

绿色发展背景下电子商务的发展策略

方世琼

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年4月12日; 录用日期: 2024年5月7日; 发布日期: 2024年8月2日

摘要

随着环境保护和可持续发展的重要性日益凸显,绿色发展成为了全球经济发展的趋势。在这样的背景下,电子商务作为一种新兴的商业模式,也面临着绿色发展的挑战和机遇。本文通过深入研究在绿色发展背景下的电子商务发展现状,并指出电子商务在响应绿色发展号召时存在的问题。提出了相应的发展策略,包括加强推动绿色物流发展、提倡绿色消费理念、积极进行技术创新,实行绿色计算、加强复合型人才培养力度和引进高质量人才等。通过这些策略的实施,电子商务企业可以在提高经济效益的同时,实现资源的有效利用和环境的可持续发展。

关键词

绿色发展, 电子商务, 发展策略, 绿色物流

The Development Strategy of E-Commerce under the Background of Green Development

Shiqiong Fang

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 12th, 2024; accepted: May 7th, 2024; published: Aug. 2nd, 2024

Abstract

With the increasing importance of environmental protection and sustainable development, green development has become the trend of global economic development. In this context, e-commerce, as a new business model, is also facing the challenges and opportunities of green development. This paper studies the development status of e-commerce under the background of green development, and points out the existing problems of e-commerce in response to the call for green development. The corresponding development strategies are put forward, including strengthening the development of green logistics, advocating the concept of green consumption, actively carrying

out technological innovation, implementing green computing, strengthening the cultivation of compound talents and introducing high-quality talents. Through the implementation of these strategies, e-commerce enterprises can not only improve economic benefits, but also realize the effective use of resources and the sustainable development of the environment.

Keywords

Green Development, E-Commerce, Development Strategy, Green Logistics

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

绿色发展是当今世界的重要趋势，也是我国实现可持续发展的必由之路。过去的粗放型经济发展模式所导致的环境质量极速下降让人们意识到不能忽视经济发展所带来的环境问题，必需要寻求一种更加环保、低碳和可持续的发展方式。党的十八大以来，国家十分重视绿色发展，并将绿色发展作为新发展理念之一，它强调了人与自然的和谐共生。绿色发展不仅仅是一种经济发展方式的转变，也是生活方式和价值理念的转变，如何让经济和环境协调发展是如今的重要问题。

在绿色发展的背景下，企业电子商务作为一种新型的商业模式，也在可持续发展的道路上发展自身。企业电子商务是利用信息技术，通过互联网等电子渠道，进行商业交易和服务的一种商业模式，它具有成本低、效率高、交易便捷等优势，已经成为现代企业发展的重要组成部分。电子商务行业目前正处于快速发展阶段，已成为全球范围内经济的重要组成部分，电子商务的发展为绿色发展提供了新的机遇。研究发现城市电子商务转型在节约能源和降低碳排放上起到了积极的作用[1][2]。国家首先试行了一部分电子商务示范城市，发现电子商务示范城市的建设能够通过促进产业结构升级、缓解劳动力和资本要素错配以及推动城市绿色技术创新三条作用路径降低城市碳排放水平[3]、促进经济增长[4]，实现城市的绿色高质量发展[5]。并且电子商务为我国产业基地在“互联网+”环境中高效配置资源，降低运营成本，提高竞争优势提供可行路径[6]。电子商务的发展是助力经济增长的重要因素，对经济的良好发展具有现实意义。

然而，如何在电子商务发展的过程中兼顾经济发展的同时促进经济绿色化，这需要对电子发展的发展现状进行分析，剖析其现阶段存在的问题并提出合理的发展策略，从而在绿色发展理念下推动电子商务的进步。

