

基于跨境电商的皖北农产品出口提升对策

李玉会¹ 程希希

(安徽财经大学, 安徽蚌埠 233030)

【摘要】随着多边、区域及双边贸易的逐渐加强, 国际贸易的壁垒逐渐被打破, 国与国之间的交往日益密切, 同时随着互联网+时代的到来, 基于电子商务平台的贸易活动越来越频繁, 贸易呈现出一副新的面貌。农业在中国一直被看作是安天下、稳民心的产业, 安徽省作为中国的农业大省, 以其地理特点和气候条件, 在农产品种植方面享有一定优势。本文以皖北农产品为例, 对其基于跨境电商平台的出口现状进行分析, 找出现存问题并提出相关对策。

【关键词】跨境电商; 皖北农产品; 出口贸易

【中图分类号】F7246 **【文献标识码】**A

1 皖北农产品出口现状

安徽省是国家技术创新工程试点省, 省会合肥是全国著名的科教城市。安徽的皖北地区, 是安徽省唯一的一带一路经过地区, 属长江三角洲城市群, 在2014年更是被纳入国家级经济区的中原经济区。由此可见, 皖北地区对外开放程度较高, 科研力量较强, 产业化运作基础较好。而且, 安徽省与江苏省、浙江省、上海市这三大电商业发达地区联系紧密, 在电商发展方面也是紧随其后, 在全国位于前列。地理优势吸引了诸多外商投资, 多方经济涉足到农业, 安徽省农业经济有着巨大的发展空间。

皖北是指淮河以北、黄泛区以南地区, 是由黄河泛滥和淮河冲击所形成的广袤平原, 气候温和, 水资源丰富, 适宜多种农作物生长。皖北以南北气候过渡带的地理优势, 形成了怀远石榴、亳州中药材、太和贡椿等特色产业集群。皖北农产品大批量出口主要以收集众多单个农户的种植产品为主, 所以农产品大都被施以有机肥或单纯依靠土地营养生长, 自然日照, 农药使用量较少, 产品农药残余度低, 营养丰富, 安全可靠, 因此广受青睐。皖北以淮河为主要水运通道、蚌埠为主要陆路交通枢纽, 主要运输方式虽不够完善但也相对完整, 基本满足了农产品出口的需求, 相对与其他省市而言, 农产品在运输方面也享有优势。

在皖北地区, 电子商务的发展也因地理优势而相对发达。2016年宿州市杨山县荣获“2016中国十大农村电商合作探索奖”。目前, 该县共有21个电商平台、344家电商企业, 超过10000家的网店、微店, 900多个注册农产品品牌, 共带动了当地5万多人从事电子商务相关工作。2016年1至11月, 杨山县电商交易额达31.8亿元, 值得一提的是农产品网上销售额占总交易额的85.53%, 达27.2亿元。

海关数据显示, 2014年全年我省累计出口786亿元, 同比增长7.91%, 2015年全年累计出口78.8亿元, 同比增长0.27%, 然而2016年的出口总额却是76亿元, 同比下降3.4%, 其中12月份当月出口总值为7.5亿元, 同比下降4石%。在此期间, 从出口主体来看, 骨干龙头企业保持稳定增长。全省农产品出口前20家企业共出口308亿元, 同比增长4.6%。其中, 增长较快的

¹ 收稿日期: 2017-04-05

基金项目: 本文系安徽财经大学2017年度大学生科研创新基金项目(编号: XSKY1759)。

作者简介: 李玉会(1996-)女, 安徽阜阳人, 安徽财经大学国际经济贸易学院, 2014级本科生, 国际商务专业; 程希希(1995-)女, 安徽安庆人, 安徽财经大学国际经济贸易学院, 2014级本科生, 国际商务专业。

