

# 电子商务发展对政府财政收入的影响研究

向 欣

浙江理工大学经济管理学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年11月3日; 录用日期: 2025年11月19日; 发布日期: 2025年12月17日

---

## 摘要

为系统评估电子商务发展对政府财政收入的影响, 本文梳理电子商务、财政收入概况和相关政策背景, 并从积极影响与潜在风险双维度剖析其影响机制。分析发现, 电子商务通过扩大税基、促进就业、带动关联产业及拉动消费等路径, 显著增加了增值税、企业所得税等税收收入, 成为财政增收重要动力; 但同时也对传统税基造成冲击, 并引发纳税主体、地点及数额确认困难等征管挑战。因此, 本文建议应通过支持传统商业数字化转型、规范纳税要素确认、完善税收监管框架及加强部门协同等措施, 构建适应数字经济的财政治体系, 以实现财政收入可持续增长与经济高质量发展。

---

## 关键词

电子商务, 财政收入, 税收征管

---

# Research on the Impact of E-Commerce Development on Government Fiscal Revenue

Xin Xiang

School of Economics and Management, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: November 3, 2025; accepted: November 19, 2025; published: December 17, 2025

---

## Abstract

To systematically evaluate the impact of e-commerce development on government fiscal revenue, this article summarizes the overview of e-commerce, fiscal revenue, and related policy background, and analyzes its impact mechanism from both positive and potential risk dimensions. Analysis shows that e-commerce has significantly increased tax revenue such as value-added tax and corporate income tax by expanding the tax base, promoting employment, driving related industries, and stimu-

lating consumption, becoming an important driving force for fiscal revenue growth; but at the same time, it also has an impact on the traditional tax base and poses management challenges such as difficulties in confirming taxpayers, locations, and amounts. Research suggests that a fiscal governance system adapted to the digital economy should be constructed through measures such as supporting the digital transformation of traditional businesses, standardizing the confirmation of tax elements, improving tax regulatory frameworks, and strengthening departmental collaboration, in order to achieve sustainable growth of fiscal revenue and high-quality economic development.

## Keywords

E-Commerce, Fiscal Revenue, Tax Administration

Copyright © 2025 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

随着互联网技术的普及与数字经济的崛起，电子商务作为其关键组成部分，已深度融入中国社会经济的各个层面。从早期的 B2B、B2C 模式，到近年来兴起的社交电商、直播带货、社区团购等新业态，电子商务不仅深刻改变了国民的消费习惯与商业生态，也对国家治理体系，尤其是政府财政收入带来了广泛而复杂的影响。

现有研究在探讨电子商务对经济发展的影响时，主要集中在以下几个方面：一是对农业领域的影响，涉及农业经济发展[1]、农村居民收入[2]提升等方面；二是对城乡关系的调节作用，包括缩小城乡收入差距[3]和推动城乡融合发展[4]；三是对居民消费的促进效应[5]。然而，当前研究对电子商务发展与财政系统之间关系的探讨尚显不足，虽有部分研究触及电子商务税收征管问题[6]，但关于电子商务如何影响财政收入的系统性研究仍较为缺乏。事实上，二者之间存在密切关联：一方面，电子商务的蓬勃发展创造了显著的经济增量，为政府贡献了可观的税收收入；另一方面，其虚拟性、跨区域性和高度流动性等特征，也对传统税收征管体制构成了前所未有的挑战。因此，科学、全面地评估电子商务发展对财政收入的“双刃剑”效应，并据此探索有效的治理路径，对于我国在数字经济时代优化财政结构、保障财政安全、推动经济高质量发展，具有重要的理论价值与现实意义。

在平台经济治理与数字税领域，学界亦进行了广泛探讨。现有研究多集中于平台经济的反垄断治理[7]、信息安全管理[8]、平台企业社会责任治理[9][10]。近年来，平台税收征管问题逐渐引起重视，但现有成果多从国际经验或比较研究出发，进而提出征管启示[11][12]，尚缺乏结合中国制度语境与现实发展阶段的系统分析。

基于上述背景，本文首先系统梳理中国电子商务发展的现状特征，分析中国政府财政收入的规模与结构变化，并简要概述与电子商务相关的财政政策。而后从积极影响与负面影响两个维度，系统阐释中国电子商务发展对财政收入的影响机制。最后，提出适应数字经济特征的财政政策与治理建议，为促进电子商务规范发展及优化财政政策体系提供理论参考。本文的边际贡献主要体现在两个方面：第一，从财政系统视角拓展了电子商务经济效应的研究范畴，补充了电子商务与政府财政关系的理论探讨；第二，立足于中国电子商务发展现状，识别其对财政收入的多维影响，为优化税收政策、完善税收征管、保障财政可持续性提供了更具针对性的政策参考。

