

湖北蕲艾中小企业跨境电商发展策略研究

朱泽民 谢榭池¹

(黄冈师范学院 计算机学院,湖北 黄冈 438000)

【摘要】:近年来,蕲艾作为湖北省级核心两大品牌之一得到了高度重视和快速发展,同时跨境电商又带来了新的发展机遇。本文分析了蕲艾中小企业跨境电商发展的现状、问题与机遇,采用 SWOT 工具分析了湖北蕲艾中小企业的特点,参照 STV 三角模型提出了跨境电商发展的策略,并对蕲艾中小企业健康发展提出了合理化的建议。

【关键词】:跨境电商 STV 三角模型 蕲艾 地理标志产品

【中图分类号】:F74 **【文献标识码】:**A

0 引言

蕲艾作为我国知名中药材代表之一,有“百草之王”的美称,入选国家地理标志产品。李时珍曾在《本草纲目》中道:“艾以蕲州者为胜,用充万物,天下之重,谓之蕲艾”。近年来,蕲春县充分发掘蕲艾资源,先后开发了 20 个系列 870 多个品种蕲艾产品,包括蕲艾绒、蕲艾灸条、蕲艾眼罩、蕲艾草足浴包、蕲艾灸贴、艾草除菌洗手液等。

长期以来,蕲艾产品主要通过线下传统渠道、养生会所等方式销售。随着互联网和电子商务的发展,许多中小企业通过天猫、京东等平台营销取得了较大成功。跨境电商的迅猛发展,又为蕲艾中小企业带来了新的发展机会。跨境电商主要以 B2C 为主,通过 EBAY、AMAZON、速卖通、WISH 等平台向全球消费者提供物美价廉的商品。跨境电商给消费者带来实惠,且在国际物流、跨境支付支持下购物方便。因此,各地纷纷出台政策,引导中小企业跨境电商转型,抢抓跨境电商红利。为了让“湖北造”产品通过跨境电商走向全球,湖北省政府统筹规划,成立武汉市跨境电子商务综合试验区,新建鄂州民用机场项目,打造国际航空货运服务体系,补齐内地跨境电商出口的物流短板。

蕲艾跨境电商出口,契合了当下全球人民追求健康生活的需求,同时,也有助于在全球推广我国的中医养生,传播中国文化。在此背景下,湖北蕲艾中小企业需要充分把握和利用跨境电商带来的发展契机,与跨境电商深度融合,开拓国际市场,进而打造湖北品牌。

1 湖北蕲艾中小企业跨境电商发展的现状、问题与机遇

湖北蕲艾原产地主要集中在蕲春县。目前,湖北蕲艾产业知名度越来越高,在全国建立了较高的影响力,涌现了一批中小规模企业,在产品研发、标准制定、地理标志产品打造、电商营销等方面成效显著。截至 2019 年,涉艾企业主体已达 1850 家,产业产值达 40 亿元,蕲艾品牌价值达 83.75 亿元,在区域品牌(地理标志产品)排行榜上列第 39 名,拥有核心知识产权的高新产品 145 个,申报专利 200 多个,注册蕲艾系列商标 970 件。2019 年,湖北蕲春千年艾科技有限公司参与制订了《艾灸调理保

¹**作者简介:**朱泽民(1978-),男,土家族,硕士,副教授,研究方向:跨境电商运营、计算机教育;

谢榭池(1999-),女,湖北武汉人,本科在读,研究方向:信息管理与信息系统。

基金项目:湖北省技术创新专项(软科学研究类)“湖北省跨境电商推动中小企业转型升级研究”(2019ADC069)成果之一

健服务通用要求》标准，促进了行业规范化发展，提升了企业品牌公信力。蕲春县为贫困户量身定制了电商扶贫工程，全县电商企业现有 7000 家，个别企业还成立了专门的电子商务公司。企业还在淘宝直播、斗鱼、抖音等平台上给产品做宣传，线上销售渐成规模。

