



中国服务贸易协会  
China Association of Trade in Services



United Nations  
Office for South-South Cooperation



# 城市在跨境电商和数字创新南南合作中的创新经验

United Nations Development Programme

New York, NY 10017 USA

Copyright: UNOSSC/UNDP

All rights reserved

#### **Disclaimer**

---

The views expressed in this publication are those of the authors and do not necessarily represent those of the United Nations, United Nations Office for South-South Cooperation (UNOSSC)/United Nations Development Programme (UNDP) or United Nations Member States. The designations employed and the presentation of materials on maps do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Secretariat of the United Nations or UNDP concerning the legal status of any country, territory, city or area or its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries.

# 目录

致谢 .....	3
缩略语表 .....	4
前言 .....	5
执行摘要 .....	6
导言 .....	8
第一章：全球和区域数字化格局 .....	11
1. 发展不平衡和数字鸿沟 .....	12
2. 新冠大流行背景下，国内和国际电商的动态发展 .....	13
3. 技术巨头和中国的贡献 .....	14
4. 加强数字化增长和发展的要求 .....	16
5. 中国的重要作用及其在南南合作框架下支持南方国家发展电商的潜力 .....	18
第二章：创新经验和影响力故事 .....	20
贝宁和西非：新冠大流行时期的农业和电商商机 .....	21
巴西和拉丁美洲：巨大的潜力和障碍 .....	23
白俄罗斯：海关联盟对跨境电商的重要性 .....	25
中国重庆市城口县：旅游和电商是脱贫之道 .....	28
中国广州：为跨境电商提供系统性服务 .....	30
中国杭州：正在成为全球重要的电商中心 .....	32
国际贸易中心（ITC）看中国：跨境电商是全球实现疫后复苏和创新的机会 .....	34
加尔各答和印度其他城市：将电商和数字创新应用于新冠疫情期间的宗教节日活动 .....	36
中国青岛：通过金融服务为电商发展提供资金 .....	38
联合国非洲经济委员会看非洲大陆自由贸易区（AfCFTA）：促进电商在全球下一个巨型市场中的发展 .....	40
中国天津：港口效率是跨境电商的关键竞争因素 .....	42
中国内蒙古自治区呼伦贝尔市扎兰屯县级市：欠发达地区的农村电商发展探索 .....	44
中国郑州：以强大的物流服务推动跨境电商繁荣发展 .....	47
第三章：未来的道路：充分发挥成果作用，探索发展新机遇 .....	49
总结 .....	50
政策建议 .....	52
行动要点 .....	54
参考文献 .....	55
发言嘉宾名单 .....	60



# 致谢

我们对中国服务贸易协会（CATIS）和中国国际经济技术交流中心（CICETE）的贡献表示感谢。没有他们的支持，这些有关跨境电商的交流是无法实现的。

许多机构和个人都为本报告的编写做出了贡献。我们在此特别致谢：陈柏华、陈进、邓富华、德米特里·卡瓦利奥纳克（Dzmitry Kavalion）、弗雷瑞斯·索托（Frejus Thoto）、高文博、格雷戈里·托马斯·钦（Gregory Thomas Chin）、詹姆斯·豪伊（James Howe）、杰米·麦克劳德（Jamie Macleod）、华一卿（Karin Vazquez）、李鸣涛、刘冉、刘影、刘玉健、吕超、马述忠、穆苏米·达斯（Mousumi Das）、宁霞、尼尔·克舍特里（Nir Kshetri）、陈秋霖、赵全、拉维尚卡尔·夏尔马（Ravishankar Sharma）、雷娜塔·蒂博（Renata Thiebaut）、孙琪、孙向阳、孙一鸣、孙元忠、汤敏、谈天、通德·法芬瓦（Tunde Fafunaw）、王崇伦、王健、王志东、谌文、武长虹、吴秀媛、肖锋、徐平、杨东、张静、章学拯、张燕玲、赵华、郑燕雪、郑玉鸿和钟鸿兴。

我们感谢联合国南南合作办公室（UNOSSC）：王晓军、丹尼斯·恩卡拉（Denis Nkala）、哈尼·贝萨达（Hany Besada）和王永洁所做的重要审阅。

我们感谢国际小微金融专家丁宇为本报告付出的宝贵时间；以及联合国南南合作办公室前项目分析师王彩红的协调和审阅。

我们还要特别感谢联合国南南合作办公室海陆丝路城市可持续发展南南合作项目（Cities Project，简称“城市项目”）和中国服务贸易协会，他们为本报告的定稿提供了全面协调和技术建议。

# 缩略语表

<b>AI</b>	人工智能
<b>ASEAN</b>	东南亚国家联盟
<b>BRICS</b>	巴西、俄罗斯、印度、中国、南非
<b>CASS</b>	中国社会科学院
<b>CATIS</b>	中国服务贸易协会
<b>CICETE</b>	中国国际经济技术交流中心
<b>FINTECH</b>	金融科技
<b>IFC</b>	国际金融合作
<b>IT</b>	信息技术
<b>ITC</b>	国际贸易中心
<b>ICT</b>	信息和通信技术
<b>SDG</b>	可持续发展目标
<b>SME</b>	中小企业
<b>SSTC</b>	南南及三方合作
<b>UNCTAD</b>	联合国贸易和发展会议
<b>UNOSSC</b>	联合国南南合作办公室

# 前言

## 张伟先生，中国服务贸易协会首席专家

世界正在经历一场深刻变革，这必将在未来几年内塑造全球经济的未来。各国面临着新冠大流行带来的前所未有的挑战：广泛的健康风险、全球经济衰退、贸易受损、社会和经济安全网被破坏，等等。国际体系正在努力通过不断创新和快速适应来应对这些挑战。

对感染的恐惧，加上政府官方的封锁政策和旅行限制，迫使人们改变社会交往方式并适应新的环境。这些问题也对国内和国际贸易产生了直接和间接的影响。国际贸易几乎停滞不前，而许多国家的国内商业仍在努力适应新的挑战，与此同时，传统市场和企业削减了商业活动。

这些挑战引起了国内和国际上对电商、数字化交易和其他创新的重视。作为国际贸易的一种新形式，跨境电商有助于大幅扩大交易和贸易规模。在这个意义上，新冠大流行凸显了进一步推进跨境电商发展和加速其他数字化交易和创新的重要性。事实证明，跨境电商的日益普及和扩大改善了贸易便利度，并富有成效地让贸易惠及所有人。同时，电商在帮助缩小世界各国和各地区之间的数字鸿沟方面发挥着关键作用。

虽然大流行带来了许多艰巨挑战，但它也为电商和其他数字创新的扎根落地和跨国界发展提供了前所未有的机会。这意味着全球经济将见证一系列重大的转型。

这些转型源于信息和通信技术（ICT）的迅速发展和应用，也有望推动疫后复苏工作。

本报告介绍了在南南及三方合作的背景下，全球南方城市通过跨境电商和数字创新促进可持续发展的经验。城市和地方政府在推进创新、合作和基于实证的电商和数字发展战略方面一直发挥着主导作用，促进了当地和跨境贸易的发展。电商和数字化正在城市层面生根发芽，并可能产生溢出效应，加速国家及国家以下层面的发展进程。

本报告认识到了上述潜力，并鼓励利益相关方支持这些举措。报告还根据南南及三方合作原则，传递了全球南方城市积累的一些知识和经验。报告的核心目标是与其他南方城市分享这些知识和经验，激发创新想法，并积极应对大流行和全球经济衰退带来的各种挑战。目前的挑战包括贸易量下滑、外国直接投资规模缩减、消费需求减少和商品价格下跌。

在南南及三方合作的框架下，本报告旨在为电商能力建设知识产品积累作出贡献，并与相关网络研讨会一道，扩大联合国南南合作办公室海陆丝路城市可持续发展南南合作项目（简称“城市项目”）的伙伴关系基础。

# 执行摘要

2020年，联合国南南合作办公室和中国服务贸易协会在城市项目框架下联合举办了“可持续发展城市间南南及三方合作与跨境电商和数字创新”系列网络研讨会。该系列研讨会的重点是促进城市和发展伙伴在发展跨境电子商务和利用数字创新实现可持续发展目标方面开展南南相互学习和知识共享。

该系列的15场网络研讨会邀请了55位来自不同行业的高资质发言嘉宾，包括联合国机构、地方政府、国家政府、非政府组织、私营部门和研究机构；并介绍了包括重庆市、广州市、杭州市、河南省、南京市、宁波市、青岛市在内的一些省市创新经验，以及白俄罗斯、贝宁、巴西、加拿大、印度、新西兰、南非和美国等国家的经验。

本报告旨在总结研讨会期间嘉宾分享的案例研究。编写本报告的目的还在于推动建立在线知识库和一个由政策制定者、从业者和研究人员参与的实践社群，以促进电商和数字创新。

报告认为，近年来，跨境电商作为国际贸易的一种新形式，不断扩大着交易规模和范围。培育跨境电商不仅成为了改善贸易便利度和促进贸易惠及所有人的有效途径，也有助于缩小全球各国之间的数字鸿沟。电商行业继续由技术巨头主导，亚太和北美地区的电商零售和批发总额都处于领先地位。而非洲为电商在新冠大流行下蓬勃发展提供了极好的例证。拉丁美洲地区在跨境电商流动方面有些滞后，但也有增长潜力。在南南及三方合作的框架下，作为2020年唯一录得国内生产总值（GDP）正增长的主要经济体，中国有很大潜力为在电商发展上面临挑战的国家提供帮助。新冠大流行所带来的挑战包括贸易量下滑、外国直接投资缩减、消费者对商品需求的减少、商品价格下跌，而脆弱的南方国家普遍陷入经济衰退。报告认为，虽然不同国家和部门在电商数字基础设施上差距很大，但新冠大流行为电商的国际化发展创造了巨大机会。

报告介绍了全球南方不同地区、国家、城市和地方行政管理部門的 13 项创新经验，强调了它们独特的地方背景、解决方案和影响。例如，**非洲大陆自贸区（AfCFTA）**的案例阐明了非洲成为下一个巨型电商市场的潜力；**白俄罗斯**的案例展示了海关联盟在跨境电商中的重要性；**贝宁和西非**的案例强调了农业部门的电商商机；**巴西和拉丁美洲**的案例分析了当前国家和地区推进跨境电商的潜力和主要障碍；**中国**展现了跨境电商所拥有的巨大潜力，以及电商可以为全球南方实现疫后复苏和创新提供的全球性机遇。**中国重庆市城口县**通过讲述当地农民的成功故事，展示了旅游和电商及两者的融合如何成为脱贫之道；**中国广州市**的案例介绍了由市政府推动的跨境电商系统性服务；**中国杭州市**呈现了世界级电商城市的典范；**中国内蒙古自治区呼伦贝尔市扎兰屯县级市**的案例探讨了欠发达地区的农村电商发展。**加尔各答和印度其他城市**介绍了如何利用电商和数字创新在不同情况下（尤其是宗教节日期间）应对新冠疫情；**中国青岛市**的案例强调了电商发展的金融和资金问题；**中国天津市**的案例强调了港口效率是跨境电商的重要竞争力因素；**中国郑州市**展示了其强大的物流服务如何促进该市和地区跨境电商的繁荣发展。

#### 鉴于上述内容，本报告提出了以下建议：

（1）积极、创新的政府政策不仅需要远见卓识和雄心勃勃的领导班子，还需要通过南南及三方合作建立战略伙伴关系；

（2）在南南合作原则的指导下，建立有效的公私伙伴关系；

（3）在跨境海关法规、税收政策、产业政策、跨境消费者保护机制以及数字签名和知识产权等相关法律方面开展跨国合作/协作；以及

（4）基于南南及三方合作的指导方针，在全球发展中国家和工业化国家的城市及地方政府之间开展合作。

此外，报告还明确了进一步推动和中国在电商领域开展南南合作应采取的行动，包括加强以目标为导向的知识转让和能力建设，加强在创建跨境电商试验区方面的双边合作，以及建立一个国际电商技术援助和投资平台。

# 导言

新冠大流行对国内贸易和国际贸易都产生了负面影响，并将继续产生影响（联合国贸易和发展会议，2020年）。新冠疫情的爆发极大地改变了消费者使用电商和数字解决方案的方式。新冠大流行加速了世界的数字化转型，电商在创造就业、加强供应链和医疗设备供应方面发挥着越来越重要的作用。一些国家在促进电商发展方面正在取得实质性的进展和进步（例如，中国和德国）；而其他国家（主要是最不发达国家）则需要想法、创新经验、数字技术、财政资源和投资方面获得额外的支持（联合国贸易和发展会议，2020年）。在危机中，各国，包括南方国家，比在“正常”时期更需要促进合作，但这需要不同程度的干预、政策和激励措施。

联合国南南合作办公室（UNOSSC）的成立是为了促进、协调和支持全球和联合国系统内的南南及三方合作。联合国南南合作办公室与中国服务贸易协会（CATIS）和中国国际经济技术交流中心（CICETE）一起编写了这份报告，以分享国际创新经验，促进和加强境内和跨境电商的发展。

电商是一种商业模式，包括多种形式的数字创新。它正继续发展并适应不断变化的局面。电商需要政府制定的法律和监管框架。电商的一个重要组成部分是数字支付，这需要银行业大力参与。电商还依赖于电信技术和互联网接入，以及基础设施要素，如电力、仓库、港口、铁路和公路等等。一般来说，电商是一国数字经济发展水平的反映。由于人工智能（AI）、物联网、区块链、机器人和无人机等技术需要在电商行业深耕，电商也会成为未来经济可持续发展的一大衡量基准。

跨境电商则更为复杂，它还涉及到海关、检验、跨境融资和外汇政策，所有这些都与境内电商相结合。贸易数据体现了数字化对贸易的影响。2005-2018年期间，在所有地区，可数字化交付的出口大幅增加，其中发展中国家的增长率最高，尤其是亚洲（Kituyi，2020年）。然而，许多发展中国家仍因数字化就绪度较低而止步不前。联合国贸易和发展会议（UNCTAD）评估的电子贸易就绪度显示，27个最不发达国家在一些政策领域存在差距和发展障碍，包括信息通信技术基础设施和支付解决方案、技能、法律框架等（联合国贸易和发展会议，2019年）。

电商和数字化在城市层面生根发芽，其溢出效应将拥有巨大潜力，加速国家及国家以下层面的数字化进程。因此，有必要在城市和地方政府之间开展合作，以加强发展中国家的跨境电商发展。实际上，这种加强城市和地方政府合作、以推动南方国家跨境电商发展的呼吁，符合第二届联合国南南合作高级别会议最新成果文件精神（BAPA+40，2019年3月）。这份文件强调了南南合作在国家以下层面对可持续发展的重要作用。通过城市项目，联合国南南合作办公室成功地促进了电商方面的合作。城市项目旨在利用中国“一带一路”倡议提供的战略机遇，促进城市层面的南南及三方合作，推动实现可持续发展目标（SDGs）。