2. 电子商务的发展现状

2.1. 市场份额占比大

随着互联网普及率逐步提高，我国电子商务用户数量也不断攀升。截至 2019 年底，我国互联网用户规模达到 8.9 亿，其中电子商务用户规模达到 5.6 亿。随着经济的快速发展和电子商务普及程度的增加，不仅人们的购物模式也发生巨大转变，从传统的实体店购物扩展到了虚拟的网店购物，而且人们的消费规模也逐渐扩大，进而推动电子商务市场份额增加[7]。根据 2019 年的数据，电子商务的市场规模达到 9.9 万亿元，同比增长 21.3%，而在 2023 年，电子商务的市场规模达到了 13.0 万亿。

2.2. 商业模式日趋丰富

从电子商务发展初期开始,其商业模式不断演化,主要包括以下几种:(1) B2B 模式,企业对企业的电子商务模式,交易次数少,但交易金额大,主要用于企业间的采购与销售,有着密切的供应商-顾客关系。(2) B2C 模式,企业向消费者销售商品和服务时所使用的模式。此销售直接面向消费者,因此具有交易透明化的特点。(3) C2C 模式,消费者和消费者之间进行交易时使用的电子商务模式。其具有创意性和创新性,经营规模不再受限,每个人都能成为卖主,使得商品种类繁多、市场规模增大,但与此伴随着交易风险的增大。(4) O2O 模式,主要用于线上和线下的融合和互动,能够充分的利用互联网的优势,使得每笔交易都能够被跟踪,同时还能使用户能够随时查阅商家信息,通过在线咨询等和商家关于商品进行详细沟通。(5) C2B 模式,主要用于消费者向企业定制服务和产品,是以消费者的需求作为起点,在整个商业链条上形成倒逼式的传导。(6) 全程电子商务。全程电子商务能够有效解决传统 B2B 模式和企业进行信息化过程中出现的问题[8]。

每种商业模式的特点和性能各有不同,企业和消费者根据具体的不同业务和情况选择适宜的模式。

2.3. 发展环境日益完善

《中华人民共和国广告法》针对电子商务平台的广告宣传行为进行了规范,防止有诱导、欺骗消费者的广告宣传行为出现,保护了消费者的合法权益。自 2019 年开始实施的《中华人民共和国电子商务法》对电子支付、知识产权保护、消费者权益保护和个人信息保护等方面做出规定,同时强调了经营者的公开透明的义务,为电子商务的发展提供法律支持。对于消费者权益问题,进一步细分颁布了《中华人民共和国消费者权益保护法》,加强保护消费者的合法权益。《中华人民共和国网络购买商品远程交易管理办法》和《中华人民共和国电子商务行业诚信自律公约》对平台商品交易规则及责任、电子商务平台对商品质量方面的法律责任等做出进一步明晰。《国务院办公厅关于促进电子商务与快递物流协同发展的意见》中强调要降低物流成本,提升物流绩效。

随着信息全球化和经济全球化,跨境电商逐渐在电子商务获得十分重要的地位,且跨境电商试验区的设立对经济增长也有显著作用[9]。而电子商务的出口与传统的贸易存在很大差异,产生诸多问题。因此颁发《跨境支付相关政策》以解决跨境支付问题,对于品牌抢注等问题采用《知识产权保护法》进行维护,对进出口商品的质量问题出台《海关总署公告 2018 年第 194 号》进行明确要求,使跨境电商在合规框架下进行运营。

2.4. 应用领域不断扩大

随着电子商的发展,其应用领域在不断扩大,人们的便捷性也得到了显著提升。电子商务的应用领域十分广泛。其主要应用领域之一是在线零售,包括家居用品、服装、食品、电子产品等。另一个重要领域是在线旅游,销售酒店、景点门票、机票等。其新兴领域主要有在线教育、在线医疗和在线金融等。

3. 电子商务发展的现存问题

3.1. 电商物流的“绿色”水平不足

随着电子商务的快速发展,物流行业也迎来了发展的契机和变革的机遇,在物流行业发展的同时也为电子商务的进一步发展奠定坚实基础。在这相辅相成的关系当中物流逐渐暴露出一些问题:

