

大数据时代的地域贸易如何发展

梁丹阳

北京理工大学珠海学院, 中国·广东 珠海 519088

【摘要】目前,受到大数据技术手段发展的影响作用,生产和贸易模式都发生了比较巨大的变革,令我国农产品贸易也得到了稳定发展、持续增长的新趋势。可以认为“大数据”技术手段除了为农业发展创造了必要预警机制,同时还给农业产品的高附加值产品价值带来了新的挖掘途径,令价格机制得以公正合理的发展,农业政策支持也变得更完善。在本文当中,将结合大数据时代的技术条件以及时代特性展开阐述,以农产品作为对象,讨论我国地域贸易的发展策略,期望能够为相关行业提供可行参考。

【关键词】大数据; 地域贸易; 农产品

How to Develop Regional Trade in the Era of Big Data

Liang Danyang

Zhuhai College, Beijing Institute of Technology, Zhuhai, Guangdong, China 519088

[Abstract] At present, due to the influence of the development of big data technology, the production and trade models have undergone relatively great changes, which has led to a new trend of stable development and continuous growth in my country's agricultural trade. It can be considered that "big data" technology not only creates a necessary early warning mechanism for agricultural development, but also brings new ways of mining the value of high value-added agricultural products, enabling the fair and reasonable development of the price mechanism, and supporting agricultural policy. become more complete. In this article, I will elaborate on the technical conditions and characteristics of the era of big data, and discuss the development strategy of my country's regional trade with agricultural products as the object, hoping to provide a feasible reference for related industries.

[Key words] big data; regional trade; agricultural products

作为最大的农业生产国其中之一,我国的农产品贸易有比较广阔的发展空间,受到“大数据”技术手段的影响,农业从生产到贸易环节都有了新的发展趋势。作为我国国民经济当中非常关键的构成部分,农业也是我国的关键的经济发展保障,在全球市场经济的冲击下,我国的农产品贸易要赢得持续、稳定的发展,还需要转变传统的生产经营观念,以科学技术作为物质基础,发展地域贸易,以实现我国现代化建设的宏伟目标。

1 “大数据”对地域贸易的影响——以农产品为例

1.1 引导地域范围内农业生产活动

因为现代化潮流的影响,我国的农业生产活动已经不同于过往,具体来说包括以下几个方面:

其一,在农产品的生产过程中,“大数据”手段的影响突破了传统模式下的“看天吃饭”局限,各种各样的数据信息都可以在短时间内完成采集和整合,农作物生产中从播种天气、灌溉条件、采收杀虫等环节到售卖环节,都可以借助信息技术手段加以指导,种子购入、产品售卖环节都能够保证优质、低价,降低成本的基础之上,产品质量也得到了明显的提升,这样,自然就能够增加我国的农产品市场竞争力,确保其能够在电子商务平台甚至是国际贸易活动当中具备较高的优势。从农户的角度来说,“大数据”也能够带来更加成熟的农业种植技巧指导,令农民生产和销售农产品的热情有所提升,将传统的自给自足模式转变成积极销售、参与贸易活动的新形势。

其二,“大数据”技术所带来的除了信息和技术指导之外,还有现代化的生产设备,农业生产可以不再单一地依靠人工技术手段。例如,种植业可以借助“大数据”了解行业内最新的机械设备,降低生产劳动周期,提升生产效率;养殖业可以借助“大数据”平台加强圈养技术,获得更加品质优良的动物幼崽,令劳动力匮乏的农业生产可以创造更多的经济效益,如图1。