皖北企业仅有亳州豪门中药饮片，该企业 2016 年全年出口额为 1.2 亿元，增长 571.3%。从出口商品看，坚果、小龙虾、面筋、羽绒、调味品、茶叶等保持较快增长，属于皖北地区产品的蜂蜜、中药材、水果罐头等降幅较大。其中蜂蜜出口 3.8 亿元、下降 183%，中药材出口 96 亿元、下降 11.3%，水果罐头出口 38 亿元、下降 64%。从所属市看，皖北地区仅淮南出口增长明显，为 65 石%以上，亳州虽然出口额可观，但实际同比下降了 147%。从我省农产品出口地区来看，近几年对加纳、越南、印尼等地出口增长较快，对香港、印度、摩洛哥、韩国等地出口有所减少。

2 农产品出口遇到的问题

2.1 品牌建设不足

目前，全国共有 1000 多个名牌农产品品牌，而安徽省仅有 30 多个，约占全国总数的 3%，并且这些农产品品牌主要集中于皖南及大别山区。2015 年中国农产品品牌价值排行前 100 名榜单中，安徽省只有祁门红茶、符离集烧鸡、太平猴魁等三个品牌上榜。在皖北地区，有很多质量上乘且富有特色但知名度不高的农产品，如太和贡椿，沱湖螃蟹，涡阳苔干等。其中，太和贡椿除了阜阳本地市场上有零售以外，淘宝网也开始出现一些销售贡椿的卖家，但是由于名气不大，销量较小。其中销量最高的一家，品牌名《真得味》，单件产品销售为 47 元 1 千克，月销售量 147 单，好评率高达 99%，其余卖家的月销量则均不超过 10 单。由此可以看出，买过这些产品的人都会给予好评或者回购，这反映了皖北地区的特色产品具有很高的价值，只是因为品牌建设的不足，制约了其发展的空间。然而，受小农经济传统观念影响，许多农户至今仍致力于自家农产品的种植，并未意识到品牌的重要性。他们认为农产品只要销售出去即可，对产品本身的没有太多关注，这样就导致优质农产品以低价出售掉，农产品本身的潜力无法发挥出来。

2.2 专业化人才缺乏

农产品出口涉及农业、物流、国际贸易等多方面的知识和技术，需要大量的专业化人才。然而，在皖北地区从事农业工作的基本还是当地农民。他们大多是留守在家乡从事农产品种植的中老年人，或者是一些受教育程度不高、眼界有限的青年人，他们对新知识新技术接受能力有限，对农产品出口相关专业知技术也所知甚少，这些都严重影响了皖北地区农业经济的现代化发展。然而，大多数受过高等教育的年轻人都倾向于能在城市拥有一份稳定体面的工作，不愿意回乡从事农业工作。特别是皖北农村地区经济发展比较落后，新农村建设进程缓慢，生活基础设施不够完善，福利机制也十分有限，并且能提供的适合大学生的工作岗位不多，以上均导致皖北地区农产品出口相关的专业人才匮乏。

