

大数据下电商业税收征管问题与治理策略研究

涂玉霞, 郑伟清*

泉州职业技术大学商学院, 福建 泉州

收稿日期: 2025年12月4日; 录用日期: 2026年1月1日; 发布日期: 2026年1月8日

摘要

针对多年来中国电商行业发展迅速而来源于电商业务的税收却增长缓慢的客观实际, 结合增值税和企业所得税、个人所得税法规政策内容, 采用文献检索法、调研法和案例分析法等, 概要介绍了国内外研究的状况, 深入分析了电商企业税收征管存在的主要问题, 并有针对性地探讨了基于大数据背景下加强税收征管的相关策略, 提出了“金税工程”专门开发构建电商税收监管模块或者税务机关专门研发电商税收征管系统并与电商平台信息共享, 以及赋权电商平台在收取电商投流费的同时代收代缴税款等重要主张。

关键词

电商行业, 税收征管, 一档税率, 代收代缴

Research on Tax Collection and Management Issues and Governance Strategies of E-Commerce Based on Big Data

Yuxia Tu, Weiqing Zheng*

Business School of Quanzhou Vocational and Technical University, Quanzhou Fujian

Received: December 4, 2025; accepted: January 1, 2026; published: January 8, 2026

Abstract

In response to the objective reality of the rapid development of China's e-commerce industry over the years and the slow growth of tax revenue from e-commerce business, combined with the content of value-added tax, corporate income tax, and personal income tax regulations and policies, this

*通讯作者。

paper adopts literature search, research, and case analysis methods to briefly introduce the research status at home and abroad, deeply analyze the main problems and impacts of tax collection and management in e-commerce enterprises, and explore targeted strategies for strengthening tax collection and management in e-commerce enterprises based on big data background. It proposes important propositions and academic viewpoints such as "Golden Tax Project" to develop and construct a specialized e-commerce tax supervision module or a tax authority to develop an e-commerce tax collection and management system and share information with e-commerce platforms, as well as empower e-commerce platforms to collect and pay taxes on behalf of e-commerce investment fees.

Keywords

E-Commerce Industry, Tax Collection and Management, One Level Tax Rate, Collection and Payment on Behalf

Copyright © 2026 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

我国电商行业发展从起步到繁荣兴盛,如今已不再是少数个体化经营行为,而是跨入到几乎所有实体企业到逐步向线下、线上相融合的新商业化模式型时期,电商经营基本形成产业经济和社会服务领域的全覆盖[1]。2024年全国网络零售额突破2.82万亿元,占社会消费品总额的28%,电商市场交易规模达到13.4万亿元¹。随之也逐渐凸显出税收征管的难题和问题,如结算秩序、发票开具、折扣销售、退货与折让、平台服务与监管收支处理、财务收益体系架构和质量评标等,都亟待研究解决。以便为政府进一步制定电商经营税收管控政策机制提供科学依据,也为电商企业建立健全和日益完善财务管控和正确处理收益及分配问题,提供有益指导、借鉴和参考。

2. 文献综述

《中国电子商务市场数据监测报告》:报告显示,中国电子商务市场交易规模达13.4万亿元,同比增长31.4%,其中B2B电子商务市场交易额达10万亿元,同比增长21.9%;网络零售市场交易规模达2.82万亿元,同比增长49.7%。同时,文献还指出了电子商务税收征管中存在的问题,如数字化、信息化、无纸化带来的挑战。

从互联网电子商务问世至今,国际国内围绕电子商务(以下简称“电商”)税收及其征管问题的研究就风起云涌。Kunal Gangakhedkar(2000)认为应该对电子商务征税,不能因为电子商务的复杂性、虚拟性等特点对税收征管带来挑战而对互联网经济征税不加以关注,要结合本国自身国情和社会实际,根据实际情况制定符合的税收征管政策,对电子商务进行征税[2]。但是,Harry Grubert(2003)对于此持相反态度,他认为如果对电子商务进行税收征管,税务机关的人力、物力等成本很高,因此对其进行征税等相关措施必须谨慎[3]。国内学者朱鹏(2017)指出,健全的税收制度对于高效的税收征管意义重大,一个国家税收征管效率的高低主要取决于这个国家是否具有完备完善的税收制度[4]。姚爱科,曹译月,郭妍(2025)国家应迅速开发新型税收征管系统,以应对电子商务行业的新发展、并建立有效的电子商务税务协查机制、明确划分征税对象范围以减少偷逃税款发生、同时需完善纳税人信用管理机制等措施,确保加强对电商