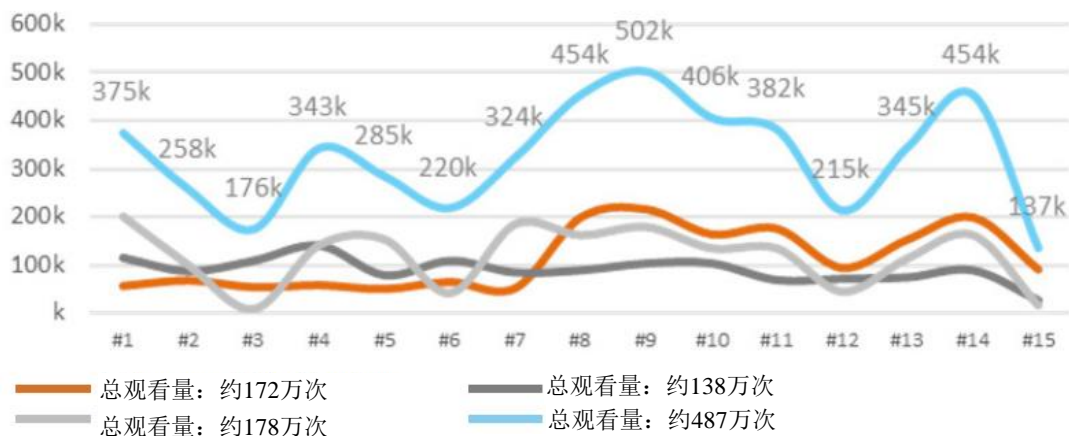
2020年8月至12月，联合国南南合作办公室组织了十五场网络研讨会，以提高与会者发展跨境电商、利用数字创新实现可持续发展目标的能力，促进疫后快速复苏。网络研讨会促进了与会者之间的伙伴关系，并推动他们在跨境电商领域开展南南及三方合作。通过这些网络研讨会，确定了与潜在试点城市的合作机会，加快了在联合国南南合作办公室城市项目框架下建立电商城市群群的进程。这些活动也为打造城市间电商南南及三方合作知识产品提供了素材，

并扩大了联合国南南合作办公室城市项目的伙伴关系基础。网络研讨会的发言嘉宾所来自的国家、机构和专业领域非常广泛（见附件1：发言嘉宾名单）。研讨会详尽探讨了与电商和跨境电商相关的多种多样的议题。

中国是全球电商的先驱，拥有电商领域的监管框架、技术、多年实践经验和超过7.1亿的数字买家（Ma Y., 2020年）。因此，由中国的机构——中国服务贸易协会（CATIS）和中国国际经济技术交流中心（CICETE）——为组织研讨会提供强有力的支持再合适不过。这两家机构协助召集了许多中国跨境电商试验区和演讲嘉宾参与研讨会。其结果富有成效，并实现了此系列网络研讨会的目的。

十五场网络研讨会在三家直播平台 and 十四家媒体平台上的观看量达到了4,874,930次。来自56个国家的200多个城市和地区的1,500名与会者（其中51%为女性）完成了会后调查。在受访者中，1352人（91%）表示他们对跨境电商的认识有所提高，1425人表示他们在条件允许下会与城市项目合作。此外，有15人表示，他们因网络研讨会促成了合作关系。网络研讨会的回放观看量超过了1,780,447次，发言嘉宾的幻灯片被下载了249次（见图1）。

图 1：每场网络研讨会的观看量（2020 年）



来源：中国服务贸易协会内部监测&评估数据

本报告重点介绍了创新经验，以帮助读者了解如何发展电商，全球南方城市和国家规划部门如何确定其在数字时代的比较优势，以及如何更顺利地实施战略。网络研讨会和这份报告并不只是提供了可供考虑的想法，而是争取电商发展程度较为先进的城市为可持续发展能力建设培训提供支持。在联合国南南合作办公室城市项目的南南及三方合作框架下，报告还为国际伙伴关系和项目提供了指导。

本报告的结构如下：第一章概述全球和区域性电商格局，第二章按字母顺序介绍了具有影响力的案例。每个案例由两部分组成：挑战和解决方案。这些案例提供了创新性的想法、见解、经验和知识。本报告最重要的一点是它回顾了关键的经验教训，以及城市在电商和数字创新领域的南南及三方合作对实现可持续发展目标和2030年可持续发展议程的潜力。在这些经验教训的基础上，第三章提出了南南合作和跨境电商发展方面的政策建议。



# 第一章：全球和区域数字化格局

## 1. 发展不平衡和数字鸿沟

由于信息和通信技术（ICTs）的快速发展和广泛应用，世界经济正在发生转型。随着数据融合的加快，新的商业模式（主要是数字化平台）也在不断扩张（联合国贸易和发展会议，2019年）。电商作为数字经济的一部分，能够使消费者享受到更多的选择和更低的价格。

但遗憾的是，电商在全球范围内的发展极其不平衡。中国拥有世界上最多的网购者（6.1亿），其在企业对消费者销售方面的领先地位不断巩固（联合国贸易和发展会议，2020年），美国和其他发达国家也增长显著（Lipsman 和 Liu，2020年）。非洲在电商以及与电商相关的数字创新领域大踏步前进，但与领先国家相比仍不发达（Chevalier，2020年）。尽管拉丁美洲地区在电商领域具有增长潜力，但仍落后于其他南方地区。

联合国贸易和发展会议 2019 年发布的一份数字经济报告显示，在世界最大的 70 家数字公司中，中国和美国占 90%，而欧洲占 4%，非洲和拉丁美洲仅占 1%。

2020 年涌现的各类数字创新体现了很重要的一点，即在数字化领域处于领先地位的国家有能力提供多种工具，以支持区域和国家的疫情防控措施和方案。数字平台提供了将市场利益相关方聚集在一起开展在线交互的机制，例如，餐馆迅速将其业务与外卖和食品配送平台衔接起来，线下银行服务也被互联网和移动银行取代。甚至医院和药店也通过提供替代性在线服务，如远程医疗和配送，减少了线下就诊/购药的次数（疾病预防控制中心，2020年）。

但是，国家之间以及国家内部各地区和部门之间仍然存在巨大的数字鸿沟。这包括数字基础设施完善的发达国家与数字基础设施薄弱的最不发达国家之间的鸿沟（如电力、互联网连接和可负担性），以及国家内部电力基础设施良好（可实现互联网接入）的地区与电力基础设施较差和/或不足的地区（互联网接入因此受限）之间的鸿沟。

## 2. 新冠大流行背景下，国内和国际电商的动态发展

新冠大流行对国际社会经济和政治发展产生了巨大的负面影响，并将在可预见的未来继续产生影响。出于对感染的恐惧，增加社交距离等旨在阻止病毒传播的政策纷纷出台。多地政府制定了必要的封锁政策，以大幅降低传播、感染和死亡率。

在封锁状态下，传统的贸易形式遭受了巨大的损失。在国内，商业活动面临种种限制，比如：进入超市和商店受到限制，市场、餐馆和酒吧被关闭。此外，由于新冠大流行，流向发展中和转型经济体可持续发展目标相关领域的国际私营部门投资预计将减少约三分之一（联合国贸易和发展会议，2020年）。

正如 2003 年严重急性呼吸综合征（SARS）疫情促进了中国电商的发展，新冠大流行则为电商在全世界的发展创造了巨大的机会。

电商中应用的技术，如密接追踪系统、开源人工智能工具和公共数据，都是抗击新冠大流行的宝贵工具。大数据分析工具可以分析潜在的感染风险，包括从一个感染者追踪潜在感染者（Chan T.、Lang N.、Modi S.、Tang T.和 Szczepanski K.，2020 年）。许多此类工具正在帮助政府更有效地管理新冠疫情防控措施和方案。在家上学、数字化办公和其他形式的远程办公帮助人们在全球健康危机期间继续“正常”生活。

非洲的例子很好地体现了电商在疫情期间是如何蓬勃发展的。在具备数字基础设施（即光纤网络、高速宽带网络、商业 IP 连接、电线杆和地下管路）的地区和城市，电商正在蓬勃发展，并且传统的交易形式正被电商迅速取代。



中国已经是全球电商市场的重要参与者，其地位在 2020 年新冠大流行期间进一步得到加强。其他亚洲国家，特别是东盟（ASEAN）成员国，也在电商领域取得了长足发展。国内和跨境交易统计数据显示，东盟地区的电商交易额翻了两番，过去三年的复合年增长率达到了 62%（澳大利亚政府，2019 年）。

截至 2021 年 1 月，在新冠危机期间，中国在短期和长期经济复苏方面展现出了强大的韧性（Gong 等人，2020 年）。中国所具备的产能可以保障供应必要的产品，从而迅速让日常生活重回正轨。中国是唯一在 2020 年录得国内生产总值（GDP）正增长的主要经济体（Cheng J, 2021 年）。数字技术，特别是与电商有关的创新，使中国的生产得以迅速恢复。中国数字经济的价值为 2.3 万亿美元，占全球在线销售额的 57%。中国的电商行业正在积极应对新冠疫情和经济复苏的挑战（Li 和 McElveen, 2020 年）。

## 4. 加强数字化增长和发展的要求

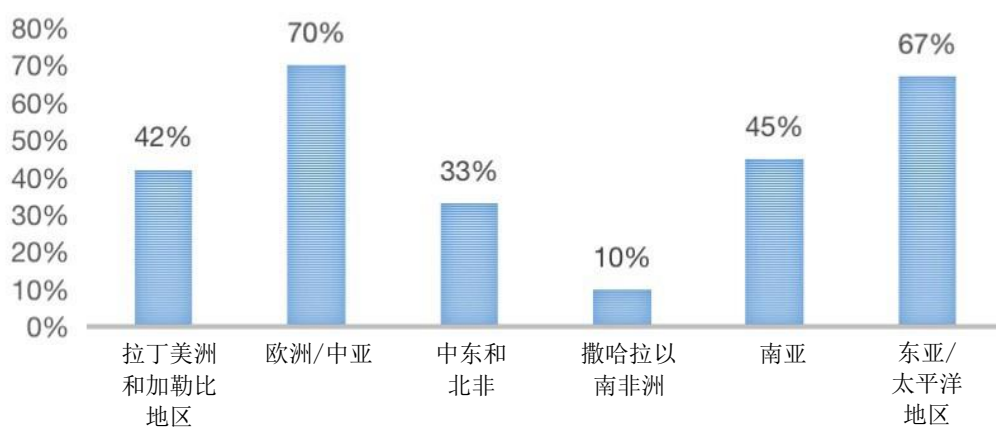
要继续支持电商企业的发展，需具备三大要素。首先是适当的基础设施，即可靠的电力供应、电信服务和价格适中的互联网连接。第二是数字支付能力，包括相关的银行服务，如资金存款、取款和转账、贷款管理、账单支付和账户服务（Proctor，2019年）。第三是高效的物流，包括超大型电子履单中心、包裹中心、包裹投递中心和无缝集成技术，购物车通过应用程序编程接口（API）、web XML 或其他类型的连接与运输管理系统衔接（Robinson，2020年）。到目前为止，电商和跨境电商业务的发展主要由创新型企业推动。

跨境电商比境内电商更为复杂。法规、港口管理、保税区内仓储管理和国内物流方面的经验都是重要的前提条件。发展跨境电商需要具备全球治理相关的监管框架和开放市场，还需要国家更新海关、税收和检验方面的相应政策（联合国亚太经济与社会委员会，2019年）。

尽管非洲近年来取得了一些进展，但仍需要大量基础设施投资，以扩大数字基础设施的普及（经合组织/电子电信顾问委员会，2020年）。近3亿非洲人生活在距离光纤或电缆宽带互联网连接50公里以上的地方（国际电信联盟/联合国教科文组织，2019年）。据估计，缩小非洲数字鸿沟的成本约为1000亿美元，即每年90亿美元，这将包括在整个非洲地区铺设至少25万公里的光纤电缆（国际电信联盟/联合国教科文组织，2019年）。

2019年，全世界约有30亿人（10岁及以上）仍然没有宽带连接，其中比例最高的是非洲（见图3）（国际电信联盟，2020年）。

图 3：2019 年 4G 宽带渗透率（基于独立用户）



资料来源：根据全球移动通信系统联盟和联合国人口数据以及 Xalama 分析得出的估计值（国际电信联盟，2020 年）。

拉丁美洲现有的电商产业还不发达，但有很大的增长潜力。促进该地区的电商发展需要转变人们的思想观念，增加对电商的政策支持，并改善基础设施和金融服务。电商的发展对于有效处理新冠大流行等危机尤其重要（联合国贸易和发展会议，2020 年）。

## 5. 中国的重要作用及其在南南合作框架下支持南方国家发展电商的潜力

中国可以凭借其丰富的经验与全球其他南方国家就电商的方方面面开展交流，特别是与新冠疫情有关的数字创新议题，如数字生态系统（Chan 等人，2020 年）。本报告后文的影响力故事表明，像中国杭州这样的城市在发展国内和国际电商方面取得了长足的进步，其许多方面的经验可以在其他南方城市推广。

从技术普及到实体商业，全球南方各国急需具备企业家思维的创新人才。中国的企业和政府机构已经开始与南方国家和地区开展各种能力建设、技术转让以及创新经验分享活动（Vadell 等人，2020）。此外，还可以开展更多交流与合作。

尽管中国持续提供帮助，但这些帮助不应取代全球南方采取的发展举措，或未来的更多措施。此外，拥有超过 13 亿人口的中国市场有潜力消费来自其他国家的众多产品。渴望在新冠大流行后扭转经济形势、实现长足发展的国家可以与中国合作，尤其是在南南贸易和投资、相互学习和知识共享方面。

本报告在后文的影响力故事章节分享了中国跨境电商综合试验区如何推动进出口电商发展的例子。本报告概述了港口如何大幅提高通关效率，以及没有港口的地区如何将铁路网络、智能仓库和国内物流优势相结合以提高竞争力。本报告还介绍了试验区利用数据推动金融服务，支持中小企业把握跨境电商机遇的例子，以及中国最具创新能力的一些电商城市如何规划和实施下一代电商。

但是，包括国际组织、成员国、民间社会组织和私营部门在内的利益相关方有责任认识到，参与跨境贸易的国家之间存在着数字鸿沟，国家内部不同社区之间也存在着差距。本报告还分享了中国城口县偏远山区利用电商消除贫困的案例，以期提供一些启发和见解。



