

# 释放电子商务潜力 促进经济社会发展

邢超, 石玲

(1. 中国国际核聚变能源计划执行中心, 北京 100038; 2. 中国科学技术部, 北京 100862)

**摘要:** 电子商务正在迅速改变着企业之间以及与消费者和政府间的互动模式, 这种现象在发展中经济体尤为突出。本文通过分析联合国贸发会议发布的《2015 年信息经济报告》, 研究全球电子商务问题, 详细描述如何利用信息通信技术来支持经济增长和可持续发展, 并为发展中国家充分开发电子商务潜力、完善相关法律问题提出了政策建议。

**关键词:** 电子商务; 信息通信技术; 可持续发展

**中图分类号:** F419 **文献标识码:** A **DOI:** 10.3772/j.issn.1009-8623.2015.08.002

随着企业和消费者日益青睐网上交易, 全球电子商务快速扩展。联合国贸发会议 (United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD) 发布《2015 年信息经济报告》(Information Economy Report 2015), 研究电子商务问题, 详细描述利用信息通信技术来支持经济增长和可持续发展。《报告》指出, 作为电子商务交易商品和服务的买方和卖方, 发展中经济体正在发挥日益突出的作用, 但这一潜力远未得到充分开发<sup>[1]</sup>。

## 1 总体情况

联合国贸发会议估计, 2013 年全球企业对企业 (B2B) 电子商务的产值为 15 万亿美元, 总产值中超过 3/4 来自美国、英国、日本和中国 (按金额大小排列)。电子商务的重要性在过去十年中显著提升<sup>[1]</sup>。例如, 电子商务占美国制造业总收入的份额从 2002 年的 19% 攀升至 2012 年的 50% 以上。

2013 年, 全球企业对消费者 (B2C) 电子商务的产值估计为 1.2 万亿美元。虽然其规模远远小于 B2B, 但增长速度却更快。在发展中国家, 尤其是在亚洲和非洲, B2C 电子商务正在迅速扩展<sup>[2]</sup>。以网上买家数量和收入衡量, 中国已经成为全球

B2C 电子商务的最大市场。亚洲和大洋洲区域占全球 B2C 电子商务的比重有望在 2013 年至 2018 年间从 28% 攀升至 37%, 中东和非洲的比重将从 2.2% 小幅上升至 2.5%。相反, 西欧和北美的占比总和预计将从 61% 下降到 53%。

过去几年间, 由于跨境电子商务的发展, 小邮包 (small packets and parcels) 的国际邮递业务快速增长。2011 年至 2014 年间, 这类贸易量增加了 48%。在此期间, 发达国家发货人的占比从 70% 多下降至不足 60%。发达国家以及亚洲和大洋洲区域在相关投递业务方面呈现出显著的贸易顺差, 而其他区域则呈现出贸易逆差。

## 2 电子商务的机遇和挑战

B2B 和 B2C 电子商务呈现出多种已被证实和潜在的发展益处, 例如: 加强参与国际价值链、扩大市场准入和市场范围、提高内部效率和市场效率, 以及降低交易成本等等。电子商务还有助于促进信息通信技术部门及因网上购销而更具有竞争力的企业创造就业。数据表明, 在互联网上交易可以显著提高生产效率, 这对中小企业和服务业来说尤为重要和明显<sup>[2]</sup>。

第一作者简介: 邢超 (1975—), 男, 经济学博士, 研究方向为经济管理, 科技管理。

收稿日期: 2015-04-22

另一方面，电子商务这种贸易形式又成为对已有经营业态从业者的挑战。随着提供新的产品功能和客户服务的竞争者的进入，电子商务对市场进行了重新界定<sup>[3]</sup>。例如，传统的“商场店铺式”商店日益提供新的网上销售渠道，对新设备和服务进行投资，建设补充技能并修订业务战略，以适应价格更透明、竞争更激烈的环境。然而，从传统销售模式向网上销售过渡并不是一件容易的工作，即使是世界领先的零售商也一直在努力克服这一挑战。同时，电子商务也存在着诸多风险：一是通晓技术的外国竞争者超越本地公司，通过电子商务获得比本地公司更大的市场份额。二是网上贸易已经使某些犯罪和欺诈活动的数量更多、影响地域更广。三是政府可能担心税基侵蚀和转移定价。

