

跨境电商助推绍兴特色小镇产业转型升级路径探讨

■ 朱伟芳 聂爽爽 沈 烂 绍兴职业技术学院

摘要:“产业立镇”是特色小镇发展的核心,在全球经济形势严峻的背景下,以传统外贸、块状经济为主的绍兴特色小镇正面临着传统外贸重挫、产业竞争力下降、小镇发展滞缓等困境,亟需转型升级。跨境电商可以从渠道扩展、价值链重构、产品创新、产业集群等方面助推绍兴特色小镇产业转型升级。绍兴接连获批三大跨境电商国家级平台,在此发展机遇下为进一步促进绍兴特色小镇发展跨境电商,可以从提升园区功能、完善跨境电商政策、加强发展数字经济、引培跨境电商人才、深度融合三大平台,推动外贸促稳提质,助推特色小镇产业转型升级,构筑“双循环”新发展格局。

关键词:跨境电商;特色小镇;转型升级

特色小镇是基于产业集群发展起来的立体生态集合体,已成为促进经济转型升级的重要抓手。自2015年起,绍兴市依托产业优势,创建了诸暨袜艺小镇、新昌智能装备小镇、诸暨珍珠小镇、嵊州领尚小镇、绍兴黄酒小镇等省级特色小镇。今年全球经济遭遇了前所未有的挑战,跨境电商正成为中国外贸的重要支撑力量,从外贸“新业态”转变为外贸“新常态”。以外贸强市、特色小镇兴市的绍兴,市域内特色小镇化“危机”为“机遇”,大力发展跨境电商,推进外贸“稳中提质”。研究跨境电商进一步推动特色小镇产业转型升级实为当下既响应特色小镇发展之需又符合社会经济变革之势。

一、跨境电商助推绍兴特色小镇产业转型升级

“块状经济”是绍兴小镇发展的特点,也是特色小镇建立起来的基础,如占全球袜子销量1/3的袜艺

小镇、“全球三把伞,一把崧厦造”的伞艺小镇、占全球领带销量30%的领尚小镇等,但是维系这些“块状经济”的多是劳动密集型、低附加值的传统产业,在疫情和国际关系影响下,问题更加凸显,亟需转型升级。跨境电商从“卖全球”主导外贸新格局、全球供应链重构全球价值链、模式创新推动产品创新、集群效应带动产业转型升级等有效路径,实力加推绍兴特色小镇转型升级。

(一)“卖全球”主导外贸新格局

绍兴特色小镇产品以外销为主,面向欧美日传统市场,订单多来源于线下展会、国内外批发商等渠道。跨境电商模式下,企业通过第三方跨境电商平台或者自建平台,绕过国内外批发商,将商品直接销售给国外零售商,甚至终端消费者,“卖全球”日趋红火。不仅突破时空限制、压缩中间环节,大幅降低交易成本,同时还能减少不必要的人员接触,将疫情影响降到最低,客源主

体从欧美日传统市场拓宽到东盟等新兴市场。在传统外贸受阻的情况下,绍兴出现了“卖全球”主导外贸新格局,特色小镇外贸经济稳中提质的喜人趋势。

以诸暨袜艺小镇丰悦针纺为例,企业自2017年起试水跨境电商,通过亚马逊、阿里巴巴国际站将产品销往海外,目前年出口产值已达5000万美金,不仅打开了海外市场,而且成为公司的主要销售渠道之一,今年疫情期间订单出乎意料地不降反升。袜艺小镇情缘针纺已连续5年在阿里巴巴国际站关键词socks搜索排名第一位,目前公司近70%的订单来源于跨境电商平台。

(二)全球供应链重构全球价值链

绍兴特色小镇的产品,无论是袜子、伞还是领带、珍珠,大多为外贸贴牌生产,属于劳动密集型、技术含量低、附加值小的产品,多采用大批量订单式的生产方式,市场运作

[基金项目]本文系浙江省哲学社会科学规划课题(18NDJC116YB)“特色小镇绿色发展路径研究”研究成果之一;浙江省哲学社会科学规划课题(21NDJC197YB)“四新经济视域下高技能人才队伍建设与地方产业布局耦合机制研究”研究成果之一。