## 2. 电子商务、财政收入及相关政策概述

### 2.1. 电子商务的内涵、分类与特征

电子商务是指通过信息网络技术实现的商品与服务交易活动的总称，其本质是以数字化手段重构商业流程的新型经济形态。根据 eMarketer 数据，2024 年全球电子商务销售额突破六万亿美元，相较于 2020 年的 4.1 万亿美元，增长了 46.3%。其中，中国是最大的电子商务交易市场，根据国家统计局数据，2024 年中国电子商务交易额达到 46.4 万亿元，其中实物商品网上零售额 13.1 万亿元，占社会消费品零售总额的比重为 26.8%，网络零售市场保持稳步增长，成为稳增长、保就业、促消费的重要力量，这背后也蕴含着对财政体系的深刻影响。

根据商业模式和运营主体的不同，电子商务可主要划分为以下几种类型：(1) 平台型电商：如淘宝、天猫等，平台自身不直接销售商品，而是为买卖双方提供交易撮合、支付、物流等信息服务，其收入主要来自广告、佣金和技术服务费。(2) 自营型电商：如京东自营、苏宁易购自营等，电商企业自行采购商品并进行销售，承担库存、销售和售后服务全过程，其收入主要来自商品进销差价。(3) 直播电商：如抖音电商、快手电商等，通过实时视频直播方式进行商品展示、咨询答复和导购，通常结合社交互动与娱乐内容，实现流量变现。(4) 社交电商与社区团购：如拼多多、美团优选等，依托社交关系链或特定社区进行商品推广和销售，利用拼团、分享等模式降低获客成本。

电子商务区别于传统商业的典型特征主要体现在四个方面：第一，交易虚拟化。经营主体通过数字化界面与消费者建立联系，这种非接触式交易模式在扩大税基的同时，也导致纳税主体隐匿性增强。第二，空间广域性。电子商务打破了地理边界的限制，使跨区域乃至全球化交易成为常态，极大拓展了市场半径与商业辐射范围。第三，要素数字化。交易全过程形成的电子合同、支付记录等数字痕迹，既为智能化税收监管提供数据基础，又因数据孤岛问题加剧了纳税数额核定难度。第四，主体多元化。平台企业、品牌商家、小微网店与个人主播构成的多元主体结构，既丰富了税源层次，也使得纳税主体认定趋于复杂。

### 2.2. 财政收入的规模与结构

财政收入是政府为履行公共服务职能、实施宏观调控及保障社会运行而依法筹集的资金总和，是国家治理的重要物质基础[13]，主要分为税收收入和非税收入。根据财政部数据，2025 年前三季度全国一般公共预算收入 163,876 亿元。其中，全国税收收入 132,664 亿元，占比 81%，非税收入 31,212 亿元，占比 19%。财政收入结构呈现出税收收入占主导地位、非税收入起补充作用的特点。在税收收入中，增值税、企业所得税、个人所得税为三大主体税种，2025 年前三季度分别为 52,271 亿元、32,527 亿元、11,799 亿元，合计占比约 60%。

### 2.3. 与电子商务相关的财政制度

电子商务的蓬勃发展对建立在传统工业经济基础上的财政税收制度提出了新的要求。为适应这一新经济形态，我国的相关财政制度也在不断调整与演进，主要有：(1) 税收优惠与扶持政策：为鼓励创新创业、培育市场，国家及地方政府对小微企业、个体工商户等电商市场主要参与者实行了广泛的税收优惠政策。(2) 平台经济税收征管制度的构建：随着平台经济成为电子商务的主要组织形式，《中华人民共和国电子商务法》明确规定，电商平台经营者需向市场监管和税务部门报送平台内经营者的身份信息和与纳税有关的信息。《网络交易监督管理办法》进一步细化了平台对经营者主体信息核验、登记的义务。(3) 跨境电商的财政制度创新：为支持跨境电商这一新业态，实现更高水平开放，我国设立了百余个

跨境电子商务综合试验区。(4) 电子发票制度的推广与应用：顺应数字经济趋势，电子发票制度实现税收征管模式从传统的“以票控税”向“以数治税”的转变，极大地提升了开票效率和交易便利性。

