

# “一带一路”背景下中国与中东欧国家开展数字贸易的思考

孙玉琴 卫慧妮

**内容摘要：**数字革命影响全球产业格局，数字贸易已成为我国“数字丝绸之路”的建设重点。中东欧国家是“一带一路”建设的重要区域，其目前同我国的数字贸易规模较小，但整体呈稳步增长态势。数字贸易符合中国与中东欧国家的数字化发展理念，未来将成为“17+1”合作机制的重要内容。中国数字技术竞争优势的凸显、中东欧基础良好的数字市场和中国人民政府的持续推进将进一步激发双边数字贸易潜力。然而，中东欧内部存在的数字鸿沟、中国数字平台成本的增加、双边数字贸易治理难题以及欧美的政治阻碍等因素挤占双边贸易的发展空间。中国政府应在化解政治阻碍的同时制定差异化数字贸易战略，加强中国与中东欧国家数字贸易治理政策对接，加大对跨国数字企业的支持力度，促进双边数字贸易发展。

**关键词：**数字贸易 数字技术 电子商务

DOI:10.14114/j.cnki.itrade.2022.01.006

近年来，大数据、5G、人工智能、物联网和工业互联网等数字技术渗透传统产业，各国产业结构面临深度变革，数字经济成为经济增长的新驱动力，其繁荣发展加速了数字技术与国际贸易的融合，推动数字贸易迅猛发展。凭借边际成本接近零、非竞争性和抗冲击能力强的优势，数字贸易在全球经济增速放缓的背景下仍逆势发展，未来将成为全球贸易的主流模式。

对中国而言，中国与“一带一路”沿线国家的数字贸易是建设“数字丝绸之路”的重要内容。在65个沿线国家中，中东欧国家占据1/4；在27个欧盟成员国中，中东欧国家占比超2/5，故该区域被视作畅通欧洲市场的重要通道。由于战争和国家分裂等问题，中东欧国家转型后经济虽有增长，但仍落后于西欧国家，商业数字化和电子商务属于突出落后领域。为抓住发展机遇，中国与中东欧国家均把数字化建设作为工作重点，这为双边数字贸易创造发展空间，同时也与利用国际大循环提升国内大循环效率和水平的倡议相符。故在“一带一路”建设背景下，研究我国与中东欧国家间开展数字贸易

具有较强的现实意义。

## 一、中国与中东欧国家数字贸易发展现状

目前，国际上对数字贸易尚未达成统一的界定标准，但其内涵在不断演变中日趋完善。基于已有研究（蓝庆新、窦凯，2019；沙拉法诺夫、白树强，2018），本文认为数字贸易涵盖内容广泛，即利用数字技术促进贸易便利化和将数据、数字内容作为贸易标的的贸易形式均属于数字贸易，其中数据为核心生产要素，数字服务贸易为重要组成内容。故本文认为数字贸易包括以下两类：第一，数字技术在交易的某一环节中发挥关键性作用的跨境贸易，例如数字结算、数字交付和数字订购等；第二，将数据和数字内容作为交易标的的跨境贸易，其中数据为数字平台收集整合的信息资源，而数字化产品和数字技术支持则分别是以数字内容为核心的货物或服务。由于数字贸易含义界定标准的不一致，当前第一类数字贸易和数据贸易并无数据可供参考，故本文将从中国与中东欧双边数字产品贸易规模

**【课题信息】** 本文是国家社科基金项目“‘丝绸之路经济带’沿线国家基础设施建设与贸易便利化的经济增长效应研究”（17BJL060）的阶段性研究成果。

**【作者信息】** 孙玉琴，对外经济贸易大学国际经济贸易学院教授、博士生导师；卫慧妮，对外经济贸易大学国际贸易学博士生。通讯作者：孙玉琴，电子邮箱：yqsun@126.com。

和数字平台提供的跨国数字技术服务两方面来分析双边数字贸易现状。

(一) 中国与中东欧国家数字产品贸易规模

2019年,联合国贸发会议(UNCTAD)在HS-6分位编码基础上识别了49种数字产品(盛斌、高疆,2020),即本质为数字内容的有形货物。基于此定义,本文整理计算了2015—2020年间中国与中东欧国家的数字产品贸易额(见表1),并据此计算了2020年中国与中东欧各国数字产品贸易额在中国与中东欧国家数字产品贸易总额中的占比(见图2)。

从数字产品贸易额的绝对值(见表1)来看,除2020年受新冠疫情影响之外,2015年至2019年间中国与中东欧国家的数字产品贸易规模基本呈增长态势,2015年中国与中东欧国家双边数字产品贸易额为1.67亿美元,2019年时该数值则增长为

5.76亿美元,约为2015年贸易规模的3.4倍。从国别构成来看,2020年除波黑外,中国与其他国家的双边数字产品贸易额相较于2019年明显下降。在2019年之前,除阿尔巴尼亚和匈牙利之外,中国与其他中东欧国家的双边数字贸易基本呈现良好增长态势,但增长程度存在差异。其中,双边贸易额增长最快的国家为斯洛伐克,2019年其与我国的数字产品贸易总额为2015年贸易额的20倍之多;其次则为波兰和北马其顿,该比例分别为7倍和4倍;此外,2015—2019年间保加利亚、罗马尼亚、塞尔维亚、波黑和斯洛文尼亚与我国的双边数字产品贸易额的涨幅均超过了100%,捷克、拉脱维亚和希腊的涨幅均超过了50%;克罗地亚、爱沙尼亚、立陶宛和黑山虽然增幅较小,但在疫情前的五年内数字产品双边贸易额整体呈现增长趋势。

表1 2015—2020年中国与中东欧国家数字产品贸易额

单位:美元

国家	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
阿尔巴尼亚	1349757	1696933	1043676	377232	417017	163562
保加利亚	4048166	3751959	3276149	4473700	8602599	5588635
克罗地亚	2971614	2045359	2504571	3344522	4428752	1742639
捷克	16831523	17670401	19745303	23889064	31718754	11627248
爱沙尼亚	1687568	1742161	2317420	1588496	2170930	18479365
匈牙利	55934963	9222787	10780007	12893055	14250505	8888799
拉脱维亚	2280652	1907088	2679099	3206485	3585899	1323926
立陶宛	3496263	3070908	3627973	3987646	3499382	2017924
黑山	116865	79758	87950	83149	166972	46657
波兰	48098250	85530489	376455928	313436258	384125564	36214356
罗马尼亚	7582607	6653117	7474596	9330407	18396154	14796447
塞尔维亚	1350607	757328	1463992	2175249	2917875	2293942
波黑	232473	301934	334958	371454	596481	807272
斯洛伐克	3191302	12879848	7080769	20807540	65249825	2544448
斯洛文尼亚	3173974	4008841	3760439	4866274	7684341	3505628
北马其顿	248650	196815	199056	1020471	1059793	192536
希腊	14408498	14491770	13675827	17199317	26663022	15422092
中东欧合计	167003732	166007496	456507713	423050319	575533865	125655476