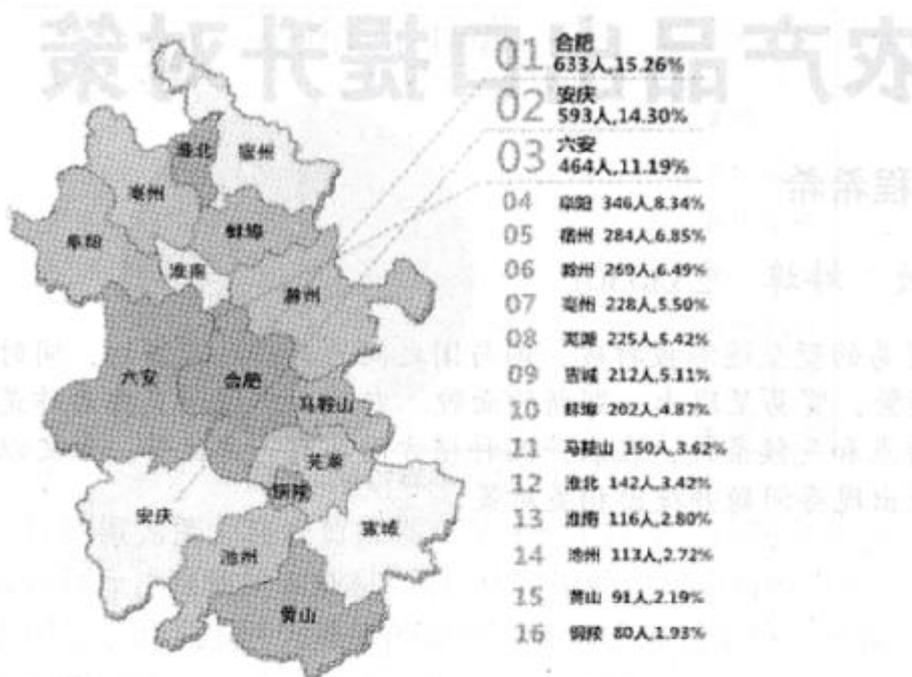


图1 2014届毕业生安徽省生源地分布图

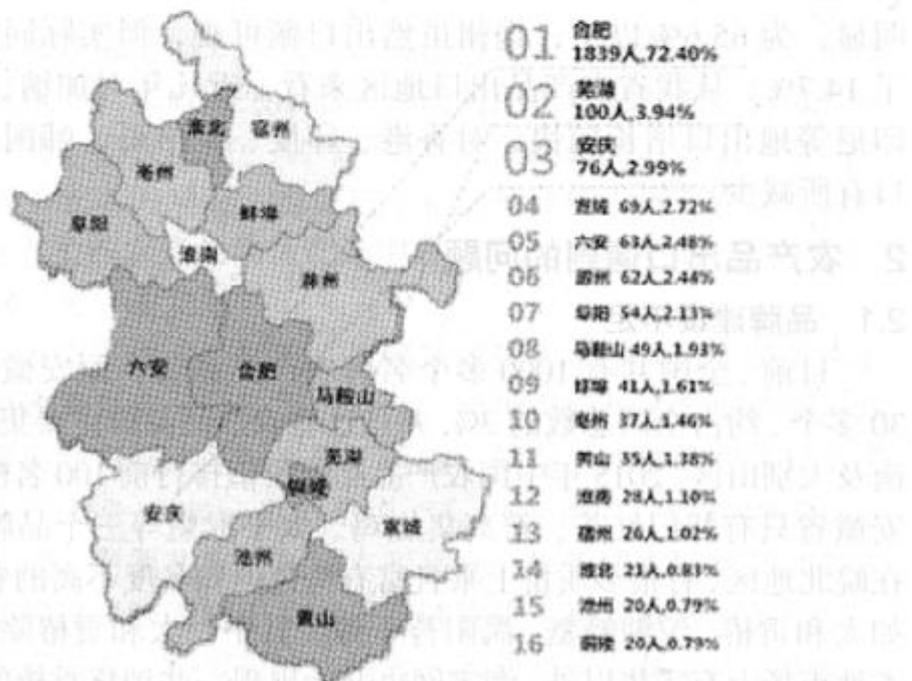


图2 2014届毕业生安徽省就业去向图

以安徽农业大学为例，该校2014届毕业生在安徽省内就业人数最多，达2540人，占64.40%；其次是江浙沪地区，共837人，占21.22%。在安徽省内就业的毕业生中，合肥市的人数最多，达1839人，占省内就业人数的72.40%，其次是芜湖、安庆等皖南城市。安徽农业大学2014届毕业生中共有1318名来自皖北六市，占省内生源地人数的31.77%，但仅有207名学生选择在皖北地区就业，占在省内就业人数的8.15%。

