

# 云南省跨境电商产业竞争力提升策略研究

彭 哨

昆明城市学院, 中国·云南 昆明 650106

**【摘要】** 本文通过使用钻石模型和浙江等跨境电商产业发达地区比较分析, 探讨了云南省跨境电商产业的竞争力现状及其提升策略。文章首先介绍了研究背景和意义, 接着运用钻石模型从生产要素、需求条件、相关与支持性产业、企业战略与竞争对手、政府作用等方面对云南省跨境电商产业进行了深入分析。同时, 通过与跨境电商产业发达地区的比较, 找出了云南省在该领域的不足。最后, 提出了提升云南省跨境电商产业竞争力的具体策略建议。

**【关键词】** 跨境电商; 钻石模型; 产业竞争力; 提升策略

**【基金项目】** 云南省教育厅科学研究基金(2020J1132) 云南省跨境电商产业竞争力评价及提升策略研究。

## 1 引言

随着互联网技术的飞速发展和全球贸易的日益紧密, 跨境电商作为一种新型的国际贸易模式, 正以其独特的优势改变着传统的贸易格局。云南省作为我国西南边陲的重要省份, 拥有得天独厚的地理位置和资源优势, 近年来在跨境电商领域也取得了显著的发展。然而, 与浙江等电商发达地区相比, 云南省在跨境电商产业竞争力方面仍存在不小的差距。因此, 本文旨在通过钻石模型和比较分析, 探讨云南省跨境电商产业的竞争力现状及其提升策略, 以期云南省乃至全国的跨境电商产业发展提供有益的参考。

## 2 云南省跨境电商发展现状

### 2.1 进出口规模同步增长

据云南省跨境电商公共服务平台统计(跨境电商进出口数据的发布口径在海关总署, 不允许地方海关对外发布), 2022年全省跨境电商进出口额75.37亿元, 同比增长75.52%。其中出口74.71亿元, 同比增长74.47%, 进口0.66亿元, 同比增长429.72%。

