

---

# 通海蔬菜跨境电子商务模式分析及优化对策

樊永花 康山清 郭昆

(玉溪师范学院商学院, 云南玉溪 653100)

**【摘要】**立足于云南省通海县最具优势的高原特色农业产业——蔬菜产业, 针对通海县生产流通、出口贸易现状, 分析出通海蔬菜跨境电子商务模式存在以下问题: 外向型蔬菜基地建设规模较小、品质低; 缺乏专业的蔬菜跨境电商平台; 跨境物流体系不健全, 并以此提出进行品牌创新, 推进优质蔬菜基地建设; 注重跨境电子商务一体化平台建设; 优化供应链和物流体系; 培养综合性、专门化电商人才优化对策。

**【关键词】**通海; 蔬菜行业; 跨境电商; 模式; 优化

**【中图分类号】**F74      **【文献标识码】**A      **【doi】**10.19311/j.cnki.1672-3198.2018.11.022

自“一带一路”倡议上升为国家战略以来, 我国跨境电子商务发展迅猛, 据中国电子商务研究中心监测数据显示, 2017上半年中国跨境电子商务仍以出口跨境电商为主导, 总交易规模3.6万亿元, 同比增长30.7%, 出口跨境电子商务交易规模2.75万亿元, 约占总交易规模的76.4%。通海蔬菜作为云南省农产品出口创汇的典范, 已形成了专业化、规模化, 组织化的产业发展模式, 近几年, 通海许多蔬菜出口企业纷纷尝试跨境电子商务交易模式以减少库存, 促进出口, 基于出口研究通海蔬菜跨境电子商务具有较强的现实意义。

## 1 通海蔬菜生产流通及出口贸易现状

### 1.1 通海县蔬菜生产流通现状

通海县蔬菜播种面积广、量高质优、种类丰富, 蔬菜总产量和人均蔬菜产量均位于玉溪市首位, 2016年县域蔬菜累计播种面积32.94万亩, 较2015年32.67万亩同比增长0.83%, 总产值达20.1亿元。全县蔬菜加工企业众多, 农产品加工流通企业及省级农业龙头企业带动农户种植蔬菜、扩大出口蔬菜基地面积效果明显。作为农户增收致富的传统优势产业, 通海蔬菜通过多年的调整和优化, 已形成了集信息采集、仓储管理、物流供应、蔬菜种植、加工及销售为一体的产业链, 应季新鲜蔬菜、初加工和精深加工蔬菜面向国内、国外两个市场, 基本形成了6:4的内外销格局。

### 1.2 通海县蔬菜出口贸易现状

2016年, 通海在县外新建出口农产品备案基地15万亩, 出口认证基地面积不断扩大, 有13.4万吨的鲜菜及加工蔬菜出口到国外, 优质农产品出口额增加, 更多企业试水跨境电子商务, 创造外汇近两亿美元。全县依托306户蔬菜初加工企业、56户

---

**基金项目:**玉溪师范学院大学生创新创业训练计划项目《通海蔬菜跨境电子商务模式分析及优化对策》(项目编号:2017B11)。

**作者简介:**樊永花(1996—),女,河南周口人,玉溪师范学院学生,研究方向:区域经济;郭昆,女,玉溪师范学院副教授,研究方向:区域经济(指导老师)。

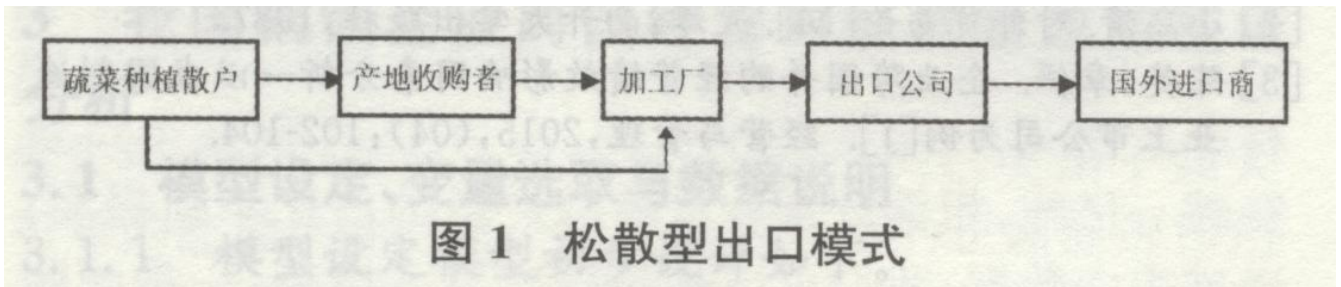
农产品出口企业、11 户境外注册企业将蔬菜出口到泰国、新加坡、马来西亚、越南、柬埔寨等东南亚国家及中东、澳大利亚等国家和地区并积极开拓欧美、非洲等新型国际市场。以通海县蔬菜出口龙头企业宋威农产品进出口有限公司为例，其以蔬菜边贸活动打开泰国市场，通过陆路冷链输送产品，设立分公司使通海蔬菜在泰国实现直销，在越南设立营销平台，并拓展了柬埔寨、马来西亚及菲律宾市场，在东南亚具有一定的影响力和市场占有率。

