

数字经济背景下的网络带货主播涉税问题探究

梁小培

合肥科技职业学院, 安徽 合肥 230000

DOI: 10.61369/IED.2025020023

摘 要： 数字经济背景下，网络直播带货作为一种新兴的商业模式，在促进消费增长的同时，其税收征管也面临着诸多挑战。本文探究了网络带货主播的涉税问题，包括纳税主体与税收要素界定难、税收征管遇困境、偷逃税手段多样及税收流失风险大等。研究发现，现有税收政策难以适应新兴业态，部分主播纳税意识淡薄，税收流失问题突出。借鉴国内外先进经验，如欧盟的数字服务税、美国的市场导向型税收规则，本文提出一系列创新对策。一是完善税收法律法规体系，明确纳税主体和税收要素；二是利用数字技术推进“以数治税”，建立税收大数据平台；三是加强纳税服务与宣传教育；四是强化跨部门协作与税收信用体系建设。这些措施旨在规范税收征管，保障国家税收利益，推动网络带货主播行业健康可持续发展。本研究为数字经济背景下新兴业态的税收治理提供了理论参考和实践启示。

关 键 词： 数字经济；网络带货主播；税收征管；税收流失；以数治税

An Investigation into the Tax Issues of Online Delivery Anchors in the Context of Digital Economy

Liang Xiaopei

Hefei Vocational College of Science and Technology, Hefei, Anhui 230000

Abstract： In the context of the digital economy, live-streaming commerce has emerged as a novel business model that drives consumption growth while presenting significant challenges in tax administration. This study examines the tax-related issues faced by live-streaming sales hosts, including difficulties in defining taxable entities and tax elements, obstacles in tax collection, diverse tax evasion methods, and substantial risks of tax leakage. The research reveals that existing tax policies struggle to adapt to emerging industries, with some hosts demonstrating weak tax compliance awareness and prominent issues of tax leakage. Drawing on advanced practices from both domestic and international sources, such as the EU's digital services tax and the US market-oriented tax rules, this paper proposes a series of innovative measures. First, to improve the legal framework for taxation, clarifying the roles of taxpayers and the elements of taxation; second, to leverage digital technology to advance 'data-driven tax administration' by establishing a big data platform for tax information; third, to enhance taxpayer services and public education; fourth, to strengthen inter-departmental collaboration and the development of a robust tax credit system. These measures are aimed at standardizing tax collection and administration, safeguarding national tax interests, and promoting the healthy and sustainable development of the online delivery host industry. This study provides theoretical reference and practical enlightenment for the tax governance of emerging business forms in the context of digital economy.

Keywords： digital economy; online delivery anchors; tax collection and administration; tax loss; digital tax governance

一、网络带货主播行业发展现状及特点

(一) 行业发展概况

网络带货主播产业作为数字经济时代催生出的新型商业模式，其历史沿革可追溯到2016年电商平台对直播销售模式的初步

探寻，2020年全球新冠疫情这一突发性公共卫生事件成为该行业发展的关键转折点，疫情防控措施带来的居家隔离政策刺激了线上消费需求，推动直播电商产业规模大幅提升。

依据艾媒咨询近期公布的调研数据显示，2022年度我国直播电商行业的总体规模已然达到了1.4万亿元人民币，相较于上一年

同期增长了53.7%，此数值在网络零售总额里的占比超过了15%，结合当下5G通信技术快速普及以及消费者购物行为不断演变的情况，相关行业分析预测指出，2025年这个市场规模很有可能突破2万亿元^[1]。

当前行业发展呈现出三大典型特征：

当下直播行业的经营主体呈现出多元化的特性，各类市场参与主体在形态方面存在较为十分突出的差别，主要覆盖以下四种类型：借助平台流量支撑来开展业务的个人主播、和专业化MCN机构构建合作关系的签约主播、由品牌商自行组建的直播运营团队以及平台直接进行管理的官方主播群体。以谦寻、美ONE作为代表的头部MCN机构已经构建起相对完善的产业生态体系，个体主播的发展主要依靠平台给予的流量扶持机制。

