

跨境电商助推杭州传统产业产业集群转型升级研究

徐艳 张冰¹

(浙江工业大学之江学院, 浙江 绍兴 312030)

【摘要】: 在全球信息技术及经济一体化的推动下, 跨境电子商务作为电商应用的高级阶段, 逐渐演变为新时期外贸经济发展体系中的重要发展方式。杭州市是全国首个跨境电子商务综合试验区, 对于促进传统产业产业集群的转型升级带来了重要的机遇和挑战。本文以余杭区、萧山区传统产业产业集群跨境电商发展为例, 分析了杭州跨境电子商务发展现状, 并探究传统产业产业集群在跨境电商的背景下进行转型升级过程中遭遇的困境, 主要是品牌缺失和人才匮乏。最后提出着重塑造跨境电商产业集群品牌, 持续推进人才建设战略, 并借助“一带一路”战略, 推进跨境电商产业集群的有序发展。

【关键词】: 传统产业产业集群 跨境电子商务 转型升级

【中图分类号】 F724.6 **【文献标识码】** A

1 杭州跨境电商发展现状

杭州作为全国首个跨境电商综试区, 经历了 4 年的先行先试, 革新了当前的跨境电商系统, 进而形成了杭州对外发展的新渠道, 发展为可以配合跨境电商业务的良好生态, 陆续形成了子不语等多个销售规模过亿的商家。根据 2018 年底的统计数据, 跨境电商的贸易规模提升到 113.7 亿美元, 出口方面的规模为 80.2 亿美元, 相对于往期的增幅为 14.2%; 而在进口方面的规模为 33.5 亿元, 实际增幅为 14.9%。跨境电商在外贸方面的占比是 16.8%。

杭州综试区已形成跨境 B2B、B2C 和跨境 B2B2C 等各种模式并存的格局, 天猫国际、执御等平台, 以及一达通、连连支付等专业服务供应商, 都实现了快速的发展。境外的亚马逊、Wish 等多个大型公司, 也积极进入到杭州发展分支网点。综试区与有关机构积极解决当前业务的各项难点, 从而塑造了更为适宜电商体系发展的制度, 陆续上线两批总计 85 条的制度创新清单; 着手拟定了适用于跨境电商 B2B 出口业务认定标准与申报流程, 便利化的措施, 积极推进“通关一体化”, 这使得出口货物的申报用时从最初的 4 小时缩减至 1 分钟, 单证审核的占比以及查验比率都有着显著的下降。截至 2018 年底, 杭州总计引入跨境电商产业链的公司数量为 1421 家, 实际的注册规模为 229 亿, 使得产业链以及生态体系趋于完善。

2 跨境电商促进传统产业产业集群演进路径的模式

杭州传统出口企业的出口营销模式受制于境外采购商, 因此部分外贸出口企业不掌握渠道和品牌, 无法实现自主定价, 外贸附加值和利润率较低。跨境电子商务依托于新的网络技术从而实现更为便捷的交互效果, 一方面加速了外贸模式的发展以及创新, 同时也有助于出口企业突破外贸传统模式下来自中间的品牌垄断、渠道垄断和价格垄断, 进而实现更好的转型升级。所以, 探讨传统产业产业集群和跨境电商之间的融合发展, 一方面有利于实现传统产业产业集群的转型升级, 另一方面可以推动跨境电商的进一步发

基金项目: 本文系 2018 年杭州市哲学社会科学规划课题“跨境电商视域下杭州传统产业产业集群演变路径研究”(编号: M18JC022)研究成果; 浙江省高校重大人文社科攻关计划项目“跨境电商发展对我国产业全球价值链提升的影响机制研究”(编号: 2018QN059)阶段性研究成果。

作者简介: 徐艳(1979—), 副教授, 研究方向: 国际贸易, 跨境电商。

展。

2.1 渗透型产业融合模式

产业集群在外贸环境中日趋衰退,跨境电商高速发展的环境下,集群公司为确保自身出口规模的快速发展,一般情况下,会探索在企业内部构建配套的电商销售机构,专业处理跨境电商的各项工作。该阶段就形成了特殊的产业融合,但是公司的经营理念与模式未能实现根本的转变,仅仅是简易的安排出口销售,并未在本质上影响公司原本的运作方式,也不会融合体系中,衍生而成新的发展业态,这难以带动产业集群的转型升级。因此该发展模式有着低级、初始阶段的特征。

