G20之eWTP倡議與國際遊戲規則制定之實踐

⊙陳信宏／中華經濟研究院第二研究所　研究員兼所長
⊙歐宜佩／中華經濟研究院第二研究所　分析師
⊙溫蓓章／中華經濟研究院第二研究所　研究員

近年來「數位經濟」發展領先國力圖建立新的國際遊戲規則。尤其美國在TPP架構下致力推動「數位貿易」的國際經貿規範。中國大陸則藉著G20會議，由馬雲倡議建立「世界電子貿易平臺（Electronic World Trade Platform, eWTP）」，以跨境電商為核心，串連／整合中小／小微企業跨境商品貿易的全球價值鏈。本文從國際遊戲規則制定的角度來看，eWTP與美國主導的「數位貿易」間存在著重要的交集。

eWTP（Electronic World Trade Platform, eWTP）是中國大陸舉辦G20峰會的指標性倡議，以中國大陸在電商「彎道超車」後的發展成果，向世界展現中國大陸積極參與國際遊戲規則制訂的企圖心與能力。這個倡議以中小/小微企業發展為訴求，但不同於WTO/APEC等目前所重視的中小企業參與全球價值鏈（global value chains, GVCs）議題。本質上，eWTP是一個貿易規則，希望透過公私對話，推動國際貿易規則制定，關注過去傳統貿易較少參與的中小/小微企業。馬雲認為eWTP約需要10年時間推動，可從簽有雙邊貿易協定的國家逐步試點，近期的目標是：24小時完成通關，年出口低於100萬美元免稅；但許多議題需要各國政府的認可與支持，協調各方利益與共識。

中國大陸跨境電商發展趨勢與eWTP倡議

以電子商務的發展來看，中國大陸的確已經站上國際的制高點，以此為基礎，積極參與國際遊戲規則的制定。在G20會議之前，阿里研究院/阿里跨境電商研究中心，就提出一份報告，《貿易的未來：跨境電商連接世

界》，作為eWTP倡議的基礎。報告指出：「跨境電商正搭建起一個自由、開放、通用、普惠的全球貿易平臺。在這個平臺上，億萬消費者可以買全球，中小企業可以賣全球，真正實現了全球連接、全球聯動。可以預見，跨境電商將連接世界，成為未來全球貿易的主要形式。」尤其中國大陸在這個領域發展快速，「預計到2020年，中國大陸跨境電商交易規模將達12萬億元人民幣，占中國大陸進出口總額的約37.6%；中國大陸跨境電商零售交易額將超過3.6萬億元人民幣，年均增幅約37%，預計2020年跨境電商零售占比將超過30%。」尤其，2014年可視為中國大陸跨境電商的爆發期，以平臺型為主的跨境電商，已衍生出多種經營模式，包括：跨境B2B（出口）、跨境B2B（進口）、跨境電商零售（出口）、跨境電商零售（進口），諸多廠商活躍在相關領域。

而且自2012年以來，中國大陸相關部會也積極推動或調整涉及跨境電商的政策。主要的政策作為包括：建立試點城市以「先行先試」，將跨境電子商務零售出口納入海關的出口貿易統計，提出對跨境電子商務零售出口的支援政策以及出口檢驗、收結匯等6項具體措施，對跨境電商零售出口採取可享退免稅措施。另外，海關總署也提出了海關對跨境貿易電子商務監管實行「全年（365天）無休日、貨到海關監管場所24小時內辦結海關手續」的作業時間和通關時限要求。這些政策反映中國大陸本身對於跨境電商規範的政策積極度。

eWTP也與阿里巴巴集團的全球化策略有關：以平臺業者優勢向跨境貿易領域延伸。eWTP倡議訴求透過平臺協助中小企業、婦女和年輕創業者更便捷地進入全球市場。在這個發展過程中，阿里巴巴的大資料、雲端運算、互聯網支付體系、互聯網信用體系、智慧物流體系等新技術可構成新的基礎設施。事實上，阿里巴巴集團已透過阿里巴巴國際站、速賣通、天貓國際、1688.com及菜鳥國際、支付寶國際等推動全球化策略，但也面臨全球貿易規則阻礙，尤其是在小額貿易與跨境消費者端貿易方面。

另一方面，阿里巴巴集團也主張貿易層面的多種趨勢也構成了推動eWTP的全球環境因素，包括：貿易主體變化：由跨國大企業走向小微企業、個人網商；貿易型態變化：由貨櫃走向小包裹；貿易鏈變化：由大批量、低頻次、標準化走向碎片化、高頻次、個性化。

表1彙整eWTP所涉及的因素，包括：降低貿易障礙、順暢的物流配送、便捷支付系統、通關措施、消費者保護、提高民眾/企業使用能力等。這些因素有些可以透過跨境電商平臺服務和生態系的強化加以處理，但是一些因素也涉及到政策作為和國際規範，特別是通關措施和消費者保護等。

