

# 中国电子商务发展的现实水平与未来路径

李金华<sup>1,2</sup>

(1. 中国社会科学院数量经济与技术经济研究所,北京 100732;2. 中国社会科学院大学,北京 100732)

**摘要:**电子商务是现代经济背景下的贸易新业态,中国一直高度重视电子商务的发展。近年来,中国数字技术与实体经济相融合,从事电子商务交易活动的企业数显著增加;全国网民规模大,网购用户占比高;跨境电子商务业务发展迅速,形成电商品牌。有电子商务交易活动的企业数与地区经济发展水平相关;不同地区的电商产品存在差异,其与地区特色产品存在关联;经济较发达的地区聚集了较多的电子商务上市公司和较多的国家电子商务示范基地。未来,中国需要加强农村电商要素资源整合,构建农村电商体系,打造农村电商品牌;强化与境外电商平台的联通,创建多元化的跨境电商模式;培育新业态,建设示范基地,推动电子商务与区域经济协同发展;加强电子商务法治和诚信建设,优化电商发展环境。

**关键词:**电子商务;跨境电商;行业电商;地域电商

**中图分类号:**F140 **文献标志码:**A **文章编号:**1009-1505(2022)04-0099-10

**DOI:**10.14134/j.cnki.cn33-1337/c.2022.04.009

## 一、政策背景与相关文献

电子商务是一种应用网络通信技术和计算机技术进行商务交易的活动。电子商务借助浏览器或服务器,在交易双方不见面的情况下实现网上购物、网上交易和电子支付,进行各类商务、金融以及相关的综合性服务。电子商务是现代经济背景下的贸易新业态,中国一直高度重视电子商务的发展。2018年,国家密集出台了一系列电子商务发展的政策文件。1月,国务院发布《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》,提出要实施“互联网+流通”行动计划,在制度上进行创新,优化政策法规环境,促进电子商务与快递物流的协同发展;科学规划,规范运营,优化管理,加大力度建设电子商务快递物流基础设施;强化电子商务服务的创新,提升服务能力特别是快递末端服务能力;注重电子商务绿色发展,打造商务快递绿色生态链。7月,国务院公布了《关于同意在北京等22个城市设立跨境电子商务综合试验区的批复》,同意在北京市、呼和浩特市、沈阳市、长春市、哈尔滨市等22个城市设立跨境电子商务综合试验区,力图通过综合试验区建设来引导社会资源,合理配置公共资源。9月,财政部、税

**收稿日期:**2022-05-24

**基金项目:**中国社会科学院智库基础研究项目:“十四五”时期中国建设制造强国进程的跟踪测度

**作者简介:**李金华,男,中国社会科学院数量经济与技术经济研究所研究员,中国社会科学院大学教授,博士生导师,主要从事统计学、数量经济学研究。

务总局等4部门发出《关于跨境电子商务综合试验区零售出口货物税收政策的通知》;11月,商务部等6部门发出《关于完善跨境电子商务零售进口监管有关工作的通知》,提出要加强电子商务的有效监管,政府部门、跨境电商企业、跨境电商平台、境内服务商、消费者应明确责任,各负其责。2019年2月,国家邮政局、商务部、海关总署发布《关于促进跨境电子商务寄递服务高质量发展的若干意见(暂行)》,提出要激发市场活力,深化放管服改革,优化发展环境,构建保障机制,坚持依法行政;6月,国家邮政局、商务部又推出《关于规范快递与电子商务数据互联共享的指导意见》,提出要加快发展电子商务,保障快递数据正常传输。进入2020年,商务部、国家邮政局于4月发出了《关于深入推进电子商务与快递物流协同发展工作的通知》,提出了解决电商配送“最后一公里”的问题,强调要保障快递车辆便利通行,建设农村快递物流体系,加强先进信息技术在电商和快递物流领域中的应用。6月,海关总署发出《关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》。9月,国务院办公厅发出《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》。10月,国务院办公厅又发出《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》。国务院办公厅的文件精神主要集中在:优化电子商务新业态新模式,提升新型消费产品的供给质量;推动线上线下消费深度融合,建设新型消费基础设施,提升服务保障能力;对国际市场布局、贸易方式、商品结构进行优化,发挥比较优势,创新运营方式,推进贸易促进平台建设,培育外贸新动能。

2021年,中国政府相关部门又出台了多个与电子商务发展相关的政策文件。1月,商务部发出《关于推动电子商务企业绿色发展工作的通知》,提出要加大政策支持和宣传引导,增强电商企业数字化运营能力,推动节能增效,进行快递包装绿色供应链管理,培育绿色发展生态。3月,商务部、发展改革委等6部门联合印发《关于扩大跨境电商零售进口试点、严格落实监管要求的通知》,提出要强化跨境电商零售进口主体责任,加强风险防控,所有自贸试验区、跨境电商综合试验区、进口贸易促进创新示范区等都应全面加强质量安全风险防控,查处二次销售等违规行为,保证行业规范有效执行,电商行业健康持续发展。6月,商务部印发《“十四五”商务发展规划》。7月,国务院办公厅发布《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》。10月,商务部等24部门印发《“十四五”服务贸易发展规划》的通知;8月,商务部等9部门联合印发《商贸物流高质量发展专项行动计划(2021—2025年)》。这些政策规范阐明了中国服务贸易发展方向和任务,明确了政府工作重点和目标。同时,提出了实现目标的路径或措施,如加快服务贸易数字化进程,发展冷链物流,发展商贸新业态,推动商贸物流标准化发展,优化服务贸易行业结构,培育商贸物流骨干企业等。这些文件是中国电子商务发展的政策大背景,其对电子商务的发展起到了重要的指导和推动作用。

