

促进广东省电子商务发展的相关思考

刘金山 肖辉

(暨南大学经济学院 广州 510632)

【摘要】随着互联网的普及,电子商务逐渐成为推动地区经济发展的重要力量之一。本文分析了广东省电子商务发展现状及存在的问题,并提出了相应的建议。

【关键词】电子商务 支撑环境 税收管理

一、广东省电子商务发展现状及存在的问题

广东省电子商务的发展比较迅速,2007年电子商务市场规模达到2080亿元,占广东省生产总值的6.78%,占全国电子商务交易总额的16%。但与电子商务发展同样迅速的上海、北京、浙江省相比,广东省电子商务市场规模总量和占全国电子商务交易总额的比重都逊于上海,占本省生产总值的比重也低于上海、北京和浙江省,这表明广东省电子商务的发展滞后于地区经济的发展。笔者经过一系列相关调查,总结了广东省电子商务发展过程中存在的一些问题。

1. 基础设施建设相对滞后。电话主线普及率是衡量一个地区信息基础设施水平的重要指标,2006年广东省这一指标仅为39.6%,而浙江省、上海和北京分别已达到50.85%、56.3%和57.3%。2007年广东省的公路密度是101.25公里/百平方公里,低于同期的北京(126.46公里/百平方公里)和上海(243.78公里/百平方公里)。公路密度反映着该地区的交通发达程度,是建立现代化物流配送体系的必要条件,而物流水平的高低直接影响到电子商务的发展。

2. 互联网普及率低,网民网购意愿低。2007年年底,广东省互联网普及率为37.4%,略高于浙江省,但大大低于同期的北京和上海;北京、上海、浙江省和广东省的网民网购意愿比例分别是41.4%、36%、27.8%和20.9%,广东省列居末位。广东省外来人口居多,人口整体素质有待进一步提高,互联网普及教育不够,这些都导致了网民网购意识较弱。

3. 中小企业信息化管理程度低。中小企业在广东省的经济发展中发挥着重要作用。广东省70%的工业企业是中小企业,但仅有50%的中小企业使用了信息化管理系统,而浙江省和北京的这一比例分别达到了70%和83.2%。由此可见,广东省的中小企业亟待提高信息化管理程度。

4. 电子商务支付体系、安全体系、信用体系的建设亟待加强。我国电子商务起步晚,技术上落后于发达国家,支付体系、安全体系、信用体系等各种服务体系的建设还不够完善。只有建立安全可靠的电子商务系统、完善支付体系、信用体系,保证交易信息安全、迅速地传递,才能促进电子商务的顺利发展。任何不安全因素都会引起企业和个人的担忧,都会阻

碍电子商务的发展。

5. 电子商务税收管理困难。电子商务税收管理存在以下一些困难:①纳税主体认定较为模糊。电子商务市场中纳税主体呈现出多样化、模糊化和边缘化,交易双方可隐匿真实姓名、居住地点,难以确认纳税义务人。②课税对象性质难以确定。电子商务在一定程度上改变了商品的性质,税务部门难以确定商品的内容、性质,难以确定征税地和由谁向哪个税务机构纳税,难以确定适用的税种和税率。③纳税地点的确认变得困难。在电子商务市场中,纳税人从事经营活动的地点是多变的,交易地点难以确定。在交易行为发生时所涉及的买方主体、银行、服务器、网络服务商、卖方主体等,都可能处于不同的地理位置,税务部门难以确定纳税人纳税义务的发生地。

二、促进广东省电子商务发展的建议

1. 不断完善电子商务的支撑环境。

(1)加快基础设施建设,提高互联网普及率。①加强电子商务基础设施建设,包括公路建设、电话及电信网的铺建等。②加大对电子商务平台的投资力度。积极引进像阿里巴巴这样的优秀企业,对电子商务规模达到一定程度的企业进行财政贴息。帮助龙头企业建立知名行业网站,集中产品供应与需求信息,以发挥规模经济效用。③建立和完善现代化物流系统。设计城市、乡镇、农村三级配送体系,由电子商务服务平台与城市连锁配送服务网络构成综合服务系统,完善涉及交通运输、仓储、加工、配送、信息等供应链的全过程、全系统的物流服务。只有建设高效的物流体系,才能有效降低企业物流成本,进而有效推动电子商务的发展。

(2)加强信息化管理的宣传和引导,重视电子商务人才的培养。政府要做好宣传、引导工作,增强企业及个人对电子商务的认识和了解。高校可开设相应的电子商务专业,并加强与科研机构及相关企业的合作,搞好学科体系建设。政府应积极鼓励企业与高校联合开发电子商务应用技术,培养相关管理人才和技术人才。企业应积极开展电子商务信息化管理人才培训,提高管理人员素质,建立一支专业的电子商务管理人才队伍。

(3)重视法律制度建设和技术标准建设,优化信息化管理

发展环境。制定规章制度和政策标准,使电子商务交易“有法可依”。完善银行信用体系,不断提高系统风险防御能力和风险应急能力,加强个人信用信息基础数据库的管理,认真落实《电子签名法》,保证电子商务交易的安全和效率。

