

电子商务与非洲

王新培*

非洲是世界上发展中国家最集中的一个大陆。在当今世界经济全球化浪潮中,非洲被认为是最有可能陷入边缘化的地区。然而,信息技术和电子商务的发展却有可能缩小非洲与世界其他地区的距离。

非洲电子商务发展概况

20 世纪 90 年代后期以来,随着互联网的迅猛发展,以信息技术为代表的新技术革命使全球经贸活动方式发生了翻天覆地的变化。作为世界的一部分,非洲不可避免也受到了互联网和电子商务发展的冲击,同时也希望借这个机会带动非洲经济的发展。1996 年《非洲信息社会计划》曾提出:“我们已经错过了工业革命,但我们不能再错过信息技术革命。”

非洲大多数国家因贫穷落后而造成信息产业基础薄弱,但互联网在非洲的发展之快,令人不可忽视。1992 年,非洲只有南非、埃及和突尼斯三国可以接通互联网,但目前,非洲 53 个国家已基本可提供互联网的相关服务。非洲正以每年近 40% 的增长速度发展电信和信息技术,这一速度是世界平均增长速度的 2 倍多。^① 随着互联网在非洲的逐步普及,电子商务的发展也有了明显起色。

非洲企业层面开展的电子商务,主要分为下列几类:(1) 通过建立一个用户群开展服务,如“生活在非洲”网站(LifeInAfrica.com);(2) 提供有关产品和国家信息(如坦桑尼亚的“Radio One”);(3) 通过建立一个代理网络系统,如埃塞俄比亚一家饭店的网络系统(Ethiogift),帮助销售或者推动销售和营销。联合国非洲经济委员会在题为《后非洲(post-African)的发展论坛:非洲的电子商务》的研究报告^②中,介绍了多哥名为“咖啡信息技术”(Café Informatique)的呼叫中心。该中心雇用了当地 50 多名操作人员,在互联网上为它在美国的客户提供呼叫中心服务。来自非洲当地的即时服务是该中心明显的优势,该中心已从一家美国的大型电话公司获得了一份试验性合同。另据肯尼亚《旗帜报》近期报道,非洲最大的咖啡生产国埃塞俄比亚拟建立一家电子商品交易所,并将很快投入试运营,以促进其主要农产品贸易,交易商品将包括咖啡、芝麻、玉米等 6 种农产品。

尽管电子商务在非洲的快速发展是显而易见的,但由于非洲国家经济基础较差,使用互联网的规模不大。而且,由于硬件设备缺乏,造成非洲国家网络的使用费用远远高于世界其他地区。根据联合国贸易与发展会议 2006 年公布的数据,若在非洲地区拨号上网 5 个小时,平均费用约为 30 美元(该费用仅为网络使用费,不包括电话费)。相比之下,同样地拨号上网,美国的资费却是每月 10 美元,法国宽带上网费为每月 30 欧元(不到该国法定月最低工资的 2.5%),德国为 31 欧元(不到普通工人月纯收入的 2.4%)。^③ 费用问题反过来又阻碍了网络使用规模的进一步扩大,形成恶性循环。因此,非洲互联网使用程度总体仍比较低。据《2005 年信息经济报告》(Information Economy Report 2005)统计,截止到 2004 年底,全球上网用户总人数已超过 8.76 亿,和 2003 年同期相比增长 22.7%。其中,发展中国家的上网人数占全球上网

* 本文作者系商务部信息化司司长、国务院信息化专家咨询委员会委员、教育部高等院校电子商务教学指导委员会顾问。

① http://www.chinainfo.gov.cn/data/200509/1_20050908_118189.html

② <http://www.uneca.org/adf99/adf99ecommerce.htm>

③ 参见联合国贸发会议:《2003 年电子商务与发展报告》, http://r0.unctad.org/ecommerce/ecommerce_en/edr03_en.htm

总数的36%，但61%的用户集中在中国、韩国、印度、巴西和墨西哥等少数国家，非洲上网人数仅为2 181万。虽然这一数字比2003年增长了66.6%，但占非洲总人口的比重仅为3.1%。以非洲人口最多的尼日利亚为例，每千人中仅有17人使用因特网。

