

RCEP 协议下中国农产品跨境电商的机遇和挑战

赵汝政 沙依甫加玛丽·肉孜*

新疆师范大学商学院

DOI:10.12238/as.v8i6.3108

[摘要] 《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)的实施,为中国的农产品跨国电子商务提供了许多优惠的政策,扩大了市场的参与度,促成了中国和RCEP协定国的农产品交易的快速扩展,从而更好地强化和稳定国际间的合作。同时,RCEP的实施也给农产品跨境电商带来了产业转型升级压力、跨境电商竞争加剧、互联互通不足的挑战。因此为了让我国更加适应RCEP的实施,应该通过加快农产品跨境电商的战略转型与发展、加强品质建设和培养跨境人才、加强与东盟国家的基础设施建设来赢得RCEP协定下农产品跨境电商交易的先机。

[关键词] 农产品; 跨境电商; RCEP

中图分类号: F762 **文献标识码:** A

Opportunities and challenges of cross-border e-commerce of Chinese agricultural products under RCEP agreement

Ruzheng Zhao Shayigufa Mary, Rouzi*

Business School, Xinjiang Normal University

[Abstract] The implementation of the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) has introduced numerous favorable policies for China's agricultural products in cross-border e-commerce, expanding market participation and facilitating the rapid expansion of agricultural product trade between China and RCEP member countries, thereby enhancing and stabilizing international cooperation. However, the RCEP also presents challenges to the agricultural cross-border e-commerce sector, including the pressure of industrial transformation and upgrading, increased competition, and insufficient connectivity. To better adapt to the RCEP, China should accelerate the strategic transformation and development of agricultural cross-border e-commerce, enhance quality control and talent cultivation, and strengthen infrastructure cooperation with ASEAN countries, thereby gaining a competitive edge in agricultural cross-border e-commerce transactions under the RCEP.

[Key words] agricultural products; cross-border e-commerce; RCEP

引言

2020年我国与15个会员国签署地区全面经济伙伴关系协定(RCEP),给农产品跨境电商发展给予了更为对外开放的服务平台。在协定的参与方中,东盟、日本及新西兰等均是显著的农业地域团体与国家,RCEP的协议实施无疑给中国农产品跨境电商带来发展机遇推动农产品电商从国内走出去,积极融入国际竞争,也吸引优质的海外农产品走进来。本文基于RCEP背景,分析中国与RCEP其它国家农产品发展的现状,探讨了农产品跨境电商所面临的机遇与挑战,并提出了相应的策略与建议。

龚斌超^[1](2024)等表明RCEP的签订带来了降低了农产品跨境电商交易成本、推广了农产品跨境电商交易模式等机遇,明确

农产品跨境电商发展的关键是提升农产品跨境电商便利化水平、营造安全性环境、促进非歧视往来与合作式对话,制定了降低交易成本、推广数字贸易等对策。董思雁^[2](2024)以我国加入RCEP自由贸易区为背景,从关税减让、原产地规则、贸易便利化等方面说明RCEP给我国农产业国际合作带来机遇,并在农产品出口贸易、加工产业链、投资合作、跨境电商方面反映农业国际合作面临的挑战,提出打造市场竞争优势、促进产业链向高端延伸等建议。黄明智^[3](2023)在RCEP背景下利用SWOT分析法分析中国-东盟农产品跨境电商发展,发现我国与东盟之间存在交易规模大、电商平台农产品丰富以及农产品跨境电商交易模式有创新的优势,同时给农产品跨境电商带来较大发展空间、自贸区与RCEP红利叠加的发展机遇。

1 我国与RCEP沿线国家农产品贸易发展现状

2022年RCEP在我国首次生效,为中国与RCEP其他成员国农产品跨境电商带来了新的发展机遇。我国与RCEP协约国家农产品交易规模变大,农产品跨境电商进出口规模迅速增长。在世界经济面临衰退的背景下,RCEP协定给我国经济带来一些政策红利,为我国与RCEP其他成员国之间的贸易注入了动力。图2-1展示了2019-2023年我国与RCEP其他国家贸易进出口额,可以看出2022-2023年我国出现了贸易顺差,说明RCEP的一些政策比如关税的减让政策、原产地累积规则等增加了中国对RCEP成员国的出口。例如关税减让方面2023年速冻甜玉米的RCEP协定税率由最初的12.5%降至7.7%,关税减免使产品的价格优势进一步提升,增加了出口量。原产地累积规则方面宁波中泰华毅食品有限公司出口到日本的冻鲑鱼片使用了韩国原料冻鲑鱼,在中国生产加工后,根据RCEP原产地区域累积规则,韩国进口的原料冻鲑鱼可视为原产材料,在中国的生产加工超出微小加工,冻鲑鱼片获得了RCEP原产资格,原产国为中国,在日本进口时可以享受RCEP优惠关税待遇。2019-2021年这三年中国在与RCEP国家贸易进出口方面处于逆差状态,其中2021年进出口贸易逆差最高为1328亿美元,占这三年总贸易逆差的43.1%。

