

## “数字丝路”背景下的中非电子商务合作\*

黄梅波 段秋韵

**内容提要** 作为世界上发展中国家最集中、制造业尚处于初级发展阶段的非洲大陆，电子商务的引入不仅会给非洲各国经济与社会带来积极影响，同时也会带来一系列挑战。近年来，非洲电子商务发展势头十分强劲。中国是电子商务大国，中国提出“数字丝绸之路”新概念后，中非双方在电子商务领域的合作也在快速推进。中非电子商务合作既有非洲基础设施不断完善、信息技术水平日益提高、非洲各国政府纷纷出台鼓励政策等利好的产业发展环境，也存在诸如信息网络安全问题、电子商务人才缺失、基础设施基础较差等制约因素。中国和非洲国家应在符合双方国情与利益的前提下，积极采取措施推动电子商务合作。

**关键词** 电子商务 中非合作 跨境电商 “数字丝绸之路”

**作者简介** 黄梅波，上海对外经贸大学国际发展合作研究院教授（上海 200336）；段秋韵，上海对外经贸大学国际经贸学院研究生（上海 200336）。

2020年10月26日至29日召开了中国共产党第十九届五中全会。全会通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》（以下简称《建议》），《建议》中多次提及“新发展理念”和“新发展格局”，这是习近平总书记和党中央积极应对国际国内形势变化、与时俱进提升中国经济发展水平、塑造国际经济合作和竞争新优势而作出的战略抉择，是长期战略。在《建议》第40条关于“推动共建‘一带一路’高质量发展”中，专门提到在中国对外合作中要深化“数字经济”新业态的合作。<sup>①</sup>

---

\* 本文系2016年度国家社科基金重大项目“中国国际援助和开发合作体系创新研究”（16ZDA037）的阶段性成果。

① 《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》，载人民网：<http://cpc.people.com.cn/n1/2020/1104/c64094-31917780.html>，2020-11-21。

当前,新冠疫情防控处于常态化,数字经济优势不断凸显,它是推动中国对外经济合作传统产业升级改造的新增长点。“数字丝绸之路”(以下简称“数字丝路”)是数字经济发展和“一带一路”倡议的结合,是数字技术对“一带一路”倡议的支撑,它正在成为数字时代推动人类共同发展的全球化新方案。《中非合作论坛—北京行动计划(2019—2021年)》中也提出,中非双方应“分享信息通信发展经验,共同把握数字经济发展机遇,鼓励企业在通信基础设施、互联网、数字经济等领域开展合作”。在“一带一路”倡议推动下,中非合作不断深化,2019年中非贸易额已达到2 068.32亿美元<sup>①</sup>,较上年小幅增长,中国已经连续11年成为非洲第一大贸易伙伴国。在大好的政策环境下,近年来,中非电子商务合作方兴未艾,尼日利亚、肯尼亚、乌干达、卢旺达等国都加强了与中国的电子商务合作。

电子商务已成为世界经济发展的新业态,学界已有一些研究,但仍需要持续跟踪研究非洲国家在此领域的新发展及中非电子商务合作议题。电子商务对经济的发展既有正向的作用,也带来诸多挑战。非洲电子商务的发展,既有非洲目前电子商务及跨境电商快速发展的令人振奋的进展,2019年11月马云到访埃塞俄比亚、尼日利亚、多哥、加纳等国,受到非洲各国政要、民众特别是青年人的热烈欢迎,但是也有不少企业家或学者对此感到忧虑。电子商务对非洲经济的发展会产生何种影响?非洲各国应如何看待对电子商务发展采取推进或鼓励的政策?在基础设施落后、大部分国家尚处于工业化初期的背景下,非洲是否具备发展电子商务的条件?中非电子商务合作是否存在发展的空间和前景?在后新冠疫情时期,中非双方应如何推进中非电子商务合作,共同建设“数字丝路”?这些都是目前非洲建设“数字丝路”、实现可持续发展急需思考的问题。

## 一 非洲发展电子商务的现实条件

非洲作为世界上最大的最具有发展潜力的地区之一,消费市场发展空间较大,信息技术水平和基础设施建设已有较程度的发展,为以现代化

---

<sup>①</sup> 中国海关总署网站: <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/302274/302277/302276/2851396/index.html>, 2020-04-02。

科学技术为核心的全新商业模式，即电子商务的推进打下了一定的外部环境基础。

### （一）消费市场潜力巨大

消费是贸易进行的前提。对于电子商务产业来说，只有商品存在着需求，电商才有存在的必要。非洲消费市场潜力巨大。根据麦卡锡数据统计，非洲 2016 年消费者及商业支出已达到 4 万亿美元并在迅速上升，按照这个增长轨迹估计，到 2025 年该项支出将达到 5.6 万亿美元。<sup>①</sup>

包括撒哈拉以南非洲地区在内的非洲地区经济增长前景乐观。该地区 2019 年经济增长约为 3.4%，与 2018 年大致持平。<sup>②</sup> 尽管 2020 年非洲将不可避免地受到低油价和新冠疫情的严重影响，但长期来看，非洲经济的发展潜力将得以释放并获得较快增速的向好趋势不会改变。经济增长同时推动着居民收入的提高，两者共同助力消费增长。

非洲的人口是非洲消费市场坚挺的动力。非洲人口众多且增长潜力巨大。从人口增长速度来看，2008 ~ 2018 年撒哈拉以南非洲的人口增长率保持在 2.68%，稳居世界第一。不仅如此，从非洲人口结构来看，非洲 15 ~ 24 岁青年人口占比为 20%，人口结构十分年轻，由于青年人口消费倾向较强，其保证了非洲的消费市场将在未来很长的一段时间内持续坚挺。

非洲地区中产阶级的崛起为其消费市场注入新的活力。根据对发展中国家中产阶级的衡量标准，2010 年，非洲中产阶级人口已达到 3 亿左右，约占全部人口的 34.3%。随着不断壮大的中产阶级消费群体越来越注重提升生活品质，他们已经摆脱为了生存而生存的模式，对新兴的市场模式拥有着浓厚的兴趣，无疑将成为非洲的消费市场的新兴力量。<sup>③</sup>

除此之外，由于受到消费文化及非洲政治环境不稳定等因素的影响，当地民众更重视当期消费而非未来消费，也就是说，非洲民众大多相对于储蓄更偏好于消费，其消费倾向较强。根据世界银行数据统计，非洲人民的人均支出占收入的比重高于欧洲、美洲与亚洲。2016 年，撒哈拉以南非洲国家人

---

<sup>①</sup> McKinsey & Company, *Lions on the move II: Realizing the Potential of Africa's Economies*, McKinsey & Company 2016, 2016, p. 6.

<sup>②</sup> African Development Bank Group, *African Economic Outlook 2020*, Africa Development Bank 2020, 2020, p. 1.

<sup>③</sup> 王战、刘若云：《非洲消费市场正在苏醒》，载《中国投资》（中英文版）2019 年第 10 期，第 46 ~ 47 页。

均支出占收入比重达到了惊人的94%。

总体来说，非洲稳定的经济增长、巨大的人口红利、中产阶级的崛起和大胆的消费倾向共同铸造了非洲充满活力及潜力的消费市场，使非洲有可能成为电子商务产业发展的沃土。

## （二）基础设施不断完善

非洲陆地面积庞大，部分地区地广人稀，民众消费的途径与选择较少，电子商务无疑是推进非洲经济发展的重要途径。非洲各国似乎也意识到了发展电子商务的重要性，近年来不断加强物流服务等基础设施建设，并加大国际合作力度。

物流是电子商务的生命线，基础设施的不断完善是建设更全面的物流系统的前提。近年来，非洲各国加大了投资基础设施，尤其在交通运输方面。总体看，东部非洲国家基础设施建设重在地区层面着力于跨境铁路、电力网络的互联互通，在国家层面将铁路建设和港口建设开发放在首位；中部非洲国家大力发展基础设施建设，现已确定实施22个互联互通基础设施项目；南部非洲国家主要侧重于物流、码头、公路与机场的改造升级，桥梁道路的维修，电力电信基础设施建设等；西部非洲国家致力于跨境电网、水电站的建设；北部非洲国家也投资了不少新基础设施建设项目，如埃及的新首都规划项目与开罗铁路项目、阿尔及利亚的高速公路项目以及摩洛哥的高铁项目和海港项目。2018年，非洲开发银行对基础设施领域投资共计154亿美元，其中对公路的投资额约占72.7%。<sup>①</sup>