学术界,一些学者一直关注中国电子商务发展状况。陈晨(2021)<sup>[1]</sup>研究了中国电子商务发展现状、问题,认为中国电子商务已涉及多个领域,表现形式多样化,但是盈利成果较低,基础设施还较落后。因此,应加强信息化基础设施建设,鼓励企业进行信息化技术融合,完善政策体系发展商务产业。俞帆(2021)<sup>[2]</sup>研究了中国跨境电子商务发展模式,提出要加强电子商务的安全性,发展物流运输,优化完善跨境电子商务支付模式,提升跨境电子商务工作人员的业务能力。邱琳和洪金珠(2021)<sup>[3]</sup>从物流驱动的视角研究了中国电子商务发展的影响因素,发现中国电子商务的发展态势主要表现为东南沿海、中部、西北的三级发展格局,中国需要夯实物流业务量基础,发展“大物流”协同运营思维,扩大物流网络覆盖面积,注重网络节点下沉式建设。薛畅和师尚礼(2022)<sup>[4]</sup>研究了电子商务发展的融合路径,提出要大力发展跨境电子商务,打造电子商务网络“生态圈”,构建多方参与的发展机制,进一步强化基于互联网思维的电子商务发展融合。王文佳等(2020)<sup>[5]</sup>以互联网为出发点研究了电子商务与其他行业融合发展的的问题,提出电商活动将对现代金融业发展提出更高要求,这主要包括跨境结算、服务模式、服务效率以及大数据金融等方面,认为要建立基于互联网的跨境电子商务,并逐渐形成以美国、中国为代表的全球电子商务中心;打造具有产业优势的“生态组织”,建立电子商务金融“共同

体”。王奇等(2021)<sup>[6]</sup>研究了电子商务发展与乡村振兴的关系,发现电子商务发展对县域经济具有显著推动作用;电子商务农村综合示范县计划显著提高了当地电商发展水平,扩大了农村市场,减小了地理和人口因素对地区经济发展的影响。同时,异质性分析的结果表明,电子商务的发展与居民教育水平、人口结构有着正向相关关系,发展农村电商,提高资金和设施支持力度的同时,也需要注重电商人力资本建设。

与前述文献不同的是,本文在当下政策背景下选择关键性指标,从行业和地域两个角度研究中国电子商务的发展状况,据此思考未来中国电子商务行业的发展路径。全文的结构是:第一部分,政策背景与相关文献;第二部分,行业电子商务发展状况;第三部分,地域电子商务发展状况;第四部分,未来路径思考。

## 二、行业电子商务发展状况

作为一种新兴贸易业态,电子商务与传统贸易模式相对应有多种模式,如企业—消费者(B2C)、企业—企业(B2B)、政府—企业(G2B)等。在经济全球化和全球性产业大布局背景下,电子商务已演化成国际贸易的主要方式。在信息化时代,电子商务作为一种网络经济新形态具有普遍性和高效性的特征,它深刻地改变着人类的生活和工作方式,改变着消费者、商家、银行、政府等的交易模式,且能协调银行和商家、商家和消费者之间的关系。电子商务以网络为介质,将原材料、产品、消费者、中间商、企业连接起来,使得生产方式更加便捷、快速,从而把生产企业、流通企业以及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化生存的新天地。随着社会的进步,电子商务运作还有更大的利用空间,很大的开发潜力。显然,电子商务是全球外贸发展的有生力量,也是国际贸易发展的必然趋势。中国政府顺应全球产业发展大势,不断拓展贸易发展空间,提高商贸物流效率,保障商贸产业链畅通运营,实现经济高质量发展,取得了一系列成就。据此,反映电子商务发展状况的分析指标见表1和表2。

表1 电子商务销售额与采购额发展水平表

单位:百亿元

	电子商务销售额					电子商务采购额				
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
文化、体育和娱乐	2.8	2.6	3.3	4.0	3.2	0.1	0.1	0.3	0.2	0.3
卫生和社会工作	0.0	0.1	0.1	0.2	0.3	0.1	0.1	0.3	0.3	0.3
教育	0.3	0.7	1.3	3.3	8.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.2
居民服务、修理和其他服务	0.1	0.8	0.5	0.8	0.9	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
水利、环境和公共设施管理	0.4	0.5	0.6	0.7	0.5	0.1	0.0	0.0	0.1	0.1
科学研究和技术服务	6.5	7.3	2.4	2.7	3.0	2.5	2.3	5.1	6.1	10.6
租赁和商务服务	38.6	40.4	42.9	48.6	44.7	16.6	32.8	18.4	18.8	18.1
房地产业	1.0	0.4	2.5	3.9	3.9	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4
信息传输、软件和信息技术服务	112.7	102.2	111.6	114.7	147.0	14.9	26.9	25.4	17.6	19.7
住宿和餐饮	4.8	7.0	8.8	11.7	14.3	0.3	0.3	0.3	0.5	0.6
交通运输、仓储和邮政	38.4	44.4	52.3	72.9	65.2	2.2	3.2	3.6	7.1	7.8
批发和零售业	440.4	562.6	689.8	841.8	978.6	222.9	268.6	335.1	427.3	490.8
建筑业	0.6	1.2	1.6	1.9	1.9	34.7	43.7	54.4	76.7	89.5
电力、热力、燃气及水生产和供应	2.8	24.7	27.4	16.5	14.6	55.3	48.1	26.9	36.9	23.5
制造业	416.8	501.1	559.3	563.4	601.6	276.9	307.7	378.4	413.0	422.3
采矿业	6.9	8.8	19.8	6.0	5.5	6.5	9.3	7.2	7.5	7.1
总计	1073.2	1304.8	1524.2	1693.3	1893.3	633.5	743.7	856.0	1012.8	1091.3