### 3. 电子商务发展对财政收入的积极影响

电子商务对政府财政收入的积极影响主要体现在税收上。其直接效应可分为两个方面：一方面，平台商家在完成商品或服务销售后，依法产生增值税纳税义务。随着电子商务交易规模的迅速扩大，由此形成的增值税及附加税费已成为地方财政收入的重要增量。另一方面，实现盈利的电子商务企业，包括平台公司、品牌商家及相关服务商，均需依法缴纳企业所得税。不同类型的电商模式对税收的贡献方式存在差异：① 平台型电商的核心收入来源于广告、佣金和技术服务费，主要缴纳增值税和企业所得税。平台本身通常是稳定的纳税大户，同时平台汇集了大量中小卖家，极大地拓展了税基广度，形成了规模化的税收集聚效应。② 自营型电商作为商品销售主体，其清晰的进销项结构和规范的成本核算体系，确保了增值税和企业所得税征管的确定性与效率，成为财政收入中稳定且可预期的重要组成部分。③ 直播电商包含打赏、带货佣金、坑位费等多种收入渠道，不仅丰富了增值税税源，更开辟了针对高收入主播群体的个人所得税新税基。④ 社交电商与社区团购依托其广泛的用户参与和密集的交易网络，将大量小微经济主体和消费行为纳入征税范围，虽单笔税额有限，但通过庞大的交易总量显著扩大了税基覆盖面。除上述直接贡献外，电子商务还通过多种间接方式扩大税收，这种促进作用主要通过以下机制得以实现：

(1) 推动商贸企业发展。一方面，得益于电子商务的低进入门槛、低技术难度和初始资金投入量小等特点，极大地激发了市场主体的创业热情，从而有效扩大了地方税基。与传统实体店相比，开设一家网店无需支付高昂的店面租金和装修费用。另外，根据相关政策文件，各地政府纷纷出台措施，简化电子商务企业的登记注册流程，放宽市场准入条件，为创业者提供了极大的便利。这种低门槛的创业环境，吸引了大量返乡青年、农村妇女、残疾人等群体投身电商创业。随着电商企业的不断涌现和发展壮大，其经营活动产生的增值税、企业所得税等税收贡献也日益增加，直接充实了地方财政收入。

另一方面，从新制度经济学的视角看，电子商务作为一种创新的制度安排，其核心优势在于显著降低了传统商贸活动中的交易成本，特别是信息不对称和合约执行成本[14]。在传统商业模式中，生产者与消费者之间往往存在严重的信息壁垒，企业需要投入大量资源进行广告宣传和渠道建设，以获取有限的客户信息，而消费者则面临搜寻成本高、产品信息不透明等问题。电子商务平台通过其强大的信息聚合与匹配功能，打破了这种信息壁垒：对于消费者，平台汇集了大量的商品信息、用户评价和销售数据，使消费者能够以极低的成本进行比价和选择；对于商家，平台提供了精准的用户画像和市场分析工具，使商家能够更有效地进行产品开发和营销，减少了市场不确定性。此外，电子商务平台的信用评价体系、第三方支付担保和在线纠纷解决机制，极大地降低了交易双方的信任成本和合约执行风险。这种制度性的保障拓宽了市场边界，为更多中小企业和个体创业者提供了参与市场竞争的机会，为地方税基的扩大奠定了坚实的基础。

(2) 增加居民就业机会。电子商务降低了创业门槛，使得大量个体能够通过网络平台开展经营活动。同时，电子商务的迅猛发展也催生了海量的新型就业岗位，以直播电商为例，其催生了带货主播、内容编辑、选品师等一系列全新职业。此外，电子商务还创造了大量灵活就业岗位，如外卖骑手、新媒体内容创作者等。这些创业者与新型就业者在获得收入的同时，也依法成为个人所得税的纳税人。此外，随着电商企业规模的扩大和规范化，越来越多的企业开始为员工缴纳社会保险，包括养老保险、医疗保险、失业保险等，这不仅保障了员工的合法权益，也为社会保障基金提供了稳定的资金来源。因此，电子商务的发展，通过增加就业人口直接扩大了个人所得税的税基，并通过企业的规范化运营，增加了社会保障费的征缴，从而为地方财政收入的稳定增长做出了双重贡献。

