

云南省特色农产品跨境电商生态系统构建研究

方一如¹, 彭牧青¹, 白俊², 黄四华³

¹玉溪师范学院商学院, 云南 玉溪

²玉溪市江川区经济社会发展研究中心, 云南 玉溪

³玉溪市农村社会事业发展中心, 云南 玉溪

收稿日期: 2023年11月30日; 录用日期: 2023年12月31日; 发布日期: 2024年4月30日

摘要

云南是地处中国西南边疆的低纬度高海拔农业大省, 特色农产品优势显著, 经济发展稳定。是面向南亚东南亚地区的重要门户和国际交通枢纽中心, 地缘经济发展潜力巨大, 有利于更好地融入服务“一带一路”建设。本文以生态系统理论及其运作原理为研究理论支撑, 分析跨境电商生态系统的构建机理, 剖析基于云南省生态优势和区位优势两个层面所形成的跨境电商产业发展基础, 分别从四个维度提出了云南特色农产品跨境电商生态系统构建路径及措施, 推动跨境电商产业聚焦, 促进优势产业外向型发展新格局。

关键词

特色农产品, 跨境电商, 生态系统

Research on the Construction of Cross-Border E-Commerce Ecosystem for Yunnan Specialty Agricultural Products

Yiru Fang¹, Muqing Peng¹, Jun Bai², Sihua Huang³

¹Business School, Yuxi Normal University, Yuxi Yunnan

²Yuxi Jiangchuan District Economic and Social Development Research Center, Yuxi Yunnan

³Yuxi Rural Social Development Center, Yuxi Yunnan

Received: Nov. 30th, 2023; accepted: Dec. 31st, 2023; published: Apr. 30th, 2024

Abstract

Yunnan Province, located in the southwestern border of China, is characterized by its low latitude

and high altitude, boasting rich agricultural resources. It enjoys significant advantages in specialty agricultural products and stable economic development. Serving as an important gateway and international transportation hub for South and Southeast Asia, Yunnan holds enormous potential for geo-economic development. Furthermore, its integration into “the Belt and Road” initiative presents even greater opportunities. This article’s research theory is grounded in the ecosystem theory and its operating principles. It aims to analyze the construction mechanism of the cross-border e-commerce ecosystem and the development foundation of the cross-border e-commerce industry, leveraging Yunnan Province’s ecological and locational advantages. The article proposes a construction path and measures for the Cross-border E-commerce Ecosystem of Yunnan’s specialty agricultural products from four perspectives. This approach seeks to promote the focused development of the cross-border e-commerce industry and a new pattern of outward-oriented development in competitive industries.

Keywords

Specialty Agricultural Products, Cross-Border E-Commerce, Ecosystem

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. 理论综述

1.1. 概念内涵

生态系统是 1935 年由英国生态学家阿瑟·坦斯利(Arthur Tansley)从生物学中引入,指一定时空范围内的生物群落,按生态位分离原理,在“物质能量-生产者-消费者-分解者”间形成竞合关系的能量流动循环统一体,具有开放性、多样性、自组织性、共生性等功能特性。

跨境电商生态系统是生态系统理论在电子商务领域的衍生应用。跨境电商生态系统通过电商平台即虚拟合作方式构成网状系统。通过“四流”¹运转,连接不同关境内的生产商、供应商和消费者,整合全球资源,协同共享,促使商品达成交易;以跨境电商企业及平台为核心种群,聚集关联企业产生交易服务,形成产业发展合力;生产商、供应商、消费者等构成关键种群;物流、支付、技术、金融和政府等机构为支持种群,维护系统运行;寄生种群以人才、媒体、咨询服务等依附型企业,为系统内其他种群提供增值服务。

1.2. 文献综述

20 世纪末,美国经济学家詹姆斯·穆尔(James F. Moore)将生态学观点引入商业竞争战略中,首次提出商业生态系统,即利益关联且相互作用的个体和组织聚集形成结构化经济联合体,由初级物种群和相关物种群构成,以生产商品和提供服务为中心,促进社会财富流动和资源优化配置,注重社会、经济、环境综合效益,维持价值动态平衡和稳定、参与成员延续和发展,共生发展的统一体。

