

数字经济背景下河南省

跨境电商发展数字贸易分析

■ 王建丰 郑州大学商学院

摘要:河南省开展跨境电商业务较早,而且发展速度很快。无论是跨境电商规模、应用水平、跨境电商综试区建设水平均稳居中西部首位,全国前列。伴随着我国数字经济的蓬勃发展,新一代信息技术对我国跨境电商的发展产生了重大影响,数字化产品和服务贸易日益成为我国跨境电商的重要内容,由此带来的数字贸易不仅有利于跨境电商贸易结构的优化,而且符合我国绿色低碳经济的要求。随着数字经济的不断深入,河南省跨境电商也面临着提速增值的需求,以货物贸易为主的跨境电商需要尽快提升数字贸易所占比重,实现跨境电商高质量发展要求。本文通过对河南省开展数字贸易的优势进行分析,并且指出河南省发展数字贸易存在的问题,并提出推动河南省发展数字贸易的可行性建议。

关键词:数字经济;跨境电商;转型

随着互联网应用的不断深入,数字经济已经成为推动我国经济发展的重要动力。中国信通院发布的《中国数字经济发展白皮书(2021年)》显示,中国数字经济发展迅速,其规模已经从2005年的2.6万亿元增长到2020年的39.2万亿元,占GDP比重由14.2%上升至38.6%,而且还呈现不断增长的趋势。长期以来我国政府一直高度重视数字经济的发展,积极推进网络强国战略、国家大数据战略等。《“十四五”规划纲要》中明确了我国数字化发展的路线图,要求以数字规则体系支撑健康的数字生态,以经济、社会、政府的数字化转型推动生产、生活、治理方式等方面的变革。在《“十四五”大数据产业发展规划》中又提出“加快培育数据要素市场、发挥大数据特性优势、夯实产业发展基础、构建稳定高效产业链、打造繁荣高效产业生态、筑牢数据安全保障防线”六项具体任务,争取实现“到2025年,我国大数据产业规模突破3万亿元”的发展目标。

数字经济的爆发推动了我国跨境电子商务的发展,政府也相继推出了鼓励跨境电商发展的相关政策,借助政府政策的优势,河南省跨境电商快速崛起。2012年郑州成为国家发展跨境贸易电子商务的

首批试点城市,同年郑东新区还成为国家级电子商务示范基地;2014年河南海关首创的“1210”跨境电商监管模式获得中华人民共和国海关总署批准;2016年郑州跨境电子商务综合实验区获得国家正式批准;2018年河南省E贸易核心功能集聚区开始动工,进一步叫响“买全球卖全球”的河南跨境电商品牌,之后洛阳、南阳先后获批跨境电子商务综合试验区,目前,全省共有3个跨境电商综试区,以及郑州、洛阳、南阳、商丘、开封、焦作、许昌7个跨境电商零售进口试点城市,这些都对河南省跨境电商贸易的发展起到了重要的推动作用。

一、河南省跨境电商发展现状

(一)跨境电商交易规模不断扩大

近年来,河南省跨境电商产业规模不断扩大,2019年河南省跨境电商进出口交易额超过1500亿元,增长幅度超过20%,稳居中西部首位。面对新冠疫情的不利影响,2020年,河南跨境电商进出口额达1745亿元,同比增长10.4%,跨境电商已成为河南稳定外贸增长的新力量。2021年河南省跨境电商进出

[基金项目]本文系河南省高校人文社会科学研究一般项目“数字经济背景下我国跨境电商转型机制研究”(2022-ZDJH-00257)。

[作者简介]王建丰(1970—),男,郑州大学商学院副教授,博士;研究方向:贸易经济、电子商务。

口交易额为2018.3亿元(含快递包裹),同比增长15.7%。根据商务部《中国电子商务报告(2020)》显示,郑州跨境电商零售进出口总额位居全国综试区城市第3,省会城市第2。

(二)跨境电商产业链条不断拉长

随着河南省跨境电商规模的不断扩大,对全球知名企业的吸引力也越来越大。谷歌、eBay、阿里巴巴、京东、唯品会、网易、苏宁、聚美优品、小红书等接连落户河南,业务不断扩大。联邦快递、DHL、UPS、菜鸟网络、顺丰、丰树等国内外物流企业也相继落地河南,中大门、世界工厂网等本土跨境电商企业也不断扩大在省内的规模,初步形成了河南省跨境电商全产业链条的产业体系,产生了巨大的集聚效应。一大批传统外贸企业、制造企业开始加入跨境电商阵列,宇通重工、黎明重工、企鹅粮油等制造企业纷纷加大跨境电商业务,年均增长高达20%~30%,许昌市发制品、蜂制品等优势产业借助跨境电商成交额迅猛增长。