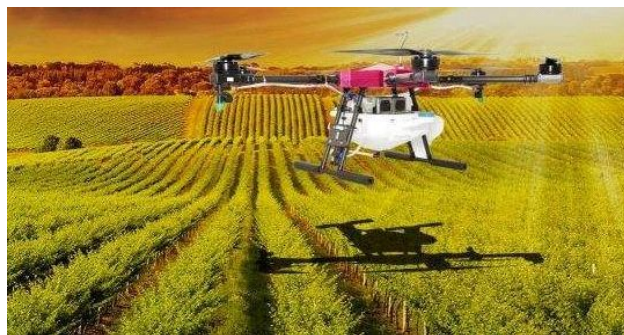


图1 农业机械装备

1.2 引导地域范围内产品贸易流通

农产品电子商务营销平台的核心目的就是为了让农产品更加自由地进行流通交易,在大数据的支持之下,这种流通将会变得更加简单。

其一,我国的农产品生产总量一直是保持上升的水平,供给量增加、需求量大,就需要一个平台将供需进行对接,因此农产品电商平台便承担了这个重要责任,数据的不断更新及加入,使得流通变得更加便捷。其二,对于农产品销售方来说,尤其是作物类、水产类农产品,其产品的新鲜程度至关重要,农户可以通过大数据定位,精准了解其他地区是否对自己的产品有购入需求,结合实际情况展开线上沟通和物流托运,保证应季的新鲜农产品能够在短时间内送达需要的地区,做到高度保鲜。其三,对于农产品购入方来说,可以借助线上平台搜索、比较不同销售方的商品,择优购入,打破传统沟通模式的不对称问题。

1.3 优化地域范围内生产消费体系

农产品电子商务营销平台在大数据的背景下,已经在慢慢地改变我国农产品传统的交易模式,随着农产品、大数据、电子商务的融合,我国农产品的地域贸易体系已经呈现出了明显的重新架构趋势,这是机遇,也是挑战。

其一, 大数据支持下的电商平台同时收集购入方和生产方的信息资料, 借助这些数据信息可以定点追踪购入方的消费倾向和消费能力, 有助于生产方(和销售商)了解当下的热门农产品市场基本情况, 结合相关性分析预测未来的市场发展趋势; 另外, 这种预测模式还能够在较大程度上制定未来的市场营销策略, 其二, 从用户的角度来说, 可以通过大数据的爱好推荐找到更加符合心意的农产品, 将菜市场搬上网络, 满足用户需求的同时, 简化消费过程, 提供更好的服务。其三, 地域贸易发展的过程当中, 结合大数据海量的信息和数据加以深度剖析, 搜集季节信息、温度情况、消费倾向等, 高效生成供需报表, 能够总结当下存在的潜在问题, 给农产品市场发展提供建议, 进而优化农产品的区域贸易发展趋势。

总之, 大数据时代对于农产品电子商务营销平台的作用是全面的, 农业在此基础上进行更加优质的生产、电子商务平台将两者进行有效对接, 将各自的优势发挥到最大。

2 “大数据”时代背景下地域贸易的发展策略

2.1 提升地域数字贸易便捷水平

根据农产品地域贸易的基本特点, 围绕农产品通关报关、检验检疫等环节, “大数据”手段能够全面优化地域贸易便捷化措施, 持续性优化营商环境和贸易环境。

其一, 各地可以尝试参考“上海自由贸易试验区”的模式, 创造满足数字化贸易要求、跨境电商特征的单一化窗口模式, 鼓励参与农产品贸易活动的主体能够借此完成海关通关保管以及相关检验检疫操作。关键是要设置针对农产品贸易的“绿色通道”, 结合个体户和企业的切实需求, 出具税收减免的政策、允许其实行一次报关多次通关等, 通过更高效率保证产品质量、降低损耗。其二, 积极推行“数字化”贸易农产品贸易高效对接。对单一窗口机制进行适当改进, 使其更加符合国际通行数字贸易标准体系, 如图2。

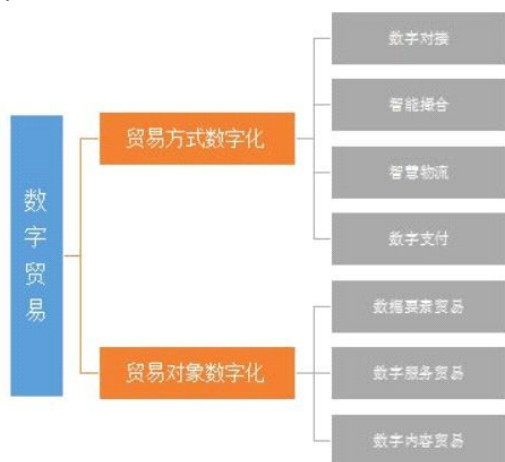


图2 数字贸易体系

2.2 增强地域电商平台搭建力度

在数字贸易下, 越来越多的农户、中小型农产品生产企业加入到农产品线上贸易活动中, 必须加快推进农村电商平台建设, 更好地服务这些农户及农产品生产企业。

其一, 积极建设面向农产品的电商平台, 并借助大数据的技术手段, 将周边的农产品个体户、中小企业集合起来, 利用平台渠道实现区域资源、信息技术共享; 与此同时, 借助互联网手段针对地区特色农产品加大宣传力度, 让从事农产品出口的个体农户、中小企业善于使用电商平台的物流资源和信息资源, 提高农产品物流配送效率。除此之外, 地方政府应根据农村电商平台建设需求, 加大对边远地区、贫困地区电商平台建设的补贴扶持力度, 同时积极开展相关培训, 真正实现农产品快速出村、出山, 流入市场, 进一步提升电商农产品