¹中国电子商务研究中心发布《中国电子商务市场数据监测报告》(2024)。

行业的税收征管[5]。陈俊丽(2024)分析了电商行业新兴业态发展趋势,剖析了电商行业偷逃税的状况及其症因,并从完善税收征管法、加强市场环境治理和加强税务系统跨国联合征管等角度,突出了对逃税和双重征税等问题的治理措施[6]。丁树、王惠敏和赵新泉(2024)基于微观企业的实证检验发现,我国跨境电子商务零售出口税收政策与电子商务企业出口规模成正相关,但实践中却出现电商跨境经营状况并不理想,同政策预期差距很大[7]。说明电商跨境经营不仅需要本国税收政策激励,还需要获得国际税收共识,也需要电商经营者提坑口政策水平,努力研究国际税收政策环境。

实施税收激励,打击偷税违法犯罪行为,是世界各国和国际组织共同面对的课题。国际经合组织(2021)曾发布以税收激励和全球最低公司税为题的《GloBE 规则之后重新考虑税收激励》报告,分析了 GloBE 规则对全球税收激励的影响,并指出各辖区需根据自身情况准备,旨在打击偷税犯罪,激励公司健康运营和依法纳税[8]。针对大数据对税收征管影响,OECD (2024)再次发布扶持企业发展的税收优惠为主题的报告,首次系统性覆盖 70 个新兴和发展中经济体,揭示了全球税收激励政策的设计特征、治理漏洞及可持续发展关联性。要求各国需在适应全球最低税(GMT)规则与保持投资吸引力之间找到新平衡,并提出税收激励措施的设计应与经济发展水平相适应的建议[9]。这些报告,无疑包括了作为新兴经济体的电子商务,也是经合组织 20 个成员国制订税收激励和有效防范公司偷逃税法律制度应参照和共同遵循的国际性范本。

国内外学者对电商税收征管问题研究颇为深入和系统,提出了许多重要的学术观点和主张,为本研究提供了重要参考价值。但基于大数据系统开展电商税收征管领域问题研究的文献,尚不多见。从而,为本命题留下了宝贵的研究空间。

3. 电商业务税收征管问题及症因

(一) 电商业务税收征管存在主要问题

应该说,电商是近些年来最火爆的行业,但其税收贡献却难以启齿。原因错综复杂,税收征管压力大。

1) 纳税主体不清晰

为促进电商经济发展,鼓励全民创业,增加公民收入和提高生活幸福感,国家没有制定出台电子商务销售商的注册、登记等强制要求,也不要求办理税务登记手续。这样,就导致很多人根本就自觉进行工商营业执照的注册登记,多数电商都借助或挂靠网络平台直接经营,甚至还有电商业者隐匿真实姓名直播经营。税务部门在征税时,无法查证纳税人真实身份及其经营状况,增值税和个人所得税都无法查征。

2) 纳税对象不明确

明晰征税对象,是鉴别其征收税种的重要标志。比如增值税是以货物与劳务、无形资产、不动产和服务为征税对象,并且按不同的对象规定相适应的税率或征收率。但在电商业务中,存在很多虚拟的商品,例如通过互联网下载的收费软件等虚拟产品。这些产品都很容易交互传递,产品无形化,游离于商品交易与服务之间,也在有形与无形之间,识别适用税目范围需要很专业化的知识,税务部门对商品的本质难以确定,不易为其细化归类,应该征收哪个税目的税很难划定。