除此之外，非洲国家也在不断加强国际合作，共同推动基础设施的完善。以中非合作为例，近年来，中非双方开始合作建设非洲高速铁路网络、高速公路网络和区域航空网络，以促进非洲大陆的互联互通，如尼日利亚的沿海铁路项目、肯尼亚的蒙内铁路等；在通讯网络建设方面，2016年中非共建非洲信息高速网络公路项目稳步推进，2017年中国联通同喀麦隆电信、华为海洋签署了南大西洋国际海底光缆（SAIL）建设协议。在非洲国家自身和外部合作伙伴的共同努力下，基础设施不断改善，为电子商务在该地区的发展打下了良好的基础。

---

<sup>①</sup> Africa Development Bank, “Infrastructure and Urban Development Annual Report 2018”, [https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Generic-Documents/PICU\\_Annual\\_Report\\_2018.pdf](https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Generic-Documents/PICU_Annual_Report_2018.pdf), 2020-04-09.

### （三）信息技术水平快速提高

信息技术革命极大地促进了世界各国经济发展与社会生产率的提高。目前，非洲信息技术实现了近20年的指数级增长。移动设备入网是非洲快速进入互联网时代的最佳方式。2018年非洲手机普及率达到了80%，远远高于宽带网络普及程度。2019年，撒哈拉以南非洲地区的移动用户达到4.77亿。<sup>①</sup>

近年来，非洲电子商务平台不断增加，如南非的电商平台“购多多”（Takealot）、尼日利亚的“茱米亚”（Jumia）和“开目”（Kaymu），以及重点关注加纳、肯尼亚和尼日利亚买家的“非洲商场”（Mall for Africa）等。<sup>②</sup>这些电商平台的建立和发展为非洲电子商务的发展提供了基础条件。

移动支付是电子商务的重要环节之一。非洲各国的支付方式较为单一，大部分非洲民众往往更多地使用现金结算的方式，银行卡和信用卡普及率低，只有不到1/4的人拥有银行账户。近年来，随着信息技术的完善，非洲国家在移动支付领域发展迅速。2007年，“非洲移动通信”（Safaricom）推出由13.9万个代理商组成的移动货币业务（M-Pesa），并于2014年与肯尼亚最大的银行——肯尼亚商业银行（KCB）联手。至2015年，肯尼亚已有约29%的人口频繁使用移动货币进行支付。<sup>③</sup>

### （四）政府大力支持

随着电子商务在国民经济发展中占据越来越重要的地位，非洲各国政府也在不断出台新政策，扶持新兴产业的发展。尼日利亚与坦桑尼亚侧重于信息技术水平与移动支付的发展；乌干达与卢旺达继续完善基础设施建设，推动物流产业发展；南非与肯尼亚关注相关法律法规的完善，维护市场秩序并保护消费者隐私。在各国的共同努力下，非洲电子商务发展的政策法律环境得到快速提升。

南非作为非洲经济较为发达的国家，2018年网络渗透率达到57.9%<sup>④</sup>，电子商务产业发展基础良好。南非政府针对信息技术落后的痛点，出台系列扶持产业发展的政策。2016年9月3日，南非国家综合信息和信息技术政策

<sup>①</sup> GSMA, “The Mobile Economy Sub-Saharan Africa 2020”, [https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2020/09/GSMA\\_MobileEconomy2020\\_SSA\\_Eng.pdf](https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2020/09/GSMA_MobileEconomy2020_SSA_Eng.pdf), 2020-12-30.

<sup>②</sup> 《非洲电商市场：“三驾马车”主导发展方向，五大电商平台推动发展进程》，载雨果网：<https://www.cifnews.com/article/41052>, 2020-02-09.

<sup>③</sup> 马欢：《非洲移动金融兴起》，载《新经济》2015年第21期，第24页。

<sup>④</sup> 参见世界银行数据库：<https://data.worldbank.org.cn>, 2020-04-03.

白皮书提议，应制定针对具体部门的战略。该文件鼓励各行业积极吸收和使用信息通信技术，促进地方电子商务的发展，在全国范围内扩大互联网的可及性，降低通信和数据的高成本。<sup>①</sup> 除此之外，南非在电子商务领域出台了一系列法律法规和政策，如2002年的《电子通信和交易法》、2017年的《网络犯罪和网络安全法案》等。

肯尼亚手机支付甚为发达，至2020年该国互联网普及率达到87%。<sup>②</sup> 越来越多的肯尼亚青年人开始在网上创业，电子商务增长的潜力很大并且势头稳定。为保护线上消费者的个人隐私安全、增加消费者对电商平台的信心，2019年肯尼亚批准了国内首部针对个人数据保护的法案《肯尼亚数据保护法案2019》（Kenya Data Protection Act of 2019），有力打击了数据泄露等网络安全违法犯罪问题。

尼日利亚政府更关注于提高信息技术与移动支付水平。早在2000年，尼日利亚已发布国家信息技术指导战略，旨在促进尼日利亚成为非洲信息技术大国并在未来的信息社会占据重要地位。2013年，尼日利亚政府推出了无现金化政策。<sup>③</sup> 在此之前，尼日利亚企业和个人在存取现金时将会被收取高额手续费，此举推动了尼日利亚刷卡机交易量大幅增长，同时促进了手机、网络等支付手段的迅速发展。“天才联合”（Nerds Unite）一直致力于通过计算机技术等方式将西非和全球连接在一起，在2020年第五届“天才会议2020”（Nerds Unite 2020）上，尼日利亚通信和数字经济部长呼吁本土信息通信技术公司投资云计算，大力发展数字经济。<sup>④</sup>

坦桑尼亚不断推动向无现金社会迈进。截至2019年12月，坦桑尼亚移动支付交易额约9.5万亿先令（约合41.13亿美元）。<sup>⑤</sup> 移动支付作为电子商务的支付手段，正在迅速推动坦桑尼亚的电商产业发展。

---

① Adheesh Budree, “Policy Considerations for E-commerce in South Africa and Other African Countries”, *GEAFRICA*, 2017, p. 4.

② 参见“Statista”数据库：<https://www.statista.com/statistics/1124283/internet-penetration-in-africa-by-country>, 2020-04-03。

③ 《尼日利亚央行积极推行无现金化政策》，载中国商务部网站：<http://www.mofcom.gov.cn/article/i/jyj/k/201307/20130700189266.shtml>, 2020-02-14。

④ “The Future Enabled!”, *Nerds Unite*, <https://www.nerdsunite.mainone.net>, 2020-04-03。

⑤ “Mobile Money Customers Transacted SH9.5 Trillion in December 2019”, *The Citizen*, <https://www.thecitizen.co.tz/news/1840340-5458598-aej9y3/index.html>, 2020-04-03。

乌干达互联网普及率高达44%<sup>①</sup>，在东非仅位居肯尼亚之后，具有较好的电子商务发展基础。2018年，乌干达贸工部长在日内瓦举行的“2018电子商务周”活动上表示，乌干达政府重视电子商务的发展，已启动投资相关基础设施建设与法律法规的制定，以促进电子商务的发展，解决失业问题。<sup>②</sup>

卢旺达政府与世界贸易中心（International Trade Center）合作的“卢旺达电子商务未来”项目旨在推进中小企业的网络营销能力建设，改善本地交通物流，从而促进货物流通。<sup>③</sup>此平台为卢旺达中小企业进军国际市场打开了机会的大门。2018年，卢旺达与阿里巴巴签署了世界电子贸易平台（eWTP）共建协议，双方将合作推进卢旺达数字基础设施建设。