湖北蕲艾跨境电商发展还处于起步阶段，与同行相比滞后严重，主要表现在企业跨境电商意识不强，对海外蕲艾市场的开发力度明显不够。调查发现，以速卖通为例，进驻的湖北企业仅有湖北卫尔康电子商务有限公司(之和御艾)、蕲春明大妈蕲艾制品有限公司两家，市场占比不到 10%;相比之下，河南南阳市涉艾企业进驻跨境电商平台就比较多，平台上近 90%艾叶相关产品都来自南阳，涉及企业有南阳卧龙汉医艾绒厂(当地艾叶协会副会长单位)、南阳绿营艾草生物制品有限公司等。不仅如此，南阳的艾叶商品销售量是湖北企业的百倍，已远销到美国、巴西、黎巴嫩、法国、哈萨克斯坦、荷兰、意大利、瑞士、以色列、智利、韩国等国家。调查还发现，在亚马逊平台上蕲艾制品几乎全部属于无货状态，在其他跨境电商平台敦煌网、wish 等平台上，完全查找不到艾制品；湖北蕲艾没有针对海外市场进行品牌打造与宣传、未发现有专门的跨境电商团队、产品没有申请欧美相关认证。

湖北蕲艾中小企业跨境电商的发展遇上了新的历史契机。在政策方面，武汉正在“一带一路”背景下积极建设跨境电子商务综合试验区。2019 年，湖北省农业农村厅在《湖北省农产品品牌三年培育方案》中将蕲艾列为省级核心两大品牌之一，其排名在区域品牌的排行中一度上升。与此同时，蕲春县政府出台了《促进农村电商加快发展实施方案》等指导性文件，高度重视蕲艾的电商发展工作，将蕲艾产业作为电商发展龙头。在跨境运输上，随着鄂州民用机场的建设，湖北省将构建铁水公空联运立体交通网络体系，加快打造与国外热点城市的航空货运联络体系，构建国际航空货运服务体系，从而打造国际航空货运枢纽，进而为湖北跨境电商发展提供了新动能。

2 湖北蕲艾中小企业跨境电商发展 SWOT 分析

2.1 发展优势(Strengths)

首先，历史传承沉淀的口碑为蕲艾产品增值。自古以来，艾草被中国人民用来治病驱邪，在生活中有着广泛应用，而在众多艾草品类中，地处湖北的蕲艾尤为上等。其次，蕲艾代表养生、健康，是我国中医文化的组成部分。目前全球人民都崇尚健康生活，国外也不乏中医爱好者，特别新冠肺炎疫情以来，人民更加注重自己的日常养生，蕲艾产品正好可以满足他们的需求。再次，蕲艾跨境电商出口，政策上红利不断。蕲艾推广有利于传播我国中医文化，是我国近年鼓励发展的方向之一。最后，蕲艾系列产品性质稳定、体积小，便于国际存储运输，适合跨境电商出口。

2.2 发展弱势(Weaknesses)

一是蕲艾的品牌效应还有待于进一步提升。目前从事蕲艾生产的绝大部分企业为中小型企业，他们对发展跨境电商的观念意识不强，在各跨境电商上塑造品牌的意识还不强。二是多数企业加工规模小，没有完整的生产链，一旦生产跟不上订单，卖家信誉会受影响。三是缺乏足够的标准与规范，没有建立较好的品质门槛，不利于“蕲艾”地标产品的增值。四是缺乏跨境电商运营专业人才，本地没有建立跨境电商发展的良好生态。

2.3 发展机会(Opportunities)

一是政策利好不断。2018 年 10 月，湖北省政府下发了《省人民政府办公厅关于复制推广跨境电子商务综合试验区成熟经验做法的实施意见》(鄂政办发[2018]63 号)，大力支持全省跨境电商的发展；2019 年 1 月，湖北省农业厅发布了《湖北省农产品品牌三年培育方案》，展现出其对蕲艾的发展的高度重视。近年来，蕲春县先后出台了《促进电子商务发展扶贫政策》《促进农村电商加快发展实施方案》《推进电商扶贫工作方案》等指导性文件，打造区域电子商务高地，明确 9 个方面 25 条奖补措施。

