

数字贸易概述

学完这章，你应该能够：

1. 了解数字贸易产生的背景和数字贸易发展趋势；
2. 通晓国际贸易实践创新的主要内容；
3. 理解数字贸易对现代国际贸易理论的冲击；
4. 熟悉和掌握数字贸易的内涵与特征；
5. 知悉数字贸易与传统贸易的主要区别。

数字贸易是伴随信息技术对贸易影响的进一步深化所产生的概念，是电子商务的发展与延伸，更突出数字化的产品和服务贸易，但国际上对数字贸易的讨论和谈判大多仍在电子商务框架基础上展开。美国政府认为，数字贸易不仅包括网上消费产品的销售和在线服务的供应，还包括使全球价值链成为可能的数据流、使智能制造成为可能的数字服务以及无数其他平台和应用。美国 CRS 智库认为，数字贸易是指通过电子手段进行的所有形式的贸易，包括商品和服务方面的贸易。澳大利亚政府认为，数字贸易不只是在在线上购买商品和服务，还包括信息和数据的跨境流动。经济合作与发展组织认为，数字贸易是指数字技术赋能于商品和服务贸易，同时涉及数字的和物理的传输。中国信息通信研究院报告定义：数字贸易是信息通信技术赋能、以数据流动为关键牵引、以现代信息网络为重要载体、以数字平台为有力支撑的国际贸易新形态。目前来看，各国对数字贸易的认识尚不统一。党的二十大报告提出，“推动货物贸易优化升级，创新服务贸易发展机制，发展数字贸易，加快建设贸易强国”，将发展数字贸易的战略性和重要性提升到前所未有的高度。

第一节 数字贸易诞生背景

根据商品交易的区域和结构特征，可以将世界贸易进程划分为三个发展阶段。第一个阶段是传统贸易扩大阶段，即世界市场的雏形开始出现阶段。新航路的开辟，使运输成本持续降低，物质产品运输距离不断扩大，地区性的贸易开始向世界性的贸易扩展，

以欧洲为中心的世界市场雏形初步形成。在这个阶段，交易的物品主要针对最终产品，消费者可以轻松地以较低的价格获得新产品和更便宜的产品。第二个阶段是全球价值链贸易阶段，即资本主义市场体系形成阶段。在工业革命推动下，世界主要资本主义国家通过对外资本输出、缩减运输成本和各种可调整的生产成本，细分生产工艺，跨越产品边界，增加中间产品的贸易，全球价值链向包括新兴国家在内的世界各地蔓延。第三个阶段是数字贸易阶段，即世界贸易体系重构阶段。新一代信息通信技术的发展使得不同经济主体间紧密联系，形成更高效、更频繁的分工、协同和共享关系。物理商品交易变得更加高效、有序、广泛，中小企业获得了更多参与贸易的机会，数字商品的可贸易程度大幅提升，催生出一系列新模式和新业态。5G、人工智能、大数据等核心产业的进步奠定数字贸易发展的技术基础，将新零售、新制造通过智能骨干网进行全链接闭环，推动数字技术与实体经济及数字贸易链产业的深度融合。与传统贸易相比，数字贸易有两方面突出变化：一是贸易方式数字化，即贸易全流程、全产业链的数字化转型，通过数字技术手段实现贸易成本更低、效率更优、主体更多元。二是贸易对象数字化，即以数据形式存在的要素和服务成为贸易中的重要交易对象，融入价值链各个环节，拓展了国际分工的深度和广度。2005年至2022年间，全球数字化服务出口每年增长8.1%，远高于货物出口5.6%的增长。据世贸组织经济学家的模拟计算，从2021年至2030年的10年中，数字技术的应用将使全球贸易每年增长2%，发展中国家的贸易每年增长2.5%。随着数字技术重塑全球贸易流程，数字贸易已成为全球贸易增长的新亮点。

一、国际贸易理论的演进

国际贸易理论的发展大致经历了古典国际贸易理论、新古典国际贸易理论、新贸易理论以及新兴古典国际贸易理论四大阶段。古典和新古典国际贸易理论以完全竞争市场等假设为前提，强调贸易的互利性，主要解释了产业间贸易。二战后，以全球贸易的新态势为契机，新贸易理论应运而生，从不完全竞争、规模经济、技术进步等角度解释了新的贸易现象。

（一）现代国际贸易理论基础

二战后，国际贸易的产品结构和地理结构出现了一系列新变化。同类产品之间以及发达工业国之间的贸易量大大增加，产业领先地位不断转移，跨国公司内部化和对外直接投资兴起，这与传统比较优势理论认为的贸易只会发生在劳动生产率或资源禀赋不同的国家间的经典理论是相悖的。古典与新古典国际贸易理论都假定产品市场是完全竞争的，这与当代国际贸易的现实也不相吻合。在这样的国际环境下，新贸易理论应运而生，典型代表如下。

新生产要素理论。该理论赋予了生产要素除了土地、劳动和资本以外更丰富的内涵，认为它还包括自然资源、技术、人力资本、研究与开发、信息、管理等新型生产要素，从新要素的角度说明国际贸易的基础和贸易格局的变化。

偏好相似理论。1961年林德（S. B. Linder）在《论贸易和转变》一书中提出了偏好

相似理论,第一次从需求方面寻找贸易的原因。他认为,要素禀赋学说只适用于解释初级产品贸易,工业品双向贸易的发生是由相互重叠的需求决定的。该理论的基本观点有产品出口的可能性决定于它的国内需求;两国的贸易流向、流量取决于两国需求偏好相似的程度,需求结构越相似则贸易量越大;平均收入水平是影响需求结构的最主要因素。

动态贸易理论。该理论主要从动态角度分析国际贸易产生与发展的原因,包括波斯纳(M. U. Posner)和胡弗鲍尔(G. G. Hufbauer)提出的技术差距理论,又称创新与模仿理论,将技术作为一个独立的生产要素,侧重从技术进步、创新、传播的角度分析国际分工的基础,扩展了资源禀赋论中要素的范围。雷蒙德·弗农(Raymond Vernon)的产品生命周期理论提出,产品在其生命周期的不同阶段对生产要素的需要是不同的,而不同国家具有的生产要素富饶程度决定了该国的产品生产阶段和出口状况。该理论将比较优势论与资源禀赋论动态化,很好地解释了战后一些国家从某些产品的出口国变为进口国的现象。罗默提出的“技术外溢”与“干中学”学说,将技术作为内生变量,认为“干中学”式的技术进步,大部分是从技术外溢中获得的,即贸易或其他经济行为自然输入了技术。经克鲁格曼(Krugman)论证,若引进国将外溢国的技术用于比较优势产业,则对两国均有利;反之对两国均不利。假设国内技术外溢的速度高于国际技术外溢,国家原先的领先产业有加速发展的可能,原有的比较优势会增强。技术的传播使各国的差异不断扩大,强调了技术变动对国际贸易的动态影响。林毅夫等提出的动态比较优势理论认为,一个国家的产业和技术结构从根本上取决于国内要素禀赋,其升级是产业结构升级的基础。如果一国的产业和技术结构能够充分利用其资源禀赋的优势,则其生产成本就较低,竞争能力就较强,进而能够创造更多的经济剩余,积累量也就越大。因此,通过发挥比较优势能够较快地实现资源结构的升级,从而加快产业结构升级。

产业内贸易理论。该理论又称差异化产品理论,以不完全竞争市场和规模经济为前提,从动态角度出发考虑需求情况,更符合实际。由于产业内贸易规模不断扩大,20世纪80年代以来许多经济学家陆续建立模型对这一问题从不同角度进行探讨。其中新张伯伦模型证明了当市场结构从完全竞争变为不完全竞争,达到规模报酬递增阶段的时候,即使两国间没有技术和要素禀赋差异,产品水平差异性和规模经济也可推动国际贸易,增加两国的福利。兰卡斯特模型认为,在具有相同特点的经济体之间,如果不存在贸易壁垒和运输成本,在规模收益最大化和消费偏好差异的影响下,两个经济体间仍能进行产业内分工和贸易。新赫克歇尔-俄林模型又称为“新要素比例学说”,它认为资本相对充裕的国家出口同种产品中资本密集的高质量品种,劳动力相对充裕的国家则出口劳动密集的低质量品种,由此形成的产业内贸易实质上还是垂直分工的结果。此模型在对传统贸易理论的最小偏离下,同时解释了产业间和产业内的贸易模式。布兰德-克鲁格曼模型意在解释标准化产品产业内贸易现象,布兰德(Brander)和克鲁格曼构造了一个“相互倾销模型”,提出贸易是扩大竞争的一种方式,不完全竞争的企业可以通过贸易向别国的国内市场倾销以扩大销售,即使存在运输成本,也会存在双向贸易,并由两国间需求弹性的预期差异决定贸易量。弗尔维(Falvey)和凯克斯基(H. Kierzkowski)建立的垂直差异产业内贸易模型以寡头垄断市场假定为前提,认为在完全的垂直型产业内贸易与

完全没有这类贸易之间有许多过渡类型，垂直型产业内贸易的程度与特性依赖于要素禀赋、技术和收入分配情况对不同国家的相对影响。费莱姆（Flamand）和赫尔普曼（Helpman）建立的费-赫模型提出了另一种观点。假设有两国均生产某种产品，生产效率不同，劳动是唯一的生产要素。国际分工以产品差异性的形式体现，一国生产高质量的产品具有比较优势；另一国相反，决定产品质量的是劳动投入，这里指“人力资本”。如果两国生产结构和消费结构不吻合，就可能发生产业内贸易。

国家竞争优势理论。此理论由哈佛大学教授迈克尔·波特（Michel E. Porter）提出，从企业参与国际竞争这一微观角度解释国际贸易，弥补了比较优势理论在有关问题论述中的不足。波特认为，一国的竞争优势就是企业与行业的竞争优势，一国兴盛的根本原因在于它能在国际市场中取得竞争优势。而竞争优势的形成有赖于主导产业具有优势，关键在于能否提高劳动生产率，其源泉就是国家是否具有适宜的创新机制和充分的创新能力。波特提出的“国家竞争优势四基本因素、两辅助因素模型”中，生产要素、需求状况、相关产业和支持产业、企业战略、结构和竞争对手、政府、机遇都是国家竞争优势的决定因素。波特根据以上各大要素建立了钻石模型，说明了各个因素间如何相互促进或阻碍一个国家竞争优势的形成。从发展阶段来看，一个国家优势产业的发展可分为四个不同阶段，即生产要素推动阶段、投资推动阶段、创新推动阶段、财富推动阶段。该理论对当今世界的经济和贸易格局进行了理论上的归纳总结。

（二）新兴古典贸易理论

20世纪80年代以来，以杨小凯为代表的一批经济学家用超边际分析法将古典经济学中关于分工和专业化的经济思想形式化，将消费者和生产者合二为一，发展成新兴古典贸易理论。该理论使研究对象由给定经济组织结构下的最优资源配置问题，转向技术与经济组织的互动关系及其演进过程，力图将外生的比较利益因素引入基于规模报酬递增的新兴古典经济学的贸易理论模型中，把传统贸易理论和新贸易理论统一在新兴古典贸易理论框架之内。此理论的内生分工和专业化新兴古典贸易模型表明，随着交易效率从一个很低的水平提升到一个很高的水平，均衡的国际和国内分工水平从两国都完全自给自足增加到两国均完全分工，在转型阶段，两种类型的二元结构可能出现。经济发展、贸易和市场结构变化等现象都是劳动分工演进过程的不同侧面，贸易在交易效率的改进过程中产生并从国内贸易发展到国际贸易，两者之间有一个内在一致的核心。

二、数字贸易对传统国际贸易理论的冲击

在数字经济浪潮的冲击之下，国际贸易活动无论是在交易标的方面，还是交易对象乃至交易方式以及背后的生产组织等方面都发生了显著的改变，如亚马逊、eBay等寡头垄断企业的诞生，数字贸易呈现出越发明显的不完全竞争态势，由此也对传统意义上的国际贸易理论形成了巨大的甚至是颠覆性的冲击。