(3) 带动关联产业发展。电子商务的强大溢出效应带动了庞大产业链的协同发展,为财政收入开辟了多元化的税源。最为典型的是,网络零售的繁荣直接导致了快递业务量的暴增,推动了邮政物流业的规模扩张与产业升级,大型物流公司因此贡献了巨量的增值税和企业所得税;同时,电子商务的运营高度依赖于互联网与信息技术服务业的支撑,由此催生并壮大了包括云服务、大数据分析、SaaS(软件即服务)以及数字营销在内的庞大市场,这些高附加值的现代服务企业创造了可观的经济增加值与税收收入;此外,金融支付业也因此受益,电子支付的普及使得支付手续费收入显著增长,相关的金融科技企业利润丰厚,成为财政收入中不可忽视的一部分;更进一步的,电子商务的发展甚至延伸至实体经济层面,激发了对现代化智能仓储地产的旺盛需求,并推动了智能分拣设备、工业机器人等智能制造业的快速发展,这些关联产业的兴盛共同构成了稳固且持续增长的复合税基。

(4) 促进社会整体消费。其一,电商平台极大地丰富了消费产品的种类与选择,从基本的生存型消费到愉悦的享乐型消费,都受益于电子商务的发展。此外国际消费也逐渐兴起,如通过天猫国际、京东全球购等,国内消费者能够便捷地购买到来自全球百余个国家的产品;其二,打破了地域限制,克服了空间区隔的消极影响,提升了区域内、区域间产品贸易频率,即使偏远地区的居民也能享受到与城市无异的商品服务;其三,移动支付手段如数字人民币、微信支付、支付宝等的广泛推广,在提升支付便利性、降低交易成本的同时,也潜移默化地刺激了消费欲望,提升了消费频次与金额。这种消费扩张直接拉动了商业流通,为增值税等流转税的增长奠定了坚实基础。

## 4. 电子商务发展对财政收入的负面影响与治理建议

### 4.1. 负面影响

#### 4.1.1. 对传统行业的冲击

电子商务的快速发展在开拓新增长空间的同时,也对传统线下零售业态形成了明显的挤出效应,给地方财政的稳定性带来压力。首先,线上购物以其独特的便利性和价格优势,改变了部分消费者购物习惯,传统商场和实体店铺的客流量与销售额面临下滑,许多难以适应竞争的实体企业经营陷入困境,甚至被迫退出市场,从而直接削弱了地方财政来自传统商业的税收基础。其次,实体店铺的关闭或规模收缩,又影响了商业地产的市场价值与租金水平,进而导致政府从该领域获得的房产税和土地使用税下降。此外,原本依附于实体商业繁荣的周边服务业态也受到牵连,间接造成了更广泛的税收流失。

#### 4.1.2. 对税收征管的影响

基于电子商务的发展特征,其在纳税主体、纳税地点、纳税数额确认方面存在困难,同时税收监管的发展较电子商务发展缓慢,这在一定程度上加剧了税收流失,导致财政收入减少[15]。

##### (1) 纳税主体难以确定

电子商务税收征管面临的首要困境是纳税主体的难以确定。在传统实体经济中,纳税主体通常是具有固定经营场所和工商注册的企业或个体工商户,其身份相对明确,便于税务机关进行监管。然而,在电子商务领域,交易活动具有高度的虚拟性和流动性,大量的交易通过各类电商平台完成,平台上的卖家数量庞大且分散,其身份背景复杂多样,包括企业、个体工商户以及大量的个人卖家。许多个人卖家并未进行工商注册和税务登记,其经营活动具有临时性、隐蔽性的特点,税务机关难以准确识别和追踪其交易行为。此外,一些电商企业为了规避税收,可能会通过设立多个关联公司或个人账户进行交易,进一步增加了纳税主体认定的难度。这种纳税主体的不确定性,给税收征管工作带来了巨大的挑战,容易导致税收流失,破坏税收的公平性。

##### (2) 纳税地点难以确认

电子商务交易的跨地域性，使得纳税地点的确认成为一个复杂的问题。在传统商业模式下，纳税地点通常与企业的注册地或经营地相一致，税收管辖权划分清晰。然而，在电子商务交易中，卖家、买家和平台可能分处不同的地区甚至不同的国家，交易的完成不依赖于物理空间的转移。根据现行税法规定，对于实体货物的交易，通常以发货地作为纳税地点；而对于劳务或虚拟商品的交易，则以商家的登记注册地为准。但在实际操作中，由于电商企业的注册地和实际经营地可能不一致，或者存在多个发货地，导致纳税地点的确定缺乏统一标准，容易引发税收管辖权的争议。纳税地点的不确定性，不仅给税务机关的征管工作带来了困难，也可能导致地区间的税收竞争和税源转移。