2.3 标准化制约

另外，皖北农产品自身的优势也给它带来了许多负面影响，由于皖北农产品的种植比较分散，大批出口产品主要来源于收集多个独立农户的种植产品，同类农产品在种植期间缺乏组织管理，导致企业与农户之间、农户与农户之间信息不对称，企业定期收集定量农产品困难较大；同时，疏于组织管理衍生出农户之间互相压价、恶性竞争的问题，不同农户的农产品之间的质量差距较大，但为了追求数量的满足，质量问题往往被忽略，因此部分商品虽然出口量增加，但出口额却在减少，导致市场整体经济利益受损。

2.4 物流的局限性

电商平台的发展毫无疑问也带动了物流的迅速发展，从一开始少数物流企业支撑商品有限种类的长途运输，到现在各大物流商百花齐放，物流速度越来越快，价格越来越低廉，安全性越来越高，涉及运送的物品种类也越来越丰富。各个物流企业之间，也会建立合作关系，他们相互协调，共享转运仓库，共建商品保存保护设施，形成了全国范围内成熟健全的物流市场。但是，针对农产品运输的专门性物流企业数量较少，规模也很有限。农产品运输不像一般商品，它的保质期、保存方式等都有特别的需求，目前国内针对农产品运输的产业尚处在幼稚期，大多物流企业不能满足农产品的这些需求，或者基本满足但物流费用昂贵，由此导致产品在市场上售卖的价格偏高，这无疑制约了农产品的流动性。

就拿砀山梨来说，其主要运输方式仍为公路运输，铁路运输虽然成本较低但由于货物储存条件有限所以几乎未被采用。另外公路系统发展也不均衡，主要表现为通车里程虽然较高，但路况较好的国道、省道所占比例不足20%，且全境暂时没有高速公路。

2.5 检验检疫问题

当今世界农产品贸易频频引发环境问题，为了防止域外病毒病菌进入境内，或是境内病毒传播到境外，给各国生态环境及人体动植物带来严重影响，建立完善的农产品检验检疫制度就显得十分紧要^[4]。

在现行的检验检疫中主要问题有：首先，我国没有一个法律规范性文件来规范指导检验检疫这一流程，仅在其他文件中强调一些原则，导致原则性过于强烈，操作性较差；其次，在现行的检验检疫制度下，各检验部门虽然各有各的职责，但职责之间有交叉，导致检验流程繁琐，效率低下；另外，我国执行的仍是传统的检验检疫模式，对一些新型预警信息和应急措施不能做到科学的管理。这些问题导致农产品出口不能符合发达国家的标准，产品在运出去和退回来的过程中，损毁程度比较大，直接导致经济利益的损失。

3 发展跨境电商、扩大皖北农产品出口的策略

随着经济全球化的不断深入、互联网技术的发展以及电子商务的普及，短短几年间跨境电商在中国实现了蓬勃发展。作为新的销售渠道，跨境电商对于皖北较为分散的农产品中小企业是一个新的机遇。与传统贸易相比，跨境电商通过“无纸化广告”使得产品信息在互联网上广泛传播，不仅降低了促销成本并且有助于提升产品知名度，对品牌效应不强、知名度较低的皖北农产品具有重要意义。跨境电商为农产品出口企业提供了直销平台，为企业减少了代理成本，同时通过采用先进的电子信息技术，交易效率得到显著提高，进一步降低了交易成本。因此针对皖北农产品出口所面临的问题，结合皖北地区跨境电商发展状况和农业发展状况，我们提出以下对策。

3.1 提高品牌效应

为扩大农产品跨境电商出口，加强品牌建设迫在眉睫。要使皖北农产品占据一定市场，农户必须加强品牌意识，竞争意识，深入挖掘农产品自身潜力，优化生产结构，改善生产技术，进而提高农产品品质。农产品大多是与人们生活密切相关的物质，不能顺应人们对其在更高层次的期待，所以农业生产经营相对于其他产业具有弱势性，农产品在品牌建设过程中所遇到的问题也比较多。因此其品牌建设需要政府的大力支持，政府应采用必要的经济手段推动地区间农业集群建设，授予农户更加先进的生产技术，生产设备，帮助他们走向规模化生产，加快皖北农产品品牌建设进程。

