

# “双循环”背景下中国水产行业跨境电商的发展策略

张艳丽, 袁子淇

东莞理工学院经济与管理学院, 广东 东莞

收稿日期: 2023年5月6日; 录用日期: 2023年5月19日; 发布日期: 2023年8月1日

## 摘要

在“双循环”新发展格局下, 跨境电子商务是连通国内国际两个市场的重要途径。自2020年初新冠疫情爆发到今年全国全面开放, 经济环境市场复杂多变。本课题通过研究水产行业跨境电商的现状, 分析中国水产行业发展跨境电子商务存在的问题, 提出中国水产行业跨境电子商务的发展策略, 在水产行业中普及电子商务技术, 将水产业引向更为广阔的国际市场, 为推动中国水产行业跨境电子商务的发展提供一定的参考。

## 关键词

双循环, 水产行业, 跨境电商

# The Development Strategy of Cross-Border E-Commerce in China's Aquaculture Industry under the Background of "Double Circulation"

Yanli Zhang, Ziqi Yuan

School of Economics and Management, Dongguan University of Technology, Dongguan Guangdong

Received: May 6<sup>th</sup>, 2023; accepted: May 19<sup>th</sup>, 2023; published: Aug. 1<sup>st</sup>, 2023

## Abstract

In the new development pattern of "double circulation", cross-border e-commerce is an important way to connect the domestic and international markets. Since the outbreak of the new epidemic in

early 2020 to the full opening of the country this year, the economic environment is complex and changing. This study examines the current situation of cross-border e-commerce in the aquaculture industry, analyses the problems in developing cross-border e-commerce in China's aquaculture industry, proposes strategies for the development of cross-border e-commerce in China's aquaculture industry, popularises e-commerce technology in the aquaculture industry, and introduces the aquaculture industry to a broader international market, providing some reference for promoting the development of cross-border e-commerce in China's aquaculture industry.

## Keywords

Double Circulation, Aquaculture Industry, Cross-Border E-Commerce

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

水产品电子商务本质来说是一种水产品的交换,运用先进的信息技术来改变传统的水产品交易模式。电子商务突破时间和空间的限制,使得贸易更加便捷,降低经营成本,促进传统行业转型升级,激发企业的经济活力[1]。而水产品特别容易受到时间和空间的限制,因此水产企业想要扩大经营规模,发展电子商务是一个必然的结果。中国是海洋大国,海域面积达到 300 万平方千米,海域辽阔,是全球鱼类种类最丰富的国家之一。迄今为止,记录在册的鱼类约有三千种,约占全球海洋鱼类总数的 23%<sup>1</sup>。中国海洋经济处于世界中上水平,发展潜力巨大。水产品行业贸易在中国占据重要地位,在国际市场上,中国水产品的认可度也在不断提升,发展水产行业跨境电商不仅可以促进国家地区经济发展,而且还可以给水产行业从业者带来切实的经济效益。但由于水产品自身的特殊性以及水产从业者的特殊性,使得水产电子商务并没有像服装、鞋包、小商品等行业那样发展的迅猛和火热,针对这些特殊性,结合实际情况,提出一些建设性策略,促使水产电子商务向上向好发展,便是本文主旨所在。

## 2. 中国水产业跨境电商的发展现状

### 2.1. 水产品电商发展速度快

水产品电子商务是中国生鲜电子商务的一个重要组成部分,其发展始于 2005 年。在 2012 年以前,生鲜电商主要是以垂直专业的电商平台为主;自 2012 年开始,各大综合性电商平台才逐渐加入生鲜电商的这个领域。从近几年来看,中国生鲜电子商务已经步入加速发展时期,形成了“两超-多强-小众”的电商格局[2]。水产品作为生鲜电商的一大品类,其发展速度非常之快,在 2018 年,水产品电商的单量就达到了 5.58 亿单,交易额达到 271.26 亿元,在生鲜电商总交易额中占比超过 30%<sup>2</sup>。

### 2.2. 水产品跨境电商规模不断扩大

根据中国商务部电子商务大数据显示,在 2019 年上半年,中国水产电商订单数量为 3.98 亿单,交易额为 169.46 亿元人民币,较上年同期大幅增长 22.9%,水产品贸易成为中国跨境电商新的增长点<sup>3</sup>。1989

<sup>1</sup>数据来源:百度百科。

<sup>2</sup>数据来源:商务部电子商务大数据。

<sup>3</sup>数据来源:商务部电子商务大数据。

年中国舟山国际水产城成立; 2015 年中国首个水产品跨境贸易网络平台“跨鲜”在广州成立; 2020 年漳州市东山县的水产品跨境电商平台举行了签约仪式; 等等。越来越多的地区和企业都建立水产品跨境电商服务平台, 为水产行业跨境电商的发展不断注入新动力。

