



# 基于网络中介信息的 电子商务税收遵从与 征管研究

Study on Tax Compliance and Administration in  
EC Based on Information of Cybermediaries

金鹏 著



# 基于网络中介信息的 电子商务税收遵从与 征管研究

Study on Tax Compliance and Administration in  
EC Based on Information of Cybermediaries

金鹏 著

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

基于网络中介信息的电子商务税收遵从与征管研究/金鹏著. —北京: 中国人民大学出版社, 2016. 5

国家社科基金后期资助项目

ISBN 978-7-300-22954-6

I. ①基… II. ①金… III. ①电子商务-税收管理-研究-中国 IV. ①F812.423

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 119408 号

国家社科基金后期资助项目

基于网络中介信息的电子商务税收遵从与征管研究

金 鹏 著

Jiyu Wangluo Zhongjie Xinxi de Dianzi Shangwu Shuishou Zuncong yu Zhengguan Yanjiu

---

|      |                                                                                                                                  |                     |                   |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------|
| 出版发行 | 中国人民大学出版社                                                                                                                        | 邮政编码                | 100080            |
| 社 址  | 北京中关村大街 31 号                                                                                                                     |                     |                   |
| 电 话  | 010-62511242 (总编室)                                                                                                               | 010-62511770 (质管部)  |                   |
|      | 010-82501766 (邮购部)                                                                                                               | 010-62514148 (门市部)  |                   |
|      | 010-62515195 (发行公司)                                                                                                              | 010-62515275 (盗版举报) |                   |
| 网 址  | <a href="http://www.crup.com.cn">http://www.crup.com.cn</a><br><a href="http://www.ttrnet.com">http://www.ttrnet.com</a> (人大教研网) |                     |                   |
| 经 销  | 新华书店                                                                                                                             |                     |                   |
| 印 刷  | 涿州市星河印刷有限公司                                                                                                                      |                     |                   |
| 规 格  | 165 mm×238 mm 16 开本                                                                                                              | 版 次                 | 2016 年 5 月第 1 版   |
| 印 张  | 14.75 插页 2                                                                                                                       | 印 次                 | 2016 年 5 月第 1 次印刷 |
| 字 数  | 252 000                                                                                                                          | 定 价                 | 58.00 元           |

---

# 国家社科基金后期资助项目

## 出版说明

后期资助项目是国家社科基金项目主要类别之一，旨在鼓励广大人文社会科学工作者潜心治学，扎实研究，多出优秀成果，进一步发挥国家社科基金在繁荣发展哲学社会科学中的示范引导作用。后期资助项目主要资助已基本完成且尚未出版的人文社会科学基础研究的优秀学术成果，以资助学术专著为主，也资助少量学术价值较高的资料汇编和学术含量较高的工具书。为扩大后期资助项目的学术影响，促进成果转化，全国哲学社会科学规划办公室按照“统一设计、统一标识、统一版式、形成系列”的总体要求，组织出版国家社科基金后期资助项目成果。

全国哲学社会科学规划办公室

2014年7月

## 序 言

近十年来,我国电子商务发展很快,电子商务税收征管逐渐成为政府和学术界关注的一个重要问题。正是在这一背景下,本人在博士论文选题时将电子商务税收征管问题确定为自己的研究方向。由于税收遵从与税收征管是密切联系的两个问题,因此本人在研究过程中借鉴了国内外许多关于税收遵从的研究成果和方法,并逐渐将研究内容聚焦于网络中介信息这一视角,从而完成了博士论文,本书则是在博士论文的基础上修改完善而成的。

回顾博士论文的写作过程,其并非一帆风顺,期间自己曾多次怀疑是否能够完成,博士论文的内容和题目也都曾做过重大修改。2009年博士毕业后的几年时间里,博士论文一直被束之高阁,直到2014年在宁波大学俞立平教授的建议下,本人对博士论文进行一定修改后申请了国家社会科学基金后期资助项目。所幸项目申请成功,本书因此有机会出版。