(三)跨境电商模式全面创新

河南省重视发展跨境电商,不断在跨境电商模式方面进行创新。2016年12月上线的“单一窗口”模式提供了货物申报、运输工具申报、许可证件申领、原产地证书申领、企业资质办理、跨境电商等12大项基本功能,目前基本成为口岸通关的核心。此外,河南省跨境电商行业在不同的领域进行了商业模式的创新,目前已经形成了B2C、B2B、O2O以及B2B2C等多种业务模式,并且在服务方式集约化、物流主体多元化、运输方式多样化等方面形成了新的模式。2021年河南省海关推出跨境电商零售进口退货中心仓模式,解决了海外商品退货难的问题,使个人跨境货品退货时间从20天缩短至5天。

二、河南省跨境电商发展数字贸易的有利条件

数字经济不仅催生了以货物贸易为主的跨境电商的发展,还推动了以数字产品为主的数字贸易的发展。关于数字贸易的概念,目前还没有定论,参考美国国际贸易委员会在《美国 and 全球数字贸易》报告中的提法,数字贸易指的是数字产品贸易,即基于互联网和互联网技术的国内商业和国际贸易活动,该概念强调了互联网和互联网技术在组织协调、生产

或者传递产品、服务等方面的重要作用,并且把数字贸易划分为四类:数字内容、社会媒介、搜索引擎、其他数字产品和服务等。WTO则将货物贸易和数字产品贸易都归结到跨境电商概念中,即跨境电商同时包含了这两种不同的贸易方式。当前发展中国家主要关注的是以货物为主的跨境电商,而发达国家则普遍关注以数字产品为主的数字贸易,因此可以把货物贸易阶段作为跨境电商的初级阶段,数字贸易阶段作为跨境电商的高级阶段。随着我国经济发展目标由高速增长阶段向高质量发展阶段转型,从长远的发展来讲,跨境电商也要走高质量发展道路,而数字贸易发展则是实现跨境电商高质量发展的重要途径。河南省跨境电商发展势头良好,但仍面临向高质量发展的转型要求,数字经济的发展给河南省跨境电商发展数字贸易提供了有利条件。

(一)政策创新,为数字贸易提供完善的保障

1. 数字经济政策有利于数字贸易的开展。河南省政府已经将数字化转型战略上升到全局位置,将数字化转型视为引领性、战略性工程。2019年河南省工信厅制定了《河南省2019年信息化推进工作实施方案》,提出推动信息化基础设施优化升级,实现电子信息产业的进一步发展。2022年河南政府工作报告中明确提出要推动数字化转型,“力争数字经济增长15%以上”。具体措施包括:加快数字经济基础设施的建设,推动国家级新型互联网交换中心、人工智能计算中心、中国移动网络云郑州大区中心等重大项目建设,加快数字经济与制造业融合发展,壮大数字经济核心产业,建设10个省级数字化转型促进中心,实现数字化转型目标。同年3月1日起《河南省数字经济促进条例》正式施行,河南省希望通过立法鼓励数字经济发展,针对数字经济这种新业态模式提供政策保障,更好地推动河南省数字经济高质量发展。

2. 自贸区政策提升数字产品竞争力。数字贸易主要指数据或者以数据形式存在的产品和服务贸易形式,数字贸易的发展离不开服务贸易为基础。河南省服务贸易竞争力不突出,整体规模较小,竞争力较弱,但是河南省文化底蕴深厚,发展文化产业具有先天优势,而自贸区一直是我国制度创新的高地,河南省自贸区在文化产业制度创新方面不断发挥自己的特色。创意设计、文化传媒、艺术品交易是河南自

贸区开封片区的定位，而且把文化产业国际化作为特色功能定位在全国自贸区中也是独一无二的。在文化金融类服务方面，2019年深圳文化产权交易所就在开封片区设立了深圳文交所河南自贸区运营中心，这为当地文化产业发展提供了强有力的资本支撑。在文化产品贸易方面，从2019年开始，自贸区开封片区管委会联合河南省仁俊文化传媒有限公司、《芭莎艺术》杂志社等机构已经连续三年召开“开封国际文化金融与贸易论坛”，推出了一系列国际艺术品展。为了便利当地文化市场的交易，还建立了全球艺术市场大数据中心，此外开封片区充分发挥自贸区先行先试政策优势，推出了全国首家离境退税文创商店，同时通过开封片区海关窗口，实现了开封市展览形式文化艺术品线上方式的出口。