3) 纳税期限、纳税地点无法确定

现行税制的纳税期限,是以传统的支付结算方式、销售发票的开具时间来规定纳税义务发生时间。在确认纳税义务发生后,应在规定的期限内申报纳税。凡是注册经营的实体企业,都有固定经营地点,便于税务征收管理。比如增值税法规定,小微企业通常应按季度纳税,在每个季度终了后 15 日内,归集核算三个月份的总纳税额并申报缴税。而以互联网为基础的在线交易,既没有纸质发票又没有现金、支票流动,但其经营地点却有很大的流动性。他们在各不同地点悄无声息地从事电商活动,可谓是来无影去无踪。如果不自觉向税务机关登记和申报纳税,税务人员根本无法及时获知其在自己辖区内从事电商

经营活动。待税务调查或接到举报获知消息, 经营者可能又隐身到另外区域了, 税务对此很是无奈。

4) 平台销售额高, 不开票不报税, 收入和申报不匹配

通常, 电商客户群体多为个人, 其采购基本上都不需要发票。导致很多电商经营收入都隐瞒不计税, 涉税风险很高。而作为平台, 同样也存在散户经营的电商业者缴纳的流量费用不需其开具发票的状况, 造成平台大量收入不入账, 交易资金在体外循环, 税收检查难度很大。此外, 近年出现一些私户收款、账外销售等偷逃税行为。这批人都是从事多年电商业务且很善于利用税收“执法空白”的商家。他们绕过平台通过私户收付款, 无法取得合法合规的凭证, 这应该引起银行监管的高度重视, 将其列为金融征信重点监管对象, 并将监测到的实际情况, 及时通报税务机关。

5) 产品毛利高但净利低应纳税所得额少

因为各大平台的运营投流费用很高, 电商利润多半被平台赚取; 同时, 销售高峰期往往也是退货高潮, 电商需负担退货快递费和包装费等, 低利润理由充分, 按照对实体企业税控系统的常规指标比对法推送风险警报, 多数被电商业户拒绝调整。这样, 企业所得税或个人(经营)所得税征收压力很大。

6) 监管难度和风险大

由于电商交易具有虚拟无形化特征, 其高度网络化和平台控制机制让税收监管体系无法找到系统接口, 监管难度较大, 出现税务漏洞和偷逃税行为司空见惯。我国多年来研究构建的“金税工程”, 实际就是在以往手工开票控税查税经验基础上, 针对实体企业税务征收管理开发而成的。因此, 对实体单位来说, 任何试图偷逃税的行为都无所遁形。但对于电商税收, 可以说国家尚未组织专门立项调查研究有效的征管举措, 也没有纳入金税工程, 各地税务机关依旧处于积极努力的探索状态。此外, 电商企业难以做到税务合规, 特别是跨境电商, 涉及地域广泛, 可能会遇到税收主体、税种和税率等方面较为复杂的情况, 尤其是电商交易中往往涉及多个参与方, 各方扮演的商业角色难于确定。在纳税主体不能准确认定的前提下, 贸然征税可能会出现多次征税和重复征税的风险。

综上所述, 电商业务的税收征管面临着多方面的挑战。针对这些问题, 需要进一步完善相关法律法规, 加强税收征管措施, 提高电商从业者的纳税意识, 以确保税收征管的有效性和公平性。

(二) 电商经营税收风险点

基于电商企业税收征管存在的主要问题分析, 结合税收征管实践, 不难发现在各种电商活动和电商不同产业链环节, 都潜存着税收风险[10]。根据国家税务总局浙江省税务局发布信息, 杭州伊裳服饰有限公司在2014年1月至2021年6月期间, 不缴或少缴应纳税款21,237.93万元。因涉嫌严重偷税, 杭州市税务局第三稽查局依法倒查7年经济业务。依据相关法律规定, 国家税务总局对其处以追缴税款21,390.99万元并处以罚款14,866.55万元, 合计达3.6亿。这说明, 我国电商企业税收风险是一把“双刃剑”。对电商企业来说, 轻视涉税业务正确核算和依法申报纳税, 潜伏的纳税风险一旦被税务审计揭露, 必将产生无法挽回的风险损失, 甚至威胁到企业持续经营; 对于税务机关而言, 任何征管工作疏忽或方法失当等, 都可能造成税收入库不足的潜在风险, 如果未能及时查实处理, 国家财政将遭受巨大损失。分析发现, 电商经营的结构分散、方式灵活、地点不固定等特征, 加之经营者纳税意识淡漠等因素影响, 导致电商税收风险点众多, 详见表1所示。

