

浅析 WTO 中的电子商务议题

丁 克

摘要：2001 年 11 月在卡塔尔首都多哈将举行 WTO 第 4 届部长级会议，届时将继续对电子商务议题的讨论与磋商，以寻求如何应对这一革命性的贸易方式对传统国际贸易的挑战及其所带来的机遇。本文简要分析了 WTO 到目前为止，关于该议题讨论的主要内容，及其焦点所在，以求对把握 WTO 处理和电子商务相关问题的动向有所裨益。

关键词：WTO；电子商务；服务贸易；货物贸易；知识产权；数字化鸿沟

中图分类号：F 743 **文献标识码：**A **文章编号：**1006-1894(2001)04-0024-05

电子商务的优越性根植于其可以以极低的成本跨越时间和空间的障碍，这种特性注定其只有在全球化的范围和过程中才能实现效益最大化。它的出现对传统的国际贸易带来了前所未有的机遇和挑战，建立在传统国际贸易基础之上的 WTO 将如何应对这种全新的贸易方式，已成为人们关注的焦点。WTO 本身也对这个问题给予了高度的重视，早在 1998 年第 2 届部长级会议上就发表了《全球电子商务宣言》，表明要建立其自身的电子商务框架，以促进全球贸易的发展。在 WTO 的工作框架中电子商务是指通过电子方式进行的货物和服务的生产、分送、营销、销售和运输，工作框架中还包涵了和电子商务相关的基础设施的建设问题。目前，在 WTO 范围内尚未达成任何有关电子商务的协议，总理事会将通过货物贸易理事会、服务贸易理事会、与贸易相关的知识产权理事会、贸易与发展委员会这 4 个机构推动与电子商务相关议题的进展。

一、电子传输的归类对货物贸易的影响

在货物贸易理事会中，中心议题是对电子传输的界定，即究竟将其视为服务、货物还是其他类别，以及与此相关的操作性问题，主要包括关税、市场准入、海关估价、原产地规则等。

1. 电子传输的界定 有些成员国提出：电子传输本身是一种服务，而传输的内容可以视为货物，因为很多电子传输的内容确实和货物类似，或者具有高度的可替代性，例如，从网上下载的数字化音乐和在商店里买的 CD 盘中的音乐没有什么区别。但也有人认为，问题是两者是否可分，以及是否有分割的必要。而且，即使在理论上达成了一致，在实践中又如何把握“货物”和“服务”的区别，在互联网上传播的数据流都是由 0 和 1 组成的，怎样对实

际个案确认分类。

2. 关税 1998年WTO电子商务部长级宣言通过决议,暂不对电子传输征税,但对于通过电子方式进行营销和销售,而仍然通过物理运输穿越国界的交易,按现存的规定和承诺征税。

如果电子传输的内容可以被界定为货物,那为什么只对有形产品征税,而不对下载的数据征税呢?在短期看来,暂不征税是为了促进电子商务的发展,但从长期来看,这样做是否可行呢?目前的争议在于,也许下载数据不能被归入进口的范畴,对于电子商务特别是在互联网领域,很难确定是否真的有什么东西穿越了国界,从而确认发生了GATT第7款所述的进口行为。如果不存在进口,当然不必交纳关税。

此外,如果征税,税率又如何确定呢?对于特定的电子传输,在HS和成员国的税率表中并没有相应的分类。而且货物的分类主要依赖于产品可辨别的物质属性,这也同样适用于目前讨论中的信息载体产品(书籍、磁带、CD等),但数字化使这一分类变得极为困难,海关很难依据信息所附属的载体的物质形态或特性,对其进行分类。特别是当同一载体可以在不同的“平台”上应用于不同的目的,如CD既可以被计算机读取,又可以被激光唱片机读取,既可以为了教育或娱乐的目的而使用,也可以为了商业目的而使用,而信息本身只是由0和1组成。由此产生的问题是:为了征税目的的分类是否不必考虑传输货物的内容?