（二）河南省数字经济发展迅速，为数字贸易打下良好基础

1. 加强数字基础设施建设。河南省政府不断加大信息化建设的投资力度，成绩显著。近年来，河南省抓住数字经济发展的机遇，有针对性地提出大数据、人工智能、5G、智能传感器、智能显示终端、鲲鹏计算等数字经济领域发展目标和配套政策，有力地推动数字产业集群的大发展。中国移动、中国电信、中国联通的中部数据中心项目相继开工，这些都是国家大数据战略、建设数字中国、推进河南数字经济发展的重要举措。据统计，“十三五”期间河南省数字经济年均增速超过14%，同时对GDP增长的年均贡献率超过50%。根据河南省发展和改革委员会等部门发布的《河南省数字经济发展报告(2021)》显示，2020年河南省数字经济总体规模接近1.6万亿元，同比增长8.1%，全国排名第10位。

2. 增强互联网平台创新力度。河南省积极引进各大平台，像阿里、京东、小红书、苏宁等都在郑州有基地，而且也在不断推出自己的平台。中大门保税直购体验中心融合O2O、B2B、B2C等多种交易模式为一体，成为跨境电子商务综合集成服务平台。中大门电商平台与E贸易综合服务系统相结合，吸引包括母婴、美妆、居家日用、营养保健、服饰鞋包等海外商家入驻，为海外商家提供包含报关报检、物流、仓储、零售、结算在内的一站式服务，消费者足不出境也能通过中大门网站买到原装进口商品，而且全程质保质量无忧，带给消费者全新的销售体验。河南省还

推出“黄河云商”F2B出口跨境特殊服务模式，该模式主要针对中小企业，全英文在线沟通，帮助中小企业实现海外技术引进，助推企业产业升级，提升产品的综合竞争力。

（三）文化旅游产品丰富，为数字贸易发展提供丰富内容

1. 历史古都类。河南省有不少城市历史悠久，开封、洛阳、安阳、郑州更是四大知名古都，充分体现了华夏文明的源远流长。安阳殷墟甲骨文举世闻名，古文字博物馆妙趣横生。洛阳牡丹甲天下，龙门石窟已经申请世遗成功。开封的历史遗迹众多，包括开封府、相国寺、铁塔、鼓楼夜市等，清明上河园的《大宋·东京梦华》让人印象深刻。郑州曾为夏、商城邑，古迹众多，尤以商城遗址为最。

2. 名山休闲度假类。河南省旅游资源丰富，景点众多，山、水、林完美组合，拥有地质科考游、礼佛拜圣游、休闲度假游等多种文化旅游产品。中岳嵩山集儒、释、道三教荟集，少林寺功夫名震天下。宝天曼世界生物圈保护区、西峡恐龙蛋化石群等地质遗迹展示了地球沧桑演变。鲁山大佛举世瞩目，老君山主打避暑养生度假，重渡沟主推农家体验度假。伏牛山滑雪场、灌河漂流风景区等山地运动休闲活动也非常受欢迎。

3. 民俗、会展类。河南的民间节庆比较多，包括大坯山庙会、平顶山马街书会等，近几年又发展了一些新的庆典、节日。比如郑州少林武术节、开封菊展、洛阳牡丹花会、殷商文化节、信阳茶文化节等节庆活动。河南省位居中国中部，交通便利，展会也较多，名气较大的有全国商品交易会、中国国内旅游交易会、中国食品博览会等会展活动，这些展会极大地提升了河南省的知名度，产生了较好的影响。

三、河南省跨境电商发展数字贸易面临的挑战

（一）河南省推出的数字经济政策较多，但对数字贸易的政策较少

河南省虽然推出了一些促进数字产业发展的政策和法规，但是主要关注的是数字技术和数字产业等领域，重点围绕“数字产业化和产业数字化”来推进，针对数字贸易的政策并不多，比如在《河南省数