（一）数字贸易对市场结构假定的冲击

以李嘉图为代表的传统贸易理论学者在完全竞争的市场结构基础上展开研究，有其

特定的时代背景，而现代贸易理论假设垄断竞争市场结构，产业集中度较低，不同企业生产的产品在质量、外观以及商标等方面具有差异。克鲁格曼认为，市场中不完全竞争是普遍现象，完全竞争只是特例，现实情形中，农产品市场比较接近完全竞争市场结构。但是实证研究一般将视线聚焦在制造业，制造业也更加偏向于垄断竞争的市场结构。同时，世界上大规模企业、巨型经济集团的存在和发展，使得相关市场结构成为寡头垄断形式。以互联网技术和云计算为依托，数字贸易行业更加趋向于寡头垄断，例如，2018年上半年，中国网易考拉、天猫国际、京东全球购3家企业就占据中国电商平台市场总量的62%。在数字化产品本身的国际化交付方面，全球数字内容市场包含了游戏、视频点播(VOD)、数字音乐和电子出版物，主要以B2C模式运营。音乐产业中，瑞典的Spotify和美国的Apple Music公司在2016年底便拥有全球约65%的用户，搜索引擎中，谷歌、雅虎和Bing是顶级服务商。这些都说明，在解释数字贸易产生的原因、贸易模式和贸易利得等时，需要改变关于市场结构的假设，运用寡头垄断的相关理论。

（二）数字贸易对交易成本假定的冲击

为了将关注点聚焦在技术差别和要素禀赋差异导致的比较优势上，传统贸易理论假设贸易无摩擦，两国消费者可以无成本交换产品。现代贸易理论用大量事实证明企业出口不但面临出口的单位成本（如运输成本和关税），而且面临与贸易量无关的固定成本。企业在出口之前需要寻找和告知外国进口商其商品信息，了解外国市场的营商环境与相关政策规制，建立国外销售网络，维持客户关系，调研当地消费者的风俗习惯，与当地政府建立良好联系以规避非关税壁垒等，这些都需要大量的成本。而数字贸易企业利用互联网和数字技术，可以解决传统贸易存在的信息不对称等导致交易成本高昂的问题，数字贸易的成本越来越接近国内贸易成本，因此挑战了国际贸易成本远高于国内贸易成本的假设；另外，数字服务贸易中不存在标准的冰山贸易成本，传统贸易中商品集中在目的地市场以节约冰山成本，因此，空间地理对于传统贸易具有重要影响。相比之下，数字贸易依托互联网、云计算等高科技，并不会由于冰山贸易成本而集聚，相反，数字贸易经济中会出现两种现象：一是有更多的中小企业在世界各地从事数字贸易，数字贸易企业更加分散，我国有众多的电子商务企业分散在乡镇甚至农村，形成遍地开花的局势。但是资金雄厚的企业更愿意把总部设置在科技人才密集的区域，比如，美国硅谷、印度班加罗尔、北京中关村、广东深圳、浙江杭州等地，甚至有企业直接将研发中心建设在科学家居住地，改变了人才移动的传统模式。二是数字贸易企业更容易实现全球市场的无缝连接和即时响应。由于数字技术的应用，企业可以通过互联网迅速获取全球市场的信息，并根据市场变化迅速调整生产和销售策略。这种即时性和灵活性进一步削弱了地理位置对贸易的影响，使数字贸易企业能够更有效地满足全球消费者的需求，并且可以迅速应对市场的波动和变化。这与传统贸易中企业需要依赖实体物流和长期规划的模式形成了鲜明对比。

美国贸易代表办公室（USTR）的分析表明，数字贸易可以提高生产率，大幅降低贸易成本，促进沟通和交易的产生，改善信息获取的渠道，增加中小企业的市场机会。与

现代贸易理论中交易成本的产生主要来源于运输和关税不同，数字贸易中交易成本的产生更可能来源于数据本地化、知识产权保护和隐私政策的限制。

（三）数字贸易对规模经济假定的冲击

马歇尔将规模经济分为内部规模经济和外部规模经济，分析得出规模报酬可分为三个阶段：递增阶段、不变阶段、递减阶段，并且这三个阶段是按上述排列顺序依次发生的。此外，规模经济与市场垄断之间存在矛盾关系，这一矛盾关系就是著名的“马歇尔冲突”（Marshall's Dilemma）。此后，罗宾逊和张伯伦对传统规模经济理论进行补充，针对市场中存在的“马歇尔冲突”问题提出了垄断竞争的理论观点。

马述忠（2018）认为，数字贸易中规模经济并非来源于由机器、设备以及投资建厂等导致的固定成本，而是来源于由数据的数量和质量以及在公司内部建立专家团队导致的固定成本。以搜索引擎服务为例，谷歌和微软都是搜索引擎服务的运营商。虽然微软拥有数十亿的搜索数据，但很多搜索查询很罕见，甚至可能只有两三条数据，而谷歌拥有比微软更多的数据，可以很好地预测这些罕见的搜索查询。如果人们根据罕见搜索的质量来选择搜索引擎的话，那么谷歌将因更多更好的数据获得更大的市场份额。更大的市场份额就意味着更多的数据，后者有利于提高搜索的质量，吸引更多的客户，如此循环往复。由于搜索引擎服务的技术含量较高，在企业内部建立专门的专家团队就会产生巨大的固定成本，这里主要是指科技人才固定成本支出。

（四）数字贸易对要素流动假定的冲击

在已有的国际贸易理论研究中，最多只有劳动和资本这两个生产要素，然而在数字贸易中，数据正在成为相对于劳动和资本而言更为重要的生产要素。这对传统贸易理论是一个不小的冲击与挑战。在数字贸易中，数据是稀缺资源，各企业为了获得数据、电子信息等重要生产要素，会通过各种途径来收集、分析、利用数据，从而满足消费者需求，在信息产品的异质性方面领先对手，最终增强企业在贸易进程中的核心竞争力。在此过程中，企业的内部化会进一步提升企业的竞争力。

数字贸易中，数据是极其重要的生产要素，掌握数据就可以掌握国际贸易的主动权，因此，核心数据就变成了企业赖以生存的“法宝”，企业必然会限制它的自由流动。除此之外，数字贸易中跨国公司也会强调母公司对核心数据的控制，而非分公司、子公司，所以这样看来，核心数据的流动甚至在部门内部都会受到限制，在各部门之间的流动难度会更大。因此，这对已有的国际贸易理论中要素自由流动的假设也是巨大的挑战。

（五）数字贸易对范围经济假定的冲击

无论是传统贸易理论还是经典的现代贸易理论，一般都假设不存在范围经济。这种假设有一定的道理。举例来说，一家生产服装的企业需要投入生产服装的缝纫机设备作为生产的固定成本，而一家纺织企业需要投入纺纱机作为生产的固定成本，两家企业生产的边际成本可以看作每个生产工人的工资，因此，产量越多越容易实现规模经济。同时，由于固定资产的专用性，缝纫机不能用来纺纱，因此一家从事服装生产企业若想要

从事纺纱生产，必定要重新进行纺纱机的固定资产投资，而这对于服装企业而言是不合算的，因为它本可以将固定资产投资用来扩大服装生产规模，产生更大的规模经济，同理，纺织企业也不会同时从事服装生产。此时，之所以不存在范围经济是由于生产的独占性。而在数字贸易领域，无论是在电子商务平台上交易的传统实体货物、通过互联网等数字化手段传输的数字产品与服务，还是作为重要生产要素的数字化知识与信息，均可实现范围经济。

数字贸易的虚拟化、平台化、集约化、普惠化、个性化和生态化的特点，使得数据资源的共享和共同的价值创造成为可能，范围经济效应可能更加明显。例如，数字贸易时代依托的人工智能技术的建设成本是范围经济产生的源泉。许多人工智能公司是多产品公司，例如，谷歌的母公司 Alphabet 同时经营搜索引擎（谷歌）、在线视频服务（YouTube）、移动设备操作系统（Android）、自动驾驶（Waymo）以及其他业务。与传统商品生产所需的设备专用性和独占性高、很难实现范围经济不同，数字经济时代人工智能技术的共享式利用，使得范围经济成为可能。同时，各应用程序间的共享数据也是范围经济的来源。在 IP（Intellectual Propeny）产业，中国的公司虽然起步较晚，但是发展速度较快，通过对热门 IP 进行多元化开发和多渠道推广，可以使其价值得到充分体现。例如，百度利用搜索引擎的优势发展 IP 产业，其旗下的爱奇艺虽然是视频行业，但是积极利用 IP，将其衍生为电视剧、电影、游戏以及动漫等形式，同时嵌入文学作品推广等，利用一个平台，实现了集视频、音乐、文学等于一体的范围经济。因此，传统和现代贸易理论忽略了数字贸易中更多范围经济的特征，可能不适用于解释数字贸易的产生原因以及贸易分工形式。

范围经济还会进一步引发国际贸易活动中定价策略的复杂化。由于数据要素的共享性，一种产品的生产可以通过积累数据的方式为另一种产品提供支持，即便不考虑价格补偿，单纯的产品生产本身也会为生产者带来一定的正向收益。落实到实践层面，这一情形可能会衍生出更为复杂的定价机制，如对于某类以数据挖掘和信息获取为主要目的的市场，企业可以以极低的定价甚至免费的方式吸引消费者，由此获得可观的数据要素积累，并将这些数据信息应用于另一市场以实现企业整体盈利。

（六）数字贸易对资本有机构成的冲击

数字经济的发展引发了传统生产方式的变革，并使得数字环境下的生产与贸易活动在要素结构方面呈现出更高的资本有机构成特征。这主要源于两种作用方式。其一，数字化产品本身的可复制性和非实体性使其具有更低的可变成本与边际成本，但与之相对的则是技术门槛和规模门槛所导致的高昂的前期固定投入。其二，数字经济下人工智能的广泛应用所带来的资本对劳动的替代。这两方面的因素都会带来固定成本与可变成本比率，即资本有机构成的提高，并由此对贸易过程中的产品定价决策以及贸易的具体组织方式和分工格局产生显著影响。

在完全竞争市场与要素可自由流动的假设下，传统贸易理论认为，国际贸易会引发各国要素报酬和收益率的均等化。然而在数字贸易中，一方面，数据要素在使用过程中的零边际成本特性，使得要素报酬均等化机制近乎失灵；另一方面，数据要素本身的内

生性导致一国一旦形成微小的竞争优势,就可以借助规模经济效应使这种优势不断强化。因此,长期来看,各国之间的贸易规模乃至收入水平不仅不会收敛,反而存在着不断扩大的可能。

如果数字贸易最终会造成各国贸易规模与收入差距不断加大,那么“第一步”的表现,即在数字贸易领域率先建立优势就变得异常重要,这无疑会使人们更加质疑古典以及新古典贸易理论“放弃政府干预,完全借助市场本身的力量实现‘公平’贸易格局”的观点,并动摇“自由贸易”的理论基础。事实上,早在20世纪80年代前后,以Krugman(1979)、Helpman(1981)为代表的新贸易理论学者就在不完全竞争和规模经济的理论框架下探讨了以政府先期干预为特征的战略贸易政策的合理性。在数字贸易条件下,由要素内生性导致的贸易规模自我强化无疑会使上述战略贸易政策的重要性进一步凸显,借助战略贸易政策和产业政策的力量,通过大量前期投入抢占产业发展先机将成为数字贸易条件下各国的现实政策选择。