## 第二章：创新经验和影响力故事

## 贝宁和西非：新冠大流行时期的农业和电商商机

### 挑战

2020年，新冠大流行主宰了贝宁等许多国家的社会和经济生活。许多企业，如餐馆和酒吧，由于封锁政策而被关闭。为食品业和农业提供服务的企业也被迫中断运营。在贝宁，保障食品供应本身就是一大挑战，而新冠疫情让这一挑战变得更为艰巨。本案例研究展现了大流行期间，电商如何使贝宁乃至更广泛的西非地区受益。

### 寻找解决方案

传统上，贝宁的农业生产者和小型商户更倾向于与客户和供应商当面互动。在新冠疫情期间，当地的疫情防控措施（包括限制行动和要求经常洗手）不鼓励人们面对面互动。由于这种变化，数字化互动变得愈加重要，并继续迅速普及。新冠大流行在短时间内改变了人们的行为，促使人们更快接受电商和其他数字创新。

同样地，在新冠大流行发生之前，消费者更愿意亲自去购物。随着防疫措施的实施，贝宁的许多消费者开始选择将食品和农产品直接配送到家。电商及其数字化支付手段很快就被更多人所接受，并实现了显著的增长。此外，许多企业的业绩也得到了改善。

聪明的企业迅速适应新形势，改变商业模式，采取以消费者为导向的战略，包括将销售转移到线上和提供送货上门服务。新的伙伴关系也得到了建立，比如在肯尼亚，Twiga 食品与Jumia 建立了伙伴关系。前者直接从农民那里采购食品，并将其配送给市区的零售商，而后者是一家将产品配送到零售客户手中的网上商城。这两家企业之间的分销协议使农民和制造商能够直接将新鲜农产品送达城市家庭。总的来说，由于行为改变和创新，许多企业的业绩得到了改善。

自 2021 年进入“新常态”后，那些主动迎接变化并将其视为巨大机遇的企业有机会取得成功。贝宁和整个西非地区有望实现电商的蓬勃发展，正如中国在非典（SARS）疫情期间那样。

如果贝宁及其他西非国家能够在物流、数字化、客户群拓展和南南及三方贸易领域吸引更多投资，那么农业电商的发展可以进一步加快。电商的快速发展不仅为国内参与者带来了机会，也吸引了本地区以外的参与和投资，造福于当地居民。

在南南及三方合作的框架下，在电商和数字支付领域占据领先地位的国家和公司可以通过分享数字商业经验和投资物流，为非洲合作伙伴提供数字技术支持。为确保在该地区开展可持续的贸易合作，应进一步增强农业电商和跨境电商的发展能力，从而避免国际贸易失衡。尤其是，拥有丰富跨境电商经验的中国城市可以发挥先行先试作用。

这个影响力故事，包括数据和案例研究，是基于环境与可持续发展行动组织（ACED）执行主任弗雷瑞斯·索托（Frejus Thoto）先生在“第十四期网络研讨会：南南合作与发展中国家跨境电商企业的 COVID-19 应对措施”上的发言整理而成的。网络研讨会的录像和幻灯片可通过以下网址获取：<https://cloud.tencent.com/developer/salon/live-1294>。

## 巴西和拉丁美洲：巨大的潜力和障碍

### 挑战

新冠疫情极大地破坏了巴西经济。信用保险和风险管理公司科法斯（Coface）第二季度观测指标预测，巴西的破产率将上升 44%（经合组织，2020 年）。

在巴西，中小企业提供了全国 62% 的就业，其增加值占全国的 50%，因此它们在巴西的经济增长和社会包容方面发挥着重要作用（经合组织，2020 年）。最为重要的是，这些企业雇佣了 60% 的非正规劳动力。由于巴西社会无法承受中小企业的崩溃，政府为它们出台了一项金融应急计划，即政府为金融机构向中小企业发放的八成贷款提供担保。通过这一举措，巴西政府希望激励金融机构通过信贷为中小企业提供支持。但金融支持是需要偿还的，并且只适用于紧急情况。如果新冠疫情持续时间超过预期，中小企业的继续生存将需要更多的支持措施。电商可以帮助缓解中小企业面临的困难吗？

电商数据显示，预计到 2020 年底，巴西的网上零售额将超过 167 亿美元，占拉丁美洲电商市场的三分之一以上（Navarro，2021 年）。但是，据估计，从 2019 年到 2023 年，巴西的网上销售额将以 2% 的复合年增长率增长，明显低于世界上许多发展中经济体的水平（Navarro，2021 年）。

要实现巴西在电商领域的潜力，必须解决三个主要挑战。首先是思维方式的转变。目前，只有 20% 的交易是数字化的，让更多的人接受电商和相关的数字创新尚需时日。第二个挑战是数字经济所需的人才资源有限。第三个挑战是发展电商应解决的一系列根本性问题，如数字基础设施欠佳、跨境物流不畅通、商业法规繁琐以及跨境支付解决方案价格昂贵。

## 寻找解决方案

南南及三方合作有潜力帮助拉美国家释放中小企业在跨境电商领域。巴西是金砖国家成员国，而金砖国家正在发挥平台作用，就利用数字技术推动支持中小企业发展的经验和良好实践开展交流。在这一平台上还讨论了数字化和行业监管措施等议题，启动了跨境企业孵化器，并在多边和双边层面达成了伙伴关系，如巴西-印度伙伴关系和巴西-中国伙伴关系。目前已经提出了一些旨在为中小企业提供金融科技和生态系统解决方案的倡议，如巴西的 **InovAtiva Brasil**、**StartOut Brasil** 和国家创业支持倡议委员会（Nazareth I., 2020 年）。尤其是新开发银行（**New Development Bank**）发挥了重要的支持作用，不仅提供贷款，而且为各国交流解决方案、启动联合项目提供了平台。

本影响力故事是基于印度金达尔大学非洲、拉丁美洲和加勒比研究中心副教授、全球实务副院长兼执行主任、复旦大学金砖国家研究中心教授华一脚（Karin Vazquez）博士在“第十四期网络研讨会：南南合作与发展中国家跨境电商企业的 COVID-19 应对措施”上的发言整理而成的。网络研讨会的录像和幻灯片可通过以下网址获取：<https://cloud.tencent.com/developer/salon/live-1294>。

## 白俄罗斯：海关联盟对跨境电商的重要性

### 挑战

国际电商的发展极其不平衡。一些国家拥有巨大的国内市场、成熟的数字技术和完善的物流基础设施，因此其境内电商增长显著，同时创造了新的商业机会和就业岗位。但是，一些国家的国内市场相对较小，数字技术和物流基础设施也不够先进。开拓跨境电商和扩大市场规模是一个国家发展电商市场的重要因素。海关协同对于电商市场的发展至关重要。

白俄罗斯共和国正致力于扩大其电商产业，从而创造新的商业机会，并让消费者享受更好的福利。白俄罗斯很清楚，扩大外部市场规模，而非局限于国内市场，可以让企业家和客户获得更好的机会。但是，这对白俄罗斯的海关来说是一个巨大的挑战。本节介绍的白俄罗斯在海关和跨境电商方面的相关经验对其他国家处理跨境海关合作问题具有借鉴意义。

### 寻找解决方案

如前文所述，许多国家的电商仍处于起步阶段。这意味着许多传统的国内和国际贸易机制仍无法支持顺畅的电商合作。快速高效的通关处理对于电商公司的成本管理至关重要。但是，传统的海关制度更注重进口法规，而对出口法规关注较少。由于各国在海关政策、流程、质量标准和技术工具方面缺乏统一性，一个国家的合格产品可能达不到另一个国家的合格标准，这给进口国的海关造成了不必要的处理时间，并且给出口企业造成了更加糟糕的局面——既浪费了时间又增加了成本。

传统的进出口海关服务是为大批量独特货物的交易而设计的，目的是更容易地衡量货物数量和质量。电商企业的经营方式，尤其是企业对消费者（B2C）的经营方式，涉及到低价值的小包裹以及多种多样的产品。符合国际标准的退款政策要求通关处理成本低、时间效率高。在跨境电商时代，数据收集和跨境信息交流对海关来说非常重要。电商海关已经成为一国竞争力的体现。

例如，白俄罗斯一直在努力构建一个更大的海关联盟，并统一海关服务。2010年1月，由白俄罗斯、哈萨克斯坦和俄罗斯组成的区域海关联盟成立。2015年，亚美尼亚和吉尔吉斯斯坦加入了该联盟。这五个国家在电商领域实施相同的海关条例。

通过统一海关服务进而组成海关联盟，这些国家能够更容易地在彼此间开展跨境业务。随着电商的发展壮大，该海关联盟的成员国成立了一个由相关政府机构，如海关部门、税务部门、财政部和外交部组成的高级别国际工作小组。透明、及时更新的政策法规满足了这些国家跨境电商贸易商的需求。

欧亚海关联盟（EACU）不仅为其成员国服务，还通过其在比利时的代表与世界海关组织（World Customs Organization）对话。随着成本降低，更多小微企业可以享受到蓬勃发展的电商商机。海关效率对境内客户的利益也很重要。

但是，并非所有与跨境电商有关的问题都能够通过单个主权国家或区域采取行动予以解决。许多挑战必须在国际层面上解决。例如，在更高层面上应用新技术和标准化的信息技术基础设施，可以确保相关国家之间高效地开展数据收集、分析和信息交流。

白俄罗斯的经验表明，开展跨境电商需要树立新的海关服务思维方式，比如在更大的海关联盟的指导下提供标准化的海关服务。海关联盟成员国之间的政策、程序和工具的透明度和统一性对于跨境电商的发展可能是至关重要的。国际对话与合作对于跨境电商的进一步发展同样重要。

在可持续发展目标方面，需要强调的是，海关效率必须深刻影响和切实支持小微企业参与跨境电商，否则可能会造成垄断。虽然应当推动海关联盟的发展，但仍应深刻地意识到，跨国解决方案中这种强大的内部统一性也可能导致排他性贸易区的形成，从而使外部参与者更难进入市场。从全球利益的角度来看，区域问题的解决应当同时促进全球问题的解决，尤其要注意确保南方小国的参与。此外，国际组织应在南南及三方合作的框架下支持技术和知识转让，并关注最不发达国家和南方小国。

本影响力故事，包括数据和案例研究，是基于白俄罗斯共和国驻华大使馆国家海关委员会官方代表二级海关服务参赞德米特里·卡瓦利奥纳克（Dzmitry Kavalionak）先生在“第十三期网络研讨会：世界海关组织的跨境电商标准框架解读”上的发言整理而成的。网络研讨会的录像幻灯片可通过以下网址获取：  
<https://cloud.tencent.com/edu/learning/live-3291>。

## 中国重庆市城口县：旅游和电商是脱贫之道

### 挑战

秦巴山区是中国最贫困的地区之一。该地区贫困率为7.1%，高于全国平均水平，其农民的人均净收入仅为全国平均水平的 67%（You, Leng 和 Ding, 2015 年）。城口县位于秦巴山区，地处地域辽阔的重庆市的东北角，距离重庆市中心约 400 公里。它是重庆市下辖的最偏远的县，也是重庆市唯一一个没有通高速的县。如何销售当地产品是这个偏远地区所面临的一大挑战。过去，地理环境造成的不利因素限制了城口县的经济发展和收入来源。

### 寻找解决方案

中国政府认为，在偏远的欠发达地区，经济发展依赖于基础设施的不断完善。得益于村镇通公路以及电信网络覆盖范围的扩大，中国的村镇不再与外界隔绝。通过政府兴建的这类基础设施，村镇经由公路和高速公路网络提供运输和物流服务。随着道路和电信基础设施的普及，电商也随之获得发展。

东安镇是城口县的一个镇。它的发展之道是从旅游业开始的。东安县地方政府负责促进当地经济发展和实施中央扶贫战略，但其资源有限。城口县的地方发展规划部门意识到，这个偏远地区的自然条件得天独厚。新鲜的空气、有机食品、山脉、河流和平和宁静的氛围都是中国城市居民想要体验的乡村要素。他们可以在此暂时逃离城市生活的压力和喧嚣。

城口县的成功故事还在继续。游客们来到城口体验传统活动时，也纷纷在此购物。当地一家小商店的老板范中福先生创立了“后备箱项目”，通过外卖服务为城市家庭提供蜂蜜、土豆、栗子、核桃、腊肉和中药药材等当地的有机产品，让购物更加便利。无论游客们是为自己购买这些产品还是作为礼物，他们都会以高质量农产品为媒介，把快乐的记忆带回家，而产品的优异品质也会促使顾客回购，或向朋友推荐城口县。范先生通过中国最受欢迎的社交媒体平台——微信（带有集成支付工具）开展业务。这种方式不仅让他电商业务得以发展壮大，还让他的经营变得更加高效。他不仅开始汇集本镇产品，还汇集了来自邻近城镇的产品。范先生通过电商实现的销售额从 10.836 万美元增加至 23.22 万美元，此后又增加至 61.92 万美元。

范先生的故事是成千上万个电商扶贫成功案例中的一个。它们都遵循了类似的步骤：基于中央政府提供的道路和电信基础设施，偏远地区与外界有了交通和通信联系；地方政府制定策略和发展计划，并鼓励贫困群体遵循一定标准，共同实施计划；调动个人企业家精神，提出创造性的想法和创新。接下来是在政府不提供干预和补贴的情况下，发展市场化电商，并与同一地区或其他地区的参与者展开竞争。这种模式使得中国以发展为导向的电商得以实现强劲的内生型发展。

重庆城口县推广旅游业的基本理念和范先生成功的商业经验可以复制到其他地区和国家，特别是靠近大城市中心的地方。如果拥有深厚的文化底蕴、自然景观秀丽，欠发达地区可以利用其独特禀赋来推动旅游业的繁荣发展。需要注意的是，这些举措必须包括能力建设，扶持当地人从事电商，从而避免当地仅仅成为发达地区的赚钱工具。在谨慎发展的前提下，旅游业可以成为促进可持续发展的一个重要工具。

这个影响力故事，包括数据和案例研究，基于重庆市扶贫办综合处处长孙元忠先生在“第三期网络研讨会：电商扶贫专场”上的发言整理而成。网络研讨会和幻灯片可通过以下网址获取：<https://cloud.tencent.com/edu/learning/live-3014>。