数据来源:中国海关总署(部分货物数据缺失)。

尽管整体贸易规模在不断扩大,但中国与中东欧国家数字产品双边贸易额占我国数字产品贸易总额的比例相对较低。如图 1 所示,2015 年中国与中东欧 17 国的数字产品贸易总额仅为中国数字产品贸易总额的 0.58%,而 2019 年双边数字产品贸易占比已上升至 2.11%。除去 2020 年数据外,中国与中东欧国家相对数字贸易的整体规模在五年内稳步增长(除 2018 年略微下降外)。但尽管增长显著,中国与中东欧国家的数字贸易占比的绝对数值仍处于较低水平,中东欧地区并未成为我国重要的数字贸易伙伴。

从双边的数字产品贸易总额的市场构成来看,中国与中东欧各国的贸易紧密程度存在显著差异。

在中东欧地区,我国数字产品贸易伙伴主要集中于部分国家。如图 2 所示,波兰是中国在中东欧地区的最大数字贸易伙伴,其在 2020 年中国与中东欧数字产品总贸易额中占比为 28.82%;而后依次则为爱沙尼亚、希腊、罗马尼亚、捷克、匈牙利和保加利亚,这 6 个国家在中国与中东欧数字产品贸易额中总占比 59.53%;剩余中东欧 10 国的数字产品贸易额占比总和则为 11.65%。与大多数国家相比,阿尔巴尼亚、北马其顿、波黑和黑山与中国的双边贸易额占比较低。其中,黑山与我国的数字贸易关系最为疏远,其双边数字产品贸易额仅为我国与中东欧数字产品贸易总额的 0.04%,远远低于波兰、捷克等经济规模较大的国家。

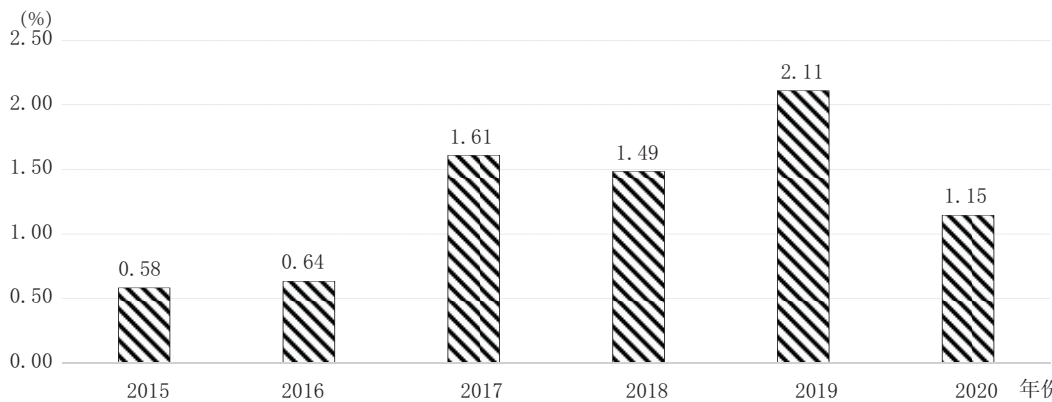


图 1 2015—2020 年中国与中东欧国家数字产品贸易总额在中国数字产品贸易总额中占比

数据来源:中国海关总署。

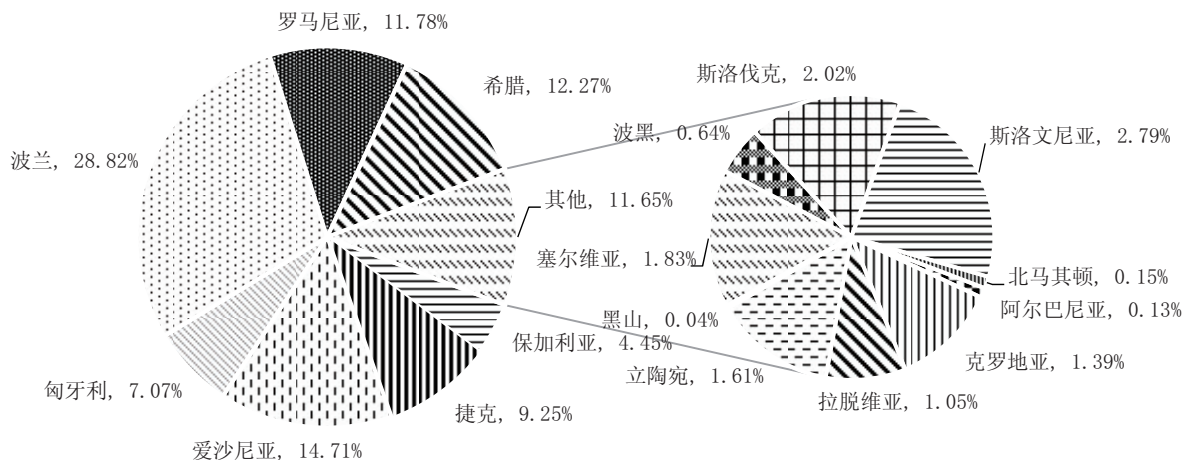


图 2 2020 年各国在中国与中东欧国家数字贸易额中占比

数据来源:中国海关总署(部分货物数据缺失)。

(二) 中国数字平台已在中东欧国家提供数字化服务

尽管双边数字产品贸易规模较小，但部分中国数字平台已涉足中东欧市场，目前主要有两种合作方式。一种是通过与中东欧本土企业合作来间接提供数字技术服务。例如，阿里巴巴与中东欧地区最大的互联网硬件和消费电子分销商 ABC Data 成为战略合作伙伴，为波兰、捷克、爱沙尼亚、匈牙利、拉脱维亚、立陶宛、罗马尼亚和斯洛伐克提供云计算产品和技术；中兴通讯为匈牙利第二大移动运营商 Telenor 和斯洛伐克移动运营商 Swan 提供网络服务。另一种是中国数字平台直接为各国提供数字化服务。例如，华为分别与各国签订合作协议，在捷克、塞尔维亚、波黑、克罗地亚部分城市开展智慧城市项目建设和 5G 项目，与拉脱维亚签订 5G 网络协议以及协助保加利亚打造云中心等；中国电信也采取该种合作形式，目前已与捷克和匈牙利签订服务协议。尽管当前双边数字服务的合作项目类型和覆盖区域不够广泛，但合作的成功开展表明中国数字龙头企业认可中东欧市场的发展潜力，未来该区域将成为我国数字服务出口的重要市场。

