

Distr.  
GENERAL

CES/SEM.52/5  
29 September 2003  
CHINESE  
Original: ENGLISH

统计委员会和联合国欧洲经济委员会  
(欧洲经委会)

欧洲统计员会议

欧洲经委会/贸发会议/教科文组织/  
电联/经合组织/欧盟统计局关于监测  
信息社会：数据、计量和方法的联合  
统计研讨会

(2003 年 12 月 8 日至 9 日，日内瓦)

联合国贸易和发展会议(贸发会议)

教科文组织统计所(统计所)

国际电信联盟(电联)

经济合作与发展组织(经合组织)

欧洲共同体统计局(欧盟统计局)

## 电子商务的计量与分析

### 主题论文

由加拿大统计局的蒂姆·戴维斯先生提交

### 一、导 言

1. 在很短的时间内，电子商务就成了商务和经济头条新闻中的一个热点。由于电子商务具有迅速改变现行经济和社会结构和安排的潜力，它在过去几年中成为决策者和工商界关注的一个焦点就不足为奇了。

2. 电子商务对于不同的人意味着许多不同的东西。自从问世以来，电子商务的定义就引起了广泛的争论。对一部分人来说，电子商务不过是使用计算机从事商务活动，而对其他人来说，它的定义包含通过计算机媒介进行更广泛的商务活动。在许多情况下，电子商务的定义和计量着眼于市场目的，而不是严格的分析和制定政策目的或其他实际计量目的。

3. 电子商务代表的不仅是一种技术——它是一种围绕采用信通技术而构建的无处不在的现象，它有可能影响到产品和服务价值链的各个方面。与电子商务有关的问题为商业界和决策者提出了诸多挑战，因为制定应对方案需要有新的框架。

4. 电子商务的定义之争以及其渗透性和广度必然要求有更精确的定义。幸运的是，国际统计界作出了回应，见下文“国际方面”和“电子商务要素”两节。

## 二、加拿大的情况

5. 加拿大一则幸运，再则有周密的规划，较早地开始了电子商务的计量工作，从一开始这项工作就体现了统计部门和决策部门的合作成果。

6. 1998年，加拿大政府制定了一项加拿大人联网规划。这一广泛的规划包含下列政策和活动：为工商界、家庭、社区和公共部门机构均能上互联网提供便利，以便支持由公共和私营部门在线提供商品和服务。

7. 加拿大政府的电子商务战略包含为提供一种有助于通过互联网从事商业交易的环境创造某些“体制条件”。这些“体制条件”包括建立技术中性税收，制定关于密码技术和公开密钥体系的政策，制定保护消费者指南，并对保护个人资料立法。

8. 虽然这些行动是积极和有益的，但加拿大统计局和决策者都认识到需要确定有关量度，以对加拿大人联网方面的进展加以监测并对工商界和个人的影响作出评估。他们共同建议政府设立专项“基金”（采取年度预算拨款方式），用以制订一项计量方案，澄清联邦各部直接感兴趣并涉及现行政策的各种问题。同时确保优先任务的排定并非简单地出于令人感兴趣的统计问题，而是出于政策需要。因此，建议由一个部委间的小组找出数据“空白”，但加拿大首席统计师对任何项目均有否决权。

9. 政府批准设立这一“基金”，通过这项行动出资的一个项目是制定一项关于联网情况的社会经济指标年度方案，电子商务是其中的一部分。它导致政策部门与统计部门结成了合作伙伴关系，它是电子商务方案成功的一个关键条件，它保证了新产生的数据集将用于支持政策分析，加拿大人联网计划还订立了宏大的目标，进一步强调了统一计量的必要。以下介绍了由此产生的数据和分析方案。

10. 在加拿大政府着眼于联网和电子商务计量方案的同时，国际社会也越来越关注这个问题，其中经合发组织发挥了重要的主导作用。加拿大从这一国际论坛上获益匪浅，同时通过加拿大统计工作者和决策者参加国际间建立共识进程而发挥积极的作用。