## 中国广州：为跨境电商提供系统性服务

### 挑战

广东省省会广州是华南地区的传统贸易中心。过去，在这座城市举办的广交会曾是中国和外国之间最重要的贸易平台。随着电商的蓬勃发展，广州作为传统贸易中心的地位面临来自中国其他城市的激烈竞争。自改革开放以来，广州抓住机遇快速发展，成为中国经济规模最大的城市之一。但近年来，广州的经济增长开始放缓。2017年，深圳的国内生产总值（GDP）达到了2.25万亿元（约0.35万亿美元），同比增长15.38%。同年，广州的国内生产总值（GDP）为2.15万亿元（0.33万亿美元），同比增长10%，这意味着深圳正式赶超广州。四大一线城市之外的城市也在不断缩小与它们之间的经济差距。例如，2013年广州的国内生产总值（GDP）比重庆高2636.9亿元（约406.4亿美元），而在短短六年内（2019年），重庆已经与广州持平，并有可能超过广州（Li, 2020年）。

### 寻找解决方案

为了应对中国其他城市带来的激烈竞争和挑战，广州从线上和线下两个方面为跨境电商活动提供创新和全面支持。

线上方面，广州创建了一个跨境电商公共服务平台，提供全面的功能、稳定的运营支持和高效化处理。该平台包括：

- 跨境直购进口清关服务；
- 跨境保税进口清关服务、跨境零售出口清关服务和无需提供发票的免税管理；
- 外汇、收款和付款服务功能，跨境企业对企业清关服务，以及监管园区内的物流信息管理；以及
- 跨境商品溯源跟踪管理、消费者服务、平台监测和跨境大数据分析。

这一公共服务平台与海关、税务、外汇、公安等行政部门联网。系统每月可处理 500 多万起事件，每天 24 小时不间断提供服务。即使在 2020 年 11 月 11 日<sup>1</sup>的业务高峰期，系统仍能提供稳定的服务（Zhu，2020 年）。

线下方面，广州正在利用其作为中国南部沿海港口、机场和铁路中心的传统优势，形成一个拥有 8 个跨境电商产业区、55 个海外仓库和 66 万平方米保税仓库的“线下区域”。

凭借建设全球商品追溯系统、实施支持跨境电商包裹退货的创新法规（这是跨境电商卖家的一大难题）以及开展空铁联运，广州为创新理念和最新数字技术的落地做好了准备。在中国，直播+电商是最新、最受欢迎的电商模式。广州已经将这种模式纳入了推广跨境电商的措施。实际上，它正是《广州市直播电商发展行动方案（2020-2022 年）》（广州市商务局，2020 年）的核心内容。直播有助于跨境电商企业提升其线上业务。

广州不断努力发展完善，如今仍然是一座对跨境电商富有吸引力的城市。广州采取的自我完善措施包括提供更好的生态系统、降低成本负担和加大对跨境电商企业的支持。广州还参与了区域和国际合作，正在推动“丝路电商”项目，与“一带一路”倡议沿线国家（和地区）建立起了跨境电商合作机制，其中包括提供清关、支付结算、知识产权等服务。

这个影响力故事，包括数据和案例研究，是基于广州市商务局电商处处长宁霞女士在“第四期网络研讨会：解读跨境电商新政策与新法规”上的发言整理而成的。网络研讨会录像和幻灯片可通过以下网址获取：  
<https://cloud.tencent.com/edu/learning/live-3045>。

<sup>1</sup> 11月11日也称“双11”，是由中国领先的电商平台，如淘宝和京东，举办的购物节。该购物节是世界上最大和最受欢迎的年度全球购物节，其销售额超过了黑色星期五和网络星期一的总和（Lou，2020年）。

## 中国杭州：正在成为全球重要的电商中心

### 挑战

杭州是电商巨头阿里巴巴的诞生地，也是中国境内电商的中心。总部设在这里的 B2C 平台已经覆盖了全球 6000 多万用户，年出口额高达 220 亿美元（ehangzhou, 2020 年）。因此，杭州不仅在跨境电商的某些领域处于领先地位，它在整个电商生态系统中也处于领先地位。杭州的愿景之一是进一步在中国境外取得巨大成功。杭州跨境电商试验区的目标是改变未来的贸易方式。

为了实现这一目标，杭州计划在以下领域先行先试：

- 支持中国传统生产企业实现数字化（ehangzhou, 2020 年），帮助它们成为电商的直接参与者；
- 在其他国家的保税区建立仓库，以支持杭州企业的跨境电商业务；以及
- 建立全球电商人才储备（特别是通过外国人才引进计划），类似于阿里巴巴的“百城千校百万英才项目”、亚马逊的“全球开店 101·时代青年计划”，以及 eBay 的“E 青春计划”。

### 寻找解决方案

杭州是浙江省的省会，同时也是 200 多万家私营企业的总部所在地。浙江省以其出口行业闻名于世，该行业的格局由非常有竞争力的小型私营企业主导。举世闻名的义乌市小商品市场也位于该省（义乌，2021 年）。杭州市能够在境内电商领域取得成功的一大原因是这里的生产企业极具竞争力和创新实力。但需要注意的是，传统出口贸易公司仍在出口中占主导地位。杭州跨境电商试验区旨在通过“两平台六体系建设”项目（中国（杭州）跨境电商综合试验区，2021 年）支持小型公司实现数字化，这将使它们能够与外国最终消费者和零售商建立联系，并且有助于它们更灵活地适应国际需求和趋势。

浙江省已经涌现出一批积极参与跨境电商的模范生产企业。这其中包括纺织服装品牌“爱斯基摩人”（Eskimo）。尽管新冠疫情的肆虐对经济造成了负面影响，但该企业在 2020 年上半年通过跨境电商业务实现了 77.4 万美元营业额。同一时期，生产车库 DIY 工具和园艺工具的五金品牌“巨星”（GreatStar）的销售额同比增长了 78%。杭州的一家传统体育器材生产商在 2020 年实现了快速增长，营业额增长了近三倍。这些成功案例表明，跨境电商对传统生产商来说是多么重要。正如中国（杭州）跨境电商综合试验区建设领导小组办公室外联宣传部部长武长虹女士所说的那样，“跨境电商不仅仅是另一种销售形式，更是一种全新的商业模式，因为它是由消费者和数据驱动的”。

杭州跨境电商试验区的战略是贴近消费者。它不仅试图改变传统生产者的思维模式，让他们更清楚地认识到贴近国际消费者所带来的机会，而且数据驱动和消费者驱动的业务模式将使生产更加灵活，更有竞争力。杭州试验区正在支持企业积极在其他国家开展电商业务。该试验区正在 35 个国家和地区构建海外服务网络，并在多个保税区建有 95 个海外仓库。杭州试验区也支持中国企业在海外市场竞争中实现“最后一公里”的配送优势。

杭州跨境电商试验区不仅关注当下的成功，还着眼于未来。杭州的目标是改变传统进出口业务的游戏规则。未来的成功关键在于外国人才发展战略。试验区积极开展跨境电商领域的人才能力建设和培训活动。今年，试验区与阿里巴巴合作，发起了全球跨境电商创新创业大赛。近 1500 个团队的 6000 多人参加了这一大赛（中国（杭州）跨境电子商务综合试验区 E 揽全球创新项目服务平台，2021 年）。来自多个国家的人才和就读于中国一流大学的留学生积极开展电商创新和交流。这类活动只是杭州及该市企业正在实施的人才发展计划中的一个小例子。

本影响力故事，包括数据和案例研究，是基于中国（杭州）跨境电商综合试验区建设领导小组办公室外联宣传部部长武长虹女士在“网络研讨会第二期：中国跨境电商综合试验区‘两平台六体系’建设”上的发言整理而成的。网络研讨会的录像和幻灯片可通过以下网址获取：  
<https://cloud.tencent.com/edu/learning/live-2982>。

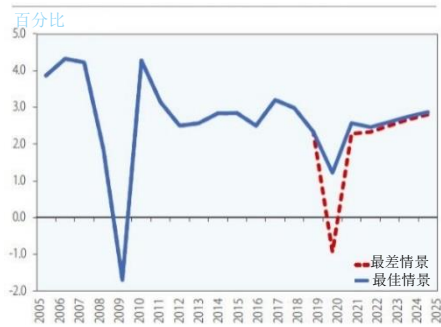
## 国际贸易中心（ITC）看中国：跨境电商是全球实现疫后复苏和创新的机会

### 挑战

受新冠大流行影响，全球经济可能萎缩 0.9%（见图 4）。经济学家对 2021 年的经济复苏和增长前景并不乐观。即便有疫苗，大流行也将继续对全球经济产生负面影响。实现经济快速复苏和抗击疫情可能是许多国家在未来几年面临的最重要挑战。

图 4：2020 年全球增长前景

截至2020年3月底，2020年最佳和最差情景下的世界增长前景



资料来源：联合国经济和社会事务部

资料来源：联合国经济和社会事务部 ([www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-april-2020-briefing-no-136/](http://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-april-2020-briefing-no-136/); 访问于2021年2月24日)。

学习中国的电商经验，更积极地参与跨境电商，可以帮助各国更快地实现复苏。虽然许多行业，如旅游业，继续受到新冠大流行的影响（联合国经济和社会事务部，2020年），但数字经济，特别是电商的发展令人瞩目。活跃用户数量、线上交易、线上营业额，还有电商巨头的市值，都创下新高。

## 寻找解决方案

电商占中国零售总额的三分之一，其重要性与日俱增。电商的成功不仅有利于经济增长和疫后复苏，中国的贸易伙伴也会因此受益。2020年上半年，中国从东盟国家的进口增长了8.5%，甚至超过了中国对东盟国家出口的增长（3.4%）（Li, 2020年）。中国经济的强劲复苏不仅使周边国家受益，也使发达经济体的企业受益。

阿里巴巴的销售额在中国备受欢迎的“双11”购物节期间激增，达到了740亿美元（Barras-Hill, 2020年）。在高峰时段，其平台每秒处理58.3万笔订单（Lou, 2020年）。超过3万个外国品牌也参与了“双11”。这些惊人的数字背后是数字技术和组织创新。中国的领先地位是建立在新技术创新向边境人口开放这一基础上的。在电商领域，这转化为每年800亿次的包裹配送（中国国际电视台，2020年），超过80%的手机用户使用数字支付（Cheng, 2019年）。对于人口众多且稠密的特大城市来说，它使降低配送成本、提高配送效率成为了可能，但同时还需具备一个由公路、铁路、港口、机场、仓库和物流中心组成的优质基础设施网络。重要的是，电商的发展是由市场机制驱动的，这样有助于在相关市场参与者之间开展更大程度的竞争，并由此不断实现创新。

参与和中国有关的跨境电商将使其他国家及外国公司从国际和国内两个层面受益。由于中国是竞争最为激烈的市场之一，中国的经验也可以帮助外国公司提高在本国国内从事电商业务的能力。南方国家可以利用中国消费者的购买力及其城市政府的参与，如105个跨境电商综合试验区，与中国一道参与跨境电商，从而助力南方地区经济复苏（Zhang, 2020年）。大批量、低成本地将产品运送到保税区仓库，以及对现有电商和物流基础设施加以利用，可以使外国产品在中国的电商市场上更具竞争力。

新冠大流行期间电商在全球的发展壮大表明，数字化交互可以取代（至少是部分取代）传统的线下业务往来。电商可以使一国经济在危机中变得更加强大。中国的电商经验可供其他南方国家学习，尽管有些经验可能需要加以调整以适应具体的经营环境。

更为重要的是，南方国家可以观察和学习中国为发展下一代数字经济所进行的开拓创新。人工智能、物联网、智能物流应用、自动驾驶、仓储配送机器人和无人机等新技术，都是中国数字经济创新的一部分。这些创新建立在5G高速互联网的基础上，可供世界各地学习和借鉴，从而促进全球数字经济的发展壮大（Muluk, 2016年）。

这个影响力故事，包括数据和案例研究，是基于国际贸易中心（ITC）市场发展司贸易政策顾问赵全先生在“第十五期网络研讨会：中国电子商务的创新实践以及区域合作的优秀实践”上的发言整理而成的。网络研讨会的录像和幻灯片可通过以下网址获取：<https://cloud.tencent.com/developer/salon/live-1308>。

## 加尔各答和印度其他城市：将电商和数字创新应用于新冠疫情期间的宗教节日活动

### 挑战

2020年，新冠大流行严重影响了许多国家的社会和经济。这场危机带来了许多负面后果，但从积极的一面来看，虚拟和线上的商业和社会活动发展显著。放眼全球，居家办公和数字化教育增长明显。电商和数字创新已经成为了危机期间应对社会和经济挑战的重要工具。新冠疫情推动了印度和孟加拉国开展跨境电商和宗教领域的交流，这为那些拥有深厚宗教传统和节日的国家提供了一些借鉴。

### 传统和节日

2020年，对印度政府机构，尤其是对主办庆祝活动的西孟加拉邦首府加尔各答地方政府而言，为期十天的传统节日——杜加女神节（Durga Puja festival）构成了巨大挑战。一方面，节日是该地区和其他地区信徒生活中的一件大事。另一方面，疫情防控政策要求保持社交距离，因此以传统形式举办庆祝活动是有风险的。大量民众长途跋涉来到这里，许多人来自邻近的孟加拉国和印度各地。他们涌入临时舞台和装饰性建筑（称为“pandal”，意为临时装饰建筑），祈祷和庆祝节日。政府面临的挑战是如何在疫情期间既能保障民众安全，又能举办宗教节日活动，并降低疫情进一步蔓延的风险。

### 寻找解决方案

在人类历史上，每一次危机都会激发创造性的新想法，加尔各答也是如此。该市希望以创新方式举办2020年的宗教节日活动。但遗憾的是，为了遏制病毒的传播，政府不得不禁止人们进入临时装饰建筑。禁止参观临时装饰建筑不仅会对信徒们的生活产生严重的困扰，还会让节日期间出售产品和服务的小企业面临损失。如果没有当今的数字技术，这种疫情防控政策会引起社会不满，并给依赖这类节庆的微型企业造成巨大的损失。因此，加尔各答利用数字工具和电商创建了一个在线宗教和文化平台。

该平台可以让信徒以虚拟形式庆祝节日和祈祷。人们可以在网上参观临时装饰建筑，仿佛“亲临”宗教场所。同时，电商能够帮助依赖这类节庆活动获取收入的微型企业减少损失。在同一个平台上，信徒们不仅参加了宗教活动，他们还像此前在现场参加庆祝活动那样购物。

加尔各答市的一大重要特征是，它在宗教和文化方面的影响力超出了本地区，延伸到了孟加拉国。印度五分之一的游客来自孟加拉国，其中许多是宗教文化游客（《达卡论坛报》，2019年）。新冠大流行几乎中断了这种旅行，减少了印度相关小企业的收入机会。疫情期间庆祝形式的变化也改变了游客的消费结构。过去，游客将相当一部分资金花费在交通上。2020年，这些资金则花在了网上宗教和文化服务及产品上。这对于热衷于电商的创新型企业来说意味着新的机会。

