

跨境电子商务发展对茶叶经济贸易的影响及对策研究

王金良

(广东科技学院,广东 东莞 523083)

摘要:随着互联网大数据时代到来,信息技术的不断发展带动跨境电子商务在全球多地区多领域展开。电子商务在区域信息技术、物流网络及新媒体宣传等多方面革新,降低传统贸易成本和渠道限制。茶叶产品是我国传统出口经济作物,拥有悠久的历史和丰富的品种,世界茶文化沟通的密切使“中国茶”在世界市场上日益受到关注。因此,本文立足于茶叶经济贸易的跨境电商,探究跨境电商对茶叶经济贸易的潜在影响,为相关企业提供建议。

关键词:跨境电商;茶叶经济贸易;影响及对策

跨境电子商务是基于互联网技术发展的全新国际商务模式,与传统贸易渠道不同,电子商务以新媒体技术为信息交流工具协议交换商品或服务,交易过程及货物配给完全依托电子商务平台实现,交易双方不需要面对面沟通。长期以来,我国传统外贸行业在世界市场中规模庞大但产值较低,主要以提供劳动导向型的加工产品或特色原料出口为主,企业与国际市场的接触水平较低,随着东南亚国家更为低廉的劳动力及原料提供,传统外贸企业受到了较大冲击。跨境电子商务的出现为外贸出口提供了多样化思路,国内以阿里巴巴集团为首的电子商务平台和线上

支付模式建立,为电子商务的普及奠定了必要技术支持和舆论基础,茶叶产品与跨境电子商务模式结合很大程度上拓展了已有销售渠道。作为世界第一大茶叶产地,我国茶文化内涵丰富,不同种类茶叶的文化内涵及养生功效吸引着海内外消费者,跨境电商可以有效地将我国的茶叶产品推广并销售到世界上几乎任何地方,对于茶叶产业的发展非常重要。

1 茶叶跨境电子商务发展现状

1.1 茶叶跨境电子商务发展特点

项目名称:广东省教育厅2015年特色创新类项目课题“应用型本科高校创新创业型人才培养路径的探索与实践”,基金编号:2015GXJK161

广东科技学院2016年院级重点项目“新型城镇化背景下东莞市专业镇转型升级研究——基于核心技术视角”,基金编号:GKY-2016KYZD-9

作者简介:王金良(1983-),男,湖北咸宁人,硕士研究生,讲师,研究方向:电子商务。

找到茶叶贸易的空间。正如,目前整体上中国对英国贸易处于顺差,那么留给茶叶贸易的空间就更小,反之,如果中国对英国贸易处于逆差,那么茶叶行业感受到的压力自然要小不少。因此,中国和英国之间在茶叶领域短期内只能加强合作,通过彼此之间的合作来减少茶叶领域内的贸易摩擦,毕竟,两个大国之间的贸易,单单茶叶行业是左右不了的。

2.2 完善中英两国自贸区建设,积极开拓英国以外的茶叶市场

英国消费能力强,是主要的茶叶消费国,想要摆脱茶叶出口对英国的依赖,中国在保持与英国茶叶贸易比重的同时,要适当提高与欧美等国家的茶叶贸易比重,调整自己的茶叶出口贸易结构,避免对英国过度依赖。其次,俄罗斯、东欧这些国家人均消费水平高,内需旺盛,他们对我们优质的茶叶产品需求很多,我们可以适当提高与俄罗斯和东欧国家的茶叶贸易比重。再次,非洲拥有丰富的经济资源,且非洲的经济日益崛起,我们也应该努力增加与他们的茶叶贸易比重。通过外贸多元化的战略,摆脱英国市场对中国的茶叶出口限制,这样可以让中国在茶叶出口政策的制定上占据主动地位,不至于被英国绑架。

在“一带一路”的战略背景下,中国可以加快与英国自贸区的建设,或者将自己具有比较优势的产业结合起来建立一个产业示范区,通过这些必要的措施,遗余力的开拓中国茶叶外贸市场,为中国的茶叶外贸企业创建更好的外贸平台,促进茶叶产业的快速可持续发展。

3 结束语

我们也通过比较分析中英茶叶经济贸易发展状况,我们发现中英茶叶经济贸易发展存在着巨大的差异。英国的出口商品主要以高新产业产品为主,而进口的多为日常消费产品,中国的出口商品以初级工业制成品和日用品为主。中国对英国茶叶贸易的巨大顺差导致两国贸易摩擦不

断,同时中英两国社会制度和生活方式不同带来茶叶经贸合作不顺,我们需要加强中英两国茶叶产业合作,降低相互之间贸易摩擦,同时完善中英两国自贸区建设,积极开拓英国以外的茶叶市场,才能让中国摆脱对英国的茶叶出口依赖,这对茶叶出口产业的长期健康发展非常重要。