商业生态系统的提出,为企业和行业的发展与市场运作研究等提供了新思路和新方向。张夏恒(2021)基于生态系统相关理论,分析跨境电子商务生态系统的演进逻辑,提出了相关实践领域仍处于跨境电子商务生态系统发展的初期[1]。赵曜(2022)从商业生态系统视角,将乡村振兴与农村电商发展结合,构建

¹“四流”指信息流、物流、商流、资金流。

江苏省农产品跨境电商生态系统[2]。盖叶萍(2023)借助“钻石模型”，从提高产业竞争力的角度重新构建跨境电商生态圈，提出优化跨境电商生态圈的路径及措施[3]。陈中明(2023)从数字贸易的角度，提出“五步走”路径构建跨境电商产业生态圈，推动跨境电商高质量发展[4]。陈秋杰(2023)从深化中俄跨境电商合作角度，生成结构复杂的生态系统，提出了强化生态系统共生思维等解决方案[5]。

本文通过“生态系统-商业生态系统-跨境电商生态系统”的演化逻辑思考，基于生态系统理论及运作原理，结合云南省独特的自然资源优势及地理区位优势，以云南特色农产品资源体系、云南高原特色优势产业、交通枢纽、物流网络、三个云南省自由贸易片区、四个跨境电商综试区为依托，从加强云南优势产业竞争力、打造贸易开放新格局、形成国际性区域影响力的角度，提出构建云南省特色农产品跨境电商生态系统，根据构建机理从四个维度提出符合云南省发展特点的建设路径，推动云南省跨境电商高质量发展及云南省特色优势产业外向型发展新格局。

1.3. 构建机理

根据生态系统运作原理，提出云南省特色农产品跨境电商生态系统的构建机理：一是“种群 + 环境”是基本要素。种群是在一定空间范畴内聚合相同功能或结构属性的个体或企业的集合，生态位分离功能将其分为核心、关键、支持和寄生四种；受到来自系统内外部环境的影响。二是“运作秩序 + 自组织性”是运作动力。系统要素通过功能分区竞争协作，推动系统向高层次构造有序进化，在高阶系统中，对内简化和加快生产要素的流动，对外形成行业进入壁垒。三是“生态位重叠 + 生态位分离”激发竞争机制。生态位重叠引发资源竞争，激发企业创造力和差异化竞争战略，生态位分离以差异化功能定位，形成企业间功能耦合。四是“竞合 + 共生”关系保障动态平衡。企业利益最大化和资源的优化配置是竞合关系产生的基础，企业间或种群间因功能位置、职能属性产生价值链接，形成共生关系，维持价值体系的动态平衡。五是“核心企业 + 领导力”引导产业聚焦。对内形成结构性保护，对外占领吸纳优质资源、增加商业价值，生产聚焦效应，吸引其他种群共同创造价值；六是“技术驱动 + 边界模糊”构成多边平台商业模式。数字赋能传统产业，推进转型升级，创新商业模式，降本增效，实现主体与市场、平台与渠道、数实行业间的延展突破和界限模糊，实现跨地区、跨行业协作的多边商业平台模式。

2. 云南省特色农产品跨境电商生态系统构建基础

2.1. 基于自然资源优势层面的关键基础

基于云南得天独厚的自然环境及生物资源，形成特色农产品资源体系、多个天然优势产区及产业带，特色产业发展优势明显，奠定了云南高原特色现代化农业可持续发展跨境电商的资源建设基础。

2.1.1. 优质原产地、生产优势明显

“特色农产品”是某地特有的特殊优势农产品，具有地域性、生态性、传承性、文化性和独特性，因其较高的品质、附加值和市场竞争能力，广泛被市场和消费者认可。

云南地处低纬度高原，得益于良好的自然环境及气候条件，动植物资源品类全国之冠，构成云南特色农产品资源体系丰富的物种基础。能源资源丰富，光照充沛，水土肥美，保障其品质、口感和产量。气候立体，“五水四片”²的栽培优势，形成天然特色果蔬黄金产业带及优势产区。16种土壤类型中，占全省土地面积50%的红土资源，具有高营养、高作物产量和品质、高生态环保的“红土经济”，是发展绿色农业的基础。高原山地河谷为主盆地坝区为辅的地形地貌特征，构成“山地经济 + 坝子经济”的高原特色农业特色农产品发展模式。