#### （五）区域经济一体化稳步推进

2019年7月7日，非洲联盟特别峰会在尼日尔首都尼亚美召开，会上宣布非洲大陆自由贸易区（AfCFTA）正式成立。除厄立特里亚外，非盟55个成员国中，54个均已签署协议。非洲大陆自由贸易区将成为自世界贸易组织以来成员国最多的自贸区，使13亿人口、国内生产总值合计达到3.4万亿美元的非洲市场将得到整合。在此之前，大部分非洲国家关税与非关税壁垒森严，外汇管制严格，非洲境内跨境电商平台交易成本较高，通关手续复杂。非洲大陆自由贸易区预期在2030年取消90%的商品关税，若取消非洲国家之间的双边关税，非洲大陆内部贸易占比将增加52%<sup>④</sup>。随着非洲经济一体化的发展，非洲市场环境不断改善，互联基础设施建设不断完善，经济规模不断扩大，制度壁垒大大削弱，国际库存得以共享，此举将大大便利非洲的跨境电子商务产业发展。

#### （六）新冠疫情加快非洲国家数字化转型

随着非洲地区数字化转型的逐步推进，相关国家已从中获取了巨大收益。2020年以来持续至今的新冠疫情加快了非洲国家的数字化发展步伐，包括为应对疫情而采取病毒检测、追踪接触等措施。此外，自新冠疫情暴发以来，非洲地区一些电子商务平台的业务量出现了三位数的快速增长。<sup>⑤</sup>由于疫情期

① 参见世界银行数据库：<https://data.worldbank.org.cn>，2020-04-03。

② 《电子商务将为乌干达带来就业》，载中国商务部网站：<http://www.mofcom.gov.cn/article/i/jyj/k/201805/20180502739854.shtml>，2020-04-03。

③ 《卢旺达发展电子商务的挑战与机遇》，载中国驻卢旺达大使馆经商参处网站：<http://rw.mofcom.gov.cn/article/jmxw/201901/20190102825643.shtml>，2020-02-14。

④ 林发勤、王蕊：《非洲大陆自贸区新机遇》，载《进出口经理人》2019年第12期，第42~44页。

⑤ 参见联合国贸发会网站：<https://unctad.org/statistics>，2020-08-30。

间非洲多国采取隔离措施，一些当地居民不得不转向更为便利的电子商务平台，在线购买生活必需品。

总体来看，非洲国家众多，尽管各国在电子商务发展方面存在差异性，但大多仅处于发展初期，发展条件正在持续完善中。不容忽视的是，非洲大陆快速发展的消费市场奠定了电子商务在非洲发展的需求基础，信息技术的提高与基础设施的完善为电子商务发展提供了硬件条件，各国政府的扶持政策推动了电子商务的发展。

## 二 电子商务对非洲经济发展的影响

信息技术的迅速发展使得电子商务在现代化贸易中的角色越来越重要。电子商务打破了时空界限，逐渐成为非洲国家对外贸易的新亮点，它对非洲国家经济发展产生了多重影响。如何使电子商务助力非洲国家经济发展，是非洲各国政府需要认真考虑的问题。

### （一）电子商务对非洲经济发展的正效应

第一，提高交易效率。在电子商务交易过程中，随着信息技术的不断完善，贸易开展可以更加高效迅速。传统贸易中，由于非洲地域极广，市场分散，非洲消费者通常需货比三家，和商家面对面交流沟通，最后完成交易。整个贸易过程中，由于信息的不对称与非洲交通运输基础设施不完善，双方通常会浪费大量时间，交易时间较长，交易效率极为低下。然而，在新的电子商务的环境下，买卖双方的交流突破了地域环境的限制，双方信息交流的延误大大下降，信息也会相对对称，这些因素会大大提高贸易效率。

第二，降低交易成本。电子商务是掌握当代信息技术和商务技术的人与代表当代科学技术的电子工具以及当代商务活动全过程的完美而有机的结合，是当代贸易先进的、优秀的生产力。<sup>①</sup>一方面，电子商务可以减少企业的谈判和实施交易的成本。以往的商务劳动中，人们将车、船、飞机等作为交通工具，通过语言、文字实现商务交流，通过实物货币进行商品买卖确定产权转移，最后实现货物的交割。非洲大陆土地辽阔，总土地面积约占全球总陆地面积的

---

<sup>①</sup> 高志：《电子商务——降低成本、减少库存的有力手段》，载《成飞科技》2002年第2期，第46~47页。

20.4%，传统交易中在路途中耗费时间成本极高。除此之外，非洲语种繁多，不同民族之间交流也较为困难。而在电子商务中，电子咨询、电子单据、电子货币、电子银行等方面的应用大量减少了人、财的流动，节省了时间，提高了效率，从而可以减少商务活动的劳动成本。另一方面，电子商务可以减少库存成本。企业要实现不间断生产，物资库存必不可少。企业实现电子化之后，生产阶段与销售阶段可以通过相关网络技术实现互联，缩减了很多不必要的等待时间，避免了库存过剩所造成的不必要成本或是生产不足，将库存降到最低。同时，通过完善的管理制度，也可以提高企业库存周转率，降低库存成本。

第三，推进物流业发展。物流作为电子商务的生命线，两者的发展是互相促进的。电子商务的繁荣会推动物流运输业的智能化与网络化，茱米亚电商平台为完善自身货物配送服务，尼日利亚开发了基于全球定位系统的配送客户端，通过配送服务记录地质坐标，完善物流网络。在卢旺达，兹普莱（Zipline）等公司甚至通过商用无人机配货；在肯尼亚，采用无线配送方案（Astral AERIAL Solution），通过无人机提供“最后一公里”配送服务，旨在将交易深入至肯尼亚的偏远地区。

第四，推动中小微企业融入全球经济。电子商务和传统贸易相比，最大的不同便是其突破了地域与时间的限制。以往的国际贸易环节复杂，参与门槛较高，对资金及资源有限的中小企业的限制程度很高。实际上，非洲 95% 的企业为小微企业<sup>①</sup>，参与国际贸易的困难程度较其他国家来说更高。电子商务的发展不仅推动了大型国际贸易企业深度参与国际贸易，也使得中小企业参与国际贸易成为可能。跨境电商突破了地域的限制，经济欠发达国家与地区也可以更好地发挥其禀赋优势，参与全球经济一体化的发展。

第五，提高民众特别是青年群体的就业。根据世界银行的数据，至 2018 年，非洲国家失业青年约占失业总人口的 60%，并且在失业青年人中受过高等教育者也不在少数。高失业率给经济发展造成了严重的负担，引发贫困与社会不公，从而形成更加不利于青年人就业的恶性循环。电子商务的出现成为失业青年、半熟练工人、妇女以及其他群体实现就业的有力工具<sup>②</sup>，一定程

<sup>①</sup> 《非洲中小企业面临财务挑战》，载中国驻加纳大使馆经商参处网站：<http://gh.mofcom.gov.cn/article/jmxw/201601/20160101229294.shtml>，2020-02-11。

<sup>②</sup> 世界银行、阿里巴巴集团和中国国际发展知识中心：《电子商务发展：来自中国的经验》，<https://www.zhizhi88.com/articles/20722.html>，2019-11-23。

度上可以缓解非洲国家的就业压力。非洲电子商务产业在推动大批民众参与创业的同时，也刺激其产业链中的相关产业的就业需求，如制造业、物流业等。以非洲知名电商茱米亚为例，至2019年，茱米亚提供了约5000个直接工作岗位。波士顿咨询集团（BCG）也指出，至2025年，类似茱米亚的电子商务平台可在非洲创造100万个新就业机会。<sup>①</sup>

## （二）电子商务对非洲经济发展的挑战

第一，冲击传统零售业。电子商务的便捷使得人们逐渐从传统的线下购物转移到线上购物，这种冲击对于传统零售业来说无疑是巨大的。相对于实体零售业来说，由于电商经营场地成本低，中间环节少，网购的价格优势十分明显。价格已经成为传统零售商们无法克服的致命弱点。在当前的数字化环境下，零售商们还没有找到如何在赶上电商巨头的同时又能保持实体盈利的方式，如何应对新兴产业的冲击成为零售商面临的难题。

与此同时，传统零售业作为非洲经济发展中重要的一部分，2018年非洲的零售额超过了5000亿美元。<sup>②</sup>例如，南非作为非洲电子商务发展的龙头，电子商务给实体零售业带来的冲击已经十分明显。部分由于电子商务发展的影响，2018年3月南非实体零售业空置率从2010年的2.9%上升至4.8%，租赁成本占收入的比重也从2010年的8.6%迅速攀升至11.5%。<sup>③</sup>若继续推进电子商务领域发展，其必会继续对非洲传统零售业带来一定程度的打击。在电商产业和传统零售业的相互挤压中，如何把握因电商冲击而失业的传统零售业劳工与零售业的产业转型对于非洲各国政府来说将会是一个艰巨的任务。

第二，影响税收征管。非洲的税收是国内总收入极为重要的一部分。非洲各国的税收收入在2005年至2012年间较为平稳，其占国内总收入比重基本保持在50%左右。2012年至2015年间，此项比重不断上升，2015年达到了63%。<sup>④</sup>

<sup>①</sup> Patrick Dupoux, *How Online Marketplaces Can Power Employment in Africa*, BCG, 2019, p. 4.