研究有了新发现，如今网络主播的收入结构呈现出多元化发展态势，其经济收益突破了以往传统单一的商品销售佣金模式，构建起涉及固定展示费用、商品交易总额提成、观众虚拟礼物打赏、商业广告合作以及知识服务变现等复合型收入体系，行业头部主播的单次直播活动经济收益规模已达到千万元量级，这一现象体现出新兴直播经济模式有巨大的商业潜力。

研究得出的结果显示，这种运营模式呈现出较为十分突出的虚拟化特性，它的核心业务流程囊括了商品展示、交易协商以及资金结算等多个环节，这些环节都是依靠数字化平台来达成的，这样一种非接触式的交易机制，在提高商业效率的由于其资金流转路径存在隐性特点，引发了监管方面的难题，具体体现为主播的收益大多时候分散在多个电子支付账户之中，这无疑增加了税收征管工作的复杂程度。虚拟数字人主播技术的迅速发展，让传统劳动关系的界定标准遭遇了新的理论方面的挑战^[2]。

（二）数字经济对行业的影响

随着数字经济不断深入发展，它对于产业运行机制所产生的变革性作用变得日益明显，具体而言可归纳为三个关键层面：

随着商业活动朝着全面数字化方向不断迈进，交易行为可达到全程可追溯以及深度分析的目标，于电子商务领域而言，平台运营方借助采集以及分析用户浏览行为数据，持续对其个性化推荐系统的算法性能给予优化，制造业企业借助部署设备传感器网络，获取实时运行数据，以此为预测性维护策略的施行提供数据方面的支持，金融机构依据多维度的信用评估数据，开发定制化的金融产品以及服务。可以看出，数据已经从传统交易过程中所产生的附属产物，逐渐演变成驱动现代商业发展的关键生产要素。

服务所有的无形化特征对传统价值评估体系提出了变革性的要求，就拿网络主播所提供的“情绪价值”以及在线教育平台的“学习效果”来说，这些服务产出很难凭借常规量化指标给予准确评估，推动了互动频率、课程完成度等创新性评价维度的出现，在知识付费和心理咨询等服务领域，用户主观体验数据相较于有形产出有着更为关键的评估价值，这一现象促使相关行业构建与之相适应的新型价值评判体系。

随着时间与空间以及行业界限逐渐消失，无界化的趋势正以深刻的方式重塑产业分工体系，跨境电商平台给中小企业创造了直接参与国际贸易的途径，平台型企业借助整合金融、物流等多个业务领域，达成了跨行业的融合发展。这种变革趋势推动了产业结构朝着转型升级的方向发展，还催生出了以“数字全球化”

作为特征的新型经济生态^[3]。

二、网络带货主播涉税问题分析

（一）数字经济下的纳税主体与税收要素问题

1. 主体界定困难

随着数字经济的蓬勃兴起，灵活就业形态朝着多样化方向发展，使得纳税主体身份认定变得日益复杂。个体网络主播有可能同时兼具自然人、个体工商户或者工作室等多种经营主体身份，MCN机构和主播之间的合作关系，可能构成传统的劳动关系，也可能形成劳务合作关系，这种模糊状况给纳税义务的清晰界定给予了挑战。针对这一情形，税务机关需要综合考虑合同条款、收益分配机制等多个因素展开专业判断，然而现行税收政策体系尚未全面覆盖这些新兴就业形态的特殊性，急需加以完善^[4]。

2. 收入性质模糊

新兴数字内容产业比如直播以及短视频领域呈现出多元化盈利模式，主要有观众打赏、广告收益和电商佣金等，不过其税务处理标准存在不少有争议的议题。平台用户打赏行为产生的收益，在税务实践中，有可能被归为“偶然所得”项目，适用20%的比例税率，也可能被认定为“劳务报酬所得”，适用3%至45%的超额累进税率，类似的，电商推广佣金在税收属性认定上，也有“经营所得”和“劳务报酬所得”的区分可能。这种税收定性标准的不同，会造成实际税负水平波动，还可能引发纳税主体的税收筹划行为，产生潜在的税务合规性风险^[5]。