²“五水”指金沙江河谷区域、怒江河谷区域、澜沧江河谷区域、南盘江河谷区域、红河河谷区域，形成特色优势果种植区域；“四片”指滇东北、滇东南、滇西南、滇西北，形成连片种植区域。

2.1.2. 产业基础稳固、特色产业优势明显

云南特色产业优势突出，按品质特色、开发价值、市场前景等，形成了特色蔬菜、水果、粮油、畜禽、花卉、饮料、坚果及中药材八个优势品类³；按生产条件、产业基础、区域分工等，确立了11个国家特色农产品优势区、62个省特色农产品优势区、3个国家优势特色产业集群⁴。特色农产品资源向全省最适宜区域集中，形成科学的生产力布局和特色产业区域分工。

特色蔬菜，云南省第一大经济作物，是西南地区最大的蔬菜出口基地。形成常年蔬菜、夏秋蔬菜、冬春蔬菜三大优势产业带，2023年，全省播种面积1900万亩，产量2960.83万吨，同比增长3.6%⁵；出口103.8万吨，货值33.6亿元，同比增长45%、20.5%，居全国第3、第4位，覆盖40多个国家和地区⁶。

特色果品，形成“五水四片”连片优势产区，2023年，果园面积超1000万亩，居全国第7位；产量超1300万吨，居全国第10位；出口额占全国果品出口额的25%以上，占全省农产品出口总额40%以上，覆盖全球40多个国家和地区⁷。

特色饮料，以茶叶和咖啡为主力产业。形成30余个重点县(市、区)茶产业主要种植区域和普洱、临沧、德宏、保山、版纳五个咖啡种植核心区，2023年，茶叶产量55.81万吨，为全国首位，同比增长4.5%；咖啡种植面积和产能占全国的98%以上⁸。

特色坚果，以核桃、澳洲坚果为优势品种，栽培以占全省国土面积94%的山地为主，布局全省16个州市129个县区，是全球最大的种植和生产地区，其中，临沧澳洲坚果种植面积达262万亩，占全球种植面积的40%。2023年，全省坚果产量255.57万吨，同比增长2.2%⁹。

特色粮油，形成广南八宝米、德宏遮放贡米、元阳梯田红米、热区红河谷双季稻种植粮食以及曲靖菜籽油为品牌的特色农产品优势区，形成山区、坝区粮油产业格局。2023年，粮食播种面积6364.8万亩，同比增长0.8%，总产量1974万吨，实现12年连续增长，居全国第14位¹⁰；全省油料产量68.45万吨，同比增长7.8%，是全国粮食产销平衡区。

特色畜禽，以高原、绿色生态生猪和肉牛为优势产业。为云南打造世界一流“绿色食品牌”重点产业之一，2023年，猪肉产量405.36万吨，同比增长3.1%。生猪出栏量与存栏量居全国第3位；牛肉产量44.74万吨，同比增长2.6%；牛奶产量72.59万吨，同比增长5.2%。存栏、出栏和肉产量分别居全国第1位、第4位、第6位¹¹。

特色中药材，以“十大云药”¹²品牌中的10个中药材为代表的特色优势品种，形成覆盖全省13个州(市)“村镇-县区-基地园区-优势区”的中药材种植布局，其种植养殖规模、品种和产值居全国前列，2022年，种植面积903.5万亩，产量135.16万吨，综合产值1839.61亿元，各项指标居全国第一¹³。以打造南亚东南亚“药都”，市场地位及影响力不断提高，云南省中药材进出口贸易获得较大发展。

特色花卉，是云南最具国际竞争力的优势产业，是世界最适宜花卉生产的三大地区之一，形成从昆明、楚雄、玉溪为主产区向周边地区延伸的全省性花卉产业。2022年，全省鲜切花产量180亿枝，同比增长11.0%，占全国总产量的50%以上；2023年同比产量增长6.5%，出口市场覆盖东南亚、日本、欧美