资料来源:国家统计局官方网站(<https://data.stats.gov.cn/>),作者加工整理

由表1可以发现:近五年间,中国列入统计调查体系(入统)的代表性行业电子商务销售额均表现出增长之势,但在2020年因为疫情的影响出现了一个拐点。入统代表性行业中,制造业,批发和零售业,电力、热力、燃气及水生产和供应业,交通运输、仓储和邮政业,信息传输、软件和信息技术服务业的电子商务销售额规模较大,而文化、体育和娱乐业,卫生和社会工作,教育、居民服务、修理和其他服务业,水利、环境和公共设施管理,科学研究和技术服务以及房地产,建筑业的电子商务销售额规模较小,这典型地与行业性质特征有关。整体上,电子商务采购额最近五年也是呈增长之势,但电力、热力、燃气及水生产和供应,采矿业出现了下降。传统行业中,电子商务采购发展水平较高的行业是批发和零售业,制造业等,发展水平较低的行业是文化、体育和娱乐业,卫生和社会工作,教育,居民服务、修理和其他服务业,水利、环境和公共设施管理、住宿和餐饮业等。可见,无论是电子商务销售额还是采购额,都有明显的行业差距。不同行业,电子商务的发展水平是不相同的,这一方面由行业属性决定,另一方面也受行业推进电子商务的要素、动力有关。中国一些重要的行业已率先大幅度发展电子商务,并且获得了显著的成效,这毫无疑问地会产生示范效应。可预期的是,更多的行业会引入或发展更大规模的电子商务活动,电子商务活动将向更高层次、更广领域延伸发展。

表2 有电子商务交易活动企业发展水平表

	有电子商务交易活动企业数(个)					有电子商务交易活动企业数的比重(%)				
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
文化、体育和娱乐	2067	2031	2208	2333	2515	26.8	20.3	20.9	20.5	20.3
卫生和社会工作	496	387	455	472	555	9.8	6.7	7.3	7.5	8.6
教育	364	338	383	387	424	7.3	6.1	6.9	7.5	8.1
居民服务、修理和其他服务	582	560	544	587	640	8.9	7.7	8	8.1	7.9
水利、环境和公共设施管理	862	782	809	723	708	16.2	13.4	13.7	13.2	12.6
科学研究和技术服务业	1951	1751	1756	1868	2070	9.5	8.1	8.5	8.3	8.3
租赁和商务服务	3568	2868	3085	3585	3810	10.8	8.3	9.2	9.2	8.6
房地产业	5174	3554	3589	3515	3693	5	3.4	3.3	3.1	3.1
信息传输、软件和信息技术服务	4485	4389	4494	4716	5023	27.4	22.7	21.7	21.4	20.8
住宿和餐饮业	14571	14138	14492	16260	19452	32.3	31.2	31.6	32.1	35.5
交通运输、仓储和邮政	2623	2235	2479	2366	2448	6.8	5.6	6.2	6.1	6.2
批发和零售业	20740	20978	25080	31922	38708	10.8	10.5	12.1	13.6	14.4
建筑业	4530	3810	3937	4217	4323	4.8	3.8	3.7	3.7	3.5
电力、热力、燃气及水生产和供应	831	692	718	834	979	8	6.2	6.1	6.1	6.5
制造业	39529	33321	34709	35303	38839	11.3	9.7	10.1	10.2	10.7
采矿业	388	288	297	322	365	3.2	2.7	3.1	3.3	3.7
总计	102761	92122	99035	109410	124552	10.9	9.5	10	10.5	11.1

资料来源:国家统计局官方网站(<https://data.stats.gov.cn/>)

由相关研究资料并结合表2可以发现:

第一,中国数字技术与实体经济相融合,从事电子商务交易活动企业数显著地增加。2020年末,中国电子商务从业人员达到6000多万人,环比增长17%。有电子商务交易活动企业数较多的行业是批发和零售业,制造业,住宿和餐饮业、信息传输、软件和信息技术服务,建筑等;而较少的行业是卫生和社会工作,教育,居民服务、修理和其他服务,水利、环境和公共设施管理,采矿业等。传统行业中有电子商务交易活动企业数占比较高的行业是住宿和餐饮业,信息传输、软件和信息技术服务业,文化、体育和娱乐业,批发和零售业;占比较低的行业是房地产业,建筑业,采矿业,交通运输、仓储和邮政业等。电商服务行业出现龙头企业,其凭借资金、规模、技术等优势,占据了较高的市场份额,其他中小微企业依靠成本优势和灵活的服务方式,获得少量的市场份额,大量市场资源向龙头企业集聚。但电商行