2015年下半年,本人在国家留学基金委的资助下赴加拿大曼尼托巴大学商学院做访问学者。由于不受其他事情的干扰,本人刚好利用这段时间,按照五位匿名项目评审专家的修改意见以及本人对计算实验研究方法的设想,对书稿进行了重大修改和完善。本书共11章,其内容与博士论文相比主要有以下几点不同:一是在绪论的文献综述部分,补充了许多2009年以来的相关文献,特别是税收遵从计算实验方面的研究文献;二是增加了“税收遵从的基本理论模型”一章;三是增加了“基于网络中介信息的电子商务税收征管模式”一章;四是增加了“基于网络中介信息的电子商务税收遵从计算实验模型”一章,该章运用计算实验这种新的研究方法对相关问题进行了研究,使得本书的定量研究方法更为丰富,并可验证博弈模型的研究结论。

本书的出版首先应感谢本人的博士生导师华中科技大学的蔡淑琴教

此为试读,需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

授在选题方向和论文写作方面给予的指导,也应感谢宁波大学俞立平教授的鼓励和帮助,更应感谢国家社会科学基金的立项资助,当然也应感谢五位匿名评审专家提出的书稿修改意见。此外,宁波大学的周娟老师帮助本人完成了一些文献收集和文字润色工作,也一并感谢。

电子商务税收遵从与征管问题是非常复杂的社会科学问题,涉及面众多,本书仅仅只是从网络中介信息这一个视角对其展开了研究。由于本人研究水平有限,书中难免存在不足之处,还望各位同行指正。

金鹏

2016年5月于宁波大学

# 目 录

|     |                                |    |
|-----|--------------------------------|----|
| 1   | 绪论 .....                       | 1  |
| 1.1 | 研究背景、目的及意义 .....               | 1  |
| 1.2 | 国内外相关研究综述 .....                | 4  |
| 1.3 | 本书的主要内容与结构 .....               | 35 |
| 1.4 | 本章小结 .....                     | 38 |
| 2   | 税收遵从的基本理论模型 .....              | 39 |
| 2.1 | 基于期望效用理论的税收遵从模型 .....          | 39 |
| 2.2 | 考虑纳税人与税务机关之间相互影响的税收遵从模型 .....  | 48 |
| 2.3 | 基于前景理论的税收遵从模型 .....            | 50 |
| 2.4 | 本章小结 .....                     | 56 |
| 3   | 电子商务税收遵从与征管中的纳税信息不对称 .....     | 58 |
| 3.1 | 电子商务中的税收遵从与征管问题 .....          | 58 |
| 3.2 | 电子商务税收遵从与征管中的纳税信息分析 .....      | 60 |
| 3.3 | 电子商务税收遵从与征管中的纳税信息不对称分析 .....   | 63 |
| 3.4 | 电子商务纳税信息不对称变化的技术原因分析 .....     | 67 |
| 3.5 | 电子商务纳税信息不对称度 .....             | 70 |
| 3.6 | 本章小结 .....                     | 76 |
| 4   | 信息不对称变化对电子商务税收遵从与征管的影响模型 ..... | 77 |
| 4.1 | 电子商务中的不完美税收稽查 .....            | 77 |
| 4.2 | 考虑信息不对称度的电子商务税收遵从博弈模型 .....    | 79 |
| 4.3 | 信息不对称度对电子商务税收遵从与征管的影响 .....    | 82 |
| 4.4 | 结论与政策意义 .....                  | 90 |
| 4.5 | 本章小结 .....                     | 91 |
| 5   | 基于网络中介信息的电子商务税收征管模式 .....      | 93 |
| 5.1 | 网络中介信息对电子商务税收征管的作用 .....       | 93 |

