

继“知识经济”后,“电子商务”成为目前最热门的话题。本文通过对电子商务基本特点和发展情况的介绍,分析其对国际贸易领域带来的巨大影响,并对中国发展电子商务提出了一些建议和意见,以供参考。

一、电子商务概论

电子商务,简称 EC (ELECTRONIC COMMERCE),近年来在发展中进一步拓展其内涵,成为 EB (ELECTRONIC BUSINESS),其总体含义都是指利用现有的计算机硬件设备、软件和网络基础设施且通过一定的协议而连接起来的电子网络环境,如 INTERNET、INTRANET 和局域网,来进行交易,以及解决问题、降低成本、增加价值并创造新的商机等所有商务活动的方式。

电子商务既可以存在于企业与企业之间,也可以在消费者与企业之间,还可以发生在企业与政府之间,甚至是政府和个人之间。企业之间的电子商务包括企业内部(尤其是跨国公司内部)通过网络进行资源调配,和企业与其他企业之间使用网络订货,接受发票和进行付款。在这方面电子商务已有了一定的历史,特别是通过电子数据交换(EDI)进行传

采购任务,并于 1999 年最终取消纸面单据。政府和个人之间的业务主要发生在纳税和向政府提合理化建议等方面。鉴于电子商务的涵盖范围之广,发展潜力之大,并具有高科技发展的复杂性,为此国际商会在会议上提出了一个建议规则文件——国际数字保证商务通则(General Usage for International Digitally Ensured Commerce)。该文件将对无序的电子商务进行规范化、标准化。

电子商务的优越性首先表现在信息传递和服务提供上。它不仅大大增加了信息的提供量,加快信息传递速度,节省通讯费用,还能提供各种服务,以帮助企业降低费用。新兴的电子商务系统从只提供信息服务的商情信息传递机构,向着既提供商务与信息服务,又组织多功能交易的综合机构方面发展。如中国商品交易中心的信息网,就由信息发布子系统和交割子系统组成。它可以提供诸如保税展示、产品促销、网上商机撮合、进出口代理等综合贸易及服务功能。通过这一遍布世界各地的销售网络和用户资源,为贸易商寻找买主,得到订单、销售产

电子商务浪潮与 21 世纪的中国

徐凯蓉

递。企业与消费者之间主要是利用 INTERNET 向消费者直接提供从鲜花、书籍、日用品、计算机到汽车、住房等各种消费商品和服务,这种方式免除了中间的流通环节,减少了仓储、广告、在途损耗、商场的租赁费等多种费用,直接面对消费者。这是一种正在大力倡导的电子商务方式,因为它方便、快捷、实用,很有发展潜力。政府与企业之间的电子商务联系主要是政府采购和企业纳税。在美国,政府采购清单可以通过 INTERNET 发布,公司可以以电子化方式回应,同样在公司税的征收上,政府也可以通过电子交换方式来完成。目前在这方面应用虽然还很少,但随着政府利用自己的行为去促进电子商务的发展,这种方式一定会迅速增长。美国政府已宣布,从 1997 年 1 月通过 EDI 完成政府年度

品,降低成本,减少交易环节和交易费用,获取更大的商业利润。其次,电子商务方式能为买卖双方提供交互式的联系渠道。它使公司可以了解客户的各项最新信息、其他公司动向、跟踪国际市场和国内外产业政策的变化、掌握最新市场动态、明晰国际经济发展趋势、收集顾客的需求信息和对产品的意见反馈、完善售后服务体系。最后,电子商务既为企业提供了无限商机,也为企业树立自身形象,提高竞争能力提供了一个广阔的天地。INTERNET上不仅有介绍产品、公司和厂家的网页,也有国际贸易信息数据库和征求产品代理等各式广告,为公司和企业展示实力,扩大知名度,寻找最佳的国际分工合作伙伴提供了广阔的舞台,便于国际名牌效应的产生、海外市场的开拓和国际竞争力的提高。