³ 农村农业部：《特色农产品区域布局规划(2006-2015)》。

⁴ 数据来源：云南省农业农村厅。

⁵ 数据来源：国家统计局、云南省统计局、云南省农业农村厅相关数据整理。

⁶ 数据来源：海关总署数据整理。

⁷ 数据来源：国家统计局、云南省统计局、云南省农业农村厅相关数据整理。

⁸ 数据来源：国家统计局、云南省统计局、云南省农业农村厅相关数据整理。

⁹ 《云南省“十四五”打造世界一流“绿色食品牌”发展规划(2021-2025年)》。

¹⁰ 数据来源：国家统计局、云南省统计局、云南省农业农村厅相关数据整理。

¹¹ 数据来源：国家统计局、云南省统计局、云南省农业农村厅相关数据整理。

¹² “十大云药”品牌：三七、滇重楼、滇黄精、滇龙胆、砂二、云茯苓、云木香、云当归、铁皮石斛、天麻、灯盏花。

¹³ 数据来源：云南网。“十大云药”助推“云药”产业高质量发展：

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1783271695851894931&wfr=spider&for=pc>。

等 40 多个国家地区¹⁴。

2.2. 基于区位优势、物流、外贸建设层面的支撑基础

云南独特的地理位置和重要的区位关系、立体交通体系、跨境物流网络体系是生态系统建设发展的有利支撑。

2.2.1. 区位优势独特、地缘经济发展潜力巨大

云南，亚洲的地理中心，中国西南边境内陆省。境内与贵州、广西、四川、西藏四省相连，向内地延伸长江经济带、粤港澳大湾区、京津冀、成渝双城经济圈等国内 10 个省区市联动；境外与缅甸、老挝、越南三国毗邻，与中国 - 东盟自由贸易区国家贸易，通过澜沧江 - 湄公河与“柬泰”相通开展大湄公河次区域合作；与“马新印孟”等国延伸，靠近“两湾”¹⁵，是构建第三条亚欧大陆桥的重要枢纽；国境线 4060 千米，涉及 8 个州(市)25 个边境县 27 个口岸，是我国面向南亚、东南亚、西亚、南欧和非洲五大区域开放发展的前沿通道。云南地缘经济发展潜力巨大，其独特的地理因素、区位条件与外部关系是推动地缘经济发展的关键，对全面推进云南省优势产业差异化竞争格局、社会经济的可持续发展具有重要作用[6]。云南特色农产品跨境电商融入服务“一带一路”、拓展 RCEP 大市场，与周边国家和国际市场共建共赢贸易，市场巨大，空间广阔。

2.2.2. 交通枢纽健全、枢纽经济发展良好

云南的区位关系和地缘优势，决定其成为国际性交通枢纽中心。据人民网 2023 年 12 月 26 日报道，云南壮大“枢纽经济”建设国际陆港，实施形成以昆明为中心的“两网络一枢纽”航空网、“八出省五出境”铁路网、“七出省五出境”高速公路网及“两出省三出境”、“多库湖区江河航运”水路网。截止 2022 年，全省公路里程达 31.6 万公里，其中高速公路达 10249 公里，居全国第 2 位。仅中老铁路开通以来，全国 31 个省市区先后开行中老铁路跨境货运列车。全省地方交通产业链的形成，以服务“国内大循环，国内国际双循环”的全方位开放格局的跨境电商交通运输网络，凸显面向南亚东南亚辐射中心综合交通枢纽地位。有力支撑“1233 出行交通圈”¹⁶运行。云南交通枢纽经济成为全省全国经济发展的重要支撑，是惠及南亚、东南亚地区经济发展的引擎。

2.2.3. 物流网络日趋成熟、通道经济发挥效力

依托云南综合立体交通网络、口岸布局，建设形成了现代化物流网络体系。云南全省物流产业(企业)、物流线路(航空、铁路、公路、水路)、物流基地等建设的提升，通过“113 快货物流圈”¹⁷赋能通道建设，口岸物流、冷链物流等领域发展良好，高效配送体系，有效支持了跨境物流发展。2023 年，物流业总收入实现 8503 亿元，同比增长 8.8%；全省四种运输方式货运规模达 15.32 亿吨；全省口岸进出口货运量达 3903.6 万吨，同比增长 32.2%，边境贸易额增长 51.5%¹⁸。