因此，eWTP倡議提倡公私對話，以改善商業環境及培育未來在關鍵領域的跨境電子

貿易規則，包括：簡化規則及標準及調和稅收制度。eWTP的實踐需要與國際機構和世界貿易組織合作，以提升電子貿易發展需求，完善WTO的〈貿易便利化協定〉條例。

表1　eWTP所涉及的因素

項　目	eWTP所涉及的因素
降低貿易障礙	降低貿易成本、便捷信貸與融資等
順暢的物流配送	匯集國際物流服務商，打造全球智能物流網絡與營運能力
便捷支付系統	建置跨國線上跨境資金流通能力，進行普惠金融系統推廣
通關措施	24小時通關、稅則優惠
消費者保護	國際消費者的平等市場規則，如產品品質標準體系、實體銷售平臺和網路銷售平臺一致性規則（涉及到各國法律制度保障，及企業自身的合作）
提高民眾／企業使用能力	降低數位落差，培育民眾或中小型企業習慣使用物聯網貿易

資料來源：作者彙整。

檢視eWTP跨境生態體系與所產生的政策議題

的確，阿里巴巴集團的生態系日益壯大，已經多方串連中小企業跨境貿易所需面對的各種環節。除了買家與賣家集結的平臺之外，在融資方面，阿里巴巴已基於大數據為中小企業提供融資產品；在物流方面，其所屬的菜鳥網絡正集成國際物流服務商，透過「無憂」系列產品構建跨境物流生態，打造一個全球物流骨幹網；在金流方面，旗下支付寶於2013年成立國際事業部，其母公司螞蟻金服並已將全球化作為三大發展戰略之一。

因此，阿里巴巴集團法務部資深總監薩米（Sami Farhad）認為推動eWTP下階段的整合議題主要包括四大構面：交易平臺（transaction platforms）、物流（logistics）、跨境支付（cross-border payments）、跨境信任（cross-border trusts）。換言之，他們可能比較偏重於跨境電商「貿易便利化」（trade facilitation）方面的討論。但是，我們認為參考國際場域貿易相關議題的討論，eWTP將不只是跨境電商「貿易便利化」。以議題定位角度觀之，我們可以從幾個面向來討論。

第一、中小企業發展面向，WTO、APEC等國際場域相當重視中小企業參與GVCs全球價值鏈議題，但GVCs主要由跨國企業所主導，以線下交易、跨國供應鏈整合為主。eWTP則以跨境電商平臺為主（中國大陸的主推重點），形成多元且複雜的跨國生態系與虛實整合。即便是商品本身的跨境商務流，eWTP也會牽涉商品生產者或交易雙方為中小企業身份之認定問題。更何況，跨境電商有多種型態，如垂直型、B2R（retailer，如義烏網）；不只是阿里巴巴集團所特別關注的電商平臺。

第二、就國際經貿場域議題而言，eWTP

所涵蓋的議題並非單純的跨境商品交易，也可能牽涉「數位貿易」議題（美國主導），因為完成生態系的跨境虛實交易可能非單一模式，且牽涉多方利害關係人。事實上，包含WTO、TPP或服務貿易協定（TiSA）等國際經貿規範場域目前對「電子商務」貿易規則之討論，已超越「線上購物」或B2B銷售等批發零售服務之範疇，而擴及所有「可透過網際網路以數位方式進行跨國交易、服務提供或投資之行為」，其範圍遠超過傳統對於電子商務之理解，而成為一個跨領域、跨議題之新興貿易規則討論之區塊。因此美國於TPP抑或APEC等場合，均以「數位貿易」一詞取代電子商務。換言之，eWTP也將牽涉「數位貿易」所企圖規範的虛擬平臺、虛擬商務流。

第三、值得注意的商品貿易與「數位貿易」在「本地成份要求」（local content/localization）議題方面上觀點的差異。商品貿易關稅自由化/優惠是基於跨國供應鏈整合的角度來檢視自由貿易協定（FTA）區域內的「本地成份要求」和「原產地規則」。故雙邊/複邊的eWTP可能產生第三方的「搭便車」（free rider）問題。更重要的是，「數位貿易」對「本地成份」的規範是從促成跨境「市場准入」（market access）的角度加以規範。

就「數位貿易」而言，綜合APEC、OECD及WTO及美國等之討論方向，原則上可歸納出強制本地化義務、市場進入限制、數據/資料及個人隱私保護措施、消費者權益維護、智財權侵害、平臺業者法律責任不明確、內容審查、關務行政及數位貿易環境不健全等九個主要障礙。中華經濟研究院曾以表2（的第二欄「數位貿易障礙內涵描述」）歸納其障礙內涵。

