客户对接、订单跟进、售后服务全流程，对接海外大型商超、连锁生鲜店等优质采购资源。结合海外本土化运营团队，适配不同市场的消费习惯，打造“产地直达海外消费者”的跨境零售链路，提升终端市场的品牌触达能力。

同时，构建数据驱动的本土化国际网络营销体系。针对不同海外市场的文化与消费偏好，打造差异化的品牌营销内容，讲好花牛苹果的品牌故事，将地理标志价值、天水风土文化、产品品质特色转化为可传播的短视频、图文内容，通过海外社交媒体、短视频平台实现精准触达[9]。应用数据库营销手段，通过跨境电商平台的用户数据构建海外消费者画像，实现精准营销与客户分层管理，提升营销转化率与客户复购率；联动海外三农、美食类 KOL/KOC 开展联合推广，形成口碑传播效应，逐步构建海外市场的品牌认知。

4.3. 建立全流程标准化体系，完善跨境供应链配套建设

以国际贸易准入标准为核心，建立天水花牛苹果全流程标准化体系。联合农业部门、行业协会与龙头企业，制定“天水花牛苹果外贸出口等级规范”的行业标准，对种植管理、采摘时间、糖度、果径、瑕疵率、包装规格等制定量化指标，实现从田间到跨境运输的全流程标准化管控。建立严格的原产地溯源体系，为出口产品配备“一果一码”溯源二维码，实现种植、加工、检测、运输全流程可追溯，既满足国际贸易的监管要求，也提升海外消费者的信任度。

同时，打造高效低耗的跨境供应链体系。在核心产区建设集预冷、分选、检测、包装、报关功能于一体的数字化产地仓，实现采摘后 24 小时内完成预冷与商品化处理，最大限度保障产品新鲜度[12]。与头部跨境物流企业建立战略合作，开通花牛苹果专属跨境冷链物流线路，降低物流成本与流通损耗；针对核心海外市场布局共享海外仓，提升终端订单的配送效率与售后服务能力。联合跨境电商综合服务平台，为经营主体提供一站式报关、结汇、跨境支付、出口退税等服务，补齐配套服务短板。

4.4. 构建国际品牌体系，培育龙头主体与产业协同生态

破解区域公用品牌的“公地困境”，实施“公用品牌 + 企业品牌”的母子品牌战略。强化“天水花牛苹果”地理标志的授权、监管与惩戒机制，严厉打击跨境平台上的假冒伪劣行为，维护公用品牌的国际公信力。大力扶持本地龙头企业，培育具有国际市场竞争力的企业品牌，形成“公用品牌背书 + 企业品牌差异化发展”的双轮驱动模式，将产品优势转化为国际品牌溢价[14]。

同时，培育核心经营主体，构建产业协同发展生态。发挥龙头企业的资源整合与带动效应，通过“龙头企业 + 合作社 + 果农”的模式，实现种植、加工、外贸全链条的协同联动，解决经营主体分散的问题。搭建政校企协同的人才培养体系，针对跨境电商运营、国际贸易合规、国际营销等方向，培育复合型专业人才，补齐行业人才短板；由行业协会牵头，建立外贸经营主体联盟，实现资源共享、抱团出海，提升全产业链在国际贸易市场中的议价能力与竞争力。

5. 结论与展望

天水花牛苹果的网络外贸发展，正处在从传统外贸向数字贸易转型升级的关键节点。本文研究发现，得天独厚的品质禀赋、规模化的产业基础与利好的国际贸易政策，为天水花牛苹果通过网络外贸实现出海升级提供了坚实基础[5]。而市场布局失衡、运营能力薄弱、标准化与供应链短板、品牌价值释放不足，

是其当前面临的核心困境。

天水花牛苹果网络外贸的高质量发展，绝非单一渠道的拓展，而是一项系统性工程。其核心在于以国际贸易市场需求为导向，通过多元化市场布局与合规体系建设，突破贸易壁垒；通过全渠道跨境运营与本土化营销，提升国际市场运营能力；通过全流程标准化与供应链升级，夯实跨境出海的基础；通过品牌体系构建与产业生态协同，形成长期的国际市场竞争能力。唯有实现全链条的转型升级，才能真正将天水花牛苹果的产品优势转化为国际市场的竞争优势，实现从“特色产品”到“国际品牌”的跨越。

展望未来，随着全球数字贸易的持续发展，以及 RCEP、“一带一路”等贸易红利的持续释放，天水花牛苹果的网络外贸拥有广阔的发展空间。未来，随着物联网、区块链、大数据等数字技术在农业领域的深度应用，天水花牛苹果可进一步实现种植智能化、溯源透明化、营销精准化，持续提升国际贸易竞争力，真正成为带动地方经济、助力乡村振兴的“黄金果”，也为我国西北特色农产品出海提供可复制、可推广的发展范本[8]。

基金项目

本文研究得到省(部)级基金面上项目“乡村振兴背景下天水花牛苹果商业模式构建、创新路径与政策选择”(编号: 2023CYZC-52)的支持, 马丁丑。

参考文献

- [1] 王莉. 数字化背景下农产品国际贸易发展的路径研究[J]. 现代商业研究, 2025(8): 25-27.
- [2] 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.
- [3] 刘雨辰. RCEP 生效对中国农产品出口贸易的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 赣州: 江西理工大学, 2023.
- [4] 刘亚平. 数字经济背景下农村跨境电商发展的挑战与实现路径[J]. 商业经济研究, 2022(12): 138-141.
- [5] 刘治. 甘肃天水花牛苹果经济发展模式研究[J]. 陕西农业科学, 2024, 70(9): 100-104.
- [6] 龚大鑫, 解肖楠. 甘肃省农产品产业竞争力评价及时空演变探析[J]. 时代经贸, 2026, 23(1): 146-148.
- [7] 天水花牛苹果高质量发展情况调研报告[J]. 发展, 2025(11): 26-29.
- [8] 杜雨秋. 乡村振兴背景下天水花牛苹果商业模式的构建[J]. 农村实用技术, 2024(4): 50-51.
- [9] 张雨, 温旭峰, 李会强. 天水“花牛苹果”特色产业高质量发展对策[J]. 北方果树, 2025(4): 55-58.
- [10] 何钦. 湛江农产品跨境电商发展模式及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 湛江: 广东海洋大学, 2023.
- [11] 林广毅, 王为民. 我国农产品电商渠道发展困境与破解路径[J]. 商业经济研究, 2023(24): 142-145.
- [12] 刘刚, 张馨月. 乡村振兴背景下农产品电商供应链整合研究[J]. 商业经济研究, 2024(17): 91-94.
- [13] 李毅斌, 马建芳. 天水花牛苹果品牌保护现状问题与对策建议[J]. 西北园艺, 2025(6): 41-43.
- [14] 焦婷. 价值共创视角下农产品区域公用品牌国际化提升路径研究[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 广西民族大学, 2025.