(七) 数字贸易对技术扩散理论的冲击

在古典和新古典主义贸易理论中,产品生产并不存在特殊的技术壁垒,因此贸易活动带有一定的“普适性”特征——任何国家或者企业都可以根据自身相对比较优势,从专业化的生产中获益,这一情况适用于工业化早期或简单的产品生产。随着制造业技术复杂度不断提升,技术壁垒逐渐成为国家或者企业参与贸易活动的重要障碍。Melitz(2003)以及Helpman等(2004)创建的新贸易理论实际上也涉及技术壁垒对贸易的阻碍作用,但他们将技术壁垒简单地抽象为生产率差异。相比之下,数字经济环境下技术壁垒对国家和企业参与生产和贸易活动的阻碍作用将变得更加具象化,并被形象地称为“数字鸿沟”。一方面,数字贸易会面临更大的规模壁垒。数字经济条件下可能并不存在若干企业并存的完全竞争或垄断竞争市场结构,取而代之的更多是寡头垄断甚至完全垄断的竞争格局,企业的市场进入难度、生存难度都将远高于传统经济条件时期;另一方面,数字贸易活动会面临更多的技术壁垒和专利壁垒。由于数字经济依托于高度复杂的电子信息技术,无论是硬件还是软件产品,都具有远高于传统制造业的技术门槛,同时数字经济下的强竞争压力也会使相关产业有更高的研发密集度和技术更迭频率,而且数字产业具有高固定成本与低边际成本并存的特征,这进一步加大了企业参与生产与贸易活动的资金和技术壁垒。与此同时,许多发达国家的数字企业通过先行者优势主导了产业技术革新的路径,并通过在可能实现技术突破的节点预先申请专利的方式制造知识产权壁垒,对后进国家实行技术封锁,加大了其他企业突破技术壁垒的难度。此外,国家之间在数字基础设施以及人力资本方面的差异也将成为数字鸿沟无法弥合甚至逐渐扩大的重要原因。

三、国际贸易实践的创新

数字经济有效地利用数字技术和信息通信技术,优化了产业结构,创新了产品种类,从而影响了全球贸易,即数字贸易的发展。数字技术既改变了商品的贸易方式,也改变

了商品的生产方式，降低了商品的贸易成本，提高了贸易的效率。目前，所有区域自贸协定中，一半以上的 WTO 成员国均签订了至少一个包含数字贸易条款的区域自贸协定，其中涉及的数字贸易条款规定较为全面，大多包括数字贸易领域内的关税措施、非歧视、市场准入、电子签名、信息保护等规定。但是在数字贸易规则的具体制定上，国际上存在种种利益冲突。基于数字贸易与传统贸易的多方面差异（表 1-1），各国正积极探索基于电子商务基础的数字贸易发展的新路径（图 1-1）。

表 1-1 数字贸易与传统贸易的比较

指 标	传统贸易	数字贸易
贸易主体	大中型企业为主	中小型企业、平台企业
贸易对象	货物产品为主	技术贸易、服务贸易比重增加
贸易基础	生产制造、交通物流	基于 5G、云计算等信息通信技术
贸易方式	B2B 及 B2C 为主	B2B、B2C、B2G、C2C、M2M 等模式
运行效率与成本	基于传统物流的低效率、高成本	基于数字技术的高效率、低成本
运行规则	围绕提高贸易自由化与贸易便利化展开，在贸易保护和贸易自由化之间寻求平衡	围绕数字贸易自由化和数据信息安全展开，在数字贸易自由化和数据信息保护之间寻求平衡
监管部门	海关、检验检疫、外汇管理局	数字内容审核部门、产业安全部门

资料来源：作者根据资料整理。

（一）电子商务的发展

电子商务初始阶段（1998—2012 年）。从 20 世纪 80 年代开始，技术的进步大幅降低了运输和通信成本。这种变化使生产的分离成为可能，即产生有可能外包的某些生产阶段和在地理上划分不同的生产阶段。在传统商贸的基础上，电子商务强调商务活动的电子化、网络化，WTO 将其定义为“通过电子方式实现生产、分配、营销、销售或交付商品与服务”。《中华人民共和国电子商务法》将其定义为“通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动”。跨境电子商务强调跨越国境开展电子商务活动，我国国家外汇管理局将其定义为“通过互联网等信息网络从事商品或者服务贸易进出口的经营活动”。

数字产品与服务贸易阶段（2013 年）。面对分散化的 B2C、C2C 跨境电子商务订单，具有广域、匿名、即时、交互等特点的数字服务，各国外贸监管部门纷纷创新监管方式，为安全有序的发展提供保障，同时强化政策法规对接，推进国际监管协调合作。

跨境电子商务阶段（2014 年至今）。技术进步产生了一个复杂的跨境价值链结构，专业化分工持续深入，全球贸易，特别是中间投入的贸易，蓬勃发展。全球跨境电子商务市场规模持续扩大。信息通信技术推动传统货物贸易方式转型升级，跨境电商平台、智慧物流等新模式新业态给国际贸易注入了新的活力。据联合国贸易和发展会议（UNCTAD）测算，2019 年，全球前十大货物贸易出口国的 B2C 跨境电子商务销售额达到 4400 亿美元，同比增长 9%，高于 2018 年增速 2 个百分点。

全球跨境电子商务发展前景广阔。网购人数的稳定增长，为跨境电商发展提供了强劲动能。2019 年共有 14.8 亿人口使用线上购物，同比增长 7%，约占全球人口的四分之一。虽然大部分网购商品供应商以国内供应商为主，但随着跨境物流、支付及配套措施便利性的提升，从 2017 年至 2019 年，跨境网购占网购总人数的比重从 20% 上升至 25%。

全球 B2C 跨境电子商务出口以发达国家为主。2019 年，B2C 跨境电子商务出口排名前 10 位的经济体中有 8 个是发达国家，发展中国家中仅中国上榜。

我国自 2015 年杭州设立首个跨境电商综试区以来，截至 2022 年底，已先后分 7 批设立 165 个综试区，覆盖 31 个省区市，跨境电商主体已超 10 万家。海关总署发布的《中国跨境电商贸易年度报告》显示，2022 年，我国跨境电商进出口规模首次突破 2 万亿元人民币，达到 2.1 万亿元人民币，比 2021 年增长 7.1%。

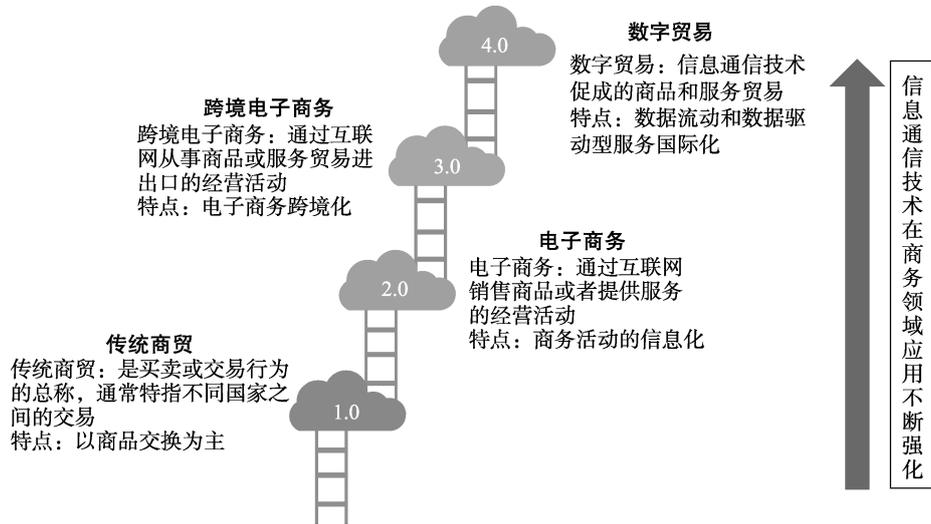


图 1-1 传统商贸到数字贸易

1. 数字技术加速迭代

数字贸易是信息通信技术在贸易领域应用的产物，以大数据、云计算、5G 网络、人工智能等为代表的新一代信息通信技术的快速发展，几乎对外贸领域所有环节都产生了影响，解决了一系列信息不对称问题，有力推动了外贸降本增效。首先，信息通信技术和现代信息网络是数字贸易的基础。信息通信技术推进了传统贸易在研发、生产、管理、流通各环节的数字化进程，在实现降本增效的同时，也衍生出国际贸易新的服务与场景。数字贸易中的许多创新是基于互联网进行的，互联网信息技术扩大了数字贸易范围，提高了贸易效率和贸易收益，有效实现了数字贸易利益的最大化。只有属于商业交易的跨境数据流才被视为国际贸易。例如，一家外国公司购买和使用 U.S.-based 亚马逊云计算服务是美国在出口云服务。

数字技术发展为中小企业参与国际贸易提供了无限可能。首先，数字技术进步降低了贸易市场门槛，满足消费者个性化需求的能力不断提高，激发了中小企业参与国际贸易的信心与潜力。随着云计算、大数据、移动互联网等新技术的发展，数字贸易形式选择空间更加广阔，实时性、交互性、低成本的要求及日益增加的个性化需求均可以通过数字技术得到满足。其次，在未来数字贸易发展进程中，虚拟企业、中小企业乃至个人都可以通过网络共享信息资源，进行生产经营合作，将分散的贸易流量和消费者偏好等

信息通过平台汇集成一个整体，智能制造将因此获得更加充分的消费者信息集成，消费者需求也将充分体现，企业市场需求进一步扩大。最后，伴随着数字技术进步，数字贸易模式和企业比较优势均将发生变化，贸易流程便利化、透明化，贸易弱势群体如中小微企业、个体工商户等，进入国际市场的门槛降低。一方面，中小企业利用大数据、区块链等技术开展数字贸易，参与国际贸易程度提高，传统的渠道垄断、信息不对称和贸易成本过高等问题将得到很好的解决；另一方面，数字技术的发展将推动全球价值链延伸，使得生产活动能更方便地转移至中小企业，帮助各国贸易弱势群体更加广泛地参与国际贸易并从中获利，加速普惠贸易的发展。

2. 跨境数据流动持续增长

数据流动带动信息流动，牵引资本、技术、人才等要素在不同国家间有序流转，促进货物贸易、服务贸易便利化，推动社交媒体、搜索引擎等新商业模式的国际化发展。全球跨境数据流动规模大幅增长，流动增速持续稳定在高位，2005年至2022年，跨境数据流动规模从3554 Gbps扩张至997301 Gbps，增长超280倍。其中，北美容量规模仍全球领先，但中心地位有所下降，其区域间国际宽带容量的份额从2013年的38%持续下降至2022年的28%。同时，主要区域内部数据流动加强，欧洲、亚洲区域内国际带宽连接超越区域间国际带宽连接。2022年，容量最高的方向分别是欧洲内部（442 Tbps）和亚洲内部（149 Tbps），明显高于任何区域间国际宽带容量。金砖国家宽带容量和流量增速均显著超越美、德等发达国家。2013—2022年，金砖国家中，中国宽带容量和流量增长约14倍、印度增长约23倍、俄罗斯增长约10倍、南非增长约36倍、巴西增长约10倍，远超美国的约7倍和德国的约8倍。

3. 数字平台迅速崛起

数字平台是数字贸易中信息形成、汇聚和交换的重要枢纽。数字平台提供一种将有关市场主体汇聚并进行在线互动的机制，为数据、商品和服务的供需对接，以及研发、创新、生产等的分工协同提供支持。数字平台企业可以记录和提取平台用户在线操作和交互的相关数据，在数据驱动增长的时代具有巨大的优势。2019年，全球市值排名前10位的公司中，有7家使用了基于平台的商业模式。

总体上，金融服务、信息和通信技术（ICT）、运输和物流、商业和专业服务能将供应链的各个部分连接起来，并推动数字贸易持续发展，促进将资源重新分配到具有更高效率的部门和公司，从而提高总生产力和部门生产力。生产力的提高和更便宜的进口最终消费产品，将通过更便宜的价格和更多的选择使消费者受益。在此条件下，小企业可以融入价值链，并采用数字技术，更有效地与买家和供应商进行生产和接触。因此，可以认为，数字贸易模式更具包容性，收益也会惠及更多地区与人民。