### 2.2 出口主要面向南亚东南亚国家

出口主要商品: 干海鲜、玩具、箱包、服装鞋帽、家用电器、3C数码等, 主要出口市场是泰国、巴基斯坦、越南、缅甸、孟加拉国等南亚东南亚国家。

### 2.3 中国(云南)自由贸易区形成跨境电商产业新生态

昆明、德宏、红河获国务院批准设立跨境电商综合试验区, 搭建中缅、中越跨境电商优

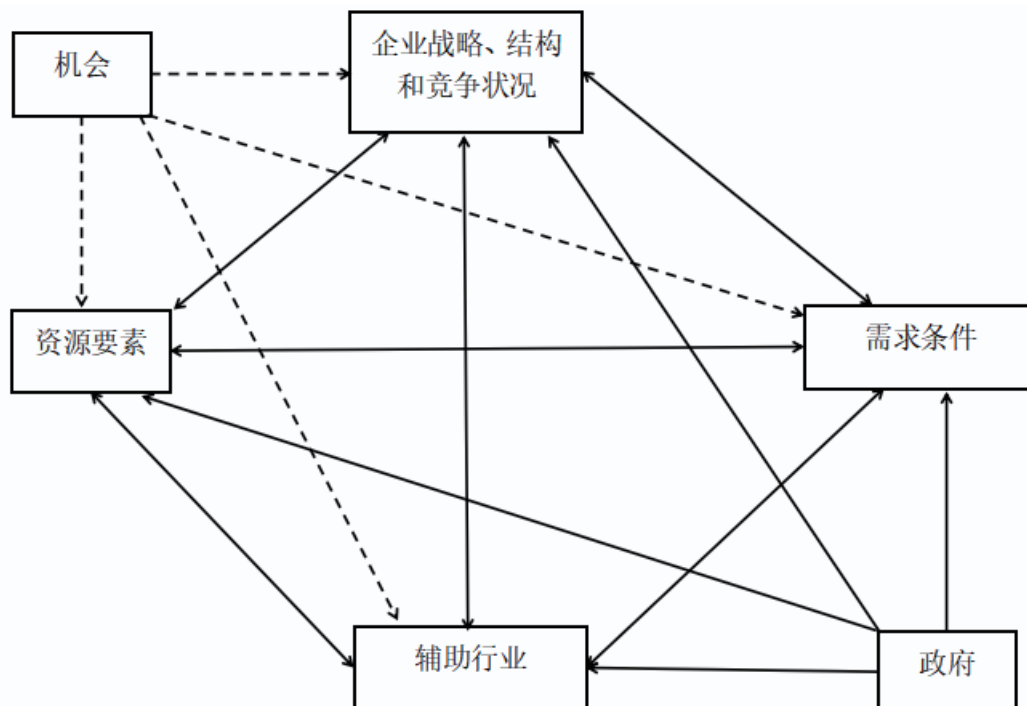


图1 经过修正的钻石模型

进优出的载体平台, 开通国际邮件、商业快件、跨境电商“三场合一”“同场作业”新模式。在红河片区, 中国—东盟(河口)跨境电子商务物流产业园自主创新“电商跨境+边民互市”的互市电商跨境出口模式, 吸引入驻企业153户, 实现网上销售额13.16亿元; 德宏片区建成跨境电商监管场站, 实现交易额26.66亿元,

### 3 基于钻石模型的云南省跨境电商产业竞争力分析

#### 3.1 “钻石模型”修正及研究的适用性分析

钻石模型是由美国哈佛商学院的波特教授在1990年提出的理论。它强调了决定一个国家特定产业竞争力的四个核心要素: 生产要素、市场需求、相关及支持性产业, 以及企业的战略、结构与竞争状态。此外, 波特还提到了两个辅助变量: 政府和机会。虽然这六个要素在国家宏观层面对产业发展进行了全面考量, 但它们可能未充分考虑到地方跨境电商产业的独特性。鉴于云南跨境电商产业的实际发展状况, 我们观察到政府在该领域起到了举足轻重的作用, 特别是在资源配置、产品生产以及服务提供方面。政府不仅提供政策扶持, 还完善了基础设施, 并为产业创新创造了有利环境。因此, 本文主张政府的作用和钻石模型中的核心要素具有同等的重要性。为了更好地分析云南跨境电商产业的发展, 使用经过修正的钻石模型(图1)分析云南跨境电商产业发展更合适。

#### 3.2 云南省跨境电商产业竞争力分析

##### 3.2.1 生产要素

迈克尔波特将生产要素分为初级和高级。前者包括自然资源、气候、地理位置、人口等特征, 后者包括通信基础设施、复杂和熟练劳动力、科研设施以及专门技术知识。波特认为高级要素对竞争优势具有更重要的作用, 云南省在资源、气候和地理位置等初级生产要素方面具有一定的优势, 然而, 在高级生产要素方面, 如知识资源和基础设施方面, 云南省相对薄弱。这在一定程度上制约了云南省跨境电商产业的创新能力和竞争力, 例如, 截止2023年, 云南省有32所本科高校, 只有2所开设了跨境电商专业, 相比之下, 浙江省在高级生产要素方面具有明显的优势, 浙江省有60所本科高校, 有11所开设了跨境电商本科专业, 为跨境电商产业的发展提供了强大的智力支持。

##### 3.2.2 需求条件

德国权威数据分析公司Statista发文指出, 2023年, 超过四分之一的中国消费品在网上销售, 远高于全球平均水平; 2023年中国的在线零售总额接近2.2万亿美元, 美国以0.981万亿美元(7.11万亿元)的销售额位居第二, 中国已成为全球最大的电子商务市场。伴随着民众收入层次的提升以及消费理念的变革, 顾客对于商品的品质、送货速度以及售后服务等方面的要求日益增强。这种消费模式的持

续革新, 正逐步推动着消费结构的优化调整。如今, 我们的国家正处于消费结构升级的黄金时期, 国内庞大的网络购物需求为电子商务市场的蓬勃发展提供了坚实的基础。网络购物者对商品质量和个性化需求的提升, 正激励着生产者和电商企业持续改善其产品和服务的质量, 这无疑对培养电商企业的竞争优势产生了积极影响。