### 三、国际方面

11. 1998 年，经合发组织电子商务问题部长级会议在渥太华举行，它找出了在可比官方统计数字方面的许多空白。经合发组织信息社会指标工作组授权制定与政策有关而且可行的电子商务初步定义，同时制定使用指南。该工作组最初于 2000 年拟出了电子商务的定义，随后对它们稍作修改并补充了应用指南以及使用信通技术和电子商务的典型调查。经合发组织公布了定义、指南和典型调查的若干种模型。仍在就其他典型调查的组成部分开展工作。

12. 自 1998 年以来，经合发组织的工作极大地推动了对电子商务的了解。不仅是关于概念和定义以及实际普查应用的工作有助于成员国和非成员国在电子商务方面的计量。而且经合发组织的分析性文件也为实地工作作出了贡献。

13. 除了加拿大的措施外，许多经合发组织国家目前都在开展关于电子商务和家庭互联网使用情况调查。其国际可比性提高了这类调查的价值。

14. 在国际方面，特别重要的是需要衡量电子商务对发展中国家的影响。许多发展中国家迫切希望建立和拥有信通技术能力，以便从显而易见的增长和发展收益中获益。现已证明，建立电子商务的基础设施将有助于工商界提高竞争力，并为企业和个人通过经济增长减少贫困和改进社会经济福利提供手段。然而，目前，这些国家缺乏企业或家庭电子商务活动方面的数据。认定电子商务活动及其影响在发展中国家和在发达国家相同是一种误导。因此，仅照搬发达经济体的经验为发展中国家制定电子商务政策实为不妥。完全有必要在发展中国家实施电子商务计量方案，因为它有助于以最有力的方式引导政策，这些活动应当在制定政策之前而不是制定政策之后开始。

## 四、电子商务要素

15. 尽管无数其他电子商务研究经常提及,但重复一下电子商务计量的一些重要基本方面仍是有益的。

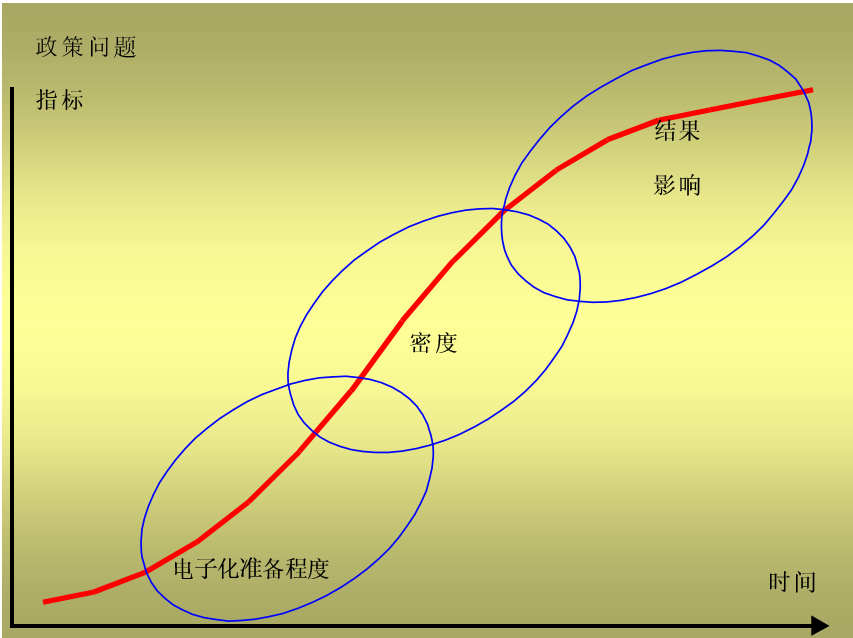
### 计量框架

16. 首先,一个国家的电子商务计量必须反映该国经济活动发展的状况。1999年,加拿大的一个部门(加拿大工业部)发明了一种简单而实用的图解,将一国的信通技术准备状态、密度和影响与不断变化的信息要求加以关联。这一 S 曲线(图 1)同样适用于具体的信通技术活动,例如电子商务。该图表解释了与信通技术有关(或与电子商务有关)的活动的演变,产生了不同的信息需要。它已被许多国家采用作为发展统计工作的一种框架。