销售比例。其二, 全面强化农村跨境电商贸易渠道, 在国内贸易领域农村电商平台可以较好地满足需要, 但在将农产品销往国外方面, 农村电商平台无论是销售渠道还是海外物流都存在不足。应加强农村电商平台与跨境电商平台的对接, 借助后者的海外物流渠道及其更加强大的大数据挖掘技术, 以更精准的客户定位、更精准的销售策略不断提高中国农产品国际影响力水平。

2.3 推行地域产品规范市场建设

其一, 大力推进农产品标准化工作。政府应积极借鉴发达国家的先进经验, 结合中国农业生产禀赋和传统优势, 不断完善农产品种植、到加工、再到配送的标准化流程。围绕加强产品质量控制健全行业标准, 引导参与到农产品跨境电商贸易的生产企业加强对产品质量的控制, 使其能够更好地应对农产品国际贸易壁垒。其二, 加强对农产品出口行业协会、企业和个体户等市场主体的引导。各级政府、行业协会和龙头企业可以帮助农产品生产企业树立互联网思维和数字贸易思维, 促使农产品生产企业尽快建立适应数字贸易需求的企业信息化体系。行业协会要加强对本地农产品贸易企业的规范引导, 加强对其的监管, 积极引导对本地农产品贸易企业和个体户学习数字贸易下农产品跨境电商贸易的流程与销售技巧, 学会使用大数据技术更加精准地定位客户群体。其三, 对于任何产品而言, 品牌和口碑的塑造是极为重要的。需要针对目前农产品电子商务平台上的主流强势商家进行打造, 农户也需要结合各地的文化背景, 根据当地特色进行农产品品牌塑造, 通过大数据和电子商务平台的支撑汇聚各方优势, 为农产品电商创收。

2.4 组织地域营销专业培训模式

对于使用农产品电子商务平台的主体而言, 需要提高自身素质能力与之相匹配, 在目前的情况下电商平台发展资金与技术都是相对次要的, 主要就是使用者的思想观念能否转变, 只有当农业供给者的观念转变才能提高其主观能动性。

其一, 结合我国农村区域加以宏观调控, 电商平台入驻准入门槛适当放松, 但是要提升产品质量的关卡, 也就是说, 农产品质量和销量是硬道理, 谁都可以进入电商市场, 但是不是谁都可以市场中立足。其二, 积极引导地方政府部门加强农产品的知识、技能教育, 增加政府在电子商务领域的投入, 加强电子商务的基础设施建设, 给农产品电子商务发展奠定物质基础; 在此基础上进行宣传鼓励, 引进高技术人才或者成功典型代表组织讲座活动或者教育培训活动。其三, 电子商务平台要相对简化流程操作, 并且对于新加入的商户进行定期检查, 保证其电商理论的先进性、提高信息的透明度和交互程度, 保证农产品地域贸易活动能够在大数据的扶持下更快地融入市场。

3 结语

综上, “大数据”时代背景的影响下, 我国农业生产和营销方式都出现了极大的变革, 这体现出了地区贸易的发展和创新。而在这种现代化的农业贸易模式下, 我国地方政府、农产品企业等都需要积极转变理念, 立足实际, 加强政策和决策的完善和调整, 并构建规范的信息数据库, 期望能够为农业的发展带来新的思考方向, 促进农业稳定增收, 并由此强化竞争实力。

参考文献:

- [1] 邵佳玉. 大数据时代的国际贸易理论新发展研究[J]. 市场周刊·理论版, 2021(06): 2.
- [2] 赵铭铭. 大数据时代对农业现代化发展的探索[J]. 种子科技, 2020(22): 2.
- [3] 张杰, 胡嘉妮. 大数据时代背景下的国际贸易与国际市场营销策略的转变研究[J]. 营销界, 2020(42): 40-41.
- [4] 吴宏丹. 互联网时代农业发展研究[J]. 现代营销·学苑版, 2021(03): 2.
- [5] 任慧琳. 互联网时代农业科技人力资源管理问题探析——评《中国农业科技人力资源研究》[J]. 中国蔬菜, 2020(05): 131-131.