数字经济促进条例》中,仅仅提到了推动数字产品服务业发展,但是对于数字贸易中普遍存在的数据传输、知识产权保护等问题缺乏关注,这就导致数字贸易的展开缺乏数字规则保障。发达国家在数字贸易规则方面优势明显,美国凭借自身在数字经济方面的独特地位,一直在致力于打造一个具有全球约束力的数字贸易规则体系。今天以美国为主导的数字贸易规则已经基本成型,主要体现在一些大型区域贸易协定中,比如“3T”(TPP、TTIP和TISA)贸易规则,提前抢占了数字贸易规则的制高点。今天数字贸易的一些核心议题,如“数据自由流动”、“网络互操作性”、“数据存储非强制本地化”和“数字税”等争论已进入白热化阶段,成为全球数字贸易规则谈判的关键所在,这些都是今后制定数字贸易规则需要完善的地方。

(二)河南省鼓励数字产业发展,但普遍竞争力不高

近年来,河南省以建设数字强省为目标,统筹推进数字产业化发展,政府在推动智慧交通、智慧教育、智慧健康等重点数字产业领域方面不遗余力。不过许多数字产业的发展仍停留在规划上,在实际落实方面和发达地区仍存在较大的差距。数字经济的发展离不开互联网企业,2020年工信部公布互联网企业100强榜单,其中排名靠前的北京有13个,上海有15个,广东省有13个,江苏省有5个,福建省有4个,基本上都位于东部沿海地区,河南省没有一家企业上榜。数字贸易对互联网平台的依赖性很大,但是河南省缺乏自己有影响力的跨境贸易平台或者综合性社交平台,这就使得在数字贸易过程中无法取得主动地位,许多好的数字产品无法充分地在线上进行交易。

(三)河南省文化底蕴丰富,但文化品牌较少

洛阳和西安同为十三朝古都,甚至洛阳建都时间比西安都早,但是在旅游业的开发方面,两城还是有不小的差距。2019年洛阳市接待国内外游客1.42亿人次,较上年增长7.3%,旅游总收入为1321.02亿元,增长15%;西安2019年接待国内外游客3.01亿人次,比上年增长21.7%,旅游业总收入达3146.05亿元,增长23.1%,两市差距明显,其中一个重要原因是河南省文化品牌知名度太低,造成对游客的吸引力不足。河南自古以来就是中华文明的发源地,其中不乏

知名的旅游品牌,比如少林寺、龙门石窟、清明上河园等。但是,河南省在文化品牌建设方面能力较弱,品牌投入不足,缺少叫响全国的文化知名品牌。

(四)河南省高校众多,但高层次人才短缺

数字经济的发展离不开数字技术,技术水平的提高离不开人才,尤其是互联网人才对数字贸易的展开必不可少,但是河南省在吸引高水平人才方面竞争力不足。一是高水平人才培养不足。河南省虽然是人口大省,但是整体人口文化素质较低,大学教育不到总人口的10%,硕士、博士毕业生的数量更为稀少,211高校仅有郑州大学一所,存在高等人才储备不足的短板。二是高水平人才留不住。由于省内服务产业自身结构较为低下,大部分为劳动密集型产业,互联网产业较少,导致大量互联网人才流失,而且河南省在吸引数字贸易人才方面没有特别的优惠政策,这就导致大量互联网人才纷纷向外转移,而且也很难吸引到外部高水平人才。

四、对策分析

(一)加强“五区”联动,提高数字贸易政策创新水平

最近几年,多项国家战略规划 and 战略平台相继落地河南,其中最具代表性的就是“五区”战略,包括:郑州航空港经济综合实验区、郑洛新国家自主创新示范区、中国(河南)自由贸易试验区、中国(郑州)跨境电子商务综合试验区、国家大数据(河南)综合试验区。这些政策加上郑州国家中心城市定位,为数字贸易提供了良好的发展空间。其中自贸区可以提供数字贸易制度创新,大数据可以提供数字贸易平台创新,自创区则提供数字产业创新,跨境电商综合试区和航空港则为数字贸易提供模式创新。河南应该充分发挥战略叠加效应,强化各区制度创新功能,努力推进河南数字产业建设,推动形成新产业、新业态,提升数字贸易水平。

(二)提高服务贸易发展水平,夯实数字贸易基础

加快服务贸易的发展,优化服务贸易结构,提高数字化服务水平,有利于推动河南省数字贸易的展开。首先是加快河南省服务贸易转型升级。依托产业集聚区、商务中心区、特色商业区等建设区域性服务贸易基地,着力发展旅游产业、软件行业、服务外

