doi:10.3969/j.issn.1003-5559.2021.04.008

“一带一路”背景下中国与非洲电子商务合作的现状、挑战及对策

■ 杜 鹃 四川传媒学院

摘 要:在“一带一路”倡议的推动下,中国与非洲电子商务合作得到了双方政府政策的大力支持,双方企业共同搭建多个电子商务平台并不断完善网络支付系统,双方电子商务合作取得一定成效。然而,非洲国家工业化水平低,制造业落后,网络安全存在隐患,电商所需人才匮乏以及交通、通信基础设施建设的滞后,对双方电子商务深度合作带来了挑战。为此,中非双方应从各自的角度来深化政策、机制、技术、人才等方面的支持。

关键词:“一带一路”;电子商务;合作

当前,全球新冠疫情防控进入了常态化阶段,数字经济的优势在全球经济复苏中的优势日渐凸显。中国作为数字经济大国,数字经济在推动中国对外经济合作中起到了重要作用。在“一带一路”背景下,数字经济已经成为推进人类命运共同体构建的新方案。《中非合作论坛——北京行动计划(2019-2021年)》中指出,中国应该积极向非洲分享信息技术发展的经验,共同把握数字经济时代合作新机遇,鼓励中非企业在数字经济、新基建、互联网等领域开展广泛合作。在“一带一路”倡议的推动下,中非经贸合作不断深化,海关统计数据显示2020年双边贸易额达2042亿美元,中国连续12年成为非洲第一大贸易伙伴。电子商务作为一种贸易新业态,在中非双边经贸合作中功不可没。由此,后疫情时代,探讨中非双方电子商务合作面临的挑战,对于加强中非电子商务深入合作意义重大。

一、“一带一路”背景下中国与非洲电子商务合作的现状

(一)中非双方政府政策支持力度大

自2018年,中国与卢旺达签署双边电子商务合作备忘录并建立跨境电商合作机制以来,中国先后同南非、埃及、毛里求斯等众多非洲国家签署了电子商务合作协议,积极完善跨境电商合作的制度体系,为中非电子商务合作创造良好的政策条件。具体而言:首先,中国与南非跨境电商合作政策效应辐射力强。跨境电商作为国际贸易的新业态,能够为消费者、生产者及市场提供全方位的互动服务,南非作为非洲有影响力的大国,中国与南非加强电子商务合作,对其他非洲国家能够产生示范效应。2019年中国与南非在2017年《金砖国家电子商务合作倡议》的基础上达成了中南电子商务合作备忘录,就建立跨境电商指导机构、强化两国政府之间的对话、开展跨境电商研究等问题达成了政策框架。这对于推进中国与南非之间的商品、资源共享及发挥两国电商技术、人口、市场等优势创造了条件。其次,中国与埃及、卢旺达达成的电子商务合作备忘录,是促进中国与这两个国家经贸合作的重要助力器。在非洲,埃及、卢旺达是投资环境相对较好的国家,也是与中国经贸往来较为密切的国家。近几年来,在“一带一路”倡议的推动下,中国与埃及、卢旺达贸易投资额不断上升,为双方之间的跨境电商合作创造了条件。通过签署电子商务合作、互联网+领域交流合作的备忘录,为深化中国与埃及、卢旺达经贸往来创造了便利化的基础。再次,中国与毛里求斯之间的电子商务合作政策落实性强,规则效应较为明显。毛里求斯是非洲电子商务发展较好的国家,也是非洲互联网基础设施较为完善的国家。中国不仅与其签署了电子商务合作备忘