3. 市场准入 有成员国认为,电子商务相关产品的市场准入问题已涵盖在现存的各成员国的承诺减让表中,ITA(信息技术协议)对这一问题已作出了较好的规范。但实际上,将ITA扩展到与电子商务相关产品的市场准入问题上来,其适用性是有限的:首先不是所有的WTO成员国都签署了这一协议;其次,现有的产品列表也不能涵盖所有的电子商务相关的产品。所以理事会认为,应深入研究ITA与进行电子商务所必需的产品之间的内在联系,在此基础上,扩展产品列表和签约国范围。另外,还有成员国提出,如果为了安全的考虑是否应该,或者多大程度上应该对所讨论产品的市场准入问题通过出口管制进行限制。

4. 海关估价 海关估价的焦点集中于“载有为数据处理设备所用的软件的载体”的估价问题,在这一问题上现存的估价原则赋予成员国征税时的选择权:或者按照买卖这一载体的交易额(包含了软件的价值),或者仅按照载体本身的价值,作为征税基础进行征税。这个原则意味着这样一层涵义:进口的实际只是载体,即使从进口商的利益所在而言,载体只是一种附属品。这样无论软件是通过有线、卫星,还是载体等方式进行传输,都不产生征税问题。而这显然难以适应电子商务中日益增长的软件交易的情况。

此外还有成员国提出:商业性的软件电子传输,对于买方而言,其实购买的是一种许可权,而不是程序本身,程序本身仍然是生产和分送它们的公司的财产。在这种情况下,就产生了对电子商务中的服务估价的问题,然而估价时,不是考虑软件本身或其所包含的特定的信息的价值,而是考虑许可或对所传输的内容的使用权的价值。

同时还应注意到,上述讨论中仅涉及到软件,尚未涵盖电子传输的数据、声音、图象等,而现在这些信息贸易的增长越来越迅速,这也是有待解决的问题。

5. 原产地规则 当数据以电子方式传输,而储存于有形载体中时,会带来原产地问题;而即使其不以电子方式传输,也会带来原产地问题。在第1种情况下,确认电子传输物(已被认定为货物)的原产地是非常困难的,海关无法确认数据最初是从哪里来的。在第2种情况下,应考虑如下问题:即对于几乎所有的工业制成品,如智能微波炉、网络汽车、网络

玩具,使用和嵌入信息已成为一件平常的事,从这个角度看来,几乎所有的工业制成品,都可以成为数字化信息的载体。那么,怎样看待这些传统意义上的有形产品。历史上,在实行价值增值原则的原产地规则中,工业制成品是否包含特定无形项目的成本是无所谓的。在这样的实际操作中无需追究数据的来源地,而只需确定和有形商品相关的成本,以确定其原产地。但是现在忽略无形项目成本的做法将遭遇极大的挑战,而且当原产地的最终确认采用从价标准时,无论是否存在载体,都将产生数据的估价问题。目前,在这一问题上各成员国比较一致的看法是:对于数据原产地的确认,应按产生该数据的企业所在的国家确认,而不是按数据在何处被录入载体进行。

二、GATS 必需作出调整

在服务贸易理事会中,以下事项已基本达成共识:电子化传输的服务属于 GATS 管辖的范畴,因为该协议适用于所有的服务,而不管通过何种方式提供服务。贸易中 4 种类型的服务都可以通过电子方式递送,因此,影响电子化传输服务的措施就是影响服务贸易的措施,应受到 GATS 义务的约束。该协议的技术中性也表明,通过电子方式提供的服务是被特定的承诺所许可的,除非承诺减让表中另有规定。所有 GATS 的规定,无论是基本义务(如最惠国原则、透明度、国内法规、竞争、支付和转移等),还是特定承诺(如市场准入、国民待遇、额外承诺),都适用于通过电子方式传输的服务。而尚需进一步探讨的问题主要包括以下几项:

1. 相似性问题 即通过电子方式传输的产品和通过传统方式传输的产品是否是“相似产品”。这一问题对于最惠国原则和国民待遇原则的运用非常关键,关于这一问题讨论的总体目标是要促进电子商务的成长和自由贸易。而这一问题的关键是:必需考虑到电子商务的“定制化”特性,因为在通过网络交易的特定产品的定制化过程中,包含了设计、营销、批发、零售、分销等诸多过程,而目前 GATS 中仅对分销服务进行了规范。