2.2.4. 自由贸易试验区、跨境电商综合试验区为跨境电商的发展奠定产业基础

2019 年 8 月 2 日，国务院批准设立中国(云南)自由贸易试验区，涵盖昆明、红河和德宏三个片区；2019 年~2022 年先后批准昆明、红河、德宏和大理成立云南跨境电子商务综合试验区，作为全省对外开放和构建新发展格局的平台。

¹⁴ 数据来源：国家统计局、云南省统计局、云南省农业农村厅相关数据整理。

¹⁵ 两湾：指北部湾和孟加拉湾。

¹⁶ “1233 出行交通圈”指滇中城市群 1 小时通达，云南省主要城市间 2 小时通达，全国主要城市 3 小时覆盖，南亚东南亚主要城市 3 小时覆盖的交通圈。

¹⁷ “113 快货物流圈”：指国内 1 天送达、南亚东南亚国家 1 天送达、全球主要城市 3 天送达。

¹⁸ 中国水运报数字报·中国水运网。

自贸区的成立，产业聚焦，多区联动、沿边贸易优势增强，拉动云南外贸发展。三个片区增速明显，2019年进出口总额2323.7亿元，同比增长18%，进出口增速居全国第三位。推动了跨境电商的发展。截止2023年，中国(云南)自由贸易试验区成立的4年多来，新设经营主体超过30万户，其中新设企业9.9万户，占全省同期新设企业总数的10.4%，发挥特色优势，引领沿边开放。

2.2.5. 外贸基础良好、出口特色明显

云南高原特色农产品成为全省最具竞争优势的出口商品之一。目前，已有303种农产品出口到88个“一带一路”共建国家和地区。2023年，云南烟草、鲜切花出口值居全国第1位，水果出口值居全国第2位，蔬菜出口值居全国第4位，边境贸易增长51.5%。2023年，全省口岸进出口货值2242亿元，同比增长8.7%；增速高于全国平均水平11.9个百分点。沿边8个州市进出口786.9亿元，增长15.7%，高附加值商品、特色农产品出口增长迅速。云花、云烟、云果、云菜四大特色产品出口额分别位列全国第1、第1、第2、第5位¹⁹。

3. 云南省特色农产品跨境电商生态系统构建路径

3.1. 培育核心种群、构建多边型平台生态

3.1.1. 打造自主跨境电商平台推动形成国际区域影响力

发挥“大基础、大通道、大物流、大平台”核心优势，着力培育打造云南特色农产品专业化跨境电商平台，建设具有差异化特色的自主垂直电商平台。根据生态位分离原理，明确国际市场竞争中的生态位，通过自主平台打造，加快对接并服务广大的特色农产企业和外贸企业。优化特色农产品跨境电商交易模式，以境外消费者为导向，创新C2B(Consumer To Business)反转电商模式，促进家庭农场或专业合作社特色农产品与自主跨境电商平台对接[7]。加快种植端到销售端的链接，将云南特色农产品产业优势转化为平台交易优势，深耕特色农产品领域，加大企业建设附着力，发挥平台辐射力，带动全省全国特色农产品贸易，推动形成国际区域影响力。

3.1.2. 提升跨境电商公共服务平台应用力、助力多边平台商业模式发展

其一，构建垂直电商自主品牌，通过加强“企业+产业+区域+电商”间的合作，为跨境电商企业提供产品、资讯、交流商务合作，推动“数实”融合发展。其二，发挥机制优势，由政府统筹协调，应用大数据技术赋能，整合区域内跨境电商平台资源，统筹功能分区，兼顾境内外各方利益，构建覆盖周边国家的跨境电商综合服务平台，提高主体运力；加强平台交易监管功能，合理布局线上线下交易体系。

3.1.3. 打造口岸型跨境电商直播基地激发新的增长极

利用云南省沿边区位优势及衔接国内外多个经济带和经济走廊的地缘经济优势，发挥特色农产品、交通、物流枢纽三优势，提升“口岸经济”的效能。以互享共赢原则，加强境内32个省市区的贸易活动；加强境外RCEP集团组织及延伸南欧和非洲五大区域涉及18个国家地区覆盖21.2亿人口的沿边开放通道优势，拓宽特色农产品销售渠道，为融入“一带一路”经济建设，创新口岸型跨境电商直播产业新基地。推进口岸一体化建设，助力云南优质特色农产品“走出去”。