<sup>②</sup> Euromonitor International, “Retailing in South Africa”, <https://www.euromonitor.com/retailing-in-south-africa/report>, 2020-04-09.

<sup>③</sup> South African Property Owners Association, “Retail Trends Report”, <https://www.sapoa.org.za/media/4265/retail-trends-report-march-2019.pdf>, 2020-04-09.

<sup>④</sup> 金水英：《非洲税收政策现状及投资非洲的税务风险防范》，载《非洲研究》2018年第1期，第164页。

电子商务的税收征管不同于传统实体公司的税收征管。以往，收入的生产取决于资产和商业活动的存在，上述状况决定了哪个司法管辖区有权对其征收收入税。<sup>①</sup> 电子商务的发展推动了一系列新的商业模式的出现，如数字市场、虚拟社区、在线拍卖等。这些虚拟方式的存在允许纳税人在一个几乎或者根本没有实际存在的国家开展业务。资产和商业活动与收入来源的分离，是对历史商业模式的重大背离。这一变化给税收征管带来了挑战。电子商务的数字化特征使得具有实质形式的票据消失，从而导致贸易收入的具体数字变得模糊。电子商务可以做到无地址、无形、无边界，纳税人的营业场所很难保证，纳税地点也不明确，进一步导致偷税漏税现象发生，从而出现税基的流失。

为应对电子商务对税收带来的挑战，2018年7月，乌干达开始对人们使用社交媒体平台征税，同时还对移动货币交易征税，税率为交易金额的1%。赞比亚、肯尼亚和贝宁也引入类似的税收立法。但是，这些新的数字税也带来一系列问题。据统计，这些数字税导致至少500万乌干达互联网用户下线，而乌干达的互联网本来的普及率仅为44%<sup>②</sup>。新的税收规则在规范了电子商务缴税纳税的同时，也带来了负面后果。电子商务产业的发展是基于互联网的普及，然而这些电子税却大大限制互联网的普及，甚至可能面临停滞不前的风险，从而严重打击了电子商务产业发展的基础与前提条件。如何在保证产业继续发展的前提下阻止税基的流失将会是个艰难的挑战。

第三，在一定程度上抑制了制造业的发展。电子商务的出现，使得少资金创业成为可能。相较于低收入且侧重体力劳动的制造业，这种新的低成本、高收益的商业模式对非洲民众的吸引力无疑是巨大的，会使一些人弃工经商。非洲制造业本来就发展水平低，如果面临工人难招、成本上升等问题，制造业企业主对制造业会失去信心。以中国江浙沪一带为例，其作为电子商务的起源地，是中国电商最为集中分布的地区。随着越来越多的人选择电商创业、抛弃传统的小型制造业，江浙沪一带已经出现了严重的“空心化”。<sup>③</sup>

电子商务虽然可以带动非洲经济短期飞速发展，但是其背后的支柱仍是

<sup>①</sup> Sushil K, *Adverse Effects of E-Commerce*, Idea Group Inc, 2003. p. 39.

<sup>②</sup> Samuel Woodhams, *How Digital Taxes are Hurting Connectivity Rates across Africa*, Techpoint Africa, 2019, p. 3.

<sup>③</sup> 王怡宁：《简析电子商务对经济的负面影响》，载《消费导刊》2016年第12期，第68页。

实体经济，商品必须被生产出来然后才能有电子商务的持续繁荣。若越来越多的非洲民众加入电商领域，往往会造成制造业企业主、职工、劳动力和产品同时流失。非洲制造业原本处于发展期，其高投入、低回报的特点使得非洲传统制造业遇到低投入、高回报的电子商务，必然会遭受巨大的打击。<sup>①</sup> 制造业对于非洲经济发展的重要性毋庸置疑，它是国家综合实力的重要指标。为了推动经济发展，一味地发展电子商务而不顾制造业，获得的只是短期的繁荣，长期来看，经济发展必然缺乏持久动力。

第四，扩大数字鸿沟。“数字鸿沟”意味着不同群体由于无法平等使用计算机技术，尤其是互联网技术而造成彼此的差距。电子商务的兴起不仅会在横向拉大非洲国与国间的贫富差距，也可能在纵向加剧了国家内部的贫富差距，加剧不同阶层的摩擦，进一步扩大数字鸿沟。此外，新冠疫情的冲击也使得非洲国家认识到数字经济对社会和经济发展的重要性。尽管非洲国家的移动产业令个人和企业一定程度上减轻了疫情期间的生产生活的压力，但是该地区仍有近8亿人无法连接到移动互联网，弥补数字化发展鸿沟的任务依然艰巨。

从横向看，非洲大陆内部国家众多，国家间贫富悬殊，人均国内生产总值可相差数十倍。世界银行2018年数据显示，非洲大陆有16个国家人均国内生产总值排在世界前100位，其中尼日利亚为2028美元，南非则达到6339.6美元。但非洲总体是经济落后的大陆，世界上最贫穷的50个国家中有33个在非洲，人均国内生产总值最低的10个国家中有9个在非洲，布隆迪、索马里、马拉维、尼日尔、中非共和国、莫桑比克、马达加斯加、塞拉利昂、刚果（金）的人均国内生产总值不足600美元。<sup>②</sup> 在如此巨大的经济发展差距中，电子商务会使得这个数字鸿沟进一步扩大。经济极为落后的国家无法承担技术发展的成本，经济较为发达的国家则会借此机会快速发展。

从纵向看，数字鸿沟也存在于同一个国家拥有计算机和互联网的非洲富人、城市居民和穷人、偏远村镇居民之间。非洲地区贫富差距本已较大，以南非为例，世界银行2018发布的一份关于南非贫困和不平等的报告指出，以白人为主的少数精英群体蓬勃发展，但大部分南非人资产少、技能弱、工资

<sup>①</sup> 王怡宁：前引文，第68页。

<sup>②</sup> 参见世界银行数据库：<https://data.worldbank.org.cn>，2020-04-09。

低，南非最富有的 10% 人口掌握了社会总财富的 71%，南非最富有家庭的财富几乎是贫困家庭的 10 倍。<sup>①</sup> 在这种贫富差距悬殊的背景之下，多数的贫困家庭无法负担基本生活支出，更何况是网络，然而网络是电子商务的基础，这些贫困家庭根本无法搭上电子商务的致富列车。电子商务虽说可以给人民的生活带来便利，但非洲国家的贫困人口根本无法负担移动网络费用，更难说从电子商务中受益，长此以往，数字鸿沟则会越来越深，国内贫富差距也可能愈加严重。

### （三）电子商务已经成为非洲经济发展的重要推进器

电子商务给非洲经济发展带来了利弊的同时，随着全球电子商务市场持续性增长，非洲顺应全球趋势推动电子商务发展是毋庸置疑的。除此之外，非洲各类电子商务平台也如雨后春笋般蓬勃发展，其电商市场极为活跃，电子商务已经成为非洲经济发展的重要推动器。