值得注意的是, 电商企业忽视会计核算和财务管理, 既有错计少纳税状况, 也出现多缴税款的现象。例如表1的冲业绩刷单误报收入, 导致多纳增值税及其附加税费14.56万元 $[113/(1+13\%) \times 13\% + (1+7\%+3\%+2\%)]$ 。由此可见, 企业不注重财务资源配置和加强会计核算, 也是其潜藏纳税风险的重要原因之一。这些风险点均可能导致企业面临补税、罚款甚至更严重的法律后果。随着金税四期对电商数据的穿透式监管加强, 合规不仅是规避风险的前提, 更是电商企业长远发展的基石。

Table 1. Distribution and typical cases of tax risk points in e-commerce
表 1. 电商业税收风险点分布与典型案例

税收风险点	税收风险成因	税收风险案例
隐匿收入风险	多渠道收款易形成资金池, 部分电业者将开票收入申报纳税, 未开票线上收入转私人账户, 少缴税款。	某水果电商因隐匿直播收入 2000 万元, 被追缴增值税及其附加款及罚款超 500 万元。
刷单收入误报风险	为冲销量的刷单行为, 若未及时从销售收入中剔除, 可能被认定为真实收入征税。	某服装店铺因 113 万刷单流水未作调整, 多缴税款 14.56 万元。3 年后发现, 无法退税。
发票管理不规范风险	消费者不索要发票时, 企业未按规定开具普票; 或为降低税负, 让供应商虚开进项发票。	某美妆电商因接受虚开的包装费发票, 被认定为偷税, 罚款金额达 80 万元。
进项抵扣违规风险	采购农产品未开具收购专票却抵扣进项; 或把个人消费、刷单佣金等非经营支出混入抵扣。	某农产品电商因违规抵扣差旅费 15 万元, 被要求补税并加收滞纳金。
个税代扣代缴风险	主播佣金、临时工工资未按劳务报酬代扣个税, 或通过私账发放税后收入逃避义务。	某 MCN 机构因未代扣主播个税 300 万元, 被处以 50% 罚款。
跨境电商政策适用风险	未正确适用 9610、9710 等跨境监管模式, 或误享出口退税政策。	某企业因错误申报跨境电商零售出口, 导致 120 万元退税被追回。
财务数据与平台数据不一致风险	线上销售数据与纳税申报数据存在大额差异, 未及时说明原因。	税务部门通过比平台数据, 发现某零食电商少报收入 800 万元, 最终追缴税款 104 万元。

数据来源: 电商企业涉税风险与合规分析(https://business.sohu.com/a/923565946_121793474)。

4. 电商业务税收征管问题的治理策略

随着金税四期的推进, 税收监管已经从“以票治税”转向“以数治税”, 电商企业的税收风险将更加透明化。因此, 电商企业需要加强税务合规意识, 采取有效的税务筹划措施, 以降低税收风险。治理电商业的税收顽疾可以通过入驻园区、成立有限公司享受地方政府的返税政策、享受地方核定征收等方法。

(一) 清晰界定电商税收主体

首先, 应弄清电商经营的主体类型和规模。电商经营主要有个人网店、个体户和有限公司等形式。不同的经营主体类型决定了不同的税收政策和税率。据此, 税务人员应对其宣传电商税收政策, 如个人网店卖家年交易额不超过 10 万元可享受增值税免税优惠; 个体户小规模纳税人季度销售额不超过 30 万元也可以免征增值税[11]。不符合改政策条件的, 则应按纳税人身份和规定办法及适用税率或征收率, 计算和申报缴纳增值税。其次, 应辅导纳税人办理税务登记和申报。无论是哪种电商主体类型, 都需要依法办理税务登记, 并按规定的时间和方式进行纳税申报, 避免因逾期申报而产生滞纳金; 最后, 税务机关应定期(每半年)发布“告电商业者通知书”, 严令其主动办理工商营业执照和税务登记, 并指派税收管理员辅导电商业主, 不论有无收入和经营盈亏, 都需按月(季)进行纳税申报; 明确告知其应准备的申报材料, 包括税务登记证、营业执照、银行开户许可证、会计凭证、销售发票、购买发票和其他相关材料等申报材料等; 根据电商业户的经营规模和地点, 选择确定恰当的申报方式, 如纸质申报、网上申报、代理申报和自助终端申报等方式。