|           |                                       |            |
|-----------|---------------------------------------|------------|
| 5.2       | 电子商务税收征管中应用网络中介信息应解决的关键问题·····        | 95         |
| 5.3       | 基于网络中介信息的电子商务税收征管流程·····              | 104        |
| 5.4       | 网络中介信息评估系统的结构与运行机理·····               | 106        |
| 5.5       | 本章小结·····                             | 108        |
| <b>6</b>  | <b>电子商务税收征管中的网络中介信息共享行为分析模型·····</b>  | <b>110</b> |
| 6.1       | 双边市场理论·····                           | 110        |
| 6.2       | 基于双边市场理论的网络中介信息共享行为分析模型·····          | 114        |
| 6.3       | 结论与政策意义·····                          | 122        |
| 6.4       | 本章小结·····                             | 124        |
| <b>7</b>  | <b>基于网络中介信息的电子商务税收遵从博弈模型·····</b>     | <b>125</b> |
| 7.1       | 网络中介信息的信号作用·····                      | 125        |
| 7.2       | 考虑网络中介信息信号作用的税收遵从博弈模型·····            | 126        |
| 7.3       | 网络中介信息对电子商务税收遵从与征管的影响·····            | 132        |
| 7.4       | 结论与政策意义·····                          | 138        |
| 7.5       | 网络中介信息的应用实例·····                      | 139        |
| 7.6       | 本章小结·····                             | 142        |
| <b>8</b>  | <b>基于网络中介信息的电子商务税收遵从计算实验模型·····</b>   | <b>143</b> |
| 8.1       | 计算实验方法在税收遵从研究中的应用·····                | 143        |
| 8.2       | 考虑网络中介信息信号作用的税收遵从计算实验模型·····          | 146        |
| 8.3       | 税收遵从计算实验模型的运行结果与分析·····               | 156        |
| 8.4       | 结论与讨论·····                            | 175        |
| 8.5       | 本章小结·····                             | 177        |
| <b>9</b>  | <b>基于网络中介信息评估系统的电子商务税收遵从博弈模型·····</b> | <b>179</b> |
| 9.1       | 网络中介信息评估系统的信号作用·····                  | 179        |
| 9.2       | 考虑网络中介信息评估系统信号作用的税收遵从博弈<br>模型·····    | 181        |
| 9.3       | 网络中介信息评估系统对电子商务税收遵从与征管的影响·····        | 184        |
| 9.4       | 结论与讨论·····                            | 187        |
| 9.5       | 本章小结·····                             | 189        |
| <b>10</b> | <b>电子商务税收遵从与征管案例·····</b>             | <b>190</b> |
| 10.1      | “彤彤屋”网上交易逃税案·····                     | 190        |
| 10.2      | “我的百分之一”淘宝网征税法案·····                  | 191        |

---

|            |                        |            |
|------------|------------------------|------------|
| 10.3       | 河南漯河税案 .....           | 192        |
| 10.4       | 本章小结 .....             | 194        |
| <b>11</b>  | <b>全书总结与研究展望 .....</b> | <b>195</b> |
| 11.1       | 全书总结 .....             | 195        |
| 11.2       | 研究展望 .....             | 199        |
| 参考文献 ..... |                        | 202        |
| 索 引 .....  |                        | 224        |

# 1 绪论

## 1.1 研究背景、目的及意义

近几年来,我国电子商务一直保持着快速发展态势。根据艾瑞咨询的数据,2014年我国电子商务市场的交易规模为12.3万亿元,增长了21.3%。其中,网络购物的交易规模为2.81万亿元,增长了48.7%,市场份额达到了约22.9%,比2013年提升了4.2个百分点,成为推动电子商务市场发展的重要力量。预计未来五年,网络购物的交易规模将保持26.9%的复合增长率(艾瑞网,2015)。随着我国电子商务的快速发展,电子商务税收征管日益成为一个不可忽视的重要问题。

目前,不少国家对电子商务还缺乏有效的税收征管措施,导致了相当可观的税收流失。对此,国外有学者专门进行了研究。Bruce和Fox(2000,2001)估计2003年电子商务导致的美国销售税流失额为108亿美元。Brooks(2005)估计2008年电子商务导致的美国销售税流失额达215亿~337亿美元。Omar等(2009)估计2011年美国电子商务税收流失的规模达621亿美元。Bruce等(2009)对电子商务导致的美国销售税流失额进行了重新估计:2012年销售税流失114亿~126.5亿美元。Robicheaux(2012)测算了电子商务引起的美国亚拉巴马州的税收流失,认为电子商务可能使该州在未来五年损失约10亿美元的税收。关于我国的电子商务税收流失,朱军(2013)认为“窄口径”和“宽口径”的电子商务税收流失规模在2011年分别约为1157亿元和7800亿元,占实体总税收的比例分别为1.29%和8.29%。