### 2.3. 水产品跨境电商模式得到了国家大力支持

跨境电子商务已经成为中国外贸增长、经济转型升级的重要推动力。2021 年, 中国跨境电商进出口总额约为 19,237 亿元, 比 2020 年增长了 18.6%, 占进出口总额的 4.9%<sup>4</sup> (见表 1)。

**Table 1.** Overall situation of cross-border e-commerce import and export from 2019 to 2021

**表 1.** 2019~2021 年跨境电商进出口总体情况表

年份	金额(亿元)			同比(%)			出口进口比例
	进出口	出口	进口	进出口	出口	进口	
2019 年	12,903	7981	4922	22.2	30.5	10.8	1.6
2020 年	16,220	10,850	5370	25.7	39.2	9.1	2.0
2021 年	19,237	13,918	5319	18.6	28.3	-0.9	2.6

自 2015 年, 中国就从建立跨境电商试验区、跨境产品通关、税收等多个方面都给予政策支持, 一方面批准了上海、合肥、天津、重庆等 15 个城市设立跨境电商综合试验区; 另一方面在海关监管、检验检疫监管等措施上进行优化, 更是在进出口税收政策、支付结算等管理制度上积极完善。2015 年广州白云机场口岸启用了全国首个跨境生鲜电商暨检验检疫便利一体化平台, 同一产品能在同一个地点一次性完成申报、查验、检测放行等多项工作, 时间由原来的几天缩减到几个小时甚至十分钟; 2016 年在深圳前海湾保税港区开展跨境电商生鲜进口通关与检验一体化工作, 查验过程由原来的 2 个小时缩短为 30 分钟; 2018 年启动了机构改革, 将出入境检验检疫的职能划入海关, 进一步使得跨境生鲜电商监管向“一次申报、一次查验、一次放行”等方向靠近[3]。

## 3. “双循环”背景下中国水产业跨境电商发展存在的问题

### 3.1. 电子商务观念相对薄弱

尽管现在电子商务已经被广泛普及, 但在水产行业, 由于其从业人员的整体文化水平偏低, 特别是具体的水产品养殖农户, 大多数生活在信息并不发达的农村, 他们对电子商务的概念相对来说还是比较模糊的, 运用电子商务的不确定性大。部分小型水产企业将电子商务简单的理解为就是拥有一台电脑、可以联网、然后收发交易电子邮件, 没有深入应用电子商务技术[4]。并且电子商务的建设难度比较大, 需要的要素很多, 前期构建难度大, 后期维护投入多, 所以他们会电子商务保持一个观望状态, 无法完全信任电子商务的价值, 甚至对电子商务存在一种消极态度, 认为电子商务会使他们传统的交易模式优势丧失。

### 3.2. 营销方式老旧单一

实施“双循环”新发展格局, 会扩大消费规模和刺激消费需求, 电子商务平台作为商品交易的重要场所, 要创新营销方式才能扩大商品交易量。中国大多数跨境电商企业都是先积累了国内电商的经验, 因此不少跨境电商企业在进行跨境贸易时, 往往会存在固有思维, 先入为主, 即将运用在国内电商的营

<sup>4</sup>数据来源: 中国海关总署。

销模式继续应用在国际电商中, 忽略了国内与国际的差别和特性。以阿里巴巴、京东、天猫等平台为代表, 这些平台都注重站内营销, 重视关键词搜索营销, 商品同质化严重, 这就导致了如果想要扩大商品交易量, 就得通过各种隐藏优惠来打价格战。所以许多企业在跨境电商平台中继续沿用国内电商平台的营销方式, 如领取优惠券、打折、满减优惠, 附送小样赠品等, 营销方式老旧单一, 且商品精准程度不高, 难以刺激消费[5]。

### 3.3. 跨境物流配送相对滞后

要发展好“双循环”新格局, 就需要现代化的跨境物流配送体系。国际跨境物流体系包含了仓储、装运、清关及配送等多个环节, 这些环节决定了企业的物流成本, 进而对水产品的售价及利润产生间接影响。但目前中国跨境物流的配送体系还无法做到高效率、高质量、低成本, 更别说水产品重量大、保鲜期短, 需要辅以冷链配送。目前水产品行业还是以中小企业为主, 因此在发展跨境电商时, 交易订单一般数量少、批次多, 无法在国外直接建立海外仓或者独立的物流体系, 大多都会选择第三方物流进行合作, 但是依靠第三方物流, 则无法实际掌握货物的动态以及质量[6]。以邮政为例, 其跨境物流时效一般是半个月, 货物会经过 4~5 次的转运, 这就很容易导致水产品的冷冻包装发生破损, 影响水产品的鲜活程度, 就算包装没有破损, 十几天的运输过程也会使水产品的质量大打折扣[7]。