##### 3.2.3 相关与支持性产业

跨境电商产业的发展离不开相关与支持性产业如电商产业、仓储物流产业、金融、支付产业的支持。目前, 云南省跨境物流的基础建设在稳步推进。跨境物流通道的构建正在加速。中越、中老、中缅方向的公路通道, 国内段已经全部实现了高速化。中老铁路、中缅清水河通道的大理至临沧段铁路, 以及中缅瑞丽通道的大理至保山段都已经顺利通车。同时, 中老泰和中越的铁路也实现了米轨直通与准米轨换装联运。本省企业已在境外设立了20家物流公司, 并建成了10个海外仓库, 仓储总面积达12.87万平方米, 总投资额为1.17亿元。

和浙江省相比, 云南省除了缺乏跨境电商主体龙头企业以外, 在相关与支持性产业的发展上更是有非常大的差距。除了阿里巴巴、执御等杰出的跨境电商领军企业, 浙江省还孕育了诸多跨境电商辅助性企业。如软件开发、运营代理、在线支付及物流服务提供商等, 正逐渐向跨境电商核心企业靠拢, 形成了紧密的产业集群。这些企业提供多样化的服务, 包括但不限于网店美化、图片本地化翻译、网站管理、市场推广、数据深度分析、知识产权保护、退换货处理、金融投资服务、质量检测以及保险业务等。

##### 3.2.4 企业战略与竞争对手

云南省的跨境电商企业多数为中小型企业, 规模小, 年进出口过亿元的跨境电商企业缺乏, 尚无大型龙头企业, 出口企业98%以上是物流企业和货代公司, 以代理报关方式出口, 本土跨境电商平台和电商企业产生的贸易额占比较小。这在一定程度上影响了云南省跨境电商产业的整体竞争力和品牌影响力。同时, 企业间的竞争与合作机制尚不完善, 有待进一步加强。而浙江省则拥有众多知名的跨境电商企业, 如阿里巴巴、平湖相伴宝产业链信息科技有限公司、杭州巨星科技股份有限公司等, 这些企业在品牌、渠道、技术等方面具有明显的优势, 且分布在不同的服务领域, 如行业平台及供应链、物流、支付结算和代运营服务, 为浙江省跨境电商产业的发展注入了强大的动力。

##### 3.2.5 政府作用

政府在跨境电商产业的发展中扮演着重要的角色。云南省政府近年来大力支持跨境电商产业的发展, 自2019年以来, 陆续出台了《云南省人民政府关于进一步加快跨境电子商务发展的指导意见》、《中国(大理)跨境电子商务

综合试验区实施方案》、《中国（云南）自贸区昆明片区（昆明经开区）支持跨境电子商务发展措施》、《云南省电子商务高质量发展三年行动计划（2023—2025年）》等一系列政策文件。云南省政府的一系列举措助推了跨境电商的发展。

然而，和浙江等发达地区相比，政府在政策落实和执行力度上，仍需进一步加强，综试区和重点城市作用仍然尚未充分发挥，昆明跨境电商综合试验区在同批次省会城市中，跨境电商进出口规模保持在中下游水平；在体制、机制和监管方面创新不够。

### 3.2.6 机会

得益于国家和云南省的政策支持，云南省跨境电子商务正迎来前所未有的发展机遇，特别是在面向南亚和东南亚的跨境电商，云南省凭借其得天独厚的地理位置脱颖而出。近年来，东南亚电商市场备受瞩目，其增长速度连续多年领跑全球，市场潜力依然深不可测。根据eMarketer发布的数据，2023年全球零售电商市场增速排名中，东南亚以18.6%的傲人增速稳居榜首。从国家层面分析，全球电商增长最迅猛的国家前十名中，东南亚国家占据半壁江山，包括菲律宾、印尼、马来西亚、泰国和越南。同样值得注意的是，中国跨境电商出口额排名前十的国家中，也有五个来自东南亚地区，分别是马来西亚、新加坡、越南、泰国和菲律宾。