3. 纳税地点争议

随着数字经济迅速发展，传统的地域边界持续被突破，像网络主播以及电商从业者这类经营主体，普遍呈现出跨区域运营的特性，可是现行税收征管体系依旧主要按照企业注册地或者实际经营地来确定税收管辖权，这样的制度安排跟数字经济跨域特性产生了矛盾。当某个网络主播在A地完成工商登记，在B地进行直播活动，最终于C地实现收入结算时，三地的税务机关都有可能依据不同标准来主张征税权，使得企业面临重复征税风险或者引发税收征管方面的争议。为有效处理这一问题，急需在税收制度层面构建清晰的跨区域税收分配机制，以此来防范税源争夺现象并堵住征管漏洞^[6]。

（二）数字经济下的税收征管困境

1. 税源监控难：虚拟交易导致真实收入难以掌握

在数字经济不断发展的过程当中，直播打赏、虚拟礼物以及知识付费等新型的线上交易模式随之出现，这些交易主要依靠电子支付手段来达成，大多时候缺少传统纸质发票等有效的凭证，有部分纳税人利用虚拟交易本身所有的隐蔽性特点，依靠收入拆分、利用私人账户收款等操作来躲避税务监管，使得税务机关很难准确获取实际的应税收入数据。就拿网络主播群体来说，他们的收入来源一般分散在多个平台或者第三方支付渠道，这样的收入分散状况增加了税务稽查工作的复杂性和难度。

2. 信息获取难：平台数据共享机制不健全

当前实施的《电子商务法》以及《网络交易监督管理办法》等法律法规，已经明确规定电子商务平台需要向监管部门报送经营者数据，然而在税收征管的实际操作过程中，平台与税务机关之间的数据共享机制仍然存在一些缺陷，一方面是部分平台出于

商业利益的考虑，或者受到技术瓶颈的限制，没有可完整且及时地提交交易流水、收益分成等核心涉税数据，另一方面，跨境数字服务由于其自身有的跨境属性，使得税务机关在获取数据方面面临着更大的障碍。这种双重困境在客观上使得数字经济领域的税收监管漏洞扩大，税收流失风险也相应增加。

3. 征管手段滞后：传统征管方式难以适应新业态

当下的税收征管机制主要是依据传统经济形态搭建起来的，不过数字经济有跨区域特性、虚拟化属性以及分散化特征，这就让基于发票管控和属地原则的传统征管模式遭遇了实施困境。

灵活就业群体的税收征管存在问题，当前个人所得税分类课征制度，没办法准确体现这类群体多元化收入特点以及实际税负承担状况。

当下税收征管体系面临的新挑战是，对于区块链、元宇宙等数字经济新兴业态，尚未构建起完善的税收监管框架，这种制度空白使得税收征管工作的复杂性和不确定性有所增加^[7]。

三、国内外经验借鉴

（一）国内实践

浙江省税务部门创新运用“税务主播”模式，借助直播平台以及短视频等新兴媒介途径来开展税收政策宣传教育工作，此模式切实提升了纳税人的税法遵从意识，具体实践呈现出税务工作人员以网络主播身份解读政策，着重针对个人所得税汇算清缴、电子商务税收这类社会关注度较高的涉税议题展开专题讲解，有效提高了税收政策的传播效果以及社会影响力。

广东省所推行的“以数治税”创新实践着重关注直播电商领域，税务主管部门与电商平台运营商携手合作，共同搭建起借助大数据的税收监控体系，此系统可实时获取网络主播的营业收入以及平台佣金分配等关键涉税信息，达成了对行业税收征管的智能化升级，提升了税收监管的精准度，遏制了该领域潜在的税收违法行为^[8]。

（二）国际经验

在数字经济背景之下，税基侵蚀给予了挑战，欧盟为此实施了数字服务税政策，此税制是针对大型科技企业，依靠数字广告投放以及用户数据交易等业务活动产生的营业收入，设定了差异化税率标准，税率在1%至5%之间。