## 2 通海县蔬菜出口模式

通海县外向型农业发展较早，在蔬菜出口方面积累了一些经验，逐步形成了松散型出口模式和一体化型出口模式。

### 2.1 松散型出口模式

松散型出口模式是指产地收购者从种植蔬菜的农户手中买断合乎国外进口商品质量要求的蔬菜产品，再卖给加工厂（或者加工厂直接买断农户手中合格的蔬菜产品），加工厂按照进口商的要求将产品加工后，由出口公司代理，卖给国外进口商。在此模式中，多以个体形式参与，参与度深度不足，参与流通的主体多，各环节主体相对分散，无法形成紧密的联系，进而导致流通效率低而成本居高不下。

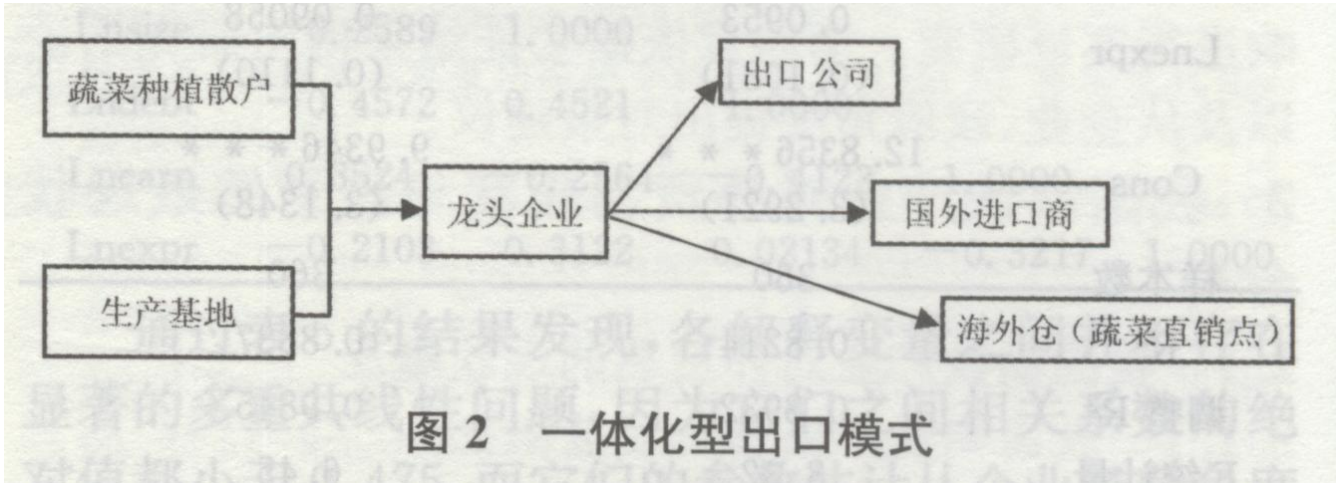


通海传统的蔬菜出口多依赖此模式，蔬菜种植户将蔬菜出售给收购商，经过加工、包装、运输、通关、代销、配送等多个环节进入国外市场，以间接的形式参与出口，因此，可能出现以下情况：进口商对产品要求的信息没有及时传递给生产者，生产者在生产时有很大的盲目性；由于缺乏技术指导，产品的质量参差不齐；流通环节多时间长，导致蔬菜损耗率过高；普通菜农经常面临着价格紊乱，市场交易信息的不对称；菜农市场化程度有待挖掘等亟待解决的问题。

### 2.2 一体化型出口模式

一体化型出口模式指由具有加工、保鲜、储运、销售能力的龙头企业将合同农户、生产基地的蔬菜产品收购后，由出口公司代理销售或者直接销售给国外进口商。在此模式中，各环节的主体联系相对紧密，以签订订单或合同的形式形成某种意义上的风险、利益共同体。