（二）产业数字化的实践

资料显示，2022年全球智能制造市场规模已达到1500亿美元，预计到2025年将超过2200亿美元，其中，人工智能、物联网等数字技术不仅能以新手段解决老问题，更能进一步推动工业的自动化、数字化和智能化。首先，新的信息采集、储存方式及商业模

式和数字技术改变了传统贸易方式，推动了产业互联和产业升级。随着数字贸易发展，互联网将与越来越多的行业深度融合，云计算、大数据、物联网等新技术将不断改变信息通信服务提供方式、商品和服务的商业模式及支付方式，促进新兴产业和日渐式微的传统产业、服务业及制造业的融合互联发展，推动多元化数字产业的打造，企业平台化、平台产业化以及产业互联化成为未来的发展重点。在制造领域，人工智能等技术可以帮助工业生产线进行智能化升级，优化生产流程、提高生产效率、降低生产成本，帮助制造企业实现提质、增效。其次，新一代数字技术的进步和应用推动了跨境电子商务的高速发展，加快了贸易链各个环节的整合，促进了包括政府、海关、海外渠道、商家、买家、服务商、金融机构、产业带、行业联盟等在内的数字贸易生态圈的构建。这在供给侧表现为，信息收集成本降低导致商业模式去平台化、去中介化和交易流程简化；在需求侧表现为，数字产品通过日常出行、生活娱乐、网络社交等方式深刻影响现代人的生活方式，人们对数字产品的黏性和依存度日渐上升，市场需求日益旺盛。因此，数字贸易背景下多元化数字产业的打造，将在一定程度上推动多元化产业结构优化，改变传统贸易和商业模式，同时促进数字贸易稳定增长。

（三）国际贸易新规则的建立

数字贸易的迅猛发展，对全球数字贸易治理提出更加紧迫要求。在 WTO 框架下，多边层面确认了不对电子商务征收关税的原则，并于 2019 年 1 月启动了包括中国、美国、欧盟成员国在内的 87 个成员参与的电子商务多边谈判。虽然多边层面在数据跨境流动、本地化存储、个人隐私保护、数字知识产权保护、数据安全等领域仍存在分歧，但立场相近的国家正在通过区域或双边协定，加快构建数字贸易规则。与传统的多双边贸易协定中设立电子商务等专章不同，近年来还出现了《数字经济伙伴关系协定》（DEPA）等专门的数字贸易协定，涵盖了更加广泛的数字贸易规则。当前世界大多数国家以出台国内法的手段对互联网空间进行规划。在互联网国际准则上，世界各国针对非国家主体的行为准则基本达成共识，但由于国际组织难以直接约束国家行为，发展中国家与发达国家利益矛盾难以调和，针对国家主体的行为准则难以取得实质性进展。截至 2021 年底，已签署的自由贸易（数字经济）协定中，共有 119 个包含数字贸易相关规则，覆盖全球 110 个国家和地区。

随着数字贸易的发展，传统数字贸易规则约束力将更加不足，而与此同时，世界主要国家在网络内容审查和阻隔措施、数据存储强制本地化、源代码开放以及对加密技术的限制、知识产权的保护、电子支付许可、技术标准、政府采购的歧视性规定等方面的分歧逐渐变大。因此，从长期来看，“数据自由流动”需求和“数据跨境流动”监管的冲突将持续并存。个人数据、非公开信息等数据保护要求和监管措施需要进一步增强，企业作为数据控制者、处理者的责任与日俱增，数据分级保护、匿名化、存储加密等保护措施要日趋细化，主要体现在：数据出境概念从以数据存储国家地理地域为标准，向以数据主体国籍和数据处理器、所有者国籍为标准延伸；数据跨境流动规则在数据本地备份的基础上支持数据流动、有条件解除数据流动限制、禁止数据离境等不同规制模式。在此基础

上,各国正加速推进建设本国数字贸易制度,不断完善数字网络法律框架,以期打造快捷稳定的制度体系和网络环境。通过国际合作的方式制定全球数字贸易新规则,突破贸易壁垒、建立更加开放包容的全球性多边贸易体制是未来数字贸易规则发展的主要趋势。

第二节 数字贸易内涵与影响

随着数字经济的不断发展,数字贸易这一新型贸易形式不断成熟与完善,但不同国家、不同机构组织和不同学者对数字贸易的内涵和具体内容持有不一样的认识和解读。国际社会有多种不同的数字贸易概念,分为宽口径和窄口径。宽口径(基于统计目的)概念将数字贸易定义为通过数字订购或数字支付开展的交易,包括数字并购贸易、跨境电商、数字交付、大型互联网平台提供的在线交易和服务等。中国内地以宽口径概念理解数字贸易。窄口径(强调数字化变革)概念将数字贸易定义为通过电子手段实现的商品或服务贸易,将货物和服务分开,主要强调数字贸易的在线服务。

一、数字贸易定义解析

美国国际贸易委员会在2013年、2014年和2017年分别发表数字贸易报告,其中对数字贸易进行了定义。2013年《美国与全球经济中的数字贸易I》指出数字贸易是指在国内和国际贸易中,通过互联网交付的产品和服务。报告认为数字贸易不包含大部分的实体商品,例如通过线上下单并有数字对应的实物,比如,书籍和软件,通过CD和DVD销售的音乐和电影。2014年《美国与全球经济中的数字贸易II》对数字贸易的定义进行了修正,将其定义为“依赖互联网和互联网技术建立的国内贸易和国际贸易”,其中互联网和互联网技术在订购、生产以及产品和服务的交付中发挥关键作用。2017年8月发布的《全球数字贸易的市场机遇与主要贸易限制》将数字贸易定义为“通过固定网络或无线数字网络传输的产品和服务”。该报告描述了不同行业使用的数字产品和服务,包括通过电子商务平台销售的数字产品和服务,还包括实现全球价值链的数据流,众多的应用和平台。数字内容主要包括视频游戏、视频点播、数字音乐和电子出版物。日本在2018年的《通商白皮书》中提出,数字贸易是基于互联网技术,向消费者提供商品、服务和信息的商务活动。澳大利亚政府认为,数字贸易不仅包括在线上购买商品和服务,还包括信息和数据的跨境流动。此外,其他组织机构也对数字贸易进行过阐释(表1-2)。

经济合作与发展组织(Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD)在《数字贸易测度手册》中指出,数字贸易是通过数字化形式订购或交付产品、服务或信息的交易活动,可以从交易范围、交易方式、交易对象和交易参与者四个维度构建数字贸易的内涵框架(表1-3)。其主要从统计角度定义了数字贸易,注重交易的本质、产品、参与的合作伙伴,认为只要符合:数字订购的交易、数字(平台)促成的交易、数字交付的贸易中的任一项,均是数字贸易。

表 1-2 不同组织对数字贸易的相关定义

组织机构	概念名称	概念内容	提出时间
世界贸易组织	电子商务	通过电子方式生产、分销、营销、销售或交付货物和服务	1998 年
联合国贸易和发展会议	电子商务	通过计算机网络进行的购买和销售行为。对联合国贸易和发展会议而言, 电子商务涉及搭配实物商品以及数字方式提供的无形(数字)产品和服务	2015 年
欧盟	数字贸易	个人和企业可以在公平竞争条件下无缝访问和行使在线活动的区域, 无论其国籍或居住地	2016 年
美国贸易代表办公室	数字贸易	数字贸易应当是一个广泛的概念, 不仅包括个人消费品在互联网上的销售以及在线服务的提供, 还包括实现全球价值链的数据流、实现智能制造的服务以及无数其他平台和应用	2017 年
浙江大学“大数据+跨境电子商务”创新团队	数字贸易	数字贸易是以现代信息网络为载体, 通过信息通信技术的有效使用实现传统货物、数字产品与服务、数字化知识与信息的高效交换, 进而推动消费互联网向产业互联网转型并最终实现制造业智能化的新型贸易活动, 是传统贸易在数字经济时代的拓展与延伸	2018 年

资料来源: 尹丽波, 数字经济发展报告(2018—2019), 北京, 社会科学文献出版社, 2019。

表 1-3 数字贸易的类别及其所包含的产品与服务

数字贸易的类别	类别中所包含的产品与服务
数字交付的内容	音乐、游戏(包括全格式游戏和手机游戏、附加内容下载、游戏订阅、社交网络游戏和多人在线游戏)、视频(包括互联网电视、电影和其他视频)、书籍(包括电子书、数字课程材料和有声读物)
社交媒体	社交网站、用户评论网站
搜索引擎	通用搜索引擎、专用搜索引擎
其他数字产品和服务	软件服务, 包括移动应用和通过云传送的软件、通过云提供的数据服务(包括数据处理和数据存储)、通过互联网传送的通信服务(包括电子邮件、即时通信和互联网语音、通过云提供的计算平台服务)

资料来源: United States of International Trade Commission, 2013, “Digital Trade in the U.S and Global Economics”, Part1, pp.2-1.

结合不同组织对数字贸易的定义及其意义(表 1-4), 可以将数字贸易定义为: 以数字化平台为载体, 以数字服务为核心, 以数字交付为特征, 以人工智能、大数据和云计算等数字技术为手段, 以数字产品、数字服务、数字技术、数据信息为标的物, 实现商品精准交换的一种新型贸易活动, 是传统贸易在数字经济时代的拓展、延伸和迭代, 将成为推动世界经济复苏的重要力量。同时, 数字贸易作为跨境电子商务发展的高级形态, 两者将相辅相成助推数字贸易阶段的全面到来(Cremin, 1976)。

表 1-4 不同组织对数字贸易的定义及其意义

组织名称	定义	意义
经济合作与发展组织(OECD)、世界贸易组织(WTO)和国际货币基金(IMF)(2020)	通过数字化形式订购或交付产品、服务或信息的交易活动	为了统计目的而提出的, 强调贸易开展方式和贸易交易标的改变
美国国际贸易委员会(2013)	通过固定线路或无线网络交付的产品和服务。数字贸易是互联网及相关技术在订购、生产或交付方面发挥重要作用的贸易	强调技术支持

续表

组织名称	定义	意义
美国贸易代表办公室（2017）	数字贸易是一个广泛的概念，它不仅涵盖了互联网上消费品的销售和在线服务的供应，还涵盖了使全球价值链得以实现的数据流、使智能制造得以实现的服务及无数其他平台和应用	强调综合性，对全球价值链、产业链的影响
欧盟委员会（2021）	通过电子手段实现的商品或服务贸易	强调数字贸易化与贸易数字化

资料来源：作者根据资料整理。

二、数字贸易的影响

2023年11月23日，中国商务部发布的《中国数字贸易发展报告（2022）》显示，2022年，中国可数字化交付的服务进出口额为3727.1亿美元，同比增长3.4%；跨境电商进出口额达2.11万亿元人民币，同比增长9.8%。其中，分领域来看，数字产品贸易主要出现在游戏、影视及文学作品领域，数字技术贸易主要出现在电信网络、计算机和信息服务领域，数字服务贸易主要出现在金融、保险与养老等（表1-5）。具体数字贸易的影响可以简单归纳为以下几个方面。

表 1-5 2022 年我国数字贸易分领域发展情况

细分领域	发展概况
数字产品贸易	主要体现在数字文化产品的海外市场。一是2022年中国自主研发游戏海外市场销售收入达173.5亿美元，多款头部游戏在海外广受认可。二是数字影视规模效应放大，华语影视作品在东南亚市场的份额由2019年的不足4%升至2022年的10%。三是网络文学出海格局成形，截至2022年底，中国已累计向海外输出网络文学作品16000多部，海外用户超过1.5亿人
数字技术贸易	随着新一代数字技术和信息技术的广泛应用，互联网、大数据、云计算、人工智能等赋能的数字技术贸易迎来了快速发展期。2022年，中国电信、计算机和信息服务贸易规模约为1209.6亿美元，同比增长3.3%。其中，出口规模达829.2亿美元，同比增长7.7%
数字服务贸易	2022年，中国金融服务、保险与养老服务、知识产权使用费服务进出口规模分别为89.2亿美元、254.3亿美元、579.7亿美元，在可数字化交付服务中的占比分别为2.4%、6.8%和15.6%