目前，中国与中东欧 17 国的数字贸易总体规模较小，与各国的数字贸易合作深度存在显著差异；双边数字贸易仍处于起步阶段，中东欧国家尚未成为我国主要的数字贸易市场。但不论是对中东欧整体还是单个国家而言，双边数字贸易规模均呈现稳

步增长态势。

二、中国与中东欧国家开展数字贸易的机遇

近年来，中国与中东欧国家双边数字贸易规模较小，但贸易关系日益紧密，这为双边贸易的开展奠定基础。同时，双边数字化发展理念的契合、中国数字技术竞争优势的凸显以及中东欧数字市场的良好基础也为双边数字贸易的开展提供了条件，有助于进一步释放贸易潜力。

(一) 中国与中东欧国家数字化发展理念契合

需求偏好相似说指出，需求偏好与需求结构的一致有助于增加双边产业内贸易，中国与中东欧国家数字化发展理念的契合将推动双边贸易关系愈加密切。从政策层面而言，中国与中东欧各国政府均把数字化建设作为国家战略。例如，保加利亚发布了工业数字转型计划，克罗地亚即将发布《2030 年国家发展战略》，捷克于 2013 年发布了走向数字经济战略，罗马尼亚于 2016 年发布了数字罗马尼亚宣言等。同时，中国也早在 2016 年就发布了《国家信息化发展战略纲要》和《“十三五”国家信息化规划》。由此可见，数字化建设是双边经济增长的共同诉求，这为双边数字贸易开辟了新空间。从数字贸易发展角度而言，双边需求均在不断增长。根据联合国贸发会议 (UNCTAD) 数据可知，中国和中东欧国家在 2015—2020 年间的数字服务进口额与出口额均呈现稳定增长趋势 (见图 3、图 4)。

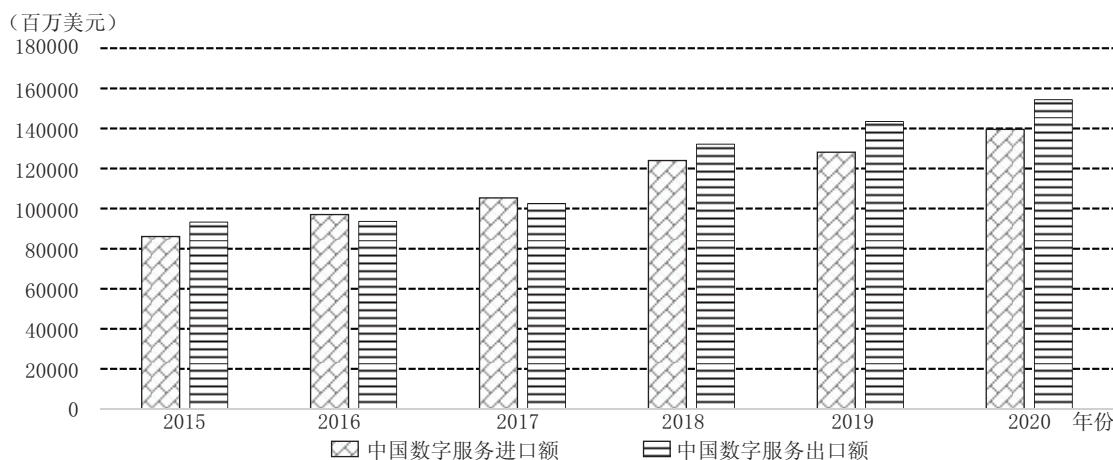


图 3 2015—2020 年中国数字服务进口额与出口额

数据来源：联合国贸发会议 (UNCTAD) 数据库。

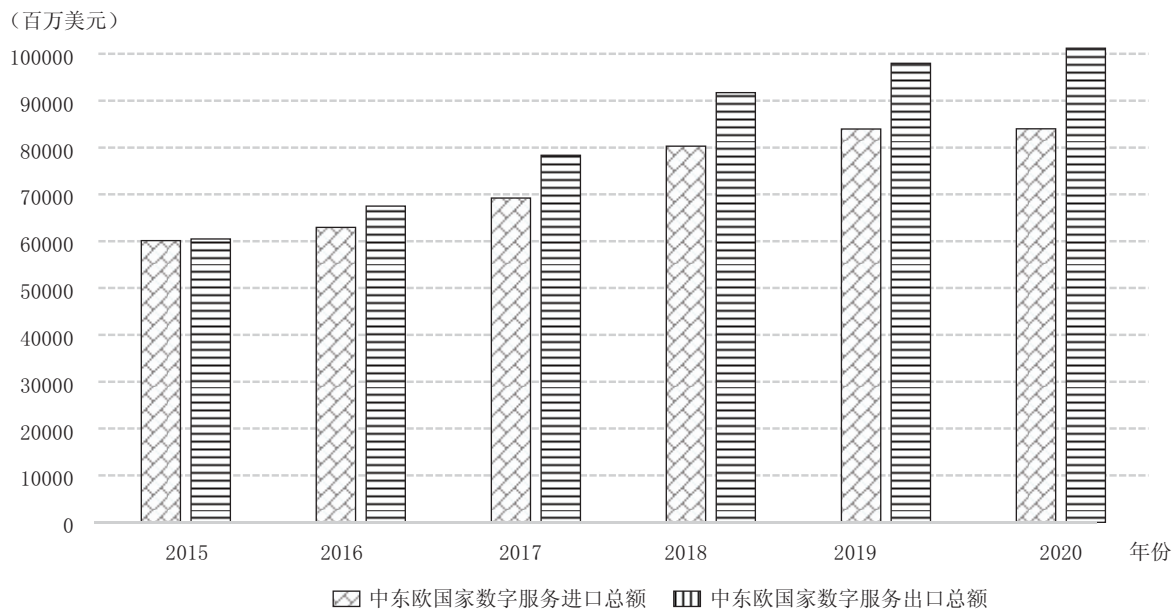


图4 2015—2020年中东欧国家数字服务进口总额与出口总额

数据来源：联合国贸发会议（UNCTAD）数据库。

尽管2020年新冠疫情严重损害各国经济，但两大经济体的数字服务进口额与出口额相较于2019年仍有较大提升，这表明数字贸易是两大经济体追求经济增长的必然选择。

### （二）中国数字技术竞争优势凸显

我国贸易数字化位居世界领先之列，是全球跨境电商发展的引领者。从数字贸易竞争力来看，中国的数字服务出口具有较强竞争优势。在2015年至2020年间，中国数字服务出口全球占比均显著高于中东欧（见图5），且在2017年后双边差距不断拉大，这表明我国提供的数字服务更受国际市场青睐。从数字技术在服务贸易的应用深度（数字服务出口在服务出口中的占比）来看，中国服务贸易数字化程度较高。2015年至2020年中国数字技术在服务贸易中的平均应用深度达到48%，在2020年该占比高达55%。而数字技术在中东欧不同国家服务贸易中的应用深度则存在明显差异，尽管捷克、匈牙利、罗马尼亚和塞尔维亚占比均值也超过40%，但大部分中东欧国家数字服务出口占比均落后于中国（见图6）。