尽管美国等电子商务发达国家的政府、组织和学者曾经对是否应对电子商务征税进行过深入的探讨,并且出于对电子商务产业扶持的考虑,

各国在其发展初期都是免税的，但主张征税乃是目前讨论的主流趋势。电子商务发展如此迅速，在国民经济中的占比日益提高，国家不可能一直对其免税，征税是电子商务发展到一定阶段的必然选择。欧盟委员会早在 2000 年 6 月就发布了电子商务增值税议案，规定对于欧盟境外的企业，若其电子商务销售额在 10 万欧元以上，则应在欧盟成员国进行税务登记，并按当地税率缴纳增值税。美国的 18 个州早在 2005 年 10 月就实施了简化销售税项目（Streamlined Sales Tax Project, SSTP），通过计算机软件对某些在线销售自动征税（Matthews, 2005; Chriatia and Jih, 2006）。美国的简化销售税项目并不是强制性的，目前只有 24 个州自愿加入，因此还不能为电子商务税收征管这个国家层面的问题提供完整的解决方案。2013 年 5 月 6 日，美国国会参议院对允许各州对网店征收销售税的《市场公平法案》（*Marketplace Fairness Act*）投票，最终以 69 票对 27 票通过。《市场公平法案》是美国的第一部全国性电子商务征税法案，依据此法案各州政府可对电子商务进行跨州征税（硅谷网，2013）。虽然该法案最终未能在众议院通过，但支持者众多，目前已有 26 位政府议员、81 家国家商业协会、123 家州和地方商业协会，以及 143 家企业表示支持（MFA, 2015）。此外，2008 年金融危机以来，美国的许多州和地方政府面临财政困难和破产风险，纷纷加大了电子商务税收征管力度，通过诉讼和州立法要求以亚马逊（Amazon）为代表的电子商务企业代征销售税（Ward and Sipior, 2011; Ward et al., 2012）。虽然自 1994 年成立以来，亚马逊一直反对电子商务征税，但在各州的压力以及缩短配送时间的战略推动下，亚马逊于 2012 年改变立场，支持电子商务征税。截至 2015 年 1 月，亚马逊已在美国的 23 个州代征销售税，覆盖了美国一半以上的人口（Baugh et al., 2015）。我国首例网上交易逃税案于 2007 年 7 月做出判决：逃税达 11 余万元的张黎被判处有期徒刑 2 年，并处罚金 6 万元；张黎所在的单位上海黎依市场策划有限公司被处罚金 10 万元（赛迪网，2008）。2011 年 6 月，湖北武汉市国税局开出国内首张个人网店税单，对淘宝女装网店“我的百分之一”征税 430 余万元（凤凰网，2011）。在我国的电子商务税收政策和法规方面，2008 年 7 月北京作为试点城市，发布了《关于贯彻落实〈北京市信息化促进条例〉加强电子商务监督管理的意见》，规定自当年 8 月 1 日起，在网上开店要办理工商营业执照；自 2010 年 7 月 1 日起施行的《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》规定，凡从事网络商品交易并且具备登记注册

条件的单位和个人都应依法办理工商登记注册；国家税务总局于2013年4月1日起实行《网络发票管理办法》，为电子商务征税提供了法律上的支持；随后，国家发改委、财政部、商务部、国家税务总局等13个部门联合发布《关于进一步促进电子商务健康快速发展有关工作的通知》，提出推动电子商务企业会计档案电子化试点工作，明确将继续加强对电子商务企业税收管理制度的研究；国务院法制办于2015年1月5日发布《税收征收管理法修订草案（征求意见稿）》，其中规定，从事网络交易的纳税人应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面醒目位置公开税务登记的登载信息或者电子链接标识。这些已发布的政策和法规表明，我国已开始加强对电子商务的监管，电子商务将来也必定会被纳入税收征管体系中。事实上，国家税务总局已牵头研究电子商务税收征管的政策方案，并与国内一些大型电商人士接触，商讨具体征税细则（中国经营网，2014）。不过，相比于发达国家，我国出台的电子商务税收政策、法律和具体征管办法还较少，非常需要加强这方面的理论研究。

然而，如何对电子商务征税却是目前各国面临的一个难题，许多学者从税收法律制度和征管方式等宏观角度对其进行了研究。这些研究往往侧重于对电子商务产生的税收问题及其原因进行定性描述和分析，所提出的解决方案也经常局限于定性描述。但是，从微观角度对电子商务税收征管进行定量研究的文献却很少。