2.2 交叉型产业融合模式

该发展模式为依靠各个产业间的互补与融合,进而形成了新的交叉模式。传统公司为得到更为理想的出口市场,形成更为理想的竞争优势,一般情况下需要将出口跨境电商转交给专业公司负责,自身参与更为熟悉与高效的生产等发展业务。该模式形成了特殊的交叉融合现象,有着生产与贸易产业之间的特殊融合机制,伴随整体融合进程的深度与广度不断发展,进而形成了特殊的模糊效应。在该发展模式,传统产业聚集的规模化体系依旧有着较多的影响,但伴随跨境电商体系的快速发展,使得运营与生产体系等产生了复杂的变化,新环境中的传统产业聚集转型升级也得到快速的发展。

2.3 重组型产业融合模式

产业重组作为发展新时代融合体系的关键方式,这也是融合的高级模式。伴随交叉型体系的快速发展与演变,出口模式在本质层面替代传统的外贸模式,进一步形成了集群的理念、模式与结构等多个领域的变化,同时形成了集群与跨境电商的有效融合。该时期的发展中,旧的集群业态逐渐接近到衰退,新的集群业态得到快速的发展,同时又有着较强的竞争力,也是新时期发展的重要模式,产业集群实现了转型升级。

3 杭州市传统产业聚集开展跨境电商典型案例简介

为了促进传统产业聚集转型升级,杭州综试区近年来相继启动了“新外贸新服务新制造”等系列行动,通过分层级培训、Top300 企业培育、卖家峰会等活动,帮助传统产业聚集触网上线,从全网营销起步,全面提高线上交易能力,建立适应数字经济背景下的生产、供应和销售体系。因此,在服装家纺、五金卫浴、低压电器、汽车配件等传统产业聚集的区域,跨境电商的发展取得了明显的成效。以下是两个典型的案例介绍。

3.1 案例一:余杭家纺服装产业聚集

本世纪初期,余杭区外贸出口企业没有赶上互联网快速发展,仍停留在 OEM、ODM 为主的加工、生产、出口阶段。金融危机更是让余杭外贸出口企业订单下降、利润趋薄。2014 年,余杭区开始重视和发展跨境电子商务,针对本地现状,确立了“培育出口自主品牌、建设自主销售渠道”的理念。余杭区通过面上宣传推动、加强培训引导和尝试园区集聚三项措施,引导企业积极开展跨境电子商务,把余杭的产品卖到世界各地。截止 2017 年底,余杭区实现超亿元人民币的跨境零售企业达 10 家以上,这些跨境电商企业基本都和区内传统出口企业建立了从产品到股份的各种形式的合作关系,注册超过了 50 个境外品牌,为培育出口自主品牌和建设自主销售渠道打下了一定基础。

杭州子不语电子商务公司正是从余杭区走出来的一家销售四季青女装的淘宝店,自从 2013 年转型涉足跨境电子商务,销售额从当年 3000 万、2014 年 1 亿到 2015 年 3 亿、2016 年 7 亿元的跨越式增长。全年平均包裹出口发货量在 6 万个左右,外协合作加工单位上百家。除国内仓,还设有美国洛杉矶和亚马逊 FBA 仓在内的海外仓。由于具有实体工厂,产品从设计到生产只需要一

个星期就可以完成。子不语主要通过以 Amazon、Wish、Aliexpress、eBay、CD 等为主的境外网上第三方销售平台和自营独立站,销售流行服饰、鞋帽、饰品等产品。子不语拥有十几个自主品牌以及近 50 个国内外商标,成为一家集产品研发、设计、生产和销售、服务为一体的“互联网+产业”综合性公司。