加尔各答的例子表明，在新冠大流行这样的公共卫生危机期间，政府不仅有责任管理和执行疫情防控政策和方案，还可以提出相关解决方案，促成颠覆性创新。在这个案例中，技术和创新理念为克服危机奠定了基础。加尔各答的案例是一个值得长期观察的课题。在线宗教文化平台究竟是可持续的解决方案，还是只是暂时的替代方案？这还有待观察。

随着更加切实地落实消费者保护和数据安全法规，数字化活动和电商可以改变传统节日的庆祝方式和人们的购物方式。世界上的一些地区已经出现了这样的变化。

就可持续发展目标而言，减少旅行并以数字化体验取而代之，有助于实现应对气候变化的目标，但数字化宗教平台可能会变得一家独大，并产生很高的垄断风险。政策制定者应当考虑让小微企业免费参与数字电商，同时开展相关的能力建设，以避免大企业形成垄断。政策制定者还应该认识到社会中潜在的数字鸿沟问题，并对普惠性给予密切关注。

这个影响力故事，包括数据和案例研究，是基于印度新德里应用经济研究全国委员会副研究员穆苏米·达斯（Mousumi Das）女士在“第十一期网络研讨会：南南合作与数字化时代的全球跨境电商治理”上的发言整理而成的。网络研讨会的录像和幻灯片可通过以下网址获取：  
<https://cloud.tencent.com/edu/learning/live-3266>。

## 中国青岛：通过金融服务为电商发展提供资金

### 挑战

中国已经建立了一大批跨境电商综合试验区。这些试验区涵盖了跨境电商的方方面面，比如清关和物流。政府机构将其职能部门集中设立在这些试验区，以解决新兴的、快速变化的跨境电商业务所面临的诸多挑战。但是，在跨境电商融资方面仍然存在重大挑战。

为贸易活动提供金融服务是具有挑战性的，特别是在中国。中国许多银行只能以抵押的形式发放贷款。在中国，这意味着用财产，最好是城市中的房屋和公寓作为抵押物。基于库存或应收账款的融资仍处于发展的早期阶段。总的来说，跨境电商融资在青岛跨境电商综合试验区等地仍处于试点阶段。

### 寻找解决方案

位于黄海之滨的青岛市是中国山东省东部的一个主要城市。青岛试验区的规划部门很清楚跨境电商公司和银行的需求。对于跨境电商公司而言，相比境内业务，跨境业务需要更多的时间；国内清关、运输、国外清关以及最终交付给国外消费者都需要更多的时间。即使没有跨境电商业务退款难的问题，其整个业务周期也要比境内业务周期更长。虽然利润率较高，但贸易商必须长期为全部业务预筹资金。如果没有资金，中小型跨境电商公司就没有基础发展壮大。

青岛试验区的目标是通过与银行，特别是本地银行密切合作，满足试验区内公司对金融支持的需求。这种理念既简单又高效：价值链数据被用来证明业务的真实性。试验区还与青岛农商银行共享海关数据。该银行是一家为当地小微企业提供支持的地方性银行。基于海关数据，青岛农商银行创建了自己的风险管理机制，贷款以海关数据为依据，流程全部在线完成。

银行可以利用来自海关的实时大数据即刻做出信贷决策。截至 2020 年 9 月 30 日，银行一共向跨境电商公司提供了 230 笔贷款，总金额达到了 9000 万人民币（约 1378 万美元）。平均每笔贷款金额不到 40 万元人民币（约 61840 美元），贷款对象都是小型公司（Li，2020 年）。

为什么跨境电商融资对于电商的长期健康发展如此重要？如果没有融资，小型公司就无法拓展业务。由于跨境业务耗时较长，长时间占用资金会导致小型公司出现资金流动性问题。如果没有金融支持，与大型公司相比，小型甚至中型公司都将处于不利地位。这样一来，中小型企业将很少有机会利用跨境电商全球化发展的潜力，长期来看，这将意味着市场将由大型公司甚至巨头所主导。

总之，普惠性是颠覆性创新中的一个重要议题，在跨境电商中也是如此。只有当市场准入门槛和运营成本较低时，小型公司才有机会参与竞争。为小型公司提供融资不仅是普惠金融的责任。在这个以技术为主导的、快速发展的市场中，避免产生垄断也至关重要。青岛对海关数据的应用表明，政府机构收集的数据可以被用来实现公共利益。在保护客户数据的前提下，为所有市场主体免费提供政府“大数据”将使电商领域中更多参与者的能力得到提升。

这个影响力故事,包括数据和案例研究, 是基于青岛市跨境电子商务综合试验区服务中心部长孙一鸣女士在“第八期网络研讨会：可持续跨境电商金融支付解决方案——以国际城市间电商合作的良好做法为例”上的发言整理而成的。网络研讨会的录像和幻灯片可通过以下网址获取：  
<https://cloud.tencent.com/edu/learning/live-3194>。

## 联合国非洲经济委员会看非洲大陆自由贸易区 (AfCFTA)：促进电商在全球下一个巨型市场中的发展

### 挑战

从前文分享的良好做法可以看出，新冠疫情提高了人们对电商的认识和理解。电子产品和时装线上商城 Jumia Nigeria 的董事长朱丽叶·安娜玛 (Juliet Annamah) 表示，“在许多地方，电商成为了唯一能购买任何东西的渠道”。即使在情况最好的时候，非洲国家也面临着确保为边境人口定期供应物资、支持生产者销售产品、保护就业机会以及创造新的就业岗位等艰巨挑战。随着新冠疫情暴发，这些问题变得更加严峻。在疫情“新常态”时期，电商已经成为非洲用来克服这些挑战的最重要工具之一。

### 寻找解决方案

在整个非洲大陆，电商行业在商业和社会层面都发挥了重要作用，随着新冠疫情的暴发，其影响力得到了提升。非洲主要的电商企业之一 Jumia 所取得的令人瞩目的业绩恰恰反映了新冠疫情所产生的巨大影响。2020 年前 9 个月，Jumia 的活跃客户数量比前一年增长了 23%，达到了 670 万人，而订单数量增长了 9%，达到 1980 万笔。Jumia Pay 上的交易量比上一年增长了 34%。在交易量增长的推动下，总支付金额增长了 74%，达到了 1.76 亿美元 (Sun, 2020 年)。

虽然新冠疫情造成了破坏性影响，但它也创造了独特的增长机会。它迫使消费者、卖家和政府更深入地了解 and 认识电商。疫情期间，电商对很多人来说不再是可有可无的；它对维持经济而言已经是不可或缺的。新冠大流行不仅为大型科技公司创造了增长，也为小微企业创造了新的机会。针对新冠大流行及其对整个非洲 (54 个国家) 经济影响的第二次全面调查显示，75% 的食品企业和 56% 的服务企业发现了新的机会 (联合国非洲经济委员会和《国际经济学期刊》，2020 年)。这些企业找到了利用新技术来开展线上运营的方法。

尽管电商在非洲发展迅猛，但非洲国家的一些弱点也暴露无遗。7 月开展的非洲商业调查 (联合国非洲经济委员会和《国际经济学期刊》，2020 年) 指出，非洲企业在开展电商业务时面临着如下主要挑战：

- 互联网连接 (52%)
- 支付网关 (42%)
- 物流 (39%)
- 一般运输和配送 (38%)
- 缺乏营销 (30%)

其中一大主要挑战是缺乏必要的基础设施。例如，31个非洲国家在“2019年世界商业指数”电力供应子项的排名中排在后50位。此外，由于缺乏道路、港口和铁路等其他必要基础设施，非洲的电商发展进一步受到制约，挑战也变得更加严峻。

非洲电商发展还有很长的路要走。如果没有可靠和廉价的电力，就无法以可承受的价格提供互联网接入。截至2020年第一季度，互联网普及率仅为人口的39.3%左右，远未达到全部人口可以从数字创新中受益的水平（Faria, 2020年）。非洲需要一项“不让任何人掉队的数字战略”。但是，如果没有互联互通的公路、铁路和港口，物流和运输成本将居高不下。这些劣势应尽快得到改善，否则电商的增长将仅限于城市地区。为了释放电商潜力，建设一个更广阔的市场是至关重要的。30多个非洲国家通过组建非洲大陆自由贸易区（AfCFTA），在扩大市场和创造新的增长机会方面迈出了巨大的一步。该自贸区协议于2021年1月生效。

电商是非洲大陆自由贸易区协议的重要组成部分。尽管现在预测还为时过早，但该协议的以下共同规约有助于形成一个庞大的电商市场：统一海关法规；统一税收；保护跨境消费者；以及统一相关法律规定，例如管理数字签名的法律。

总的来说，2020年，非洲的电商市场增长迅猛，预计这一趋势将持续到2021年及以后。但是，如果不解决基础设施、电商和数字创新等问题，这种增长将主要有利于城市人口，而农村和偏远地区的弱势群体将不幸与数字化脱节。非洲大陆自由贸易区的建立是一大进步，特别是对由数字创新驱动和从事跨境经营的公司而言。如果有更多针对小微企业的普惠措施，那么建设一个更为广阔的市场理念将发挥更为有益的作用。

中国的“一带一路”倡议在支持非洲电商发展方面潜力巨大，不仅可以以传统的方式建设非洲仍然缺乏的基础设施，比如仓储、港口、公路、铁路及物流中心，而且还可以向非洲转让与数字化有关的知识，比如分享监管经验和开展能力建设活动。“一带一路”倡议还可以支持中国和非洲机构之间开展密切合作，促进非洲对中国出口产品。电商将是实现这一目标的最重要工具。不应仅依靠政府获得解决方案，而应携手各利益方——尤其是来自私营部门的利益相关方——通力合作。

这个影响力故事，包括数据和案例研究，是基于联合国非洲经济委员会卓越数字认证中心贸易与经济首席顾问通德·法芬瓦（Tunde Fafunwa）先生在“第十五期网络研讨会：中国电子商务的创新实践以及区域合作的优秀实践”上的发言整理而成的。网络研讨会的录音和幻灯片可通过以下网址获取：  
<https://cloud.tencent.com/developer/salon/live-1308>。

这个影响力故事，包括数据和案例研究，也是基于联合国非洲经济委员会贸易政策专家杰米·麦克劳德（Jamie Macleod）先生在“第十二期网络研讨会：‘一带一路’倡议对于促进金融科技进入发展中国家跨境电商市场中的作用”上的发言整理而成的。网络研讨会的录像和幻灯片可通过以下网址获取：  
<https://cloud.tencent.com/edu/learning/live-3279>。

## 中国天津：港口效率是跨境电商的关键竞争因素

### 挑战

跨境电商是一场与时间和成本的赛跑。参与竞争的公司可以推动技术、组织和流程的创新。在跨境电商业务中，港口效率至关重要，港口之间也在相互竞争。官僚行为会造成不必要的拖延，而这些额外时间不仅增加了运营和财务成本，也降低了消费者的满意度。在传统进出口业务的时代，几天时间可能无关紧要，但在电商时代，每一小时和每一天都至关重要。如今港口面临着保持高效率以及准确处理进出口申请的挑战。天津港——中国北方最大的国际贸易港口——的例子展示了如何利用恰当理念和最新技术来提高港口效率。

### 寻找解决方案

超过 4000 家贸易企业选择在天津港经营业务。天津港将自己视为高质量港口服务的提供商。天津模式的特点是流程优化、精简化和数字化。天津港鼓励企业提前报关，从而通过日常通关机制加快港口相关流程，简化港口和工作流程所需单证。与报关有关的文件也被简化。企业还可以获得电子进出口许可证。为了加快港口流程并节约成本，国际贸易的申请事宜都在同一窗口处理。在线服务中心或在线业务大厅不仅实现了集装箱设备交货清单、提单以及其他物流文件的数字化，也提升了行政效率。

此外，天津港的港口基础设施也在不断完善。智能集装箱码头已经建成。基础设施的不断完善提高了港口的处理效率。

天津港对使用其服务的企业是公开透明的。由于能够更好地预测港口服务，企业能够更好地管理时间和成本。透明度、效率和服务导向使天津成为了全球贸易的有力竞争者。在世界银行《营商环境报告》跨境贸易指标评价中，天津与北京、上海一道作为中国的代表，排名从 2017 年的 97 位上升至 2019 年的 56 位，两年间排名有了明显的提升。

天津港正在不断提高效率。按通关时长衡量，天津港在中国主要海运港口中占据着领先地位。2019 年的出口清关时长是 2017 年所需时长的六分之一，略快于上海港。天津港的进口清关时长明显快于全国平均水平和天津周边的其他海运港口。中国国务院正在全国推广天津港的许多改革措施，如提高透明度等。

天津港继续将自己定位为华北地区重要的跨境电商中心，与此同时还采取了以下措施进一步促进电商发展：

- 优化海关可追溯标签管理，加大保护消费者权益，提高市场信任度；
- 在试验区内建立首个快速分拨中心，加快物流和通关处理；以及
- 建立华北地区第一个宠物食品港口。

通过采取这些措施，天津已成为华北地区最重要的跨境电商港口，其生态体系也在不断发展完善。天津已成为天猫、苏宁、顺丰等众多电商和物流巨头的中心。2019 年，天津港的总订单交易量超过了 1300 万笔。

这个影响力故事，包括数据和案例研究，是基于天津市商务局外资促进处产业招商主管王志东先生在“第十期网络研讨会：可持续跨境电商供应链解决方案——以国际城市间电商合作的良好做法为例”上的发言整理而成的。网络研讨会的录像和幻灯片可通过以下网址获取：  
<https://cloud.tencent.com/edu/learning/live-3239>。

## 中国内蒙古自治区呼伦贝尔市扎兰屯县级市：欠发达地区的农村电商发展探索

### 挑战

扎兰屯是中国内蒙古自治区呼伦贝尔的一个县级市，面积 1.69 万平方公里——比北京大，但总人口只有 43 万，其中 26 万人生活在农村地区。扎兰屯的人口由 23 个民族组成。这里共有 130 个行政村，最远的一个行政村距离扎兰屯市中心 170 公里。2014 年，扎兰屯的贫困率很高；这里有 70 个村被认定为贫困村，共有 12,783 个贫困家庭和 33,785 名贫困人口。