从技术层面而言，中国具备开展双边数字贸易的基础。5G是人工智能、大数据、物联网和云计算等的技术基础，我国5G技术早已跻身全球前列，并

引领全球数字变革。在2016年，我国正式启动5G技术研发实验，2018年完成全部第一版5G标准。根据专利数据公司IPLytics 2021年公开报告，截至2021年9月30日，中国企业拥有的5G关键技术专利总量为全球第一。其中，华为拥有的5G专利占比世界第一，为13.52%。此外，中兴、中国电信科学技术研究院、Oppo和Vivo的5G专利数量均位于全球前十，其专利总量占比总和为23.11%。然而，中东欧国家的数字技术发展则落后于亚太地区和北美地区。联合国贸发会议（UNCTAD）发布的《2019年数字经济报告》显示，北美地区、亚太地区和西欧地区云流量之和占据全球总流量的九成以上，而中东欧地区的云流量占比则低于5%；而且全球数据流量主要集中在亚太和北美地区，中东欧地区在2017—2022年间的数据流量预估将仅占亚太和北美地区的1/7。

从数字平台而言，我国的全球性数字企业掌握大量用户数据，在金融、市场和技术方面优势显著，是加速数字贸易发展的重要推手。2019年福布斯发布的全球数字经济100强数据显示，中国上榜企业总数为14家，位列全球第二。其中，腾讯和阿里巴巴两家互联网企业被认为是全球“超级平台”，这两家企业与其他五家美国数字平台共同占据了2/3

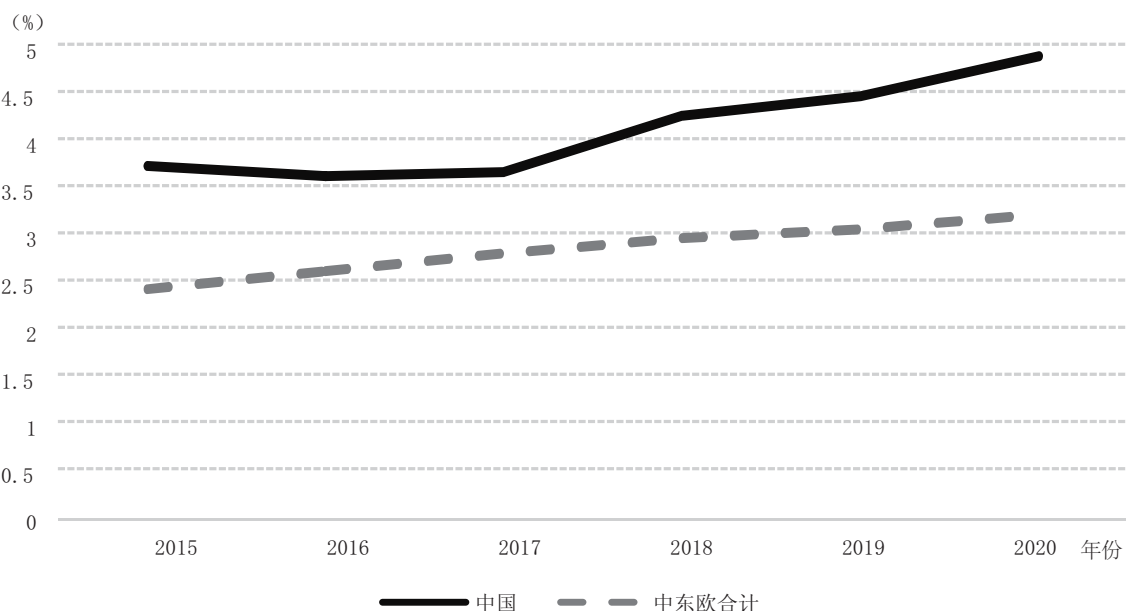


图 5 2015—2020 年中国与中东欧国家数字服务出口在全球占比

数据来源：联合国贸发会议（UNCTAD）数据库。

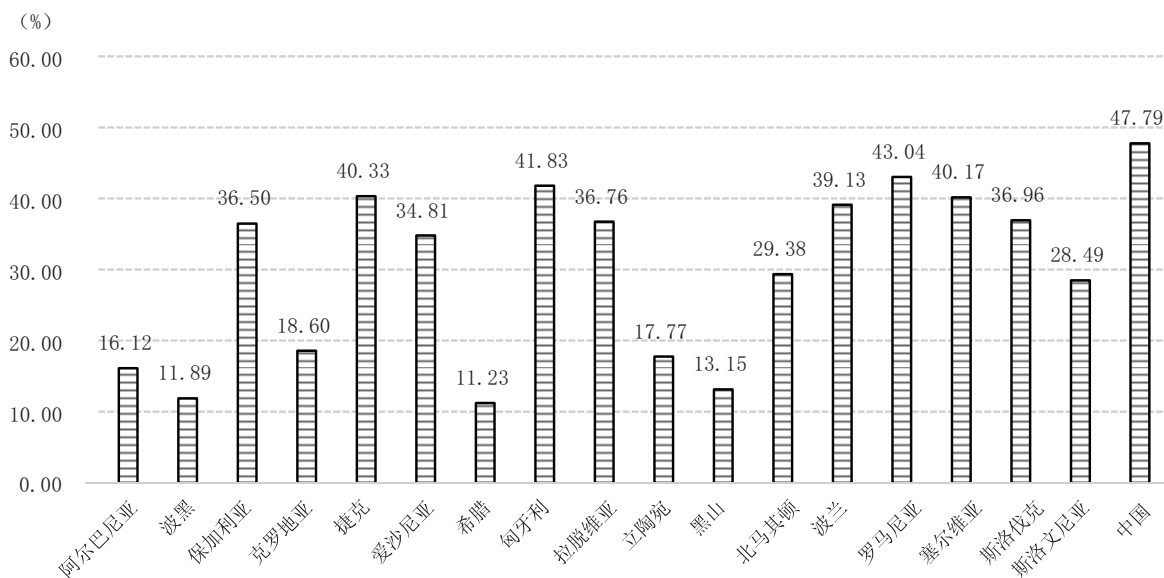


图 6 2015—2020 年中国与中东欧各国数字服务出口与服务出口之比的平均值

数据来源：联合国贸发会议（UNCTAD）数据库。

的全球数字市场。权威研究机构 Gartner 数据显示，阿里巴巴现如今是全球最大的 B2B 跨境电商平台，其国际站物流覆盖范围包括全球 200 多个国家和地区，其全球市场份额排名第三，仅次于亚马逊和微软，且阿里旗下跨境零售电商平台速卖通已踏入拉

