

电子商务税收征管研究

贾绍华 梁晓静

内容提要：作为传统商贸的电子化商业运作模式，电子商务为提升经济起到了巨大的作用，但电子商务税收征管问题一直是全国税收工作的巨大难题。文章在解析电子商务环境下税收征管面临的机遇与挑战的基础上，分别从税收政策、税源管理和征管流程三个方面进行研究，提出了电子商务税收征管的建议。

关键词：税收征管；税源管理；征管流程；电子商务

中图分类号：F810.423 **文献标识码：**A **文章编号：**2095-1280(2012)03-0001-08

随着经济全球化和信息化技术的迅猛发展，电子商务作为一种新型的商业运作模式正在不断渗透我们的生活。由于我国现行税法是建立在传统贸易基础之上的，而电子商务的全球性、开放性、数字化、电子化等特征，给我国税务机关带来了一系列难题。加之我国税务机关的信息化水平还不能与电子商务的发展同步，使得长期以来我国税务机关尚未能对电子商务形成有效的管理，税收流失相当严重。

加强电子商务的税收征管，对增加财政收入、维护市场经济的公平公正、提高我国税务机关的执法水平和征管水平乃至维护国家税收主权都具有十分重要的意义。

一、电子商务发展现状

1. 电子商务增长空间巨大

据2012年中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第29次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2011年12月底，我国网民规模达到5.13亿，互联网普及率攀升至38.3%。其中，网络购物用户规模达到1.94亿，网络购物使用率提升至37.8%，与2010年相比，网购用户增长3344万人，增长率为20.8%。网络基础环境的持续优化和网民规模的加速渗透，为电子商务市场的发展奠定了坚实的基础。

电子商务的渗透率已经从低水平实现快速增长，这一比例到2015年将增加至44%。据波士顿咨询公司BCG预测，电子商务零售总额的占比将增加至2015年的7.4%，用五年的时间就可以实现美国十年才实现的增长。这一预测意味着中国将超过美国成为全球最大的电子商务零售市场，年均复合增长率达到33%，市场价值突破2万亿元。

2. 电子商务服务市场发展迅猛

电子商务与传统商业方式相比，其优越性是显而易见的，不仅能够为企业提高管理效率、降低运营成本、提升企业形象、增加销售业绩和提高客户满意度，还存在很大的正外部性，如带动仓储、快递物流、客服等电子商务服务行业。淘宝网日前发布的《2011年中国网购服务市场发展报告》显示，截止2011年10月，仅在淘宝服务平台上注册的服务商就有1.3万家；2010年中国网购服务市场规模为20亿元，预计到2011年交易额将达50亿元，而2012年将猛增至125亿元，网购服务市场

作者简介：贾绍华，男，中国税务学会学术研究委员，研究员，经济学博士；梁晓静，女，中央财经大学税务学院硕士研究生。

将迎来井喷式发展，而这必将在促进传统经济发展模式转型、社会大规模协作分工、提高资源的配置效率、增加就业方面都有积极的意义和影响。

二、电子商务环境下税收征管面临的机遇与挑战

(一) 电子商务对税收要素的冲击

税收要素是指各单行税法具有的共同的基本要素的总称。现行税收要素是由一系列确定并相对稳定基本要素构成，主要包括纳税义务人、征税对象、税目税率、纳税环节、纳税期限、纳税地点等。电子商务的虚拟性、开放性、可数字化造成的课税对象性质模糊和纳税时间和地点的不确定，使现行税收要素对电子商务的约束较少、可控性较低，在一定程度上对税收征管工作带来了困难和挑战。

1. 纳税主体难以确认

在税收征收管理活动中，税收征纳能够有效进行的前提之一就是要有明确的纳税主体。只有确定了纳税主体，税务机关才可以对其征税，才能使税收征管的后续流程顺利进行下去。在传统贸易下，税务机关通过税务登记来明确税收征纳关系。

但是，在电子商务环境下，经营者只需要缴纳一定的注册费，获得自己专用的域名，就可以参与电子商务交易活动，无需进行税务登记，这就给税务机关确定纳税人带来了困难。此外，互联网的使用者具有隐匿性、流动性的特点，企业和个体经营者可以轻而易举地改变经营地点，从而使纳税主体国际化、复杂化、边缘化和模糊化，具有不确定性，这些都对纳税人身份判定造成困难。