(二) 准确核定征税对象

界定电商业务的征税对象需要考虑以下几个方面: 一是电商经营(供应方)注册地。按增值税法规定, 固定经营业户, 其注册所在地、实际经营地(核算地)为纳税所在地, 无法确定注册地和经营地的, 为其居住地; 二是应弄清电商业务交易类型。根据税务登记证填写和纳税申报的交易性质和类型, 确定电商业

户的增值税征收对象;三是纳税期交易金额。增值税法规定,个体工商户和个人企业(独资与合伙),季度销售额不超过30万元的免税,超过30万元则就其全部销售额依照3%征收率减按1%征收增值税;个人经营所得税则按照无极超额累进税率征收,但允许扣除“减除费用”、专项附加和专项附加扣除额;小微企业年应纳税所得额不超过300万元的,减按25%计税,适用20%的税率;以自有房屋从事电商活动,应从价征收房产税,按税务核定的土地面积征收土地使用税,依照实收资本和资本公积之和以及购销合同金额,分别计算缴纳印花税。只有达到一定金额的跨境交易才适用增值税,小额交易可能被豁免或者适用特定的税率。

(三) 合理确定电商业户的纳税地点和期限

电商业户的纳税期限和纳税地点的确定需要综合考虑税务登记地、实际经营地、销售方式、货物性质等多种因素。

1) 纳税地点的确定

电商纳税地点的确定主要依据于税务登记地和相关税法规定。首先以税务登记地为基础,根据《税征收管法》等法律法规,纳税人应当向税务登记地的税务机关申报纳税。因此,电商在进行税务登记时,应选择与其经营业务相符的税务登记地,以此作为纳税地点的主要依据;其次,实际经营地也是确定电商纳税地点的重要因素。特别是对于跨地区经营的电商,如果其实际经营地与税务登记地不一致,应根据实际经营情况向实际经营地的税务机关申报纳税。这有助于确保税收的公平性和合理性,防止税收流失。在某些特定情形下,如电商通过第三方平台进行销售,纳税地点的确定可能涉及多个方面。此时,应综合考虑税务登记地、实际经营地以及第三方平台所在地等因素,根据相关法律法规和税收协定,合理确定纳税地点。

2) 纳税期限的确定

纳税期限的纳税期限分别为1日、3日、5日、10日、15日或1个月。纳税人进口货物,应当自海关填发税款缴纳书之日起15日内缴纳税款。小规模纳税人的纳税期限为1个季度。税务机关应依据电商经营的具体业务规模和纳税额度等状况,合理确定相适应的纳税期限,确保既不影响税款入库时间,又不增加电商经营的纳税成本。

(四) 提高税务素养严格征管监控

由于税法和政策的不断变化,企业需要持续学习和更新税务知识。通过参加培训课程、阅读专业书籍和文章、关注行业动态等方式,了解最新的税务政策和法规变化;同时,税务干部应关注各国政府对跨境电商的最新政策动态,以便及时调整税务策略和操作流程。

1) 解决电商经营者的纳税认知问题

“带货直播”等新业态下,经营者和部分税务人员都错误地认为个人带货不需要缴税。实际上,直播带货是一种利用网络工具和直播渠道,向消费者正面宣传推销或促销的手段。它不是播报服务行为,而是地道的商品交易活动。所取得的收入,应依照销售货物使用税率或者征收率计税。对网络直播带货的,不论是组织还是个人,都一律认定为一般纳税人,按照一般计税方法和使用税率13%计税。此外,电商是低成本高收益的网络服务行业。税收要发挥其国民收入分配的调节功能,公平征税但要严加管控。凡有偷逃税者,一律实行异地管辖,确保严惩,让存有税收侥幸心理的不法电商付出高额的代价。

