

“一带一路”背景下新疆农产品跨境电商存在问题及对策研究

秦社华¹ 俞莹²

(1. 南京工业职业技术大学, 江苏南京 210034;

2. 南京审计大学金审学院, 江苏南京 210034)

摘要: “一带一路”倡议的提出以及“互联网+”大环境的影响不仅给我国跨境电商带来了很大的机遇, 同时也推动了我国传统经济的转型。本文阐述了新疆农产品跨境电商的现状, 指出新疆农产品跨境电商发展中存在的物流建设有缺陷、监管机制不健全、售后服务水平较低、产品同质化严重等问题, 并对此提出相应的改进建议, 希望能对推动新疆农产品跨境电商实现可持续发展起到一定的帮助作用。

关键词: “一带一路”; 新疆; 农产品; 跨境电商; 问题; 对策

“一带一路”是利己利彼的倡议, 在此倡议的支持下, 中国与世界各国的商业贸易合作越来越紧密, 在加快我国对外贸易发展的同时, 为我国跨境电商平台创造了前所未有的发展机遇。

新疆作为对外开放的重要枢纽, 与八国接壤, 在中国的对外贸易中起到了至关重要的作用。与内地跨境电商相比, 新疆的跨境电商有着很大的发展潜力。因此研究新疆农产品跨境电商发展情况及存在问题, 对新疆跨境电商的建设有着极为重大的现实意义。

一、新疆跨境电商发展总体情况

新疆是一个有着深厚文化底蕴和丰富资源的多民族省份, 地广人稀, 人均耕地面积辽阔, 依托独特的气候和日照条件, 生产了多样的农产品。新疆自身的基础条件虽然优秀, 但由于起步晚, 运输条件差, 缺少优秀的本土跨境电商企业, 这些都使得新疆的跨境电商发展速度缓慢。

近年来, 新疆大力推进跨境电商发展研究工作, 有数据显示, 2019-2020年的新疆跨境电商企业提供的以信息服务和交易服务为主的平台服务, 从63.64%上涨到了93.80%, 增加了30.16%; 跨境退税服务从54.55%上升到了81.30%, 增加了26.75%。而行业交流会从90.91%下降到了81.30%, 上门网络营销也从90.91%下降为87.50%, 但总体下降幅度较小。

目前新疆已建成了多个电子商务示范基地和4家自治区级跨境电商试点产业园区, 以此来扩大农产品的出口规模, 进而推动农产品产业的升级。

二、新疆农产品跨境电商发展现状

跨境电商的发展对新疆农产品国际贸易有着必然的推动作用。据统计, 2020年新疆农产品出口贸易额再创新高, 比上一年增长了将近50%。其中, 核桃销量显著增长, 出口额在一系列农产品贸易额中遥遥领先, 增长了2倍多, 番茄酱罐头和柑橘的出口额

也有所增长。

(一) 新疆的物流建设

由于新疆特殊的地理环境和地理位置, 基础设施的落后很大程度上制约了新疆物流业的进步。新疆以公路运输为主, 大部分物流企业的物流服务形式较为单一, 疆外的干线运输能力不足, 运距长, 费用高。

(二) 新疆农产品的质量安全情况

目前, 新疆建立了多个农产品的质量安全检验检测中心, 并且基本上都具有能够检测出农产品中“农药残留”“重金属”等多种有害成分的风险识别功能。但尽管如此, 乱用农药、滥用农药的现象依旧, 农产品有很大的安全隐患。

(三) 新疆农产品的服务体系

对于农产品出口企业来说, 营销推广和服务是至关重要的。目前, 新疆农产品的物流信息化建设总体上还处在“线上准备, 线下交易”的发展阶段, 还未形成较完善的服务体系, 缺乏统一规范的相关服务品质标准。而企业对专业人员服务这方面, 不管是需求还是要求都是最高的, 其次是物流业务, 最少的是投资业务。为了能够满足消费者需求, 服务体系的完善刻不容缓。