二是跨境电商市场进一步增大。2020 年全球性的新冠肺炎疫情，带来的一个重大影响是，客户将更多的依赖网上购物、移动消费，海外跨境电商客户规模有望进一步扩大。

2.4 发展中可能存在的威胁(Threatens)

有些国家对中医认可度不高，蕲艾可能因各国法律或宗教信仰不同遭到限制，存在一定的市场风险；国内中小企业的许多产品没有通过欧美市场的相关认证，存在法律风险；对知识产权重视不够，未注册相关专利，一方面存在知识产权保护不够的问题，另一方面又存在侵犯其他公司专利的风险。湖北蕲艾中小企业整体规模偏小，在应对国际商务争端上经验不足。

3 基于 STV 三角模型的湖北蕲艾中小企业跨境电商发展的策略

STV(Strategy-Tactics-Value)三角模型，即公司营销战略-策略-价值模型。湖北蕲艾中小企业可以参照此模型打造或完善跨境电商业务。

3.1 公司战略(S)层面

甄选平台、精简产品。据调查，蕲艾中小企业目前主要使用的是第三方跨境电商平台。蕲艾中小企业在开展跨境业务前应明确销售对象的类型、所在国家或地区、合适的交易平台以及主打的产品，并将产品做精。明确主要销售对象是个体还是企业，选择宗教信仰、政治因素与我国不冲突和交通基础设施完善的国家或地区，结合国内市场主打产品，选择企业品质高且符合海外需求的产品；针对不同销售模式和不同目标地区选择相应的平台。阿里系平台国际知名度高，客户群大，主打美国、俄罗斯、巴西市场；敦煌网平台费用低，可以提供一站式服务，但交易量小，主打北美市场；电商平台 Jumia、Lazada、Linio 主要面向东南亚、非洲、拉美地区；eBay、亚马逊、Wish 等主流平台，利润率高，但运营难度较大，竞争激烈。中小企业在选择应用跨境电商平台时一定要明确自身产品定位、充分考察海外市场实情，找准目标客户与主攻市场，长远规划、精准投放、耐心经营。

3.2 公司策略(T)层面

一是突出产品特点，强调产品的差异化，提高产品吸引力。例如，可突出蕲艾产品与其他艾制品的差别：产自李时珍故里“中国艾都”，为艾中之贵。二是注重营销组合，突出产品理念，把品牌形象、客户差异性同当前火热的社交平台结合起来，打造消费者爱看的、关心的内容，以提高产品曝光率。例如，企业可抓住“大健康”话题热潮，在社交平台开展精准营销、互动营销，接触更多消费者，开发潜在客户，促进销售。三是采用恰当的网络销售手段，已提高到访客户转化率。建立起消费者与客服之间的互动机制，设置趣味性调查问卷或互动性活动，提升消费者使用跨境电商平台的感受，引导消费者了解更多商品信息，从而参与到销售活动之中；构思独到高效的宣传模式，扩大品牌影响范围与力度；做好专利申请工作、获得知识产权，优化物流配送、售后服务等，以此与竞争者区别开，避免陷入价格战，保障自身合理利润。

3.3 公司价值(V)层面

优化服务与交易流程，加深顾客舒心购物体验，加强品牌建设，提升品牌价值。由于跨境交易存在客观的距离问题，商家只能展现商品的属性、价值和文化内涵，却难以把控顾客购物心理，确保给买家优质的购物体验，故需要商家有优质的售前售后服务、高效的供应链管理及真诚的客户关系管理。要贴心细致，及时响应订单，保证所选平台安全，确保支付流程安全、提供物流保障、人性的售后服务，以减少客户的流失，而争取更多的忠诚客户。

4 湖北蕲艾中小企业跨境电商健康发展的建议

(1) 建立行业健康发展生态。

目前，蕪艾中小企业规模有限、研发能力有限、人才储备有限，难于实现整个跨境电商全产业链的转型发展。因此，蕪艾中小企业可以在政府引导下，通过成立行业协会、学术沙龙、联合实验室、校企合作等方式，进行广泛而深入的交流合作，整合种植农户、物流、金融、高校等各类资源，建立蕪艾可持续发展的生态环境，抱团开拓国际市场，共享行业发展。