参考文献

- [1] 张占仓. 中英“一带一路”战略合作的历史趋势[J]. 区域经济评论, 2016,(05):20-24.
- [2] 陈耀. “一带一路”战略开启中英深化合作新篇章[J]. 区域经济评论, 2016,(05):25-27.
- [3] 中英标准化合作步入“黄金时代”[J]. 质量与标准化, 2016,(05):2.
- [4] 杨佳,邓磊. 中英双边贸易的现状及对民族地区的启示——以“一带一路”战略为背景[J]. 湖北民族学院学报(哲学社会科学版), 2016,(01):35-39+60.
- [5] 刘毅,刘慧芳,张佩琪. 中英贸易与两国能源经济相对效率变化的关系研究[J]. 资源与产业, 2016,(01):101-106.
- [6] 金瑞庭. 当前英国经济形势及推进中英经济合作的对策建议[J]. 中国物价, 2015,(12):14-16.
- [7] 李罡. 中英经贸关系的挑战与应对[J]. 中国经济周刊, 2015,(41):32-33.
- [8] 赵彦华,樊伟. 2013—2014 中英版权贸易现状分析[J]. 出版参考, 2015,(03):22-23.
- [9] 中英可加强能源环境合作促环保产业和谐发展[J]. 中国建设信息(水工业市场), 2009,(05):2.
- [10] 刘赛力. 中英经贸关系的回顾与展望[J]. 外交学院学报, 2003,(04):76-81.

互联网信息技术的普及彻底改变了现代人生活,人们信息获取渠道的丰富使跨文化交流日益密切,全球经济发展开始出现融合。跨境电子商务发展规模逐年扩大,克服了传统贸易的空间限制,企业使用网络搭建涵盖海内外市场的商业平台,统一整合发布产品宣传资料,帮助有需要的经销商及消费者直接获取商品信息并实现交易。跨境电子商务的全球性特点使信息借助新媒体得到最大程度传播,极大降低了外贸企业的运营成本,令企业宣传效率不断提升。消费者通过网络平台直接获取所需产品信息,对满意的产品直接付款交易,线上支付软件功能及安全性的不断完善,为互联网线上快捷交易提供了必要技术支持,以现代化物流体系反映出跨境电子商务的快捷性。我国加入 WTO 以来全球经济影响力逐年上升。茶叶与咖啡、可可被称作世界三大饮料,拥有广泛的受众和庞大的贸易需求,受茶树种植的地理条件限制,适宜种植茶树的地区非常有限,以欧美为首的茶叶消费大国并没有本土茶叶。茶叶企业跨境电子商务概念的出现可以帮助企业通过信息工具,将传统茶产品制作工艺与文化内涵展示出来,经销商和消费者可以方便了解不同品种茶叶的保健功效、生产过程以及加工环境,消除国际茶业市场对“中国茶”质量安全的疑虑。简化传统贸易中买卖双方会晤、商榷、谈判等繁琐的贸易过程,降低外贸企业中商务英语人才的需求量,企业可以通过宣传资料精编及修改完善,轻松完成信息的传递工作,使国际贸易不断便利化。

1.2 跨境电子商务发展对茶叶经济贸易的影响

随着我国茶叶生产技术的不断完善,茶叶经济发展重心开始由国内市场向外转移,企业跨境电子商务的出现打破了传统进出口贸易模式。茶叶产品线上交易的整体过程极大降低了企业运营成本,例如:企业间跨国商洽的人力成本及交通费用、驻外机构开拓市场的宣传费用等,很大程度降低了茶叶在运输储备中的损耗。茶叶出口企业集成化信息系统构建有助于经营者快速了解消费者需求,及时调整生产模式,减少储备型库存,通过对线上交易信息数据整合归纳,拉大企业利润空间。传统茶叶进出口贸易中,生产企业与客户关系建立主要依赖中间商搭建的展销会平台,中间商赚取大量利润的同时无法保障双方利益,电子商务的普及使性价比高的互联网平台代替中间商环节,出口企业可以直接与消费者沟通。在交易方式上,第三方支付保障平台的出现使电子金融得到越来越多人认可,消费者可以直接在线上付款下单,预付资金受第三方平台监管,确保企业发货、物流运输、客户最后确定收货后完成打款交易。跨国电子商务的商品交付依赖国际物流展开,成本结构中产品研发和信息技术投入不断增长,信息成为企业竞争的核心,出口企业管理模式得到全面优化。

2 茶叶跨境电商发展存在问题与对策研究

2.1 跨境电子商务发展下茶叶经济贸易存在问题

由于信息技术及运营经验限制,跨境电子商务发展下茶叶经济贸易还存在一些问题:

首先,跨境电商相关人才的匮乏。自阿里巴巴创办“淘宝网”以来,我国电子商务发展势头迅猛,多数企业通过电子商务平台获取巨大“流量”并有效转化为经济收益。然而,与国内电子商务模式不同,跨境电商发展中涉及的国际商务知识及平台选择具有一定专业性,长期以来,我国茶叶产业人才培养着重于专业知识与茶文化内涵,企业运营人员无法满足跨境电子商务需求,兼具专业知识、语言能力和涉外商务知识的复合型人才较少。