二、电子商务发展状况

电子商务在90年代初首先兴起于北美地区。但在此之前,一些企业就已经采用了电子方式来进行数据、表格等信息的交换,如广为流行的电子数据交换(EDI)。它是一种为满足企业需要而发展起来的先进技术手段,根据贸易伙伴之间事先达成的协议,对经济信息按照一定的标准进行格式化处理,并把这些数据通过网络,在各自的计算机应用系统之间进行交换和自动处理。电子商务与EDI相比较,功能大幅度增加,应用领域更为广泛。随着JAVA和因特网技术的发展,个人电脑互联性的增强,电子商务将会越来越成为主流的商务活动方式。1997年底,美国已有30%的联网家庭,20%以上的家庭每年8次通过因特网进行采购。1997年上半年,全球网上广告额为2.17亿美元,比1996年同期增长了256%。按保守的估计,到2000年,全球的电子商务交易额将达到1000亿美元左右,而IBM的估计数字则为2100亿美元。这惊人的增长速度意味着无限的机会和财富。当今世界网络、通信和信息技术的发展,使得商业空间发展到全球性的规模,同时也使得企业将面临更广阔的市场空间和更激烈的市场竞争,从而不得不调整自己的经营方式和产业结构,以适应新的市场发展的需要。

各国政府面对电子商务这股浪潮,都从本国利益出发采取了不同程度的支持,同时也有各自的一套说法。许多发展中国家认为,脱离国内政治、经济现状,盲目发展电子商务是不现实的。他们认为美国现在大力鼓吹电子贸易无国界、无限制、以及争取各种优惠,无非是希望利用其在信息产业方面技术、资金优势,对相对滞后的发展中国家来一次经济侵略,为美国的信息产业界进入别国市场,并牢牢控制他国新兴产业命脉的经济扩展战略寻找一个借口。所以他们主张按照各国实际国情,循序渐进,由政府加以宏观调控的发展模式更为合适。在知识经济的冲击下,中国也没有对电子商务无动于衷。随着IBM公司与中软赛博公司联合开发的中国第一个超大型电子商务软件系统——中国商品交易中心的CCEC网络于1997年10月28日正式开通,并开始进入实质性的操作阶段,中国电子商务发展的序幕就此揭开。

三、电子商务对国际贸易的影响

信息化浪潮下计算机网络技术的广泛应用,使人类比任何时候都联系紧密。信息传递和资源共享突破了原有的时间概念和空间界限,电子商务的迅速发展给国际贸易理论界和实践工作带来了极大的冲击,可以说是国际贸易领域的一场革命。它的出现,既给各公司带来了无限机遇,也带来了巨大的挑战。主要表现在以下几点:

1. 加速国际贸易,尤其是无形贸易的发展 尽管国际贸易的传统项目——有形贸易,其商品不可能通过网线传递,实际的交付方式,还是使用原有的交通工具。但是,网上促销、网上谈判、网上订购、跨国公司内部网络销售,电子技术应用于报关、商检、保险、运输、纳税和结汇等环节,大大减少了人力、物力、财力和时间消耗,加快了国际贸易的节奏,从而增加国际贸易的交易量。与此同时,无形贸易在国际贸易中所占的比重越来越大。服务贸易、技术贸易等新兴的贸易方式与传统的商品贸易相比,由于其产品和交货方式的特殊性,一旦采用了电子商务这一形式,真可谓如鱼得水,有着极广阔的发展空间和灿烂的发展前景。服务贸易的提供者不必跨出国门就能为其他国家的客户提供国际服务。同时,可以承接来自不同国家的业务,而不必担心国际旅费和日程安排方面的问题。例如,在咨询、人才培养、新产品开发、工业设计、医疗诊所等领域,这种服务需求的扩大导致了国际贸易的飞速发展,促进了国际贸易商品结构的升级。现代企业产品更新换代速度加快,产品生命周期缩短,制成品中的科技含量增高,在竞争日趋激烈的国际市场,信息技术的普及和发展对此起了推波助澜的作用。国际贸易总额也随之增加。

2. 国际贸易环节发生重大变化,加速交易进程 以计算机网络信息技术为核心的电子商务系统,利用信息技术改造传统贸易,缔结一种现代化的贸易服务方式,为国际贸易提供一种信息较为完全的市场环境,从而使市场机制能够更为充分有效地发挥作用。在计算机网络上为进出口商品提供包括代理、报关、商检、仓储、运输等整套服务体系为载体,不断向网民提供商贸信息咨询、市场分析、进口产品的保税展示和仓储、网上推销和广告宣传等服务,在世界各地建立代理销售网络,为制造商与贸易商创造商机、寻找买主、撮合成交,并提供成交后的进出口服务。这种经营战略,把代理、展销等多种传统贸易方式融为一体,把全部进出口货物所需要的主要流程如市场调研、国际营销、仓储、报关、商检等引入计算机网络中,为世界各地的制造商和贸易商提供全方位、多层次、多角度的互动式的商贸服务,解除了传统贸易活动中物质、时间、空间对交易双方的限制,促进了国际贸易的深化发展。