资料来源：作者根据资料整理。

（一）加速国际贸易便利化

1. 延伸贸易场地和拓展运营方式

传统贸易需要经过多轮磋商与谈判，但是交易双方地区的分离性，使得这一过程通常采用电话与视频通信的方式实现。然而，无论采用哪种方式，都会存在一定程度上的信息缺失，从而造成交易时间延长等意外状况。因为互联网还解决了贸易伙伴选择中的信息不对称问题，交易双方能够同时获取市场最新动态，获得货物配置、物流等方面的准确消息，能够最大限度地实现信息同步更新。互联网还可以帮助中小型企业便捷办理通关手续，节省企业的时间成本。互联网为企业提供报关报检与跨境电子商务等的多类服务，使企业可以快速通关。目前，各城市已建立“速通出口综合服务平台”，不仅可以为企业的境外销售提供运输协助服务，还可以缩减报关流程。汇付、托收和信用证是运用最为广泛的交付方式，但随着互联网的应用，电子支付逐渐成为主流。越来越多的国

际支付平台在市场上出现，几乎每个国家都有自己的支付平台，比如美国的 PayPal、欧洲的 Moneybooker 等。

2. 扩展传统的贸易标的

互联网技术改变了商品的交易结构，更加注重交易中的知识产权。它对于服务行业的影响更加明显，例如远程机器人可能开辟了服务贸易的新方式。互联网技术的发展可能从根本上改变知识产权的地位，因为互联网技术降低了产品的制作与复制成本，如书籍的交易不再是物理性的转移，人们通过知识产权交易获得阅读书籍的权利，虽然，知识产权增强了国际贸易的多样性，但互联网技术也可能强化了拥有技能和资本的重要性。

（二）拓展跨境电商新业态

作为数字贸易的主要组成部分，跨境电商能够在拉动消费提升、畅通外贸产业链及供应链等方面发挥重要作用。其具有的个性化、全球化特点，能够实现全球产品的高效率交易。从 2011 年起，全球跨境电子商务平稳增长，2014 年以后，跨境电商行业快速兴起，跨境电商交易规模持续增长，跨境电商所带来的贸易量已成为数字贸易总量的重要组成部分之一。全球购的新模式成为外贸新潮流，跨境交易平台陆续出现，从最开始的亚马逊到之后的全球购，都为卖家提供了更为便捷的国际贸易渠道。统计数据显示，2019 年全球 B2C 跨境电商交易规模达到 8260 亿美元，同比增长 22.19%，相比于 2014 年全球跨境电商市场规模扩大了 2.5 倍，2014—2019 年市场规模年平均增速达到 28.52%。新冠肺炎疫情背景下，跨境电子商务成为更重要的贸易方式。根据 UNCTAD 统计，2020 年主要经济体 B2C 电商销售额占整体 B2C 销售额比重明显上升，普遍高于 2019 年上升幅度。其中新加坡 B2C 电商销售额占整体 B2C 销售额比重翻番，由 5.9% 跃升至 11.7%。阿里巴巴旗下的全球速卖通便是一个成功的案例，它集合了订单、支付与物流，通过支付宝国际账户实现了商务的交易活动。

目前我国是全球最大的跨境电商零售出口经济体，2022 年跨境电商进出口规模达到 2.1 万亿元人民币，增长 7.1%，B2B 市场占比超过七成，B2C 市场全球第一，成为全球电子商务生态链最为完善的国家。近年来，我国已经逐步形成跨境电子商务产业全链条服务体系，跨境电商交易规模持续攀升，新增初创企业数量、融资金额创新高。政府通过建设跨境电商产业园将与国际贸易有关的报关与金融服务领域统一规划，利用互联网优势，实现了园区内的产品出口一体化服务，并搭建区域性的综合电子商务平台与进口集散中心，为仓储等综合一体化的跨境电子商务生态圈奠定了良好基础；结合国家“一带一路”倡议，实现了跨境电子商务在园区进行进出口交易的规模化与可持续化。随着我国跨境电商综合试验区持续扩围，贸易伙伴群不断增加。截至 2022 年 11 月，我国跨境电商综合试验区已扩至 165 个，跨境电商进出口规模 5 年增长近 10 倍。市场层面，欧美仍是我国跨境电商最主要的市场，东盟市场增长潜力巨大，我国与 22 个国家的“丝路电商”合作不断加深；渠道层面，独立性和供应链稳定性不断提升，独立站成为打破业务天花板、拓展新市场的重要渠道，超过 50% 的跨境电商企业已经或筹划开设独立站；服务层面，个性化定制模式逐步兴起，26.9% 的跨境电商企业探索向中小型企业提供选品、

轻定制等供应链服务。

（三）重构全球产业链供应链价值链

数字贸易正加速突破原有生产组织方式，一是产业链布局扩大，向旁侧延伸。数字贸易通过数据流动，加强各产业间知识和技术要素的共享，促使产业突破原有空间限制，在更大区域寻找比较优势，推动产业链在全球布局。同时，数字贸易以平台为主要载体，促使产业形态平台化、网络化以及深度服务化，产业链向旁侧关联延伸。二是供应链效率提升，下游缩短。数字贸易降低了各环节交易成本，使供应链核心企业能细化分工，提高供应链效率。数字贸易去中介化，也使得核心企业与最终消费者的距离拉近，下游链条缩短。三是价值链研发国际化、开放化。数字贸易孕育出云外包、众包、平台分包、云众筹等新模式，促使研发环节从传统封闭的、独立的模式向开放的、合作的、网络化、分布的模式转变，研发众包已成为一种趋势。同时，研发不再限于企业端，通过数字技术，购买者也可以从纯粹的消费者转变为合作者，参与产品研发设计过程。

（四）成为全球共同发展的新动能

数字贸易不断丰富生产生活方式，让更多中小微企业共享市场。传统国际贸易更多地被国际化程度较高的大型企业占据，中小微企业参与度较低，数字贸易推动更多中小微企业融入国际市场。一是数字贸易平台使跨国贸易更加便利，中小微企业能够直接承接来自世界各地的小规模订单。二是数字技术使许多生产性服务环节可分性提高，原本由一家企业提供的服务现在根据不同特点可以分包给众多中小微企业。三是数字贸易推动传统大规模同质化批量生产向柔性化、定制化与个性化制造发展，需要众多中小微企业提供中间服务和加工制造。

由于数字贸易的应用场景和新业态、新模式还在不断演进，人们对数字贸易的理解和认识不断发展变化，目前国际上对于数字贸易尚无统一定义，但对其本质特征的看法趋于一致。一方面，数字贸易通过促进信息通信技术与传统货物和服务贸易融合渗透，推动贸易全流程、全产业链数字化，实现贸易业态创新和贸易信息传递优化；另一方面，数字贸易通过数据流动强化各产业间信息和技术要素共享，使得以数据形式存在的要素和服务成为国际贸易中的重要交易对象。

第三节 数字贸易典型特征

随着网络宽带、云服务等信息通信技术基础设施的不断完善，手机和电脑等移动设备的普及，游戏、流媒体、电子书、数字音乐等数字内容行业快速兴起，数字贸易成为拉动经济复苏的强劲引擎。与传统贸易相比，数字贸易在系统要素、贸易方式、贸易对象、服务贸易等方面也表现出一些典型特征。

一、要素的综合性与复杂性

数字网络基础设施硬件与软件是影响数字贸易开展的关键，其建设水平与技术水平

直接关系贸易的深度和广度。

物流设施——支撑要素。物流基础设施环境，影响数字贸易供应链的整体服务，继而影响贸易效率、贸易成本和贸易质量，是重要支撑要素。传统贸易的实物贸易依赖物理交通工具和基础设施才能从卖方运送至买方，而在数字贸易中，数字化产品和服务的运输则依赖数字基础设施，尤其是数字化平台的逐步完善来实现，数字贸易平台通过综合多种中间商角色，实现了采购、仓储、加工、配送等产业的深度融合，加快了供需、行业等市场信息的流通，实现了产业链、供应链各方的高效沟通，以及及时获取信息和享受技术溢出带来的协同创新效应。此外，物流基础设施也是数字贸易发展的重要支撑，物流环境直接影响数字贸易供应链的整体服务，继而影响贸易效率、贸易成本和贸易质量。截至2023年10月，我国中欧班列通达欧洲25个国家217个城市，立体化、全方位、多层次的“一带一路”交通互联互通网络有力服务了国内国际双循环，夯实了数字贸易物流要素基础。

数字技术——保障要素。5G网络、大数据、云计算、区块链、人工智能、工业互联网等数字技术研发和创新，为数字贸易的发展提供了坚实的技术基础和关键支撑，改变了一些商品生产和交换的方式。技术发展水平是衡量数字贸易发展的关键要素。首先，各项数字技术广泛运用到各个领域，与各领域的技术、业务、模式形成融合创新效应，这不仅有助于提高各项数字技术的通用性、便捷性、适用性，拓展其应用深度和宽度，而且能够催生各行业领域的技术创新和业务创新，进而加速数字技术更新迭代，促进各项数字技术应用场景和模式的突破创新，从而有效满足数字贸易实时获取供需信息、推进环节精简高效以及业务多样化发展的现实需求，激发数字贸易发展活力。其次，数字技术带来的贸易成本降低使得一些商品贸易增加，最显著的是一些时间敏感型、认证密集型 and 契约密集型产品贸易的增加。虽然数字化不能缩短国家之间的物理距离，但物联网、人工智能等数字技术能够有效降低贸易的信息通信成本、交易成本等，从而推进信息技术产品贸易不断增加。目前，我国数字贸易在底层技术上面临“卡脖子”问题，数字技术的基础理论、核心算法、关键设备与发达国家存在一定差距。

贸易潜力——基础要素。贸易潜力反映区域社会经济、技术等基础条件。如地区宏观经济实力直接影响总体贸易水平，进而在一定程度上影响数字贸易规模。当前，我国有效推动经济全面快速恢复，在多重政策红利推动下，数字贸易必将成为未来我国参与国际竞争合作的新优势。而数字网络基础设施建设水平往往与地区的技术基础密切相关，网络设施硬件与软件是影响数字贸易开展的关键，其建设水平直接关系贸易的深度和广度。

数据——关键生产要素。数字经济时代，数据广泛融入价值创造过程，推动商业模式创新发展。然而，当前全球范围内数据确权、保护、交易等制度尚不完善，导致数据价值难以衡量和数据交易缺乏保障，因此，跨境数据流动的价值尚无法充分体现。未来，随着数据交易相关技术、产业和制度不断完善，其贸易价值有望得到进一步发掘。

二、贸易方式与贸易对象的数字化

物流设施、数字技术发展水平、贸易潜力等因素都会影响到数字贸易的发展质量。

打造数字贸易体系，贸易方式与贸易对象的数字化是基本动能。

（一）贸易方式的数字化

贸易方式的数字化即面向贸易全流程、全产业链的数字化。要达成贸易方式的数字化，一方面是要推动传统贸易大部分流程的数字化、网络化和智能化发展，实现贸易成本更低、效率更优、主体更多元。如许多中小企业通过数字平台获取海外市场信息、推广商品服务、达成交易，以及获取通关、物流、金融等外贸服务。另一方面是要促进各类服务贸易跨境支付方式的数字化变革，丰富贸易的形式。如传统的以商品交易、面对面互动实现交付的文化、娱乐内容、教育、研发等跨境贸易领域，可以通过广泛丰富的、基于生产线途径交付和互动的跨境服务贸易方式来实现。贸易方式的数字化主要体现在以下方面。