税收遵从与税收征管是密切联系的两个问题，理性的纳税人为追求自身利益最大化可能会选择不遵从以减少税收支出，税收征管则是税务机关依据税法规定行使征税权，促使纳税人履行纳税义务，提高遵从水平。大量的税收流失表明，电子商务中纳税人的遵从水平大大降低。其原因一方面是传统的税收法律制度对于电子商务不适用；另一方面则是电子商务的技术特点使税务机关难以获取纳税信息，与纳税人之间的信息不对称相比于传统商务更加突出，从而严重妨碍了税务机关的税收征管。

因此，电子商务税收遵从与征管问题的解决需要税务机关探索新的纳税信息获取方法，降低与纳税人之间的信息不对称。由于网络中介是电子商务中的参与主体，拥有一些与纳税相关的交易信息，因而能够为税务机关提供纳税信息。不过，学术界关注较多的是如何利用支付中介直接扣缴税收，而对税务机关如何从网络中介获取纳税信息，并且利用这些信息进行征税的研究较少。

本书针对电子商务税收遵从与征管问题,以信息管理、信息经济学等为基础,结合电子商务、税收遵从和税收征管等相关研究,采用定性分析、博弈论和计算实验相结合的方法,研究了电子商务税收遵从与征管中的纳税信息不对称及其变化,以及信息不对称的变化对电子商务税收遵从与征管的影响,提出了基于网络中介信息的电子商务税收征管模式,并通过建立博弈模型和计算实验模型对基于网络中介信息的电子商务税收遵从与征管的相关问题进行了定量分析,为政府决策提供参考。

本书将定量分析方法应用于电子商务税收征管研究具有一定的理论价值,所提出的电子商务税收征管方法对实践工作也有一定的指导作用。在理论上,采用定性分析与定量建模相结合的方法,主要从信息和管理的角度研究了电子商务税收遵从与征管问题,这是对税收遵从理论和征管理论的发展,也是对电子商务税收征管问题研究的深入。在实践上,本书的研究可以使政府和税务机关更加深入地理解电子商务税收遵从与征管问题,为政府制定合理的电子商务税收政策提供依据。

## 1.2 国内外相关研究综述

### 1.2.1 电子商务税收征管

#### 1.2.1.1 电子商务的定义

以 1995 年 Internet 私有化为标志,电子商务的发展可分为两个阶段,即基于 EDI 的传统电子商务和基于 Internet 的现代电子商务。Internet 促使电子商务快速发展,引起了国际组织、政府、学者和 IT 企业的广泛关注和研究,对电子商务的概念也形成了众多不同的理解和定义。表 1—1 列出了一些具有代表性的定义。

表 1—1 电子商务的各种定义

| 提出者          | 定义                                                                                             |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| OECD (1997a) | 电子商务是指发生在开放网络上的企业之间 (B2B)、企业和消费者之间 (B2C) 的商业交易,是基于数字化数据 (包括文本信息、声音和可视图片) 加工与传送的与商务行为相关的所有交易形式。 |

续前表

| 提出者                   | 定义                                                                                                                     |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 国际商会 (1997)           | 电子商务是指实现整个贸易活动的电子化。从范围方面看, 电子商务是交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易; 从技术方面看, 电子商务是一种多技术的集合体, 包括交换数据、获得数据以及自动捕获数据等。 |
| 美国政府 (1997)           | 其在《全球电子商务纲要》中指出, 电子商务是通过 Internet 进行的各项商务活动, 包括广告、交易、支付、服务等。                                                           |
| Turban (1999)         | 电子商务是指通过计算机网络 (包括 Internet) 的产品、服务买卖过程或交换过程。                                                                           |
| Weill 和 Vitale (2001) | 电子商务是指基于互联网并采用相关信息技术进行商务活动, 这些商务活动包括实物产品和信息产品的交易、客户的服务、企业间的协作等。                                                        |
| IBM (1997)            | 电子商务=Web+IT。它所强调的是在网络计算环境下的商业化应用, 是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网 (Internet)、企业内部网 (Intranet) 和企业外部网 (Extranet) 中结合起来的應用。         |

总的来说, 可以将电子商务的定义分为两类: 狭义的电子商务 (electronic commerce, EC) 和广义的电子商务 (electronic business, EB)。李琪 (1997) 认为广义的电子商务是指电子工具在商务活动中的应用。电子工具包括从初级的电报、电话到 NII、GII 和 Internet 等现代系统。商务活动是从泛商品的需求活动到泛商品的合理、合法的消费除去典型的生产过程后的所有活动。狭义的电子商务是指在技术、经济高度发达的现代社会里, 掌握信息技术和商务规则的人系统化运用电子工具, 高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的全过程。由于电子商务税收问题中必然涉及商品交换活动, 因此本书使用狭义的电子商务概念。