包、动漫行业、会展管理等新兴服务产业。其次是提升河南省服务贸易开放水平。采取“走出去”和“引进来”相结合的发展战略,加强国内外服务贸易领域企业间交流,积极开拓“一带一路”沿线国家和RCEP等自贸区成员国的服务贸易领域市场,不断提高河南服务贸易在国际上的影响力和竞争力。三是支持外商参与河南数字产业建设。通过完善外商准入负面清单制度,推动外商投资便利化改革,进一步扩大外商投资领域,提高外商投资质量,加大支持外商参与河南数字产业建设力度。可以通过建立数字产业示范园区、示范企业等方式,主动引进全球知名的互联网领域跨国企业,着力发展有河南特色的文化、旅游等数字产业。

(三) 加强科技创新,完善数字贸易平台载体服务

数字贸易的展开离不开平台建设,平台在数字产品传输中发挥着重要的作用,河南省虽然入驻的平台很多,但是本地平台较少,尤其是针对数字产品贸易的平台缺乏,这将给本地数字贸易的发展带来不利影响。当前可以考虑先推出专业性的数字贸易电商平台,比如文旅数字服务平台,将河南省丰富的文化旅游资源与数字技术相结合,利用互联网、大数据、人工智能、云服务等信息化手段,提供文化、旅游等产品线上设计、展示、交易等功能,形成相关产业的全产业链

(上接第69页)

引力的管理机制、科研机制、知识产权保护、薪酬待遇和生活保障等配套政策,并及时向服务外包企业兑现人才引进、培训和就业奖补等政策。同时鼓励符合条件的服务外包企业对重要技术人员和管理人员实施股权激励等,以形成持续、优越、包容的人才引进良性机制,确保各类人才能够引得来、留得住、起作用。

3. 完善服务外包业务平台设施。合肥市应以“合肥声谷”、“自贸区”建设为契机,持续发力,加大对服务外包企业布局的统筹规划、科学施策,进一步深化“放管服”改革,持续推出税费减免、免申即享、即申即享等利企惠民奖补政策,为服务外包企业发展提供支持,并充分利用外经贸发展专项和地方政府配套资金,为区域内服务外包企业搭建服务平台,建设一批网联全省乃至全国的外包服务公共平台,同时加大服务外包科创平台、产业园区、创客

供应、构建河南省文旅的数字贸易新生态。

(四) 加快人才引进,创造良好数字贸易人才环境

关于数字贸易人才的培养,首先是要扩大本科生、研究生人才的培养,为河南省数字贸易发展储备高层次人才。省内高校要开设一些适合河南省数字贸易特色的课程,并且将课程的设置与企业实际的需求相结合,推动高校与数字贸易企业的对接,建立校企合作基地,吸收高校学生前来实习,提高数字贸易人才储备。其次要推出吸引数字贸易人才的政策。要针对性地引进一批高端的境外专家及其团队,同时需要创造更好的人才环境,包括住房环境、工作环境,提升河南省数字贸易人才的核心竞争力。▲

参考文献:

- [1] 李晓沛.“一带一路”倡议下河南跨境电商发展研究[J].河南工业大学学报,2018(2):19-25.
- [2] 贾怀勤.数字贸易的概念、营商环境评估与规则[J].国际贸易,2019(9):90-96.
- [3] 李玲娟,温珂.新形势下我国知识产权全球治理环境挑战与对策建议[J].中国科学院院刊,2019(8):847-855.
- [4] 张荣楠.全球经贸规则体系正加速步入“2.0时代”[J].宏观经济管理,2020(4):7-12.

空间和孵化器等基础设施投入,为服务外包产业发展、企业成长提供优越的营商环境。▲

参考文献:

- [1] 刘春生,王力,黄育华.中国服务外包竞争力报告(2018~2019)[M].社会科学文献出版社,2017:89-105.
- [2] 唐铁球.服务外包对我国制造业与服务产业升级影响的实证研究[J].经济问题探索,2019(12):51-53.
- [3] 崔岩.南京服务外包增长原因探析[J].合作经济与科技,2019(9):56-59.
- [4] 张成龙.合肥承接产业转移的经验思考[J].经济研究导刊,2018(9):45-49.
- [5] 金泽虎,何玉梅.安徽省拓宽承接离岸服务外包的策略研究——基于合肥“一带一路”节点与服务外包示范市叠加效应的实证[J].长春大学学报,2018(7):7-11.