2. 征税对象性质难以判定

不同的征税对象决定着适用不同的税种和不同的税率，我国现行税法中每个税种都对应以自己的征税对象，如消费税征税对象是消费税暂行条例中所列举的应税消费品，所得税的征税对象是应税所得等。

电子商务依据交易的电子化程度分类可以分为：完全电子商务和不完全电子商务。由于不完全电子商务仍然需要利用传统渠道，如邮政服务和快递服务，将有形商品的网上订购邮寄到消费者手中，因此不存在课税对象性质不清的问题。存在课税对象性质难以判定的是完全电子商务，即可以数字化的产品，包括软件、音像制品、信息服务等。

在互联网下，计算机软件、书籍、音乐、图像等一切可数字化的产品可以通过互联网以电子形式传递转让，使得产品和服务的界限变得模糊不清。能数字化的信息一般都是有版权保护的，在互联网上传输时多已加密，在其被解密还原之前，税务机关难以了解交易的内容及性质，数字化信息又具有很容易被复制或下载的特点，因此，税务机关殊难确认一项所得的性质。征税对象不清楚，就更不用谈征何种税了。

3. 纳税期限、纳税地点无法确定

税法关于纳税期限的规定包括三方面的内容：一是纳税义务发生时间；二是纳税期限；三是缴库期限。纳税地点是指各个税种纳税对象的纳税环节和有利于税款的源泉控制而规定的纳税人（包括代征、代扣、代缴义务人）的具体纳税地点。

但是现行税法对于电子商务的税收问题没有明确的规定，也没有明确做出现行税法是适用电子商务的说明。在电子商务环境下，其发出货物日期、收款日期、机构所在地或劳务发生地等经济活动都是难以监控的，现行税法很难予以界定究竟是以收到销货款还是以发出货物抑或是确认收货时间来确定纳税义务发生时间，以及是以其机构所在地还是劳务发生地来确定其纳税地点的问题。

目前，国内比较流行的观点是建议把注册交易服务器所在地设为纳税地点，将网店视为常设机构。

(二) 电子商务对税收征管流程的冲击

税收征管工作的好坏，直接关系到税收职能作用即组织财政收入、调节收入分配、税收监督能否很好地发挥，因此，加强税收征管工作意义重大。

我国现行的税收征管包括税务登记、账簿凭证管理、纳税申报、税款征收以及税务稽查等，电子商务对我国税收征管的每一步骤都带来了冲击，分解分析电子商务税收征管，才能对症下药，提出符合我国税收征管的政策。

1. 电子商务对税务登记的影响

我国现行的税务登记基础是工商登记。《税收征管法实施细则》第十二条规定，从事生产、经营的纳税人领取工商营业执照，应当自领取营业执照之日起 30 日内申报办理税务登记。

但是电子商务却使税务登记变成空谈：一方面，相当大一部分 C2C 个体经营者都没有工商营业执照，现行的税收征管法并未明确规定电子商务必须进行税务登记；另一方面，进行电子商务交易的商家只要向网站交纳一定的费用即可获得一个虚拟空间做生意而无需领取营业执照或申报税务登记证，也就是说无需事先经过工商部门的批准，从事电子商务的唯一条件就是取得网站的许可，因此，这些商家没有动力主动要求申请税务登记，税务机关很难像以前那样借助税务登记制度对纳税人的经营活动进行有效监管。

2. 电子商务对账簿、凭证管理的影响

账簿、凭证管理是继税务登记之后税收征管的又一重要环节，在税收征管中占有十分重要的地位。税务机关主要通过对接簿和凭证的管理来对纳税人进行平时纳税检查及纳税稽查。我国《税收征管法》规定，纳税人、扣缴义务人应当按照税收征管法的相关要求设置、使用和保管账簿、凭证。

在电子商务中，一方面，传统的纸质凭证（如真实合同、账簿、发票、单据等）为无纸化的数字信息所取代，账簿、发票均可在计算机中以电子形式填制和保存，而电子凭证易修改，且不留痕迹，税收审计无法追踪；另一方面，电子凭证因为可以轻易修改变得缺少可信度，并且随着计算机加密技术的发展，纳税人便于利用密码和用户名双重保护来隐藏有关信息，致使税务机关难以获得有关纳税人全面准确的交易信息和交易凭证，对我国税收管理工作带来了不利影响。

