

一带一路背景下云南云品出海中泰合作机制研究

李睿*

云南经济管理学院, 云南昆明, 中国

*通讯作者

【摘要】在“一带一路”倡议与 RCEP 生效实施的双重机遇下, 云南凭借区位优势成为中泰经贸合作的核心枢纽, “云品出海”已从单一贸易往来迈向全产业链协同新阶段。当前, 合作中仍存在跨境物流成本高、产业链协同不足、品牌影响力弱、跨文化协同与人才短缺等痛点。本文立足云南实际, 梳理“云品出海”中泰合作现状, 剖析现存问题, 从数字赋能、产业链融合、制度协同三个维度, 构建适配云南特色的中泰合作创新机制, 为推动“云品”深度融合融入泰国市场、打造区域经贸合作标杆提供理论参考与实践路径。

【关键词】一带一路; 云品出海; 中泰合作; 跨境贸易; 创新机制

1. 概述

1.1 研究背景

“一带一路”倡议提出以来, 中泰两国作为全面战略合作伙伴, 经贸往来持续深化, 2024 年双边贸易额突破 1200 亿美元, 泰国连续多年稳居云南第一大贸易伙伴地位中国政府网。云南作为中国面向南亚东南亚的辐射中心, 拥有与泰国地缘相近、人缘相亲、文缘相通的独特优势, 高原特色农产品、绿色食品、文创产品等“云品”凭借品质优势, 在泰国市场认可度不断提升。随着中老铁路全线贯通、“郑和号”海公铁多式联运班列常态化运营, 以及中泰鲜花冷链专线等物流通道开通, 云南至泰国的运输时间缩短 50% 以上, 物流成本持续降低, 为“云品出海”提供了坚实的通道支撑中华人民共和国国家邮政局[1]。但与此同时, “云品出海”中泰合作也面临新的挑战。在此背景下, 构建科学高效的中泰合作创新机制, 破解合作痛点、释放区位与产业优势, 成为推动“云品出海”高质量发展、助力云南建成辐射中心的核心课题。

1.2 研究意义

1.2.1 理论意义: 丰富区域跨境经贸合作理论体系

中泰合作是“一带一路”框架下双边合作的典范, “云品出海”作为中泰经贸合作的重要载体, 通过创新机制深化合作, 可推动两国在政策、设施、贸易、资金、人文“五通”领域实现更高水平联通, 为中国与东盟国家开展跨境合作提供“云南样本”, 助力构建更为稳定、繁荣、可持续的中泰命运共

同体。本文聚焦“云品出海”中泰合作的特殊性, 结合数字经济、产业链融合及跨文化管理等理论, 构建针对性的合作创新机制, 弥补现有研究中“重宏观战略、轻微观实操”“重单一物流、轻全链协同”的不足, 为我国内陆省份与东南亚国家开展特色产品跨境合作提供理论范式。

1.2.2 实践意义: 破解“云品出海”痛点, 提升国际竞争力

通过构建“数字+产业+制度+人文”四维协同机制, 精准解决中泰合作中标准对接、物流效率、品牌建设及人才短缺等问题, 助力“云品”从“走出去”向“走进去、走得远”转变, 扩大云南特色产品国际市场份额, 带动高原特色农业、食品加工、跨境电商等产业升级, 赋能云南经济高质量发展。

1.3 国内外研究现状

1.3.1 国外研究现状

国外关于跨境农产品合作的研究聚焦于标准协同、数字溯源、产业链整合三大方向。美国学者聚焦跨境食品供应链的安全监管, 提出“全球统一溯源标准+第三方认证”模式, 保障产品质量; 德国依托工业 4.0 技术, 构建“数字孪生+跨境物流”协同体系, 实现农产品全流程可视化管理; 日本侧重农产品品牌国际化, 通过“文化赋能+精准营销”, 打造高端农产品品牌, 提升国际溢价能力。在中泰合作研究方面, 泰国学界重点关注 RCEP 框架下泰中农产品贸易的机遇, 强调物流互联互通、技术联合研发的重要性, 提出依托云南区位优势, 共建泰中农产品加工基地与冷链物流网络的构想云南省商务厅