### 1.2.1.2 关于电子商务征税与否的争论

学者们在早期研究电子商务税收问题时, 对电子商务是否应征税存在很大的争议, 形成了两种截然相反的观点: 不征税观和征税观 (阎坤和陈昌盛, 2001; Basu, 2004b)。

持不征税观的依据一般为以下几个方面。

(1) 市场自由主义。一些学者认为在电子商务发展过程中政府应该尽量少地干预和限制,政府能做的只是为其发展提供一个更为适宜的环境,电子商务应该是不需要征税的。美国的《全球电子商务纲要》中的五项原则也强调电子商务应以私人部门为领导,政府应采取非管制、以市场为导向的方式。

(2) 征税必将阻碍电子商务的发展。电子商务仍处于发展阶段,其发展的巨大潜力除来自自身特点外,很重要的一点是在价格上的优势。美国商务部做的一项调查表明,以电子商务方式销售的同样的商品与在传统方式下的商业销售相比,价格一般要低 7%~16%,而这种差异来源于电子商务与传统商务在税收待遇上的差别。一些学者认为征税必然造成需求的减少,更为严重的问题在于电子商务作为新经济的推动力,其发展是与电脑及软件、硬件、网络技术创新和其他相关高科技密切联系的,对电子商务征税必将降低其对 GDP 的贡献,也将阻碍世界新经济的发展。Gilmore (1999) 认为电子商务属于新产业,税收优惠是一种刺激电子商务发展的方法。支持电子商务税收优惠者经常引用 Goolsbee (2000) 的研究,该研究通过对 Forrester Research 1997 年的调查数据的分析,发现本地销售税率越高,消费者在网上的平均消费水平越高,估计对电子商务征税会使电子商务消费者人数减少 24%。此后,许多美国学者继续深入研究销售税对电子商务的影响,但得出的结论却有较大差异。Alm 和 Melnik (2005) 使用美国劳工统计局 2001 年的数据,计算出电子商务销售的税收弹性为 -0.52,在平均销售税率为 6.85% 的情况下,对电子商务征税会使电子商务销售减少 3.6%,因此销售税对电子商务的影响甚微。Anderson 等 (2010) 应用自然实验方法 (natural experiment) 和倍差法 (difference-in-difference),发现销售税的征收会使电子商务销售减少 11.6%,但对目录邮寄销售的影响并不显著,认为两者的差异可从三个方面解释:电子商务中消费者更清楚被征税;电子商务中消费者更容易取消订单;电子商务中消费者更容易通过信息搜索从不征税的其他网站购买。Einav 等 (2014) 通过对 eBay 的数据进行分析,发现网上的消费者会权衡商品的销售税和运费,美国的州销售税率每提高 1 个百分点,源于该州的电子商务销售将降低 3%~4%,而源于其他州的电子商务销售将增加约 2%。Hu 和 Tang (2014) 应用自然实验方法,通过对纽约销售税率从 8.375% 降为 4.375% 前后的真实电子商务交易数据进行分析,发现远程销售 (包括电子商务和目录邮寄) 降低了 15%,并

估计在平均销售税率为 6.85% 的情况下,对电子商务征税会使电子商务销售减少 25.7%。Baugh 等 (2015) 以美国有 16 个州已在 2012 年至 2014 年对亚马逊征税为背景,通过对这一时期的亚马逊的交易记录进行分析,计算出电子商务销售的平均税收弹性为  $-1.5$ ,而对于金额超过 250 美元的商品,税收弹性为  $-3.5$ 。

网络外部性 (network externality) 的存在也成为支持电子商务免税的依据 (Basu, 2004b)。网络外部性是指某个人的加入使网络变得更大,不仅这个人会受益,而且其他参加者也会受益 (Liebowitz and Margolis, 1994)。Goolsbee 和 Zittrain (1999) 认为,电子商务税收优惠对网络扩大到更有效的规模是有益的,可以降低社会成本。但是,网络外部性主要在网络发展早期存在,Zodrow (2003) 认为,没有可信的直接实证依据显示网络外部性是显著的,因此网络外部性并不能支持电子商务免税。由于网络外部性在早期显著,长期将消失,因此先对电子商务免税几年,然后征税是一个合理的折中方案 (Goolsbee, 2001)。