[作者简介]杜鹃(1983—),女,四川传媒学院经管学院讲师;研究方向:市场营销、商务管理。

录，还通过中毛自贸协定中的电子商务专章完善了跨境电商相关规则及制度，就电子认证、电子签名、消费者权益保护、贸易透明度、贸易便利化等机制达成了协议，为中国与其他非洲国家进一步完善电子商务合作提供了规则借鉴。最后，中非合作论坛出台的“北京行动计划(2019-2021年)”为中非电子商务合作构建政策蓝图总体框架。双方一致认为要把握数字经济发展机遇，通过跨境电商合作实现经贸互利共赢。在2020年疫情期间，中非双方企业通过多渠道快速布局各类数字合作平台、线上推介会、直播带货等新业态，带动非洲特色产品对华出口，为非洲分享中国数字化转型红利的同时也为非洲电子商务发展创造了条件。

（二）中非双方企业合作建设了多个跨境电商平台

电商平台作为中非电子商务合作的基础设施，其建设与发展关系到中非贸易便利化进程。近些年来，在双方政府、企业的共同努力下，卢旺达、肯尼亚、尼日利亚等国家的企业均与中国企业合作建立跨境电商平台。这些平台在非洲电子商务发展中扮演了重要角色，成为非洲电子商务发展的“领头羊”。具体而言：第一，非洲最大的电商平台茱莉亚成功在中国设立了办事处。有着“非洲阿里”支撑的茱莉亚，是尼日利亚最大也是非洲最大的电子商务平台，平台年销售额达15亿美元。2016年茱莉亚在中国深圳设立了办事处，2019年该平台派代表参加了在乌镇举办的第六届互联网大会，与中国阿里、腾讯、网易等多个企业签署了合作协议。第二，中国企业在肯尼亚设立了多个跨境电商平台，运转情况良好。一是深圳科丽贸有限公司2014年进入肯尼亚互联网电商领域，设立了科丽贸电商平台，其服务涵盖了电子交易、移动支付、跨境物流等领域，同时还配备了国际电商运营中心、全球数据中心、跨境贸易清关中心、多语言服务中心等部门。2018-2020年，该平台在肯尼亚年均营业额达8800万美元。二是中国国际电子商务有限公司在肯尼亚设立的“中国买”平台。该平台成立于2015年，是“客对商”的一站式网上购物平台。肯尼亚消费者可以通过该平台直接从中国购买商品，同时配有移动支付系统，能够满足肯尼亚国内大多数消费者的购物需求。三是大连阿曼波贸易有限公司2015年设立的“阿曼波”电商平台。该平台通过“线上+线下+社会”的营销模式，借助于其在肯尼亚设立的海外仓将中国商品转移到非洲市场，并结合线下货物展示厅，降低了供需双方的信息不对称情况，大大提升了交易成功率。到2017年1月，平台注册用户达60万人，到2019年，平台月成交额突破2000万美元。第三，中国阿里集团与卢旺达政府于2018年合作设立了“基加利”电商平台。该平台致力于帮助卢中小微企业发展及增加当地就业岗位。阿里集团与卢旺达政府签署了电商合作、数字旅游、数字人才培养等三个方面的协议。通过该项目的运作，阿里集团旨在帮助非洲打造数字经济体系，为非洲企业参与全球贸易提供平台。在数字人才培养方面，阿里集团为入驻平台的企业及管理人员提供培训机会。在数字旅游方面，该平台与阿里旗下的飞猪旅游合作，向中国消费者展示该国的风土人情、旅游景点，大大促进了该国旅游业的发展。2019年，天猫上设立了卢旺达咖啡国家馆，将该国咖啡引入中国市场，年销售额不断攀升。第四，阿里集团与埃及网络技术有限公司于2019年共同设立了DTOD电商平台。这是一个面向北非、西亚的在线零售购物平台，当年12月注册用户就突破了100万人。在2020年疫情期间，该平台日均零售额达100万美元。