就直飞距离而言，从扎兰屯飞往北京需要一个多小时，但是，这里没有机场。鉴于长距离运货成本以及包裹运送量不大，在这个地区从事电商的成本非常高。

对于这种欠发达的农村地区，除了解决物流和成本上的障碍，还需要解决另外两大挑战。一是由于农民收入有限，无论是日用品还是农场生产用品，农民的购买力都较低。另一个主要挑战是人口外流，问题是如何留住年轻人和适龄劳动力，并确保他们在自己的家乡获得就业机会。留住年轻人和劳动力对于支持农村地区的可持续发展至关重要。

电商有可能帮助解决这两个问题，原因有二。第一个原因是电商的就业和创业成本低，只要一根网线和一台电脑，在这个移动互联网时代，甚至只需一部手机，就可以实现灵活就业。第二个原因是，销售农村产品可以帮助农民增加收入。即使电商不能在短期内增加他们的收入，但当地人可以通过购买更低价的东西来省钱，从而降低成本，提高收入。

在欠发达地区扩大电商发展规模的核心是通过培养人才、保障资金和改善物流，建立起支撑电商市场的基础设施。需要采取更为全面的办法，并且需要从国家和地方两级发力。通过由私营部门提供平台和由政府改善信息通信技术基础设施，支付问题已大体上得到了解决。

## 寻找解决方案

为激励当地居民从事电商，扎兰屯市通过委托广泛开展培训。当地居民从这次培训中了解到了两点重要经验。首先，人们发现培训可以通过互联网进行。第二，需要重新思考培训对象是谁。一开始，培训主要针对青年，特别是大学生。但是，在当地政府发现该地区的电商并不依赖于大学生而是依赖于家庭企业产出时，培训的目标人群转向了后者。

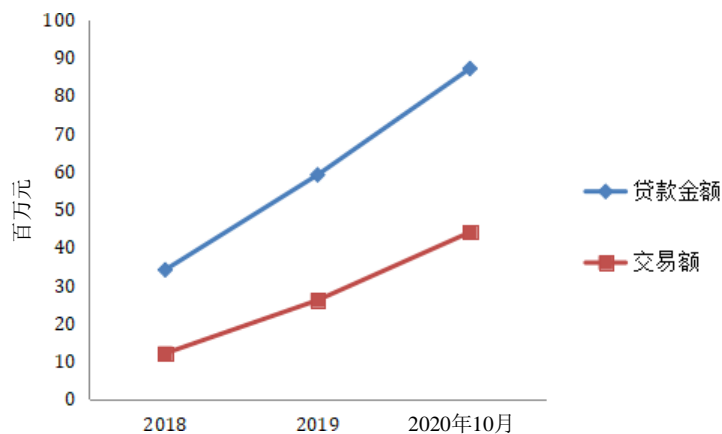
除了培训农村居民如何销售产品，向他们展示如何使用电商来购买商品也很重要。因此，每个村庄都建立了一个电商服务站，由拥有相关知识和技术能力的村民运营。一个服务站的经理每年可获得超过 5 万元（约 7730 美元）的收入。这些服务站还提供电子农业技术服务。扎兰屯共建立了 130 个智能村庄服务站。

昂贵的快递成本是亟待克服的另一大障碍。扎兰屯所采用的方法是将不同快递公司的包裹送到一个本地服务公司，然后由该服务公司将包裹送到农村的最终消费者手中。这种先聚集后分散的方法也被称为第四方物流。事实证明，这是降低成本的一种有效办法。

最后一大挑战是帮助农民获得资金，以购买必要产品并提高他们的收入。虽然也有一些金融机构向农民提供贷款，但农民的信用通常难以评估。由于存在潜在风险，大型金融机构一直不愿意向农民提供贷款，这使得农村金融发展困难重重。为了解决这个问题，在金融机构、农民和电商平台之间建立了一个闭环。闭环中，金融机构把钱借给农民，但农民并不直接收到钱，而是从商家那里收到货物，银行通过平台直接向商家付款。因为平台聚集了众多产品，因此成本也更低。

得益于电商领域的改革措施，我们可以看到，该地区在过去几年里发展成效显著。例如，贷款金额和交易规模在过去三年里快速增长（见图 5）。

图 5：2018 年-2020 年的交易额和贷款金额



资料来源：第十五期网络研讨会幻灯片第 18 页，可通过 <https://share.weiyun.com/cVREbSHs> 获取。另见第十五期网络研讨会录像 01:13:06-01:13:14，可通过 <https://cloud.tencent.com/developer/salon/live-1308> 观看该录像。

电商在这个偏远地区的发展正是时候，它帮助扎兰屯解决了新冠大流行所带来的诸多问题。例如，在大流行期间，电商平台向农村运送了 12,064 吨春耕物资和 8,766 件日常用品，并使农民能够参加远程医疗会诊。

扎兰屯乃至呼伦贝尔市通过发展和利用农村电商为人们带来了诸多益处，包括增加农民收入，方便日常生活和刺激消费。最重要的是，通过让当地人熟悉电商和互联网，这些偏远农村地区的居民成为了现代化发展的积极参与者，贫困地区和发达地区之间建立起了紧密联系、开展了有效合作以及实现了真正的融合。

本影响力故事，包括数据和案例分析，是基于中国社会科学院健康业发展研究中心副主任陈秋霖教授在“第十五期网络研讨会：中国电子商务的创新实践以及区域合作的优秀实践”上的发言整理而成的。网络研讨会的录像和幻灯片可通过以下网址获取：<https://cloud.tencent.com/developer/salon/live-1308>。

## 中国郑州：以强大的物流服务推动跨境电商繁荣发展

### 挑战

一次成功的电商交易建立在信息流、资金流和物流的基础上。通过互联网可以有效地组织供需匹配，且信息成本很低。在许多国家，也可以通过现有的银行基础设施或支付公司有效地组织资金流动，且成本较低。但是，物流，即通过长距离运输将货物送到最终消费者手中，才是电商面临的真正挑战。

电商对消费者满意度设置了高标准。近乎实时的在线订单处理和支付只是与时间赛跑的开始。从仓库环节到配送给消费者，每一分钟、每一小时都至关重要。竞争厂商分秒必争，瞬息万变。以可承受的成本准时完成配送是物流公司参与电商业务必须满足的标准。在一些南方国家，电商在城市中蓬勃发展，但还未普及到整个地区，因为现有的基础设施不足以支撑及时和具有成本效益的物流系统。

郑州是中国传统中部地区——河南省的省会。河南省有 1 亿多人口，是中国人口最稠密且经济地位非常重要的地区。该地区虽地处内陆，但拥有全国最好的铁路网络枢纽之一。郑州选择了一种独特的方式来促进其跨境电商的发展。

### 寻找解决方案

郑州很清楚自己的战略地理优势以及劣势。河南是一个没有港口的省份，而郑州作为主要城市，没有受益于传统的海洋运输及其带来的低廉航运成本。但是，随着“一带一路”倡议的提出，郑州的铁路网络已经成为一个重要的铁路物流中心，连接远东和西欧。实际上，通过铁路将货物从中国运输到欧洲速度要更快，比海运所需时间少 50%。此外，铁路运输的成本只有空运的六分之一到八分之一。铁路运输是中等价位货物的理想运输方式。

郑州通往欧洲的铁路网络覆盖了“一带一路”沿线的中亚国家，以及俄罗斯、东欧、德国和比利时。许多冷链产品通过铁路运输网络出口到了中国。这一铁路网还运输肉类、乳制品、零食、酒类、酿造果饮以及重要的农产品，如谷物和油类。得益于铁路运输，以郑州为核心的河南跨境电商试验区找到了自己的市场定位和竞争力，甚至与中国的许多重要港口城市的竞争力不相上下。

郑州试验区的定位不仅是跨境电商，它还利用位于中国中部的优势，将自己打造成具有竞争力的仓储、物流和产品进口中心。时间和成本效益是中国物流产业的两大决定性因素。通过郑州试验区的“1210 模式”，进口公司可以大量进口产品，将其储存在保税区仓库中，并且无需支付进口关税。这些产品可以通过电商平台销售给中国消费者。在网上销售和应缴税款支付完成以后，货物被交给国内快递公司。这种模式大大提高了物流效率。多年以前，中国消费者在从外国供应商那里购买产品时，从订购到配送到手的整个流程耗时 20 到 100 天不等，而郑州“1210 模式”则只需几天时间，最快的记录是一天内完成配送。

得益于政策创新和国内配送优势，郑州成为了中国重要的跨境电商中心。郑州已成为全国最大的进口化妆品、保健品和食品类跨境电商交易基地，分别占全国交易总额的 65%、50% 和 34%。河南保税物流中心注册企业 1200 家，服务企业 4 万余家，还有来自全球 77 个国家和地区的商品，出口业务覆盖 200 个国家和地区。

这个例子表明，“一带一路”倡议能够为郑州这样的内陆城市带来机遇。拥有港口的城市可以受益于低廉的海运成本，而拥有完善铁路和公路基础设施的内陆城市可以受益于较短的运输时间。电商是由许多细分市场组成的一盘大生意。郑州的思维模式是找到了自身的比较优势，并利用这种优势打造自己的竞争力。全球许多城市，特别是全球南方的城市可以借鉴这种思维模式。

这个影响力故事，包括数据和案例分析，是基于河南省商务厅电子商务处处长孙琪先生在“第七期网络研讨会：可持续跨境电商物流解决方案——以国际城市间电商合作的良好做法为例”上的发言整理而成的。网络研讨会录像和幻灯片可通过以下网址获取：<https://cloud.tencent.com/edu/learning/live-3157>。



## 第三章：未来的道路：充分发挥 成果作用，探索发展新机遇

## 总结

新冠疫情的暴发和蔓延给全世界，尤其是全球南方人民的生活生计带来了严峻的挑战。新冠大流行不仅威胁着人们的健康，还影响着他们的社会和经济福祉。由于对感染的恐惧加上政府旨在遏制病毒传播的封锁政策，人们不得不避免肢体接触，减少以习以为常的方式交往。与此同时，这些政策对数千万人的就业和收入产生了直接或间接影响。由于传统贸易体系的崩溃，人们的收入也在减少。例如，许多集贸市场、餐馆和酒馆已经停业，人们进入超市也受到限制。这些仅仅是新冠大流行阻碍传统交易、增加交易成本的几个例子。在资源和政府能力有限的国家，这些挑战更为严峻。更确切地说，缺乏或没有救济方案的贫穷国家每天都必须做出生死抉择。为了努力维持生计，越来越多的人可能被迫在自身健康安全与暴露于疫情风险间做出选择。

除了打破传统的国内贸易体系，新冠大流行还极大地改变了国际贸易。国家边境关闭以及人员和货物跨境流动的中断沉重打击了国际贸易惯例。然而，本报告表明，这些挑战也同样为电商和其他数字创新的发展提供了前所未有的机会。实际上，疫情加速了许多重要发展进程，比如数字技术和电商被世界各地所接受。在这场疫情中，电商和数字化金融交易的发展壮大还催生了贸易领域的创新。的确，在困难重重的大流行时期，电商正在成为数百万人开展业务的重要渠道。电商有助于为人们持续供应各类必需品和非必需品，同时帮助维持就业。因此，尽管大流行带来了各种各样的挑战，但它也为电商和数字创新在世界范围内发展壮大创造了巨大的机会。

但遗憾的是，本报告还指出，全球电商和数字创新的发展是不平衡的。一些国家在电商和数字化金融交易方面表现优异。而其他国家在观念和技术方面，以及在投资和技术知识方面都亟需支持。中国正在坚定不移地巩固在这些领域的重要地位。美国和其他发达经济体增长显著。非洲正在努力推进电商以及与电商有关的数字创新。拉丁美洲仍处在电商发展的初级阶段。数字化发展的不平衡显著影响了各国应对新冠大流行的能力。这种不平衡还影响了旨在通过数字创新和电商实现经济复苏的政策措施的实施。例如，在数字创新方面占据领先地位的国家可以提供多种工具，支持政府实施抗击疫情的政策措施。更确切地说，中国，正如其他在数字化领域较为领先的国家一样，迅速对商业和贸易进行了数字化调整：线下市场迁移到线上、餐馆将重心转移到外卖业务以及在线食品配送平台；面对面的银行服务转向互联网和移动银行；医院和药店转而提供在线服务。

正如本报告所呈现的那样，在利用电商和其他数字创新力量上，仍然存在着许多鸿沟。数字化程度先进的国家和数字化程度欠缺的国家之间存在着数字鸿沟。富裕和受过教育的群体与弱势群体之间存在着鸿沟，电力和互联网设施完善的地区与缺乏此类设施的地区之间存在着鸿沟。基础设施（如公路、铁路和港口）方面存在的差距使得这种鸿沟更具破坏性。

正是由于这一原因，联合国南南合作办公室委托编写了这份报告。联合国南南合作办公室与其发展伙伴，包括中国服务贸易协会和中国国际经济技术交流中心开展合作，产出了更多知识产品，以更好地了解应对这些挑战。本报告呈现了世界各地在境内和跨境电商方面的创新经验，目的是支持有需要的国家将这些经验应用于本国。本报告提出的发展和政策建议源于对众多国家和机构经验的总结。本报告以联合国南南合作办公室2020年8月14日至12月4日组织的15场网络研讨会积累的专业知识为基础。

在分享创新经验的同时，本报告提出了若干建议，目的是分享境内和跨境电商领域的知识，尤其是全球南方城市分享的首创经验；并成为在南南及三方合作框架下促进城市间共享知识以及缔结伙伴关系的平台。本报告还旨在发现城市在电商和数字创新领域的潜力，并推动城市之间开展合作，从而实现可持续发展目标。

然而，将这一目标转变为现实，需要坚定不移的政治承诺和海量资源。如前文所述，电商和数字化交易转型正在造成巨大的鸿沟，并可能产生长期影响。一方面，拥有现成电商基础设施的国家、地区和城市的电商正在蓬勃发展，传统的交易体系正迅速被数字化交易所取代。

另一方面，缺乏必要基础设施的国家、地区和城市逐渐掉队。这是因为众多传统商业活动因为疫情肆虐而面临崩溃。具体而言，主要挑战之一是缺乏基础设施。比如，本报告显示，31个非洲国家在“2019年世界商业指数”电力供应排名中排在后50位。遗憾的是，由于新冠大流行的影响，这一趋势在2021年可能只会更加恶化。同样，缺乏道路、港口和铁路等其他基础设施也严重限制了非洲的电商发展。但非洲绝不是唯一由于缺乏这些基础设施而落后的地区。