### 3.4. 专业人才缺乏

根据阿里巴巴国际数据站预测, 中国跨境电商人才缺口超 600 万, 并且每年还在以 30% 的增速在扩大, 中国超 70% 的跨境电商企业将人才缺乏视作制约企业发展的最大瓶颈。跨境电商行业需要的是复合型人才, 对于水产行业来说, 需要的是既懂外语又懂电子商务还要懂水产知识的人才。此外, 具备一定的物流运输、货运保险、国际贸易结算、通关、税收等知识也十分重要。现如今, 中国跨境电商人才培养主要是通过高等院校教育来进行为主。然而, 现有高校跨境电商人才培养重理论而轻实践, 缺乏有针对性的、积极有效的“校企合作”, 难以满足当前跨境电商企业对具备扎实理论知识且可以立即上手的复合型人才的需求。根据数据显示, 29% 的企业表示企业的实际需求与高校输出的人才不匹配<sup>5</sup>, 由此可以得出, 目前高校人才培养与企业实际需求出现脱轨的情况[8]。

## 4. 中国水产行业跨境电商的发展策略

### 4.1. 强化电子商务意识

强化水产行业的电子商务意识, 地方政府单位要做好电子商务知识的普及工作, 联合乡村政府, 通过走访或举办宣讲会等方式, 用一些典型的成功的企业案例来进行示范宣传, 鼓励水产企业积极投入到电子商务平台的建设中去。一些电子商务社会组织也可以通过举办企业交流会的形式, 或通过讲授讲座的方式, 给企业间搭建一个可以相互沟通学习的场所, 为水产企业深入了解电子商务技术营造一个良好的社会氛围。企业自身也应主动去了解电子商务, 不要排斥电子商务的出现, 要确定电子商务是可为企业带来效益的, 发展电子商务是趋势所在, 墨守成规只会被行业淘汰[9]。

### 4.2. 多样化营销

线下销售成本越来越高, 线上电子商务销售竞争越来越大, 只有持续创新营销手段才能获得更多的收益, 要想更好发展跨境电商, 应注重与消费者之间的互动。以国内的小红书和抖音平台为例, 通过拍摄短视频或与明星网红合作塑造企业的自身形象, 获取流量和关注度, 再来推广产品, 此营销手段也可

<sup>5</sup>数据来源: 阿里巴巴国际数据站。

用于国际市场。

首先, 企业要选择海外社交媒体平台, 像 Youtube、Twitter、Facebook 等这些都是海外比较受欢迎的社交平台, 水产企业经营者应选择适合自身发展的平台进行营销。营销思路有两种: 一是企业从自身出发, 通过拍摄短视频, 以分享的形式拍摄赶海日常、捕捞日常、养殖日常等内容, 或拍摄水产品知识普及、水产品美食制作、水产品试吃等内容, 塑造企业形象, 突出企业文化, 吸引关注热度, 然后进行产品推销。二是寻找网红博主合作, 寻找海外美食吃播类博主进行合作, 因为吃播行业目前也是一大热门, 利用网红博主自身的热度流量来推广产品, 也可以获得成功。

### 4.3. 净化水产品养殖水质

由于水产品自身的特点, 使其品质会受到多方面的影响, 其中水质污染是一个极其重要且非常常见的问题。净化水质, 合理治理, 可以从源头上提升中国水产品的品质, 从而提升中国水产品的国际竞争力。

#### 4.3.1. 处理养殖水质富营养化问题

水体的富营养化会严重影响水产品的生产, 并且可能会导致大量养殖产品的死亡, 水产养殖者应重点关注。首先, 必须有效治理水体中的营养成分, 以减少对水产品养殖环境的污染。例如定期清理鱼饵, 以免其在水中停留的时间太久。其次, 应该采取人为措施, 减少水体污染以恢复健康的生态环境。例如根据水体的富营养化程度, 对养殖水体进行适当的投药, 减少水体的富营养化, 提高养殖效益。

#### 4.3.2. 合理规范饲料投喂

目前中国在水产养殖过程中出现的环境污染问题, 主要是由于水池养殖者管理不合理和养殖配置不合理造成的。建议各水产养殖户应该对养殖的品种、养殖数量、养殖水域的生态环境等因素, 合理调整饲料投喂的工作, 灵活把握饲料的投喂次数与数量, 将投喂饲料工作制度化、规范化。