(四) 新疆农产品的品牌建设

新疆农产品“有品类, 无品牌”现象较为普遍, 目前, 新疆农产品品牌数量较多, 品类杂乱, 缺乏规范的产品标准。其中, 果品制品有157个品牌, 粮油制品有122个品牌, 仅这两种品牌就占据总农产品品牌数量的89.4%, 由此可知, 新疆农产品品牌集中度较低, 品牌知名度普遍不高。

(五) 新疆跨境电商的人才储备

目前, 新疆电子商务不断发展, 但仍有大量的企业由于缺乏跨境电商人才而未开展电子商务业务。据统计调查, 跨境电商人才缺口高达四百多万, 并且还在以较快的速度扩大。而新疆的跨

跨境电商本就比不上内地跨境电商的发展,由此可见,新疆跨境电商行业人才储备远远不能满足当地发展的要求。

三、新疆农产品跨境电商存在的问题

(一) 物流体系不够健全,效率较低

在互联网的作用下,新疆跨境电商得到了快速的发展,但由于物流企业数量少、规模小、分布不均等原因,导致物流业发展不尽如人意。与此同时,税负较重、仓储成本较高、技术水平落后等问题也造成物流业发展比较缓慢。但农产品相较于其他产品而言,物流服务要求更严苛,一旦运输服务跟不上,将会对跨境电商企业的信誉带来很大的影响。

而新疆位于我国的西北地区,各项设施设备相对落后,无法形成统一规范化的物流环境,这些都对新疆跨境电商的发展起到了极其负面的影响。

(二) 监管机制不完善,质量差异明显

跨境电商的运行和发展离不开健全的监管机制。而造成新疆农产品良莠不齐局面的最大因素是各部门之间配合度不高,监管机制无法高效地管控农产品的各个生产环节,并且,农产品的相关统一标准没能准确执行到位,造成很多出口产品没有达到相应的质量要求。

(三) 售后服务无法维持消费者的忠诚度

售后服务对于电商平台是至关重要的,售后服务的优质与否会直接影响消费者对产品的满意度,从而很大程度上影响消费者的购物欲望。但是新疆的跨境电商尚处在初级阶段,售后服务有待加强,提高消费者的好感度才能加强消费者对新疆农产品的关注和喜爱。

(四) 农产品出口企业安于现状,缺乏危机意识

在跨境电商的模式下,企业想要长久经营下去,必须要吸引大量消费者,只有生产出消费者认同的产品,才能在国内乃至国际市场上占有一席之地。如今,新疆很多的农产品在品牌、质量以及物流服务等多个方面仍有一些不足,难以引起国外消费的关注。同时,因为新疆跨境电商还处于初级阶段,品牌的建设意识较弱,对于创建知名品牌的积极性不高,缺乏走向国际市场的新疆知名农产品品牌。

(五) 复合型跨境电商人才的匮乏

制约新疆电商企业发展的一个重要的掣肘是专业跨境电商人才的不足,随着跨境电商行业的突飞猛进,跨境电商有关的专业人才的培养和积累远远赶不上行业发展的步伐,企业很难招到既有外语水平又有渠道常识的复合型人才。

四、改善新疆农产品跨境电商的对策建议

(一) 培育物流市场,完善冷链物流体系

农产品对物流的要求极高,对水果、奶制品这类易腐蚀、需要冷藏的农产品而言,为了减少在贮藏和运输途中的损耗,必须

加快冷链物流体系的发展,政府应当多措并举,增加资金投入,加快冷链物流投入,建设冷藏运输设施平台和基础设施等。

第一,跨境电商的发展使得平台贸易规模与日俱增,为了保持当前较好的发展状态,冷链物流的推广迫在眉睫,考虑到成本较高的问题,农产品出口企业可以利用外部资源委托给专业公司,物流企业也能因此获取更多的利润。