3. 电子商务对纳税申报的影响

虽然我国纳税申报方式多种多样，有直接申报、邮寄申报、数据电文申报，还可以针对定期定额缴纳税款的纳税人实行简易申报、简并征收等申报纳税方式，并且近年来，我国数据电文申报的一种重要形式——网上申报也越来越受到纳税人的欢迎，但是我国网上申报主要是针对企业性质的纳税人，因此还没有满足个性化需求的个体经营者的电子申报。

同时，由于交易信息的数字化，以票控税税源管理模式与银行账户资金监

控模式已不能适应现代电子商务的特点，为纳税人进行虚假申报提供了有利条件。考虑到 C2C 模式的众多个体经营者的财务核算不健全，无法提供真实的账簿、凭证；加之企业趋利避税的动机，更不能保证企业所申报的财务信息的准确性、真实性。而税务机关如要搜集众多纳税人特别是数量巨大的个体经营者的交易信息，其成本又是巨大的。税务部门对电子交易信息缺乏有效的管理，加之纳税人和税务机关之间的严重信息不对称，导致税务机关缺乏足够有力证据来审核纳税人申报的纳税资料。

4. 电子商务对税款征收的影响

我国目前的查账方式主要有三种：查账征收、查验征收、定额征收，最为常用的是查账征收方式。电子商务对税款征收的影响主要包括以下几个方面：

(1) 电子商务在交易完成时一般会形成电子记录或开具电子发票，此类电子记录存储于计算机中，在记账形成纸质凭据时，仍然需要手工编制凭证，给篡改、修改原始电子记录留下了机会。这样就对查账征收方式下税款的及时足额征收产生影响。

(2) 定额征收方式实施困难。电子商务是近年来才逐渐发展起来的，虽然其发展速度非常快，但是税务机关寻找用以确定收入额和利润率的参照物仍然比较困难。另外，由于电子商务的竞争非常激烈，商家的利润率变化比较大，通过成本加合理费用和利润来确定应纳税额也是非常困难的。

(3) 在电子商务环境下, 由于商品直接由厂商或个体经营者卖给消费者, 减少了商品货物的流转环节。随着中间环节作用的弱化, 一方面中间机构的牵制作用和代扣代缴、代收代缴税款的作用弱化了, 其税收监管也随之弱化; 另一方面, 在 C2C 模式下, 税务机关需要向大量分散的纳税人征收相对于中间商少得多的税款, 这就使得征税成本过大, 税收管理的行政效率较低。因此, 我国税务机关的税收征管方式必须做出相应的改变, 否则无法适应电子商务模式的税收征管。

5. 电子商务对税务检查的影响

电子商务税务检查是保障电子商务税收征管不可缺少的重要一环。然而, 互联网这个独特的环境却给税收稽查带来很大困难。

一是查账凭证无纸化使税收征管失去了审计基础。由于订购、支付, 甚至数字化产品的交付都可通过网上进行, 使得无纸化的程度越来越高, 订单、买卖双方的合同和其他作为销售凭证的各种票据都以电子文档形式存在, 我国目前对电子凭证尚无进行保管期限的规定, 电子凭证极易被不留任何线索、痕迹地修改, 这使税收征管失去可靠的审计基础。

二是电子支付的广泛应用, 使得税务检查的难度更大。据调查, 2011 年上半年, 中国网上支付用户数从上年年底的 1.37 亿增至 1.53 亿, 用户增长 11.7%^①。电子支付的匿名使得税务机关无法有效检查纳税人资金信息往来情况, 造成税务检查的效率下降, 检查成本上升。

