

要跨境电商视野下食品进出口贸易发展策略探析

杨琳 杨柳

(石家庄科技工程职业学院 河北石家庄 050000)

【摘要】 随着经济全球化、人民生活水平的不断提高以及近几年国家对跨境电商的大力支持和推广,我国进出口贸易特别是跨境电商迅猛发展,已成为目前中国商品走出去的最重要的渠道之一,在跨境电商视野下食品进出口贸易的过程中要注意食品安全问题和环境保护问题。

【关键词】 跨境电商;食品进出口贸易;食品安全

DOI: 10.18686/jyfzj.v3i2.35235

1 结合食品进出口探讨跨境电商的特点

跨境电商是指分属不同关境的交易主体,通过电子商务平台达成交易、进行电子支付结算,并通过跨境电商物流及不同地点的仓储送达商品,从而完成交易的一种国际商业活动。根据此次研究的主题,首先探讨一下跨境电商的特点,结合这些特点对食品进出口贸易发展策略进行探析。

1.1 多边化、网状结构

传统的国家之间的生意往来主要表现为两国之间的交易,也就是双边贸易,即使有多边贸易也是通过多个双边贸易实现的,呈线状结构。网络本身就将这个世界结合在一起,成为一个网状的世界,跨境电商可以通过一个国家自己的交易平台,实现与其他多个国家进行直接交易,由传统的双边贸易向多边演进。

1.2 直接化、效率高

由“多边化、网状结构”中介绍的内容我们得知,跨境电商的模式是由传统的双边贸易转变为了直接的多边贸易,这种模式大大提高了我们交易的效率。传统中的贸易往往要花费很多时间和更多的成本还有人力资源,而跨境电商可以通过电子商务交易平台与服务平台直接与消费者进行交易,节省了时间、成本和人力。

1.3 小批量、高频度

跨境电商通过电子商务交易平台,实现了不同国家的企业与企业或者企业与企业之间的直接交易,由于方便了购买,方便了交易,因此在跨境电商模式下,一般购买商品会是小批量多频度的一个现象,即按需采购、消费、和销售。

2 跨境电商视野下食品进出口贸易发展市场分析

2.1 市场规模不断扩大,跨境电商发展前景好

在第三届中国进口博览会上,习近平总书记说:“中国继续通过进博会等开放平台,支持各国企业拓展中国商机。中国将挖掘外贸增长潜力,为推动国际贸易增长、世界经济发展做出积极贡献。中国将推动跨境电商等新业态新模式加快发展,培育外贸新动能”,习近平总书记的这段话表明了中国将推动跨境电商加快发展。随着国人消费的不断增长、海淘平台的普及,中国跨境电商的市场规模正在持续扩大。根据以上调查我们得知,当下有了政策和资金的支持,跨境电商是时代的发展潮流。

跨境电商从1.0不断发展,成为如今的跨境电商3.0,跨境电商的产业链也出现了商业模式的变化,用户群体从草根创业向工厂、外贸公司转变,且具有极强的生产设计管理能力,生产模式由大生产线向柔性制造转变。企业在通关过程中所需要的时间更短、效率更高、成本更低。在跨境电商的不断发展下,食品进出口的市场也不断打开,并且我国食品进出口的市场规模将持续扩大。根据消费者在进口食品领域的品质消费趋势相关数据显示,越来越多的人愿意为了高品质的食品支付额外的价格,尤其是进口食品,消费者更在乎商品自身带来的价值而不仅仅是商品的价格。

2.2 跨境电商食品进口贸易发展市场

由于国家政策的支持推动,进口跨境电商发展非常的快,越来越多的消费者开始选择网上购物,进行跨境电商购物;我国和其他国家的物流行业也迅速发展,使得跨境电商的购物周期缩短了很多;在消费升级和社会发展的背景下,消费者对商品的品质越来越看重;伴随经济全球化的发展,跨境电商视野下食品进口方面也非常受我国消费者欢迎,跨境电商平台不断形成并且构建了一定的体系。比如,天猫国际是我国领先的跨境电商平台,在进口食品产业具备显著的优势,还有网易考拉等等一些平台也相继成为规模大、人气旺、实力强的头部平台。随着跨境电商发展,跨境电商平台也在不断成熟,推动更多的优质商品通过跨境电商的渠道进入中国市场,消费者的品质转变是进口跨境电商快速增长的最大动力。

2.3 跨境电商食品出口贸易发展市场

出口跨境电商是带动我国外贸发展不可或缺的主要力量之一。“2017年,我国跨境电商交易规模达8.06万亿元,其中,出口跨境电商交易6.30万亿元”。根据中国电子商务研究中心2018年5月21日发布的《2017年度中国出口跨境电商发展报告》中显示,中国是世界上最重要的产品出口大国,在整体出口总量较为稳定的情况下,出口跨境电商逐步取代了一般贸易,成长性良好。我国的出口跨境电商的主要目的国有美国、俄罗斯、法国、英国、巴西、韩国和印度等一些国家。同时也具有很多新兴市场,比如,东南亚、南美和非洲等市场都处于初级阶段。由于互联网的普及,新兴市场国家的跨境电商网购习惯会逐渐形成,这将提供一个发展潜力巨大的跨境电商需求空间。总的来说,我国跨境电商发展正在盛行,出口会持续占主导地位。