3.2 案例二:萧山羽绒产业集群

羽绒业是萧山最具特色的区域传统产业,经过改革开放 40 年的发展,萧山羽绒工业凭借得天独厚的区位优势形成了具有较强国际竞争力的优秀企业。统计表明,全区聚集了 250 多家羽绒羽毛及床上用品生产企业,是全国四大羽绒集散地之一,工业产值超过 160 亿元。其中,出口约 10 亿美元,约占全国的 56%,世界市场份额的 1/4,产品远销欧美、东南亚的几十个国家和地区。产值超亿元的企业 23 家。萧山羽绒及床上用品产业已经形成了骨干企业为基础,中小民营企业和中外合资企业并举,以柳桥、胜利为主体的产业集群,龙头企业创新引领效应十分明显。

2016 年萧山的羽绒及床上用品产业成为跨境电商的试点产业。由于羽绒及床上用品产业集聚、产品特点,还设立了中国(杭州)跨境电子商务综试区萧山园区新塘产业园。新塘产业园由杭州易斯百电子商务公司经营运作,园区引进和培育项目主要包括跨境电商 O2O 体验平台、跨境电子商务进出口平台、电子商务综合服务体等。通过跨境电商 B2B2C 模式出口,萧山羽绒及床上用品产业出口稳步增长。萧山区将依托空港物流园区和保税物流中心两大平台及四大跨境电商产业园,打造覆盖全区的跨境电商生态圈等,大力推进跨境电商与羽绒及床上用品产业集群的无缝对接、深度融合和广泛应用。

3.3 案例分析

通过实地走访,阅读网络文献文字、资料,可以看出跨境电商进一步提升传统产业群发展水平和国际竞争力,把传统外贸的中间市场转换成终端市场、贴牌市场转换成自主品牌市场、中低端市场转换成中高端市场,推动外贸转型和提质增量,促进传统产业群转型升级取得了非常明显的效果。从中可以看到:(1)地方政府扶持性政策能够显著提升区域内产业集群跨境电商的参与性,并且效果明显。(2)案例中的传统产业群正处于交叉型产业融合模式,进入了快速平稳的发展阶段。(3)以龙头企业为主体带动发展的产业集群,龙头企业在开展跨境电商方面的引领、示范效应非常明显。(4)销售平台多元化。大部分的出口跨境电商公司都使用了 B2C 贸易模式,通过速卖通、eBay、亚马逊、Wish 等渠道进行销售,一些规模较大的跨境电商出口企业会采取自建平台的发展模式。

4 杭州传统产业群开展跨境电商存在的问题

跨境电子商务在杭州传统产业群中得到进一步的延伸和扩展,已经走在了全国的前列。但是通过以上的调研走访,看到还有相当部分传统产业群并没有深入地运用和推广跨境电子商务,产业集群转型升级的发展仍受到物流、品牌、信息、市场、人才等方面的限制。主要的瓶颈在于以下两个方面:

4.1 产业集群自主品牌缺失

产业集群与跨境电商融合发展过程中受到了品牌的制约:第一,品牌塑造较为落后,未能实现理想的集中度,存在着同质低价的白热化竞争趋势,部分公司还有着假冒与仿制等问题的产生,产生了特殊的打压现象,一方面影响了整体的利润空间,同时也关系到产品侵权的问题。其次,国际化水平低,品牌创新能力弱。目前传统产业群出口产品主要是服装家纺、五金卫浴等附加值较低的产品,出口企业的国际化、定位与创新存在显著的不足,用户关于品牌的满意以及忠诚度相对较差。最后,产业集群国际品牌的知名度低,也极大地制约了跨境电商发展。

4.2 产业集群内部复合型人才紧缺

产业集群开展跨境电商对于复合型人才的需求仍然存在很大的缺口。跨境电商交易要求关系到在线支付以及计算机网络等多个方面的知识,所以新时代的从业者需要擅长外贸与电商业务,甚至是通晓现代化物流运作和管理的复合型人才,尤其在“一带一路”战略下,小语种的人才的不足愈加显著。而在当前的发展进程之中,浙江高校在配套人才的培养上依旧在不断地探索,无法短期内培养出与市场需求匹配的高素质复合型人才。《2018年度杭州跨境电子商务指数发展报告》中指出平均每家公司的人才缺口为 9.2 人,平台公司的缺口超过了服务与交易类别的公司;实际存在的需求结构矛盾较为显著,未能实现有效的人才供给,而且在营销以及运营策划等方面的需求规模最为庞大,实际的比例大概是 56.49%;商务类方面的需求缺口大概是 15.8%,技术与产品类等方面的人才也相对较少。