## 4 云南省跨境电商产业竞争力提升策略

### 4.1 加大高级生产要素的投入

云南省应加大对高级人才、技术研发等方面的投入力度，提高跨境电商产业的创新能力和核心竞争力。同时，加强与高校、科研机构的合作与交流，培养更多的专业人才和创新团队。

### 4.2 完善相关与支持性产业

加快发展现代物流和仓储业是提升云南省跨境电商产业竞争力的关键之一。云南省应加大投入力度提升物流效率和服务质量，并加强与金融、信息技术等产业的融合与发展，同时培育跨境电商生态企业和配套服务企业，促进跨境电商产业发展。

### 4.3 培育跨境电商出口龙头企业

培育龙头企业，鼓励企业通过兼并重组、技术创新等方式做大做强，形成一批具有国际竞争力的跨境电商龙头企业。同时加强企业间的合作与交流机制完善产业链上下游的协同发展。引导本省工业制品，咖啡、坚果、花卉、珠宝玉石等优势特色产业，二手车、新能源汽车、电动自行车等在产品开拓RCEP国家跨境电商市场，助力“云品出海”。

### 4.4 制定精准支持政策，促进跨境电商发展。

加强与省内外跨境电商智库和研究机制合作，复制推广先进地区跨境电商综合试区、海外仓建设好经验好做法，安排跨境电商专项资金，出台促进跨境电商发展的政策举措，引导跨境电商企业创新业务模式，开拓国际市场，强化规范经营。

### 4.5 鼓励监管创新，发展进口跨境电商新模式

创新跨境电商零售进口监管方式，用好用足零售进口商品税收优惠及产品品牌优势，支持自贸试验区、跨境电商综试区、综合保税区、进口贸易促进创新示范区、保税物流中心(B型)所在城市(及区域)开设跨境电商O2O线下体验店，推广“跨境电商+前店后仓”“跨境电商+直播带货”等模式开展零售进口商品销售。

### 参考文献:

[1] 吕月. 山西省跨境电商产业竞争力评价及提升策略研究[J]. 内蒙古统计, 2023, (06): 31-33. DOI: 10.19454/j.cnki.cn15-1170/c.2023.06.010.

[2] 杨涛. 对区域跨境电商产业如何打造竞争力的思考和建议[J]. 全国流通经济, 2023, (11): 45-48. DOI: 10.16834/j.cnki.issn1009-5292.2023.11.004.

[3] 刘梦园. 生态位视角的跨境电商综试区产业竞争力评价研究[D]. 江西科技师范大学, 2023. DOI: 10.27751/d.cnki.gjxkj.2023.000154.

[4] 尤露, 谷文林. 双循环视角下我国跨境电商产业竞争力提升与进出口贸易发展研究——基于省域层面样本数据[J]. 商业经济研究, 2022, (24): 146-149.

[5] 吴竞鸿, 胡勇强. 安徽省跨境电商产业竞争力评价与提升策略——基于长三角跨境电商综试区样本数据的分析[J]. 九江学院学报(自然科学版), 2022, 37(03): 50-56+64. DOI: 10.19717/j.cnki.jjun.2022.03.012.

[6] 潘艳敏. 我国跨境电商产业核心竞争力培育路径研究——基于钻石模型[J]. 现代商业, 2022, (23): 37-39. DOI: 10.14097/j.cnki.5392/2022.23.051.

[7] 杨慧如. 河南省跨境电商产业竞争力评价研究[D]. 天津财经大学, 2022. DOI: 10.27354/d.cnki.gtcjy.2022.000202.

[8] 张磊, 张婉莹. 后疫情时代提升郑州市跨境电商产业竞争力对策研究[J]. 长春金融高等专科学校学报, 2022, (02): 66-71.

[9] 张晓东. 基于生态位视角的跨境电商产业竞争力实证研究[J]. 国际商务研究, 2022, 13(01): 26-36. DOI: 10.13680/j.cnki.ibr.2022.01.002.

### 作者简介:

彭哨(1976-), 男, 湖北人, 昆明城市学院商学院教授, 研究方向: 电子商务。