3 跨境电商视野下食品进出口贸易发展优势

随着互联网、物联网等基础设施的完善和全球性物流网络的建设,跨境电商的交易规模日益扩大。接下来结合食品进出口贸易方面分析跨境电商有何优势。

3.1 食品贸易与跨境电商结合,能够适应国际贸易最新发展趋势

我们都知道,自2008年的美国金融危机之后,消费者收入出现了放缓的一个现象,很多消费者开始选择了通过网络购买外国物美价廉的商品,食品也是如此。而通过这个事件,很多海外进口商开始通过缓解资金链的压力和控制资金风险进行考虑,于是将大额采购转变为小额采购,长期采购则转变为短期采购,由此以来,小批量和多批次的碎片化进出口贸易则替换了传统式集装箱的交易模式,这种模式为食品的进出口跨境电商贸易也提供了便利条件。

3.2 以消费者为主导

跨境电商视野下食品进出口为消费者提供了一个购买在国内购买不到的产品的机会。跨境电商这个购物平台让消费者可以在此买到来自全球的产品,由于消费升级的因素,性价比成为消费者购买决策的重要因素。这是一种以消费者为导向,强调个性化的交易方式,消费者拥有更大的选择自由,不受地域限制,这种模式已经成为一种潮流趋势,并且对于食品进出口贸易来说,是一个很好的发展机会。

4 跨境电商视野下食品进出口贸易发展中的问题

4.1 食品进出口贸易与环保的矛盾

环境保护与国际贸易是平行发展、相互独立的两股全球化潮流,但是随着贸易自由化的加速、世界进出口食品贸易额的速增,环境保护与食品进出口贸易形式变得越来越严峻。其主要问题体现在:出口国食品包装物对进口国环境造成污染,尤其是难以降解的塑料包装材料;进出口国直接在对环境有害的食品进口时,双方在税收等方面产生争执;服务贸易、援助性食物进口与环境伤害问题矛盾;非有机认证食品进口问题上的限制等等一系列问题,因此,在食品跨境电商的过程中,离不开环境保护的问题。

4.2 诚信和食品安全共治体系仍需完善

郭波莉说:“跨境电商不好做,食品跨境电商的难度更大,当前面临的问题就是造价以及诚信体系不健全。”根据相关数据表示,近几年来跨境电商视野下食品进出口贸易主要的问题就是在于一方面食品跨境电商政策不完善,食品与环保问题之间出现矛盾;另一方面是跨境电商视野下食品进出口产销之间信息的不对称,不透明性,还有跨境电商视野下食品进出口的标准体系、监管体系都不健全的问题。在食品跨境电商的贸易过程中,尤其要注意的就是要解决诚信和食品安全共治体系的问题。

5 跨境电商视野下食品进出口贸易发展策略

5.1 解决食品进出口贸易与环境保护的问题

在上一部分内容中我们提到,食品跨境电商离不开环境保护问题,因此我们要发展食品进出口贸易就要解决这一问题。

5.1.1 采用可以被普遍认可的“生态标志”

生态标志是印在或贴在产品或其包装上的宣传环境品质或特征的用语和象征符号。生态标志标明产品从生产、使用以及回收地址的整个过程符合保护环境的要求,对生态环境危害或损害极小,有利于资源再生和回收利用。

5.1.2 提高环境贸易措施透明度

跨境电商加快了国与国之间的交易,因此要国际世贸组织来要求这种环境措施的公开。环境贸易措施的透明度是指食品生产中所采取的措施在国内和国际的公开程度。食品中的有害成分很难测定,很多食品中掺加了人造的添加剂。因而在国内国际贸易中,产品需方会要求提供相关的环境措施情报和生产技术资料,或者要求有机会参与食品安全生产的有关标准或管制措施的制定。

5.2 提高食品安全问题,保证“诚信第一”

无论是国内还是国际交易,提到“食品”,我们第一想到的就是食品安全问题,近几年来,不断有食品安全问题的新闻出现,使人们对食品的安全问题更加重视。做跨境电商食品贸易更要注重食品安全问题,我国很多法律都严格规定了有关食品安全问题的条例,进出口的食品只有做到让人民群众买得放心、吃的安心才能越做越好,这样也有助于维护社会和谐稳定。我们要建立多种监管机构和实施具体措施,解决食品的安全问题,满足消费者对进口食品的优质化和安全化的需求,减少由于食品安全卫生问题带来的社会问题。通过利用高科技手段,研究可以检测食品中潜在的危害物技术,利用技术手段构建跨境特色食品质量安全评价支撑体系,使技术与监管结合,做到真正的跨境安全食品。

5.3 提高跨境监管制度

在跨境监管方面,我们要通过利用公共平台和电商平台的大数据,对不合理的经营行为进行警示,对管理不力的平台网站发出行政提示,及时采取相关的措施,提高监管系统感。跨境电商同时要满足国内及国外居民需求,促进国家贸易发展,提高市场话语权,坚持依法管网,以网管网,营造宽松平等的准入环境和安全放心的消费环境,实现跨境电商的健康发展。

作者简介: 杨琳(1986.10—),女,河北石家庄人,讲师,研究方向:国际经济与贸易及跨境电商方向;杨柳(1983.4—),女,河北石家庄人,讲师,研究方向:电子商务。

【参考文献】

- [1] 侯寒黎,陈志明,金佳佳.跨境电商进出口食品化妆品质量分析[J].经济研究导刊,2020(13):170-171.
- [2] 侯寒黎,周勇,郑乐怡,等.跨境电商进出口消费品质量分析[J].经济研究导刊,2020(2):118-119+123.