特別就前述之「強制本地化義務」來看，對數位貿易而言，強制本地化義務所涉及之貿易限制，除前述之在當地設立分/子公司之義務、設立數據或資料中心外，對於交易行為之自製率要求亦屬之。其他障礙包含小額包裹通關及關稅率問題、數據跨境移動（例如歐盟可能要求Facebook必須將資料儲存於歐盟境內）、數位著作權保護等議題。

另外，就市場進入限制而言，除了eWTP目前所關心的跨境電商商品之小額包裹免稅待遇議題之外，因為eWTP的運作也涉及交易、物流、金流等各環節的網實平臺之跨界運作問題，故也會涉及這些平臺的跨界服務提供、外人投資、貿易及銷售管道等規範。

換言之，eWTP固然本質上是以中小企業依托跨境電商的（小額）貿易自由化，但是仍不同於傳統的商品貿易，故eWTP的實踐也勢必會牽涉國際經貿場域對數位貿易之主要討論議題。因此，表2第三欄進一步歸納eWTP可能牽涉之貿易障礙議題。例如，以強制本地化要求類型來看，eWTP的實踐就可能牽涉到跨境電商平臺之強制本地化（如網路平臺、數據中心／資料庫）、跨境電商平臺跨境服務之非國民待遇（如網頁遮檔、平臺內之差別待遇）、跨境電商商品之貿易規範

（如原產地規定/自製率要求）等議題。

就兩岸的角度來看，跨境電商原本就存在著臺灣長期關切的跨境電商平臺之強制本地化（如網路平臺、數據中心/資料庫）、跨境電商平臺跨境服務之非國民待遇（如網頁遮檔、平臺內之差別待遇）等問題。然而，以電子商務/跨境電商的發展來看，中國大陸的確已經站上國際的制高點，並以此為基礎，透過eWTP倡議，積極參與國際遊戲規則的制定。因此，我們認為中國大陸應該要以更有信心與胸懷的方式，適切地減少兩岸間在跨境電商平臺之強制本地化、跨境電商平臺跨境服務之非國民待遇相關障礙，甚至於主動促成兩岸間的合作，形成eWTP的示範區最佳範例；藉此也可促成兩岸在跨境電商相關環節（如智慧物流）的共榮發展。

表2 國際經貿場域對數位貿易之主要討論議題與eWTP貿易障礙議題

障礙類型	數位貿易障礙內涵描述	eWTP可能牽涉之貿易障礙議題
1.強制本地化要求	• 須於當地設置據點（代表處／分公司／子公司）及重要人事國籍限制 • 須於當地設置數據中心/資料庫 • 自製率要求 • 對電子商務設備或服務之特有標準	• 跨境電商平臺之強制本地化（如網路平臺、數據中心/資料庫） • 跨境電商平臺跨境服務之非國民待遇（如網頁遮檔、平臺內之差別待遇） • 跨境電商商品之貿易規範（如原產地規定/自製率要求）
2.市場進入限制	• 包含關稅（如數位商品及小額包裹免稅待遇） • 服務提供、外人投資、貿易及銷售管道 • 其他歧視性待遇	• 包含關稅（跨境電商商品之小額包裹免稅待遇） • 服務提供、外人投資、貿易及銷售管道 • 其他歧視性待遇 • 商品生產者或交易雙方為中小企業身份之認定
3.數據／資料及個人隱私保護措施	• 限制資料／數據之跨境移動 • 各國隱私保護之規則落差	• 限制資料／數據之跨境移動 • 各國隱私保護之規則落差
4.消費者權益維護	• 跨境詐欺等問題之解決 • 個人隱私保護	• 跨境詐欺（如假貨）等問題之解決 • 個人隱私保護
5.智財權侵害	• 涉及數位著作權、數位商標權之侵害	• 涉及專利、商標權等之侵害
6.法律責任不明確	• 數位貿易參與者（特別是平臺／中介者）之法律責任不明（例如線上購物平臺責任）	• 跨境電商參與者（特別是平臺、物流、金流等中介者及供貨商）之法律責任不明（例如線上購物平臺責任）
7.內容審查	• 針對數位內容之事前審查	• 跨境電商商品之品質/標準規範
8.關務行政	• 不利於數位貿易之通關程序及其他措施	• 不利於跨境電商之通關程序及其他措施（如通關、保稅等規範）
9.環境建構不健全	• 網路基礎建設不足 • 網路自由與開放之限制 • 電子簽章效力不確定 • 欠缺無紙化貿易機制 • 網路安全問題	• 網路基礎建設不足 • 網路自由與開放之限制 • 電子簽章效力不確定 • 欠缺無紙化貿易機制 • 網路安全問題

資料來源：參考中華經濟研究院（2016年），《因應TPP數位經濟規範之臺灣策略研析》期末報告初稿，加以修訂。