电子商务在发展过程中也遇到了经济条件、社会政治、技术认知上的障碍。其经济上的障碍包括：信息通信技术基础设施及其应用不足，电子供应不稳定且成本高昂，信用卡的使用有限，购买力缺乏，金融系统发展不充分。社会政治上的障碍包括：法律和监管框架薄弱（这影响到民众和企业是否信任网上交易），文化上更倾向于面对面互动，社会上依赖现金。认知上的障碍包括：信通技术知识水平低，以及消费者和企业对电子商务相关的意识和知识不足。近年来，随着智能手机普及率的提高，“电子商务生态系统”<sup>[4]</sup>（它是一种网络，由各行为方、机构和基础设施组成，形成有效电子商务所必需的环境）发生了翻天覆地的变化，有些障碍已不再像最初那样难以克服。

虽然发展中国家的大多数微型和小型企业尚未开始在网上购买或销售产品，但它们从电子商务中获利的潜力巨大。第一，发展中国家的网络连通性得到极大改善，主要是由于移动电话和社交媒体被广泛应用，以及国际和国内光纤网络的铺设使得互联网的使用程度越来越高。第二，新的应用软件、平台和服务正在不断降低市场进入壁垒。第三，新的支付解决方案为企业和消费者拓宽了开展在线交易的选择。第四，本地电子商务公司（有时得到了外国投资者的支持）正在发展中国家快速出现，能够具体满足本地用户的需要和需求。第五，企业和消费者日益参与到网上业务的开展中，政府和法律制定者也越来越意识到增强网上信任的相关法律、

法规的重要性<sup>[4]</sup>。

### 3 电子商务评估

为了评估各国对电子商务的准备情况（the readiness of countries for e-commerce），联合国贸发会议在《2015年信息经济报告》中提出了B2C电子商务指数<sup>[1]</sup>，通过调查全球130个经济体在四个指标方面的数据（互联网的使用情况、安全的服务器、信用卡普及率和邮政投递服务），对各国电子商务准备情况进行分析排名。目前看来，参与统计的130个经济体中，对电子商务准备情况最完备的是卢森堡、挪威和芬兰（见表一）。在发展中经济体和新兴经济体中，名列前茅的是韩国、中国香港和新加坡，都位于东亚。

联合国贸发会议B2C电子商务指数使各国得以把自身的准备情况与其他国家进行比较，表明各国在电子商务流程的不同要素方面呈现出相对优势和劣势，例如互联网基础设施的质量，以及支付、邮政投递解决方案的可用情况。在各个区域层面也存在显著差异。例如，相对于大多数发展中国家区域，转型经济体的上门邮递程度较高，而信用卡普及率较低。在拉丁美洲和加勒比区域，以及亚洲和大洋洲区域，上门邮递的覆盖率存在提升空间；非洲与其他区域相比，互联网总体普及率低大大地阻碍了电子商务的发展。

从全球来看，信用卡普及率在指数的四个指标中平均值最低。目前，大多数零售电子商务仍然是通过信用卡支付的，但预计其他的支付方式在将来会逐步扩大。因此，如果替代支付解决方案的吸引力日益增大，那么信用卡普及率作为电子商务的决定因素的重要性就会相应降低。例如，到2017年，移动支付预期只占电子商务支付总额的3%。然而，在互联网使用有限而移动支付系统运转顺畅的国家，移动支付却显得非常重要。在一些非洲国家，由于金融排斥程度高，固定电话服务有限，固定电话和银行卡基础设施成本高昂，移动支付是最可行的电子商务付款措施。如在肯尼亚，2012年通过移动电话进行的网上购物付款占电子商务总交易额的19%；这一比重高于货到付款，略低于信用卡付款。