（三）中非双方企业合力推进移动支付合作

电商平台的运转需要移动支付作为配套措施。近些年来，中国企业如腾讯、蚂蚁金服、银行等，利用自身的数字技术优势不断拓宽普惠金融边界，加强与非洲各国企业之间的合作，构建中非移动支付合作体系，为中非电子商务合作奠定了基础。2016年，微信支付与南非标准银行合作在南非地区开通了微信钱包业务，通过微信钱包可以开展P2P支付、零售支付、话费预付等，并与全球最大的食品分销企业家家悦(Spar)合作，引入了微信钱包服务。2017年8月，蚂蚁金服集团将支付宝业务接入到南非数万家零售商户，成为非洲首个线下接入中国移动支付的国家。当年9月，蚂蚁金服与非洲经济委员会、国际金融公司达成三方合作协议，加大线下支付业务接入力度。2020年2月，蚂蚁金服与非洲泛非经济银行达成协议，通过加大投资及技术支持帮助非洲国家实现金融普惠化和数字化。2018年中国银联的云闪付业务进入非洲，在肯尼亚、乌干达、埃及等多个国家落地。另外，中非电子商务有限公司搭建的“中非跨境电商平台”(中非网）于2018年正式开通，旨在为中非跨境贸易构建一个

综合的B2B平台。从2019年开始，中非网与肯尼亚、尼日利亚、埃及、摩洛哥等多个国家的央行签署了合作协议，致力于在平台支付、人民币业务、结算中心、供应链金融、跨境投资等方面开展合作，为跨境贸易商家提供更加便利化的金融服务。

二、“一带一路”背景下中国与非洲电子商务合作面临的挑战

（一）非洲国家工业化水平低，电子商务根基不牢

发达的制造业是电子商务发展的基础，非洲较低的工业化水平极大地限制了非洲制造业的发展能力。多年来，实现工业化是非洲各国的共同愿望，但种种原因，非洲国家的工业化进程较为缓慢。按照联合国工业发展组织的数据看，非洲55个经济体当中，仅有南非、突尼斯、毛里求斯三国跨入了新兴工业化经济体行列，20个国家被列为发展中工业经济体，32个国家属于工业极不发达经济体。工业化基础差、劳动力素质低、制造业技术水平不高成为制约非洲工业发展的主要因素。虽然非洲地域辽阔，拥有工业化所需的一切原料，但依然难以提升其工业化发展水平。世界银行的数据显示，2019年非洲大陆占全球制造业附加值比重仅为1.8%，制造业增加值占GDP比重高于全球平均水平15.59%的国家仅有10个，45个国家低于世界平均水平，利比里亚制造业增加值占GDP比重仅为1.75%。在制造业就业人口方面，2019年撒哈拉以南地区制造业就业人口占总人口比重为11.2%，远远低于全球平均水平(22.8%)。在制成品方面，非洲各国大多出口的是资源型初级品及技术含量低的产品，其制成品出口仅占全球比重的2%。过于薄弱的工业化水平，难以为电子商务发展提供足够多的交易品类，本地所需制造业产品大部分依赖于进口，无疑加大了电子商务贸易成本，而低技术含量的制造业产品在跨境电商平台上也没有出口优势，与中国之间难以实现有效贸易互补。

（二）网络信息安全存在较大隐患

要保障电子商务系统的交易安全，需要稳定、可靠的交易平台及支付系统。非洲国家经济社会发展较为滞后，本地人对于信息技术平台等新事物抱有一定的质疑态度。虽然越来越多的人愿意选择电子商务这种新兴购物方式，但更多的人因为网络安全问题而选择线下购物或现金支付，对电子商务平台的购物方式认可度不高。导致消费者有这样的认知，就在于非洲网络环境不够安全，平台对用户信息的泄露、网络金融诈骗等风险频发。据麦肯锡公司的调查显示，南非有超过54%的消费者对电商平台不够信任，67%的消费者担心网络购物会遭遇金融诈骗，43%的消费者会出于网络安全考虑而选择终止网络交易。不仅在技术上难以保障网络环境的安全，而且非洲各国的立法对网络监管也介入较少，对于网络违法问题的打击力度较小，网络犯罪已经成为非洲仅次于走私、毒品、暴力犯罪之外的第四大犯罪类型。这些因素叠加在一起，使得消费者、商户、中国投资者对电商平台交易及电商投资难以产生绝对的信任，也加大了中非电子商务合作的难度。为了解决消费者信任问题，中国投资的电商平台及支付系统加大了对网络信息泄露、侵权问题的打击力度。如科丽贸平台在网络支付、购物安全中采取了加密措施，如果在支付中出现金融欺诈问题，平台代表消费者处理风险，降低消费者防范成本。然而，仅有电商平台的努力还是不够的，要想从根本上解决非洲网络安全问题，仍需要各国政府加强网络监管及完善网络立法体系。