5 对策与建议

要继续保持杭州综试区的先发优势和杭州跨境电子商务产业在全国领先的地位,这需要政府等相关职能部门、高校、企业等多方的协作,共同协作促进跨境电商外贸模式的发展,进一步带动产业集群的转型升级。

5.1 着重塑造产业集群跨境电商品牌

跨境电商品牌化经营是发展的必由之路,也是传统产业集群转型升级发展中重要的环节。品牌识别度可以协助公司控制流量以及获客成本,认可度有助于为公司提供对应的转化以及复购率的参数,同时采取差异化的策略,公司可以实现更为理想的定价与利润。积极发展品牌形象、实现更好的服务水平,提升自身在定价等业务上的话语权,依靠跨境电商体系的发展,使得产业集群可以实现更为理想的增长。新环境下各类平台的入驻与发展,对于产业集群着重品牌化经营也是一个机遇。

5.2 着力实施产业集群跨境电子商务人才培养战略

跨境电商人才战略实施需要政府、高校、企业三方互相对接,联动培养。近年来,杭州地区的人才培养战略稳步推进,如 2017 年,由浙江 13 所涉跨境电商的院校、10 家跨境电商平台以及中介机构等协同建立了跨境电商人才联盟,开展了多层次跨境电商人才培养。2018 年筹建中国(杭州)跨境电商学院,清华大学电子商务交易技术国家工程实验室杭州研究院落地。2016-2018 年杭州市连续三年开展了中国(杭州)跨境电商人才对接会,杭州大学生创业大赛跨境电商组的活动。

5.3 借助“一带一路”,推动传统产业集群跨境电子商务发展

跨境电商已是新时期“一带一路”进程的关键着手点,逐渐演变为新环境下一带一路发展的重要枢纽。尽管周边国家的经济建设相对落后,基础设施方面显著薄弱,同时金融支付以及物流服务等领域也有多方面的不足,但是跨境电商市场发展潜力较大,尤其对中亚地区产品出口存在较强的互补性。杭州综试区已经积极参与数字丝绸之路构建,服务于“一带一路”,加快建设国际网络贸易中心,最大程度上消除贸易壁垒。同时,还应建立、完善沿线国家间自由贸易谈判机制和合作机制,推进跨境电子商务的规则、条例的研究和制定,加强地区间跨境电商发展的联系。

参考文献:

- [1]Porter ME.Cluster and the New Economics of Competition[J].Harvard Business Review,1988(06).
- [2]严厚雁.外向型产业集群与跨境电子商务融合发展的模式、困境与对策研究[J].鸡西大学学报,2016(12).
- [3]王滢,张瑞东.县域电商促进传统产业集群的演进路径研究[J].科技管理研究,2017(20).

-
- [4]王东波,何明慧.佛山市产业集群与跨境电商融合发展的路径研究[J].广东经济,2018(05).
- [5]林巧玲,王源庆.跨境电商为企业带来的商机与挑战——以泉州晋江企业为例[J].电子商务,2016(04).
- [6]王保龙,王立君,宋元涛.互联网+产业集群模式与战略价值研究[J].管理现代化,2016(02).
- [7]郭海玲.产业集群视角下出口跨境电商发展对策[J].中国流通经济,2017(05).
- [8]阮建青,石琦,张晓波.产业集群动态演化规律与地方政府政策[J].管理世界,2014(12).
- [9]谌南.政府扶持性政策在促进跨境电子商务发展中的有效性研究——基于复杂网络视角[J].浙江社会科学,2016(10).
- [10]李荣强,李忠杰.“互联网+”背景下中小外贸企业跨境电子商务发展障碍性因素及其对策研究[J].时代金融,2018(01).
- [11]张晓东,何攀.跨境电商消费品牌偏好影响机理研究[J].消费经济,2018(08).