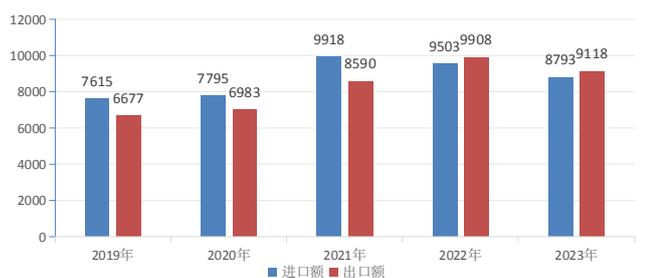


图2-1 2019-2023年中国与RCEP其他国家贸易进出口额(亿美元)

数据来源: UNComtrade

据海关统计数据,如图2-2所示,2023年中国与RCEP其他成员国农产品进出口总额1,034亿美元,比上年同期下降2.2%,较2021年协议生效前增长10.3%,占中国农产品贸易总额31%。其中,出口416亿美元,比上年同期下降1.9%,较2021年增长8.2%,占中国农产品出口总额42.1%;进口618亿美元,比上年同期下降2.4%。2022年我国农产品进出口总额为1057亿美元,较2021年增长了12.8%。2022年RCEP协议生效后会降低农产品跨境电商的进出口成本,提高其价格竞争力,吸引更多企业参与到跨境电商中来,从而促进农产品的进出口贸易。图中2019-2023年农产品一直处于贸易逆差的情况,分析原因如下:中国从RCEP国家进口的农产品在国内的需求量较大而中国的出口农产品对于协议国来说需求较小;中国农产品标准化质量方面还存在不足,导致其在国际市场上的出口竞争较弱;农产品跨境电商还处在向数字化转型的过程中,跨境物流和技术的不完善会增加农产品在运输过程中的困难使出口效率降低;农产品质量标准不统一也会导致检验不合格,加大农产品出口难度。



图2-2 2019-2023年中国与RCEP其他成员国农产品进出口额(亿美元)

数据来源: 海关总署

2 RCEP给中国农产品跨境电商带来的机遇和挑战

2.1 RCEP给中国农产品跨境电商带来的机遇

2.1.1 扩大市场准入

RCEP签约国间的贸易活动增强,成功建立了各国间的贸易与投资桥梁,使得出口商品能够面向更为广泛的消费市场。RCEP签署之后削弱了国际贸易壁垒,通过逐步降低关税,减少了农产品进出口的成本,使中国农产品在其他成员国市场商品出口难度下降,销售和配送更加流畅,流动也更自由。最后RCEP还促进了成员国之间的投资合作,中国农业企业可以利用这一机会在其他成员国进行投资,建立生产基地,进一步拓展市场。

2.1.2 推动数字化转型

RCEP协定的实施将促进区域内农产品跨境电商创新的合作和交流,利用跨境电商赋能农业数字化转型,通过引入新技术、完善政策扶持,促进人才、金融等力量流向乡村,夯实农业数字化转型动能。根据RCEP协定,农产品跨境电商交易需要营造安全性环境,无论是对跨境电商交易中电子认证与支付的技术安全保障,还是对消费者个人信息的保密,都需要数字技术的支持。利用数字技术加强跨境电商平台的大数据分析能力,及时发现协议国家农产品供需市场的变化,持续提升农产品跨境电商竞争力。

2.2 RCEP给中国农产品跨境电商带来的挑战

2.2.1 农产品跨境电商转型升级压力

RCEP的实施为各国的农产品跨境电商带来发展机遇,而我国的农产品跨境电商还存在一些不足,在国际市场上缺乏优势,这就需要加快跨境电商转型升级的步伐。首先是对农产品市场的转型升级压力,中国农产品跨境电商需要面对来自其他RCEP成员国的优质农产品,这对国内农产品的品质品牌都提出了更高要求。农产品跨境电商的品牌建设对于许多企业来说都是一笔不小的成本,所以单靠个别企业很难达到好的效果,需要依靠跨境电商区域共同的努力来推动品牌建设。其次是对农产品跨境电商的技术创新转型升级的压力,随着农产品跨境电商的发展,技术创新成为提升竞争力的关键。中国农产品跨境电商需要加大在大数据、研发人工智能和物联网等技术的投入,需要在不断开发新品种、改良产品口感、提升产品营养价值等方面进行产品创新。