根据国内碳排放管理平台“碳足迹”发布的《中国电子商务企业温室气体排放总量研究报告》,我国的电商企业在 2019 年的碳排放总量为 5326 万吨,占当年第三产业总排放量的 2.5%,其排放量相当于 100 亿棵树一年吸收的碳排放量。其中,物流是电子商务发展导致碳排放的主要环节[10],占比 29%,办

公和数据中心共计占比 49%，包装占比 18%。

首先，快递商品的过度包装。电子商务的购物方式虽然比传统的购物方式更加绿色，但是在产品的包装上却不够绿色。为保证产品的完好无损而一层又一层的对产品重复包装，部分企业为了节约成本而选用购买成本低、包装工艺简单的材料来完成包装工作。在消费者拿到快递之后对层层包裹的商品进行拆封时不仅不方便，并且在拆封之后对拆下来的包装随意丢弃，只有部分包装被回收利用。这样做导致资源在“源头”和“终点”都形成了浪费，未被回收利用的包装物也将形成白色污染从而破坏环境。

其次，物流规模化程度较低，物流的机械化程度和先进程度较低。当前各大物流公司的运输工具主要还是以中大型货车为代表的传统能源车。传统能源车的使用必定会消耗大量石油、天然气等，排放大量污染气体，对环境造成污染。

最后，运输路线缺乏精细化。电商产品自客户下单之后便开始从生产地或者存放的仓库送到当地物流配送中心，再经过一系列运输送到消费者收货城市的物流配送中，再由快递员进行定区派送，使得配送距离变远，能源消耗增加。

3.2. 平台数据中心低效率的碳排放

《“十四五”数字经济发展规划》指出要建立以“数据 + 算力 + 算法”为基础的通用技术底座。在互联网快速发展的同时，算力也得到了爆发式的增长，但是呈现粗放型的增长模式。在各种电商购物节来临之时，电商平台的数据中心的访问量激增，导致数据中心的计算也会达到峰值。但是在日常的非购物高峰日期，数据中心的大部分电力消耗却只是维持服务器的运转，使得日常的碳排放量也居高不下[11]，因而导致的大部分碳排放都是低效率的。

3.3. 绿色物流复合型人才的缺乏

当前，绿色现代物流领域面临着一个重要的问题，那就是缺乏具备跨学科背景和综合能力的复合型人才。同时能够掌握物流管理、信息化技术和环境科学等知识的复合型人才十分缺乏，而这正好成为已经成为制约绿色现代物流发展的主要因素之一。其中的突出表现主要在以下几个方面：首先，我国专业物流人才需求缺口大。随着物流产业的快速发展，对物流人才的需求也在不断增加。然而，目前我国物流人才的培养还不能满足市场需求，尤其是同时掌握物流管理、信息化技术与环境科学等知识的复合型人才更是稀缺。其次，现阶段从事物流管理等工作的人员大多都是没有经过专业的学习和培训，从业人员的总体素质还有待提高。这些人员虽然在实践中积累了一定的经验，但由于缺乏系统的专业知识和技能，难以适应绿色现代物流发展的需要。最后，物流等类专业教育滞后。目前，我国物流等专业教育还存在一些问题，如课程设置不合理、教学内容陈旧、实践环节缺乏[12]、师资水平和行业的发展逐渐脱轨[13]等。这些问题导致学生缺乏实际操作能力和创新能力，难以满足市场需求。

3.4. 消费者过度购买导致的资源浪费

在过去，人们购买商品需要前往实体店，例如超市、专卖店、大中型商场等等。在进行购买时会多番思考此种商品是不是自己所必需的、其性能是不是能够满足自己的需求、商品的质量问题是否能够得到保证。并且在进行支付时采取现金的形式，会让消费者在心里再次思考是否确定要购买，使得消费者最后购买的东西被闲置在家的几率较小。

随着科技的发展，出现电子商务的购买方式，人们足不出户就可在手机上云购物，支付方式不再拘泥于现金一种形式，微信支付、支付宝扫码、POS 机刷卡支付、信用卡支付等让人们逐渐觉得人民币只是一串数字，选好自己的款式、颜色等一键点击支付就可送货上门。但这样消费所形成的后果就是