3.1.4. 引进优质第三方跨境电商平台、突出建设特色农产品贸易功能

其一，针对性选择农产品流量大的知名跨境电商平台进行合作，助力云南特色农产品品牌推广及目标客群的精准推送，提升品牌知名度，譬如，阿里巴巴出口国际站设有产地特色专区。其二，引进大品牌跨境电商平台落地云南，加快地方农产企业和跨境贸易企业合作，推动以平台建设为发展吸引力的产业聚合。

¹⁹ 数据来源：国家统计局、云南省统计局、云南省农业农村厅相关数据整理。

3.1.5. 创建跨境贸易核心功能聚集区、提升跨境电商产业聚合力

探索“跨境电商综合试验区 + 县域跨境电商产业园 + 特色农产品优势示范基地 + 家庭个体农户”的贸易创新联动机制，形成产业辐射带动周边地区连片发展、协同发展、资源共享，形成跨境电商产业生态链。以昆明、红河、德宏三个自由贸易片区及昆明、德宏、红河、大理四个跨境电商综合试区为建设基点，扩展构建昆明 - 玉溪(蔬菜水果) - 普洱(茶叶) - 西双版纳(橡胶)、昆明 - 曲靖(宣威火腿) - 文山(三七)、昆明 - 昭通(水果)、昆明 - 楚雄(野生菌) - 保山(咖啡) - 德宏(粮食)；大理 - 丽江 - 迪庆州(肉牛牛奶)特色农产品跨境电商五大基地，推动建立跨境电商特色产业聚集、产业带建设，提升跨境电商自主品牌影响力。

3.2. 优化关键种群、打造资源型产业生态

巩固、优化、发展现有特色农产品产业链，发掘潜在的特色农产品，发展智慧农业、精品农业，打造资源型产业生态，提升优质特色农产品竞争力。把云南打造成为世界一流“绿色食品品牌”，建设中国农业绿色发展先行区、世界绿色食品重要生产区，推动云南省绿色品牌体系构建。

3.2.1. 夯实特色产业发展基础、构建标准化质量保障体系

一是夯实特色农产品产业发展基础，完善基础设施布局，加大外部环境支持。完善特色农产品生产、加工园区的布局及配套基础。以发展绿色生态循环型农业为导向，加强生态型新质农业技术应用。加强田间地头到市场的采摘运输农产品集散能力。

二是以外向型发展为导向，构建特色农产品标准化质量保障体系和出口体系。对标国际农产品技术标准和质量标准，发挥政府主体作用，建立统一的国际化生产标准、质量标准和经营标准，将品质提升作为云南自主品牌建设的基础。针对特殊农产品制定符合交易产品生物规律的检验机制、“短平快”检验机制，加快其流转。完善信用体系，建立农产品跨境贸易信用服务平台，完善统一的云南农产品跨境电商出口管理体系，配套的质量监管机制。

三是大数据、区块链、云计算等建立时效性极强的大数据技术赋能建设农产品质量监管机制，确保全省特色农产品从种植源头到终端市场全程质量监控，形成“农户农企 + 质检机构 + 电商企业 + 物流 + 海关”数据信息共享链。将生产管理、质检监管、商业管理、运输管理、仓储管理、报关管理及营销管理等环节纳入信息管理机制，提升国际市场环境下品质信任和品牌建设，提升云南数字农业建设内涵。

3.2.2. 加大建设特色农产品品牌、提高附加价值

一是持续建设当前已形成的“云系、滇牌”绿色食品品牌等特色农产品品牌，发掘潜在的特色农产品品种，加大国家地理标志保护产品的建设力度，扩大注册品种，推进有机、绿色、无公害等认证的数量，增加省市级驰名商标、企业驰名商标，推进区域性品牌建设为亮点，提高国际市场知名度和竞争力。二是建设云南高原特色农产品跨境电商品牌，以国际市场的需求为标准，注重差异化的品牌定位、自主创新和跨境营销，鼓励引导企业开展境外商标注册、国际认证和质量品牌认证，创建自主品牌，提升品牌管理保护。三是提升全省特色农产品品牌数字化水平，创新品牌活力，形成品牌新业态及品牌产业链。