17. 在第一阶段,衡量与公众、企业和信通技术基础设施有关的电子化准备程度很有意义,也很实用。随着电子商务活动的建立,衡量使用的范围或密度即是可取的。那些已牢固建立起电子商务的国家,则应当将注意力转向衡量影响。

18. 该框架的一个要点是,某些数据程序尽管在初级阶段十分关键,但并非总是需要。互联网或电子商务最终将普及,因此继续衡量将不再具有政策相关性。而目前,即使对于极为发达的经济而言,它仍然是一个重要的核心指标。

图 1. 电子市场的成熟状态：S 曲线



来源：加拿大工业部(1999 年)

定 义

19. 在很短的时间内，面向经济的电子活动的广泛发展造成大量不同的术语被交替使用。例如电子商务、电子经营、电子服务、电子数据交换(EDI)甚至网络和互联网等词都用于同类活动。厘定明确的电子商务定义，尤其是便于为国家间计量目的使用的电子商务定义，的确是一种重大挑战。

20. 电子商务定义的基础建筑在“电子”和“商务”两词之上。然而，电子商务若要囊括这两个词涵盖的所有内容，不免过于宽泛，而且计量起来更加困难。专家们很快就着眼于通过计算机媒介渠道进行的显示性交易，而非商务或商务活动这一广泛概念。电子经营活动这一宽泛概念(覆盖电子经营活动的广泛范围，以下作了概述)是商务界和决策者们相当感兴趣的，但需要有更精确的聚焦点才能使电子商务定义和计量工作产生进展。一项交易是有别于五花八门的其他商务活动的一种确定和可计量的事务。

21. 2000 年，经合发组织成员认可了成员国经过大量工作和透彻讨论而得出的电子商务的定义。概念的形成是基于各国需要便于实施的可行方案，而回应者能够对提出的问题作出答复。加拿大与许多其他国家一道积极参加了导致形成最终定义的讨论。为了更好地理解加拿大的需要和答复者的现实情况，加拿大对电子商务的可能定义作出了研究，在若干关键部门开展了试验性访谈。

22. 经合发组织工作的结果产生了电子商务交易的两种嵌套定义，一种是狭义的，一种是广义的。以下作了介绍，同时配有经合发组织对这两种定义的解释指南。

23. 经合发组织定义的一个基本出发点是货物的下单(或接单)方法决定交易是否属于“电子商务”。电子商务交易的付款和任何所购商品或服务的交货可在线或离线进行。

电子商务交易	经合发组织的定义	定义解释指南 (指标工作组的建议，2001 年 4 月)
广义定义	电子交易是指工商企业、家庭、个人、政府或其他公共或私营组织之间经由 <b>计算机为媒介的网络</b> 所从事的商品或服务的销售或采购。商品和服务是通过上述网络定货，但付款和商品或服务的最终交付可在线或离线进行。	<b>包括：</b> 由自动交易使用的任何在线应用程序，例如互联网应用软件、电子数据交换、法式传输终端机或交互式电话系统所收到或下达的订单。
狭义定义	<b>互联网交易</b> 是指工商企业、家庭、个人、政府或其他私人组织之间经由 <b>互联网</b> 进行的商品或服务的销售或采购。商品和服务经由上述网络定货，但支付和货物或服务的最终交付可在线或离线进行。	<b>包括：</b> 自动交易使用的互联网应用程序，例如网页或可在互联网上操作的其他应用程序，例如互联网上的电子数据交换、互联网法式终端机，或任何其他能上网使用的应用程序，而不论上网方式如何(例如借助手机或电视机等)。 <b>不包括：</b> 由电话、传真机或交谈式电子邮件接收或下达的订单。

24. 对经合发组织鼓励在国家普查方案中采用上述定义的号召，成员国作出了积极的响应，因而从一开始即推动了国际可比性。<sup>1</sup> 这比任何在数据方案牢牢确立

之后再开展协调工作要容易得多。随着各国家在采用中不断积累经验，定义和指南无疑将继续得到发展。

### 经合发组织的样板调查表

25. 经合发组织除了带头就电子商务定义开展国际合作之外，其信息社会指标工作组(WPIIS)积极从事了样板调查表的制订，以指导各国为信通技术有关的活动开发恰当的计量工具。起初，工作的着眼点放在电子商务上，反映出成员国的优先考虑和兴趣。样板调查表是模块式的，国家可选择与其电子商务发展状况有关的问题，为企业和家庭制定了样板调查表。正在为政府使用的信通技术和电子商务更广的方面的计量开发更多的模型。