购买商品只是“一时冲动”，买来的商品使用几次就被闲置在旁，直到最后没有多余的地方堆放而被丢弃，形成资源浪费。

4. 电子商务的发展策略

4.1. 推动绿色物流发展

针对过度包装的问题。从自身来说，相关部门应严格把控产品的包装，尽量选择绿色环保的可降解的材料。在对订单产品进行运输前就要根据商品自身尺寸和运输中需要注意的事项设计包装箱或包装袋的尺寸，并且应该积极响应国家号召，采用环保的可降解的包装袋和可循环利用纸箱，减少因包装所带来的碳排放量的增加以及白色污染程度的加剧。从消费者角度来说，由于有部分消费者在快递点拿到快递时会选择直接拆掉繁琐的外包装再直接将所购买产品拿回家。因此，可以对消费者实行激励措施：按照尺寸分类，对快递站从消费者手中回收一个完整的包装奖励相应的现金金额，亦或是每次回收快递包装后会有相应的加分记录，在消费者需要寄快递的时候可对应减免已记录分数所对应的金额，从终端增加回收利用率，降低污染。

关于运输工具的问题。以一台一百公里油耗为 7 升的燃油车为例，若一年行驶 2 万公里，92 号汽油需要消耗 1.26 万左右，95 号汽油则需要 1.4 万左右，而使用电车的话分使用私人充电桩还是公共充电桩，但总体在 1200 元~5600 元，成本相差数倍。物流运输是一个高耗能环节，若用新能源汽车取代传统油耗汽车，则在物流环节就能降低大幅企业经营成本，并且其对环境产生的正外部性所带来的社会效益也不可估量，符合国家绿色发展的新理念。

有关运输路线精细化问题。为了在物流运输方面实现绿色绩效提升，企业需要进一步完善和升级其电子商务系统，提升物流运转的效率和信息的精确度，从而降低在物流过程中的能源的损耗程度，进而降低成本，提高绿色物流水平，实现企业竞争力的提升和降低对环境的影响程度。

4.2. 积极进行技术创新，实行绿色计算

要想助力绿色发展，绿色科技的创新必不可少，但是相关企业面临着巨大的现实难题：巨额的成本和高风险系数、短期市场回报率较低和企业的创新能力不足问题。针对这些困难，第一，政府可以对研发费用进行扶持，鼓励企业进行技术升级和创新；第二，对于实现技术绿色升级的企业，政府可提供税收优惠，鼓励企业进行绿色技术升级；第三，对企业实行技术升级和创新提供贷款贴息亦或是免息，降低因技术创新所带来的融资成本。

2021 年发布的《“十四五”信息通信行业发展规划》中提到要构建共享、绿色智能的数据和算力设施。进行绿色计算的要点之一是形成“节约式计算”，进行算力的宏观调度，形成资源节约。另一要点是进行绿色计算的技术创新，第一，利用太阳能、风能等可再生能源为数据中心的计算机系统提供电力支持，减少能源的消耗；第二，实行技术升级，加大边缘计算力度，降低数据传输的延迟和宽带消耗率，提高资源利用效率。

在对电商数据中心进行技术升级而降低资源消耗的同时要兼顾其“忙时”和“闲时”的算力运行情况。实行技术升级，将数据传输宽度可“灵活调节”，“忙时”能有条不紊应对数据涌入，而在日常基本只需维持服务器运转时能主动关闭部分通道，实现资源节约，降低碳排放强度。

4.3. 加强复合型人才培养力度和引进高质量人才

加强教育培训和国际交流合作。各大高校和职业培训机构可以增加绿色物流相关课程和专业，培养更多同时掌握物流管理、信息化技术与环境科学等知识的复合型人才。此外，也可以通过加强国际交流