(3) 对消费者行为的影响。若对电子商务征税,则消费者可能需要提供一些私人信息,如住址、信用卡号,这会与消费者隐私权的保护相冲突 (Peha, 2000; Yang and Poon, 2001)。征税也必然造成商品价格的提高,使消费者净收益减少,导致在线消费的缩减 (Gray, 1999)。

(4) 对电子商务征税非常复杂。许多人认为对电子商务征税是一件十分困难的事,征税成本十分巨大,税务机关没有相应的征管能力,以致没有对其征税的必要和动力。

主张征税乃是讨论的主流趋势,主要依据包括以下两个方面。

(1) 税收公平原则。从公平角度来看,只要对传统商务征税是合理的,则电子商务享受任何税收优惠就都是没有理由的。税收不应由于商业模式的不同而优惠对待电子商务或传统商务模式中的一种 (Chriatia and Jih, 2006)。McLure (1999) 比较了电子商务与目录邮寄销售,认为电子商务应该被征税。他认为直到电子商务成熟才对其征税的政策将不可避免地阻止该产业真正地发展。Jupiter Communications (1999) 发现,电子商务的发展是以传统销售为代价的,仅 6% 的网上销售是增加的销售,94% 的网上销售原本是传统零售商的。Cooper (2004) 认为对电子商务征税有助于电子商务企业和传统企业之间的公平竞争。刘洁 (2011) 认为我国个人经营者不仅要按照 4% 的税率缴纳增值税,而且要按照个人收入缴纳个人所得税,而网上个人卖家往往不缴纳任何税收,因此对网

店征税是实现税收公平的一种体现。Baugh 等 (2015) 认为, 传统零售商需要代征销售税, 而亚马逊等电子商务零售商并不需要, 这使得电子商务零售商获得了一种相对价格优势。

(2) 国家财政收入需要。电子商务的巨大潜力使得对电子商务免税必然严重侵蚀税基, 引起巨大的财政收入损失。Tanzi (2000) 指出电子商务是贪婪的财政白蚁, 它们吃掉了消费税基。Bruce 和 Fox (2000, 2001) 认为电子商务对作为美国地方政府第二大财政收入来源的销售税产生了直接和间接两个方面的重要影响, 导致了销售税基的减少和销售税收入在地方政府财政收入中的占比持续下降。他们估计 2003 年电子商务导致美国地方政府的销售税流失 43 亿美元, 而州和地方政府整体的销售税流失 108 亿美元。Brooks (2005) 估计 2008 年这一流失额为 215 亿~337 亿美元。

### 1.2.1.3 电子商务征税的原则

确定电子商务征税的原则是制定电子商务税收法律的前提。1996 年, 美国财政部发布了《全球电子商务选择性的税收政策》, 其要旨是: (1) 对电子商务征税应做到中性; (2) 与国际税收原则一致; (3) 不对电子商务征收新消费税或增值税。

1997 年 7 月 1 日, 时任美国总统克林顿发布了《全球电子商务纲要》, 号召各国政府尽可能地鼓励和帮助企业发展 Internet 商业应用, 建议暂时将 Internet 定为免税区。其主要观点是促进电子商务发展, 因此在电子商务税收问题上倾向于财政支持和中性原则。

1998 年 10 月, OECD 国家在关于电子商务的部长级会议上, 对电子商务的征税原则达成共识, 并在《无国界的世界——实现电子商务的潜力》中做了具体阐述, 认为应用于传统商务的征税原则应该同样适用于电子商务。

(1) 中性原则。在电子商务各种模式之间、电子商务与传统商务之间, 税收应力求中性、公平, 以避免重复征税或不征税。

(2) 效果和公平原则。税收应该在适宜的时间, 按适宜的规模征收, 并使潜在逃税、避税最小化。

(3) 确定和简化原则。税收法规应该清楚、简单、易于理解, 使纳税人能在交易之前预期纳税义务, 包括纳税时间、地点和税收计算方法。

(4) 灵活原则。税收体系应该是弹性、灵活的, 以确保其与技术和商业的发展步调一致。