26. 样板调查表是指导性的，不是僵硬的命令，因为人们认识到不同的环境要求对问题有不同的措词和解释。经合发组织指标工作组的“信息社会的计量和分析”框架文件(2003)对已经完成和正在进行的样板调查表作了充分的说明。

### 电子经营进程

27. 虽然国际关于概念、定义和样板调查表的大部分工作侧重于电子商务，但人们承认电子商务只不过是范围更加广阔的电子经营进程的一个方面。如同电子商务一样，其他电子经营进程也正在对经济和社会产生深刻的改造影响。从产品设计到售后服务，它们正在影响企业以及整个供应链和客户链的结构。

28. 最初的计量工作着眼于电子商务，部分原因在于当下的政策需要。如要在开发计量方面取得任何进展，必须将电子经营的抽象层面剥离出去。目前，鉴于电子商务概念和计量方面的进展，注意力正在转向电子经营过程的其他内容。这些对计量专家们提出了更具实质性的挑战。电子经营过程比按照电子商务计量离散“交易”更为困难。此外，不仅有待计量的内容清单很长，而且确实需要避免给回答问题者带来过重的负担。

29. 电子经营过程发生于任何以计算机为媒介的网络中，而不只是互联网中。这类过程运作于公司内部和公司之间，而且有必要分清是公司内部还是公司之间的过程，以便了解公司界限和关系的变化性质。

30. 已经确定了各国可能感兴趣的一些电子经营过程(经合发组织 2003 年)并已勾勒出部分定义:

- 赢得和留住顾客;
- 电子商务;
- 财务、预算和账目管理;
- 人力资源管理;
- 产品设计和开发;
- 履行订货合同和订货跟踪;
- 物流(进与出)和存货控制;
- 产品服务和支持。

31. 有关电子商务的定义和计量的工作将成为一个范式,表明这一庞大的潜在信息要求清单取得的进展。

#### 加拿大的数据方案

32. 虽然电子商务计量的侧重点放在互联网交易或通过计算机媒介网络的电子交易上,但更广泛且最基本的计量框架需要有关于基础设施、准备状态、密度和影响等方面的资料,以便充分揭示电子商务政策分析和规划的效果。另外,电子经营超出了在互联网上销售商品和服务这一范围,进而包括如使用互联网与供应商和顾客联络,做出营销,开发产品和提供售后服务和支持。同样,关于互联网电子商务交易的单纯数据无法计量电子商务对企业和消费者的全部影响。关于使用互联网促进商业交易的数据,例如研究和浏览产品等也很重要。

33. 加拿大的统计方案含有许多这类有助于了解电子商务的额外计量方法。虽然本文的着眼点在于计量电子商务交易的具体数据方案方面,但对涉及基础设施和使用更重要方面的其他方案也作了概述。

34. 加拿大统计局做家庭互联网使用情况的计量和分析已有数年,而且对某些信通技术的商业应用也做了一定时间的研读,但在一开始,只是将它们视为范围更广的先进技术的一部分,而且主要集中于制造部门。



35. 现行正规电子商务计量方案实际始于 1999 年，它是上述“联网”项目的社会经济指标的结果。该项目的目标是通过以下方式加深对于以电子方式从事的经济活动的了解：

- 改进关于企业、家庭和公共部门产生和使用信通技术的数据；
- 开发管理数据的新用途和新式调查方法以及改进原方法；
- 分析并传播调查结果。

36. 在联网方案的构架下确立或重新设计了某些统计活动。此外，某些原有的数据收集活动，尽管不属于联网项目的一部分，但也探讨了能否为电子商务计量作出贡献。<sup>2</sup> 到目前为止，加拿大统计局出于方法和回复负担方面的考虑，基本没有以行业调查方式作电子商务计量。