[作者简介]朱伟芳(1978—),女,绍兴职业技术学院范蠡商学院教授;研究方向:地方经济,产教融合。聂爽爽(1984—),女,绍兴职业技术学院范蠡商学院讲师;研究方向:跨境电子商务。沈烂(1982—),女,绍兴职业技术学院范蠡商学院副教授;研究方向:电子商务。

处于较低水平,处于全球价值链的低端。跨境电商营销模式既缩短了贸易流程,减少了中间环节,更是倒逼产品品牌化,促使企业重视并经营营销渠道,跨入品牌、营销等全球价值链的高附加值发展阶段。消费者的需求和企业的生产研发、生产和品牌营销黏着度更高,企业在花大力气提升设计、生产、营销等全球供应链的同时,也夯实了产品在全球价值链的层级,重构了全球价值链,直接拉动绍兴特色小镇外贸企业向全球价值链高端发展。

袜艺小镇的茂盛袜业,2014年起专攻功能性运动袜,如跑步袜、登山袜、瑜伽袜的研发生产,并开启跨境销售。目前已申请了24项国家发明专利和实用新型专利,旗下的阿格莱德运动袜在亚马逊平台的平均售价每双12.9美元,跨境电商一年销售500万双袜子的利润,远超传统外贸一年卖两三千万双袜子的利润。越来越多的袜企向价值链的高端发展,小镇不再是传统制袜基地,而成了个性、时尚、潮流的袜艺前沿。

(三)模式创新推动产品创新

通过跨境电商模式,企业可以第一时间观察和捕捉市场端的前沿信息和行业动态,根据跨境平台上消费者的反馈,设计生产产品,满足全球不同市场的多样化需求。企业要想在海外市场立足,占据产业高端,加强产品创新、走自主品牌发展之路是应然且必然的选择。直面消费者的跨境电商销售模式让企业不得不加快应对生产工艺和技术升级的问题,推动产品创新,加速小镇从“中国制造”升级为“中国智造”。

柯桥蓝印小镇“金蝉布艺”紧贴

市场需求和国际潮流,根据跨境电商平台消费者购买大数据分析,每月设计开发100多款窗帘产品,即研发即投产。企业从“大路货”转向中高端、个性化,赢得了利润和品牌影响力的优势,目前居跨境电商平台窗帘类商品销售冠军。金蝉布艺的成功转型带动了小镇内其他企业的跨境电商之路,如年跨境交易额过2亿的沐家家居、元一家居等,通过跨境电商模式推动产品创新,完成了从原材料到终端产品的升级,夺得改革先机,助推小镇内新旧动能转换。

(四)集群效应带动产业转型升级

特色小镇的“块状经济”尝到互联网经济变革的甜头后,依托独有的产业优势,通过积极延伸跨境电商服务业链条,构建良好的跨境电商产业发展生态圈,企业集群合力的效益叠加。一是得以优化小镇产业结构,企业顺应跨境电商发展趋势,不断调整优化产业结构,同时在生产和销售过程中,采取选择产品差异化战略,形成群内互补,满足全球不同地区消费者对产品的个性化需求,获取竞争优势。二是在全球树立“小镇”品牌,小镇品牌是众多企业品牌的浓缩和提炼,建好小镇品牌,即联动镇内集群企业整体知名度的提升,加快特色小镇内涵的提档升级。三是推动集群区域内技术创新,小镇内企业的互通互融以及跨境电商平台销量的公开化,在小镇内形成良性竞争,企业互动程度和学习动力都比较高,利于技术创新和产品更新换代。实现跨境电商和块状产业集群优势相结合的跨境电商产业集群,带动传统外贸小镇产业转型升级。