3.2 加大人才建设

总体来说，安徽的皖北地区还是欠发达地区，不仅在于物质的匮乏、基础设施的不完善，还在于大量的人才外流。虽然一线城市对新型人才更具有吸引力，能为他们提供更大施展才华的空间、支付更高的劳动报酬，但是政府应当做出努力，加强皖北当地人才的责任感和使命感，让他们意识到，家乡的发展建设需要他们的力量。政府还应该致力于加强皖北地区基础设施建设，改善当地居民的生活环境，加大福利投入，使他们的生活有更好的保障。在收入方面，也应该保证其收入与付出对等。除了要留住本地的人才，政府还应该尽力吸引外地的人才，高校的毕业生就是较好的资源，很多外地的学生来皖北高校上学，政府可以在他们学习期间，对其实行一些奖学或助学激励，以保证他们在毕业以后，能留在安徽或者皖北地区工作一段时间。另外，政府应积极对外宣讲，吸引更多外地的高水平人才。

3.3 完善物流设施

物流对跨境电子商务来说至关重要，目前问题主要表现在物流的运输成本和运输速度两方面。虽然安徽省与全国知名电商发达城市距离都比较近，物流业发展较好，但这些发展主要归功于它的区位优势，依靠的是安徽省边境的一些物流产业，安徽省内并没有一套完整健全的物流体系，更不用说针对生鲜农产品运输的专门性物流产业。因此，安徽省如果要通过电子商务发展农产品进出口贸易经济，支撑电子商务发展的先进物流体系必不可少。一方面我们要积极推进农村城镇化、农业现代化，另一方面我们要合理大量建设产业园，引进国内外先进的组织管理技术，形成一个集生产、加工、包装、仓储、分发、出售在内的完整产业链，降低农产品运输的成本，缩小运输途中所需花费的时间，使我们的产品在市场上享有产品新鲜、价格合理的优势。

3.4 在进出口方面把好关

安徽省可以效仿国家进出口检验检疫机制，设立一个针对进出本省产品的检验检疫机构，主要检查产品在运出去和引进来时存在的一些问题。虽然这种省级的检验检疫机构不能完全替代现在国家农产品进出口方面的检验检疫，可能很多方面也达不到相关的标准，但是我们可以对进出本省的产品进行一定程度的监督和管制，限制运送出去的不合格产品的数量，减小其对我们地方特色产品在外地品牌建设的阻碍，同时，也限制伪造品、劣质品流入省内，防止外地爆发的一些病虫害或有毒物质传入省内。这样做的好处是可以提高出口产品的质量，有助于省内产品在外地的口碑建设，也为现阶段我国进出口贸易的检验检疫机制完善贡献一份力量，另一方面，我们还可以对省外产品自身携带的问题进行一系列检查和预防，使省内群众能够接触到更高质量的产品，提高本省人民的生活质量。

4 结论

贸易交往是现代文明高度发达的产物，皖北地区作为主要以农业发展经济的地区，要想发展农产品出口贸易，就必须紧跟时代的步伐，在掌握先进技术的同时，深入了解人们的需求，做到高效率、高收益，努力打造一幅农业经济发展欣欣向荣的局面。

参考文献

-
- [1]李艳龙, 刘晓琼宿州砀山县荣获 2016 中国十大农村电商合作探索奖[EB/OL]2017 (01)
- [2]范莹莹, 安徽省农产品品牌建设问题研究 [D] 合肥: 安徽农业大学, 2011
- [3]刘铮, 皖北地区特色农产品物流发展问题研究-以宿州砀山梨物流为例田黄冈师范学院学报, 2013 (05)
- [4]赵慧, 农产品检验检疫法律制度研究-以环境安全为视角[D] 重庆: 重庆大学, 2008.
- [5]徐萌萌, 中国跨境电商发展的现状及问题研究-基于阿里巴巴的 SWOT 分析 [D] 合肥: 安徽大学, 2016.