### 4 电子商务公司发展状况

电子商务的格局正在形成，其特点是越来越

表 1 2014 年贸发会议 B2C 电子商务指数名列前十的国家和地区 (按区域排列)

排序	全球	发展中经济体	非洲	亚洲和大洋洲	拉丁美洲和加勒比区域	转型经济体
1	卢森堡	韩国	毛里求斯	韩国	智利	马其顿
2	挪威	中国香港	南非	中国香港	乌拉圭	塞尔维亚
3	芬兰	新加坡	埃及	新加坡	特多	俄罗斯
4	加拿大	巴林	突尼斯	巴林	巴西	波黑
5	瑞典	土耳其	摩洛哥	土耳其	阿根廷	阿尔巴尼亚
6	澳大利亚	智利	塞拉利昂	马来西亚	哥斯达黎加	格鲁吉亚
7	丹麦	乌拉圭	赞比亚	黎巴嫩	多米尼加	乌克兰
8	韩国	特多	马达加斯加	中国	墨西哥	亚美尼亚
9	英国	马来西亚	津巴布韦	阿联酋	委内瑞拉	白俄罗斯
10	以色列	巴西	马里	伊朗	哥伦比亚	摩尔多瓦

数据来源：联合国贸发会议。

多的企业既提供全球性的解决方案，又提供根据本地环境而认真设计的本地化服务。这些全球性企业中，一些专门从事网络销售的专业电子商务公司在市场上发挥着显著作用<sup>[5]</sup>。这些公司中，网上收入最大的有亚马逊（美国）、京东（中国）、戴尔（美国）和齐家网（中国，专注于装修、建材和家居领域的网上购物平台，www.jia.com）。除此以外，有几家全球平台也允许个人和小企业在网上提供商品和服务，例如阿里巴巴集团（中国）、eBay（美国）和乐天株式会社（日本）。按商品总值计算，2013 年世界最大的电子商务网站是阿里巴巴集团，其次是亚马逊和 eBay。

亚马逊、eBay 和阿里巴巴等业务遍布世界各地的电子商务平台为许多小企业提供解决方案。它们可以为进入国际市场提供便利，开展贸易，以及组织境内外运输和金融交易。然而，发展中国家的商家往往不能平等地享受到这些服务。例如，只有一个发展中国家——印度的商家能够在亚马逊上以卖家身份注册。就 eBay 来说，用户可以在联合国 24 个会员国内注册，在其平台上销售商品，其中包括 9 个发展中国家。其他的 eBay 网站允许购买商品，但不允许销售商品。这种非对称性市场准入明显地加重电子商务中业已存在的贸易不平衡。

与此同时，由于全球平台提供商无法覆盖各个地区，这就为本地企业创造了填补空白的空间<sup>[6]</sup>。例如，在撒哈拉以南的非洲，多种电子商务解决方案已经适应了利用功能型手机发展商业。非洲有数千家初创的电子商务企业，也出现了许多新的电子商务支付门户，但都只有少数几家达到较大规模。此外，在孟加拉国和柬埔寨等亚洲最不发达国家，

新的电子商务网站以国内市场为目标，使消费者能够在线浏览和订购产品。电子商务仅处于萌芽状态。

## 5 电子商务立法进展

网上买卖引起了必须由政府和行业自身共同解决的法律挑战。国内电子商务如此，国际交易更是如此。即使在发达区域，各国做出的不同法律规定也一定程度上阻碍了跨境电子商务的发展。虽然在许多区域的法律制定方面取得了巨大进展，实现了某种程度的法律统一，但仍需要协调各国法律和国际法律文书一致。此外，一些发展中国家的政府则亟待尚在尚未涉足的法律领域通过基线法律，以确保执法。