如前文所述，拉丁美洲是另一个远远落后于全球新兴发展趋势的地区。这是由一系列问题造成的，包括对电商和数字技术缺乏认识；数字经济所需的人才资源有限；缺乏标准化的邮政编码和邮寄地址；以及互联网接入有限。这些问题意味着拉丁美洲在电商和其他数字创新领域的发展机会有限。由于跨境电商比境内电商更为复杂，挑战将变得更加艰巨；为了确保跨境电商的有效性，需要更新海关、税收和检验政策，并制定许多其他相关政策和监管措施。

在许多发展中地区，境内电商已然不堪重负，但由于存在许多其他问题，跨境电商的运营环境甚至更加糟糕。这些问题包括跨境物流问题、缺乏互联互通的基础设施、短期贷款利率高以及外汇限制政策等。总之，跨境物流存在发展程度低且成本高的问题，而跨境支付服务不仅昂贵又复杂，通常还非常缓慢。下文提出了一些旨在积极正面应对这些挑战的政策建议。

## 政策建议

本报告提出的一个重要观点是，新冠疫情深刻地颠覆了许多领域，但也为增长和发展创造了大量机会。在贸易领域，疫情使消费者、卖家和政府对电商以及其他数字创新的重要性有更好的理解和认识。事实上，电商和其他数字化交易已成为在全球危机期间维持经济运转和实现未来复苏的必要条件。它们不仅为大型科技公司创造了增长，也为小微企业、个人消费者以及政府机构创造了新的机会。

本节提出了一些有说服力的、实用的政策建议，目的是通过南南及三方合作推动加快向跨境电商和其他数字创新转变。这些建议旨在有效地应对上文提及的存在于跨境电商及其他数字创新领域的挑战。

### 积极、创新的政府政策

电商是一种新兴的贸易形式，成功的电商需要政府提供有效的法律和监管框架。它还需要完善的综合数字支付机制。除了可持续和可负担的电力、仓库、港口、铁路和公路等基础设施，电商的发展还离不开电信技术和互联网连接。因此，政府需要制定积极、创新的政策以解决这些问题。这不仅需要远见卓识和雄心勃勃的领导班子，还需要通过南南及三方合作建立战略伙伴关系。电商不仅是一国数字经济发展水平的反映，还将成为未来发展的一大重要衡量基准。这是因为未来的技术，包括人工智能、物联网、区块链、机器人和无人机，都将在电商行业深耕。因此，主动采取措施应对电商和其他数字创新领域现有挑战的政府，有可能引领第四次工业革命的发展并从中受益。

### 有效的公私伙伴关系

电商和其他数字创新在不断完善中获得不竭的发展动力。事实上，这正是它们的命脉所在。因此，政府应当与私营部门的主要参与者合作，建立有效、互利的伙伴关系。在南南合作原则的指导下，政府与电商行业的领导者能够从这种伙伴关系中受益。

## 跨国合作

毫无疑问，跨境电商所需的法律和监管框架更为复杂。这是因为它要求在海关、检验、跨境融资、外汇政策等方面制定明确且行之有效的规则和条例。没有一个国家能够独自成功地应对这些挑战。要解决好这些多维度任务，需要采取多管齐下、协同起效的措施。此外，一些国家在技术上处于领先地位，拥有丰富的经验和知识，而其他许多国家还远远落后。南南及三方合作是促进更为平衡的发展进程的一种手段。同样，要实现跨境电商的成功发展，跨国合作和协作是必不可少的。应统一以下各项措施：

- 跨境海关条例；
- 地区层面的税收政策；
- 地区层面的产业政策；
- 跨国消费者保护机制；以及
- 数字签名和知识产权。

## 城市和地方政府之间的合作

本报告重点关注了全球南方城市如何在电商和数字化发展中应用创新、协作和基于实证的战略，以促进当地和跨境贸易的发展。因此，有必要支持这些举措，并遵循南南合作的原则促进知识和经验传播。电商和数字化正在城市层面生根发芽，其溢出效应将拥有巨大的潜力，加速国家及国家以下层面的数字化进程。本报告强调，有必要加强城市和地方政府间合作，推动发展中国家跨境电商发展壮大。

实际上，这种加强城市和地方政府合作、以推动南方国家跨境电商发展的呼吁，符合第二届联合国南南合作高级别会议最新成果文件精神（第二届联合国南南合作高级别会议暨布宜诺斯艾利斯行动计划四十周年边会（BAPA+40），2019年3月）。这份成果文件强调了南南合作在国家以下层面对可持续发展的重要作用。但就电商和数字创新而言，仅仅关注全球南方城市是不够的。还必须按照三方合作的准则，让发达地区的城市和地方政府参与进来，并与南方城市开展合作。这种合作将为南方国家提供更多的技术知识以及必要的、先进的、高质量的数字技术。这种合作还将有助于产生必要的资源，在有需求的国家实施数字化项目。

## 行动要点

除上述一般性建议，网络研讨会上提出的一些针对中国的建议值得在此总结。基于网络研讨会与会者提供的信息，本报告提出了以下行动要点，以期进一步推动跨境电商发展：

### 加强以目标为导向的知识转让和能力建设（例如，针对年轻人和现有的贸易结构）

中国作为全球电商和跨境电商的重要参与者，可以在知识转让和能力建设方面发挥重要作用。例如，可以由中国负责推广电商的机构与联合国南南合作办公室、外交使团和商会合作，总结杭州影响力故事的经验、为在华拉美学生举办与电商有关的创新挑战赛，以及分享中国贸易公司现在面临的数字化转型挑战等。

### 加强双边合作，建设跨境电商试验区

为促进跨境电商的发展，中国可以支持其他国家增加对中国的出口，使国际贸易格局更加平衡。中国的跨境电商试验区可以与其他国家的城市达成双边合作，例如为其他国家的政府官员提供能力建设和实践培训，支持其他国家的贸易公司使用中国现有的电商基础设施，增加对中国客户的直接出口。

### 建立一个国际电商技术援助和投资平台

无论是新冠大流行期间还是之后，世界都将需要大量数字创新，包括与电商、数字支付、数字服务、数字培训等有关的技术。截至目前，这类技术被科技巨头所垄断。中国的机构可以建立多语言的数字平台，改善中国和其他国家之间的信息自由流动，更好地匹配供需。

# 参考文献

- Australian Government (2019). *E-commerce in ASEAN: A guide for Australian business*. [www.austrade.gov.au/e-commerce-asean-guide.pdf.aspx](http://www.austrade.gov.au/e-commerce-asean-guide.pdf.aspx) [Accessed 29 Jan. 2021].
- Centers for Disease Control and Prevention (2020). *Using Telehealth to Expand Access to Essential Health Services during the COVID-19 Pandemic*. [www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/hcp/telehealth.html](http://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/hcp/telehealth.html) [Accessed 29 Jan. 2021].
- Chan T., Lang N., Modi S., Tang T., and Szczepanski K. (2020). *How Chinese Digital Ecosystems Battled COVID-19*. [www.bcg.com/fr-fr/publications/2020/how-chinese-digital-ecosystems-battled-covid-19](http://www.bcg.com/fr-fr/publications/2020/how-chinese-digital-ecosystems-battled-covid-19) [Accessed 29 Jan. 2021].
- Cheng J. (2021). *China Is the Only Major Economy to Report Economic Growth for 2020*. [www.wsj.com/articles/china-is-the-only-major-economy-to-report-economic-growth-for-2020-11610936187](https://www.wsj.com/articles/china-is-the-only-major-economy-to-report-economic-growth-for-2020-11610936187) [Accessed 29 Jan. 2021].
- Chevalier S. (2020). *E-commerce in Latin America – statistics and facts*. [www.statista.com/topics/2453/e-commerce-in-latin-america/](https://www.statista.com/topics/2453/e-commerce-in-latin-america/) [Accessed 29 Jan. 2021].
- Cheung M.C. (2019). *China Mobile Payment Users 2019*. [www.emarketer.com/content/china-mobile-payment-users-2019](http://www.emarketer.com/content/china-mobile-payment-users-2019) [Accessed 24 Feb. 2021].
- China-hzgec (2021). *About Us*. <http://global.singlewindow.gov.cn> [Accessed 19 Feb. 2021].
- Cramer-Flood E. (2020). *Global Ecommerce 2020: Ecommerce Decelerates amid Global Retail Contraction but Remains a Bright Spot*. [www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2020](http://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2020) [Accessed 29 Jan. 2021].
- CGTN (2020). *A Record 80 Billion Packages Delivered Across China in 2020*. <https://news.cgtn.com/news/2020-12-22/A-record-80-billion-packages-delivered-across-China-in-2020-WqhrnvMrkI/index.html> [Accessed 24 Feb. 2021].
- Dhaka Tribune (2019). *1 Bangladeshi among every 5 tourists in India*. [www.dhakatribune.com/world/south-asia/2019/11/24/one-bangladeshi-among-every-5-tourists-in-india](http://www.dhakatribune.com/world/south-asia/2019/11/24/one-bangladeshi-among-every-5-tourists-in-india) [Accessed 24 Feb. 2021].
- Dobrevá K. (2018). *Global E-commerce Trends and Statistics [2017-2018]*. <https://amasty.com/blog/wp-content/uploads/2018/02/GLOBAL-E-COMMERCE-TRENDS-AND-STATISTICS.pdf> [Accessed 19 Feb. 2021].
- Ehangzhou (2020). *China (Hangzhou) Cross-border E-commerce Comprehensive Pilot Area*. [www.ehangzhou.gov.cn/2020-06/24/c\\_270465.htm](http://www.ehangzhou.gov.cn/2020-06/24/c_270465.htm) [Accessed 19 Feb. 2021].
- Ehangzhou (2020). *Business: Companies*. [www.ehangzhou.gov.cn/companies.html](http://www.ehangzhou.gov.cn/companies.html) [Accessed 19 Feb. 2021].
- Faria J. (2020). *Internet penetration rate in Africa as of the first quarter of 2020, compared to the global average*. [www.statista.com/statistics/1176654/internet-penetration-rate-africa-compared-to-global-average/](https://www.statista.com/statistics/1176654/internet-penetration-rate-africa-compared-to-global-average/) [Accessed 24 Feb. 2021].
- Gong H., Hassink R., Tan J. and Huang D. (2020). *Regional Resilience in Times of a Pandemic Crisis: The Case of COVID-19 in China*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/tesg.12447> [Accessed 29 Jan. 2021].
- Guangzhou Municipal Commerce Bureau (2020). *Notice on the Issuance of Guangzhou E-commerce Live Streaming*

*Development Action Plan (2020-2022)*. [http://sw.gz.gov.cn/xxgk/tzgg/tz/content/post\\_5741707.html](http://sw.gz.gov.cn/xxgk/tzgg/tz/content/post_5741707.html) [Accessed 19 Feb. 2021].

*International Telecommunication Union (2020). Connecting Humanity*. [www.itu.int/en/myitu/Publications/2020/08/31/08/38/Connecting-Humanity](http://www.itu.int/en/myitu/Publications/2020/08/31/08/38/Connecting-Humanity) [Accessed 23 Feb. 2021].

*ITU/UNESCO (2019). Connecting Africa through Broadband A strategy for doubling connectivity by 2021 and reaching universal access by 2030*. [www.broadbandcommission.org/Documents/working-groups/DigitalMoonshotforAfrica\\_Report.pdf](http://www.broadbandcommission.org/Documents/working-groups/DigitalMoonshotforAfrica_Report.pdf). [Accessed 29 Jan. 2021].

*ITU/UNESCO (2019). The State of Broadband: Broadband as a Foundation for Sustainable Development*. [www.itu.int/dms\\_pub/itu-s/opb/pol/S-POL-BROADBAND.20-2019-PDF-E.pdf](http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/pol/S-POL-BROADBAND.20-2019-PDF-E.pdf). [Accessed 29 Jan. 2021].

*Kaplan, M. (2021). China is Dominating Ecommerce*. [www.practicalecommerce.com/china-is-dominating-ecommerce](http://www.practicalecommerce.com/china-is-dominating-ecommerce) [Accessed 29 Jan. 2021].

*Kituyi, M. (2020). The intricacies, impact and opportunities of e-commerce for trade and development*. <https://unctad.org/news/intricacies-impact-and-opportunities-e-commerce-trade-and-development> [Accessed 29 Feb. 2021].

*Li, C. and McElveen, R. (2020). Will China's e-commerce reshape a reopening world?* [www.brookings.edu/articles/will-chinas-e-commerce-reshape-a-reopening-world/](http://www.brookings.edu/articles/will-chinas-e-commerce-reshape-a-reopening-world/) [Accessed 29 Jan. 2021].

*Li, K.W. (2020). The State Council Information Office Held A Press Conference on Imports and Exports in The First Half of 2020*. [www.gov.cn/xinwen/2020-07/14/content\\_5526721.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2020-07/14/content_5526721.htm) [Accessed 28 Feb. 2021].

*Li, Q.S. (2020). How does Guangzhou, the commercial capital for thousands of years, stand out?* [www.sohu.com/a/399890338\\_114984](http://www.sohu.com/a/399890338_114984) [Assessed 24 Feb. 2021; available in Chinese].

*Li J. (2020). Qingdao Rural Commercial Bank and Qingdao Customs Launched "Customs E-Loans."* [www.qdcaijing.com/jypd/dst/caijing/p/91802.html](http://www.qdcaijing.com/jypd/dst/caijing/p/91802.html) [Accessed 24 Feb. 2021].

*Lipsman, A. and Liu, C. (2020). US Ecommerce 2020: Coronavirus Boosts Ecommerce Forecast and Will Accelerate Channel-Shift.* [www.emarketer.com/content/us-ecommerce-2020](http://www.emarketer.com/content/us-ecommerce-2020) [Accessed 29 Jan. 2021].

*Lou (2020). China's Double 11 Shopping Festival Tests Consumption Strength after COVID-19.* [www.china-briefing.com/news/chinas-double-11-shopping-festival-tests-consumption-strength-after-covid-19/](http://www.china-briefing.com/news/chinas-double-11-shopping-festival-tests-consumption-strength-after-covid-19/) [Accessed 13 Nov. 2020].

*Ma, Y. (2020). Cross-border e-commerce in China – statistics and facts.* [www.statista.com/topics/6782/cross-border-e-commerce-in-china/](http://www.statista.com/topics/6782/cross-border-e-commerce-in-china/) [Accessed 19 Feb. 2021].

*Ma, Y. (2020). E-commerce in China – statistics and facts.* [www.statista.com/topics/1007/e-commerce-in-china/](http://www.statista.com/topics/1007/e-commerce-in-china/) [Accessed 28 Jan. 2021].

*Muluk, T. (2016). Importance of 5G for Developing Countries.* [www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/ArabStates/Documents/events/2016/NTD/Presentations/Session1/Intel-ITU%20Forum-5G-Intel.pdf](http://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/ArabStates/Documents/events/2016/NTD/Presentations/Session1/Intel-ITU%20Forum-5G-Intel.pdf) [Accessed 24 Feb. 2021].