[2-4]。

1.3.2 国内研究现状

国内学者对“云品出海”及中泰合作的研究成果丰富：在物流通道方面，重点探讨中老铁路、中泰铁路对“云品出海”的赋能作用，提出完善多式联运体系的建议；在产业合作方面，聚焦高原特色农产品，研究中泰农业技术合作、深加工产业对接路径；在数字赋能方面，探讨区块链、大数据在跨境溯源、跨境电商中的应用昆明市人民政府全国电子商务公共服务网。现有研究仍存在不足：一是对“云品出海”中泰合作的系统性机制构建研究较少，多聚焦单一环节；二是缺乏对云南与泰国标准差异、文化差异的针对性解决方案；三是对数字技术与传统经贸合作的融合路径研究不够深入，实操性不足。

2. “云品出海”中泰合作现状

近年来，云南对泰国出口“云品”规模稳步增长，2024年出口额达180亿元，占云南对东盟出口总额的35%。出口产品从传统的鲜花、蔬菜、茶叶，逐步拓展至咖啡、坚果、预制菜、文创产品等，其中鲜花出口占云南对泰出口总额的40%，成为“云品出海”的核心名片。中老铁路冷链专列、中泰鲜花冷链专线常态化运营，“郑和号”海公铁联运班列覆盖泰国主要港口，昆明至泰国曼谷的物流时间从传统公路运输的5-7天缩短至2-3天，冷链物流覆盖率提升至60%；磨憨口岸实现“24小时通关”，跨境电商“9710/9810”模式落地，通关效率显著提升昆明市人民政府全国电子商务公共服务网。区块链技术开始应用于“云品”跨境溯源，部分企业实现“一果一码、一品一码”全流程可追溯[5]；跨境电商成为“云品出海”新引擎，2024年云南对泰跨境电商出口额同比增长80%，直播电商、社交电商等新模式助力“云品”精准触达泰国消费者全国电子商务公共服务网[6]。

3. “云品出海”中泰合作存在的主要问题

3.1 跨境物流成本偏高，冷链与末端配送短板明显

尽管物流通道不断完善，但中泰跨境物流仍存在成本高、效率低问题：冷链物流覆盖率不足，部分生鲜“云品”运输过程中损耗率高达15%-20%[7]；跨境物流“最后一公里”衔接不畅，泰国本土末端配送网络不完善，偏远地区配送时效长、成本高；多式联运“联而不通”，不同运输方式间装卸、中

转成本高，整体物流成本占产品总成本的30%-40%。

3.2 产业链协同不足，深加工与附加值提升滞后

云南“云品”出口多以初级产品、半成品为主，深加工率不足30%，产品附加值低；中泰产业链合作集中于贸易环节，在种植基地共建、深加工产业对接、技术联合研发等领域合作深度不足；云南食品加工产业集群规模小、技术水平低，难以满足泰国市场对高端加工食品的需求，产业链协同效应未充分发挥。

3.3 品牌影响力薄弱，市场推广与溢价能力不足

“云品”缺乏具有辨识度的区域公共品牌与企业自主品牌；品牌推广渠道单一，主要依赖传统展会与线下批发，对泰国社交媒体、直播电商等新媒体营销手段运用不足；同质化竞争激烈，“云品”之间、“云品”与泰国本土产品之间价格战频发，产品溢价能力低，企业利润空间狭窄。

3.4 跨文化协同与人才短缺，政策解读与风险应对能力不足

中泰两国在消费习惯、商业规则、法律体系等方面存在差异，部分企业缺乏跨文化管理经验，导致合作过程中沟通不畅、纠纷频发；专业人才短缺，既懂泰语、又熟悉泰国市场规则，同时掌握跨境电商、国际物流、品牌营销的复合型人才匮乏；企业对泰国贸易政策、关税规则、监管要求解读不精准，风险预警与应对能力不足，容易面临政策变动、市场波动等风险