（三）非洲电子商务人才较为匮乏

任何一个新兴产业的兴起离不开人才的支撑。电子商务的发展需要大量的复合型人才，既要懂技术、贸易、营销，还需要懂法律、管理、金融等专业知识，对人才的综合素质有较高的要求。但是，因经济的落后，大多数非洲国家民众的受教育程度较低，辍学率、失业率远高于世界平均水平。2018-2020年，6-12周岁的学龄儿童中，失业率高达19.4%，13-15周岁初中学生失业率高达33.5%，16-19高中学段学生失业率更是超过了50%。基础教育无法得以保障，很难想象能够通过高等教育培养出更多的复合型人才。就实践看，中非合作建立的电子商务平台，平台的管理者、维护者、日常运营者基本上都是中方人员。复合型人才的匮乏无疑为中非电子商务合作蒙上了阴影。

（四）基础设施建设滞后影响了物流业的发展

虽然非洲各国近些年来加大了基础设施建设的投入力度，但薄弱的基础设施依然难以满足电子商务特别是跨境电商发展的需求。道路、机场、港口、通信网络等基础设施建设需要大量的资金投入，然而因各

国财政紧张，私人投资严重不足，基础设施建设的资金缺口极大。而且，非洲国家信用评估等级较低，从国际金融机构得到的融资也极为有限。2019年非洲国家从世界银行等国际金融机构获得的与基础设施建设相关的项目贷款为580亿美元，不到全球的20%。据非洲开发银行统计，非洲各国每年基础设施建设所需的资金约为1700亿美元，可见资金缺口较大。2020年疫情冲击之后，全球经济下行进一步加剧，从国际金融机构能够获得的贷款可能会进一步减少，对非洲各国提出了更为严峻的考验。正是因为基础设施建设的落后，严重影响了物流业的发展。物流业是电子商务的生命线，物流业的滞后会加大电子商务交易成本，降低电子商务的竞争力。2019年世界银行发布的《全球物流指数表现》中显示，非洲国家除了南非、卢旺达等少数几个国家能够支撑电子商务的发展，绝大多数国家物流绩效低下，从而使得物流成本占到了电商运营成本的50%-75%。

三、深化中国与非洲电子商务合作的对策建议

（一）非洲视角

1.完善电子商务发展的法律法规。电子商务在给人们生活带来便利的同时，也对隐私保护、网络安全等带来了系列挑战。在中非电子商务合作中，非洲各国需要进一步完善与电子商务相关的法律法规。第一，完善电子商务交易方面的法律法规。进一步加大对网络欺诈、消费者信息泄露等问题的打击力度，维持市场安全，特别是要加强移动支付等领域的立法，通过强化执法能力，加大对金融欺诈的打击力度。各国政府应对此进行专门的财政拨款，确保执法人员能够定期接受网络犯罪调查工具、技术的方面的培训。第二，完善电子商务税收方面的法律法规。通过税收立法的完善，明确征税管辖权，避免双重征税及减少偷税漏税现象，确保电子商务的平稳发展。第三，非洲各国应加强跨境电商立法合作，规范跨境电商的商业行为。为了遏制跨国网络犯罪，非洲各国应在非盟的协调下，按照普遍管辖权原则强化各国对电子商务犯罪的管辖权，以防止网络犯罪分子利用部分国家的法律漏洞逃避打击，从而提升消费者对信息技术及电子商务的信心。