2. 国内法规 GATS 的第 6 款已对与服务贸易有关的国内法规问题作出了规定,但是将其延伸至电子商务范围时,则出现了以下一些新问题需要一步讨论:(1)考虑到最大限度地减少不必要的贸易障碍,是否有必要在 GATS 第 6 款之下,再达成一系列旨在约束电子商务的国内法规;(2)是否有必要区分约束传输功能和传输内容的法规;(3)要求互联网服务提供商对消费者屏蔽不符合国内法规的网址是否可取。

3. 市场准入 这一问题的焦点主要集中于和 GATS 中电讯协议相关的议题上。目前,电讯协议适用于互联网的接入和服务,附件中的第 6 点要求各成员国的行动时间表包括开放公共电讯传输网络的接入和服务以及互联网服务提供商的服务,并禁止技术限制。但是该协议仅适用于作出了具体承诺的一些部门,很多与电子商务密切相关的部门,至今仍未作出承诺,并存在种种限制。而且,电讯协议也不适用于点到点互联、记数等对发展电子商务至关重要的问题。此外,附件确认了互联网接入商接入和使用互联网的权利,但没有明确,是否赋予互联网服务提供商接入和使用网络供应商的服务的权利。而这一点对于发展电子商务非常重要。

4. 保护竞争 垄断和限制性商业措施将会严重阻碍电子商务的发展。而通过向中小服务提供商提供市场机会,将可以减少实践中的商业限制。GATS 中的电讯协议对于鼓励互联网接入和电子传输方面的竞争是极为重要的。但在目前 GATS 条款中所述的垄断,仅

指通过政府创立或授权所形成的垄断,不包括自然获得垄断地位的供应商的垄断。而且在保护竞争方面,仅提及加强成员国之间的磋商,没有提供具体的监管措施。此外,目前各条款中均只涉及互联网服务提供商,不涉及软件生产商等相关服务提供商。因此考虑到促进电子商务发展的需要,有必要对保护竞争条款的适用性作出调整。以避免在互联网接入服务、软件、认证等相关服务,以及通过互联网提供电讯服务等方面的大供应商形成垄断,阻碍竞争。为了加强这一领域的工作,还应具体考虑对诸如垂直协议和水平联合等限制性操作的具体规范措施。

三、知识产权领域应加强国际合作

与贸易相关的知识产权(TRIPS)理事会认为:通过电子方式进行的贸易在很大程度上与知识产权的内容具有高度的相关性,创建一个安全的、具有可预见性的知识产权法律环境,将极大地促进电子商务的发展。在处理这一领域内的相关问题时,应加强与世界知识产权组织(WIPO)这样的相关国际机构的合作。目前的焦点主要集中在以下2个方面:

1. 商标和域名 在电子商务和传统商务中都存在一个身份辨识的问题,在现实世界中的企业是通过商标来实现身份辨识的,在虚拟空间里则是通过域名来实现这一目的。但在实际的商业运作过程中,这两者是各自独立的体系,并且发生了错位。这就造成了一个企业,在网上和网下的形象不一致的问题。而这将影响企业和消费者在网上从事商业及消费活动时的安全感,对贸易的顺利运行产生障碍。TRIPS理事会还注意到,WIPO已于1999年4月30日正式通过了一份题为《互联网络名称及地址的管理:知识产权议题》的报告。该报告对域名与知识产权保护提供了政策性建议。建议的内容尚未被各国接受,但对解决相关问题具有积极意义,TRIPS理事会将考虑加强与WIPO的协作,共同推动这一问题的最终解决。

2. 版权及其邻接权 考虑到数字网络对著作及其他受保护的客体在创造、生产、分发、使用方式上的影响,在目前的网络空间里,权利人没有能力像传统传媒,如报纸那样借助有形载体监控信息传播的内容和情况。信息,这种权利人绞尽脑汁才得到的智力成果,几乎可以完全游离于权利人的掌心之外,社会要以高昂的成本才能保护权利人的利益。但另一方面,如果过于强调权利所有人的利益,对于以灵活、高效、信息密集而见长的网络传输而言,无疑是一个致命的障碍。无论哪种情况,都将形成一种恶性循环,信息生产者、传播者或使用者都只会因此受损。所以,在权利所有人和普通使用者之间,找到一个合适的利益平衡点,就成为版权及其邻接权所面临的核心问题。而鉴于现存版权法规的地域性特征和电子商务的全球化特性,国际合作显得至关重要。