外贸信息传递的优化。随着信息通信技术的发展，越来越多的外贸企业通过搜索引擎和在线广告获取国际市场信息，使得传统贸易中的海外市场调研成本大幅降低；通过数字平台进行宣传推广和商品销售，开辟通往国际市场的新途径。时间、空间的硬约束被打破，买卖双方不再需要在规定时间、地点完成交易，国际贸易出现无限可能。

外贸综合服务的转型。外贸综合服务企业借助信息通信技术，能够为外贸企业提供方便快捷的通关、物流、收汇、退税、结算等服务，细化了贸易分工，简化了贸易流程，能够帮助中小微企业降本增效、扩大市场、专注研发、打造品牌。这已经成为外贸转型升级和创新发展的新功能。

外贸监管模式的创新。为适应贸易方式的数字化，政府在监管政策和方式上也正在推进与时俱进的调整。例如，围绕跨境电子商务发展建立信息共享、金融服务、智能物流、电商诚信、统计监测和风险控制等体系，推动“关”“税”“汇”“检”“商”“物”“融”一体化，以实现跨境电子商务自由化、便利化、规范化发展。

（二）贸易对象的数字化

贸易对象数字化是指数据和以数据形式存在的产品和服务贸易，它主要包括：一是研发、生产和消费等基础数据。二是图书、影音、软件等数字产品。三是通过线上提供的教育、医疗、社交媒体、云计算、人工智能等数字服务，表现为贸易内容的数字化拓展。贸易对象的数字化具体体现为以下几个方面。

贸易标的数字化。传统贸易的标的主要为实体货物和服务，通常是由固定的生产工序加工而成，具有各种物理特性、化学性质。而在数字贸易中，贸易对象可以大体分为三类：①信息通信（ICT）服务，包括电信服务、计算机服务、软件复制和分发的许可证等，可以为经济社会各领域的数字化发展提供强有力的支撑。②信息通信赋能的其他服务，即信息通信服务以外的传统服务通过数字化转型，嵌入不同的数字化载体，从而实现交付内容的数字化，包括数字金融、数字教育、数字医疗、工业互联网等数字化服务。③具有商业价值的数据要素。由于各国数字经济、数字贸易的发展水平不一，对数字贸易商品范围的接受程度也存在差异。根据接受的程度，数字贸易涉及的贸易品可以分为

三个层次：第一层，以货物贸易为主，认为数字贸易等同于电子商务。第二层，加入了图书、影音、软件等最常见的数字产品，开始涉及服务贸易领域。第三层，加入了“数字赋能服务”，如电信、互联网、云计算、大数据等数字经济时代的新兴事物。

跨境数据自由流动。自由贸易协定中禁止近 100 个数据定位要求，但在某些情况下可能考虑跨境数据流动的限制，例如隐私和国家安全问题，特别是向外国公司或政府流动的敏感数据。欧盟于 2022 年实施了《数字市场法案》(DMA) 和《数字服务法》(DSA)，该法案监管大型数字平台，创建内容审核和增加竞争等目标。数据本地化策略要求在一个国家内生成的数据被存储和处理在该国家内的服务器上。这种对数据跨境自由流动的限制可能成为一种贸易障碍，通过要求企业遵守不同国家的不同法规，从而增加企业存储数据的成本，导致企业运营效率低下。

总体上，信息技术的发展使得一些产品和服务开始以数字的形式存储、传输和交易，摆脱物理的束缚，可贸易程度大大提升。但是，数字化也让一些可数字化的商品贸易下降，比如，CD、书籍和报纸，贸易比重已经从 2000 年的 2.7% 下降到 2016 年的 0.8%，这一趋势随着 3D 打印技术的出现将进一步增强。此外，一些消费品的贸易可能受到了“共享经济”商业模式的影响而有所下降。

三、贸易服务模式持续创新

数字贸易模式下，生产商能够与消费者进行直接联系，这极大地降低了中间成本和交易费用。不同于传统贸易模式中的清关手续由进出口商负责，在数字贸易模式下，依托人工智能深度学习技术、电子证据链技术和跨境互联网技术，企业可以在较短时间内完成跨境双边进出口清关过程，便捷地完成跨境远程报关、清关任务。创新了服务提供方式，“可贸易性”大大提升。

(一) 虚拟化、平台化与集成化

数字贸易存在与运作的技术基础是现代信息通信技术，这使得数字贸易在贸易生产、交易、运输等环节呈现虚拟化、平台化的特征。首先，数字贸易通过互联网虚拟平台将全球的生产者、供应商和消费者集聚在一起，实现物流、商流、资金流及信息流的汇集，卖家通过数字平台展示产品和服务、接受订单等，买家通过数字平台搜索产品和服务、在线订购和支付等，实现线上、线下的集聚效应，利用大数据、移动互联网、网上支付等现代化信息手段实现了要素、交易和传输过程的虚拟化。其次，数字贸易可视为一个以数字贸易平台为核心，各环节紧密联系、各主体协同共生的有机生态系统。一方面，虚拟网络平台不仅是国际贸易运行的场所，还是协调和配置资源的基本组织，能够依靠信息流汇集各个主体及各类资源，实现要素资源精准匹配，提升贸易效率；另一方面，数字贸易能够依托虚拟网络平台，促进采购、仓储、营销等环节的集约化管理。而跨境电子商务平台还能汇集全球的生产者、供应商和消费者，实现三大主体的集成，从而减小信息不对称所形成的价差，有效降低成本，提高各方的收益。最后，实现产品和服务的研发设计、生产制造、市场营销、交易订购、支付结算、运输交付、海关通关、售后

服务等贸易环节的数字化、集成化运营，加速产业数字化进程。

（二）个性化、融合化与普惠化

在以信息通信技术为基础的数字贸易中，交易主体不仅包括大型跨国公司，还包括中小型企业和个人消费者。

一方面，企业通过整合生产仓储、物流、销售等环节来形成有效的供应链。B2B、B2C、C2M 等模式能提供定制化、差异化、多样化的产品和服务，满足消费者个性化需求。另一方面，不断涌现的综合服务平台型企业充分发挥其专业化、规模化、标准化优势，为中小型企业提供信息流、物流和资金流等方面的服务，高效地实现数据、产品和服务供需信息的对接以及交易的达成，建立生产者与消费者的直接联系，推进外贸企业成本降低和利益最大化，也加快了国际贸易融合化、普惠化步伐。

第四节 数字贸易发展趋势

作为信息通信技术发挥重要作用的贸易形式，数字贸易不仅包括基于信息通信技术开展的线上宣传、交易、结算等促成的实物商品贸易，还包括通过信息通信网络（语音和数据网络等）传输的数字服务贸易，如数据、数字产品、数字化服务等贸易。数字贸易和传统贸易在贸易本质和贸易目的上具有相似点，但在贸易参与者、贸易对象、贸易运输方式、贸易时效性以及贸易监管政策等方面，均有明显的差异。数字贸易的关键产业链包括云计算技术、互联网大数据、物联网技术、工业物联网、区块链技术、人工智能技术、虚拟现实技术和强化现实技术产业链。这些前沿产业链的加入，将突破生产、销售、交易、物流、服务等贸易流程的壁垒。集约化、无界化的发展趋势将促进整个贸易的效率的提升和成本的降低。

一、数字贸易统计指标日益完善

数字贸易的快速发展和日益普及，使得传统的国际贸易发生了变革，从贸易模式、贸易成本到贸易主体等都发生了根本性变革，推动了贸易统计指标的补充与完善。

（一）数字基础设施指标

数字时代，信息流、资金流和物资流在加速重构，衍生出以宽带网络、金融支付和数字物流为载体的数字基础设施。数字基础设施是数字经济和数字贸易发展的前提，主要包括三类：一是宽带网络基础设施。国际组织关注的首先是域名指标，如通用顶级域名（TLD）数量、国家和地区顶级域名（ccTLD）数量以及“获取和保护域名”制度；其次是网络接入指标，如固定宽带接入率、移动宽带接入率、网络速率等；最后是用户普及指标，如个人互联网普及率、信息通信（ICT）使用率等。二是金融支付设施。国际组织关注的是个人拥有金融机构账户或移动钱包的比率，以及与支付设施相关的“支付许可”“支付鉴权与处理”“支付安全”等指标。三是物流设施。国际组织关注物流绩效

指数（含通关、海运、竞争力、追溯、时长等）、物流可靠性（如万国邮联可靠性），以及跨境交流包裹监管制度。这三类设施是发展数字经济的基本前提。

（二）创新环境指标

数字经济离不开孕育创新、包容创新的外部制度环境。在创新环境营造方面，国际组织关注四类指标：一是人口数字素养指标，如就业人口或者全国人口中拥有数字技能的人员比率，以及国民平均受教育年限、入学率等，这些指标反映出对数字化人才供给的重视。二是对创业风险的态度指标，创业文化是孕育创新的摇篮，世界经济论坛将“创业风险的态度”列为评价指标，通过调查全球企业高管来获取数据。三是金融制度指标，如风投资金可得性、市场资本化程度、给私人部门的信贷比重、中小企业融资等。此外，创意产出也是关注领域。例如，世界知识产权组织将信息通信与商业模式融合创新、信息通信与组织模式融合创新以及移动应用程序的产出3个指标纳入全球创新指数评价中。

（三）市场监管指标

数字经济具有显著的网络效应、规模经济和赢者通吃特征，平台企业围绕用户关注度展开竞争，并基于大数据分析提供服务。围绕数字市场监管，国际组织关注两大类问题：一类是市场公平竞争。除了服务业竞争程度、市场集中程度以及竞争中立（如税收和补贴对竞争的扭曲）外，还有国际社会热议的数字平台垄断问题。另一类是消费者保护。世界银行单独将“数字市场管理”作为数字营商环境的评价指标，凸显其重要性，包括权益保护（如信息披露、赔偿规则、纠纷解决等）、平台责任（如入驻店家侵犯第三方商标时，平台担负何种责任等）、电子签名（如签名的法律地位、证据有效性、签名认证）等。

（四）数据安全指标

数字技术的安全问题日益突出，影响人们对数字经济的信任程度。国际组织关注四个方面：一是服务器安全。联合国贸易和发展会议将有安全加密的互联网服务器数量占比作为四个核心指标之一，凸显安全底线原则。二是个人数据保护。网络数据包含了海量个人数据，世界银行设置了合法采集、知情同意、用于特定目的、删除个人数据等细化指标。三是数据跨境流动。数据安全关乎国家安全，中心议题是数据跨境流动，如是否允许将个人数据转移至第三国、前提条件是什么。四是数据安全与法规。重点关注数据处理、内部控制、数据加密、数据安全培训、数据泄露等。

（五）数字经济监管指标

数字经济是数字贸易发展的基础保障，支持数字经济发展的关键是给新模式以萌发的机会，为创业创新提供更大空间。国际组织关注三方面内容：一是监管包容性。新事物往往具有不同于旧业态的发展特点，要求新业态“削足适履”只会限制其发展，世界经济论坛的评估框架从“法律框架对数字商务模式的适应性”“政府监管负担”两个指标来了解制度的包容性。二是监管质量。主要从推动监管程序的公开透明和依法实施的角度，了解“监管质量”和“法治程度”。三是在线服务。在线服务拓展了政务服务边界、

方便了企业和群众。联合国、世界经济论坛、世界知识产权组织均将在线服务指数(HCI)作为数字经济监督指标的关键构成之一。

二、数字贸易价值链持续演进

20世纪70年代以来,随着运输成本的下降和信息技术的广泛运用,国际分工进一步深化,产品的生产过程被分割成不同的生产阶段,形成了全球价值链分工。在全球价值链分工体系下,各国通过中间品的生产和贸易,承担不同的生产环节,以完成最终产品的生产。全球价值链分工在20世纪90年代和21世纪初蓬勃发展,但近年来,扩张速度有所放缓。数字贸易的快速发展,将对全球价值链产生深远的影响。