自全球金融危机以来，电子商务凭借其小额交易、低成本、敏捷灵活等特点而成为全球贸易市场发展的新趋势。互联网接入水平和消费者购买力的提高，以及移动设备普及带来的电商渗透效应也使得全球电子商务蓬勃发展。全球网络零售额占全球零售总额的比重从 2017 年的 10.3% 上升至 2018 年的 11.9%。<sup>②</sup> 在非洲，随着电子商务正在替代传统的贸易模式成为全球贸易新焦点，发展电商已经成为非洲各国实现经济发展的重要路径。2019 年，移动技术和服务业占撒哈拉以南非洲地区国内生产总值的 9%，贡献超过 1 550 亿美元。<sup>③</sup>

相对于世界其他地区，目前，非洲地区的电子商务还仅处于发展的初期，2018 年，非洲占全球网络零售交易额的比重不到 1%，但非洲电子商务零售额增速则达到 22.6%。<sup>④</sup> 除此之外，2018 年商对客（B2C）电子商务指数全球排名前 100 的国家中，非洲国家已有 9 个<sup>⑤</sup>，并且排名也在逐年上升。值得注意的是，2020 年突如其来的新冠疫情突显数字经济的独特价值。根据全球移动通信系统协会（GSMA）发布的《2020 年撒哈拉以南非洲移动经济》报

<sup>①</sup> 谷智轩：《民主了 25 年，南非仍是最不平等国家》，载《观察者》，<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1632887089321530097&wfr=spider&for=pc>，2020-02-25。

<sup>②</sup> 中国商务部：《中国电子商务报告（2018）》，<http://images.mofcom.gov.cn/dzsws/201905/20190530100539785.pdf>，2020-03-22。

<sup>③</sup> GSMA, op. cit.

<sup>④</sup> 商务部电子商务和信息化司：《中国电子商务报告》，中国商务出版社，2018 年版，151 页。

<sup>⑤</sup> [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn\\_unctad\\_ict4d12\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d12_en.pdf)，2020-03-22。

告，在疫情重灾国南非，该国实行全国居家隔离以后全国上网数据量较以往增加了40%左右<sup>①</sup>，可见其电子商务市场潜力十分巨大。在非洲国家面临巨大发展压力的时刻，发展电子商务可能会成为该地区追赶世界经济的重要路径之一。非洲国家若要更加深入地参与全球经济，电子商务领域的发展与合作是其发展的重要路径。

总之，电子商务的发展将会给非洲经济社会各方面带来正负两方面的影响，但不论电子商务对于非洲的发展是有利还是有弊，电子商务目前已经成为全球贸易市场上的新潮流，非洲各国为推进经济发展，更加积极地参与全球化，电子商务的发展和国际合作是无法避免的。与此同时，中国电子商务的快速发展及中非两国的贸易互补性，使得中非双方的电子商务发展合作成为非洲发展电子商务的重要选择。

### 三 中非电子商务合作的现状

近年来，中非双边合作务实发展，贸易往来频繁，电子商务领域的合作也快速推进。在国家层面，中国与非洲各国政府相继出台相关支持政策；企业层面，中非双方企业大力合作共建电商平台，联手完善移动支付体系。阿里巴巴平台数据显示，2018年4月至2019年3月，来自非洲商品进口成交额同比增长98%，购买非洲商品的买家数量增长64%，对非出口商品成交增长达到69%。<sup>②</sup> 跨境电商已经成为中非贸易往来的新增长点。

#### （一）中非双方政府相继出台相关支持政策

2018年，中国与卢旺达签署电子商务合作备忘录，建立了双边电子商务的合作机制。除此之外，中国与南非、埃及、毛里求斯等众多非洲国家也达成一些电子商务领域政策方面的合作协议，积极完善跨境电商规章制度，推动中非电子商务合作。

跨境电子商务作为互联网技术以及数字技术在国际贸易领域的先行应用，可为金砖国家制造商、贸易商和消费者提供了全方位的互动式商贸服务，大大促进金砖国家内的国际贸易深化发展。在2017年金砖国家工商论坛上，南

<sup>①</sup> GSMA, op. cit.

<sup>②</sup> 阿里巴巴:《跨境电商,中非贸易往来的新亮点》, <https://supplier.alibaba.com/content/detail/1410142.htm?spm=a27am.12866437.list.1.42865ec5RIItPrD&joinSource=zdl>, 2020-03-22。

非、中国等五国就电子商务合作领域达成《金砖国家电子商务合作倡议》，内容包括：建立电子商务工作组；加强政府部门与电子商务业界间对话；开展电子商务的联合研究。该倡议有助于扩大开放金砖国家市场，实现资源共享与产品共享，充分发挥金砖国家的电子商务技术优势、人口优势与市场优势，为中国和南非之间的电子商务合作创造有利条件。

埃及和卢旺达作为非洲适宜投资的重要国家，它们正在寻求新的合作方式来更好、更快地推动经济发展。近年来，中国在电商领域的快速发展为两国与中国创造了新的合作商机。在“数字丝路”框架下，中国与埃及、卢旺达分别在 2017 年、2018 年签署了关于促进电子商务、互联网+领域的交流合作的谅解备忘录，共同打造良好的电子商务发展环境，推动彼此在数字经济领域的合作。

毛里求斯位居非洲电子商务指数排名之首，该国除与中国签署合作协议以外，还通过补充双方跨境电商相关规则，完善中毛电子商务合作规章制度。2018 年，中国与毛里求斯签订的自贸协定电子商务章节涵盖了电子认证、电子签名、在线消费者保护、无纸化贸易、透明度等丰富内容。

在中非双方的共同努力下，2019 年“一带一路”国际合作高峰论坛及《中非合作论坛—北京行动计划（2019—2021 年）》均鼓励中非双方把握数字经济发展机遇，通过跨境电子商务在经济上实现互利共赢。在 2020 年新冠疫情蔓延期间，中非双方企业通过多双边渠道，快速发展各类数字合作平台、线上推介会、直播带货等新业态，带动了非洲特色产品对华出口。中非之间的“数字丝路”既可以推动非洲电子商务的快速发展，也必然能为中国分享数字化转型变革红利创造条件。

## （二）中非合作建设多个电商平台

电商平台作为促进非洲电子商务发展、方便交易与支付的平台，其建设和发展是中非电子商务合作的重头戏。在这些年的不断努力下，尼日利亚、肯尼亚、卢旺达等国均已与中国合作建立起中非合作电子商务平台，在非洲电子商务市场中占有相当份额，成为电子商务领域的“领头羊”。

2012 年被称为“非洲的阿里巴巴”的茱米亚电商平台设立，尼日利亚是该平台在非洲最大的市场，其估值超过 10 亿美元。<sup>①</sup> 2016 年，茱米亚在中国

---

<sup>①</sup> David Thomas, “Alibaba Tests Water with E-commerce in Initiatives”, *African Business Magazine*, November 12, 2019, p. 1.

深圳开设办事处。2019年茱米亚代表出席在乌镇举办的第六届互联网大会的分论坛，寻求与中国建立更紧密的合作伙伴关系。

中国与肯尼亚合作的电商平台主要有三个：一是科丽贸（Kilimall）。作为中国第一家进入非洲电子商务行业的企业，2014年科丽贸入驻肯尼亚互联网电商行业，其服务涵盖了电子交易、移动支付和跨境物流三大领域，自身配备国际平台运营中心、全球商品数据中心、跨境清关服务中心、多语种服务中心等。2018年科丽贸“黑色星期五”活动期间，平台客户超过千万，交易额比上年增长十倍。二是“中国买”（Chinabuy）。2015年，中国电子商务集团中国买在肯尼亚推出了“客对商”一站式网上购物平台，肯尼亚消费者可通过网站直接从中国制造商中购买商品，支付方式移动货币（M-Pesa）手机支付便捷。三是阿曼波（Amanbo）。2015年，中国电商平台阿曼波进入肯尼亚市场。阿曼波平台采用“线上+社会+线下”（Online+Social+Offline）相结合的立体营销策略，通过其海外仓帮助商家把商品转移至目标市场，结合线下展示厅，大大提高了商品成交机率。截至2017年3月，该平台注册用户已突破十万，月成交额突破2000万美元。