3. 国际贸易中介机构受到冲击,而咨询公司成为新贵 现在生产者与消费者之间通过网络直接接触,使得信息网络成为最大的中间商。而贸易中间商、代理商和专业的进出口公司的地位相对降低,迫使他们重新认识自己的角色和地位,增加服务的种类,提高服务的质量。与此同时,一些专门化的信息收集、分析、处理和提供咨询服务的公司或企业也应运而生。咨询公司的运作导致了信息在全球范围内的加速流动,向世界市场提供产品或服务。

四、电子商务亟待解决的问题

但是,电子商务并非完美无缺。它有不少“瓶颈”性的制约因素,若不解决,则电子商务的发展难以为继。

1. 信息真假难辨 由于市场和公司的虚拟性,使网上的信息变得真假难辨。任何人都可以以一定的身份发布一定的信息,哪怕是假的。因为没有有一个权威的机构对网上信息的真伪进行监督和控制,也没有现有的法律可以约束。

2. 安全性能难以保证 这是电子商务的核心问题。目前有许多事件证明了网上的不安全,网上“黑客”四处出击,侵入银行系统、证券交易所,甚至光顾联邦调查局的机密档案库……这些事实明白地说明,安全问题一日不解决,电子商务的发展就不容乐观。尽管目前已有

大型的电脑公司,如IBM、惠普公司已研制出一些安全电子交易手段,如密码技术、数字签名、数字时间戳、数字凭证等,但并未完全解决安全性问题。况且这些知识远没有普及,在网上的大多数企业不懂如何使用这些工具,或缺乏相应的软件。

3. 法律保障缺乏 尽管电子商务从EDI开始已有一段时间的发展,但在法律方面还是一片空白。不仅各国并未出台成文的法律法规,在国际上也并无权威的公约或惯例加以约束。虽然国际商会提出了《国际数字保证商务通则》,希望能够对无序的电子商务进行规范化、标准化,但这一文件仅仅是建议性的。并不是一种协议,更不具有法律效应。如果不尽快制定游戏规则,电子商务的蓬勃发展最终会导致无序的局面。

4. 受到传统思维、经济现状等现实因素的制约 传统的商务形式是一种非常成熟的商务活动形式,它拥有一套非常完整的、并经过各国政府认可的法律体系。几十年来沿用的惯例可以为世界各国保护地区贸易提供法律依据,这已形成了一道强大的阻碍电子商务发展的障碍。

五、对我国发展电子商务的一些建议

1. 面对电子商务的浪潮,决不能闭关自守,政府从中应担任关键角色 虽然中国作为发展中国家,全面发展电子商务的条件并不完善。但是,它的效率与节约等优点能够加速贸易的发展,实现资源的合理配置,故而应得到充分利用。在这个问题上政府既不能因循守旧,也不能完全放任自流。应根据我国的实际国情,适度鼓励,积极引导且充分参与。最近我国纺织品配额的招标就实现了电子招标,获得了极大的成功,可以说是在电子商务领域迈出了可喜的一步。另外,由外经贸部中国国际电子商务中心承担的“国际电子商务技术研究与示范工程”项目可行性报告顺利通过专家评审组论证。专家评审组一致认为,为适应国际贸易全球化、电子化的需要,我国急需建立一个通用的国际电子商务环境,以提高我国外贸企业的竞争能力,加强政府宏观管理和为政府决策提供依据。

2. 立法先行 古语有云,没有规矩,不成方圆。尤其对于一个新事物,决不能任其自由发展。一切应该有法可依,有法必依,建议有关部门尽快制定电子商务在中国的“游戏规则”,规范网上行为,尽快把电子商务纳入法制化轨道。虽然这件事可谓任重而道远,但也确实是迫在眉睫的事情。

3. 发展目标 江泽民主席在亚太经合组织第六次领导人非正式会议上就电子商务发言时说,电子商务代表着未来贸易方式的发展方向,其应用推广将会给各成员国带来更多的贸易机会。目前电子商务尚处在起步阶段,发达成员和发展中成员之间存在较大差距。发达成员应为发展中成员普及电子商务提供必要的技术援助。只有通过广泛、深入的技术交流与合作,才能使电子商务在亚太经合组织成员内得到协调发展。相信在政府部门的宏观规划和指导,并为电子商务提供良好的法律法规环境下,虽然我国发展电子商务可谓“路漫漫其修远兮”,但21世纪的中国,必将是电子商务的春天。

(作者单位:上海对外贸易学院)