业由于技术壁垒低,电商服务内容、服务形式、交易模式存在较严重的同质化。一些服务产品可控性不强,交易主体的多方责任不明确、不清晰,导致交易成本上升,投诉率增高。

第二,全国网民规模大,网购用户占比高。根据中国互联网信息中心提供的数据,<sup>①</sup>至2020年末,中国网民总量达9.89亿,全部网民中网购用户占比达到80%,其中网购商品份额较大的是纺织品、日用品、家用电器、音像器材等。而商务部的研究报告显示,<sup>②</sup>2021年中国电子商务交易额为423000亿元,比上年增长19.6%;全国网上零售额为130900亿元,比上年增长14.1%,全国实物商品网上零售额10.8万亿元,比上年增长12%。同时,2020年全国农村网络零售额达17900亿元,农村实物商品的网络零售额为16300亿元,全国农村网络零售额90%以上的商品为实物商品,其主要品种为休闲食品、粮油、滋补产品、肉禽蛋、奶类、蔬菜和豆制品等。电子商务的发展促进了乡村振兴,推动了地区经济增长。

第三,跨境电子商务业务发展迅速,已形成电商品牌。近年来,中国跨境电商企业表现出色,电商供应链上的外贸工厂、平台卖家、流量导向独立站、渠道品牌导向独立站、产品品牌导向独立站和国内品牌出海跨境电商方面都有良好表现。商务部电子商务资讯摘要的数据表明,<sup>③</sup>2020年,中国跨境电商进出口总额16900亿元,比上年增长了40%;2020年通过海关跨境电商电子商务管理平台验放进出口的清单总量为24.5亿票,比上年增长了63%。跨境电商的产品主要集中在纺织原料及纺织制品、光学、医疗仪器、钟表、乐器、毛皮及其制品、箱包等,跨境电商的合作伙伴主要是日本、美国、澳大利亚、荷兰、新西兰、德国、西班牙、英国等。面对日益激烈的竞争趋势,一些外贸企业加速创新业务模式,通过独立建设网站,建立智短视频平台、直播平台等增强电商功能,扩大电商规模。还有企业建设海外展示中心,开展品牌宣传活动和售后维修服务,实现二次销售,降低因退货带来的成本。跨境电子商务提升了广大用户的认知能力和识别能力,便于充分积累客户数据,形成了多平台、品牌化发展的态势。同时,数字经济、数字技术的兴起,也助推了跨境电子商务的发展。中国跨境电商虽然拥有较强的生产能力,但在产品开发成就方面还有所欠缺。一些跨境电商企业,事前没有良好的产品能力积累,尚未形成供应链;另外,有些跨境电商产品开发时无法精准满足海外消费者的需求,不太注重满足用户精神层面的需求,营销品牌价值观的塑造面临较大的挑战。

### 三、地域电子商务发展状况

电子商务在应用和发展过程中,一定程度上可以拉动内需,促进消费,促进地域经济良性化发展。特别是在县域经济中,电子商务依托县城特有的农产品优势资源,建设基础配套设施,搭建网络销售平台,形成完善的商贸物流体系,直接将销售、生产便捷地联系在一起,大大减少农户对于农产品销售的投资。电子商务在农村的发展,是县城经济转型发展的有效途径和突破口,它可以使产业结构得到升级,并且能使城市化建设工作得到推广。电子商务的发展与地区经济发展水平有密切关系,它增强了数字供应链,在支付结算、仓储物流及供应链金融等方面,电子商务也能很好地发挥作用。同时,电子商务也促进协同制造、智能制造,特别是化工、钢铁、电子信息等领域的融合发展,为上下游企业的数字化改造服务,打通上下游企业产业链和供应链,催生多种生产模式、智能定制和快速反应供应链。在信息化时代,中国地方政府依据本地实际出台一系列政策支持新一代信息技术与传统商务融合,不

<sup>①</sup>中国互联网协会:《中国互联网发展报告(2021)》, <https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404682415011660836>. 2022-05-16.

<sup>②</sup>商务部全国电子商务公共服务网, <https://dzswgf.mofcom.gov.cn/yjbg/page1.html>. 2022-05-18.

<sup>③</sup>转引自《电子商务资讯摘要》,全国电子商务公共服务网: <https://dzswgf.mofcom.gov.cn/dszx/page1.html>. 2022-05-19.

断推出电子商务新业态和新模式,如直播电商、社交电商、内容电商等,加大力度推动大数据、云计算、人工智能等新技术的赋能,有力支撑了新兴电商业态,带动了电子商务全产业的发展。反映不同地域电子商务发展水平的主要分析指标见图1、图2所示。