3.2.3. 培育优质跨境电商运营主体、健全特色农产品营销体系

一是培育优质运营主体是构建云南特色农产品跨境电商生态系统的关键点，也是建设完整产业链，促进云南省跨境电商高质量发展的重点。其一，引进高质量跨境电商运营主体，强化优质经营主体建设。云南政府可出台优惠政策吸引企业落地，聚集完善跨境电商企业产业链建设。其二，培育地方跨境电商企业，鼓励地方传统外贸企业转型跨境电商营销模式；推动已形成的农业经营主体集群外向型发展；加速传统企业数字化转型，通过跨境电商平台开辟其销售渠道。其三，以市场需求驱动，推动“跨境电商 + 特色产业”融合，探索新型农村经营主体，加强对新型经营主体的培育与政策支持，发挥其对农户的带

动作用，为实现产业融合及云南跨境电商发展提供主体支持。

二是结合云南特色农产品跨境电商平台健全特色农产品跨境电商营销体系。加强跨境电商平台内生力，制定个性化推广策略，拓展线上线下、境内境外、商超、海外社交媒介等销售渠道，扩大市场接触面，全链条优化消费体验，提高特色农产品品牌海外知名度、市场占有率及企业认可度，壮大特色农产品跨境电商外贸增长。建设跨境电商特色农产品集散基地，集中示范性进行线上运营，促进传统销售模式向电商模式转变。加强企业国际合作与联盟，增强国际市场链接，参与国际产业链和价值链构建，获取国际市场资源，促进出口贸易。

3.3. 强化支持种群、构建协同型服务生态

3.3.1. 强化跨境物流功能配置推进国际物流中心建设

跨境物流是支撑云南特色农产品跨境电商生态系统构建的重要生态位功能要素。云南作为区域性综合交通枢纽中心，交通布局有利支撑物流建设，形成云南为战略支点，内衔外接多个经济圈的物流网络。

一是发挥发展规划及政策支持叠加效应，加大物流节点科学布局，建设区域性物流中心，高效对接省内特色农业，推进协同化、便利化发展。利用“四出境”国际物流通道、“三大物流中心”及陆海新通道规划，构建外向型物流体系，提升云南跨境物流水平。

二是强化跨境物流沿线功能配置，建设高效配送体系，提高物流服务质量。其一，发挥沿边区位优势，利用口岸资源，配合自贸区和跨境电商综试区的发展规划，科学布局全省口岸功能，根据特色农产品不同区域、属性在水陆空港布局产品配置中心，引导跨境电商企业在口岸边境节点城市建立“边境仓”“海外仓”“前置仓”，打造面向南亚、东南亚，链接国外海外仓的重要枢纽。其二，推进“跨境电商 + 海外仓”发展模式，以南亚东南亚国家地区为“海外仓”建设支点，加大“海外仓”、“出口集货仓”、“智能口岸仓”、海外实体店和线下提货点等功能布局建设，解决目前云南省“海外仓”建设发展短板问题，提升跨境物流效能和国际市场运营能力。

三是建设“仓储 + 冷链”立体式协同物流体系，加强云南冷链物流基础建设，在物流沿线重要节点城市打造冷链物流园区，扩大规模，提高物流效率和效能。开发共享式物流专列，对接特色农产品原产地，大力探索开行“点对点”高铁货运专列，助力特色农产品出滇，打造高铁物流服务云南品牌。

3.3.2. 加强协同型服务体系建设和完善供应链一体化水平

一是加强跨境支付企业、海关商检、金融机构、行业协会、政府机构、通信企业、信息技术企业等主体建设，作为支撑云南跨境电商产业发展和生态系统构建的运作保障。二是加强现代信息技术应用，构建协同服务体系，提高企业和管理服务部门间的联动反应速度和整体服务工作效能，降本增效。三是加快区块链、物联网、大数据等现代新兴技术在企业和行业间的应用，推动高效透明的供应链系统建设，实现农产品管理平台、跨境电商平台和服务平台间一体化建设，实现农产品出口供应链可视化管理，提高供应链效率。