#### 4.3.3. 养殖规划的合理性

合理专业的养殖规划是减少养殖水体污染的关键手段。首先, 水产养殖者应该要认识到养殖规划的重要性, 积极把养殖产品的类型、数量和专业规划结合起来, 并且对养殖效果进行合理的预期, 以便规模化管理。其次, 要根据国家养殖政策的有关规定, 通过对养殖区域进行合理设计, 对养殖区域的水位进行合理管理, 为养殖生产创造一个良好的生活环境。其三, 养殖者要强化对养殖业的监督与管理, 当养殖区出现了不正常或者有污染的现象时, 一定要及时采取对应措施, 防止水质恶化。

#### 4.3.4. 健全水产养殖的评估制度和标准体系

建立可靠的标准化评估体系, 有关角色要高度重视, 要主动了解当地的养殖环境、养殖规模和养殖需要, 根据这些调研资料制定一套评估体系和标准体系。同时, 还要建立健全相关的法律制度, 加强对水产品的生产管理, 打击非法捕捞行为, 减少对环境的污染, 推动水产养殖业健康发展[10]。

### 4.4. 推动水产品品质化发展

首先, 从源头上强调要健康养殖、绿色养殖, 加强对鱼苗、鱼饵、鱼药的监督和管理, 并对水产品药物残留实施专项整治, 重点推进无公害水产品生产基地、出口产品原料加工企业, 切实做好从鱼苗到餐桌的全程质量监管; 其次, 开展水产品质量管理制度试点工作, 不断探索更标准更智能的水产品质量监管制度和模式; 最后, 应积极鼓励和引导水产企业构建长期的、全过程的、有针对性的、可持续的质量管理体系, 不断推动水产品质量管理工作向纵深发展[11]。

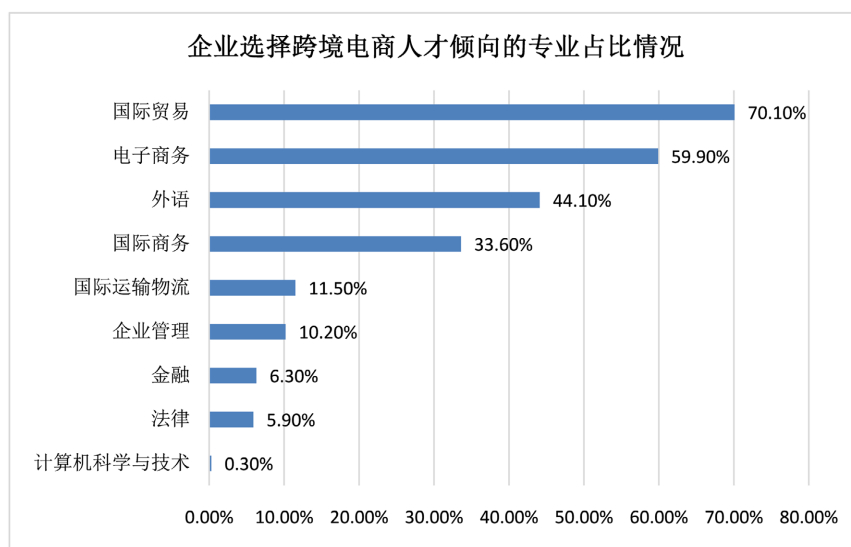


#### 4.5. 积极发展智慧物流, 推广冷链物流

在“双循环”新发展格局背景下, 物流是商品流通世界的载体, 发展现代化智慧物流对于水产行业来说是一个新的突破。智慧物流是一种在信息技术支撑下, 在物流的运输、仓储、包装、装卸搬运、流通加工、配送、信息服务等各环节实现系统的感知, 其概念符合现代物联网发展的新趋势, 能够减少运输成本、提高运输效率、降低运输风险、改善物流服务, 同时有助于物流信息共享[12]。考虑到水产品保鲜期短和需要冷冻保存的特殊性, 建议推广智慧冷链物流。目前, 国内的盒马鲜生、叮咚买菜等生鲜电商平台对水产品采取冷链配送, 以最短时间将水产品配送到消费者手中, 进而降低水产品的死亡率和损耗率, 但中国冷链运输普及率整体偏低, 储存和保鲜技术也处于初步发展阶段。因此必须加快水产品全程冷链物流的发展, 政府和相关部门应加大对冷链物流的研发投入, 提高保温隔热的技术, 打造优良的冷链仓储体系[13]。