(三) 电子商务对国际税收的影响

电子商务的全球性、开放性和电子化数字化特征对国际税收带来了严重挑战, 传统贸易方式下所形成的国际税收标准难以有效实施。首先, 常设机构的存在受到挑战, 跨国利润也难以在常设机构与总机构之间划分合理归属, 造成了居住国与来源国之间争夺征税权的冲突。其次, 电子商务为跨国公司进行避税提供了更有利的条件, 国际避税问题更为严峻。对于跨国电子商务下常设机构的认定方面, 已经有许多专家学者进行了深入的研究, 国际上也形成了相对统一的定论。在争夺国际税收管辖权的问题上, 以美国为首的发达国家提出以居民管辖权作为电子商务国际税收管辖权的主要原则, 但是遭到了广大发展中国家的反对。对于国际反避税方面, 需要加强国际情报的交流与合作。由于本文篇幅有限, 故不能详细阐述。

总之, 电子商务对我国税收征管带来了巨大影响, 比较传统贸易模式与电子商务贸易模式, 分析它们之间的不同, 可以有的放矢, 提出有针对性的建议。

三、加强电子商务税收征管的对策建议

本文认为, 今后我国加强电子商务税收征管的工作重点如下: 第一, 强制要求所有电子商务企业进行税务登记, 加强对电子商务税源的管理。第二, 学习武汉税务系统的做法, 重点企业重点监管。武汉市自对淘宝金皇冠级企业“我的百分之一”征税之后, 又约谈另外四家金皇冠网店, 要求其补税; 对达到皇冠级别的网店下达办理税务登记和纳税申报的通知, 纳入征管范围; 对皇冠级别以下网店暂不征税, 但要进行监管。因此, 我国税务机关可以先对某级别(如皇冠级)以上的企业进行重点监督管理。第三, 对电子商务企业和达到一定级别以上的个体工商户要求完善其会计制度, 督促其建立账簿(包括电子形式), 对其采取查账征收; 针对广大的不符合建账要求的个体工商户, 依据网络交易平台和第三方支付等协作单位所报税务机关的交易金额采取定额征收方式。

(一) 合理制定电子商务税收政策

1. 以增值税扩围为契机, 将电子商务纳入其范围

完全电子商务对现行税制带来了很大困扰, 对完全电子商务的征税存在很大困难。对虚拟商品的征税问题, 美国和欧盟给了我们答案, 美国为了鼓励电子商务的发展, 对虚拟商品采取暂免征税; 欧盟采取征收增值税。其实这两种不同的税收政策可以作为我国在不同阶段对虚拟商品的税收政策。

^①数据来源: 《第 28 次中国互联网络发展状况统计报告》, 中国互联网络信息中心, 2011 年 7 月。

(1) 近期内对策:我国可以对虚拟商品免税。目前的工作重点是加强对不完全电子商务的征管工作,考虑到我国税务机关的信息化、电子化水平还不足以解决虚拟商品的征税问题,或者说征税成本远大于所征收的税款,可以考虑对虚拟商品暂免征税。

(2) 以增值税扩围为契机,将电子商务纳入其范围。

我国一直在积极探索扩大增值税范围,最终目标就是在时机成熟的时候,实施全面的增值税,取消营业税。“国际经验表明,绝大多数实行增值税的国家,都是对商品和服务共同征收增值税的,将增值税范围扩大至全部的商品和服务,以增值税取代营业税,符合国际惯例,是未来我国增值税改革的必然选择。”^①

因此,可以将电子商务纳入此次增值税的扩围之内,对通过网络进行交易的所有产品包括有形产品和数字产品统一征收增值税,以解决完全电子商务课税对象性质模糊的难题。这样不仅有利于公平税负,明确纳税义务,划清征管权限;同时也可以降低征税成本、提高税收行政效率。因此,结合我国现实的税收征管水平,采取淡化课征对象,逐步实施全面的增值税是简便可行的方法,即无论是销售货物、提供劳务,还是转让无形资产均统一征收增值税。

2. 制定电子商务税收优惠政策,鼓励中小企业发展

电子商务的发展水平将直接影响国家未来的经济实力和国际竞争力,因此,我国的电子商务税收征管也必须服从于国家经济发展的总体目标和长远规划。近期看,我国的电子商务要实行税收优惠政策。

(1) 提高增值税、营业税的起征点。我国现行《增值税暂行条例》中针对个人规定了起征点,销售货物的,其起征点为月销售额的2000—5000元;营业税规定,按期纳税的为月营业额的1000—5000元。为鼓励个体工商户的发展,建议对电子商务的起征点按最高级别设计,即超过5000元的月销售额或月营业额才需缴纳增值税,未超过的个体工商户则不需缴纳。

