

# 电子商务对中小企业贸易的影响及对策

提要：近几年来，随着网络技术的快速普及，电子商务无论是作为一种交易方式、传播媒介还是企业组织的进化，都在广度与深度等方面取得了前所未有的进展，渗透到了社会的各个方面。在国际贸易领域，电子商务作为一种新兴的贸易操作方式，更以其特有的优势为世界上众多国家及不同行业所接受和使用，其发展已经引起了国际贸易领域的重大变革。越来越多的贸易通过网络完成，但是网络带给我们方便的同时，也意味着将会有更多风险的存在。

## 一、电子商务简介

电子商务作为一个完整概念提出是在 20 世纪的九十年代，其既非单纯的技术概念也非单纯的商业概念，而是现代信息技术和现代商业技术的结合体，它是一种由计算机、通信网络及程序化、标准化的商务流程和一系列安全、认证法律体系组成的集合；是一种以互联网为基础、以交易双方为主体、以银行电子支付和结算为手段、以客户数据为依托的全新商务模式。

电子商务是整个贸易活动自动化和电子化，是利用各种电子工具和电子技术从事各种商务活动的过程。其中，电子工具是指计算机硬件和网络基础设施；电子技术是指处理、传递、交换和获得数据的多技术集合。电子商务渗透到贸易活动中的各个阶段，因而内容广泛，包括信息交换、售前售后服务、销售、电子支付、运输、组建虚拟企业、共享资源，等等。电子商务的参与者包括消费者、销售商、供货商、企业雇员、银行或金融机构，以及政府等各种机构或个人。电子商务的目的就是实现企业乃至全社会的高效率、低成本的活动。电子商务作为新的商务形式极大地提高了传统商务活动的效益和效率，与传统商务活动相比，它具有下列竞争优势：降低交易成本、减少库存、缩短生产周期、增加商机、减轻物资的依赖等。电子商务对企业的发展具有十分重要的影响，它将改变企业商务活动的方式，给传统行业带来一场革命，以及改变企业的竞争方式，等等。其主要特点有：

第一，虚拟的交易平台。同传统商务行为不同，电子商务在互联网的平台上进行，网络平台成为当事人的活动平台。这种由数字化技术支持的互联网平台构成电子商务主体活动的一个虚拟空间。在这一虚拟空间中，商务活动中的生产<优麦电子商务论文>者、中间商和消费者在很大程度上以数字方式进行信息交互，市场经营主体、市场经营客体，以及经营活动的实现形式，全部或部分地通过数字信息和网络技术的媒介转化为数字形态存在，或者通过数字和虚拟的技术展现为可视的文字、声音、图像等虚拟的动态形态。电子化、数字化和虚拟化构成电子商务与传统商务的一大本质区别。

第二，无疆界的交易市场。电子商务的媒介因特网是开放的、全球性的，因而电子商务的数据信息在互联网上的交互流动也就打破了时间和地域的限制，这使得电子商务拥有了地地道道的“无疆界”的世界性市场。无论在哪个国家或地区，无论在什么时间，只要能接入国际互联网络，就可以方便地进入全球市场，使用国际互联网所提供的各种服务，享用国际互联网上庞大的全球信息资源。

## 二、电子商务在国际贸易中的应用

在传统国际贸易中，交易方对产品的订购、销售、配送、支付，以及各类谈判等商务活动，往往分别在不同的场所进行。而在网络条件下，国际贸易的商务场所和运营方式都发生了根本性变化。整个贸易活动包括交谈、讨论、信息的索取、洽谈、定购、商品交换、结算、商品退换等都是在电脑网络上进行的，这大大地提高了贸易效率。同时，电子商务突破了传统贸易以单向物流为主的运作格局，凭借网络技术将商务活动中的物流、商流、信息流、资金流等资源汇集在一个平台上，并通过这个平台完成资源的共享和业务的重组，从而帮助交易主体降低经营成本，加速资金周转，提高服务管理水平，增强市场适应能力。另外，电子商务能够使人们更广泛、更充分地利用信息，了解商情，共享资源。信息的透明化和公开化使市场主体间的竞争更加激烈，这将有助于促进企业拓宽服务渠道并带动服务质量的提高。

简而言之，作为一种以电子数据交换为主要内容的全新贸易运作方式，电子商务打破了时空的限制、加快了商业周期循环，高效地利用有限资源、降低成本、提高利润，有利于增强企业的国际竞争力。因此说，电子商务正在掀起国际贸易领域里的一场新的革命。它的运用，拓展了国际贸易的空间和场所，缩短了国际贸易的距离和时间，简化了国际贸易的程序和过程，使国际贸易活动全球化、智能化、无纸化和简易化，实现了划时代的深刻变革。所有这些，都是电子商务在短短十年左右的时间里得以迅速发展的原因，