二、绍兴特色小镇跨境电商发展的不足

目前绍兴特色小镇在发展跨境电商过程中,通过数字贸易赋能产业集群,助推绍兴特色小镇产业转型升级,各小镇都出现了一些典型的跨境电商企业。绍兴柯桥蓝印时尚小镇、诸暨袜艺小镇、嵊州领尚小镇、上虞伞艺小镇等特色小镇产业先后列入第二批浙江省产业集群跨境电商试点名单。但是目前来看,绍兴特色小镇发展跨境电商仍存在许多不足。

(一)平台作用未完全发挥

特色小镇在建设过程中,搭建了如跨境电商园区、公共服务中心、创业园等平台,助推特色小镇内企业线上渠道拓宽、数字化转型升级。绍兴目前有中国轻纺城跨境电子商务产业园、上虞跨境电子商务孵化园、嵊州云电子商务产业园等3个园区,就目前运作而言,柯桥的中国轻纺城跨境电子商务产业园目前入驻企业超过200家,其中70%以上为跨境业务相关企业。但是也有个别园区在建设过程中,只注重空间搭建,未做好后续衔接和管理,导致免租金期一到,企业纷纷搬离,根本原因在于园区平台兴建时轰轰烈烈,运作时配套支撑捉襟见肘,可谓理想与现实之间落差甚大,平台作用尚未完全发挥和奏效。

(二)政策落实尚不够到位

国家、省级政府针对跨境电商发展推出一系列政策组合拳,从宏观层面为特色小镇高端发展、发展高端明示了方向;税收、物流、金融等配套政策也纷纷相继出台,从微观层面为小镇发展跨境电商构建了

良好的外部环境。但是各地市并未出台跨境电商配套政策或者并未将政策落实到位,就绍兴地区而言,仅柯桥区、上虞区颁布了促进跨境电商发展的相关政策;从对各小镇企业调研情况看,58%以上的企业表示并不了解区、(县)市出台的跨境电商支持政策。在调研中我们发现浙江凯尔海针纺等多家企业尝试跨境电商的重要原因之一是柯桥区出台了相关补贴政策,可见政策对于企业开展跨境电商有很强的助推作用。

(三)企业数字化转型仍存在障碍

在对绍兴各特色小镇企业的调研中我们发现,仅有30%左右的企业开展跨境电商。如袜艺小镇中的袜业相关企业多达3000余家,在各平台开设有跨境电商网店的企业仅为500家。其中采用B2B平台的企业占69%,能自建团队运营的占三分之二;未从事跨境电商的企业中有57%有开展跨境电商的意愿,说明企业对开展跨境电商的意识大大提高。但是这些企业中80%以上更偏向于B2B平台的运营。B2C跨境电商需要企业有更强的品牌意识,高利润的背后需要高投入、专业高要求的支撑,人力财力投入、碎片化的订单、复杂的后续操作,令许多中小企业望而却步。

袜艺小镇中有73%的企业都建有自主品牌,但是发展情况却不尽人意。自主品牌创建容易,品牌形象的塑造、品牌知名度和美誉度的培养却极为不易。袜艺小镇的诸暨旺来针纺有限公司作为一家袜企,于2016年创建了自主品牌,但是无论国内线上销售还是国外参展尚处于自力更生阶段,品牌资产积累的方

法和路径还比较传统,成效不佳。可见,企业转型过程中困惑和问题很多,不是注册一个商标、创立一个品牌名称可以解决的。除了企业决策顶层设计的前瞻性和方向的把控力,特色小镇在搭建公共品牌、数字经济大平台等方面的担当和作为,各方共同使力,才能让小镇建设主体在网络经济时代大有作为。