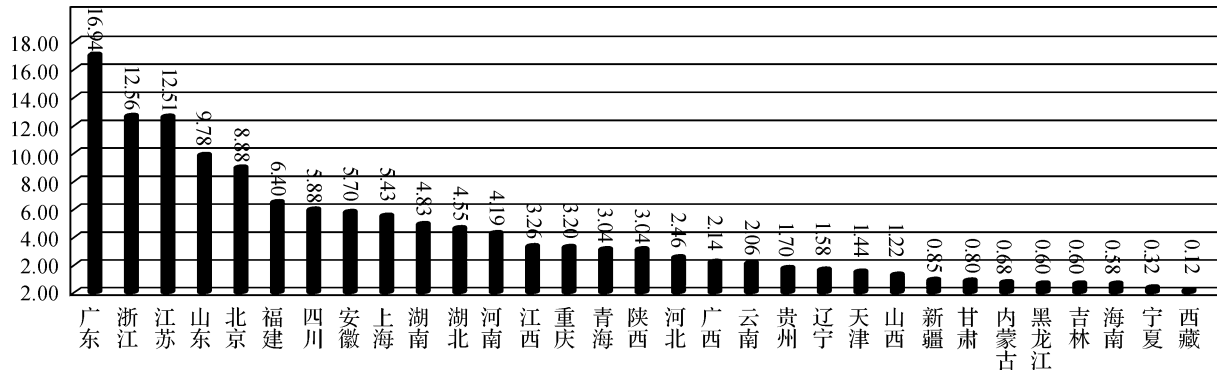


图1 2020年有电子商务交易活动企业数

单位:千个

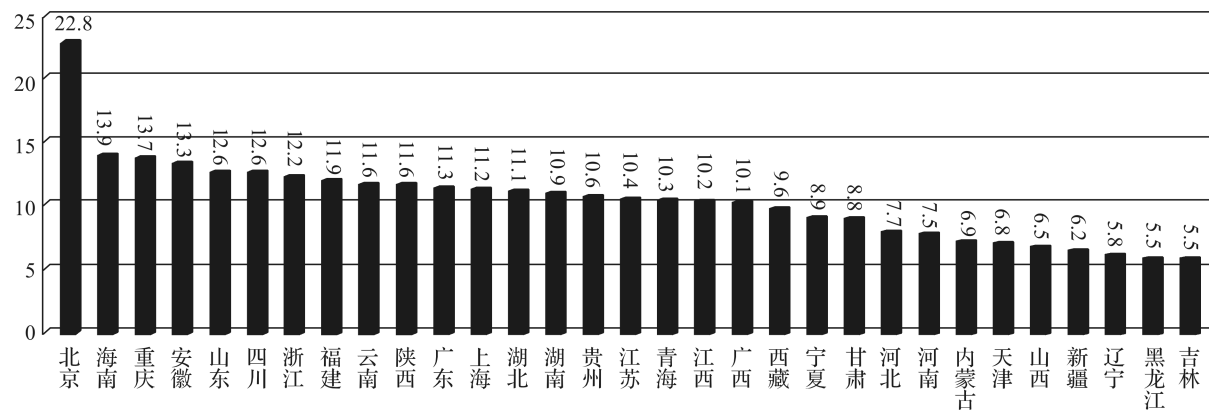
资料来源:国家统计局官方网站(<https://data.stats.gov.cn/>)

图2 2020年有电子商务交易活动企业数比重

单位:%

资料来源:国家统计局官方网站(<https://data.stats.gov.cn/>)

由图1、图2并结合相关的研究数据可以发现:

第一,有电子商务交易活动的企业数与地区经济发展相关。现时期,有电子商务交易活动企业数较多的省市是广东、浙江、江苏、山东、北京、福建、四川、安徽、上海等;较少的省市是西藏、宁夏、海南、吉林、内蒙古、甘肃、新疆等。电子商务交易活动企业数比重较高的省市是北京、海南、重庆、安徽、山东、四川、浙江、福建、云南等;比重较低的省市是吉林、黑龙江、辽宁、新疆、山西、天津、内蒙古等。在网络销售额上,广东、浙江、上海、北京、江苏、福建、山东、安徽、河北、河南网络零售额在全国处于领先地位。在地域上,2020年东部、中部、西部和东北地区网络零售额分别占全国比重的85%、8%、6%和1%。同时,2020年东部、中部、西部和东北地区农产品网络零售占全国网络零售额比重分别为62%、17%、15%和6%,但环比增速东北地区最高。东部地区的广东、浙江、上海,中部地区的安徽、河南、河北,西部地区的四川、重庆、陕西是电子商务发展较快的省份,福建、山西,西藏、宁夏、陕西是电子商务销售额增速较快的省区。

第二,不同地区的电商产品存在差异,其与地区特色产品有关。商务部的研究报告<sup>①</sup>显示:中国不

<sup>①</sup>商务部电子商务和信息化司:《中国电子商务报告2020》,中国商务出版社,2021年9月。

同地区的电商产品存在差异,如北京主要是计算机及其配套产品;天津主要是服装、计算机及配套产品、人力及助动力车类及配件;河北主要是服装、日用百货、家用家具;山西主要是休闲食品、酒、服装;内蒙古主要是奶及奶制品、休闲制品、服装。辽宁主要是服装、水产品、日用百货;黑龙江主要是粮油、奶及奶制品、服装,吉林主要是滋补食品、计算机及其配套产品、服装。上海主要是服装、洁肤护肤美容用品、日用百货;江苏主要是服装、手机配件、制冷电器;浙江主要是服装、日用百货、鞋帽,福建主要是服装、鞋帽、日用百货;山东主要是制冷电器、服装、日用百货;湖北主要是计算机及配套产品、服装、手机配件、制冷电器;安徽主要是休闲食品、服装、制冷电器;江西主要是家用电器、服装、日用百货;河南主要是服装、日用百货、休闲食品;湖南主要是服装、洁肤护肤美容用品,计算机及配套产品;广东主要是服装、手机、计算机及配套产品;海南主要是水果、服装、洁肤护肤美容用品。陕西主要是计算机及其配套产品、服装、日用百货;青海主要是滋补食品、奶及奶制品;甘肃主要是滋补食品、服装、肉禽蛋;宁夏主要是滋补食品、肉禽蛋、计算机及其配套产品;新疆主要是珠宝物品、休闲食品、奶及奶制品、蔬菜。广西主要是其他粮油、服装、水果;重庆主要是计算机及其配套产品、制冷电器、洗涤电器;贵州主要是酒、日用百货、家用家具;西藏主要是酒、保健器材、洗涤电器;四川主要是家用家具、服装、鞋帽;云南主要是茶叶、珠宝饰品、洁肤护肤美容品。

