

数字经济背景下电商企业税收征管研究

马金红

南京工业大学浦江学院，江苏南京，210000；

摘要：随着互联网技术的发展，电商企业已成为推动数字经济增长的重要力量。在这样的背景之下，本文在分析电商企业发展的客观环境的基础上，分析电商企业面临的机遇和挑战，并从税收征管的角度探讨了电商企业税收征管中面临的问题并提出解决措施以为数字经济绿色可持续发展保驾护航。

关键词：数字经济；电商企业；税收征管

DOI：10.69979/3029-2700.25.09.095

引言

数字经济是将虚拟数据作为核心生产要素，通过信息化技术对数据信息整理归类并发挥作用的新型经济形态。在信息化的时代，大量的消费者更倾向于通过互联网获取信息、实现购物。这种消费方式和行为的产生为电商企业的迅速崛起提供了条件。

电子商务作为数字化产业的典型，成为数字经济的核心载体。《国务院关于印发“十四五”数字经济发展规划的通知》中明确提出到 2025 年数据要素市场体系初步建立，数字经济治理体系更加完善，包括数字经济核心产业增加值占国内生产总值比重达 10%，彰显出国家对数字经济发展的的高度重视和坚定的决心。《“十四五”电子商务发展规划》提出了电子商务到 2025 年的交易额目标要达到 46 万亿元，全国网上零售额要达到 17 万亿元，相关从业人员要达到 7000 万人。这为电商企业的发展奠定了政治基础。

然而，数字经济的飞速发展，既为全球经济增长提供了新的动力，也对各个国家的税收管理制度提出了新的挑战和要求。在数字经济背景下，我国电商企业的税收征管问题日益凸显，如纳税主体的确定、收入性质的界定等成为当前亟待解决的问题。电商企业作为数字经济的典型代表，关于电商企业的税收征管改革必须顺应客观事物发展的规律，在保证维持电商企业活力的基础上，还要保证税收公平以防止税款流失。因此，我们必须积极探索适应数字经济特点的电商企业税收征管新模式，以促进数字经济社会的持续健康发展，让电商企业成为推动社会进步的重要力量。

1 电商企业的发展现状及趋势

电商企业是指依托互联网进行营销，生产订单，形成交易的企业。数字经济时代下可以将电商企业分为四个基本的商业模式（表 1）。

表 1 电商企业的商业模式

商业模式	具体内容
B2C	企业与消费者之间的电子商务，也就是商家根据消费者需求，直接面向消费者销售产品和服务。
B2B	企业与企业之间的电子商务，通过使用互联网技术或者各种商务网络平台，企业与企业之间完成交易。
C2C	消费者与消费者之间的电子商务，这个模式下对于海量品类可以进行补充，也可以针对用户做个性化的定制。
O2O	线下交易与互联网之间的电子商务，通过线上营销与购买来带动线下的运营与消费，解决日常生活中的衣食住行。

除了以上四种传统的基本模式外，近年来还涌现出一些新兴模式，比如：直播电商、跨境电商、社交电商等。新兴的电商模式在为消费者带来便捷、多元化的购物体验的同时，也为税收征管带来了挑战。

1.1 电商企业的发展现状

1.1.1 电商企业规模不断扩大

根据国家统计局、中国电子商务协会发布的数据显示（图 1），我国电子商务交易额在 2011-2024 年间呈持续增长的态势，进一步表明电子商务在当下数字经济中的地位日益凸显。尽管不同年份的增长率有所波动，但从交易额的绝对量上看，交易额增长迅速，2024 年的交易额已经达到 50 万亿元