(一) 数字技术促进全球价值链的扩张

数字贸易有助于协调地理位置分散的研发和生产任务,让国际分工更加细化、专业化,价值链不断延伸。如大型跨国企业通过供应链管理系统对跨国采购、生产和销售进行管理,实现各个环节的协同化、一体化,降低延迟效应。

首先,数字技术的兴起,降低了运输和仓储成本,同时也减少了运输时间和交货时间的不确定性。在人工智能和机器人技术应用方面,企业可以通过优化路线,实现自动驾驶,通过货物跟踪系统降低物流成本,使用智能机器人优化存储、库存和分销网络,以及使用集成3D打印来减少运输需求和物流服务。同时,区块链技术的应用,可以简化验证和认证程序,大幅降低企业在海关流程和物流方面所耗费时间。

其次,数字技术的发展一定程度上降低了各国的贸易政策和监管壁垒。电子数据交换系统(EDI)和单一窗口平台(ESW)及电子认证等,均能有效节约合规性审查的时间和资源,降低跨境成本,加强贸易双方的互信以及价值链上不同环节的联系。以数字技术在SPS(Sanitary and Phytosanitary)电子证上的应用为例,它能够确定出口商品达到出口市场相关的SPS标准,减少伪造证书的发生、提高交易的透明度、节约数据传输和加工的时间,从而增加贸易量。分布式账本技术(Distributed Ledger Technology)能够使单一窗口平台更有效、透明和安全,能够减少烦冗的海关流程、加速清关、降低成本和错误概率、增强透明度和可审计性,提高不同部门和主体之间的协作效率。

最后,数字贸易省去了更多的中间商环节,形成了一些新的商业模式,如B2B(企业对企业)、B2C(企业对消费者)、M2C(制造商对消费者),极大地降低了交易成本。数字贸易中的信息扩散具有更强的定向性和更丰富的信息量,大大降低了数字产品的发现成本。同时,互联网技术的广泛使用,大幅提高了单位时间的通信量,降低了信息传播中的通信成本,能够有效克服跨境贸易中的信息不对称和缺乏信任等障碍,加之互联网、区块链技术、跨境支付和金融服务的创新,进一步降低了市场的不确定性。

(二) 数字产品促进全球价值链创新升级

数字技术与制造、能源、交通、农业等各行业技术结合,带动了智能制造、智能电网、智慧城市、智能交通、智能农业的迅速增长。利用技术创新将传统利用实物传播的商品转化为依靠数字信息进行传播和使用的新产品,传统的书籍、唱片、游戏、地图、

报纸和杂志等货物产品，逐步变成了数字产品，形成了从制作到销售的电子传输价值链模式。以音乐行业为例，数字技术的出现改变了音乐产品的生产方式，苹果 iTunes 商店等将消费者的需求从实体唱片转向数字下载。数字化降低了音乐制作的固定成本，使运输的可变成本降至接近于零。音乐制作成本的降低增加了可见产品的数量，提高了新产品的平均质量，提高了消费者的满意度。同时，数字化也改变了音乐行业的分销格局，目前主要以音乐流媒体为代表，2014—2017 年，音乐流媒体的订阅量翻了两番。

服务的可贸易性增强促进了全球价值链扩张。服务是产品生产中的不可或缺的中间投入，数字技术提高了中间服务的质量和可贸易性，如计算机、研发、广告、电信、金融以及其他专业性服务。数字服务逐渐渗透进生产经营活动之中，服务要素在投入和产出中的比重不断增长，成为价值链的重要组成部分，影响价值链的收益分配。从投入角度看，以信息通信（ICT）服务为代表的生产性服务，被广泛应用于企业的研发设计、生产制造、经营管理等环节，提高了企业生产效率、产品附加值和市场占有率。从产出角度看，企业将生产过程中积累的专业知识转化为各种类型的数字服务，由提供产品向提供全生命周期管理转变，由提供设备向提供系统解决方案转变。推动本国数字产业融入全球数字领域分工，促进了全球价值链的扩张。

（三）数字贸易也可能引起全球价值链收缩

如智能自动化和 3D 打印可能会引起跨国企业把生产或其他业务从低劳动成本的国家转向更有消费力和更广阔市场的国家。从 3D 打印应用的速度和范围看，它未来可能会对全球价值链贸易产生重大影响。目前，3D 打印主要应用于全球价值链上游的活动，如原型制作活动中，作为传统的“减材制造”流程的补充。从长远来看，3D 打印可能在某种程度上取代传统制造方式，减少外包生产和组装需求、生产步骤以及存货、仓储、配送、零售中心和包装的需求。在 3D 打印普及的世界里，价值链不但可能会变短，而且可能会改头换面，变成以设计、图纸和软件等为对象的跨境数据交换，而不是实体货物和服务的跨境交换。

三、贸易主体日益多元化

数字贸易时代，国际贸易的比较优势从传统资本、技术、劳动力等转向数据、数字技术、数字化基础设施等要素。互联网、信息通信技术等数字技术的发展降低了新兴经济体参与新一轮国际竞争的门槛，同时，数字产品和服务的快速迭代，为具有数字经济发展潜力的新兴经济体“弯道超车”，追赶发达经济体提供了机遇。

（一）新兴经济体迎来机遇和挑战

新兴经济体的技术追赶自 2000 年后明显提速，与发达国家在部分领域的差距缩小，特别是中国、印度、土耳其等新兴经济体的优势技术领域逐年增多。从中长期来看，新兴经济体凭借庞大的市场规模和不断缩小的技术差距，具有发展数字贸易的巨大潜力。特别是在跨境电子商务领域，以中国为代表的新兴经济体已经跃居世界前列。2022 年，

中国跨境电商进出口规模首次超过 2 万亿元人民币，达到 2.1 万亿元人民币，比 2021 年增长 7.1%，占全国货物贸易进出口总值的 4.9%。2023 年，中国跨境电商进出口总额为 2.38 万亿元人民币，增长 15.6%。跨境电商依托灵活、高效、韧性的供应链，为全球贸易增长注入了新动力。

同时，发展中国家由于在数字化基础设施、数字技术、信息安全等方面与发达国家的差距较大，在发展数字贸易中，也面临巨大的挑战。首先是面临数字化基础设施和数字技术方面的瓶颈。数字贸易具有典型的资本和技术密集型特征，需要在高速宽带、数据存储、算法应用等领域进行大规模的基础设施建设和研发投入。对于大部分发展中国家而言，数字化基础设施建设滞后，在宽带网络、数据存储等领域与发达国家差距较大。其次是难以确保网络信息安全。随着互联网应用和数字贸易的发展，网络安全、数据及个人隐私的有效保护成为数字贸易发展过程中的必要保障。发展中国家由于互联网和信息化发展起步较晚，其网络信息安全建设相对滞后。发展中国家既要有序推动跨境数据流动和多元的数据合作管理模式，又要加强本国网络安全、数据及个人隐私的有效保护，提高互联网警监测能力，为数字贸易健康发展营造开放、高效、安全的网络环境。第三是面临知识产权保护问题。在全球互联网访问的可行性和便捷性不断提升的同时，知识产权滥用问题层出不穷。如果一国法律对知识产权保护的力度较弱，或还没有实施或强制实施打击知识产权犯罪的措施，则会使得数字内容提供商很难从合法的渠道获利，会降低一国企业与其他国家进行数字贸易的积极性，对数字内容、电子商务等相关数字贸易的健康发展产生不利影响。目前大多数发展中国家缺乏完整的知识产权保护法律和执法机构，对版权、专利、商业机密的保护不力。有研究表明，电影行业中的数字盗版问题是所有知识产权侵权行为中代价最高的，2015 年共造成 1600 亿美元的损失。中国、印度、印度尼西亚等发展中国家也开始实施更有效的知识产权保护法，或通过相关执法机构加大对侵权行为的处罚力度。

（二）跨国公司主导数字贸易，但中小企业机遇增多

随着数字技术革命的兴起以及世界范围内对数字技术产品和服务的需求不断上升，数字技术跨国公司应运而生，且数量快速增长。从全球前 100 名跨国公司和全球市值前列公司来看，数字技术跨国公司所占席位不断增加。2010 年，联合国贸易与发展组织统计的跨国公司百强名单中，科技公司占比并不高，与 10 年前相比并无显著差异。然而，2010—2015 年上榜的科技公司数量增长了一倍多，从 4 家增至 10 家。从行业来看，所有的互联网服务公司排名均大幅提升，如京东、阿里巴巴、腾讯、亚马逊、谷歌母公司 Alphabet 和社交媒体巨头脸书（现称 Meta）。电信公司也是数字技术的重要推动者之一，2007—2017 年，全球市值居前十名的公司中，互联网科技公司从 1 家增长至 7 家。互联网巨头企业在数字经济领域快速扩张，其提供的数字产品及服务几乎已经涵盖了云计算、数字内容（游戏、视频点播、数字音乐、电子出版物等）、数字搜索、社交媒体、电子商务、服务、行业数字技术等数字贸易的所有领域，掌控着全球数字贸易的话语权。例如，谷歌自 1998 年创立以来，不断向搜索引擎服务之外的领域扩张，谷歌的互联网产品除了

搜索引擎外，还包括广告、商业、地图和在 YouTube 上提供的数字视频内容以及通过谷歌云存储的数据，谷歌还开发了用于电子设备的 Android 操作系统、Chrome 互联网浏览器和支付服务以及通过谷歌购物提供的电子商务等。同时，它们还提供反馈和担保等机制，改进消费者对在线卖家的信任，进而解决与不同法律机构相关的合同执行问题，有助于中小微企业直接参与国际贸易活动。在数字化生产体系下，中小微企业面临的市场规模从国内市场扩大到全球市场，能够方便快捷地将产品和服务销往全球，从而使中小微企业成为“微型跨国企业”。同时，全球市场必然会给中小微企业带来更加快速的成长机会。

虽然跨国公司主导全球数字贸易，但数字贸易凭借其开放、共享和包容的模式，为中小微企业参与全球贸易提供了新的机会。数字技术和在线平台有效降低了寻找贸易伙伴和获取相关市场信息的成本，中小微企业能够直接与境外企业及消费者接触，消除了中小微企业参与全球贸易的壁垒。数字技术带来的贸易成本的下降将使中小微企业以及发展中国家的企业格外受益。物流与交易成本或烦琐的通关手续等贸易成本对中小微企业的影响在发展中国家表现得尤为突出。如跨境支付系统的创新、区块链数字技术应用，减少了国际贸易各环节间的协调成本和交易成本，降低了企业间的搜寻匹配成本，给中小微企业和发展中国家贸易带来了很大的便利，极大地降低了其进入全球市场的门槛。

随着发展中国家信息通信技术的不断发展，数字化为企业管理和参与全球价值链提供了新的模式，途径是为小型公司提供了价值链协作、获取信息流和专业知识机会，帮助其克服信息不足和相关知识缺乏的问题。在传统生产模式下，企业要参与全球价值链需要大额固定资产投资、组建产能，行业进入门槛较高，只有大企业才具备相应能力。小微企业资金规模有限，难以公平参与竞争。数字化生产模式下，企业通过互联网组织生产，可以在网上采购最优价格的原材料、零部件或中间投入品等，并可以寻找匹配的产能下单生产。如果实现数字化生产，小微企业不需要投资自建产能，也不需要长期保持大量原材料或中间投入品库存，从而大大降低了生产制造的门槛，可以公平地参与全球市场竞争。