2.加大基础设施建设力度。非洲各国在继续加强与国际金融机构基础设施建设融资合作及发达国家技术合作的同时，还可以加强与中、印、俄等新兴国家在基础设施建设方面的合作。通过创新金融融资方式来减少基础设施建设的资金缺口，共同推动非洲各国基础设施建设的完善。为了更好地推进电子商务的发展，非洲国家需要进一步加大道路交通、通信设施等方面的建设，不断扩大国际合作力度，在加大引入私人投资的同时，不断促进投资主体及方式的多元化，由此可以减轻各国财政压力，为非洲各国电子商务发展奠定基础。

3.提升工业化水平，加大制造业发展力度。没有完善的制造业体系就没有多元化的产品，没有多元化的产品就会限制电子商务的发展。非洲各国应该大力提升工业化水平，重视制造业对工业化水平提升的作用。在电子商务发展中，非洲各国应该利用自身的资源禀赋及人力资源，重点发展劳动密集型产业，不断完善纺织品、日用品、电子电器等产业，为电子商务发展提供产品支持。在中非合作过程中，中国应向非洲分享制造业发展的经验及技术，帮助非洲国家提升制造业产品附加值和技术含量。在完善劳动密集型产业的基础上，有条件的国家可以进一步发展资本、技术密集型产业，通过产业均衡效应来确保电子商务的可持续发展。

4.加快电子商务所需的复合型人才培养。电子商务作为新兴产业，需要大量的复合型人才。对于非洲各国而言，电子商务人才不仅需要广博的知识面和专业的商务、法律等方面的知识，还需要熟悉外语、互联网等知识。非洲各国应在普及基础教育的同时，联合高校、企业等加大人才培养力度，为电商产业发展提供人才支撑。如非洲各国可以将计算机课程纳入到基础教育课程体系中，提升学生的信息技术素养，从而提升学生对电子商务的基础认知能力。

5.适当放宽电信市场的准入限制。非洲大部分国家从上世纪90年代以来推行市场化、私有化改革，在一定程度上促进了市场经济的发展。近些年来，在电信领域，非洲国家也加大了开放力度，但并未形成市场化的电信产业竞争态势。因电信行业的特殊性，非洲很多国家如埃塞俄比亚、吉布提、利比亚等国家电信产业依然由政府控制，政府垄断不仅阻碍了技术的进步，更是阻止了外资、私人资本的进入。从全球角度而言，进入新世纪以来，电信部门是引入私人投资最多的部门之一。世界银行数据表明，2001-2019年，发展中经济体超过1578个私人

电信项目投资取得了显著的成效，促进了各国经济的增长。而在同一时期，非洲国家特别是南部非洲，私人的电信投资项目仅为59个，投资额为90.24亿美元，远低于世界其他发展中地区。为此，非洲各国政府在现有经验的基础上，可以进一步加快电信业的开放，向私人及外资发放互联网、宽带等许可证，通过电信产业的市场化来提升电信部门竞争力，在合理监管的基础上为电子商务发展提供技术支撑。

（二）中方视角

1. 合理规避电子商务投资风险。第一，营商风险的规避。截至到2020年底，中国与非洲国家共签署了19个双边投资保护协定。但大多数协定是签于上世纪90年代，条文比较原则且可操作性不强，部分规则存有明显的漏洞。随着中非电子商务合作的发展，中国应该与非洲各国新签、更新和修订现有的投资保护协议。另外，在电子商务立法领域，中国应该督促有关国家尽快完善相关立法，通过立法来加大对中国电子商务投资的保护。第二，政治风险的规避。非洲国家内部部族众多，利益纷争较大，政府的政策连续性较差，对中国企业开展电子商务投资带来了很大的不确定性。为此，中国企业在对非洲国家电子商务投资之前要做好充分的风险评估，构建完善的风险预警机制。对于高风险国家，可以暂不投资；对于风险不高的国家，在投资之前及投资过程中要充分了解东道国的税收政策、用工制度及其他与电子商务相关的法律法规，最大限度减少电子商务合作的风险。