2) 研究开发电商纳税监控系统

国家应组织专门立项并向全国税收理论界和实务界公开招标,限期研究构建一套全智慧的税务管理系统,相关数据库搭建和操作软件开发,可与金税工程升级同步且并网贯通应用;为不影响金税工程运行,也可以暂作为一个专项系统开发建设,建成后独立运行应用。当技术条件和政策时机成熟,再进行系统整合并网联用。

3) 深入调查和督办税务登记

建立专门的电子商务税务登记制度,要求纳税人在办理上网交易手续后,必须到主管税务机关办理电子商务的税务登记,并提供必要的网络信息。税务机关需要严格审核并做好保密工作,最好建立一个密码钥匙管理系统。针对商业身份复杂的特殊情况,国家应通过完善相关法规,明确要求所有经营者,不区分行业、身份、区域和年龄等,一律进行工商注册,持照经营。所在地和户籍地是农村从事实体和电商服务的,除直接从事种植、养殖、捕捞和采集等农业生产活动者外,都必须办理“五证合一”的营业执照。为了方便经营业户或个人办理证照手续,可实行网上实名申请,相关部门受理办结后通知个人领取或邮寄送达。这样,不论电商还是网商,不论从事交易还是线上培训、影视制作播放等服务,统统都纳入工商管理和税务征管系统。对拒不办理的,一律按照违法经营,从严从重惩处。

4) 加大电商平台管控力度,推行代收代缴模式

平台运营商不仅是经营电子商务服务的纳税人,同时还应承担对电商业户(个体或个人)的代收代缴义务。毕竟平台运营商最能精准地掌握电商经营者的经营流量状况,在其向业户收取流量费的同时,应计算应代收代缴的增值税和个人经营所得税。为此,应从法律、经济、技术等层面,深入探索有效的多维度征管模式。从税收法律层面,探讨征管法改革或出台电商税收征管专项政策,明确规定电商平台对在平台注册登记经营的个体户或个人,在收取流量费的同时,应代收代缴电商业者的增值税和个人所得税。具体代收代缴办法和税额计算方法,也可通过政策,做出专门规定;从经济价值维度,综合分析代收代缴对平台、商家、消费者的成本效益影响,本着不增加平台经济负担又有利于税收源泉控制的指导思想,参照个人所得税扣缴的相关规定,考虑给予平台2%的扣缴手续费,专门用于对执行扣缴岗位人员的业绩奖励或补贴;在专业技术维度,税务机关要努力研究构建数据接口标准,将税务监控平台与电商运营平台链接为信息共享系统,便于税款清算流程监控。

5) 依托计算机网络技术,加大征收和稽查力度

在企业的智能服务器上设置有追踪统计功能的征税软件,在每笔交易进行时,自动按交易类别和金额计税、入库。长远来看,需要开发一种电子税收系统,从而完成无纸税收;同时,制定一档优惠税率,实行单独核算征收。网络贸易能够帮助降低成本,提高效率,因此,应采用优惠税率征税。但必须要求上网企业将通过网络提供的服务、劳务及产品销售等业务,单独核算,如果没有单独核算的,一概不能享受税收优惠。应看到,国家“金税四期”相比“金税三期”有了明显升级,譬如税务稽查范围扩大到“非税业务”。但从系统设置的重点稽查九类目标企业(虚假开户、空壳、少交个税和社保、库存账户不一致、虚开发票、收入成本严重不匹配、申报异常、税负率异常、常年亏损)中,虽也包含着电商企业,但却无法涵盖经营特殊性的电商经营“异常业务”。这也是国家税收征管系统应该逐步探讨完善之处。

6) 做好信息的收集整理和储存

加强国际信息、情报交流,作好信息的收集、整理和储存,强化征税信息管理。对待电子商务,重点是要加强国际信息、情报交流,因为电子商务是一个网络化、开放化的贸易方式,单独一国税务当局很难全面掌握跨国纳税人的情况。只有通过各国税务当局的密切合作,收集来自世界各国的信息情报,才能掌握纳税人分布与世界各国的站点,特别是开设在避税地的站点,以防上网企业偷逃税款。