除了电子商务应用必需的一定上网人数外，在企业实施电子商务策略所需要的物理环境方面（如相关互联网服务、电信和电子支付系统）、在开展电子商务应用所需要的政策和法规环境方面、在与从事电子商务的技能基础和发展能力有关的教育机构资源和人力资源方面，等等，这些方面的条件共同制约了非洲电子商务的发展。统计结果显示^①，在加纳，2002年有85%的企业具备互联网接入条件，35%的企业拥有自己的网站，但只有16%的企业使用电子商务开展业务。根据联合国非洲经济委员会提供的数据，全非洲2002年在线交易总额仅为400万美元，电子商务交易额约为5亿美元（南非占80%的份额）。

电子商务在非洲面临的机遇与挑战

电子商务无疑将会给非洲国家带来新机遇。（1）电子商务与信息网络结合，形成一种无国界、无疆域的世界性商业活动，在任何国家和地区，电子商务的商业活动方式都是一样的，这就为非洲国家参与全球经济提供了新的手段，有助于减少非洲国家开展国际贸易的壁垒。（2）互联网通信技术与其他技术相比投资较少，正外溢性大，有利于非洲国家在试行中逐步学习和适应。尤其是通信技术的某些要素，如软件，很容易通过调整以适应非洲国家的特殊环境，这就为非洲国家经营和贸易转型提供了基础。（3）非洲国家要获得持续经济增长，其根本驱动在于提高生产率，而先进信息技术的发展及其在经贸活动中的应用有助于非洲国家提高劳动生产率。由于生产力提高的主要动力来自技术进步，而最先进的网络技术及有关商务应用软件可在国际市场上向发达国家购买，并容易被移植，因此，非洲国家在这方面具有后发优势，有助于非洲国家在技术上缩小与发达国家之间的差距，而信息技术发展又为非洲国家的电子商务应用提供强有力的基础。（4）全球网络便利非洲国家企业进入国际市场，减少企业谈判签约、实施交易的成本，有助于改善非洲国家在全球价值链中的地位。

同时，非洲国家发展电子商务所面临的挑战也不容忽视，我们可以从外部和内部两方面来评析。从外部条件看，数字网络的正向效应需要时间积累，到目前为止，美国是唯一网络技术投资与经济增长具有强劲正向关系的国家，这意味着非洲国家要经过相当长的时间，才能得到网络技术及电子商务投资的有益成果。而且，虽然互联网增大了企业相互间作用的范围与规模，但发达国家企业为保护自己在电子商务上的既得利益，仍可在某些条件下选择封闭性专用网，非洲国家生产商依然有可能被锁定于封闭的贸易网络。另外，尽管基于互联网的开放性贸易使交易成本降低，生产率提高，但非洲国家企业其他方面的成本可能会提高，比如非洲国家生产企业要满足发达国家购买者提出的新的质量、交货时间标准，而提高的费用，以及企业维护网络、人员培训、组织变迁新增的成本。

从内部环境看，非洲国家发展电子商务也存在以下几方面的问题：（1）在政策环境方面，根据联合国相关调查显示，大多数非洲国家正处于电子商务策略和信息技术政策建立的初级阶段。迄今为止，除了南非，其他非洲国家均未建立电子商务相关法律（涉及数字签名的合法化、网络犯罪、数据隐私保护、数据库安全、版权问题、等等）。（2）在基础设施方面，虽然互联网接入在非洲大多数国家都是可利用的，但它仍依赖于特小口径终端（VSAT）网关，这种状况直接影响了非洲互联网国际性宽带成本，并可能承受随时中断的风险。而且互联网接入的质量（数目、可靠性、性能、网络技术服务商服务的范围和成本）存在很大地区差异，如坦桑尼亚首都达累斯萨拉姆，能提供无线上网服务，而埃塞俄比亚首都亚的斯亚贝巴则存在限制接入、排长队等候、宽带接入率低和高费用等问题。在电信服务和通信质量方面，虽然大多数位于城市地区的企业目前已具备某种形式的电信服务——固定电话或无线电话，但质量和稳定性在不同地区，以及城乡之间也有很大差异。（3）在金融服务方面，实施电子商务需要支付与结算，这就需有高质、高效