第二,由于农产品的特征,需要长时间冷藏,如果农产品销售比较稳定,企业可以建立海外仓,而对于综合实力较弱的中小型企业可以共同打造一个海外仓,这样不仅有利于构建跨境物流体系,而且还能提升跨境物流的品质。

(二) 优化质量监管体系,提高出口质量

食品安全与人民健康息息相关,加强质量监管乃是重中之重。况且,如果是出口到国外的产品出现问题,也会对我国农产品国际声誉产生负面影响。为了避免农产品质量出现问题,政府部门应尽快采取措施。

一方面,大力推进新疆跨境农产品质量安全认证体制的建设。各部门做好明确分工,切实做好自己本职工作,加强把控跨境电商模式里的各项指标,对农产品进行级别鉴定,减少农产品的恶性竞争。构建符合国家标准的农产品检验检疫标准,做到统一规范;另一方面,不断完善相关法律法规。加快建立假劣农资的预防、监管机制,成立专门执法小组在新疆展开农资打假,并对伪劣农产品进行曝光,有效促进农产品质量监管工作的顺利开展。除此之外,加大对农药用量的监管力度。禁止用量超过标准,有效净化产地环境,从根源解决问题。

(三) 增强消费者体验感,牢牢抓住消费者

对于消费者来说,比起产品价格,一个好的用户体验更能得到他们的认同。新疆农产品跨境电商出口企业如果想优化消费者体验,不仅要努力增强农产品品质、提高物流效率,还需要重视以下几点:

首先,创新销售模式。借助“一带一路”的伟大倡议的优势,并且借鉴当地特色电商园区的成功模式,企业可以加大对新疆特色农产品主产区的投资并做好长远规划布局,开展“线上下单、线下配送”的跑腿代购业务,最大程度地缩短生产者、经营者和消费者之间的距离。

其次,织好疆内疆外两张网,积极扩展内地和国外的销售渠道。自治区可以在政策、资金上给予扶持,积极顺应市场运行的客观规律,科学规划、分步实施,扩大销售规模,推动新疆农产品走向世界。

最后,拓宽信息交流渠道。农产品出口企业要加强信息渠道的管理,使消费者能够借助多个渠道第一时间了解所购买农产品的物流信息;同时,为了能够提高别国的消费体验,需要提高相关专业人员的职业素养,使消费者拥有优质的售后服务。

(四) 打造多元化创新产品, 摆脱产品严重同质化问题

在产品创新方面, 网上出口商更应该注重新产品的开发, 运用互联网思维, 加入更受年轻人欢迎的时尚元素或网络用语, 去除“农产品是土特产”的刻板印象, 以全新的面貌面对消费者。例如, 新疆干果市场可将不同种类的干果进行加工包装, 将干果与对应的动物形象结合到一起, 配合热门的网络流行语, 把包装精品化、个性化, 不仅能打造自身的特色农产品品牌, 还可以吸引消费者购买, 解决产品的积压问题。

新疆农产品的优势得天独厚, 出口商要将新疆每个地方的产品差异转变为市场上的优势, 把价格的竞争转换为品质化、个性化的产品竞争; 注重品牌包装, 做好品牌故事, 将土特产向精加工产品转变的意义呈现给大家; 走私人订制路线, 向高端消费群体靠拢, 打开内地市场, 以获得更大的市场占有率。

(五) 加大新疆电子商务人才的培养和引进力度

限制电商发展的一个重要因素就是电商运营人才的缺失, 因此加大对专业化人才的培养是至关重要的。短期内补充人才的最主要的方法就是加大对外引进人才的政策力度, 比如给予高薪福利、住房补贴等, 最大限度地给内地优秀的跨境电商人才创造出一个有效的发展空间, 让他们在新疆充分实现自身的价值。