4. “一带一路”背景下云南省“云品出海”中泰合作创新机制构建

立足“云品出海”中泰合作现状与痛点，借鉴国内外先进经验，结合云南区位、产业及政策优势，构建“数字赋能机制、产业链融合机制、制度协同机制、人文互通机制”四维一体的中泰合作创新机制，推动“云品出海”高质量发展。

4.1 数字赋能机制：构建“区块链+大数据+跨境电商”智能合作体系

联合泰国相关机构，共建基于区块链技术的“云品”跨境溯源平台，制定统一的溯源标准，为鲜花、蔬菜、水果等核心“云品”分配“唯一数字身份证”，实现从种植基地、加工生产、跨境物流、终端销售全流程信息可查询、可追溯、可监管，破解泰国市场信

任难题,提升产品可信度。整合云南“云品”产能数据、物流数据与泰国市场需求数据、消费偏好数据,搭建跨境大数据协同平台,运用大数据分析技术,精准预测泰国市场需求,指导云南企业优化生产计划、调整产品结构,实现“以需定产、精准供给”;同时,通过平台实时共享中泰贸易政策、关税调整、监管动态等信息,提升企业风险预警能力云南省商务厅。依托昆明综合保税区、腾俊国际陆港跨境电商平台,整合抖音、TikTok、Facebook等中泰主流社交媒体资源,打造“直播电商+社交电商+内容营销”三位一体数字营销体系,邀请泰国本土网红、KOL开展“云品”直播带货;在社交媒体发布“云品”种植、加工、文化故事等内容,提升品牌好感度;搭建中泰双语跨境电商独立站,实现“云品”线上直销,减少中间环节,提升利润空间全国电子商务公共服务网[8]。

4.2 产业链融合机制:构建“基地共建+深加工对接+物流升级”全链协同体系

依托云南高原特色农业优势,联合泰国企业在云南建设鲜花、蔬菜、热带水果标准化种植示范基地,引入泰国先进种植技术、管理经验,统一生产标准、质量标准,从源头保障“云品”品质;同时,在泰国建设“云品”海外种植基地,规避贸易壁垒,贴近终端市场,提升市场响应速度。聚焦鲜花、咖啡、茶叶、野生菌等“云品”,引进泰国先进的深加工技术、设备与管理经验,在云南建设跨境深加工产业园区,开发鲜花精油、咖啡速溶制品、茶叶提取物、野生菌预制菜等高附加值产品,提升“云品”深加工率至50%以上;同时,推动云南企业与泰国食品加工企业合作,共建深加工生产线,实现“原料供应+加工生产+市场销售”全链条对接。整合中老铁路冷链专列、中泰鲜花冷链专线资源,加密班列班次,覆盖泰国主要城市;在磨憨口岸、曼谷建设跨境冷链物流枢纽,完善冷链仓储、分拣、包装设施,实现“冷链不中断、温控可监测”;联合泰国本土物流企业,共建末端配送网络,解决“最后一公里”配送难题,将生鲜“云品”损耗率控制在8%以下;推动多式联运“一单制”,简化中转手续,降低物流成本昆明市人民政府。

4.3 制度协同机制:构建“标准对接+政策联动+平台共建”保障体系

出台针对性扶持政策,对“云品”出口企业给予物流补贴、认证补贴、品牌推广补

贴;建立中泰贸易风险预警平台,实时监测市场波动、政策变动、汇率风险,为企业提供风险预警与应对方案。提升“云南-泰国双向选品中心”功能,增设产品展示、商务洽谈、直播带货、物流对接等一站式服务;办好中国-南亚博览会、云南国际鲜花节,设立泰国专场,深化经贸交流合作。在曼谷建设“云南特色产品体验中心”,集产品展示、文化体验、销售服务于一体,提升“云品”品牌影响力;搭建中泰产业对接平台,定期举办产业链对接会、技术研讨会,推动企业精准对接合作需求。