(四)跨境电商人才缺口大

在企业调研中,我们发现90%以上的企业有跨境电商人才需求,其中跨境店铺运营人才、站外推广人才需求尤为突出;人才缺乏成为企业发展跨境电商的最大障碍,九成以上的受访企业选择了这一选项。这些企业十分渴望政府部门提供公共服务或者扶持政策,并能为跨境电商人才对接和培训提供支持。可见人才是制约小镇发展跨境电商的核心要素,但目前无论是高校毕业的跨境电子商务专门人才还是通过入职后培训掌握一定跨境电商运营技能的人才都缺口甚大。

(五)配套服务体系尚需完善

相比较于一线城市,绍兴特色小镇无论机制建设还是公共服务体系配套等方面上升空间较大。在调研柯桥蓝印小镇乐祥商贸等一些小型B2C跨境电商企业过程中发现,企业物流成本几乎占了商品价格的三分之一,随着全球疫情的持续蔓延,订单数量相比去年差距并不大,但是物流成本却提高了很多,有些国家或地区甚至涨了2-3倍,而不同物流渠道,价格相差也很大,所以一个快捷价优的物流系统一定程度上左右着企业跨境电商发展的增速和扩容。可见跨境电商企业相比国内电商,由于客户地域、国家限制,对配套设施的依赖性远高于国内电

商企业。如何使配套设施促进跨境电商进一步发展需要小镇及相关政府部门做出积极努力。

三、绍兴特色小镇进一步发展跨境电商的路径

2019年12月,绍兴获批中国(绍兴)跨境电子商务综合试验区;2020年9月,绍兴先后获批国家综合保税区、柯桥中国轻纺城市场采购贸易方式试点,至此三大“国字号”平台落户绍兴,必将助力绍兴从平台洼地向开放高地转型,进一步提升开放型经济发展能级。在此机遇下,绍兴特色小镇可以从以下五方面进一步发展跨境电商。

(一)提升园区功能,打造跨境电商生态圈

特色小镇可以依托跨境电商园区打造跨境电商生态圈。一是在小镇内创建具有产业特色的跨境电商园区,建设以政府主导、龙头企业投资的政企合一型特色跨境电子商务园区,打造集孵化、研发、运营、营销、设计于一体的综合服务载体;二是引进和培育一批跨境电商龙头或典型企业,发挥榜样力量,营造氛围,带动小镇里企业及上下游相关企业集聚发展;三是建立园区里的商务、物流、监管等一站式服务平台,压低企业从事跨境电商的成本,培养跨境电商发展的良好土壤。通过园区功能的提升,构建跨境电商生态圈,吸引企业及平台入驻,形成发展“强磁场”。

(二)完善跨境电商政策,发挥政策引导激励作用

以鼓励企业转型升级和推动产业发展为目的,绍兴特色小镇针对所辖区域内产业特色和企业发展

跨境电商意愿等情况,完善跨境电商政策。一是出台企业开展跨境电商相关优惠政策,目前绍兴市已经出台多项促进跨境电商发展的政策办法,比如蓝印小镇所在的柯桥区已出台《中国(绍兴)跨境电子商务综合试验区柯桥园区10条政策》,伞艺小镇所在的上虞区也已出台相关政策;二是特色小镇可以通过开设跨境电商政策的推介会等形式,送政策上门,有针对性地为企业进行宣传辅导,使得政策落实到位,顺势而为,增添跨境政策杠杆力,赋能企业从升级发展被动型转向政策驱动下的主动型。

(三) 进一步发展数字经济,助力“双循环”新发展格局

在特色小镇内大力推广应用跨境电商,发展数字经济。一是加强小镇内跨境电商宣传,如跨境电商推介会、沙龙、培训等形式,进一步普及跨境电商知识,提高企业运用跨境电商的意识和能力;二是各小镇对接第三方跨境运营商或阿里巴巴国际站、亚马逊、速卖通、Lazada等各大跨境电商平台,助力企业平台入驻、品类规划、平台运营等;三是重推小镇品牌+企业品牌策略,企业创建自有品牌,推动企业从低附加值产品生产向设计研发、营销推广等微笑曲线两端转型升级,同时打造小镇公用品牌,利用跨境电商平台“品牌出海”,不仅使得小镇产品“卖全球”,更提升小镇的国际知名度,使得特色小镇畅通外循环;四是跨境进口线上线下融合,突破国内市场,借助“主播带货”等新营销形式,加大对新消费场景的渗透,推动优质进口产品打入国内市场,形成国内国际“双循环”新发展格局。