(2) 对个体工商户的征税设定适当的缓冲期。税法的制定应明确、中性和可预见,因此,对电子商务的征税应有一个过程,应该留有足够的时间给企业调整其未来的经济计划。在电子商务的征税过程中,可以借鉴《企业所得税法》实施的经验,制定相应的税收优惠期限,在期限内,实现优惠税率,期限结束即实施同传统企业一样的税率。

3. 拓展现行实体法,规范网络贸易的纳税环节、纳税期限和地点

针对网络贸易无纸化的特点,需要扩宽流转税各税种的纳税环节、时间、地点界定,在税法中明确规定网络贸易各税种的纳税环节、时间和地点,使网络贸易征税规范化、法制化。同时,也应尽量减少对现行税法的调整,在现行税法框架下进行微调,以减少电子商务对我国税制体系变动的的影响。

(二) 加强电子商务税源管理,完善税收征管流程

1. 对B2C和C2C实施分类电子税务登记制度

2011年1月份广东省工商局公布网络交易监管的新措施:降低网店工商登记门槛,在不违反当地政府“住改商”有关规定的前提下,允许网店用住宅登记。因此,推广这一措施不仅可以规范我国广大的个体工商户的税务登记,也有效解决了国内税收管辖权的问题。

(1) 电子税务登记制度的一般规定

首先,明确纳税人必须申请办理电子商务税务登记,填报《电子商务税务登记表》,提供网络的增设域名、网址、服务器(或住宅)所在位置、电子银行账号以及计算机密钥的备份等有关网络资料,建立电子商务资源信息库,同时要求电子商务企业同传统企业一样,将工商、税务登记号展示在网站上,不得删除。电子商务企业或个人发生变更税务登记、注销税务登记的,办法视同现行

^①施文泼,贾康:《增值税扩围改革与中央和地方财政体制调整》,《财贸经济》,2010年第11期。

税务登记规定，并在其网站（网页）上也要做相应的修改。

其次，由国家信息产业部牵头，税务、银行、工商管理部门、网络商务交易平台等联合建立网络商务中心，从事电子商务的企业只有在输入电子税务登记号码、进行网上纳税人身份认证后才能在该中心进行网上交易活动。网络服务商应与税务机关合作，对没有进行税务登记的主体在向服务商申请域名登记时，一律不予准许，以配合税务机关的税收征缴工作。

(2) 对 B2C 和 C2C 实行分类管理，以加强大企业电商的监管

考虑到 B2C 模式的电子商务企业大多都具有实体店，拥有实体税务登记证，因此，只需将其实体税务登记证制成税务机关统一的电子形式即可；针对无实体店的 B2C 商家，必须到工商部门进行工商登记，然后才能进行电子税务登记，对于企业性质的商家必须进行有效监控。

针对 C2C 模式的电子商务，具备工商登记注册的，先工商登记后税务登记；不具备工商登记注册的，也必须进行税务登记。

2. 全国范围内推广网络（电子）发票

2012 年 2 月，国家发改委、财政部等八部委联合发布了《关于促进电子商务健康快速发展有关工作的通知》，通知中明确提出要开展网络（电子）发票应用试点。

(1) 税务部门凭税务登记号和识别码对纳税人确认后，依据营业范围领取相应类型的电子发票。电子发票号码采用全国统一编码，采用统一防伪技术和全国统一发票监制章。并且针对不同的经营活动也就是适用不同税率的经营设计不同的电子发票类型，目前我国已经有增值税专用发票的电子版，还可以针对增值税 13% 低税率设计专门的电子发票，针对小规模纳税人设计普通电子发票等。

(2) 研发并使用网上电子商务专用发票自动开具和认证稽核系统。在电子发票应用和推广处在全国领先的广东省，自 2009 年 7 月开出第一张地税网络发票之后，发票在线应用系统在全省推广快速、进展顺利；两年之后，广东地税全面启用网络发票。这一成功试点标志着电子商务交易实行网络发票监控将可以实现。电子商务以票控税，将改变税务机关传统征管模式，而由高技术含量的信息化、专业化征管模式取代。