也是其可能取代传统贸易方式的根本所在。随着网络技术的日新月异，电子商务越发显示出它的勃勃生机，其必将成为国际贸易发展的主流。为了顺应国际贸易发展的趋势，强化我国企业参与国际竞争的能力，我国政府于 20 世纪九十年代即实施了“金关工程”，利用计算机网络技术实现对外经济贸易和相关领域的标准化、规范化和网络化管理。目前，我国已基本实现进出口统计系统、进出口许可证管理系统、出口退税系统、外汇核销系统的联网，通过“金关工程”的主干网把外经贸部、国家税务总局、国家外汇管理局、海关总署、国家统计局、商检、银行等政府和外经贸企业联系起来，实现贸易动态管理，逐步改变企业贸易方式。

### 三、电子商务对中小企业贸易的影响

(一)电子商务对中小企业国际贸易的有利影响。电子商务的发展使得我国中小企业不但可获得以前他们无法获得的信息，而且获得和大企业一样的开拓国际市场的机会。对外贸易企业开展电子商务，利用电子商务可以提供平等竞争的环境，有利于提升企业的竞争力、增加贸易机会、降低交易成本、提高交易效率、增强企业市场应变能力和竞争能力。此外，网络贸易无时间、地域的限制，受自然条件影响小，企业可以给客户提供“全天候”的产品和信息服务，任何客户都可以在全球任何地方、任何时间从网上得到相关企业的各种商务信息。如果得不到理想的答案，还可以通过电子邮件的形式进行询问，只要企业及时回复，即可使访问者得到满意的答复。电子商务全天候、不间断运作可使全球范围内的客户随时得到所需的信息，这将为出口企业带来更多的订单，并且可大大提高交易的成功率。

(二)电子商务对中小企业国际贸易的不利影响。虽然我国已经为电子商务在国际贸易领域中的应用创造了条件，并且积累了丰富的经验，但是在范围、程度和技术水平等方面与发达国家还有一定的差距，也存在着诸如网络基础设施、安全认证、电子物流配送等诸多问题。

首先，信息基础设施薄弱，网络规模相对较小。信息基础设施是发展电子商务的基础。

我国近年来在信息基础设施投资和建设方面取得了一定的成效,但与发达国家相比仍相差甚远。另外,我国的网络规模相对电子商务的发展显得严重不足,这就决定了目前电子商务的市场机会还十分有限。<优麦电子商务论文>有限的网络人口大多集中在学历较高、年龄较轻、收入尚不稳定的群体。如,目前我国上网用户中,大专、本科学历用户占到 52.6%,硕士、博士用户占到 2.6%; 18~24 岁用户占到 39.1%, 25~30 岁用户占到 17.2%; 用户人均月收入 500 元以下的占到 20.8%, 500~1,000 元的占到 18.3%, 1,000~2,000 元的占到 25.7%。这就使得网上销售的商品只能局限于电脑、软件和耗材等信息产品,以及图书、音乐制品等可在线销售的商品。

其次,网络安全问题亟待解决。电子商务是通过网络进行的,这就要求网络间的数据传递、交换和处理要有很高的安全系数。但因特网是一个开放的不设防的系统,其开发和设计的初衷也并非出于商业目的,故此因特网并不具备商业交易需要的安全性。大量的经济信息在网上传递、资金在网上划拨流动、网上交易的权威性认证都要求做到万无一失,然而目前无论国际还是国内,电子商务的安全性还令人忧虑。加之,我国仍处在经济转型期,市场还很不成熟,社会信用体系很不健全。电子商务的交易过程中买卖双方无需见面,因此会产生很多传统商务模式中不会出现的新问题。目前,对网上交易产生影响的主要问题有交易主体的身份识别,交易过程的商业秘密,电子通讯的安全,特别是未经授权的中途拦截和篡改,交易和其他记录的保存和管理等。

第三,跨国电子商务容易导致避税和各国间税收冲突问题。与传统商务活动相比,电子商务打破了时间的束缚和空间的限制,人们可以较自由地通过国际互联网从事跨国商务活动,这无疑增加了获取充足税收证据的难度,同时也会造成国与国之间的税收冲突。此外,在电子商务中,由于出口目的方在国外,其身份不易确定,供货方更容易伪造向国外供货的证据,并以此骗取出口退税。虽然世界各国都已意识到这一问题的存在,都在加紧寻求对策,但是电子商务的无纸化交易特性给国家税收征管带来的技术障碍是不容回避的。再加上我国电子商务支付方式落后,即使在技术上解决了网上追踪稽查的难题,也难以避免网下现金交易导致的税收流失。

第四,物流环节不畅。在电子商务下,虽然无形商品贸易的全过程可以全部在网上进行,但实物商品的交割必须按照传统的方式进行,即只有商品和服务真正转移到消费者手中,商务活动才告一段落。没有现代化物流的保障,无论多轻松的商务活动都会变成一纸空文。目前,我国物流业尚处于起步阶段,在体制上仍然是分散的或者称多元的管理方式,涉及到铁道部、交通部、民航总局、农业部等专业部和国家计委、经贸委等综合部门。由于体制没有理顺,各部门之间分工又有交叉,造成了物流行业管理中存在的条块分割、部门分割、重复建设等种种问题。在物流硬件上,物流设施和物流装备都较为陈旧,功能单一,无法实现机械化、自动化,且工作效率低下。通讯设备及线路、传真设备、计算机及网络设备等信息技术硬件设施缺乏,跟不上电子商务物流的要求。总体上说,我国的物流系统效率低下,距离现代化物流的目标相差甚远。