2. 努力推进中小企业信息化管理建设。①建设企业内部ERP系统。建立集生产计划管理、供应链管理、财务管理于一体的ERP系统,有效安排企业的经营活动,使企业管理流程更加清晰、预算控制更加有效、企业决策更加科学。②积极参与各种电子商务交易。中小企业投入少、生产能力有限的特点使其可以实施更为灵活的生产策略。电子商务平台可以让企业及时获取最新的供求信息、价格信息,企业可以根据这些信息开拓更为细小的目标市场进行精准营销,使产品具有差异化和个性化,在量少样多的目标市场中获得成功。③构建门户网站,加强与科研机构及高校的合作。中小企业在人才、资金上的限制使其在技术创新方面较弱。通过构建门户网站,中小企业既能很好地对外宣传自己,又能与高校及科研机构建立合作关系,结合市场需求进行技术创新,获取知识产权,以逐渐形成技术壁垒。

3. 提高电子商务的税收管理水平。

(1)加快电子商务税收法律制度的建设。现行税法未对电子商务行为是适合征收增值税还是营业税作出具体规定。税务部门根据《营业税暂行条例》的规定,多把网店经营者的收入列入“其他服务业”征收营业税,这缺乏合理的法律依据。为此,我们需要完善《营业税暂行条例》,明确电子商务行为的纳税义务,划清征管权限。

目前,B2B商业模式发展最为成熟、规模最大,国内外对其研究较多,主要是将其纳入增值税范畴依法征税,操作上日趋完善。因此,我们可以借鉴发达国家的做法,依国情采取适当税率征税。B2C商业模式涉及内容比较复杂,应区别对待以促进其发展。具体来讲,可参照发达国家的做法,对于纯粹的虚拟产品或服务,如Q币、游戏币、各门户网站的增值服务等,因其对实体经济发展没有促进作用,还可能扰乱金融秩序,所以必须加重其税负,用增值税辅以消费税对其征税,以限制其发展。其他虚拟商品如软件、视频文件等,需加大产权保护力度,给予正版商家优惠的税收政策。一般实体商品应按照实体经济的税收政策征税。对科教、文化、卫生等公益性产业采用适当的优惠税率。C2C商业模式的卖家都是规模很小、利润空间很窄的个体经营者,甚至是不以盈利为目的的业余爱好者,大多数不具备纳税条件。C2C商业模式市场规模虽小,但在现代商业中所起的作用却相当大,能解决就业问题、方便消费者,一些二手商品的自由流动也有助于提高人们的福利水平。因此不鼓励对C2C商业模式征税。

(2)推进电子政务工程、税务部门网络化建设。广东省可借鉴发达国家的成功经验,加强税务部门自身网络化建设,开发和维护好税收征管的电子平台,为市民提供政务信息和重大新闻,及时向市民、企业提供工商企业年报、社会保险、住房公积金等信息。

(3)统一电子发票管理和在线申报。电子商务具有无纸

化、高效率、无址化等特点,应当在《税收征收管理法》及相关法律法规中确立电子发票的合法地位,明确电子发票与纸质发票具有相同法律效力;应当在现行《发票管理办法》中引入电子发票管理的规定,对电子发票的申领、开具、传递等做出严格规定;纳税人可以在线领购、在线开具、在线传递电子发票,并实现在线申报;税务机关可以对企业的经营情况进行在线监控、实时监控。

具体而言,需要先定好电子发票的规格,制定电子发票的使用、保管、缴销等程序,通过在电子商务主体的交易终端上加装税控装置或是在相应的认证平台上加载电子发票装置,向纳税人提供电子发票服务。企业向税务机关申领电子发票之后,税务机关须对申领的电子发票加防伪码,并预填电子发票的有关项目,以防止电子发票被转移使用;企业对于开具完毕的电子发票只能以只读方式打开阅读,而不能以读写方式进行修改;企业填写完电子发票必须经税务机关备份才能传递给交易方,并且在企业抵扣进项税额、统计销项税额和申请出口退税时,其电子发票将与税务机关的备份进行核对。企业每次通过电子商务达成交易后,必须开具电子商务交易专用发票,只有将开具的专用发票以电子邮件的形式发往银行,才能进行电子账号的款项结算。纳税人在银行设立的电子账户必须在税务机关登记,并使用真实姓名以方便税收征管。

对企业而言,使用电子发票不仅能提高经营效率,还能节省邮寄纸质发票的成本,有效降低企业的经营成本。对消费者而言,消费者也不用担心因电子商务的隐蔽性、虚拟性等特点而发生的购物风险。对税务机关而言,可以根据电子发票所记录的交易信息监控网上交易的情况,防止税款的流失。

(4)建立网上交易支付监控系统,完善电子商务税务稽查。①税务部门应与各银行联网,及时获取网上支付信息以监控网上银行账户资金的流动情况,并要求主要的网络运营商每隔一段时间上报其电子支付平台的总体运行状况,作为电子商务税务稽查的依据。②加强对发票的稽查。依靠纳税人按规定建立的计算机发票管理系统和税务部门税收征管大系统中的发票管理子系统,检查纳税人开具的发票是否按时依法申报纳税。③会计账目稽查。主要检查其应用的会计核算软件是否可靠,是否有更改现象,相关数据是否按规定完整、及时、准确地录入会计核算软件。④电子商务物流稽查。针对电子商务的特点,对其物流监控除了盘点库存外,还应与特定场所如港口、车站、邮局及第三方物流等场所联网,获取实时物流电子信息,掌握和监控经营者的物流情况。

主要参考文献

1. 曾强. 电子商务的理论与实战. 北京: 中国经济出版社, 2000
2. 周忠海. 电子商务法导论. 北京: 北京邮电大学出版社, 2000
3. 董根泰. 网络经济与电子商务. 北京: 经济科学出版社, 2001
4. 杨路明. 论电子商务对我国的影响及应对措施. 经济问题探索, 1998; 12