一体化型出口模式是一种新兴的蔬菜流通模式，相对于松散型出口模式，它更多地借助电子商务充当媒介实现资源整合、物流信息跟踪，使蔬菜流通各环节紧密连接。通海部分中小企业与沿海港口城市的流通或出口公司合作，借助第三方平台及物流将蔬菜输送至南亚、东南亚和中东地区实现外销；而实力雄厚的蔬菜龙头企业自建冷链物流，在东南亚设立分公司直销点，实现产销对接。通海县宋威进出口贸易有限公司、通海县东绿食品有限公司、云南茂源果蔬进出口有限公司等出口龙头企业经过多年发展，拥有供产销紧密联系的供应链，实现东南亚市场蔬菜直销，这不但减少了蔬菜流通环节，降低了企业的物流和时间成本，而且能有效规避收汇风险，保障蔬菜时效性，有利于进出口企业加强对蔬菜的监管和掌控。



基于出口的跨境电子商务，B2B 模式（即商对商）发展相对成熟，行业增长率高，稳定性强，大量资金和企业的涌入使得出口 B2B 市场竞争日益激烈，而出口跨境 B2C（即商对客）市场增长潜力巨大，竞争环境相对宽松，通海出口无论是选择代销还是直销，必将从竞争激烈的 B2B 市场转而探索 B2C 这片蓝海。

### 3 通海蔬菜跨境电商发展中常见问题

#### 3.1 外向型蔬菜基地建设规模较小、品质低

海外蔬菜市场缺口大、需求旺盛，在跨境发展中通海企业面临由于优质蔬菜供应不足，产品附加值不高而带来的盈利远低于发达国家的困境，问题的源头一是通海县农户和企业对跨境电子商务认识不足，不愿开拓海外市场而是选择竞争激烈的国内市场，蔬菜供过于求、滞销掉价时有发生；二是由于缺乏科学指导和技术创新，导致蔬菜单产低、同质化严重；三是保鲜、加工、冷藏基础设施不足且布局不均匀导致产品精深加工不足、精品少，难以满足海外高端市场需求，可能被发达地区竞争者赶超。通海县销往海外蔬菜占比大约 10%，以少数蔬菜出口龙头企业为主，多数的蔬菜种植散户和中小企业在跨境中亟需解决蔬菜出口过程繁杂，物流成本高，产销信息不对称，生产者在生产时有很大的盲目性，缺乏技术指导、产品的质量参差不齐等问题，在出口过程中，甚至出现出口蔬菜达不到出口国质量标准遭受贸易壁垒；通关时间长、用户不满退换货等问题。

#### 3.2 缺乏专业的蔬菜跨境电商平台

众所周知，国内电商平台众多、发展成熟，然而具有国际影响力的跨境电商平台却极为匮乏，实现通海蔬菜跨境电子商务交易模式，综合性、专业化的电商服务平台是关键一环，实力雄厚的出口龙头企业自营跨境电商平台，可及时更新产品、物流、通关和售后服务信息，拥有较好的企业形象和品牌辨识度，然而构建和运营电商平台需要投入大量的资金、技术和人才，不少企业转而选择第三方平台，缴纳相应的佣金，享受物流、金融、交易结算及代营销服务。自营跨境电商平台和第三方平台的数量和质量都不能满足出口跨境电商的需要，在今后电商发展中，构建更多综合服务能力强的电商平台；改善信息网络营销滞后状况；解决跨境电商服务平台建设的人才瓶颈；注重跨境电商服务平台的品牌建设有利于为跨境电商交易双方提供一个更加优越的环境。

#### 3.3 跨境物流体系不健全

农产品跨境电商物流普遍存在成本高，损耗高，发展缓慢的问题，蔬菜属于生鲜产品由于本身易腐蚀、难储存、时效性强、保质期短的特性因而对物流运输的效率和质量要求比一般商品高。一套高效高质的物流体系应具备完善的冷链基础设施和相应

---

的配套设施，从生产商至最终消费者整个过程中，都要严格把控蔬菜的温度和时间，降低蔬菜因运输造成的损耗，及时准确交货，确保产品和服务质量达到或超出消费者的预期。国内现有的冷链物流基础设施薄弱、物流技术落后、服务滞后造成了供需双方较差的跨境物流体验，第三方跨境物流时效性差、运输损耗大、物流信息不能实时跟踪等间接地增加了蔬菜交易成本，削弱了生产者的营业收入，打击了通海企业进行跨境电子商务的积极性。