市场导向型税收规则是一种制度设计，它把终端用户的地理分布当作税收管辖权的判定基准，借助征税权和价值创造空间相耦合的方式，打破了传统企业注册地原则所存在的局限性。

（三）OECD“双支柱”方案：

支柱一作为国际税收体系改革里的关键举措，它借助对跨国

企业利润征税权分配机制给予重新构建，以此来保证市场所在国可以得到跟其经济贡献相契合的税收权益。支柱二设定全球最低企业税率（15%），防止恶性税收竞争^[9]。

四、解决对策与建议

（一）完善法律法规

完善收益类别划分机制：在网络直播领域，存在着打赏收益、推广佣金以及广告收入等有不同性质的所得，对于这些所得，需要在税法层面清晰明确其应税项目的归属以及适用的税率标准，可考虑将观众打赏行为所产生的收益统一界定为按照“劳务报酬所得”进行课税的范畴，而把在商品推广活动中获取的销售佣金明确纳入“经营所得”这一税收分类当中来进行征管工作。

（二）创新征管模式

要构建覆盖全国的直播电商税收监管体系，可考虑整合电子商务平台、第三方支付系统以及社交媒体的数据流，以此建立智能化税收大数据平台，这个平台有实现主播收入动态追踪和实时申报的功能，可保证“交易完成即同步完成税务申报”这一监管目标达成。

搭建平台代扣代缴制度体系：借助立法清晰界定抖音、淘宝等电商平台的税收代扣代缴责任，推行源头性税源管控举措，以此有效抑制偷逃税现象的出现。

（三）强化协同治理

为了提高对新兴经济业态的监管效力，建议构建跨部门协同监管体系，借助税务主管部门、市场监督管理机构以及网络信息管理部门之间的数据互联互通机制，着重针对网络直播行业高收入从业者以及跨境电子商务经营者开展联合稽查行动。

加强税收违法惩戒机制，采用高额经济处罚和信息公开公示两种惩戒措施相结合的方式，针对蓄意逃避纳税义务的行为进行严厉打击，以此构建起有效的法律威慑体系。

（四）优化纳税服务

研究希望能够构建专业化申报平台，以契合灵活就业群体纳税需求，此平台设有便捷申报通道，可实现多源收入数据的智能汇总以及自动计税功能^[10]。

凭借创新性地运用“税务主播”以及短视频等数字化传播方式，可针对新业态从业人员开展专项税收政策辅导工作，切实提高他们对税收政策的认知水平。

制定行业税收规范指引，针对直播电商以及跨境电子商务等新兴业态，编制有可操作性的税收实务指南，系统地梳理典型业务场景之下的税务处理流程与标准。

参考文献

[1] 马治国. 徐济宽. 数字经济背景下“盲盒”营销模式的法律治理 [J]. 北京工业大学学报 (社会科学版), 2022, 022(001): 106-118.
[2] 毛劼. “网络直播+带货”模式下税收治理难题及对策研究 [J]. 财政科学, 2022, (10): 126-134.
[3] 刘奇超, 沈涛, 曹明星. 从 BEPS 1.0 到 BEPS 2.0: 国际税改“双支柱”方案的历史溯源、体系建构与发展趋势 (上) [J]. 国际税收, 2024, (01): 41-53.
[4] 李勇. 从典型涉税案例看个税纳税筹划风险 [J]. 中国注册会计师, 2022, (06): 120-122.
[5] 毛家祥, 石玥, 湛城. 数商赋能乡村振兴视域下直播带货策略研究 [J]. 东西南北, 2023(14): 0075-0077.
[6] 张俊发, 马陈龙. 数字经济视域下网络直播带货行为的法律规制 [J]. 南海法学, 2024, 8(1): 113-124.
[7] 唐紫怡, 温艳婷, 韦明慧. 乡村振兴视野下网络直播带货农产品的规范发展 [J]. 科技和产业, 2024(18).
[8] 邓学飞, 孟新华, 吕敏. 平台经济下直播带货税收治理问题研究 [J]. 税务与经济, 2022(5): 45-52.
[9] 周津汁. 数字经济背景下农产品直播电商营销策略探析 [J]. 电子商务评论, 2024, 13(1): 319-326.DOI: 10.12677/ECL.2024.131039.
[10] 鲁瑶. 数字经济背景下农产品电商直播营销策略及创新路径探析 [J]. 中国农业会计, 2023, 33(12): 83-86.DOI: 10.3969/j.issn.1003-9759.2023.12.026.