^① 参见联合国贸发会议：《2004年电子商务与发展报告》。

的金融服务及其电子化的配合。但大多数非洲国家的银行基础设施并不适于电子商务，银行没有电子化的相互接入，甚至同一银行的分支机构间也没有联网。联合国进行的一项《最不发达国家电子商务》调查显示，在非洲，只有莫桑比克的一家银行有网上银行服务，乌干达的一家银行使用灵通卡，其他没有任何一家银行具有国内电子化支付清算系统。此外，所有受调查的最不发达国家都有不同程度的外汇交易和银行管制，如限制接入外国电子商务服务、没有传统支付担保——如信用证就不能开展货运业务、禁用加密技术等，这些都影响了这些非洲国家针对国际市场的电子商务的应用和发展。(4) 在信息网络安全方面，一个安全的电子商务系统，首先必须具有一个安全、可靠的通信网络，以保证交易信息安全、迅速地传递；其次必须保证数据库服务器安全，防止黑客闯入网络盗取信息。对于非洲国家来说，网络产品几乎都是“舶来品”，本身就隐藏着不安全隐患，加之受技术、人为等因素的影响，不安全因素更显突出。(5) 在教育机构资源和人力资源方面，非洲一些国家的大学设立了计算机科学系，并在一定程度上关注互联网、信息技术和电子商务问题，如在坦桑、乌干达、埃塞俄比亚等国的大学中，政府均设立了有关信息技术和电子商务课程。但从总体看，非洲国家这方面的教育和培训远未达到电子商务发展所需要的普及程度。

非洲特色的电子商务发展之路

整个非洲电子商务的发展具有基础薄弱、势头迅猛、区域失衡的特点。截至 2003 年底，非洲国家使用互联网水平居前四位的依次是南非、毛里求斯、塞舌尔和阿尔及利亚，约占非洲互联网用户的 80% 以上。^① 从非洲大陆整体看，又存在南北强、中间弱的现象，仅以互联网用户人数为例，南非与埃及两国的用户总数就超过了全非洲大陆用户总数的一半以上。非洲国家在发展电子商务方面，需要根据非洲本地发展的特色，合为整体来处理工业化与信息化的互动关系，并增强自主发展的能力。

联合国曾在《2003 年电子商务与发展报告》中研讨了发展中国家在农产品出口方面应用电子商务的程度。该报告认为，农产品在包括非洲国家在内的发展中国家经济中起到关键作用，既能带来收入，又能创造就业机会。但这些商品的价格往往不稳定，而且销售所得被许多贸易商和加工商分享。利用电子商务不仅能使生产者获取更多的市场信息，避开众多的中间商直接安排销售，还可以使生产者以较低的交易成本进入全球市场。该报告还以肯尼亚企业组织的“咖啡在线”拍卖为例，认为使用互联网销售咖啡、茶叶等农产品是一种比较新的经营模式，是信息技术与传统销售方式的成功结合。

由此可见，非洲国家发展电子商务必须要有自己的思路，寻找适合自己发展的道路。不同国家需要制定和实施适合本国国情的可持续发展战略，针对本国的特点，积极开拓具有特色的电子商务模式，包括旅游电子商务、手机电子商务、网上博览会、矿业投资信息平台，等等。

目前，与非洲相关的互联网服务商几乎都在同步传送当地媒体和政府发布的信息，这为外界了解非洲，以及非洲国家之间互通信息创造了条件，推动着非洲经济的一体化进程。联合国工业发展组织在其召开的一次会议上宣布，该机构将实施专项计划，帮助非洲的中小企业更好地利用信息通信技术，提高非洲的技术创新能力和竞争力。专家预计，非洲的互联网在 21 世纪前 20 年将出现巨大飞跃，成为推动地区经济发展的新引擎，并将为非洲最不发达国家摆脱“信息贫困的恶性循环”提供助力。

(责任编辑：安春英 责任校对：邢永平)

^① 参见联合国 2003 年《全球电子政务研究报告》。