### 3.4 缺乏跨境电子商务人才

整合优化产地资源、扩大海外市场份额、构建一体化平台以提高生产者和出口商的盈利空间，要求企业掌握专业化、复合型跨境电子商务人才，通海县蔬菜出口企业对高素质人才的吸引力不强，针对持续性专业化人才的投入力度不够，地区人才配置不均衡，明显缺乏熟悉国际化贸易的管理、金融、电商、营销人才，进行市场定位和市场细分后，同样需要精通和熟悉目标市场语言和宏观环境的人才支撑。

## 4 通海蔬菜发展跨境电商优化对策

松散型的出口模式具有很大的局限性，难以适应“互联网+”时代的发展，通海蔬菜采用一体化型跨境电子商务模式能增加企业的竞争能力，为提高通海县蔬菜产业外向型程度，促进蔬菜产业的转型升级，出口企业商应从以下几点优化蔬菜出口。

### 4.1 进行品牌创新，推进优质蔬菜基地建设

以提供差异化、特色化的产品为内核，不断延伸产业链。通海县蔬菜产业具有小而分散的特点，出口规范化程度不够高，现有蔬菜进出口基地面积制约着企业参与国际贸易，不同企业的内部关系合作化和一体化水平比较低，导致通海县从事跨境电商的企业多是批发大于零售，这种不正常现象使得不同企业产品之间高度同质化，缺少享誉国内外的本土品牌。针对这种现象，一是与高校和科研机构合作，加快优质出口基地建设步伐；二是相关方整合出售相似蔬菜产品的个体户小企业，对其进行横向合并和优化，创立一个统一的品牌形象，发挥品牌营销的作用，提高品牌知名度；三是通过改善蔬菜种植技术和管理水平，提高蔬菜单产水平，改善产品包装和加工能力，助力通海更多优质蔬菜进入国际市场。

### 4.2 注重跨境电子商务一体化平台建设

跨境电子商务服务平台可以充当信息中介，将供需及物流方的信息(如外贸产品、电商企业、物流跟踪、售后服务)进行集合，从而为有需要的企业集中查询相关产品信息并提供服务；除此之外综合性的电商服务平台还能提供通关、结算、结汇、退税、代销等服务。互联网时代下，跨境企业的产品销售离不开服务平台的支撑，政府应当做出努力，积极促进跨境电子商务服务平台的构建和发展，企业应针对自身特点和实力，合理选择自主经营电商平台或使用第三方跨境电商平台，改善网络营销滞后现状。

### 4.3 优化供应链和物流体系

物流和供应链管理得当可压缩产品流通环节，实现产销对接，降低生产成本，提高通海蔬菜出口企业在海外市场的竞争力。为加快建成稳定高效的供应链和物流体系，降低产销双方的经营风险，在生产流通领域形成规模效益，有实力的企业投入资金、技术和人才力量建立境外直销点，结合使用海外仓和边境仓，保障物流供应及时安全，同时可与当地的物流公司合作配送蔬菜，让蔬菜安全、快捷到达目标顾客手中。

### 4.4 培养综合性、专门化电商人才

---

出口龙头企业要想长期保持竞争优势,高素质的电商人才和专业化的营销队伍必不可少,以开放的心态吸收和培养综合性、专业化的电商人才,提高整个企业员工的职业素养是通海扩大出口的重中之重。一是可以进行校企合作,将企业技术人才和丰富经验同高校扎实理论知识和创新思维相结合,培养经得住实践检验的应用型、创新型人才;二是在人才培养中投入更多的资金,注重公共关系营销,塑造良好的企业形象,增加优秀电商人才的吸引力;三是引进一批出口国当地人才,相对于国内员工,出口国当地人才在语言、文化、政策、法律环境方面更具有优势。

### 参考文献

- [1] 中国电子商务研究中心.2017年(上)中国电子商务市场数据监测报告[EB/OL].http://www.100ec.cn/detail-6418193.html,2017-10-09.
- [2] 新思界.通海积极推进农业结构调整,做强做精蔬菜产业[EB/OL].http://blog.sina.com.cn/s/blog\_1503a7ec60102x119.html,2017-08-02.
- [3] 罗敏.云南省农产品出口分析[J].经济研究导刊,2011,(33):181-183.
- [4] 张艳红,李爽.中国蔬菜出口贸易及国际竞争力分析[J].东北农业大学学报(社会科学版),2011,(4):42-44.
- [5] 闫屹,马新姿.跨境贸易人民币结算的发展及其制约因素分析[J].新金融,2013,(12):38-43.