37. 加拿大统计局的活动分为两个大类：基础设施数据(它侧重于具体的核心信息和通信技术行业)；电子商务应用数据(它包含全部经济活动)。除了数据收集方面的措施外，方案的第三个内容，即协调和分析，确保了持续的相关性。这一活动包含各种投入、分析性文件和文章的综合归纳和传播以及研究新的统计工作领域。分析责任由政府政策部门伙伴分担，主要有加拿大工业部，它有助于确保目前的统计方案有的放矢。以下对数据收集活动作了概述。

### 核心基础设施数据

#### 电信和闭路通信调查

38. 对长期开展的电信普查进行了现代化改革并将之扩大到加拿大电子商务准备程度等许多关键问题上。普查对互联网的主干特征加以计量，其中包括互联网潜在的上网能力和上网速度。通过这类手段也对互联网的无线使用趋势作了跟踪。也改变了闭路通信和其他程序分配普查以反映新的技术和政策取向。对互联网高速上网和数字电视渗透率的计量有助于监测政府关于普遍实现互联网宽带上网目标的进展情况。

### 软件开发、计算机服务、互联网服务供应商、门户和有关服务情况普查

39. 重新设计了现有的普查并增加了新的普查,以便对电子商务的准备状况和密度作出计量。目前一方面需要了解这类行业对电子商务的扶持和促进作用,同时还要抓住机会了解电子商务在计算机服务业常规购销活动中发挥的作用。换句话说,该行业被视为如同任何其他制造服务业一样,要了解其产出有多少是通过电子商务销售的,其投入开支有多大部分是通过电子商务过户的。

40. 软件开发和计算机服务普查提供了关于该行业内企业的电子销售和采购信息。这使得能够对行业总体数据与全面经济普查所得数据加以比较。互联网服务供应商普查收集关于所提供的电子商务产品、企业和个人订户分布和上网能力等方面的信息,其中包括窄带和宽带。

### 电子商务应用数据

#### 电子商务和技术调查

41. 自 1999 年以来,加拿大统计局即开展了计量企业使用信通技术情况的定期普查,其中包括存在的网站、计算机和互联网的使用以及互联网的商务利用。

42. 第一次普查注重几乎囊括所有公共和私营部门企业的信通技术和电子商务的使用。一开始,设计了一份包含各种信通技术和电子商务(销售和采购)使用的极为详细的调查表。在此之前,没有关于加拿大企业使用信通技术情况的综合测算。很明显,填补这一空白是计量电子商务的先决条件。普查是由机构一级管理的,目的是使用恰当的方法并由企业一级作出计算。机构并非组织中收集所需信息(即互联网销售情况)的恰当层次。

43. 这一普查提供了关于加拿大工商业和公营企业使用计算机、电子邮件和互联网的重要基准计量法。它掌握了公共和私营部门发展网站和从事电子商务的程度,包括销售值计量。也找出了推行电子商务的某些障碍。

44. 随后对普查作了重新设计,并每年由企业一级负责进行。减少了内容,对问题做了限制,使得企业中的一个人就能回答。例如,在跟踪互联网的销售情况时,它排除了通常在一个企业内已经分散了的采购价值。然而,新的普查产生了内容更

丰富的电子商务数据集。对面向家庭的销售(企业对客户, B2C)和对面向企业的销售(企业对企业, B2B)作了区分, 对出口销售额也作了计量。

45. 电子商务和技术普查使用了经合发组织关于互联网交易的定义。电子商务被定义为经互联网的销售而无论是否在线支付。其中包括经由互联网收到的订单的价值。使用专用付费网电子数据交换进行的销售和由自动出纳机作出的过户没有列入在内。经互联网交易的金融工具价值例如贷款和证券被认为不属于电子商务销售额, 但通过互联网进行这类交易所收的服务费被列入在内。

### 家庭互联网使用普查

46. 这项普查最初是 1997 年进行的, 按所在地计量互联网的使用, 它按家庭特征(收入、家庭类型、地理位置和户主的特征)加以分类。这项普查是对 LFS 抽查(对 40,000 个以上家庭的抽样调查)的补充。