#### (3) 纳税数额难以明确

电子商务交易的数字化和虚拟化，使得交易数据的真实性和完整性难以保证，从而导致纳税数额的确定存在困难。在传统交易中，发票是记录交易金额和纳税义务的重要凭证。然而，在电子商务领域，许多交易，特别是 C2C 交易，往往不开具发票，税务机关难以直接获取交易数据。虽然《电子商务法》规定平台经营者有义务向税务部门报送平台内经营者的身份信息和与纳税有关的信息，但在实际执行中，由于数据量巨大、数据格式不统一等问题，税务机关对平台报送数据的核实和利用仍面临挑战。此外，网络刷单、虚假交易等行为的存在，进一步扭曲了交易数据的真实性，使得税务机关难以准确核定纳税人的实际销售额和应纳税额。这种纳税数额的不确定性，不仅影响了税收征管的效率和公平性，也为纳税人提供了避税甚至偷税漏税的空间。

#### (4) 监管手段与制度相对滞后

面对电子商务的快速发展，税收监管手段和相关制度建设显得相对滞后。传统的税收征管模式主要依赖于人工审核和现场稽查，难以适应电子商务交易海量、高频、虚拟的特点。虽然大数据、人工智能等现代信息技术为税收监管提供了新的可能，但目前税务部门在这些技术的应用上仍处于起步阶段，监管手段的智能化、信息化水平有待提高。在制度层面，我国尚未出台专门针对电子商务的税收法律法规，现行的《税收征收管理法》等法律法规在应对电子商务带来的新问题时，存在一定的局限性。例如，对于跨境电商的税收征管、数字产品的征税等问题，现有的制度规定还不够明确和完善。这种监管手段和制度的滞后性，使得税务机关在面对电子商务税收征管的新挑战时，往往显得力不从心，难以有效遏制税收流失，保障国家税收权益。

## 4.2. 治理建议

针对上述负面影响，提出以下几条治理建议。

#### (1) 支持传统商业数字化转型，推动新旧业态融合发展。

地方政府应设立专项资金或提供税收激励，支持传统商场、零售商开展线上业务，发展“线上引流、线下体验”的新零售模式。例如，可通过发放“数字消费券”引导消费者前往完成数字化改造的实体店消费，或对小微企业购置数字营销工具给予补贴。这不仅能帮助传统企业开拓新的增长点，也能将其经营行为数据化，从而稳固并更新现有的税收来源。

#### (2) 规范电子商务的纳税要素确认

电子商务对税收征管体系造成了一定影响，为此需要规范电子商务的纳税要素确认，即明确纳税主体、纳税地点和纳税数额。在纳税主体方面，应完善电商平台的税收主体登记制度，要求平台对入驻商家的身份信息进行严格审核，区分企业和个人纳税人，确保纳税主体的清晰可辨。在纳税地点方面，应进一步明确不同类型交易的纳税地点规则，例如，对于实体货物交易，可以统一以发货地或平台所在地为纳税地点；对于劳务或虚拟商品交易，则以商家登记注册地为准，从而解决税收管辖权的争议。在纳税数额方面，应加强对平台交易数据的监管，要求平台提供真实、完整的交易数据，并建立有效的数据

核查机制，打击网络刷单等虚假交易行为，确保纳税数额的准确核定。

### (3) 制订完备的电子商务税收监管框架

在规范纳税要素的基础上，还需制订一套完备的电子商务税收监管框架。首先，应加快修订和完善《税收征收管理法》等相关法律法规，将电子商务税收征管纳入法治化轨道，明确各方的权利和义务。其次，可以借鉴国外的经验，探索建立适应电子商务特点的纳税申报制度，例如，可以要求电商平台对达到一定规模的卖家实行预扣代缴税款，并从法律层面上明确预扣代缴的法律义务和操作细则。再次，应加强对跨境电商的税收征管，建立与国际接轨的税收信息交换和征管协作机制，防止税基侵蚀和利润转移。最后，可以采用现代信息技术建立智能化的税收监管系统，实现对电子商务交易的全方位、实时监控，提高税收征管的精准度和有效性。