3. 推广企业和个体经营者的电子纳税申报制度

对电子商务征税离不开税收征管的电子信息化建设。税收征管电子信息化是税收征管的基础，是强化税收征管的手段。因此，我国应高度重视税收征管的电子信息化建设，加快税务系统“电子征税”的进程。因此，以优化纳税服务为出发点，为提高税务机关的行政效率，节约征税成本和纳税成本，税务机关应当提高电子申报方式的推广力度，鼓励纳税人使用网络报税系统，一方面要大力推广企业的电子申报；另一方面也要推广个人电子纳税申报以适应 C2C 模式中广大的个体经营者的现实情况。

我国税务机关可以在互联网上增设相关主页，并应用专门的系统软件，开发出针对不同类型纳税人的申报主页。如图 1 所示：

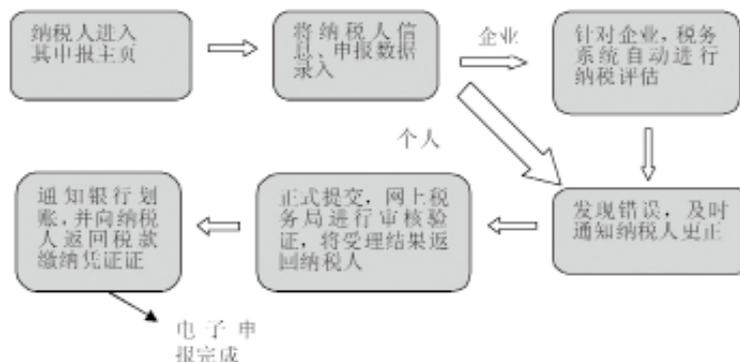


图 1 电子申报流程图

4. 建立委托网络交易平台代扣代缴税款制度

针对网上数量众多的“电商”，如果对其直接征税，则其征税成本和纳税成本将是巨大的，因此委托相关网站（如淘宝、易趣等）代扣代缴税款，要求他们对每一笔网上交易进行登记并代扣代缴税款，或者按月对网上交易额进行代扣代缴税款，以此让相关网站明确自己的法律责任，堵住税收管理漏洞。

税务机关可以依据第三方支付平台的电子交易记录系统可以检测到网店的交易金额，也可以依据支付给网站其佣金或费用可以推测出网店的交易金额，来实现定额征收。同时，为了鼓励网络交易平台主动积极配合税务机关，一方面要对其代扣代缴支付一定的手续费，另一方面要加大对扣缴义务人未依法履行代扣代缴或代收代缴税款义务的处罚力度。扣缴义务人未依法履行代扣代缴或代收代缴税款义务的，税务机关有权向扣缴义务人追缴应扣未扣、应收未收税款以及相应的滞纳金及罚款，而非现行税法中的向纳税人追缴税款及滞纳金和罚款。当然扣缴义务人可以向纳税人追缴应纳税款及滞纳金。

考虑到 B2C 企业大多都是建账完整，税务机关对其查账征收，因此建议将其实体店和网店合并征收，企业自设门户网站或依托网络交易平台应定期（按月）将其网络交易信息上报税务机关备案。图 2、图 3 即为本文设计的针对 C2C 和 B2C 的税款缴纳模式。