四、加快数字贸易规则制定成为全球共识

数字贸易规则是指在数字经济背景下，为了规范数字产品和服务的国际贸易活动而制定的规则，这些规则涵盖了数据安全保护、跨境贸易、电子商务监管等多个方面。目前，数字贸易行业集中度高，发达国家为主要参与者。从地区发展情况看，数字贸易规则取决于经济体自身数字经济产业的发展态势、政治优先事项的考虑等。当前，全球主要经济体正通过区域贸易协定、国际多边框架积极推动数字贸易规则新体系的制定和完善，构筑了较高的竞争壁垒，市场集中度较高且呈现上升态势。其中发达国家为推动数字贸易规则的主要参与者（表 1-6）。

中国作为全球贸易大国之一，立足全球视野，学习和借鉴其他国家尤其是发达国家数字贸易的发展经验，有助于制定和实施数字贸易发展战略（表 1-7），这对经济新常态下的中国实现经济高质量发展、从贸易大国走向贸易强国具有十分重要的意义。

表 1-6 主要经济体关于数字贸易发展的政策文件与国际协定

经济体	发展态势	政策重点	政策	参与的国际协定
美国	数字贸易发展较为成熟，更加注重开拓海外市场	强调信息和数据的自由化	《促进数字贸易的基本要素》	《美墨加协定》
			《数字十二条》	《美日数字贸易协定》
欧盟	在计算机、信息、保险、文化娱乐等子项中占据发展优势，试图打造数字单一市场	强调数据有效保护和数字服务提供商有效监管下的数字贸易自由化	《通用数据保护协定》	《欧盟—日本经济伙伴关系协定》
			《非个人数据自由流动条例》	《欧盟—英国贸易与合作协定》
			《开放数据指令》	《欧盟—墨西哥贸易协定》
日本	强调数字技术创新和数字基础设施建设，其数字技术和数字贸易发展成熟度不及美国	注重数字知识产权保护和数据隐私保护，营造公平开放的数字贸易环境	《官民数据活用推进基本计划》	《日美数字贸易协定》
			《数字手续法》	《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》
			《数字政府实行计划》	《区域全面经济伙伴关系协定》
			《数字社会形成基本法案》	《日本—英国全面经济伙伴关系协定》
新加坡	自由贸易港，东南亚跨境电商平台的总部中心	在数据流动、数字贸易领域践行自由开放的政策，推动建立灵活高效的自贸协定磋商机制	《电商促进计划》	《数字经济伙伴关系协定》
			《数字经济行动框架》	《新加坡—澳大利亚数字经济协定》
			《智慧国家 2025》	《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》
			《支付服务法案》	《区域全面经济伙伴关系协定》
中国	尽管起步较晚，但数字贸易发展势头非常好	强调数字主权的治理模式	《全面深化服务贸易创新发展试点总体方案》	《区域全面经济伙伴关系协定》
			《“十四五”服务贸易发展规划》	申请加入《数字经济伙伴关系协定》

资料来源：中国数字贸易行业发展深度调研与未来投资研究报告（2023—2030年）。

表 1-7 中国数字贸易相关行业政策

时间	政策及主要内容
2017年	关键信息基础设施的运营者在中华人民共和国境内运营中收集和产生的个人信息和重要数据应当在境内存储。因业务需要，确需向境外提供的，应当按照国家网信部门会同国务院有关部门制定的办法进行安全评估；法律、行政法规另有规定的，依照其规定
2018年	全国人大常委会通过的《中华人民共和国电子商务法》就“消费者保护”“电商平台审核”等问题做了进一步的明确规定
2019年3月	政府工作报告就跨境电商发展释放了相关政策红利，同时将跨境电商确定为中国外贸发展新的增长点
2019年	服务贸易领域的五大关键目录修订完成，注重利用新技术，发掘新机遇，有针对性地提升产业附加值
2019年	《中共中央、国务院关于推进贸易高质量发展的指导意见》提出，提升贸易数字化水平，加快数字贸易发展
2020年	《国务院办公厅关于推进对外贸易创新发展的实施意见》发布，提出加快贸易数字化发展。鼓励企业向数字服务和综合服务提供商转型，支持企业不断提升贸易数字化和智能化管理能力，加快建设贸易数字化公共服务平台，服务企业数字化转型
2020年	商务部会同中央网信办、工业和信息化部联合启动了国家数字服务出口基地创建工作，并认定了中关村软件园等12个园区为国家数字服务出口基地
2021年10月	商务部等24部门联合印发的《“十四五”服务贸易发展规划》明确，要加强国家数字服务出口基地建设，布局数字贸易示范区

资料来源：作者根据资料整理。

本章小结

数字贸易是由于信息技术对贸易影响的进一步深化所产生的概念，是电子商务的发展与延伸，更突出数字化的产品和服务贸易，但不同国家、不同机构组织和不同学者对数字贸易的内涵和具体内容持有不一样的认识 and 解读。数字贸易和传统贸易在贸易本质和贸易目的上具有相似点，但在贸易参与者、贸易对象、贸易运输方式、贸易时效性以及贸易监管政策等方面，均有明显的差异。互联网、信息通信技术等数字技术的发展降低了新兴经济体参与新一轮国际竞争的门槛，同时，数字产品和服务的快速迭代，为以中国为代表的具有数字经济发展潜力的新兴经济体“弯道超车”，追赶发达经济体提供了机遇。此外，本章还对数字贸易的典型特征、影响及发展趋势进行了分析。

关键术语

数字贸易 (Digital Trade)

动态比较优势理论 (Dynamic Comparative Advantage Theory)

产业内贸易理论 (Intra-industry Trade Theory)

课后习题

1. 根据商品交易的区域和结构特征，可以将世界贸易进程划分为几个发展阶段？各阶段特点分别是什么？
2. 数字贸易对传统国际贸易理论的冲击主要表现在哪些方面？
3. 列表说明数字贸易与传统贸易的主要区别。
4. 谈谈对数字贸易定义的理解。
5. 数字贸易的典型特征是什么？

本章案例分析

办好国家级、国际性、专业型展会——第二届全球数字贸易博览会盘点

来自 25 个国家和地区的 1018 家企业线下参展，367 家企业通过数贸会云平台线上参加展览，100 多个国际采购团来到现场洽谈合作……以“数字贸易 商通全球”为主题的第二届全球数字贸易博览会 11 月 27 日在浙江省杭州市闭幕，晒出的“成绩单”颇为亮眼。

数字贸易是打造贸易强国的重要支柱。作为国内唯一一个以数字贸易为主题的国家级、国际性、专业型展会，刚满两周岁的数贸会在专业化、市场化、国际化三个方面迈出喜人步伐。

专业化：链主型企业竞相亮出“看家本领”

首届数贸会以来，特斯拉“全勤”参会。“通过本次数贸会，特斯拉得以向全球展示其在数字化转型、可持续发展以及创新产品服务方面的最新成果。”特斯拉区域业务总经

理高维泽表示，特斯拉不仅在中国市场获得蓬勃发展，更把中国智造的产品力带到全球市场，深度参与共建包容、普惠、有韧性的数字世界。

数字贸易是专业化的贸易新形态，数贸会的专业化成为吸引海内外企业的一块“磁石”。钱塘江畔的会场内，数字贸易链主型企业占到参展企业总数的四成以上。

在数智出行馆，造车新势力纷纷出场，各大品牌现场亮出最新产品和科技成果，描绘未来出行的美好蓝图；前沿趋势馆汇聚全球 50 个大模型，展示其在教育、医疗、办公、人机交互等领域的前沿应用；在丝路电商馆，全产业链展示着电商平台、跨境物流、移动支付、云服务等电商创新模式。

“全球贸易总增长仍然比较疲软，除了这些压力之外还有整体经济性质的变化，贸易流动也经历了长期的转变。”经济合作与发展组织（OECD）秘书长马蒂亚斯·科尔曼说。

在这一背景下，如何依靠专业化将数字贸易打造成为共同发展的新引擎，是各方关注的焦点。会场内外，本届数贸会聚焦数字贸易规则、数字经济知识产权国际治理、数字文化贸易等多项关键议题，发布多项成果。

市场化：“以会引商”拥抱全球广阔市场

轻轻一扫即可识句翻译、对着说话便能同声传译……一款搭载教育大模型“子曰”的词典笔吸引不少人的目光。“本次数贸会，我们实现了这款词典笔的首发首秀。”网易有道展位负责人张琰清说，不少采购商前来洽谈。

数贸会期间，100 项创新类首发、首秀、首展集中呈现，处处彰显着“商通全球”的澎湃活力。据统计，本届数贸会与国内外多家会展机构深度合作，定向邀约、组织对接 800 多个国际采购商。

泰国春卷皮、水磨糯米粉，柬埔寨榴莲饼、盐焗腰果，马来西亚白咖啡、咖喱酱料……一批东南亚特色产品在数贸会期间颇受欢迎。“第一天白咖啡就卖了 150 多盒，这几天不断有参展嘉宾品尝购买。”乐家环球（北京）咨询有限公司工作人员李如说，希望通过数贸会平台有效提升这些产品的知名度。

导入市场资源、“以会引商”是本次数贸会的亮点之一。作为国家级、国际性博览会，数贸会正积极拥抱全球数字贸易带来的新机遇。

数贸会期间，浙江省重大项目签约仪式如约举行，现场签约项目 32 个、总签约金额达 1558.5 亿元。其中，外商投资项目 11 个、总投资额达 17 亿美元，主要来自德国、法国、日本等国家和地区。

“当前，数字技术创新一日千里，不仅改变了人们的工作和生活方式，也改变了传统的贸易方式，赋能各国企业深化国际合作和贸易。”埃森哲全球副总裁俞毅说。

国际化：新时代国际贸易的驼铃、帆影

每年超过 200 天出差在外，阿斯利康中国副总裁黄彬是企业事务及市场准入部负责人，也是进博会、服贸会等中国各类展会的常客。

“数贸会的组织效率很高。”黄彬对开幕式座席查询的数字化设计赞不绝口，“手机扫码，我的座位号和座位布局图马上显示。数字技术的便利性、即时性呈现得淋漓尽致。”

作为全球数字贸易的公共平台，数贸会的海外企业占比较高，包括 51 家世界 500 强

企业。“今年是阿斯利康进入中国的第30年，我们对中国市场充满信心。”黄彬说，希望可以借助数贸会平台，吸引更多跨界力量加入到数字医疗创新生态圈之中。

快捷方便的数字电商，成为新时代国际贸易的驼铃、帆影，“丝路电商”持续推动“一带一路”共建国家的特色优质产品“触网”。

拉美电商美客多业务生态连接超1.48亿活跃用户，在拉丁美洲拥有庞大的电子商务生态系统，今年首次来杭参加数贸会。“中国制造的消费电子、服饰、小家电等在拉美很受欢迎，我们十分看好中国产品出海。”美客多中国区市场公关负责人张超透露，美客多已累计服务超过数万名中国卖家。

此外，来自68家国际组织和境外商协会的代表出席数贸会，进一步扩大了数字贸易国际交流的“朋友圈”。

“当前，世界各地的论坛层出不穷，人工智能、大数据、区块链等领域都在持续创新。中国举办的这次数贸会让人耳目一新，成为互学互鉴的重要平台。”联合国全球地理信息知识与创新中心主任李朋德说，数贸会需要沉淀真知灼见，推动数字贸易真正实现全球化、规范化、法治化。

资料来源：新华网，2023-11-28。

问题思考

1. 如何理解中国政府举办数字贸易博览会的背景与意义？
2. 试分析中国历届“数贸会”的亮点与成果。

考核点

数字贸易的内涵、特征与发展趋势。

自我评价

学习成果	自我评价
1. 通晓数字贸易的内涵与特征	<input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 很差
2. 了解数字贸易产生的背景和数字贸易发展趋势	<input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 很差
3. 掌握国际贸易实践创新的主要内容	<input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 很差
4. 知悉数字贸易与传统贸易的主要区别	<input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 很差
5. 理解数字贸易对现代国际贸易理论的冲击	<input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 <input type="checkbox"/> 很差

即测即练

自
学
自
测



扫
描
此
码