47. 1999 年, 对家庭互联网使用普查作了重新设计, 在与加拿大工业部密切协商下加入了一个电子商务模型。除了家庭的联网情况外, 还对经互联网作出的不论以何种方式支付的采购(无论支付方式如何), 通过互联网支付的采购, 采购的内容以及其发生地是在加拿大还是其他的地方等支出作了开支测算。以家庭为抽样单位, 对家中的一个指定成员作了采访, 了解其家庭全部成员作出的在线订购。

48. 家庭从事电子商务活动是连续性的。个人在互联网上实际下单之前通常要经过几个阶段: 他/她必须使用计算机, 成为互联网用户, 浏览互联网上提供的商品和服务, 以电子方式采购甚至付款。所有这些阶段都由加拿大统计局家庭互联网使用普查作出计量。

### 一般社会普查

49. 2000 年的一般社会普查(第 14 个周期)首次专门针对加拿大个人获得和使用信通技术的情况。它调查了 25,000 名 15 岁和 15 岁以上的人, 计量他们使用信通技术的性质和程度, 其着眼点放在互联网的使用及其影响上。普查内容包含有关上网和使用地点的问题, 其中包括家中、工作场所、学校和其他地方。普查还收集了关于培训、工作单位的技术影响、儿童使用互联网情况、电子邮件以及通信工具、安全和隐私问题、时间的支配、自愿程度和民间参与等补充信息。对包括收入、教

育和语言在内的社会—人口变量也作了计量。这次普查产生了一套有助于进行透彻分析的内容丰富的数据集。

### 漏洞和突出的问题

50. 虽然加拿大制定了一套稳妥的电子商务计量方案,但仍存在各种漏洞和挑战。许多这类挑战来自方法方面,并反映出我们所计量的条件尚处于极为幼稚的状态。随着对电子商务状态和影响的更多的了解,我们将会更想对这一现象的其他方面和不同方面作出计量。

51. 我们也面临非方法方面的挑战。其中一个重要挑战就是目前电子商务统计方案的供资问题。对公共部门乃至具体到统计机构的预算压力意味着资金方面的竞争始终存在,即便是成功的数据方案也可能受到威胁。

52. 另一个挑战是面对民意测验和代表其他利益集团的专有信息发布,官方电子商务统计需要提高信誉。对电子商务的热情如此之高,甚至气氛过热,以致许多不拘细节的旁观者感到难以接受客观的官方统计数据所描述的现实。

53. 及时性对于电子商务数据方案是另一个重要的挑战。虽然加拿大统计局及时产出的数据记录与其他传统数据记录相比要好得多,<sup>3</sup>但电子商务世界的迅捷变化速度使许多参与者对及时性提出了更高的要求。

54. 电子商务活动的全球性质更提出了特殊的挑战。跨国企业可能从事重要的电子商务活动,但如果它不属于加拿大的企业范围就会被漏掉。同样,通过外国网站从事电子商务活动的加拿大家庭可能不愿意作出充分报告,尤其是如果电子采购还伴随电子供货的话。

55. 目前使用陈旧的统计办法(普查)计量电子商务造成回答问题的负担和明显的相互矛盾之处——至少对一部分人来说如此——也是一个突出的问题。有一种看法有待证实,即以电子方式通过互联网收集数据要比传统的普查方式给答复者带来的负担要小。虽然方法、隐私和其他复杂问题迟滞了向在线收集数据过渡的步伐,但需要继续在这方面取得进展,尤其是在电子商务领域。此外,想要回避直接收集任何数据,例如通过自动监测企业网上存在的状况,是另一个突出的挑战。

56. 就电子商务和技术普查而言,整个经济范围的数据收集是成功的,信息含量也很大,但有些部门要求有更详细的行业和地理分布数据。

57. 家庭互联网使用普查有一些固有的限制。收集的只是家庭而非个人的数据。虽然家庭有某些特征(地点、家庭收入、互联网连接类型),但不可能按诸如年龄、性别、职业或教育等个人特征对互联网使用情况数据加以分类。最后,虽然互联网消费者研究或浏览商品被上述普查确定为是一种活动,但尚无法根据采购价值量化这类活动的影响。