脱维亚、立陶宛、波兰和捷克等国，带动当地社交电商生态发展。

### （三）中东欧数字市场基础良好

#### 1. 中东欧有完善的数字基础设施

电信基础设施是传送、处理和分析数据的物

理载体，是实现数字贸易便利化的硬件。中东欧各国政府通过积极加强通信基础设施建设基本实现了通信基础设施的全域覆盖，如匈牙利实施的“超速互联网项目（SZIP）”和波兰的“操作程序”计划等。联合国发布的电信基础设施指数显示，大部分中东欧国家的通信设施建设均处于较高水平（见图7），10个中东欧国家电信基础设施指数高于中国。其中，爱沙尼亚得分位列全球第9位，电信基础设施建设处于世界最高水平。根据世界银行统计，2020年中东欧国家移动蜂窝订阅率和互联网普及率均值分别为121.71%和81.30%。中东欧国家完善和广泛覆盖的电信基础设施能够显著提升网络传输效率，并降低宽带使用成本。据国际电信联盟发布的《ICT价格变化趋势2020》可知，除波黑、塞尔维亚和北马其顿外，其他中东欧国家的固定和移动宽带费用与人均国民总收入的比值均

低于3%。同时，近半数国家的固定宽带基础套餐达到了30Mbits/s的连接速度，这为双边数据的稳定传输提供了基础保障。

## 2. 中东欧国家具有较低的数字贸易限制

在贸易双方具有比较优势的情况下，开放的数字市场能够促进产品和服务的自由交换，提升消费者福利和降低进口国生产者成本。中东欧国家均为小型经济体，国内市场规模较小，其经济增长严重依赖国际贸易，故各国政府对数字贸易干预较少。从欧洲国际政治经济中心（ECIPE）发布的数字贸易限制指数（DTRI）可以看出，2020年中东欧国家的数字贸易限制指数普遍较低，除希腊的数字贸易限制指数等于全部样本国平均值（0.24）外，其他中东欧国家的数字贸易指数均低于0.24（见图8）。这表明中东欧国家具有开放的数字市场，可有效降低中国企业进入中东欧数字市场的贸易成本。

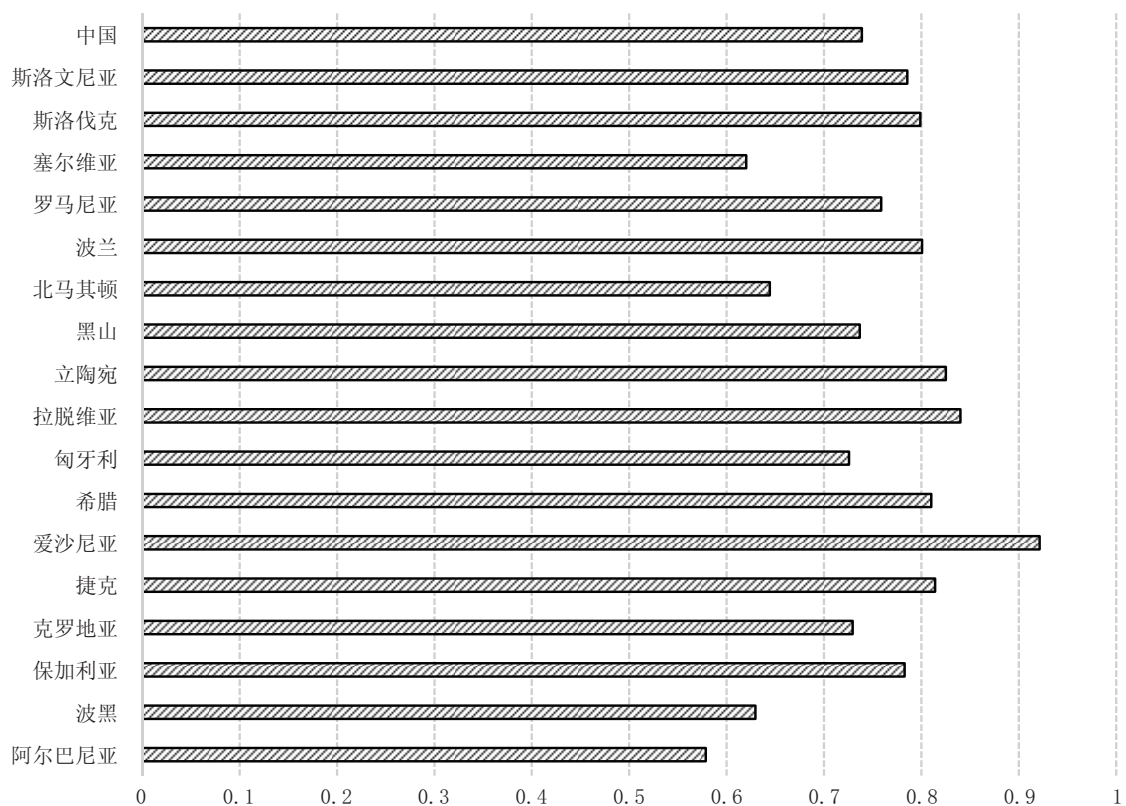


图7 中国和中东欧各国信息通信基础设施指数

数据来源：联合国经济和社会事务部。

### 3. 中东欧国家市场前景广阔

从经济增速来看，自 20 世纪 90 年代以来，中东欧国家为世界上增长最为快速的区域之一，除 2020 年由于疫情冲击 GDP 增速变为负值外，在 2015 年到 2019 年间中东欧国家的 GDP 增长一直保持着平均 3.41% 的速度；从经济总量来看，中东欧国家在 2020 年的 GDP 总和为 2 万亿美元，总人口数量约为 1.29 亿，数字贸易市场总额较大；从经济

质量来看，10 个中东欧国家为高收入国家，其他国家则均为中高收入国家，中东欧大部分国家的人均 GDP 远超世界人均 GDP（见图 9），甚至有少部分国家为该数值的两倍之多，人均数字化需求较高。这些有利的经济因素使得中东欧国家对高质量数字化产品与服务需求量较大，未来或将成为我国数字贸易出口的重点区域。