#### 4.6. 培养专业对口人才

在“双循环”新发展格局背景下, 跨境电商企业面临着人才缺失的问题, 而人才是水产跨境电商企业能够不断发展壮大的根本, 且水产跨境电商企业对复合型人才的需求量大。根据搜狐网数据统计显示, 跨境电商企业最钟意的专业是国际贸易专业, 占比 70.1%; 其次是电子商务专业, 占比 59.9%; 排在第三和第四位的专业是外语专业和国际商务专业, 分别占 44.1%和 33.6%<sup>6</sup> (见图 1) [14]。



**Figure 1.** The proportion of majors that enterprises tend to choose for cross-border e-commerce talents  
**图 1.** 企业选择跨境电商人才倾向的专业占比情况

培养人才, 应当深化校企合作, 水产企业要主动联系专业对口的学校或通过第三方教育机构强化与学校的交流合作, 将企业实际需要的人才技能与学校教育相结合, 企业可以为学生提供实习岗位, 熟悉水产跨境电商业务, 学校也可以为水产企业员工提供再教育电子商务知识的培养。并且学校能够通过跟企业合作去了解跨境电商实际的发展状况, 灵活调整人才培养方案, 培养更适应现代社会发展的人才。学校和企业还可以共同建立跨境电商实训基地, 不再局限于枯燥的理论知识, 通过实训让学生更加了解跨境电商的运作流程, 也更符合企业需要高素质且上手快的人才需求[15]。

<sup>6</sup>数据来源: 亿邦动力网、搜狐网。

## 5. 结论

在“双循环”新发展格局下,水产行业跨境电商需要做出新的战略布局和战略考量。本文结合中国水产行业和跨境电商的特点和现状,分析中国水产行业在跨境电商中存在电子商务观念相对薄弱、营销方式老旧单一、跨境物流配送相对滞后、复合型人才短缺等劣势问题,并根据水产行业以及水产行业从业者的特殊性,总结归纳了强化电子商务意识、多样化营销、净化水产品养殖水质、推动水产品品质化发展、积极发展智慧物流,推广冷链物流、培养专业对口人才等六个具有针对性的策略,为中国水产行业发展跨境电商提供了发展思路。本课题的创新思路:支持水产行业贸易转向水产行业跨境电子商务贸易,将水产品的贸易形势转变成水产品跨境电子商务贸易,促使其发展具有成本低、效率高、信息全、前景好等优势与效果。

## 参考文献

- [1] 马艳秋. 跨境电商对传统外贸企业的影响探究[J]. 中国市场, 2023(3): 167-169.
- [2] 洪涛, 张传林. 2014-2015 年我国农产品电子商务发展报告[J]. 中国商论, 2015(5): 44-54.
- [3] 陶玉琼. 我国生鲜产品跨境电商的现状、风险及监管对策[J]. 对外经贸实务, 2018(8): 37-40.
- [4] 张艳茹. 浙江舟山水产业电子商务深度应用的研究[J]. 安徽农业科学, 2010(25): 14116-14117, 14138.
- [5] 秦丽. “双循环”新格局下我国跨境电商中小企业发展路径研究[J]. 现代商业, 2021(18): 48-50.
- [6] 杨颖. “双循环”背景下我国中小跨境电商企业发展路径研究[J]. 河南工学院学报, 2022, 30(4): 60-62.
- [7] 宋鑫宇. 双循环背景下跨境电商平台的可持续发展路径研究[J]. 河北企业, 2021(7): 36-38.
- [8] 陈寅磊. “双循环”新格局下中国跨境电子商务产业的发展现状与问题分析[J]. 全国流通经济, 2022(1): 57-59.
- [9] 毛博华. 舟山水产品跨境贸易电子商务发展战略研究[D]: [硕士学位论文]. 舟山: 浙江海洋学院, 2015.
- [10] 刘高峰, 刘猛. 水产养殖污染现状及治理措施[J]. 渔业致富指南, 2022(4): 42-46.
- [11] 农业农村部部署 2023 年水产绿色健康养殖技术推广“五大行动” [J]. 中国水产, 2023, 569(4): 23-25.
- [12] 周望德, 李胤珠, 胡飞. 双循环新发展格局下智慧物流发展现状研究[J]. 绥化学院学报, 2022, 42(9): 8-10.
- [13] 国务院办公厅关于印发“十四五”冷链物流发展规划的通知[J]. 中华人民共和国国务院公报, 2022(1): 15-32.
- [14] 王婕. 我国化妆品行业跨境电商平台发展现状、问题及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京工商大学, 2018.
- [15] 于雪莹, 钱方明. 双循环背景下高校跨境电商专业人才培养对策研究[J]. 产业创新研究, 2022(17): 196-198.