#### 何去何从?(加拿大统计局的未来计划)

58. 到目前为止,我们感到该方案是成功的,但即使是成功的方案,也会有人质疑其继续存在理由。因此,“未来计划”的一个重要方面就是保持已经存在的极有说服力的方案。换句话说,我们的优先任务是确保核心普查,例如电子商务和技术普查和家庭互联网使用情况普查继续产生核心指标。很有可能将补充额外特别内容以扩大创新范围。

59. 为了与国际间的兴趣相一致,我们将在电子商务之外进一步扩大数据收集范围,以计量电子经营的更多方面。在一定程度上,这并非是全新的,因为电子经营的某些要素已由加拿大统计局在将电子商务定为优先项目之前就计量过了。我们将与经合发组织和其他方面一道扩大现有调查表的内容,并重新审查加拿大统计局已使用了一些时间的信通技术使用情况的某些计量方法。

60. 另一个令人感兴趣的潜在领域是对商品和服务的电子递送做出计量,而不论最初交易是通过电子商务还是常规(“老的”)销售渠道进行的。

61. 随着电子商务渗透度的加大和计量能力的成熟,决策者日趋对计量影响感兴趣。这进而表明需要更加重视分析方案。我们将探索在电子商务和技术普查与其他生产普查之间使用微数据联接的可能。这项工作是回答公司和行业与业绩有关的问题必不可少的,而隐私和保密问题必然意味着对任何做法均需采取谨慎态度并且需要严格的审查。

62. 最后,我们将继续同国际伙伴一道改进和扩大对了解和发展电子商务至关重要的指标。

## 五、结 论

63. 有许多政策问题，无论是一般性的还是具体的，均与电子商务有关。它影响到贸易政策并在销蚀传统的边界、技术政策、规章制度改革和社会政策的同时对国家管理体制和竞争政策的差异构成挑战。它对于生产力和增长以及人力资源开发，特别是不断提高技能的需要具有明显的影响。其他政策问题涉及财政制度和税收管辖问题。实际上没有一个领域不受其潜在影响，因而对理解电子商务对商务世界和整个社会的影响提出了空前的挑战。

64. 电子商务和广义上的信通技术的影响不仅仅限于商业和民众。政府本身和具体说来国家统计局将会被改造。不仅需要大量新的计量方法，而且会出现越来越多的压力要求使计量电子商务的使用频度、及时性和方法与我们所计量的因技术而改观的世界相适应。

65. 加拿大统计局已拟订了一项计量电子商务和相关的家庭、工商界和公共部门扶持技术的年度计划。汇集这类统计数据的框架是在政策部门和经合发组织的密切协作下制订的。将会继续努力改进数据和扩大涵盖面。加拿大统计局将一如既往，确保与政策分析人员的持续合作将推动我们为政策辩论作出贡献，我们将继续与经合发组织和其他国际机构一道，确保以有序方式开发可比数据的构架、定义、产出和指标。

## 注

<sup>1</sup>. 除加拿大外，应用这些定义的其他国家包括澳大利亚、美国、日本、斯堪的纳维亚国家和欧洲统计局在其成员国中所收集的数据。

<sup>2</sup>. 这些包括针对行业的调查，例如年度零售和批发贸易调查，非商店零售调查、年度制造商调查和收受押金中间商调查。

<sup>3</sup>. 电子商务和技术普查是在参照期约 3 个月之后发布的，而家庭互联网使用情况调查是在 9 个月内发布的。

## 参考文献

Bakker, Cathy (2000). Information and Communications Technologies and Electronic Commerce in Canadian Industry, Catalogue 88F0006XIB No. 4, Ottawa : Statistics Canada.

Ellison, J. , Earl L. , and Ogg, S. (2001). "Internet Shopping in Canada, " Connectedness Series. Catalogue 56F0004MPE, No. 3, Ottawa : Statistics Canada.

OECD (2000) , "Defining and Measuring Electronic Commerce : A Provisional Framework and Follow-up Strategy." Paris.

OECD (2003) , "A Framework Document for Information Society Measurements and Analysis." DSTI/ICCP/IIS/(2003)9, Paris.

Peterson, G. (2001). "Electronic Commerce and Technology Use." Connectedness Series. Catalogue 56F0004MPE, No. 5, Ottawa : Statistics Canada.

-- -- -- -- --