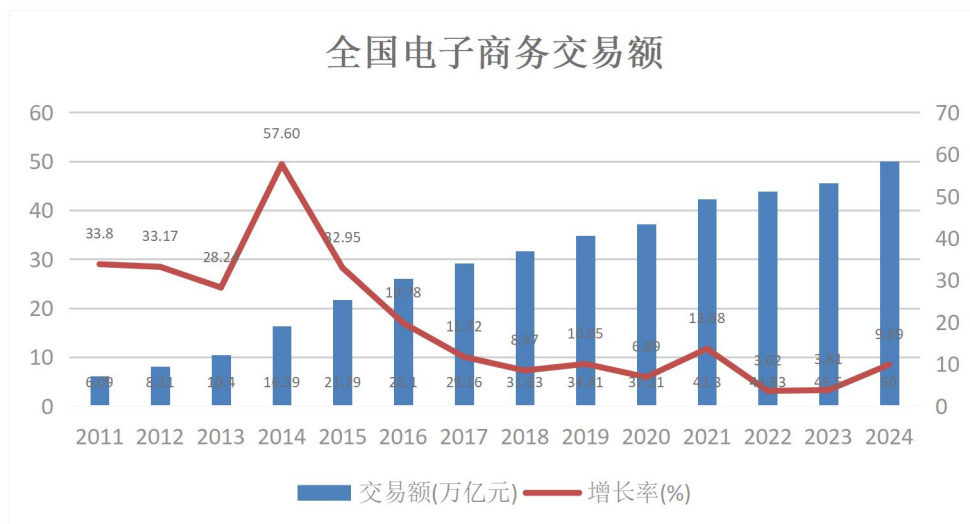


图 1 2011-2024 年全国电子商务交易额

数据来源：统计局、中国电子商务协会

1.1.2 交易形式多样化

随着智能手机的普及，越来越多的用户开始使用移动端进行交易。从 2024 年中国互联网信息中心公布的数据中可以看到，去年我国移动互联网用户总规模数量达到了 12.27 亿。同时，移动端购物的用户规模也在不断扩大。以往的商业活动方式更为单调，电子商务的交易形式更加多样。由于各类企业竞争相对激烈，各大 App、微信公众号、QQ 空间等都在进行引流，从初期的自媒体吸引粉丝到软文营销，以及植入广告、开店团购、小程序、拼购电商、直播电商等，模式丰富多样，各大企业不断研发新型引流模式只为抢占市场先机。交易方式的多元化让税收监管系统处境变得糟糕，很多交易获得的利润都处在税收征管法律监管的范围以外。

1.1.3 电商行业竞争加剧

随着电商行业的规模不断发展，竞争也愈演愈烈。阿里巴巴、京东、拼多多等大型电商企业已经成为了市场的主导力量，但市场上仍然有很多小型电商企业涌现出来。各类电商企业不断创新营销手段和优化服务来争夺市场份额，价格战、广告战等竞争手段也屡见不鲜。在激烈的行业竞争中，电商企业需要寻找并提升自己的企业核心竞争力，才能成为市场竞争中的佼佼者。

1.2 电商企业发展的趋势

1.2.1 全过程实现智能化程序设计。

随着区块链、大数据等信息技术的产生和发展，电商行业也逐渐向人工智能化方向发展。在电商平台上，AI 客服、推荐系统、智能搜索等技术已经得到了广泛应

用。通过人工智能化技术设计自动化仓储和物流也会在未来电商行业中成为更加重要的环节。

1.2.2 提供个性化服务需求

由于市面上电子商务平台的竞争者众多，电商企业为了能够吸引更多的消费者，开始争相提供个性化的服务需求。利用消费者以往的消费数据、个人偏好、浏览网页信息等了解消费者的喜好与诉求，定向向消费者推送产品信息。并在此基础上，为消费者提供量身定制的服务，满足消费者的个性化需求，以提高消费者的消费体验，更好地留住消费者。

1.2.3 消费群体向国际市场拓展。

电商企业在国内市场的发展总会达到一个饱和点，企业平台之间的竞争也会形成一个平衡点。所以电商企业为了获得更多的市场份额，凭借其虚拟性和数字化特征可以便捷地向海外市场布局，寻求国外市场份额。通过“走出去”和“引进来”战略，我国的电商企业可以将中国的商品和服务带给全球消费者，同时也能学习和借鉴国外先进经验和技术，弥补自身不足，不断提升自身技术。

2 电商企业税收征管存在的问题

2.1 纳税主体难以确定

在电商交易过程中，交易主体隐蔽性强，服务器、网站、账号等信息都可以进行修改，很难确定其就是本人。另外网店的注册流程相对简单，对卖家的身份信息的确定也稍许困难。另外，电商企业交易对象与交易渠道的数字化，且纳税人较为分散，难以明确纳税主体。

因此在电商领域的纳税主体难以确定。

2.2 应纳税额难以确定

由于数字经济背景下的电商交易具有虚拟性和数字化的特征,所以在交易过程中销售商品和销售服务取得的收入难以确定其收入性质。除此之外,部分电商企业存在刷单、虚假交易、骗取税收优惠等行为,从而导致真实的应纳税额难以确定。

2.3 法律制度不健全

在数字经济发展的过程中,大量的自然人通过互联网实现了电商企业相似的经营模式来获得收益。但是从与电子商务相关的税收征管条文来看,适用主体主要是企业组织和个体工商户,对自然人的适用性较弱。对个人是否应当办理税务登记,相关法律也并未进行统一规定。随着经济全球化的发展,跨境电商的全球性、无国界性、高技术性和电子商务属性,引发国际税收管辖权的冲突,导致重复征税等问题。

2.4 税务信息化技术欠缺

电商企业的经营信息存储在电商企业的服务器平台上,税务机关并不是交易发生的当事人,无法精准掌握关于纳税人税收方面的信息。除此之外,不同的电商企业在存储数据过程中采用不同的格式和方式进行存储,也给税务机关在获取和处理这些数据时面临较大的技术难题,从而影响税收征管工作。我国目前尚未建立起有效且稳固的信息传输渠道,而且数字技术的应用还不足,不够智能化,技术水平也无法达到电商企业信息透明化的要求。