《2015 年信息经济报告》调查了在互联网立法的四个关键领域（电子交易、网上消费者保护、数据保护及隐私、网络犯罪）各国的完备情况<sup>[1]</sup>。大多数发达国家在这些领域已制定相关法律，但在发展中国家情况较差。已通过了电子交易法律的国家比重最高，而通过了网上消费者保护法律的国家比重最低。各区域的情况存在显著差别（见表 2）。例如，中美洲区域 8 个国家中的 7 个制定了消费者保护法规，但超过一半的国家缺乏与数据保护和网络犯罪相关的法律。电子商务立法覆盖情况最差区域是中部非洲，9 个国家中仅有 2 个具备电子交易、网上消费者保护和数据保护方面的法律，只有一个国家制定了网络法规。

## 6 国家战略和国际政策推进电子商务的可持续发展

随着数字经济的迅猛发展，越来越多的商业活

表 2 2014 年具备电子商务相关法规的经济体的比重 (百分比,按区域分列)

国家(数量)	电子交易法 (%)	消费者保护法 (%)	隐私及数据保护法 (%)	网络犯罪法 (%)	
发达经济体	42	97.6	85.7	97.6	83.3
发展中经济体					
非洲	54	46.3	33.3	38.9	40.7
东部非洲	18	38.9	16.7	27.8	50.0
中部非洲	9	22.2	22.2	22.2	11.1
北部非洲	6	83.3	33.3	50.0	66.7
南部非洲	5	60.0	40.0	20.0	40.0
西部非洲	16	50.0	56.3	62.5	37.5
亚洲和大洋洲	48	72.9	37.5	29.2	56.3
东亚	4	75.0	50.0	25.0	50.0
东南亚	11	81.8	81.8	54.5	72.7
南亚	9	77.8	22.2	44.4	66.7
西亚	12	91.7	33.3	25.0	58.3
大洋洲	12	41.7	8.2	0.0	33.3
拉丁美洲和加勒比区域	33	81.8	54.5	48.5	63.6
中美洲	8	75.0	87.5	37.5	37.5
南美洲	12	83.3	75.0	66.7	75.0
加勒比区域	13	84.6	15.4	38.5	69.2
转型经济体	17	100.0	11.8	88.2	70.6
所有国家	194	74.7	47.4	55.2	60.3

数据来源:联合国贸发会议。

动受到或多或少的影 响,因此政府必须考虑与各利益攸关方一道制定利用电子商务促进可持续发展的有关政策和国家战略,并应特别注意促进微型和小型企业有效参与的措施。

评估电子商务的准备情况是朝着制定有效的电子商务国家战略、确定优先事项而自然迈出的第一步。这就要利用贸发会议 B2C 电子商务指数等工具,逐步了解国家需求、特征、优势和劣势。任何评估都应包括综合回顾电子商务的演变,包括与电子商务相关的各种倡议,并对可能有助于电子商务发展的资源和能力进行清点。这可能需要通过案头研究并与各利益攸关方进行直接磋商,从而收集信息。

适当查明主要挑战和障碍,并提示其深层动态机制,将有助于确保采取的政策措施的效力。关键

政策领域包括:结合有利的国际环境,发展信息通信技术基础设施、物流和贸易便利化、法律和监管环境、电子支付、平台和技能发展。

在法律领域,政策和法律制定者需要采取各种行动<sup>[7]</sup>。第一,应该统一电子签名和电子合同方面的法律,使其与国际接轨。第二,网上保护消费者应该把经济合作与发展组织和联合国正在进行的、更新消费者保护国际指南的努力考虑起来。第三,设定数据保护和网络犯罪的最低标准,有助于确保在设计并落实相关的立法和更强大的执法体制方面实现跨境协调。第四,由于网络立法在发展中世界的大部分地区还是一个较新的领域,因此需要进一步努力,增强法律制定者和司法机关的能力。最后,需要提高各利益攸关方对现有网络立法的意识。