其次,跨境电商的物流问题。电子商务的基本流程是消费者在电商平台选择产品完成支付,企业将货物由物流运输渠道送出,消费者确认无误进行签收,线上交易的完成主要依赖物流体系发展。跨境电子商务涉及国际物流,在我国不同区域间水平不均,茶叶作为食品在跨国运输的海关检验检疫中难度较大,导致当前茶叶产品国际物流成本高且耗时长。

最后,茶叶出口企业互联网营销能力较低。现阶段,国际电商平台众多且入驻门槛低,消费者面临多样化选择,企业需要通过有效营销手段,

吸引消费者关注促成消费,但由于企业对互联网营销及信息技术的认识、投入水平限制,大量中小型茶企无法最大化发挥平台宣传效果。

2.2 现阶段茶叶经济贸易发展对策

茶叶出口企业为适应当前跨境电子商务发展趋势,推动我国茶叶经济贸易发展,需要不断调整已有生产管理模式完善自身,确保行业可持续发展。在专业人才培养上,打破固有思维限制积极建立企业内部培训体系,为业务人员提供跨境电子商务学习机会,培养员工的跨文化意识和商务英语水平。加强企业与学校及相关培训机构合作,尽可能使员工了解不同文化背景和生活习俗下消费者核心诉求,帮助企业完成海外平台选择和相关手续办理。在国际物流运输上,不断调整现有物流提示,逐步适应小规模零散货物运送,对主要茶叶产地的企业订单集中处理,优化物流资源配置及运送效率。与国际成熟物流企业合作,以产品质量确保海关通关效率,地方政府应当通过引导性法规制定确保产品出口的有序进行,在保障海关检验检疫的同时完善企业物流。在网络营销能力上,加大企业在信息技术软硬件升级和网络营销投入,以先进的信息技术确保用户体验的流畅性,采用与产品特性相适应的营销手段吸引消费者关注,并通过买赠、促销等手段促成消费。充分发掘我国传统茶文化元素和茶叶产品特性,增强产品的文化附加价值使消费者在购买产品的同时收获一次海外文化体验。

3 结束语

互联网大数据时代的到来为国际间经济文化交流提供了技术保障,世界经济联系的密切使茶叶海外贸易受到广泛关注,跨境电子商务出现转变传统进出口贸易投资大、门槛高局面,增加了中小茶叶出口企业参与度。茶叶企业应当认识到当前跨境电子商务发展的局限以及应对策略,加大茶叶产业复合型人才培养力度,在确保从业者专业水平不变的同时增加跨文化意识及商务英语学习,通过与海外成熟物流企业交流合作,提高国际物流运送水平并采取必要的网络营销手段,逐步增加企业跨境电子商务发展能力。已有研究表明,跨境茶叶网络购物的出现和普及有效推动了区域经济发展与物流、信息等相关产业发展,明确跨境电子商务对茶叶贸易的影响及相应对策可以更好实现我国外贸行业可持续发展,为茶叶产业升级和国民经济发展打好基础。

参考文献

- [1] 王勇,肖惠.自贸区建设背景下厦门发展对台跨境电商分析及路径探讨[J]. 厦门特区党校学报,2016,(06):60-64.
- [2] 王冠凤.贸易便利化机制下的上海自由贸易试验区跨境电子商务研究——基于平台经济视角[J]. 经济体制改革,2014,(03):38-42.
- [3] 贺正楚,黄颖琪,吴艳,潘红玉.跨境电商发展的制约因素、优势及措施——兼以湖南为例而论[J]. 长沙理工大学学报(社会科学版),2016,(05):115-121.
- [4] 郑亚娜,邹文涛,张继军.关于中国跨境电子商务的文献综述——基于影响因素、模式及与贸易增长互动关系的研究[J]. 中国商论,2016,(24):77-82+84.
- [5] 冯志豪,蔡筱霞.跨境电商对宁波商圈进出口贸易的影响及对策分析[J]. 中国商论,2016,(22):87-88+90.
- [6] 李南希,杨立钜.生鲜跨境电子商务发展现状及对策探究——基于中国出口业务的分析[J]. 中国商论,2016,(20):87-90.
- [7] 上海社会科学院经济研究所课题组,石良平,汤蕴懿.中国跨境电子商务发展及政府监管问题研究——以小额跨境网购为例[J]. 上海经济研究,2014,(09):3-18.
- [8] 朱妮娜,吴莉.“一带一路”战略背景下我国跨境电商发展潜力及趋势分析[J]. 改革与战略,2015,(12):134-137.
- [9] 武玥,王铸东,杨晓璇.跨境电子商务发展趋势及对我国外贸转型升级的促进作用[J]. 商业经济研究,2015,(23):63-65.
- [10] 李海莲,陈荣红.跨境电子商务通关制度的国际比较及其完善路径研究[J]. 国际商务(对外经济贸易大学学报),2015,(03):112-120.