自治区政府还可以开展国内不同地区的农产品出口企业互帮互助的活动, 让实力较强的跨境电商企业作为学习的榜样, 向新疆尚在起步阶段的出口企业传授经验教训, 与当地企业共同努力, 共同进步; 除此之外, 对于那些离开新疆, 去到其他地方就业的本地人才, 政府也不能放弃, 加大投入, 吸引他们早日回到故土, 为新疆跨境电商出一份力。新疆教育部也要抓好高校的电商运营人才, 企业与高校之间相互协调配合, 统一战线, 形成学校育才、企业供岗的局面, 在学校授予学生理论知识的同时通过与当地的电商企业合作开展实践活动的方式来增强学生的实操能力。

(六) 企业要与时俱进, 顺应时代发展

在信息技术飞速发展的今天, 农产品出口企业要想走得更远, 需要树立长远的目标, 因此践行“人无我有, 人有我优”的方针就显得尤为重要。对于农产品出口企业来说, 要深入发掘农产品的独特之处, 创新精神必不可少。企业不仅要农产品的口味做出改变, 还应该在外观包装、产业链升级等方面持续优化, 加快实现传统农产品的更新以及转型。

企业要提高对品牌建设的重视程度, 为了使新疆农产不断扩大优势, 增加市场占有率, 企业必须在品牌打造上付出更多努力。但品牌的价值最终还要回到产品本身上, 这需要过硬的产品质量作为基础。企业可以通过技术改进来提高产品质量; 同时, 企业需要对自身农产品进行精准定位, 通过农产品交易会、农产品推介会、商业广告等多种营销手段来宣传自己的新疆特色农产品品牌, 给消费者焕然一新、眼前一亮的感觉, 进而进一步增强企业

的市场竞争力。农产品出口企业在跨境电商平台里需要更加注意与时俱进, 以过硬的质量、先进的理念推动新疆农产品与国际接轨。

五、结语

得益于“一带一路”的伟大倡议, 新疆农产品跨境电商变得更加普遍化, 这也使得新疆农产品需要在国内和国际市场上找准定位, 发挥自身优势, 实现自我价值, 为新疆地区农产品跨境电商的新发展创造新局面。

参考文献:

- [1] Wang YF, Zhao M. Proceeding soft the 2015 International Conference on Engineering Management, Engineering Education and Information Technology, Guangzhou, 2015[C]. France: Atlantic Press, 2015, 20(8): 14-15.
- [2] Lily Wang. Speeding-UP Cross-border E-commerce in China[J]. China's Foreign Trade, 2016, 33(4): 21-22.
- [3] 新喆. “一带一路”战略下我国跨境电商发展的现状分析与对策[J]. 世界海运, 2017, 40(2): 6-10.
- [4] 刘子琦. 江苏省农产品品牌化经营现状及对策分析——以洞庭山碧螺春品牌为例[J]. 农机使用与维修, 2018(10): 19-21.
- [5] 胡四斌. 丝绸之路经济背景下农产品品牌战略管理问题研究[J]. 全国流通经济, 2018(19): 158-160.
- [6] 丁珏. 我国跨境电商农产品贸易发展的特点与制约因素分析[J]. 对外经贸实务, 2016(4): 36-39.
- [7] 李宝凤. 基于“一带一路”背景下我国农产品对外贸易研究[J]. 吉林农业, 2018(22): 10-12.
- [8] 吴莉婧, 谢淑华. “一带一路”战略背景下的农产品国际贸易[J]. 安徽农业科学, 2016(2): 266-268.
- [9] 汪婷. 新疆农产品打造“互联网品牌”整合营销策略分析[J]. 品牌研究, 2018(04): 96-97.
- [10] 顾志星. 新疆农产品品牌营销策略探析[J]. 北方经贸, 2019(01): 73-75.
- [11] 轩慧慧. 河南省跨境电商和跨境物流协同发展模式构建及对策研究[J]. 洛阳师范学院学报, 2020, 039(002): 63-68.

基金项目: 江苏省教育厅哲学社会科学基金项目(2018SJA0602)。

作者简介: 秦社华, 女, 副教授, 南京工业职业技术大学, 国际贸易方向; 俞莹, 南京审计大学金审学院。