(2) 加强品牌建设。

目前在跨境电商平台上的企业大都是通过低价策略来抢占市场，产品的差异性不强，产品附加值低。企业不仅要重视产品自身品质，更要做好产品品牌建设，全方位提高品牌的知名度和美誉度。

(3) 重视标准与知识产权开发。

蕪艾中小企业应当积极创新，通过专利、著作权等方式保护自己的合法权益，把知识产权开发作为公司的核心竞争力。标准与知识产权开发是行业规范化发展，提升企业品牌公信力、竞争力的有效手段。2019年湖北蕪春千年艾科技有限公司参与制订《艾灸调理保健服务通用要求》标准，引导保健服务行业向专业化、规范化、市场化、标准化的发展，就是一个很好的示范。同时，蕪艾中小企业也应该研究国际市场，避免知识产权侵权，了解各国的风土人情，尊重别国的宗教信仰。

(4) 善用跨境电商运营工具。

一是选用合适的智能 ERP 系统，提升工作效率，降低人力成本。蕪艾中小企业在使用跨境电商平台时，产品上新下架、管理订单、库存监控、物流匹配、跟踪号上传等工作繁重且容易出错，如果选择合适的智能 ERP 系统，实现多平台账号管理、产品信息刊登、智能发货、精细化采购、动态仓储管理、详细的统计报表的生成。目前国内有店小秘、马帮、易仓、跨境天下、小老板、懒人、芒果店长、赛兔全球交易助手和 ECPP。对速卖通、亚马逊等主流跨境电商平台都提供了较好支持。二是采用数据分析工具，实现精准营销。通过对跨境电商运营过程中的大数据分析，找到消费者需求趋势、竞争对手情报信息，针对不同国家和地区的文化习惯有针对性优化产品，提高营销精准度。

(5) 时时优化物流体系。

国际物流是影响跨境电商的一个关键因素，一是国际物流市场波动性较大；二是客户需要多样化，有的希望快速的物流(如 DHL)，有的需要经济实惠的物流(如邮政小包)。蕪艾中小企业要根据物流市场状况及时优化物流体系，例如，2020年疫情期间，许多国家航空物流关闭，这时可以及时采用海运方式运输，或建立海外仓。

(6) 创新网络营销策略。

企业应提供人性化的服务，注重语言的选择，不断提高营销团队人员素质，开创有效营销手段。例如，考虑到国外中医面诊的治疗成本高，一般都是经济基础高的人群选择中医治疗，蕪艾中小企业可以采取技术辅导方式，引导客户自主使用蕪艾产品在家进行中医养生，从而有利于开发蓝海市场。2020 新冠肺炎疫情期间，国内外人都更加意识的健康的重要性，同时在家封闭又有足够的时间，蕪艾中小企业可以加大网营销力度，通过推特、GOOGLE、facebook 等新媒体进行营销，宣传蕪艾功效，从而开发更多客户，抢占市场。

参考文献:

-
- [1]尹浩华. 湖北中小企业发展跨境电商的对策研究[J]. 现代商贸工业, 2019, 40(21):40-41.
- [2]蒋诚, 李月娥. 跨境电商零售出口的现状与应对措施[J]. 对外经贸实务, 2020, (10):29-31+47.
- [3]孙元鹏, 孙燕玲, 吴喆, 等. 大别山片区蕲春县农业知识产权保护与知识化发展研究[J]. 湖北农业科学, 2019, 58(15):146-149+153.
- [4]刘文超, 孙丽辉, 辛欣, 等. 区域品牌化理论研究: 国外文献述评[J]. 税务与经济, 2018, (05):54-62.
- [5]尹昕. 我国中小企业跨境电子商务出口营销能力分析——基于 STV 营销战略三角模型的视角[J]. 对外经贸, 2016, (09):101-104.