第三,经济较发达的地区聚集了较多的电子商务上市公司。中国东部沿海地区电子商务主体较为集中,广东、浙江、江苏、山东、河南的网络零售店铺数量在全国领先,电商企业密集度高。截至2020年底,<sup>①</sup>拥有电子商务上市公司较多的城市分别是:北京23家,上海14家,杭州10家,南京、深圳各4家,香港、广州各3家,武汉、佛山各2家,苏州、芜湖、太原、泉州、青岛、宁波、义乌等城市各1家。“北上杭”三地上市公司数量达47家,占全部上市公司数量约65%,分布很不均衡。在行业分类上,国内共有电商上市公司74家。其中,零售电商类34家、生活服务电商类22家、跨境电商类8家、产业电商类10家。电商助推了各地的优势特色产业,打造了特色产品,创造了特色品牌,推动优质农产品的发展,形成了特色产业。

第四,经济较发达的地区聚集了较多的国家电子商务示范基地。按照中央政府的规划,国家电子商务示范基地有着较为完善的电子商务产业政策体系和高效的公共服务体系,有较为先进的产、学、研、用合作机制,是电子商务服务企业、应用企业的聚集地和电子商务的创业创新平台,对促进电子商务发展、引领电子商务发展方向有明显的示范与带动作用。根据商务部的统计,截至2021年8月,<sup>②</sup>全国共有国家级电子商务示范基地141个,其地域分布情况如图3所示。

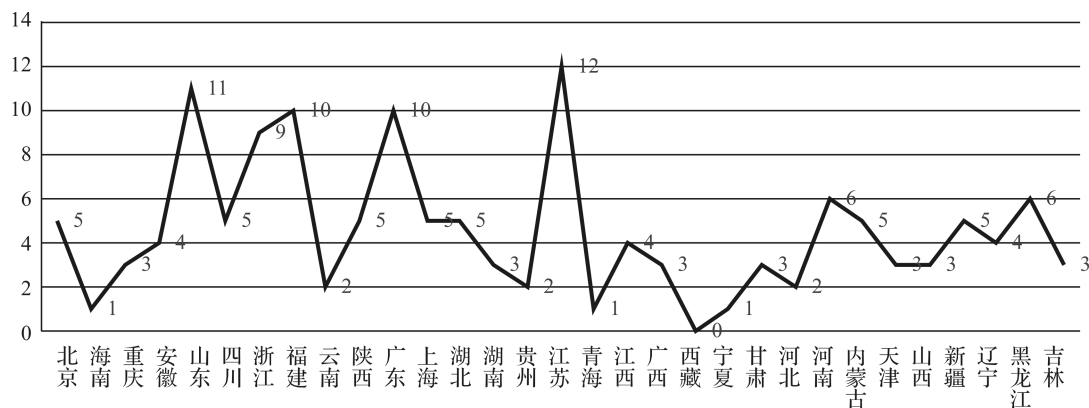


图3 国家电子商务示范基地分布图

单位:个

资料来源:商务部全国电子商务公共服务网(<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/ecps/sfjd/index>)

<sup>①</sup>转引自《2020电商上市公司数据报告》, [https://www.sohu.com/a/453174764\\_120491808](https://www.sohu.com/a/453174764_120491808). 2022-05-20.

<sup>②</sup>全国电子商务公共服务网;<https://dzswgf.mofcom.gov.cn/ecps/sfjd/index>. 2022-05-17.

可见,国家电子商务示范基地覆盖面广,形成了东西双向互济的发展格局;电子商务示范基地梯度丰富,既有沿边沿海城市,又有内陆枢纽城市;既有外贸优势明显的省市,也有产业特色突出的省区。但整体上,国家电子商务示范基地主要集中在东部沿海地区,西部和东北地区的电子商务示范基地则偏少。

#### 四、未来路径思考

根据前文对中国电子商务发展现状和面临问题的分析,可以思考中国电商的发展路径。未来中国电子商务发展应该加强农村电商要素资源整合,构建农村电商体系,打造农村电商品牌;强化与境外电商平台的联通,创建多元化的跨境电商模式;培育新兴业态,建设示范基地,推动电子商务与区域经济协同发展;加强电子商务法治和诚信建设,优化电商发展环境。