(五) 努力探讨跨境电商税收管理

1) 企业层面

首先,要明确税务责任:企业需要了解不同国家和地区的税务法规,明确自己的税务责任。这包括增值税(VAT)、消费税、关税等不同类型的税务要求。同时,企业还需要关注各国政府对跨境电商的最新政策动态,以便及时调整税务策略;其次,应建立合规体系。企业应建立完善的税务合规体系,确保所有业务活动都符合当地税法规定。这包括制定税务政策、设立税务管理机构、配备专业税务人员等。通

过合规体系,企业可以降低税务风险,避免因违规操作而引发的法律纠纷和经济损失;再次,需加强内部沟通:跨境电商涉及多个部门和环节,如采购、销售、物流、财务等。因此,企业需要加强内部沟通,确保各部门之间的信息畅通无阻。通过定期召开会议、分享税务知识和经验、建立有效的沟通机制等方式,可以提高员工的税务意识和合规意识,从而降低税务风险;再次,随着数字化技术的发展,企业可以利用技术手段来提高税务管理的效率和准确性。例如,掌握和利用技术手段。使用税务管理系统来自动化处理税务申报、缴纳税款等事务;利用大数据分析来预测税务风险并制定相应的应对措施等。这些技术手段可以帮助企业更好地掌握税务信息,提高税务管理的水平和效率。最后,要遵守国际税收协定:在开展跨境电商业务时,企业需要遵守相关的国际税收协定。这些协定通常规定了跨境交易的税收原则和规则,有助于减少双重征税和税收歧视现象的发生。通过了解和遵守这些协定,企业可以降低税务成本并提高竞争力。电商企业应积极参与行业交流和合作:与其他跨境电商企业进行交流和合作可以帮助企业了解行业内的最佳实践和经验教训。

2) 税务层面

一要完善跨境电商税收信息共享机制。为应对跨境电商带来的税收征管挑战,税务机关必须努力寻求和强化国际化业务合作,实现跨国(地区)税收信息共享合作机制。各国税务部门应当通过国际组织平台,协商制定统一的数据交换标准和协议,确保跨境电商交易数据的及时传递和有效监控。实行税收信息共享的国家,均应加快建设电子商务平台,确保其提供交易数据和支付信息的透明化,减少跨境电商的偷逃避税行为[12];二应创新税务征收方式,优化税收体系:传统税收征管方式至今无法破解跨境电商税收难题。税务机关应吸取经验教训,积极探索税务征收方式创新,但也不排除传统有效征收模式的“移花接木”,如税务机关核定出各类电商经营范围的一档综合税率,赋权电子商务平台代收代缴,即平台在交易发生时实行“源泉扣缴”,堵塞税收漏洞。如果涉及超额累进税率,可以开发出自动计算税款软件,由电商业者自行申报缴纳或由平台扣缴;三需加强电子商务平台主体责任与税务稽查:在跨境电子商务中,平台通常扮演着重要的中介角色,因此应当将税收征管的主体责任部分转嫁至电商平台。税务机关应鼓励平台建立完善的交易信息管理系统,并规定平台应对交易数据的准确性和真实性负责。通过对平台的加强监管,可以有效减少虚假交易和逃税行为的发生。此外,加强对跨境电商企业和平台的税务稽查,并结合技术手段开展智能化监控,将有助于提高税务检查的覆盖面和准确性。四要优化跨境电商税制政策,建立多元化税收模式:各国税务机关应当结合本国的实际情况,优化跨境电商的税制政策。可以考虑设立专门的跨境电商税收制度,例如设立单一的低税率征收模式,或对某些特定商品和服务实行统一征税。此外,建议推动跨境电商企业和税务机关之间的政策对接,制定灵活的政策框架,以便适应电商企业多样化的商业模式。