合作,学习国外先进的绿色物流技术和管理经验等,从而促进国内物流的绿色发展。

建立人才引进机制。吸引人才的关键之一是提供具有竞争力的薪酬和福利待遇。政府和企业可以制定相关政策,政府实行人才引进补贴,企业可以根据市场情况和自身实力,制定合理且吸引力十足的薪酬政策和提供完善的社会保险、住房补贴、带薪休假等福利待遇。同时制定长期的人才引进计划和战略,加强对人才的跟踪和管理,为人才提供良好的发展空间和职业前景,以吸引海外绿色物流人才回国发展。

4.4. 提倡绿色消费理念

政府和企业做好有关绿色消费理念的宣传工作。通过在学校、社区等地方以及新媒体等渠道加大力度宣传绿色消费理念的益处,提高公众的环保意识,使公众自发形成节约资源的好习惯。积极倡导消费者要合理安排支出,理性地购买商品和服务,切勿盲目消费,并鼓励循环利用,减少资源的浪费和垃圾的产生,提高公众的节俭意识和保护环境与节约资源的责任感。同时,对于已经购买了的闲置物品,可以进行集中交换或者捐赠,使其“变废为宝”,实现闲置物品的再次利用,形成资源的节约。

5. 结论与展望

在全球气候逐渐变化和环境问题日益严重的情况下,绿色发展成为了各国政府和企业关注的重心。在绿色发展背景下,电子商务面临着巨大的机遇和挑战。电子商务企业为了积极响应绿色发展的号召和提升自身的竞争力,应采取相应的发展策略:推动绿色物流发展、提倡绿色消费理念、积极进行技术创新,实行绿色计算、实行政府补贴,助力技术升级、加强复合型人才培养力度和引进高质量人才等。企业通过实行这些措施以实现经济效益和环境效益的双赢,实现经济和环境的协调发展,构建美好的未来。

参考文献

- [1] 肖凡,王紫薇.电子商务发展对绿色 GDP 的赋能效应分析[J].商业经济研究,2023(20): 189-192.
- [2] 徐毅,姜长运.城市的电商化转型能否推动低碳发展——基于国家电子商务示范城市的经验证据[J].调研世界,2023(10): 31-44.
- [3] 别奥,杨上广,束云霞.城市电商化转型能否促进碳减排?——来自国家电子商务示范城市试点的经验证据[J].产业经济研究,2023(4): 1-14.
- [4] 石以涛.国家电子商务示范城市的设立与经济发展——一个准自然实验研究[J].企业经济,2022,41(4): 141-152.
- [5] 刘乃全,邓敏,曹希广.城市的电商化转型推动了绿色高质量发展吗?——基于国家电子商务示范城市建设的准自然实验[J].财经研究,2021,47(4): 49-63.
- [6] 张敬,魏旭光,康凯.“互联网+”下产业基地的电子商务与物流配送整合[J].商业经济研究,2016(9): 68-69.
- [7] 郭婷婷,王辉.消费升级与电子商务规模关系的实证分析——基于泰尔熵方法[J].商业经济研究,2019(15): 50-52.
- [8] 高寒,李长银,赵婧.B2B 电子商务的未来趋势——全程电子商务模式研究[J].现代管理科学,2017(5): 85-87.
- [9] 赵慧,葛春瑞,马婷.电子商务环境与经济增长——基于设立跨境电商综合试验区的准自然实验[J].甘肃行政学院学报,2021(5): 114-124, 128.
- [10] 李璇.我国电子商务绿色发展绩效评价及影响因素分析[J].商业经济研究,2021(13): 83-86.
- [11] 赵平,李恺怀,王玉华.电子商务助力绿色经济发展的策略[J].学术交流,2023(3): 130-141.
- [12] 彭敏,庞梓新.基于农业发展的职业院校电子商务物流人才培养建议——以“2023 全国农商互联暨乡村振兴产销对接大会”为例[J].核农学报,2024,38(3): 613-614.
- [13] 张毅.电子商务人才培养问题与路径创新[J].商业经济研究,2023(20): 124-127.