##### (一) 加强农村电商要素资源整合,构建农村电商体系,打造农村电商品牌

发展农村电商是未来中国电商发展的重点。应加快农村电商基础设施数字化改造升级,支持邮政、快递企业建设农产品产地冷链物流基础设施、智能快件箱、快递服务站,提升末端环节及配套设施建设水平。应补齐农村物流基础设施短板,发展完善电子商务和快递物流配送体系,畅通物流大通道,构建覆盖面广、安全可靠的农村流通网络。可在人口密度较高的农村地区建设商贸中心、物流转运中心、集贸市场或者大型超市,加紧改造或升级已有电商运营设施或资源,发展连锁经营,加强数字赋能,下沉农村电子商务平台,拓展消费新业态、新场景。应完善农村数字化管理机制,整合农村电商生态要素,加强基础数据统计,形成农村电商数据共享机制。要进一步理顺工业品下乡通道,扩大农村居民生活用品、农资农具、生产经营服务的线上购买,丰富农村信息消费内容,引导农村居民在网络娱乐、网络视听等领域的消费,鼓励多方市场主体参与农村电商基础设施建设,集聚市场资源,培训电商人才,提高农产品商品化率和电商销售比例。

要实施农村电商品牌建设工程,建立产地产品全流程标准,打造中国农产品电商区域公共品牌方阵,提升农产品知名度和品牌影响力,实现农村电商品牌规模化,促进农村地区产业升级。应加强农村电商标准的制定,推动农村电商品牌的广泛应用,促进农产品向商业化方向转化,提高转化率。可对当下县、乡镇电商网点资源进行整合,统一规划农村电商产品的设计、开发、营销,拓宽农村产品的上行渠道,引导电商、生产服务、生活服务与乡村旅游、观光农业、特色生产等进行跨界融合,增强农村电商的服务功能和拉动作用,扩大农产品流通和农产品消费。特别要支持脱贫地区绿色食品、有机农产品、地理标志农产品的认证推广,培育脱贫地区农产品网络品牌;还应开展脱贫地区产销对接活动,打造脱贫地区特色农产品区域公用品牌、企业品牌和产品品牌。对于有条件的地区,可以建设仓储设施、保鲜设施和田头市场,打造冷链物流,推动电商与脱贫地区批发市场、生产者建立稳定的产销关系。

##### (二) 强化与境外电商平台的联通,创建多元化的跨境电商模式

针对现时中国跨境电商的现状,应持续扩大跨境电商规模。国内支付企业应走出国门,加强与境外电商平台的联络,深度融入全球市场。应支持数字外贸企业、项目,培育国际化数字贸易供应商,鼓励具备条件的老字号企业开展跨境电商贸易,推动老字号企业“走出去”。应根据跨境电商的行情变化及时调整跨境电商零售进口商品清单,扩大消费需求旺盛的商品;依托跨境电商线下产业园区,推广数字技术和数字工具,提升外贸全流程环节,优化完善外贸产业链和生态圈。

应加强与相关国家在电商领域的政府间合作和企业间合作,扩大跨境电商直接出口规模,特别是企业对企业(B2B)的电商业;应创新跨境电商出口海外仓监管模式,建设跨境电商产品加工基地、核心园区、出口基地、进口分拨中心,探索利用大数据、云计算、物联网等手段建设智慧港口,科学布局



跨境电商企业和产品生产加工地;要加快建设具有通关、税务、外汇、工商、信用、物流等功能的跨境电商全链条,建设为各类市场主体提供信息备案、发送、审核和反馈等一站式公共服务的跨境电商公共交易平台,充分满足跨境电商各类业务模式的运营需求,提升跨境电商示范基地和园区的信息化、智能化管理水平。要围绕市场需求目标,选择外向度高、出口潜力大的特色产业,加大力度进行培育,打造具有特色和核心竞争力的出口产品产业集群,提高跨境电商产品的知名度和品牌影响力,为跨境电商发展提供产业支撑。要加快建设搭建跨境电商高效便捷的物流通道,形成跨境电商物流集结中心,提高海外配送效率,增强企业品牌出海竞争力。

要加大供应链金融的普惠力度,支持跨境电商企业融资贷款,对进口额达到一定额度的跨境电商可给予一次性贴息,切实减轻跨境电商企业资金压力。要通过大数据、区块链等技术赋能,对国家电子商务示范基地入驻企业提供便捷的物流、跨境支付、信息、报关、纳税、法律咨询等多方面服务,强化跨境电商产业链长板,补齐短板,提升跨境电商智能化、数字化水平。要促进互联网贸易和实体产业的深度融合,促进跨境电子商务 B2B、B2C、O2O(离线)等多种业务模式发展,支持跨境物流服务商发展壮大,推动跨境电商进出口额合理平衡,促使跨境电商朝产业化、规模化方向发展,达到标准化、集群化,使得国际物流体系建设能够降低物流成本、缩短营销时间、改善配送效率,从而更好地融入全球流通体系。

### (三) 培育新业态,建设示范基地,推动电子商务与区域经济协同发展

要培育电子商务新兴业态,如云外包、海外仓、数字贸易等,建设不同层级的电商示范基地,以电商发展助推区域经济发展。要推进电商市场规则和标准建设,强化电商市场主体培育,扩大网络零售,引导综合性电商平台、行业垂直电商平台向集交易、支付和信息服务于于一体的现代化电商平台转型。应培育一批国家电子商务示范企业、数字商务企业,高标准建设国家电子商务示范基地,全面提升现有电商示范基地或产业园区的建设水平。应加强针对电商企业孵化、人才培养、仓储物流、供应链等的配套服务,建设具有世界领先水平的要素齐全、服务完备、产业融合、业态丰富的电商示范基地和产业园区。要支持高等院校与电商、跨境电商企业和电商产业园区开展产教融合培训,或者设立企业化实训基地,进行订单式电商人才培养。