3 电商企业税收征管改革的建议

3.1 明确纳税主体

在数字经济背景下,由于网络交易的隐匿性、交易主体的多样性等造成的电商企业的纳税主体难以确认的问题,税务机关可以采取以下措施:

3.1.1 加强信息获取与管理

利用大数据、云计算等技术手段,加强对电商企业交易信息的监控和分析,确保涉税信息的完整性和准确性。税务机关需要跟随数字经济的崛起做出需要战略调整,开创新技术,提升“以数治税”的能力,税务机关要利用“互联网+区块链”的方式,推进税务机关与电商企业的信息和数据共享能力,更广泛地利用区块链信

息系统进行信息管理和征税工作。将区块链信息技术和税收征管相结合,打造传统模式无法超越的优势,利用区块链技术分析探索有关税收数据之间是否存在联系。针对跨境电商企业,有关机关要建立跨部门共享共治数据链的协调机制,定期交换相关数据,加长数据链。

3.1.2 加强宣传教育

通过宣传教育等方式,提高电商企业的纳税意识,引导其规范经营、诚信纳税。首先,税务部门积极与各大平台合作,开辟专门栏目,为数字经济背景下电商企业税收征管提供常见疑难问题解答和税收政策信息。其次,为电商平台和商家提供关于税法和电子发票系统的培训和教育,提高他们的税收合规意识和能力。

3.2 完善相关税收法律政策

电商企业在今后还会有很大的发展空间,要制定相应的法律规范制度来保证其发展的良性,解决其中存在的问题。在保持税收中性原则的基础之上,要建立一个完善的电商企业税收征管的法律规范,将电商企业的税收主体、纳税义务发生的时间、应纳税额等根据现行的税收法律再进行进一步改进完善。在纳税主体上要加强规范电商企业的准入条件,要求电商企业在准备注册前必须完成税务和工商登记并提供相关的银行信息,也要时刻加强税务机关对纳税个体实施专项管理,以便更有效地管理个人所得税。同时,结合电商企业的特点,完善和规范电子合同、电子发票及电商平台交易的相关法律。

3.3 加强税收征管的国际合作和协调

我国在制定国内税收相关法律时应遵循和参考国际税收规则和惯例,并积极配合国际组织参与到国际税收规则的制定和修订工作中来,助推公平和透明的国际税收秩序的建立。国与国之间通过相互沟通和合作,携手应对数字经济产生的税收难题。根据我国电商企业的发展现状来看,越来越多的电商企业实现了“走出去”和“引进来”,关于跨境电商税收管辖权确定等问题,目前也是国际社会亟待解决的。对数字经济征收合理的税款,已成为世界各国的共识。纵观各国数字经济下跨境税收征管实践,虽然在方法和途径上各有差异,但是目标却保持一致性,都是为了保护本国数字经济发展的红利。要加快落实推进数字经济“双支柱”方案,积极配合解决通过新技术把利润转移到低税或无税国家、确

保存在最低税率、以及平衡传统与数字企业的税率等问题。

3.4 加强税收复合型人才培养

任何技术都离不开人的运用，加强税收复合型人才的培养能够提升税务机关在电商企业税收征管工作中的质量和效率。税务机关在招聘过程中应积极引进既具有税收专业知识，又具有计算机、区块链、云计算等信息技术背景的专业人才。在实际工作中，建立学习研讨小组，通过实战模拟、工作案例交流研讨等方式，提升税收征管人员的业务水平和执法能力。

4 总结

数字经济的快速发展带来了社会经济形态的改变，电商企业作为数字经济的核心载体，其运行模式冲击着当前国家的税收管理体制，跨境电商的发展也影响到了国家间的税收关系。为了适应电商企业的发展模式，我国税务机关应积极探索适应电商企业发展的税收政策，进一步明确电商企业的纳税主体、完善相关税收法律政策、加强税收征管的国际合作与协调、加强税收复合型人才的培养以实现数字经济的健康发展。

参考文献

- [1] 胡耘通, 令狐东. 区块链技术在电商企业税收征管中应用探析[J]. 安徽商贸职业技术学院学报, 2023, 22(03): 25-30.
- [2] 周于岚, 陈雯婷. 数字经济背景下电商企业税收管理存在的问题及防范研究[J]. 商场现代化, 2023, (01): 5-7.
- [3] 王立奋. 数字经济背景下电商企业税收管理存在的问题及防范研究[J]. 租售情报, 2023, (09): 174-176.
- [4] 付迎风. 数字经济背景下电商企业税收管理存在的问题及对策[J]. 纳税, 2024, 18(27): 7-9.
- [5] 彭新媛. 数字经济背景下电商企业纳税筹划研究[J]. 中国总会计师, 2024, (05): 132-135.

作者简介：马金红（1994 年 3 月-），女，汉族，江苏南京人，硕士，讲师，研究方向为财税理论与政策。
课题项目：2023 年度江苏高校哲学社会科学研究一般项目《数字经济背景下跨境电商反避税政策的研究》2023SJYB0688。