### (4) 加强部门协同与信息共享

电子商务税收征管是一个复杂的系统工程，需要税务部门、市场监管部门、电商平台、金融机构等多方主体的协同配合和信息共享。税务部门应加强与市场监管部门的合作，实现市场主体登记信息与税务登记信息的互联互通，从源头上掌握电商经营者的基本情况；应建立与电商平台的常态化数据共享机制，要求平台定期向税务部门报送平台内经营者的交易数据、身份信息等涉税信息，为税收征管提供数据支持；应加强与金融机构的合作，通过银行流水等信息，交叉验证电商经营者的收入情况，防止其通过个人账户隐匿收入。为此，从操作上可以建立由税务部门牵头，联合市场监管、金融、海关等多部门参与的“涉税数据共享平台”。平台需要明确各部门数据共享的范围与频率，并建立数据标准与接口规范，确保不同来源的数据能够有效汇聚、比对和分析；与此同时，可充分利用大数据技术对共享数据进行交叉稽核，自动识别税收风险点；最后，平台需健全信息安全与隐私保护机制，严格规范数据的使用权限和流程。

## 5. 结论

本文系统阐述了电子商务发展对我国政府财政收入的双重影响。总体来看，电子商务作为新经济的代表，其创造新税源、做大税基的积极效应是主流和主导性的。它不仅是当前财政增收的重要动力，更是未来经济结构转型和财政可持续发展的希望所在。然而，我们也不能忽视其带来的挑战。传统税基的萎缩和现行税制的不适应性，是发展过程中必须面对和解决的现实问题。未来的政策取向不应是抑制电子商务的发展，而应是主动顺应数字经济发展趋势，通过制度创新和技术赋能，推动税收征管模式的现代化变革。核心在于从“被动征收”转向“主动治理”，从“依靠票证”转向“依靠数据”，通过制度、技术与治理的协同创新，在数字经济时代建立起更加公平、高效、可持续的财政收入机制，只有这样，才能确保在数字经济的浪潮中，国家财政大厦的根基依然稳固，并能够分享到更多的发展红利。

## 参考文献

- [1] 孙先民, 郑冰冰. 乡村振兴背景下电子商务对农业经济发展的影响研究[J]. 对外经贸, 2025(4): 42-45+49.
- [2] 唐跃桓, 杨其静, 李秋芸, 等. 电子商务发展与农民增收——基于电子商务进农村综合示范政策的考察[J]. 中国农村经济, 2020(6): 75-94.
- [3] 钱力, 孙芳. 数字乡村背景下农村电子商务对城乡收入差距影响研究——基于电子商务进农村综合示范县的准自然实验[J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2025, 46(4): 26-35.
- [4] 屈迪, 贺建风. 乡村振兴背景下电子商务能否促进城乡融合? [J]. 产经评论, 2022, 13(3): 148-160.
- [5] 王双燕, 宋博. 电子商务集聚发展与居民消费——基于国家电子商务示范城市的准自然实验[J]. 商业经济研究, 2025(6): 131-134.
- [6] 李慈强. 论电子商务经营者税收征管的困境及其立法完善——兼论《税收征管法》的修订[J]. 上海财经大学学

- 报, 2022, 24(5): 108-122.
- [7] 王诚, 魏雅雪. 企业合规治理: 平台经济反垄断行政执法新视角[J]. 东岳论丛, 2022, 43(4): 181-190.
  - [8] 邓如一, 陈盈盈, 顾彧婧. 平台经济信息安全问题[J]. 合作经济与科技, 2022(19): 188-189.
  - [9] 肖红军, 阳镇. 平台型企业社会责任治理: 理论分野与研究展望[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2020, 40(1): 57-68.
  - [10] MacCarthy, M. (2022) Transparency Recommendations for Regulatory Regimes of Digital Platforms.
  - [11] 李春根, 王悦. 平台经济税收治理的国际经验与中国镜鉴[J]. 税务研究, 2025(10): 88-95.
  - [12] 中国国际税收研究会课题组, 付树林, 劳晓峰, 等. 平台经济税收征管的国际比较研究[J]. 税务研究, 2025(6): 80-87.
  - [13] 刘明, 陈晓彤. 数字经济发展能提升财政收入吗? [J]. 湖南财政经济学院学报, 2025, 41(3): 5-15.
  - [14] 钟肖英, 陈鹏. 贸易新业态与城市财政收入——来自跨境电子商务综合试验区的证据[J]. 国际商务(对外经济贸易大学学报), 2025(4): 22-42.
  - [15] 姜爱华, 高锦琦. 电子商务发展与地方政府增值税收入关系研究[J]. 财政科学, 2022(9): 92-105.