要结合区域经济发展目标,建设不同层级的电商公共服务中心,培育发展与电商相关联的企业和机构,如税务保险机构、大数据分析机构、报关清关机构、支付结算机构、软件开发机构等,创造适合地域电商和跨境电商良性发展的产业生态。要加强国家级电商示范基地的基础设施建设,特别是“新基建”建设,完善道路交通、水电、现代通信、数字技术等配套,对基地的电商企业提供场地配置、设施租赁等多方面的便利和政策支持。要支持电商企业进行共建,打造电商行业协同平台,实现供应链上生产、制造、采购、运输、销售上下游环节的业务协同;支持电商企业建设信息、数据共享平台,在通道、网络、组织、运力等方面实现共享,不断降低运输和销售成本,提升货物运达效率。要加强商贸物流网络布局,推动实现大区域内货运枢纽与生产服务、商贸服务、口岸服务等各类电商基地或园区之间的有效衔接,提升示范基地集聚辐射能力。应完善城市商业设施、物流设施、交通基础设施,促进电商错位发展、融合发展,提高电商产品的供给保障能力。要鼓励金融机构开发支持电商业发展的供应链金融产品,支持银行探索建立与电商进行电子化合作的系统,实现电商供应链上下游系统性风险管理控制,降低电商运营风险,提高电商运营效益。

### (四) 加强电子商务法治和诚信建设,优化电商发展环境

应加强电商行业规范性引导,构建全方位的协同监管长效机制,支持电商依法合规经营。网络直播机构、网络直播平台应全面、准确、及时地发布商品参数、质量、售后等服务信息,切实保护消费者知情权及其他合法权益。要制定系列标准,探索建立符合平台经济、网络经济、共享经济等新经济特点的

监管模式,促进电商持续有序地发展。要建立惩戒机制和激励机制,引导电商市场的多方主体加入信用建设,褒扬诚信,惩戒失信,创建适应电商高质量发展的环境。要保护电商平台知识产权,评估电子商务平台知识产权建设成效,开展电商示范企业创建活动,进行行业自律、平台自治,提升电商公共服务水平。应构建安全保障系统,设置安全保护措施,保障个体重要信息和数据安全,使得电商市场的数据、个人信息的有序安全流动,提升电商安全生产工作水平。也要注重平台经济、电子商务领域的反垄断和反不正当竞争,明确电商市场规则底线,为市场主体提供一个明确的预期。同时,应强化预防性监管,推动监管由事后向事中、事前延伸,形成电商平台网络安全防护和金融风险预警机制,壮大协同监管的规制合力;要充分利用现代数字技术创新监管模式,逐步推行非接触监管、线上监管等方法,在政企数据共享的背景下达达到政企间的联动。应加强电子商务行业组织建设,发挥行业协会的行动力量,形成多方共同参与的电商市场治理体系,政府、企业、协会一齐发力,创建世界一流的电子商务运营环境。

#### 参考文献:

- [1]陈晨.我国电子商务发展现状、问题与政策建议[J].中国商论,2021(20):62-64.
- [2]俞帆.我国跨境电子商务发展模式及对策[J].中国高新科技,2021(13):118-120.
- [3]邱琳,洪金珠.我国电子商务发展的物流驱动因素[J].商业经济研究,2021(18):111-114.
- [4]薛畅,师尚礼.基于互联网思维的电子商务发展融合路径研究[J].经济研究导刊,2022(5):40-42.
- [5]王文佳,祁宁,金曦.互联网思维主导下电子商务发展融合趋势探析[J].商业经济研究,2020(19):83-86.
- [6]王奇,牛耕,赵国昌.电子商务发展与乡村振兴:中国经验[J].世界经济,2021(12):55-75.

## The Current Level & Future Path of China's E-Commerce Development

LI Jinhua<sup>1,2</sup>

(1. Institute of Quantitative Economics and Technical Economics, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100732, China;  
2. University of Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100732, China)

**Abstract:** E-commerce is a new trade form under the background of modern economy. China has always attached great importance to the development of e-commerce. In the past five years, China's digital technology has been integrated with the real economy, and the number of enterprises engaged in e-commerce transactions has increased significantly. The scale of Internet users nationwide is large, and the proportion of online shopping users is high. The cross-border e-commerce business has developed rapidly and formed an e-commerce brand. The number of enterprises with e-commerce transaction activities is related to the level of regional economic development. There are differences in e-commerce products in different regions, which are related to regional characteristic products. More e-commerce listed companies and more national e-commerce demonstration bases are gathered in economically developed regions. In the future, China needs to strengthen the integration of rural e-commerce elements and resources, build a rural e-commerce system and build a rural e-commerce brand; strengthen the connection with overseas e-commerce platforms and create a diversified cross-border e-commerce model; cultivate new business forms, build demonstration bases, and promote the coordinated development of e-commerce and regional economy. We should strengthen the rule of law and integrity of e-commerce, and optimize the environment for e-commerce development.

**Key words:** electronic commerce; cross border e-commerce; industrial e-commerce; regional e-commerce



(责任编辑 孙豪)