四、数字化鸿沟倍受关注

贸易与发展委员会关注的核心问题是电子商务的发展是否会拉大已经存在于发达国家和发展中国家之间的数字化鸿沟,而这又具体体现在以下问题上:

1. 发展中国家的边缘化 有的成员国认为,电子商务为发展中国家,特别是其中小企业的发展提供了前所未有的机遇。在传统商务中,由于缺乏信息和相应的渠道,这些中小企业进入国际市场的机会微乎其微,而由于电子商务的兴起,全球范围内的生产体系将重组

其增值链,从而有可能让发展中国家更好地发挥其比较优势。但问题是,即使发展中国家融入了由电子商务推动的经济全球化过程,但他们可能不得不尴尬地面对边缘化问题,即由于在基础设施、教育水平等方面的差距,使他们在新的生产体系中处于一种更加次要和从属的地位,从而拉大而不是缩小和发达国家之间的数字化鸿沟。

2. 参与电子商务的途径 由于发展中国家电讯基础设施落后,计算机普及率低,金融体系不完善,法律法规不健全,在参与电子商务的过程中遇到了极大的障碍。有成员国提出,发达国家应对发展中国家提供必要的援助,包括合作进行基础设施的建设,协助进行人力资源的培训等。但也有人认为,成功的关键在于发展中国家自身的创新,印度的做法受到成员国们的注意。其通过推广电视机的机顶盒来绕过计算机普及率低的障碍,通过在交付货物时付款来克服信用卡普及率低的困难。当然,这一切都只是过渡的办法,但不能等到一切都成熟了以后才去发展电子商务。此外,政府的作用也应予以关注。发达国家由于在电子商务领域处于领先地位,主张政府不应过多地干预,应由产业界主导其发展。但考虑到发展中国家的具体情况,政府是否应该发挥更多的作用,新加坡通过政府推动,在电子商务中取得的成绩,受到各成员国的关注。

以上所述,为 WTO 关于电子商务议题讨论的主要内容及其焦点,但鉴于电子商务本身仍处于急剧的变化和发展之中,很多问题无法过早作出结论,从而达成相应的协议,但 WTO 对这一议题给予了高度的重视。2001 年 11 月在卡塔尔首都多哈举行的第 4 届部长级会议,将继续对电子商务议题进行磋商与讨论,以期尽早将电子商务纳入 WTO 的运作体系。

(作者单位:上海对外贸易学院)

~~~~~  
(上接第 15 页)

第三,尽快改变有些区县缺少出口龙头企业的状况。上海郊区外贸出口主要靠外资企业。但有的区县虽然引进外资企业上千项,却企业规模不大,产品档次不高,出口后劲不足。要改变这种状况,必须进一步改善投资环境,争取多引进一些技术先进的国际著名的跨国公司投资项目,特别要多引进一些为跨国公司产品配套的、面向全球供应零部件的外资项目。在利用工业开发区引进工业项目的同时,要加快农业利用外资步伐,鼓励外商投资于种子工程、生物工程、温室工程和绿色工程等农业高新技术领域,增强农业出口创汇能力。

第四,鼓励外商投资于国有外贸企业。中外合资经营外贸在上海已有试点,应通过总结经验逐步推广。国有专业外贸公司面临经营机制转换的重要时期,扩大中外合资经营外贸,是其转换经营机制的有效选择。在合资经营外贸过程中,充分发挥各自优势,焕发国有外贸企业的生机和活力,提高出口竞争力。

第五,加强同国际著名的跨国公司的营销网络联系与合作。在积极引进外商投资建立生产性企业并扩大其功能的同时,努力促进其通过母公司的国际营销网络或采购网络开展出口业务,扩大上海产品出口。

第六,依法加强管理,提供优质服务。在沪设立的外商投资企业要享受“国民待遇”。在按照《中外合资经营企业法》精神加强管理的同时,努力解决外商投资企业发展出口遇到的各种问题和困难,加强海关、税务、外汇管理、银行等部门的协调与配合,提高服务质量和水平,促进其出口规模持续增长。

(作者单位:上海对外贸易学院)