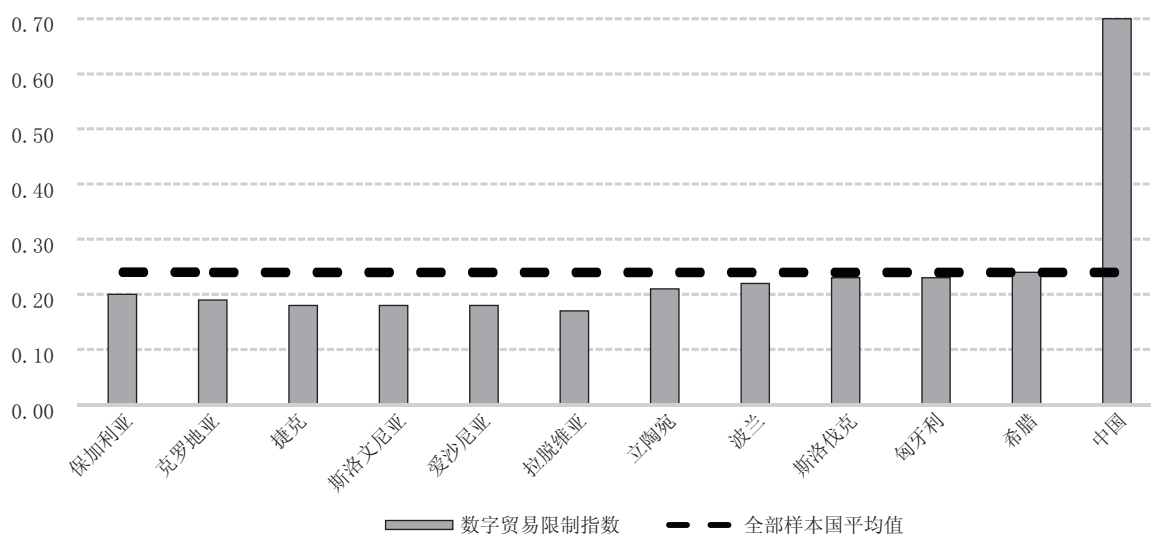


图 8 2020 年中国和中东欧各国数字贸易限制指数

数据来源：欧洲国际政治经济中心（ECIPE）数据库。

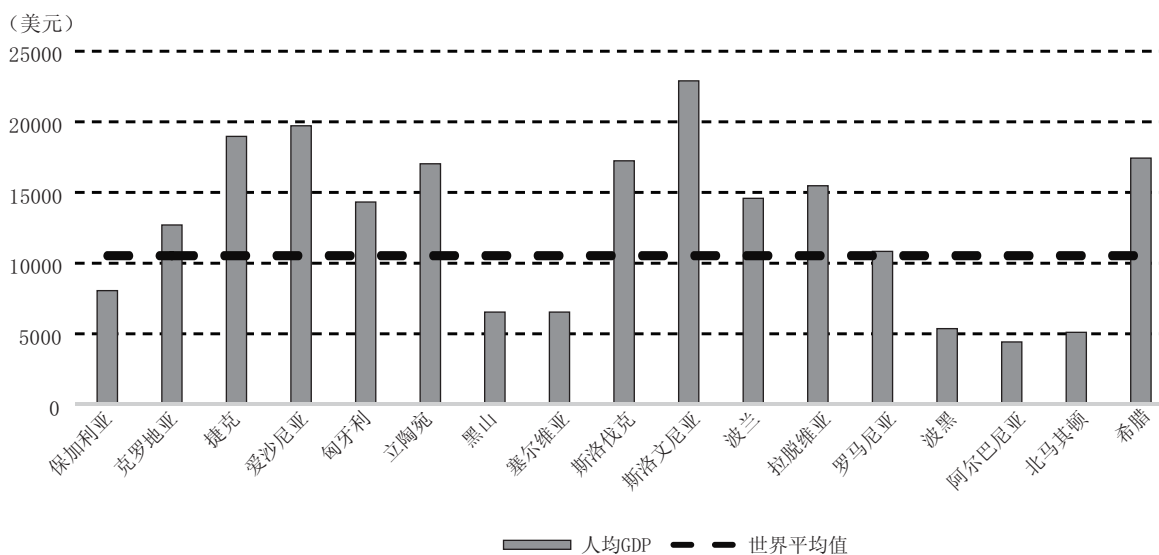


图 9 2020 年中东欧各国人均 GDP

数据来源：世界银行数据库。



(四) 中国政府逐步推进与中东欧国家间的数字贸易发展

自“数字丝绸之路”倡议提出以来,中国政府一直致力于加强多边数字贸易。而中国与中东欧国家“17+1”合作机制的建立更是为双边数字贸易搭建了合作平台,目前双边数字贸易已在跨境电子商务领域取得显著成果。2017年,爱沙尼亚和匈牙利先后与中国签订双边电子商务合作谅解备忘录并建立双边电子商务合作机制;2019年4月,《中国—中东欧国家合作杜布罗夫尼克纲要》的签订标志着中国与中东欧双边电子商务和智慧城市建设合作的开启;2019年5月,中国(宁波)—拉脱维亚跨境电商港湾项目正式启动,中东欧的商品可通过拉脱维亚港口进入中国;2021年6月,第二届中国—中东欧国家博览会在宁波举办,该博览会通过贸易对接会以及直播带货等新形式协助中东欧国家开拓中国跨境电子商务市场。此外,中国—中东欧国家电子商务合作对话机制<sup>①</sup>为中国与中东欧国家加强电子商务领域交流合作搭建平台,中欧班列的开通也促进了跨境物流效率的升级,这些项目为实现双边数字贸易的广泛合作提供契机。

### 三、中国与中东欧国家开展数字贸易面临的难题

中国与中东欧各方面的内在契合有利于开展数字贸易,但开拓中东欧市场的过程中也存在掣肘双边贸易规模扩大的因素,诸如中国和中东欧自身数字发展区域失衡、宏观政治环境变化以及相关法律制度不足等等难题,这些挑战挤占了双方数字贸易的发展空间。

#### (一) 中东欧各国存在数字鸿沟

中东欧区域整体数字经济显示良好发展态势,但不同区域间存在数字鸿沟,中东欧国家的数字经济水平呈现波罗的海三国—维谢格拉德集团四国—东南欧国家逐级递减的结构,这提升了中东欧地区间数据跨境的传输成本和协调难度。一方面,欧盟内中东欧国家数字化水平差异较大。根据欧盟发布的《数字经济

与社会指数2020》,可整理得出中东欧各国排名(见表2)。其中,爱沙尼亚和立陶宛两国综合排名高于欧盟平均水平,属于数字化发展水平较高的经济体;而剩余十国的排名则较为靠后,其中罗马尼亚、希腊和保加利亚的综合得分在欧盟中垫底,其在数字技术应用和通信设施建设方面与外国存在显著差距。另一方面,在中东欧国家中,欧盟成员国与非欧盟成员国间存在数字鸿沟。非欧盟成员国的移动蜂窝订阅率和互联网普及率为115.64%和77.32%,而中东欧国家中的欧盟成员国的相应数值则为124.25%和82.96%。其中,阿尔巴尼亚、黑山和波黑仍存在网速缓慢和城乡数字发展不平衡等问题。