第五,电子商务对传统商事法律和商业习惯提出挑战。由于电子商务是一种新兴的交易方式,全球对于电子商务都没有标准的法律文献。传统的商事立法和商事习惯都是基于“有纸式”交易制定并存在的,然而电子商务是在虚拟的网络空间中进行的,涉及到非基于纸张的通讯和信息存储办法,因而从某种程度上讲,传统立法模式与电子商务运作是格格不入的。而电子商务所涉及的种种法律问题,如电子合同、电子签名、电子商务认证、电子数据证据、

网上交易与支付、网上知识产权、电子商务管辖权及在线争议解决等，多数还是立法的空白。这种立法严重滞后于技术的局面，给从事电子商务的交易主体带来了高度风险，构成了阻碍电子商务应用的一道不容忽视的屏障。我国虽然已在网络、信息和电子商务方面制定了相关的条例，但采用的都是部门割裂管理模式，缺乏权威的法律来全面、有效地解决争端。因此，目前我国电子商务首先所面临的的就是法律风险，其次才是技术风险，这些风险的存在，严重地制约了我国电子商务的稳定和快速发展。

#### 四、我国中小企业利用电子商务进行贸易的对策

1、转变观念，积极投身电子商务发展大潮。据 Research 统计发现，截至 2004 年底全球电子商务交易总额已经达到了 2.7 万亿美元，而由于亚太地区的经济高速增长以及政府对电子商务市场的重视、全球的经济环境的好转，全球电子商务市场将迎来高速发展的局面，2007 年全球电子商务总额达到 8.8 万亿美元。面对如此巨大的商机和如此好的机遇，我国的中小企业要尽快抛弃电子商务可有可无、无关紧要、发展电子商务的时机还不成熟等错误认识。立即转变观念，提高对电子商务的认识，加快电子商务的发展步伐，尽早在国际市场上赢得新的竞争优势。

2、积极打造电子商务环境。真正的电子商务不仅仅是企业前台的商务电子化，更加< 优麦电子商务论文>重要的是包括后台在内的整体运作体系的全面信息化，建立电子商务高效运作所需的、高效率的、信息化的管理体系，这需要大量的前期工程，包括组织体系、业务流程、工作制度、协作环境等的重组优化，经营理念的根本转变和网络文化建设等。

3、着力塑造网络品牌。在日益激烈的国际市场竞争中，品牌的作用已显得十分突出，品牌知名度的高低和影响力的大小，直接影响进出口商品的档次与售价。网络品牌的作用是直接指引客户进入企业的网站，是吸引访问者注意力的重要武器。因为因特网上的各种商务信息是“海量”的，无论是商家选择贸易伙伴，还是消费者选择满意的商品，很大程度上是依靠网络品牌来进行选择的。因此，着力塑造有影响力的网络品牌是进出口企业成功实施电子商务战略的关键。

4、重视客户关系管理，及时为客户提供全方位服务。客户关系管理在国际贸易活动中占据重要地位，因为进出口企业的每一笔业务，都是建立在良好的客户关系基础上的。好的客户关系管理能帮助进出口企业把握市场机会，不仅有助于现有产品的贸易，而且还能够根据客户特定的需求为他们量身定做，最大限度地满足客户需要，从而赢得客户的忠诚。

总之，电子商务对于我国而言，无疑是一个重要的机遇。由于历史原因，我国在前两次工业革命中错过了与世界齐驱并进的大好机遇。在以电子商务为标志的新经济的竞争中，我国应当努力同世界先进国家同步。针对当前电子商务在我国国际贸易领域中应用的现状，一方面应增加对基础设施建设的投入，降低上网费用，提高资源效益，加强安全技术(如加密技术、数字签名、防火墙)的研究和应用，为电子商务发展提供更好的物质和技术条件；另一方面应加强网络技术、电子商务的宣传教育，鼓励更多的企业和个人上网，努力扩大网络规模，培育电子商务市场。

同时，大力培养复合型人才，尽快建立一支能够适应电子商务发展要求的人才队伍。再有，应当围绕电子商务发展及相关的网络管理、信息安全、金融结算、知识产权保护等问题，

加快对现行法律的修改工作，并积极参与国际对话，建立一个对我国有利且国际社会普遍接受的电子商务国际框架；及时追踪研究国际电子商务发展动向，分析其对我国进出口贸易、资本流出和流入、国民经济发展和社会进步的有利因素和不利影响；从提高我国电子商务国际竞争力的需要出发，尽快制定发展电子商务所必需的法律环境和政策环境标准，并在实践中不断加以完善。