2.2.2农产品跨境电商面临竞争加剧

随着RCEP区域内贸易和投资的进一步加强,中国农产品跨境电商出口市场面临更大的竞争压力,特别是来自东南亚国家的竞争。中国和东南亚在出口美国、日本、欧盟市场上的农产品具有很大的相似性,产品间的竞争就是十分激烈,其中一些蔬菜和水产产品的市场相似度极高,这可能导致中国农产品在跨境电商平台上的竞争更加激烈。目前,我国从事跨境农产品交易的主体多为农户和中小微企业,没有经过系统专业培训,知识储备量不能满足快速发展的电商行业需求。

3 RCEP赋能中国农产品跨境电商高质量发展的策略

3.1加快农产品跨境电商的战略转型与发展

RCEP协议加快了我国对跨境电商农产品品牌的培育,通过建立完善的农产品质量检测体系,配备先进的检测设备和专业的检测人员。对农产品进行从田间到餐桌的全程检测,包括农药残留、重金属含量、微生物指标等,确保农产品符合国际质量标准。加强与第三方检测机构的合作,提高检测的权威性和公信力。然后再通过参加国际农产品展会、举办品牌推介会等方式,宣传推广农产品品牌,拓展国际市场,完成对跨境农产品品牌的转型。在技术创新方面,利用物联网技术,在农田、果园、养殖场等安装传感器,实时采集土壤湿度、肥力、温度,以及牲畜生长状况等数据。通过数据分析,精准调控灌溉、施肥、喂食等操作,确保农产品在最佳环境中生长,提升质量和产量稳定性,例如以色列的精准农业模式。

3.2加强品质建设和培养跨境人才

RCEP的实施促使中国农产品需要加强农产品品质和品牌建设。首先,我国要尽快建立完善跨境农产品质量认证和检验检疫制度,与国际标准接轨,杜绝不合格农产品入市。其次,借助跨境电商平台提供的大数据和云计算技术对农产品进行动态追踪,确保农产品质量的全程优化,并适时对伪劣产品进行曝光。这种

倒逼机制既可以促进农产品质量的不断提高,也可以突破国外技术性贸易壁垒,增强跨境电商企业的竞争力。随着RCEP各国农产品跨境电商的迅猛发展,人才的数量和能力至关重要。

4 结束语

RCEP协议的落地实施,为中国农产品跨境电商开辟了广阔的发展空间,关税减免、贸易便利化措施带来的市场机遇,以及区域内消费升级创造的需求红利,都为行业发展注入强劲动力。面对机遇与挑战并存的局面,中国需从政策支持、企业创新、标准建设等多维度发力,提升农产品品质与品牌影响力,完善跨境电商服务体系,增强行业竞争力。相信随着各方协同推进,中国农产品跨境电商定能在RCEP框架下实现突破,在国际市场中占据更有利地位,为农业高质量发展和乡村振兴作出更大贡献。

[课题]

新疆师范大学博士科研启动基金项目(XJNUBS202208),新疆师范大学智库招标课题(ZK202325C),新疆高校基本科研业务费科研项目(XJEDU2023P084)。

[参考文献]

[1]龚斌超.RCEP协定下农产品跨境电商交易的机遇、关键点及对策[J].长春金融高等专科学校学报,2024,(03):69-74.

[2]董思雁.RCEP背景下我国农业国际合作的机遇、挑战和路径选择[J].农业经济,2024,(04):127-129.

[3]黄明智.RCEP背景下中国-东盟农产品跨境电商发展研究[J].时代经贸,2023,20(08):14-17.

作者简介:

赵汝政(2000--),男,汉族,山东省聊城市人,硕士研究生,新疆师范大学商学院 乌鲁木齐市,主要研究方向: 国际商务。

*通讯作者:

沙依甫加玛丽·肉孜(1986--),女,维吾尔族,新疆于田人,新疆师范大学,乌鲁木齐市,经济学博士,新疆师范大学商学院副教授,硕导,主要研究方向: 国际商务、区域经济。