2. 深化中非基础设施及产能合作。基础设施互联互通是“一带一路”建设的重要内容，也是促进非洲制造业发展的基础。在“一带一路”进程中，中国应关注非洲不同国家的产业发展需求，加大基础设施建设的投资与合作。在中国企业电子商务投资较多的国家，中国应重视与电子商务发展相关的“三网一化”投资，不断提升通信网络的覆盖率，帮助非洲国家完善物流体系。另外，在基础设施建设合作过程中，要注重融资方式的多元化，在关注非洲各国债务可持续性的同时，差别对待各国政府的融资要求。应充分分析投资项目的可行性，加大与国际开发性金融机构、发达国家企业开展第三方合作。随着非洲大陆自贸区的启动，中国在与非洲国家基础设施建设合作过程中，还应该积极参与非洲设施互联互通的顶层制度设计，强化基础设施建设投资合作与各国产业发展的互动，从而为双方电子商务合作奠定良好基础。

中非产能合作是中非电子商务合作的基础保障。中国应积极关注非洲各国制造业发展情况，按照各国的资源禀赋及人力资源条件，开展差异性的产能合作，建立针对性的产能合作体系。因中国人力资本成本的上升，劳动密集型产业的国际比较优势在不断缩小。而非洲国家具有丰富的劳动力资源。基于此，中非双方应将非洲人力资源成本低优势与中国制造优势相结合，通过共建工业园区、经济合作区、经济特区等形式，大力发展与各国资源禀赋相适应的劳动密集型产业，为电子商务合作奠定实体经济基础。

3. 强化中非电子商务合作所需的人才培养。当前，中非教育及人力资源培训合作体系日渐完善，但人才培养的关注点集中在技术应用类人才方面，对经贸类特别是电子商务所需的复合型经贸人才关注度不够。为此，在中非教育合作机制中，应积极创新人才培养体系，改变人才培养方式，将电子商务人才培养纳入其中。同时，为了提升人才培养的针对性，中非双边的高校、企业应该加强合作，共同开发线上课程，搭建中非电子商务人才走廊，注重课程及知识的实用性和实务性。阿里集团与茉莉亚集团已经开展了非洲电商人才培养项目，通过为非洲学生提供实习岗位，强化课程对接及实务操作等形式提升了人才培养的效果。这方面的经验可供其他准备进入非洲投资电子商务的中国企业借鉴，以联合培养的方式提供急需的电子商务实用型人才，为中非电子商务合作提供智力支持。▲

参考文献：

[1]苏郁锋,罗顺均,冉佳森.双重劣势情境国际新创企业制度拼凑策略研究——以中国在非洲新创企业为例[J].南开管理评论,2020(6):27-38.

[2]谭颖,唐红涛.中非“湘约”：跨境电商广义虚拟经济促进湖南经贸高质量发展的新动能研究 [J].广义虚拟经济研究,2020(3):35-44.

[3]吕强.中非贸易共享电商发展红利[J].服务外包,2020(1):96-97.

[4]黄梅波,段秋韵.“数字丝路”背景下的中非电子商务合作[J].西亚非洲,2021(1):2-26.

[5] 宋林原.面向非洲市场的中国家电制造商供应链结构优化研究[D].大连：大连海事大学,2020.

[6]AYINGENEYE DOMICIENNE.“一带一路”背景下卢旺达电子商务发展策略研究[D].兰州：兰州理工大学,2020.

[7]李勇坚.全球零售电子商务发展现状、格局变化及未来趋势[J].全球化,2020(2):85-98.

[8]陈希沧.中非合作论坛机制下中非贸易发展及特点研究[J].宁夏社会科学,2019(04):114-120.