国际层面需要特别注意的领域有：国际贸易规则、税收以及对发展中国家的能力建设提供支持<sup>[8]</sup>。国际发展议程、信息社会世界峰会关于“2015年后愿景”的成果文件<sup>[9]</sup>、世界贸易组织巴厘岛部长级会议的成果，均体现出对电子商务的重视。各项国际宣言也一致认为，扩展电子商务的包容性和益处仍然有充分的空间。

在未来几年中，商务活动有望进一步实现从线下转向线上的转移，这将进一步变革消费者和企业之间的互动方式。从国家政策角度出发，必须创造一个环境，为不同地点和社会领域的利益攸关方参与这一进程提供更多的平等机会，增加适应这种转型的能力。在此背景下，政策制定者与其他利益攸关方之间的国际合作和有效对话将仍然大有裨益。■

#### 参考文献：

- [1] UNCTAD. Information Economy Report 2015. (2015-03-24) [2015-04-15]. UNCTAD/IER/2015, ISSN 2075-4396. [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015_en.pdf).
- [2] Kearney AT. Online retail is front and centre in the quest for growth. (2013-11) [2015-05-02] [https://www.atkearney.com/consumer-products-retail/ideas-insights/featured-article/-/asset\\_publisher/KQNW4F0xInID/content/online-retail-is-front-and-center-in-the-quest-for-growth/10192](https://www.atkearney.com/consumer-products-retail/ideas-insights/featured-article/-/asset_publisher/KQNW4F0xInID/content/online-retail-is-front-and-center-in-the-quest-for-growth/10192).
- [3] Martin Falk and Eva Hagsten. E-Commerce Trends and Impacts across Europe. 2015. [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/osgdp20152\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/osgdp20152_en.pdf).
- [4] UNCTAD. A Framework for Information and Communications Technology Policy Reviews – Helping Countries Leverage ICT for Development. (2014-04-09) [2015-04-16]. [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dtlstict2013d6\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dtlstict2013d6_en.pdf).
- [5] Nielsen. E-Commerce: Evolution or revolution in the fast-moving consumer goods world? (2014-08) [2015-05-02] [http://ir.nielsen.com/files/doc\\_financials/Nielsen-Global-E-commerce-Report-August-2014.pdf](http://ir.nielsen.com/files/doc_financials/Nielsen-Global-E-commerce-Report-August-2014.pdf).
- [6] OECD. Electronic and mobile commerce. (2013-07-26) [2015-05-02] [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/ICCP/IE/IIS\(2012\)1/FINAL&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/ICCP/IE/IIS(2012)1/FINAL&docLanguage=En).
- [7] UNCTAD. Review of E-commerce Legislation Harmonization in the Association of Southeast Asian Nations. United Nations. UNCTAD/DTL/STICT/2013/1.(2013) [2015-04-16]. [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dtlstict2013d1\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dtlstict2013d1_en.pdf).
- [8] OECD. Addressing the tax challenges of the digital economy. (2014-03-24) [2015-05-02] <http://www.oecd.org/ctp/tax-challenges-digital-economy-discussion-draft-march-2014.pdf>.
- [9] ITU. WSIS+10 outcome documents. (2014) [2015-05-02] <http://www.itu.int/wsis/implementation/2014/forum/inc/doc/outcome/362828V2E.pdf>.

## Release the Potential of E-commerce for Economic and Social Development

XING Chao, SHI Ling

(1. China International Nuclear Program Execution Center, Beijing 100038;

2. The Ministry of Science and Technology of the People's Republic of China, Beijing 100862)

**Abstract:** Electronic commerce is transforming the way by which enterprises interact with each other as well as with consumers and governments, and growing rapidly in developing economies. Based on the “Information Economy Report 2015” issued by the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), the article examines the global electronic commerce and elaborates how to apply the information and communication technology to support economic growth and sustainable development. Finally it gives suggestions for developing countries on how to fully realize the potential of electronic commerce and to improve their relevant laws.

**Key words:** electronic commerce; information and communication technology; sustainable development