5. 结语

由于电商环境众多,渗透到产业链各端,税务调查难度大,特别是直播电商还经营采取“打赏”活动和无规律的频繁跨区域流动性经营,使有限的税务征管力量无法全面调查掌握其经济活动和收益的具体状况和信息[13]。从而,造成电商税收征管成为一个“老大难”问题,任凭电商业务“光挣钱不纳税”却无可奈何。对此,主张税务机关和税务干部都认清电商也是“商”,电商平台是提供服务的纳税人,直播带货是商品交易。对增值税征收来说,前者征税对象是“现代服务”,后者则是销售货物。但有一种情况应提醒税务征管注意,那就是不带货直播。如果是为了博取广大受众注意和青睐,进而开展带货或销售其店铺货物(含自产)、转让无形资产和销售不动产,则仍应将直播获取的流量收入看成是货物等交易性收入,即增值税法规定的“视同销售”行为;发生的“打赏收入”则应按照“或和销售收入”计税。但是,如果属于单纯直播表演,则是很难界定其征税对象的。因为这种新型“业态”,按照我国目前的产业

分类标准和增值税法规定, 都很难区分。譬如, 表演获取流量, 既可以被视为一种服务, 也可以被视为一种交易。服务体现在提供有价值的内容、优化 SEO、建立合作关系等方面, 为电商业务跨出国门经营创造条件[14]。而交易则体现在通过优惠券、抽奖活动等手段促进产品销售。在实际操作中, 这两种元素往往是相互交织的, 共同构成了直播表演获取流量的整体策略。直播主需要根据自己的目标和资源, 灵活运用这些策略, 以达到最佳的效果。但税收区分应该结合实际状况, 确立一个可作为依据标准的“侧重点”, 确保具有征管实践的可操作性, 防止出现新的税收征管政策漏洞。

基金项目

福建高校科研平台开放课题泉州职业技术大学省级科研平台培育课题《基于大数据监控的电商业务税收征管问题研究》(DZSW24-12)。

参考文献

- [1] 刘婷. 电子商务企业合理节税筹划研究——以 A 公司为例[J]. 财务管理研究, 2022(1): 31-35.
- [2] Gangakhedkar, K. (2000) The Taxation of E-Commerce. *IETE Technical Review*, **17**, 221-228.
<https://doi.org/10.1080/02564602.2000.11416907>
- [3] Altshuler, R. and Grubert, H. (2003) Repatriation Taxes, Repatriation Strategies and Multinational Financial Policy. *Journal of Public Economics*, **87**, 73-107. [https://doi.org/10.1016/s0047-2727\(01\)00173-6](https://doi.org/10.1016/s0047-2727(01)00173-6)
- [4] 朱鹏. 中国电子商务税收征管研究[Z]. 2017.
- [5] 姚爱科, 曹译月, 郭妍. 电商行业直播带货的税收征管风险及防范——兼论“W 主播”涉税案[J]. 财会研究, 2025(9): 33-39.
- [6] 陈俊丽. 网络主播电商直播涉税风险与监管研究[J]. 法制博览, 2024(12): 132-134.
- [7] 丁树, 王惠敏, 赵新泉. 跨境电子商务零售出口税收政策与电子商务企业出口规模——基于微观企业的实证检验[J]. 国际税收, 2024(7): 70-81.
- [8] 经济合作与发展组织(OECD). 2024 年版投资税收激励数据库——新兴和发展中经济体企业所得税优惠政策[R]. 2025-03-19.
- [9] 经济合作与发展组织(OECD). 应对数字经济的税收挑战——全球反税基侵蚀(GLoBE, 支柱二)示范规则[R]. 2021-12-20.
- [10] 雷妍. 新时期电商企业税收管理存在的风险及对策研究[J]. 中国市场, 2024(26): 195-198.
- [11] 林剑. 跨境电商企业的涉税风险应对与合规处理[J]. 中国商人, 2025(18): 58-59.
- [12] 徐贵超. 电商企业税务合规风险及应对方法[J]. 中国乡镇企业会计, 2024(3): 61-64.
- [13] 曹阳, 郭康淼, 汪蔚青. 网络直播产业链税收风险问题研究[J]. 财会研究, 2022(4): 24-28.
- [14] 郑家兴, 张哲妍. RCEP 生效后我国“走出去”企业面临的税收风险及应对研究[J]. 国际税收, 2023(7): 49-56.