4.4 人文互通机制:构建“文化融合+人才培养+社群共建”支撑体系

深挖云南民族文化、高原文化与泰国佛教文化、民俗文化的共通点,将文化元素融入“云品”设计、包装、营销全过程:在产品包装上融入中泰民族图案、文化符号;讲述“云品”背后的文化故事、种植故事,引发泰国消费者情感共鸣;联合举办中泰文化交流活动,如民族歌舞表演、非遗技艺展示、美食节等,以文化赋能贸易,提升“云品”品牌溢价能力。建立“高校+企业+科研机构”三方协同人才培养体系,培养复合型人才[9-10];云南高校与泰国高校开展交换生项目、联合办学,互派师生交流学习;依托中泰科技小院、联合研究院,开展技术人才联合培训,提升企业技术水平;鼓励泰国本土人才来华就业,熟悉“云品”产业,助力开拓泰国市场。依托社交媒体、行业协会,搭建中泰企业交流社群、消费者互动社群:企业社群定期开展线上线下交流活动,分享市场信息、合作经验,促进企业间抱团发展;消费者社群通过发放优惠券、开展互动活动、征集产品建议等方式,增强泰国消费者对“云品”的认同感与忠诚度,培育稳定消费群体。

5. 结语

随着“一带一路”建设深入推进、RCEP政策红利持续释放及中泰命运共同体建设不断深化,云南省“云品出海”中泰合作将迎来更广阔的发展空间。未来,需持续优化合作创新机制,重点关注三方面:一是深化数字技术与实体经济融合,探索人工智能、元宇宙在跨境合作中的应用,提升合作智能化、个性化水平;二是强化品牌建设与文化输出,打造具有国际影响力的“云品”区域公共品牌,推动“云品”从“产品出海”向“品牌出海、文化出海”升级;三是拓展合作领域

与市场空间,在巩固农产品合作基础上,逐步拓展至文创产品、新能源产品、绿色食品等领域,以泰国为跳板,辐射整个东南亚市场,助力云南建成面向南亚东南亚的辐射中心,为“一带一路”建设贡献云南力量。

参考文献

- [1] 谭恒鑫,廖战海,黎紫彤,余乐芬.中国—东盟数据跨境流动:规则差异与制度对接[J].宏观经济研究,2026(01),111-127.
- [2] 刘卫东,Michael Dunford,高菠阳.“一带一路”倡议的理论建构——从新自由主义全球化到包容性全球化[J].地理科学进展,2017(11),1321-1331.
- [3] 宋周莺,车姝韵,张薇.我国与“一带一路”沿线国家贸易特征研究[J].中国科学院院刊,2017(04),363-369.
- [4] 戢晓峰,卢梦媛,郝京京,张玲,普永明.“一带一路”倡议下云南省推进陆海国际通道建设的路径选择[J].昆明理工大学学报(社会科学版),2023(01),90-95.
- [5] 刘帆.云南参与共建“一带一路”的进展、问题与对策[J].中国经贸导刊,2022(09),68-70.
- [6] 朱小会,于法稳.农产品出口贸易对农业高质量发展的影响——基于环境规制视角的分析[J].价格月刊,2026(03),12-20.
- [7] 刘洪愧.“一带一路”境外经贸合作区赋能新发展格局的逻辑与思路[J].改革,2022(02),48-60.
- [8] 吴海文,张少雪,刘梦影.“一带一路”视角下中国与东盟贸易竞争力研究——基于改进的显性比较优势指数的分析[J].国际经济合作,2019(06),53-61.
- [9] 章梦雪,杨宇辰.“一带一路”倡议下中国云南与东盟跨境教育产教融合研究[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版),2021(03),111-119.
- [10] 王锦琰,冉萍.云南省茶叶跨境电商出口贸易竞争力提升路径探索[J].现代营销(下旬刊),2022(04),119-121.