(二) 中国数字企业进入中东欧市场面临较高成本

目前,中国数字平台主要服务于国内市场,国际市场开拓不足。为在中东欧市场中站稳脚跟,中国数字平台将面临经营成本的提升。第一,市场开拓成本提升。亚马逊、谷歌和微软等大型跨国数字平台已在中东欧市场占据较大份额,面对已形成的较大规模用户群体,中国数字企业需要投入较高营销资金来打破已有屏障。第二,管理成本增加。首先,稳定高质量的业务通信服务是数字企业提供产品与服务的关键要素,但中国电信等电信企业在中东欧国家活跃程度较低。迄今为止,在中东欧区域内仅有中国电信与捷克和匈牙利签订服务协议,本地技术支持的缺乏迫使中国数字平台只能与技术标准不同的西方跨国公司合作,这掣肘了中国数字平

表2 加入欧盟的中东欧国家 DESI 2020 排名

国家	排名 (除英国外)	国家	排名 (除英国外)
爱沙尼亚	7	匈牙利	20
立陶宛	13	斯洛伐克	21
斯洛文尼亚	15	波兰	22
捷克	16	罗马尼亚	25
拉脱维亚	17	希腊	26
克罗地亚	19	保加利亚	27

数据来源:《数字经济与社会指数2020》(DESI 2020)。

<sup>①</sup> 2021年2月,中国与阿尔巴尼亚、匈牙利、黑山、塞尔维亚、斯洛文尼亚5个中东欧国家正式启动中国—中东欧国家电子商务合作对话机制。

台的市场开拓。其次，中东欧国家拥有完善而且繁杂的数字管控法律。为规避相关法律风险，试图进入中东欧市场的中国数字企业必须提前了解当地的相关规制内容。由于文化传统和经营环境的差异，中国数字企业对相关法律规定的实践与应用会耗费大量时间与精力，这显著增加经营成本。第三，融资成本高。市场的拓展和数字技术的革新换代必须以大量的资本作为支撑，但我国现有的金融政策并不利于跨国数字企业发展，融资渠道窄和跨国融资成本高等仍是数字企业面临的棘手难题。这三方面因素导致了国内数字企业对中东欧市场“望而却步”。

### （三）数字贸易治理出现新难题

数字贸易伴随着数字技术的成熟而飞速发展，但目前全球数字贸易规则的制定则发展进程缓慢，中国和中东欧各国在隐私保护、监管范围和产权归属等方面存在分歧，这为双边数字贸易带来了治理新难题。第一，数据是数字贸易的核心标的物，数据的跨境流动在贸易过程中不可避免，但由于数据涉及一国的消费者隐私、商业机密和国家安全等信息，各国政府对数据的跨境流动较为谨慎。再加上政治制度和文化背景的差异，隶属于欧洲框架下的中东欧国家对“一带一路”倡议的互利共赢属性持质疑态度，部分中东欧国家认为华为等数字企业进入中东欧市场会威胁其国家安全，目前已有 11 个国家加入了美国清洁网络计划，将中国的 5G 设备和技术排除其市场之外。第二，数字产品和服务存储简单、复制成本低廉并且扩散速度快，这些特征导致贸易标的物易被窃取，网络侵权现象时有发生，亟需完善的知识产权保护框架来有效维护数字贸易双方利益。目前中国与中东欧国家相关的知识产权保护制度并不完善，且在已有数字保护标准上也未达成一致，双方的数字隐私和保护标准均以行业内自我监管为主，对于数字侵权行为并无实质惩罚措施。这种保护制度的缺失以及国家间监管标准的显著差异会提升双边贸易成本。

### （四）受到欧盟和美国的政策限制

政府支持是开展数字贸易合作的强力后盾，但中东欧国家身处地缘政治敏感地带，历来是大国对华博弈的战略区域，各国政府的立场和态度易受大

国牵制，而数字贸易由于贸易标的物的敏感性易被他国干涉。一方面，双边数字贸易受到欧盟的阻碍。为实现战略自主，欧盟尝试主导全球数字贸易规则的制定，并不断加强对欧盟国家的数据安全与应用等的监管，以期建立一体化的数字同盟。中东欧国家是欧盟的重要组成部分，同时也是欧盟最大的贸易伙伴，中国与中东欧数字贸易规模的扩大必然引起欧盟的担忧，这从欧盟对华立场的几经变化中可见一斑。近年来欧洲市场“泛安全化”的趋势加速了中欧双边关系变质。2019 年年初，欧盟实施严格规定来限制中国企业应用 5G 技术。同年 3 月，欧盟通过了关于减少中国数字技术在欧盟应用的决议。面对政治格局的变化，身处欧盟框架下的中东欧国家必然会谨慎对待中国，这对双边数字贸易发展产生不利影响。另一方面，美国也对中国与中东欧数字贸易关系的深化予以阻挠。美国视我国为制度性竞争对手，一直致力于遏制我国发展。而中东欧国家地理位置优越，美国政府历来将其视作阻碍中俄发展的战略区域，频繁展开与中东欧国家的外交活动和贸易合作，以期加强美国在中东欧国家的政治、经济和军事影响力。为维护美国科技霸权的地位，美国对中东欧国家施压，要求其在“中美技术战”中站队，最终导致 8 个中东欧国家与美国签署 5G 安全联合声明。这对电信供应商提出了更为严格的安全评估标准，使华为等中国企业在中东欧地区参与应用 5G 技术面临更大阻碍，严重制约双边数字贸易发展。

## 四、政策建议

（一）细化数字贸易政策，依据中东欧各国的数字化发展诉求开展差异化合作

中国应基于“一带一路”倡议和“17+1”框架，充分利用现有的合作机制，集聚双边数字发展优势，进而提升贸易便利化程度，共同探索构建涵盖多领域的多元化数字贸易合作平台。具体而言，中国应结合各国的数字化发展程度和与我国的数字贸易紧密程度来制定差异化的国别数字贸易战略。对于数字化发展程度较高的经济体，如爱沙尼亚、捷克和波兰等，中国政府应当依据自身产业结构和双方优势深挖合作潜力，相互向对方出口自身具有比较优

势的数字产品或服务；而对于数字基础较差的国家而言，如黑山、北马其顿和阿尔巴尼亚等，电信基础设施建设则是双方的贸易合作重点，中国应利用自身数字技术发展优势助力其完善通信基站和光纤电缆等基础设施建设，特别是在农村等经济不发达地区，逐步改善其信息化水平。同时，对于贸易关系较为紧密的国家，中国政府应在已有基础上优化双边出口结构；对于贸易关系不够紧密的国家，如爱沙尼亚、匈牙利和保加利亚等，中国政府则应当把工作重点放在构建良好贸易关系上，不断深化中国与这些国家的政治经济往来、文化交流和信息传输等，推动双方签订数字自贸协定和区域合作协定等，打造互利共赢的良好局面。