*Navarro (2021). E-commerce in Brazil - Statistic and Facts.* [www.statista.com/topics/4697/e-commerce-in-brazil/#dossierSummary\\_chapter6](http://www.statista.com/topics/4697/e-commerce-in-brazil/#dossierSummary_chapter6) [Accessed 24 Feb. 2021].

*Nazareth I. (2020). Five Policy Tools to Boost Brazilian Start-ups.* [https://apolitical.co/en/solution\\_article/five-policy-tools-to-boost-brazilian-start-ups](https://apolitical.co/en/solution_article/five-policy-tools-to-boost-brazilian-start-ups) [Accessed 24 Feb. 2021].

*Novak J., Filip A., Valachovicova I., Pastusiak B., Kawecka K., and Mlodziejewska M. (2020). Twelve million new online service users in CEE.* [www.mckinsey.com/pl/en/our-insights/digital-challengers-artykul#](http://www.mckinsey.com/pl/en/our-insights/digital-challengers-artykul#) [Accessed 28 Jan. 2021].

*OECD/ACET (2020). Quality Infrastructure in 21st Century Africa: Prioritising, Accelerating and Scaling up in the Context of Pida (2021-30).* [www.oecd.org/dev/Africa-Quality-infrastructure-21st-century.pdf](http://www.oecd.org/dev/Africa-Quality-infrastructure-21st-century.pdf) [Accessed 29 Jan. 2021].

*OECD (2020). Coronavirus (COVID-19): SME policy responses.* [www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/](http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/) [Accessed 24 Feb. 2021].

*OECD (2020). SME and Entrepreneurship Policy in Brazil 2020.* [www.oecd.org/publications/sme-and-entrepreneurship-policy-in-brazil-2020-cc5feb81-en.htm](http://www.oecd.org/publications/sme-and-entrepreneurship-policy-in-brazil-2020-cc5feb81-en.htm) [Accessed 24 Feb. 2021].

*Proctor D. (2019). What is digital banking?* [www.temenos.com/news/2019/12/19/what-is-digital-banking/](http://www.temenos.com/news/2019/12/19/what-is-digital-banking/) [Accessed 29 Jan. 2021].

Robinson A. (2020). *E-Commerce Logistics: The Evolution of Logistics and Supply Chains from Direct to Store Models to E-Commerce*. <https://cerasis.com/e-commerce-logistics/> [Accessed 29 Jan. 2021].

Samet A. (2020). *Global ecommerce market report: ecommerce sales trends and growth statistics for 2021*. [www.businessinsider.com/global-ecommerce-2020-report?IR=T](http://www.businessinsider.com/global-ecommerce-2020-report?IR=T) [Accessed 19 Feb. 2021].

sfh.e-box (2021). *Document of Organizing Committee of SUPER START —The Second “Sail from Hangzhou” Global Youth Training Program of Cross-Border E-Commerce Talents*. <http://sfh.e-box.org.cn/ebox-student/competition/intro> [Accessed 19 Feb. 2021].

Sun L. (2020). *Jumia Stock Surged 600% in 2020. Is It a Buy for 2021?* [www.msn.com/en-us/money/savingandinvesting/jumia-stock-surged-600percent-in-2020-is-it-a-buy-for-2021/ar-BB1cb3RX](http://www.msn.com/en-us/money/savingandinvesting/jumia-stock-surged-600percent-in-2020-is-it-a-buy-for-2021/ar-BB1cb3RX) [Accessed 24 Feb. 2021].

UNCTAD (2019). *eTrade Readiness Assessments of Land-Locked Developing Countries*. [https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstictmisc2019d8\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstictmisc2019d8_en.pdf) [Accessed 19 Feb. 2021].

United Nations Conference on Trade and Development (2020). *Impact of the COVID-19 Pandemic on Trade and Development: Transitioning to A New Normal*. [https://unctad.org/system/files/official-document/osg2020d1\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/osg2020d1_en.pdf) [Accessed 28 Jan. 2021].

UNCTAD (2020). *Global e-Commerce hits \$25.6 trillion – latest UNCTAD estimates*. <https://unctad.org/press-material/global-e-commerce-hits-256-trillion-latest-unctad-estimates> [Accessed 19 Feb. 2021].

UNCTAD (2019). *Global e-Commerce sales surged to \$29 trillion*. <https://unctad.org/press-material/global-e-commerce-sales-surged-29-trillion> [Accessed 19 Feb. 2021].

UNCTAD (2002). *E-commerce and Development Report, 2002*. [https://unctad.org/system/files/official-document/ecdr2002p1\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ecdr2002p1_en.pdf) [Accessed 19 Feb. 2021].

UNCTAD (2003). *E-commerce and Development Report 2003*. [https://unctad.org/system/files/official-document/ecdr2003overview\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ecdr2003overview_en.pdf) [Accessed 19 Feb. 2021].

*UNCTAD (2020). Foreign Direct Investment to Latin America expected to halve in 2020, says UN report.* <https://unctad.org/press-material/foreign-direct-investment-latin-america-expected-halve-2020-says-un-report> [Accessed 29 Jan. 2021].

*UN DESA (2020). World Economic Situation And Prospects: April 2020 Briefing, No. 136.* [www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-april-2020-briefing-no-136/](http://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-april-2020-briefing-no-136/) [Accessed 24 Feb, 2021].

*UNECA and International Economics (2020). Reactions and Outlook To COVID-19 In Africa July 2020 African Business Survey Results.* [www.tralac.org/documents/resources/covid-19/regional/4043-reactions-and-outlook-to-covid-19-in-africa-eca-and-iec-august-2020/file.html](http://www.tralac.org/documents/resources/covid-19/regional/4043-reactions-and-outlook-to-covid-19-in-africa-eca-and-iec-august-2020/file.html) [Accessed 28 Feb. 2021].

*UNESCAP (2019). Selected Issues in Cross-border E-commerce Development in Asia and the Pacific.* [www.unescap.org/sites/default/d8files/knowledge-products/STII%20No.91\\_20200115.pdf](http://www.unescap.org/sites/default/d8files/knowledge-products/STII%20No.91_20200115.pdf) [Accessed 29 Jan. 2021].

*United Nations Conference on Trade and Development (2019). Digital Economy Report 2019: Value Creation and Capture: Implications for Developing Countries.* [https://unctad.org/system/files/official-document/der2019\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_en.pdf) [Accessed 29 Jan. 2021].

*Vadell J., Brutto G. and Leite A. (2020). The Chinese South-South development cooperation: an assessment of its structural transformation.* [www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-73292020000200201](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-73292020000200201) [Accessed 29 Jan. 2021].

*World Bank Group (2021). Global Economic Prospects.* [www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects](http://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects) [Accessed 29 Jan. 2021].

*You J., Leng Z.M., Ding J.J (2015). The Development Report of China Contiguous Destitute Areas (2014-2015).* [www.pishu.com.cn/skwx\\_ps/multimedia/ImageDetail?SiteID=14&ID=3949018&ContentType=MultimediaImageContentType](http://www.pishu.com.cn/skwx_ps/multimedia/ImageDetail?SiteID=14&ID=3949018&ContentType=MultimediaImageContentType) [Accessed 19 Feb. 2021].

*Zhang Z. (2020). An Introduction to China's Cross-Border E-Commerce Pilot Zones and Pilot Cities.* [www.china-briefing.com/news/cross-border-e-commerce-china-introduction-cbec-pilot-zones-pilot-cities/](http://www.china-briefing.com/news/cross-border-e-commerce-china-introduction-cbec-pilot-zones-pilot-cities/) [Accessed 24 Feb. 2021].

*Zhu S. (2020). A look at Alibaba's "Double 11" shopping day, the world's largest online retail event.* <https://graphics.reuters.com/SINGLES-DAY-ALIBABA/0100B30E24T/index.html> [Accessed 29 Jan. 2021].

# 发言嘉宾名单

	主题	发言嘉宾	职务
第一期	构建可持续跨境电商金融生态系统	张燕玲女士	中国银行原副行长、中国人民大学重阳金融研究院高级研究员
		汤敏先生	国务院参事、跨境电商 50 人论坛发起人
		刘冉先生	万事达大中华区公共事务处副总裁
第二期	中国跨境电商综合试验区“两平台六体系”建设	王健教授	对外经贸大学国际经济贸易学院教授、国际商务研究中心主任
		徐平女士	河南保税集团总裁、中国跨境电商 50 人论坛第三届主席团联席主席
		武长虹女士	中国（杭州）跨境电子商务综合试验区建设领导小组办公室外联宣传部部长
第三期	电商扶贫专场	张静女士	中国友成企业家扶贫基金会副秘书长
		吴秀媛女士	农业农村部信息中心原副主任、中国农产品市场协会副会长
		哈尼·贝萨达 (Hany Besada) 先生	联合国南南合作办公室高级研究与项目顾问
		孙元忠先生	重庆扶贫办综合处处长

	主题	发言嘉宾	职务
第四期	解读跨境电商新政策及新法规	马述忠先生	浙江大学中国数字贸易研究院院长、求是特聘教授
		宁霞女士	广州市商务局电商处处长
		李鸣涛先生	中国国际电子商务中心研究院院长、商务部中国国际电子商务中心首席电子商务专家
第五期	跨境电商与国际贸易人才培养模式改革	章学拯教授	上海对外经贸大学电子商务专业教授
		肖锋先生	阿里巴巴政府事务资深专家、一达通副总裁、ICC（中国）海关与贸易便利化委员会专家组长
		郑燕雪女士	eBay E 青春项目运营负责人
第六期	跨境电商平台的选品与营销	赵华先生	中国广告协会副秘书长
		刘影女士	京东国际商务经理
		高文博先生	宁波海关自贸处副科长

# 发言嘉宾名单

第七期至第十期

	主题	发言嘉宾	职务
第七期	可持续跨境电商物流解决方案——以国际城市间电商合作的良好做法为例	孙琪先生	河南省商务厅电子商务处处长
		钟鸿兴先生	香港物流商会主席
		吕超先生	北京空港宏远物流副总经理
第八期	可持续跨境电商金融支付解决方案——以国际城市间电商合作的良好做法为例	杨东先生	中国人民大学教授、金融科技与互联网安全研究中心主任
		孙一鸣女士	青岛市跨境电子商务综合试验区服务中心部长
		邓富华先生	西南财经大学中国（四川）自贸试验区综合研究院研究员、经济学博士
第九期	可持续跨境电商平台操作解决方案——以国际城市间电商合作的良好做法为例	陈进先生	对外经贸大学教授、国家电子商务示范城市创建工作咨询专家
		王崇伦先生	敦煌网公共事务部总监
		刘玉健先生	中国（南京）跨境电商综合试验区南京跨境电子商务行业协会秘书长
第十期	可持续跨境电商供应链解决方案——以国际城市间电商合作的良好做法为例	郑玉鸿女士	APEC 跨境电商创新发展研究中心专家委员会委员、电子商务交易技术国家工程研究室国际战略总监
		王志东先生	天津市商务局外资促进处产业招商主管
		陈柏华先生	泛鼎国际集团总裁

	主题	发言嘉宾	职务
第十一期	南南合作与数字化时代的全球跨境电商治理	丹尼斯·恩卡拉 (Denis Nkala) 博士	联合国南南合作办公室亚洲及太平洋办事处区域协调员
		拉维尚卡尔·夏尔马 (Ravishankar Sharma) 教授	新西兰坎特伯雷大学商学院与法学院副教授
		穆苏米·达斯 (Mousumi Das) 女士	印度新德里应用经济研究全国委员会副研究员
		张燕玲女士	中国银行原副行长、中国人民大学重阳金融研究院高级研究员
第十二期	“一带一路”倡议对于金融科技进入发展中国家跨境电商市场中的作用	哈尼·贝萨达 (Hany Besada) 博士	联合国南南合作办公室高级研究与项目顾问
		格雷戈里·托马斯·钦 (Gregory Thomas Chin) 教授	约克大学副教授
		杰米·麦克劳德 (Jamie Macleod) 先生	联合国非洲经济委员会贸易政策专家
		谈天先生	乐信金融研究中心主任
		孙一鸣女士	青岛市跨境电子商务综合试验区服务中心部长

# 发言嘉宾名单

第十三期至第十四期

	主题	发言嘉宾	职务
第十三期	世界海关组织的跨境电商标准框架解	孙向阳先生	世界海关组织跨境电商工作小组联合主席
		德米特里·卡瓦利奥纳克 (Dzmitry Kavalionak) 阁下	白俄罗斯共和国驻华大使馆国家海关委员会官方代表、二级海关服务参赞
		湛文博士	北京大学新结构经济学研究院研究员
第十四期	南南合作与发展中国家跨境电商企业的 COVID-19 应对措施	王晓军博士	联合国南南合作办公室副主任
		华一卿 (Karin Vazquez) 博士	印度金达尔大学非洲、拉丁美洲和加勒比研究中心副教授、全球事务副院长兼执行主任，复旦大学金砖国家研究中心教授
		詹姆斯·豪伊 (James Howe) 先生	国际贸易中心国际市场、品牌推广和电子商务高级顾问
		弗雷瑞斯·索托 (Frejus Thoto) 先生	“环境与可持续发展行动”组织 (ACED) 执行主任
		刘玉健先生	中国 (南京) 跨境电子商务综合试验区招商服务中心主任、南京跨境电子商务行业协会秘书长

	主题	发言嘉宾	职务
第十五期	中国电子商务的创新实践以及区域合作的优秀实践	哈尼·贝萨达 (Hany Besada) 先生	联合国南南合作办公室高级研究与项目顾问
		通德·法芬瓦 (Tunde Fafunwa) 先生	联合国非洲经济委员会卓越数字认证中心贸易与经济首席顾问
		赵全先生	国际贸易中心 (ITC) 市场发展司贸易政策顾问
		尼尔·克舍特里 (Nir Kshetri) 教授	北卡罗来纳州格林斯伯勒大学教授、神户大学研究员
		陈秋霖教授	中国社会科学院健康业发展研究中心副主任
		雷娜塔·蒂博 (Renata Thiebaut) 博士	上海 Web2Asia 商业智能主管、阿里巴巴商学院 GET 网络与顾问委员会成员、Green Proposition 首席运营
		普加·然-格雷瓦 (Pooja Jain-Grégoire) 女士	比勒陀利亚全球对话研究所研究员、巴黎政治学院国际发展部兼职讲师



中国服务贸易协会  
China Association of Trade in Services



United Nations  
Office for South-South Cooperation