3.4. 拓宽寄生种群、激发竞争型创新生态

以建设人才生态系统为开发寄生种群的关键，引领创新生态发展，为构建农产品跨境电商生态系统提供功能耦合。

3.4.1. 构建复合型人才培养体系和保障机制

一是建立高校“专业 + 行业 + 技能”复合型高质量人才培养机制，既具备农学和跨境电商的学科知识基础，又适用行业动态和发展趋势，形成“人才培养 + 产业发展”的生态链。二是增加语种开设，加强语言技能运用，开设小语种课程，支撑云南建设面向南亚东南亚的规划部署。三是加强创新创

业人才培育, 强调创新能力与管理能力, 为农村产业集群及新型农村经营主体建设储备力量。四是构建“校企产”培育模式, 强化理论与实践对接统一, 产教研一体化, 企业发展、产业壮大与学校共建, 提升云南农产品跨境电商产业良性循环发展。五是政府引导组织行业协会、高校、培训机构等, 面向社会、企业开展跨境电商技能培训服务, 提升人才整体素质, 培养一批技能型、应用型、复合型跨境电商服务人才。六是构建农村青年返乡孵化基地, 激发人才回乡创业热情。七是强化外部人才引进, 构建云南农产品跨境电商发展人才智力库。八是加大云南跨境电商综试区发展规划指导, 成立云南跨境电商高层次管理机构, 统筹规划云南跨境电商发展。

3.4.2. 加强数实融合、共生发展

以“十四五”数字云南建设规划和政策帮扶, 引进培育发展互联网技术核心企业, 实施“数字产业化、产业数字化”互联网应用技术建设, 特色农产品企业与跨境电商企业的融合共生发展, 形成对云南特色农产品跨境电商的发展支撑。发挥核心种群聚合力, 产业聚焦效应, 数实融合, 改善共生环境, 支持翻译、网络营销服务、技术支持服务、广告媒体、咨询机构、供应链优化及整合机构、媒体等企业的共生发展, 实现云南特色农产品跨境电商生态系统构建的企业功能耦合。

4. 结论

通过对云南省特色农产品跨境电商生态系统构建研究, 不仅是对生态系统理论应用的延展与思考, 更是对其运作原理和构建机理的一种融合创新。针对云南特色农产品资源体系及跨境电商产业逐层展开研究分析, 结合新的经济发展形态, 二者形成优势互补, “数实融合”的生态现象, 一方面基于云南优质特色农产品资源推动做大做强优势特色产业, 朝着绿色生态、可持续性农业发展, 推动云南高原特色现代农业的建设进程; 另一方面基于跨境电商产业带动, 拓宽渠道、扩大市场, 改变传统贸易方式, 推动传统企业转型, 带动特色农产品“走出去”, 促进外贸增长。优质特色农产品和稳定发展的特色产业是跨境电商生态系统的核心构成, 而云南跨境电商品牌平台和基地的打造, 是跨境电商生态系统的核心构成。云南特色产品跨境电商生态系统的构建, 将大大加速跨境电商产业发展和产业带的形成, 带动关联产业的发展, 推进云南农业生态循环和可持续性发展, 推动产业大融合, 促进云南经济社会的全面发展, 同时更好地融合服务“一带一路”建设。

基金项目

云南省教育厅科学研究基金项目“数字经济建设引领下云南特色农产品跨境电商发展路径研究”项目编号: 2021J0658。

参考文献

- [1] 张夏恒. 跨境电子商务生态系统构建机理与实施路径[J]. 当代经济管理, 2021, 43(7): 55-60.
- [2] 赵曜. 乡村振兴背景下江苏省农产品跨境电商生态系统构建[J]. 现代商贸工业, 2022, 43(24): 51-53.
- [3] 盖叶萍. 基于钻石模型探究辽宁省跨境电商生态圈影响因素[J]. 商场现代化, 2023(12): 37-39.
- [4] 陈中明. 数字贸易背景下广东省跨境电商生态圈构建研究[J]. 商场现代化, 2023(23): 31-33.
- [5] 陈秋杰. 中俄跨境电商生态系统研究[J]. 东北亚经济研究, 2023, 7(6): 28-40.
- [6] 方一如. “一带一路”战略视角下玉溪市地缘经济发展研究[J]. 现代商业, 2015(22): 80-81.
- [7] 方一如. 生鲜农产品电子商务交易模式探析——以云南省为例[J]. 商场现代化, 2015(13): 67-69.