图 2 C2C 交易平台的税款代扣代缴模式

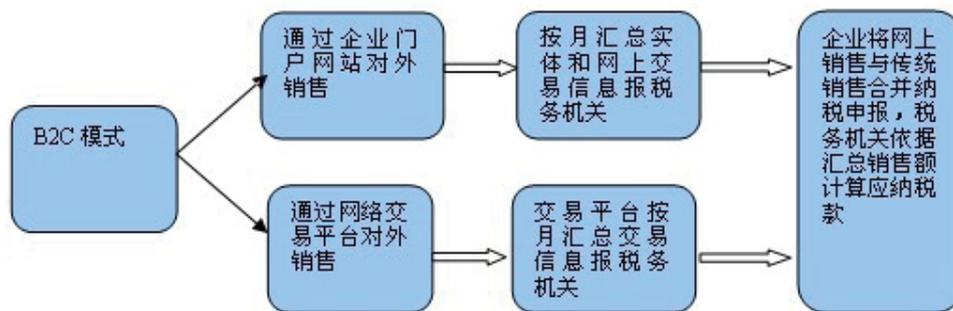


图 3 B2C 企业的汇缴模式

5. 以资金流监控为中心，加强税收稽查工作

电子商务的税收稽查，税务机关很难识别、追踪、确认交易双方的电子交易数据，也就无法以这些电子交易数据作为征税的依据。但是，不管是电子商务还是传统贸易方式，交易双方都离不开资金的转移。在传统贸易方式下，我国税务机关可以到银行等金融机构查证纳税人资金往来情况，对于监管企业的资金流形成了一定的经验，对于在未来想要打赢电子商务稽查这场硬仗，也应以资金流为中心。

在电子商务环境下，随着电子支付特别是第三方支付的发展，企业之间或企业与消费者之间以及消费者与消费者之间的资金往来应该成为监管的重点，税务机关可以通过网络交易平台获取纳税人的交易信息，从第三方支付平台获取纳税人的资金往来，以实现纳税人的稽查。由此，对电子商务的税收稽查必须通过与电子商务运营商、服务商、银行等金融媒介的协作，加强彼此的技术、信息交流。这就要求网络交易平台和第三方支付平台配合税务机关的工作。根据艾瑞咨询的报

告, 2011 年我国网上支付企业中, 支付宝占据了半壁天下, 占比高达 49%, 财付通的占比也高达 20.4%,^①这种比较集中的支付方式将有助于税务机关一方面加强税源的监管, 同时也节省征税成本。

总之, 电子商务的稽查不能仅靠税务部门的力量, 需要多部门的配合, 才能发挥税务机关的征管稽查能力。

(三) 建立专业化的电子税收征管队伍

21 世纪最宝贵的是人才, 要想在未来对电子商务进行有效的税收征管, 人才队伍的建设是关键。今后, 电子商务的税收征管将是技术和人才的竞赛, 这就要求税务干部除了具备现代税务征管、稽查理论和技能外, 还需掌握一定的计算机网络知识、计算机信息技术和现代商贸理论, 以及能熟练的进行软件的操作和维护技术。另外, 税务工作人员应该掌握电子商务的基本理论, 只有知己知彼, 才能有效利用网络监督和管理税源, 适应信息化税收征管时代的要求; 并熟练运用网络提高为纳税人服务的质量, 从根本上提高税收征管效率降低税收成本。

参考文献:

- [1] 贾绍华. 税收流失典型案例的个案分析 [M]. 海口: 海南出版社, 2005.
- [2] 中国注册会计师协会. 税法 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2011.
- [3] 马海涛. 中国税收流失风险研究报告 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2011.
- [4] 于世英. 电子商务经济学 [M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2011.
- [5] 蒋文杰. 电子商务教程——理论与实务 [M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2011.
- [6] 国家税务总局纳税服务司. 国外纳税服务概览 [M]. 北京: 人民出版社, 2010.
- [7] 蔡金荣. 电子商务与税收 [M]. 北京: 中国税务出版社, 2000.
- [8] 哈维·罗森. 财政学 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2010.
- [9] 邓顺国. 电子商务概论 [M]. 北京: 中国水利水电出版社, 2010.
- [10] 杨 怡. 我国电子商务中相关税收征管政策研究 [D]. 武汉: 华中师范大学, 2011.
- [11] 张茂邦. 我国电子商务税收征管研究 [D]. 上海: 复旦大学, 2010.
- [12] 连艺菲. 我国电子商务税收模式研究 [D]. 石河子: 石河子大学, 2010.
- [13] 周文忠. 电子商务税收研究 [D]. 广州: 暨南大学, 2010.
- [14] 曹文娟. 电子商务税收法律问题研究 [D]. 重庆: 西南政法大学, 2010.
- [15] Steven Maguire. State Taxation of Internet Transactions, Congressional Research Service 7-5700, www.crs.gov R41853.
- [16] Shelton, Allison. Should State and Local Government Tax E-Commerce. Retrieved June 16, 2007, <http://www.aarp.org/research/economy/taxtion/aresearch-import-393-INB41.htm>.

(责任编辑: 子逊)

^①数据来源: 艾瑞咨询, 2011 年第四季度及年度中国电子电子商务核心数据发布。