(四) 引培跨境电商人才,虹吸新生代力量

完善跨境电子商务人才引进、培养、使用、流动和激励机制,构建政府、高校、企业多方联动的跨境电子商务人才培养体系。一是发挥高职院校为地方经济发展培养技术技能人才的作用,如绍兴职业技术学院开设了“跨境电子商务”专业,加大跨境电商人才培养力度;二是加大跨境人才技术技能培训,由政府、高校、社会培训机构多方合作,为特色小镇有意向从事跨境电商或企业在职员工提供技术技能培训,提升培训人员跨境电商技能;三是发挥小镇新生代主力军作用。近年来袜艺小镇涌现出像赵茄兵、陈仁勇、钟耀栋等一大批90后新生代企业家,他们在不同的领域,坚持走差异化发展之路,在行业中引起较大反响。新生代挑起了特色小镇产业集群转型升级的重担,成为发展的主力军。特色小镇虹吸新生代力量,回镇创新创业,共筑小镇产业新辉煌是小镇产业跨入新时代的应然选择。

(五) 深度融合三大平台,推动外贸促稳提质

充分利用综合保税区、跨境综合试验区、市场采购贸易方式三大平台,完善跨境电商配套设置建设。一是利用综试区新搭平台,建立跨境电商公共服务中心,打造公共信息平台,完善特色小镇跨境电商配套保障体系,构建全方位、专业化的跨境电商生态体系,真正赋能入驻的每一家企业,打造绍兴跨境电子商务完整的产业链;二是大力发挥综合保税区的监管功能,充分利用保税区的物流仓储功能,加大保税区物流扶持力度,加快卖家的退税进度,从而使得无论B2B还是B2C

的订单,都可以助力企业快速通关、海外仓设置、享受出口退税政策等;三是大力推广市场采购贸易方式,有效融合市场采购贸易方式和跨境电商,绍兴各特色小镇跨境电商的单子,尤其是15万美金以下的单子,均可尝试市场采购贸易方式(1039)进行出口,促进跨境电商平稳健康发展的同时,让跨境电商更加合法合规化。深度融合三大平台,实现1+1+1>3,助推绍兴特色小镇发展跨境电商,从而推动小镇外贸促稳提质。

以此,小镇内依托龙头企业联动产业内部各类主体构建以跨境电商为联结的优质产业生态,带动人才、金融、技术等产业要素流动、融通,形成企业、高校、行业协会、其他社会组织主体之间的深度融合,内外循环联动,产业发展可持续。以“让世界只有一个小镇的距离”为发展理念,让绍兴特色小镇跨境电商转型升级经验辐射周边乃至全国,为各地特色小镇建设与发展提供“绍兴样本”。▲

参考文献:

- [1] 聂爽爽,沈烂,朱伟芳.跨境电商促进绍兴中小型纺织企业转型升级的路径研究[J].对外经贸实务,2020(6):46-49.
- [2] 刘馨蔚.疫情影响下的外贸企业求破局[J].中国对外贸易,2020(4):24-25.
- [3] 郑欣.特色小镇的概念与特点分析[J].现代经济信息,2019(11):7-8.
- [4] 李芳,章幸钢,何杭莹.主动出击,联动全球市场 线上线下深度融合助推大唐袜业高质量发展[J].纺织服装周刊,2019(18):28-29.
- [5] 李芳,杨丽华,梁含悦.我国跨境电商与产业集群协同发展的机理与路径研究[J].国际贸易问题,2019(2):68-82.