卢旺达政府与中国阿里巴巴集团开展了有效的合作。2018年10月，中国阿里巴巴集团和卢旺达政府在基加利为世界电子贸易平台揭牌，拟通过电子商务更好地帮助中小微企业发展，增加当地就业岗位，共促中卢双方的经济发展。在揭牌仪式上，双方签署了整体合作、数字旅游和数字人才培养等三方面的合作协议。阿里巴巴希望通过该项目，帮助非洲打造数字经济体系与电商生态，为非洲企业提供一个参与全球贸易的平台。在数字人才培养方面，世界电子贸易平台计划举办政府新经济研讨班，以了解并学习中国数字化经济以及阿里巴巴电商生态，同时为卢旺达青年创业者进行企业家培训，培养当地数字人才；在数字旅游方面，2018年底，卢旺达飞猪旅游旗舰店上线，向中国消费者展示卢旺达风土人情、旅游景点等，促进卢旺达旅游业发展；在数字贸易方面，通过阿里巴巴电商平台，卢旺达的特色产品如咖啡等在中国销量已经迅速增长。2019年，阿里巴巴为卢旺达开设天猫卢旺达咖啡国家馆，进一步将卢旺达咖啡引入中国市场。

中国与乌干达在电子商务领域也开展了合作。2018年3月，乌干达辽沈工业园在中国义乌举办招商会。2019年12月，乌干达义乌商会暨乌干达义乌经贸文化交流促进会在坎帕拉成立。义乌作为全球最大的小商品集散中心，

随着国家“一带一路”倡议的推进，义乌正在寻求经济转型，开拓多元化市场。义乌小商品企业成熟的跨境电商商业模式随着企业入驻乌干达产业园，将有助于园区的转型升级与电子商务产业的迅速发展。

中国与埃及也在开拓在电子商务方面的合作。2019 年 12 月，埃及网络技术有限公司（DTOD）电子商务平台迎来首单业务。该平台创始团队来自中国，是一个面向北非地区的在线超市品牌配送平台，在一个月的时间里平台注册用户达到 10 万人，日活跃用户约 6 000 人。该公司下一步计划在埃及投资建设国际物流中心，参与埃及港口建设。

### （三）中非推动移动支付领域合作

电子商务平台的运行需要移动支付的配套发展。近年，中国企业如腾讯、蚂蚁金服、银联等，通过利用技术创新帮助消费者获得普惠金融服务，不断加强和非洲地区的移动支付合作，逐渐完善中非跨境支付体系，为中非电子商务合作保驾护航。

2016 年，微信支付与南非标准银行合作，在南非地区推广移动钱包，允许“点对点”（P2P）支付、电话费和话费预付以及零售店支付，并与世界最大的食品分销企业家家悦（Spar）展开合作。2017 年 8 月 30 日，蚂蚁金服在南非宣布，旗下支付宝业务已经接入南非 1 万家商户，南非成为非洲首个线下接入中国移动支付方式的国家；2017 年 8 月蚂蚁金服与联合国非洲经济委员会和国际金融公司达成合作，2020 年 2 月，支付宝与非洲泛非经济银行（Ecobank）展开合作，通过投资和技术扶持推动非洲数字金融普惠化；2018 年，银联联合商业银行推出云闪付应用程序，云闪付二维码支付服务在非洲落地。2019 年 3 月，总部位于内罗毕的肯尼亚股权银行（Equity Bank Kenya Limited）计划扩大微信和支付宝在非洲的业务。

2018 年中非网正式上线，成为尼日利亚与中国数字金融合作的重要平台。中非网与尼日利亚第一银行签订战略合作备忘录。尼日利亚第一银行拥有超过千万人的活跃用户群和境内最大的零售客户群。中非网与尼日利亚第一银行期望本着“友好务实、协商互利”的原则，在平台支付、人民币业务、品牌推广、结算中心、供应链金融、境外投资等六大方面展开合作，以期为尼日利亚跨境贸易商户提供更加便利的服务。

随着中非政府间进一步加深政策沟通，企业加快电商平台的建立以及移动支付领域的合作，中非电子商务合作具有广阔的前景。但与此同时，中非

政府需注意到目前跨境电商在中非贸易中所占据的比例较小，中国电商企业在非洲地区深入发展的案例并不多，企业对非洲国家发展电子商务仍疑虑较大，对非洲市场的参与程度仍较低，由此使双方的电子商务合作仍充满着挑战。

## 四 中非电子商务合作面临的挑战及应对之策

全球信息技术的飞速发展使得当前处于信息化高度集中的时代，电子商务在一国经济发展中扮演的角色也愈发重要。中非双方面对挑战，应采取相应措施，发挥各自优势，补齐短板，更好地推进“丝路电商”这一国际贸易新模式，以促进中非“数字丝路”建设。

### （一）中非电子商务合作面临的挑战

尽管非洲地区电子商务产业发展潜力较大，但仍存在限制电子商务发展的诸多因素。下列这些问题不仅限制了非洲自身电子商务的发展，同时制约着中非电子商务合作的开展。

第一，工业化水平低，制造业不发达，发展电子商务的根基不牢固。制造业是电子商务发展的基础，而非洲工业化水平极大地限制了非洲制造业发展能力。实现工业化一直是非洲各国多年的夙愿，但是从联合国工业发展组织公布的数据来看，2015年非洲55个经济体中，仅有3个国家（南非、突尼斯、毛里求斯）跨入“新型工业化经济体”，20个国家为“发展中工业经济体”，32个国家属于“工业化最不发达国家”。<sup>①</sup>工业化水平低、制造业劳动力投入不足以及制造业技术含量低均制约着非洲制造业的发展。尽管非洲地大物博，拥有几乎所有工业化所需要的各种原材料，但是在拥有如此丰富原材料的同时，非洲制造业产值低、制造业就业人口和中高端技术制成品出口少<sup>②</sup>，非洲大陆工业化水平仍然较低。根据世界银行数据，2018年，非洲大陆占世界制造业附加值比重仅为1.6%；在非洲国家中，制造业增加值占国内生产总值的比重高于世界平均水平15.59%的仅10个国家，分别为斯威士兰、阿尔及利亚、赤道几内亚、加蓬、塞内加尔、喀麦隆、中非共和国、刚果（金）、埃及和摩洛哥，45个非洲国家低于世界平均水平，利比里亚此项占比

<sup>①</sup> United Nations Industrial Development Organization, *Inclusive and Sustainable Industrial Development in Africa Region*, UNIDO, 2015, p. 4.

<sup>②</sup> 寇佳丽：《非洲工业化：要乐观更要谨慎》，载《经济》2018年第16期，第62~66页。

仅为 1.75%，位居非洲末位。在制造业就业人口方面，2019 年，撒哈拉以南国家工业就业人口占总人口的 11.3%，而世界平均水平为约 22.8%。在制成品方面，非洲各国出口品大多为资源型产品和低技术产品，制成品出口占非洲商品出口总额的 47%，占全球制成品出口总额的 2%。<sup>①</sup>

第二，信息网络安全存在隐患。对于一个安全的电子商务系统来说，必须要有一个安全、可靠的交易平台和移动支付手段。非洲国家经济发展较为落后，当地人或多或少地质疑网站安全、商品安全、物流安全、支付安全等问题。尽管越来越多的人开始愿意尝试电子商务这种新兴的购物方式，但是更多的人对网上购物的方式认可度不高，而更习惯线下购物和用现金或银行卡支付。选择线上交易的用户必须面对隐私泄露、金融诈骗等方面的风险，而虚假网站仿冒知名电商平台等现象更使得消费者对线上交易抱着谨慎态度。根据调查显示，在南非，2014 年，高达 64% 的消费者在网上交易并不信任，77% 的用户担心遭到互联网金融诈骗，45% 的消费者出于安全因素考虑终止网上交易。<sup>②</sup>与此同时，非洲的相关立法法规并不完善，对违规违法的行为监管打击力度不够。众多因素导致的信息网络安全问题让中非消费者和中非商户之间很难产生足够的信任，这不仅对非洲国内电商的发展极为不利，还使得人们对中非合作电商平台疑虑重重。