（二）降低中国数字企业贸易成本和提升企业国际竞争力是促进双边数字贸易发展的关键

面对中东欧数字市场的多重障碍，中国政府应从以下五个方面来协助跨国数字企业。第一，中国政府可为在中东欧地区开展数字服务以及技术创新的新兴企业提供税收优惠政策，鼓励企业发展前沿数字技术，推动中国平台以高质量低成本的产品和服务逐步占据全球市场，吸引中东欧国家主动展开双边数字贸易；第二，中国政府应鼓励中国电信企业在中东欧为本国企业提供数据通信服务，在保障数据安全的同时降低跨国企业的管理成本，为数字平台业务的开展创造良好的营商环境；第三，中国政府应当推动中国数字企业与中东欧各地的中国大使馆和领事馆合作，为即将或已经进入中东欧市场的数字企业提供法律知识培训，且当部分数字企业深陷法律困境时，当地大使馆可为企业提供相关法律援助；第四，中国政府应加强对银行等金融机构的政策引导，推动商业银行在合理控制风险的前提下为数字贸易企业提供利率优惠和制度支持等，以满足数字平台扩展市场规模和增加数字技术创新的融资需求；第五，中国与中东欧各国政府应出面牵头国内数字平台与中东欧各国实体企业的跨国合作，将数字技术深化应用于中东欧传统产业，推动中东欧国家与中国电子商务平台合作，在优化中东欧国家产业结构的同时创造大量就业岗位，协助中东欧国家尽享数字时代红利。

（三）中国政府应当从完善自身法律体制和加强与中东欧国家合作两方面化解数字贸易治理矛盾

在国内，我国政府应当健全和完善数据开放以及税制的法律法规，成立专家小组对WTO现有的相关制度进行深度研究，合理界定数据的国际使用边界，建立安全透明并且适应中国发展现状的“中式”数据流动制度，同时加强对贸易企业使用数据的监督管理，促进贸易规范化；明晰定义数字化产品的产权归属，相关政策应当包含数字产品消费者的使用范围、数字产品侵权者违反规定后的追责措施和对数字化产品提供者的保护措施，积极实现双边数字贸易标准对接。在国际上，第一，中国应加强与中东欧国家的人文交流，可以开设孔子学院等形式传播中国文化，提升中东欧国家人民对中国文化的认同度和好感度，这是畅通双边数字贸易的前提；第二，中国应与中东欧各国逐步建立数字贸易法制建设交流和合作机制，共同探讨双边国家的数据使用边界和司法管辖权范围，齐力防范各国数据风险，实现约束下的数据自由流动最大化；同时，推动双边共享数字贸易治理经验，联合打击数字侵权行为，特别是跨境网络侵权行为，共同维护安全有序和公平竞争的数字贸易环境。

（四）在展开数字贸易时，中国政府应当在提升中东欧国家获得感的同时注重协调多边关系

作为全球三大经济体，中欧美三方关系会深刻影响国际格局。对于欧美对双边数字贸易实施的阻碍，中国政府应从两方面化解。第一，中欧美三方应意识到数字贸易并非零和博弈，合作共赢才是主流模式。中国应加速建设中欧美三大经济体数字对话机制，协助各经济体精准定位自身优势，以谋求三方共同利益最大化。此外，欧美在跨境数据流动和隐私保护方面存在分歧，中国政府可利用该分歧探索三方的共同发展路径，在与中东欧国家开展数字贸易的同时实现三边关系的平衡。第二，在尊重国际标准和遵守欧盟数字贸易框架的前提下，中国政府应当通过数字贸易为中东欧国家数字化发展提供切实帮助。数字贸易的最终目的是贸易双方福利最大化，中国政府应通过加大对双边数字贸易的投入，共同探寻数字贸易共同增长点，深化与中东欧

国家的互补合作,用真诚的合作态度和实际的合作成果来打消中东欧国家的疑虑,推动双边数字贸易良性发展。

### 参考文献

- [1] 蓝庆新, 窦凯. 美欧日数字贸易的内涵演变、发展趋势及中国策略 [J]. 国际贸易, 2019 (06): 48-54.
- [2] 马述忠, 房超, 梁银锋. 数字贸易及其时代价值与研究展望 [J]. 国际贸易问题, 2018 (10): 16-30.
- [3] 沙拉法诺夫, 白树强. WTO 视角下数字产品贸易合作机制研究: 基于数字贸易发展现状及壁垒研究 [J]. 国际贸易问题, 2018 (02): 149-163.
- [4] 盛斌, 高疆. 超越传统贸易: 数字贸易的内涵、特征与影响 [J]. 国外社会科学, 2020 (04): 18-32.
- [5] 熊励, 刘慧, 刘华玲. 数字与商务: 2010 年全球数字贸易与移动商务研讨会论文集 [M]. 上海: 上海社会科学院出版社, 2011.
- [6] Atlantic Council. Digitalization in Central and Eastern Europe: Building regional cooperation [R/OL]. (2020-10-28) [2021-09-24]. <https://www.atlanticcouncil.org/wp-content/uploads/2020/10/Digitalization-in-Central-and-Eastern-Europe.pdf>.
- [7] European Commission. Digital Economy and Society Index (DESI) 2020: Thematic chapters [R/OL]. (2020-06-11) [2021-09-24]. <https://innogrowth.org/wp-content/uploads/2020/07/DESI-2020.pdf>.
- [8] OECD, IMF. Measuring digital trade: Results of OECD/IMF stocktaking survey [R/OL]. (2017-07-10) [2021-09-24]. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2017/pdf/17-07.pdf>.
- [9] OECD, WTO, IMF. Handbook on measuring digital trade, version 1 [R/OL]. (2020-02-10) [2021-09-24]. <https://www.oecd.org/sdd/its/Handbook-on-Measuring-Digital-Trade.htm>.

## Reflections on the Digital Trade Between China and CEE Countries in the Context of the Belt and Road Initiative

SUN Yuqin WEI Huini

(University of International Business and Economics)

**Abstract:** The digital revolution has affected the global industrial pattern, and digital trade has become the focus of China's "digital Silk Road" construction. Central and Eastern European countries (CEECs) are important regions for the Belt and Road Initiative. Currently, the scale of bilateral digital trade is small, but it shows a steady growth trend as a whole. Digital trade is in line with the digital development strategy of China and CEECs, and will play an important role in the "17+1" cooperation mechanism. The emerging competitive advantage of China's digital technology, the well-founded digital market in CEECs, and the continued push by the Chinese government will further stimulate the potential of bilateral digital trade. However, the digital divide in CEECs, the increasing cost of Chinese digital platforms, the difficulties of bilateral digital trade governance, and political obstacles in Europe and the United States are crowding out the development space of bilateral trade. While resolving political obstacles, the Chinese government should formulate differentiated digital trade strategies, strengthen the alignment of China-CEECs digital trade governance policies, increase support for multinational digital enterprises, and promote the development of bilateral digital trade.

**Keywords:** digital trade; digital technology; E-commerce

**JEL Classification:** F13, F19, F20, F50

(责任编辑: 王勇娟)