为解决消费者信任问题，各大电商平台对支付安全以及站内仿品打击推出了一些规定制度。譬如，非洲内部最大的电商平台之一的茱米亚对站内仿品的卖家做出每件仿品罚款 100 美元以上的规定，对情节严重者将保留永久关店的权利。<sup>③</sup>2014 年，中资电商平台可丽贸推出可丽贸支付（LipaPay），意在解决电商支付方案，加速网上支付、保证支付安全方面发挥决定性作用。南非电商领头羊“购多多”则为顾客提供安全购物服务，即若支付过程中出现信用卡欺诈情况，平台将代表消费者处理相关风险，无需消费者出面。但是，仅电商平台的努力并不足以解决信息网络安全根本问题，仍需非洲各国政府出台相关法律法规，从国家层面为中非电商合作的发展保驾护航。

第三，复合型电子商务人才缺乏。一个新的产业的兴起往往需要相关产

<sup>①</sup> 参见世界银行数据库：<https://data.worldbank.org>，2020-04-05。

<sup>②</sup> Kaspersky，“Business Attitudes Toward Cybersecurity”，<https://usa.kaspersky.com/small-business-security/resources/products/business-attitudes-toward-cybersecurity-2014>，2020-03-23。

<sup>③</sup> Jumia，“Sell on Jumia”，<https://www.jumia.com.ng/marketplace-vendor>，2020-02-14。

业人才的支持。电子商务更是需要复合型电子商务人才，进行电商平台的运营、仓储管理、物流与支付管理等。然而，大多数非洲国家民众受教育程度较低。非洲的辍学率和失学率远远高于世界其他地区，2015年至2018年，非洲小学年龄段的儿童中（通常为6岁至11岁），平均有14.7%的儿童失学，初中生（通常为12岁至14岁）的失学率达到31.9%，高中生（通常为15至17岁）的失学率则高达50.2%<sup>①</sup>。这些基本的教育若无法保证，就难以培养更多的复合型受到高等教育的人才。非洲电商产业的完善以及中非电子商务领域的合作，需要具有熟知双方背景的电子商务的专业性人才，人才的匮乏无疑使得中非电子商务合作之间的进展更为缓慢。

第四，基础设施基础和物流业较为落后。尽管非洲各国政府近年来对基础设施建设尤为重视，但是较弱的非洲基础设施仍难以满足电子商务发展的需要。基础设施建设需要投入大量资金，但是由于各国政府财政紧张，私人投资不足，基础设施建设仍存在巨额资金缺口。除此之外，非洲国家从国际融资机构得到的基础设施融资较为有限，2017年获批准的基础设施相关项目额为590亿美元，不到全球基础设施融资总额的30%。<sup>②</sup>据非洲开发银行统计，非洲基础设施领域每年需要1300亿~1700亿美元投资，目前仍存在680亿~1080亿美元的资金缺口。经历2020年新冠疫情的持续冲击，如何解决融资缺口问题则成为非洲基础设施建设的关键。

交通基础设施的落后使得作为电子商务生命线的物流业在非洲的发展同样不佳，这大大增加了交易成本。2018年，世界银行发布的《物流表现指数》中，北非的全球物流绩效指数（LPI）总和得分为2.78，撒哈拉以南非洲仅为2.45，位于全球倒数第一。其中南非、肯尼亚、卢旺达以及科特迪瓦的物流行业位居非洲前四，而索马里、塞拉利昂、厄立特里亚及津巴布韦则垫底。2019年，非洲电商运输成本甚至占商品零售价格的50%~75%<sup>③</sup>。

## （二）深化中非电子商务合作的对策建议

针对非洲电子商务发展的“硬”基础的欠缺和“软”实力的不足，中非

---

① Africa Development Bank Group, *African Economic Outlook 2020*, p. 34.

② United Nations Economic Commission for Africa, <https://www.uneca.org/content/africa-urged-address-infrastructure-deficit-boost-trade>, 2020-03-23.

③ African Development Bank Group, “African Economic Outlook 2019”, <https://www.afdb.org/en/documents/african-economic-outlook-2020>, 2020-03-22.

双方可采取以下措施，深化“丝路电商”合作。

就非方而言，第一，完善相关法律法规建设。电商在给人们的生活带来极大的便利的同时，也带来了对公共隐私保护、网络安全等一系列的潜在的威胁，非洲各国在国内首先应完善电子商务贸易法律法规，增大监督惩戒力度，维持市场、社会安全与秩序，尤其应加强网络支付等电子金融领域的法律法规建设，严厉打击网络支付个人信息泄密、冒用、诈骗等造成的财产损失。为提高网络安全相关部门的执法能力，政府应加大对这些部门的拨款，并确保其人员接受网络犯罪调查工具和技术的定期培训。此外，非洲国家应加快电子商务税收法律建设，减少偷税漏税现象，明确征税管辖权归属，保证电商产业的稳定发展。在国际层面，非洲各国应建立完善的跨境电子商务相关条例，规范跨境电子商务领域的商业行为，维护良好的市场环境。为了有效遏制超越国界的网络犯罪，各国网络犯罪立法还应协调一致。非洲联盟应探讨就所有成员国对网络犯罪的“普遍管辖权”达成一致，使遭受网络犯罪损害的每个非洲国家对网络犯罪分子拥有管辖权，以阻止非洲境内运营的网络犯罪分子，增强人们对信息技术和电子商务的信心。

第二，加强基础设施建设。非洲国家在继续加强与国际发展融资机构如世界银行、非洲发展银行及主要发达国家的基础设施合作建设项目的同时，深入与中国、印度等新兴市场国家开展在基础设施建设方面的合作，通过创新型金融工具等方式缩减融资缺口，共同推进非洲基础设施建设。为推进电子商务的发展，特别需要非洲国家加强在交通、通信基础设施建设方面的国际合作。同时，通过招募私人投资的方式，促进基础设施投资主体的多元化。通信基础设施往往是私人资本愿意进入的领域，通过私人资本的引入，可扩大非洲基建资金池，减轻财政负担，减少基础建设融资缺口，为非洲电子商务的发展打好基础。

第三，加快制造业的发展。没有制造业便没有产品，没有产品便没有电子商务。非洲各国应重视制造业的稳定与发展，尤其是电子商务产业发展中占主导地位的产品，如服装鞋帽针纺织品、日用品、家用电器和音响器材，充分利用自身劳动力、原材料的比较优势及中国向非洲分享的经验与技术，稳步提高制造业产品附加值，加速非洲大陆工业化的进程，把握好各产业发展均衡，促进电子商务产业的可持续发展。

第四，加快电子商务人才的培养。电子商务的发展需要复合型人才的助

力。电子商务人才注重专业知识面更广、具有商务专业知识，熟练掌握跨境电商需要的多个语种，同时对互联网也有所涉猎。非洲各国应在继续普及基础教育的同时，联合高校与社会企业资源，大力培养既拥有专业基础知识又具有电子商务相关知识和能力的复合型人才，促进产业的发展。例如，非洲各国可通过立法将计算机课程纳入国家教学大纲，培训计算机课程教师并向学校提供相关的硬件和软件，提高学生的信息技术素养，政府还应为成人计算机扫盲课程提供资金，以提升消费者和企业使用网络和电子商务设施的能力。

第五，适当放宽电信市场准入。非洲国家从 20 世纪八九十年代开始实行市场经济，大力推进经济领域的私有化进程。近年来，非洲国家在电信领域愈加开放，但并未形成有利于国家电信产业发展的竞争态势。例如，埃塞俄比亚、吉布提、科摩罗和利比亚仍由政府提供和控制电信服务，在一定程度上保持政府垄断。<sup>①</sup> 实际上，进入 21 世纪以来，电信部门是国际上增长最快的私人投资部门之一。根据基础设施私人参与数据库，有 255 个发展中国家的私人投资电信项目得到了显著推动。从 1990 年至 2019 年上半年，撒哈拉以南非洲地区共实施了 90 个电信基础设施私人投资项目，总额约 90.58 亿美元。<sup>②</sup> 非洲各国政府可以进一步向数字媒体，如互联网、宽带、固定或移动电话服务的运营商和提供商颁发许可证，推动本地和外国投资者对非洲电信行业的投资，通过电信市场的自由化以及适当的监管措施，提高电信行业的竞争力。

就中方而言，可采取的应对之策包括：第一，合理规避投资风险和政治风险。在营商环境方面，到 2019 年底，中非仅签订了 19 个双边投资协定<sup>③</sup>，并且大多数协议签订于 20 世纪 90 年代，现有的双边投资保护协议存在明显漏洞。随着中非电子商务合作的迅速发展，中国应尽快缔结新的中非双边投

---

<sup>①</sup> International Telecommunication Union (ITU), ITU ICT EYE: Does a Separate Telecommunication Regulatory Authority Exist? <http://www.itu.int/ITU-D/ICTEYE/Default.aspx>, 2020-04-03.

<sup>②</sup> World Bank Infrastructure Economics and Finance Department and the Private Infrastructure Advisory Facility, Private Participation in Infrastructure Database, [http://ppi.worldbank.org/explore/ppi\\_exploreRegion.aspx?regionID=1](http://ppi.worldbank.org/explore/ppi_exploreRegion.aspx?regionID=1), 2020-04-03.

<sup>③</sup> 中非签订双边投资协定的国家分别是：刚果（金）、尼日利亚、马达加斯加、赤道几内亚、突尼斯、埃塞俄比亚、佛得角、南非、苏丹、加蓬、阿尔及利亚、津巴布韦、毛里求斯、埃及、加纳、科特迪瓦、贝宁、叙利亚和摩洛哥。参见中华人民共和国商务部条约法律司网：<http://tfs.mofcom.gov.cn/article/h>, 2020-03-04。

资保护协议。除此之外，中方应推动非洲各国加快完善电子商务领域相关法律法规条例，如隐私保护法、电子商务税法等，在督促中方企业遵守当地法律法规的同时，通过法律手段维护中国企业在非利益，规避在非经营风险。在政治风险方面，非洲各国内部政治派别与利益集团众多，政策连续性较弱，民族主义者和利益集团在社会上制造舆论，给各国政府施压，从而影响在非的中国企业开展业务。这些障碍和风险不利于中非电子商务合作，威胁中方投资安全。鉴此，中方应加强对非洲国家电子商务经营环境评估，构建企业投资的风险预警体系。对于非洲高风险地区，中国可建设非洲投资公共服务平台，为中国企业提供非洲国家电子商务相关法律法规、优惠政策、税收制度、雇佣规则、政治动荡风险预警等服务信息。

第二，深化中非基础设施合作和产能合作。基础设施的互联互通是推进非洲产业发展的必要前提。中国应密切关注非洲产业的发展需求，重视非洲基础设施建设投资的商机。在基础设施建设领域，非洲要发展数字经济，势必会重视通信网络设施与交通运输建设，推动非洲交通和基础设施“三网一体化”（非洲高速铁路、高速公路、区域航空网、工业化）合作，提高网络覆盖率和网速，促进非洲物流业体系的完善；在融资方面，为既解决非洲基础设施融资问题，又关注其债务可持续性，对非洲各国政府的融资需求，中方应注意分析项目的可行性，同时积极与国际开发性金融机构合作，推动私人资本对非投资，缩小非洲基建融资缺口。随着 2021 年 1 月 1 日非洲大陆自由贸易区的正式启动，除了加快建设各国基础设施的同时，中国也应与非洲积极探索非洲设施联通行动的顶层设计，做好基础设施项目的设计、建设以及运营等配套工作，与非洲产业促进的行动互相结合，推进基础设施上下游全面发展。近年来，中国企业积极参与了非洲基础设施建设，如亚吉铁路、蒙内铁路、摩洛哥穆罕穆德六世大桥等。但是，中非在基础设施建设方面合作方式仍然比较单一，大多是以中国金融机构融资提供贷款或是国有企业参与基础设施建设，民营与私营企业参与程度并不高。中非基础设施合作急需通过创新投融资模式，解决项目融资瓶颈，推进非洲基础设施建设，从而为双方电子商务领域合作打下良好的基础。

在共同促进非洲电子商务发展的同时，中方也要关注非洲制造业的发展，积极推进中非产能合作。近年来，中国出口制造业依靠低廉劳动力成本的模式正在逐渐失去竞争优势，而非洲具备低廉劳动力的比较优势，且其国内就

业问题亟待解决。鉴此，中非双方应依托非洲丰富的资源与中国制造业的经验与优势，通过共建工业园或经济特区等合作方式，促进非洲制造业的转型与发展，也为其电子商务的发展打下实体经济的基础。

第三，推进中非电商人才培养。当前，中非教育合作及人力资源的培训更侧重于技术应用类的人才，对经贸人才尤其是电子商务经贸人才的培养投入不足。<sup>①</sup>对此，中方在中非教育合作中，应积极创新中非经贸人才培养体系，将电子商务纳入高等教育课程，在提供电子商务相关理论知识的同时，推动中非高校之间互联方式的多元化，借助信息技术建设中非知识走廊，合作开发在线课程，着力提升其实践能力，培养非洲电子商务实操人才。中非企业间也应紧密合作，如与国内的阿里巴巴集团以及非洲的可丽贸等企业开展合作，为非洲留学生提供实习岗位，探索形成中非电子商务实践教育体系，培养出一批既能进行电子商务领域研究，又有实操业务能力的专业人才，从而助力中非电子商务的合作与发展。

综上所述，自“一带一路”倡议提出以来，中非“丝路电商”不断发展。当下，中非在此领域的合作要充分认识当今国际格局的深刻复杂变化。正如《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中对于国际环境新变化的研判：“当今世界正经历百年未有之大变局，新一轮科技革命和产业变革深入发展……国际环境日趋复杂，不稳定性不确定性明显增加，新冠肺炎疫情影响广泛深远，经济全球化遭遇逆流，世界进入动荡变革期，单边主义、保护主义、霸权主义对世界和平与发展构成威胁。”<sup>②</sup>中国要“准确识变、科学应变、主动求变，善于在危机中育先机、于变局中开新局，抓住机遇，应对挑战，趋利避害，奋勇前进。”的确，数字经济作为新兴产业之一，它与“一带一路”相结合形成“数字丝路”，而“数字丝路”源自中国，属于世界。深化“数字丝路”背景下的中非电子商务合作，一方面，有助于构建中国全面开放的新格局，可以利用全球市场为推进中国高质量发展提供战略支撑，进一步提升中国在全球价值链中的地位和国际影响力；另一方面，有助于构建更加包容、均衡、普惠和可持续的新型经济全球化。为此，中非共建“数字丝路”，需要发挥合作伙伴国

<sup>①</sup> 肖皓：《创新经贸人才培养体系，助力中非经贸长期发展》，载《湖南日报》2019年6月18日。

<sup>②</sup> 《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》，载人民网：<http://cpc.people.com.cn/n1/2020/1104/c64094-31917780.html>，2020-11-21。

政府和企业的作用，建立跨国合作机制，搭建公共服务平台，加强风险预警与网络安全建设，发展网络信息技术产业。与此同时，中非智库之间宜加强人文交流，健全人才培养机制，从而给中非经贸合作注入新动能。

## China – Africa E – commerce Cooperation under the “Digital Silk Road” Initiative

*Huang Meibo & Duan Qiuyun*

**Abstract:** As the continent with the largest concentration of developing countries in the world and at the primary stage of manufacturing development, the introduction of E – commerce will not only bring positive economic and social impact to African countries, but also bring a series of challenges. With the development of Africa’s information technology and continuous improvement of infrastructure, governments of various African countries have introduced policies to support industrial development, and their E – commerce markets have great potentials. At the same time, with the more frequent trade exchanges between China and Africa and the new concept of the “Digital Silk Road” proposed by China, cooperation between China and Africa in the field of E – commerce is also rapidly advancing. However, such issues as information network security, lack of E – commerce talents, poor infrastructure and other factors are also restricting China – Africa cooperation in the field of E – commerce. Aiming at how to better promote cross – border E – commerce cooperation between China and Africa on the premise of conforming to the national conditions and interests of the two sides, this article puts forward corresponding policy recommendations to both China and Africa.

**Key words:** E – commerce; China – Africa cooperation; cross – border E – commerce; digital silk road

(责任编辑：詹世明 责任校对：樊小红)