

# 電子商務交易與第三方支付方式對營業稅課徵之影響

## The Impact of E-commerce transactions and Third party payment method on Business Tax

呂德財<sup>1</sup>

崑山科技大學  
keng@mailksuedutw

耿怡<sup>2</sup>

崑山科技大學  
tsair@mailksuedutw

黃惠瑜<sup>3</sup>

崑山科技大學企業管理研究所  
yu50402@gmail.com

### 摘要

電子商務數位經濟改變企業的營運模式，傳統商業模式人、事、時、地、物的疆界已被跨越，衝擊現有租稅制度，使稅捐機關面臨重大的挑戰。故本研究將以電子商務交易中 C2C 交易模式為主，探討稅捐機關如何應用甫定訂並通過的第三方支付專法，針對數位經濟下的交易，提出解決營業稅課稅政策雛形：

- 一、如何規範第三方支付業者，以利於營業稅稅務行政之管理。
- 二、研討簡化電子商務營業稅稅籍登記及課稅方式，結合電子發票制度與第三方支付業者資訊技術能力，運用課稅資料蒐集方法，主動增加 C2C 稅捐課徵效率之可能。
- 三、並提供電子商務 C2C 營運模式中，稅基流失問題適切的政策建議，以供未來稅法制訂。

**關鍵字：**電子商務、第三方支付、C2C

**Keyword:** E-commerce、Third Party Payment、Consumer to Consumer

### 1. 緒論

#### 1.1 研究背景與動機

資策會產業情報研究所 (MIC) 對消費者網購行為進行調查，發現臺灣消費者年網購消費總額呈現上漲趨勢，從 2014 年 21,681 元到 2016 年 27,715 元，2016 年也相較 2015 年的 24,744 元成長了 12%，顯示臺灣消費者對網路購物的依賴度有持續加深的趨勢且每月網購金額占每月消費總支出的比例也逐年上漲，相較於 2014 年僅占 123% 與 2015 年占 154%，2016 年時已達到 178%。

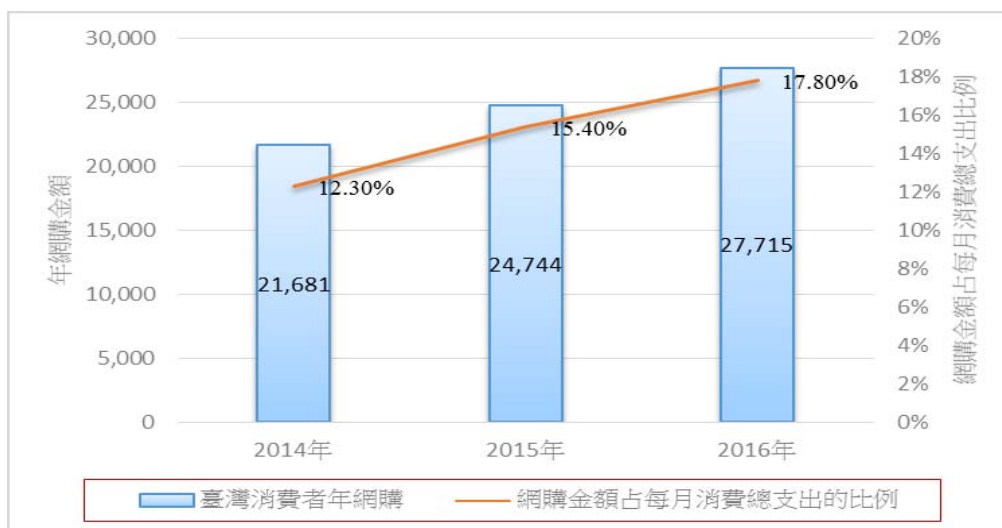


圖 1-1 資策會資料整理

據此，從近三年占比的成長可看出，隨著資訊科技的發展，帶動網路、通信技術的突飛猛進，網路線上交易金流的收付方式成為電子商務的重要工具與議題。網路延伸到行動裝置上更讓大眾可隨時隨地使用網路，透過更快速的行動上網和無線網路，讓電子商務成為熱門的新興商業交易模式。利用銀行轉帳、郵局匯款等方式，隨著網購規模不斷的擴大，傳統支付方式已經無法滿足消費者及賣家帳務的需求。

新興的電子支付工具將電子商務中的金流和物流分流，而具有安全性、可靠性、可擴展性、匿名性、可接受性、保密性、高效率與方便等優點(賴慶宇, 2013)，使銀行建立的網路銀行為電子商務網站提供主要的支付對口。但是，許多的中小型賣家營業額低，未達一般銀行特約商店門檻，無法提供信用卡刷卡服務，或中小型商務網站缺乏資金和技術，難和多個網路銀行做支付結算的連結接軌。加以銀行由於交易成本的限制，不可能無限制處理眾多的小額、零散的交易，常見「買家收貨不付款」、「賣家收款不發貨」的網路交易糾紛，造成網路支付的安全和信用問題亦未能解決，影響電子商務的成長。

因此，發展更便捷的網路支付工具、各種新的支付方式與工具的需求，促使金融科技成為全球化國際社會中的發展電子商務必要的利器。國際上，美國的 PayPal 首推新型態的電子支付系統「第三方支付」，旋即成為電子商務重要支付方式。

## 12 研究目的

電子商務數位經濟時代來臨，企業的營運模式產生重大變革，傳統商業模式人、事、時、地、物的疆界已被跨越，企業得以更靈活的方式運作，同時衝擊現有租稅制度，使稅捐機關面臨重大的挑戰。而電子商務經營模式消費者對消費者(C2C)，因為進入的門檻低，無需特定的營業場所，降低營運成本，不少 C2C 賣家逐漸發展成進銷型以營利為目的賣家，部分企業對消費者(B2C)、企業對企業對消費者(B2B2C)的賣家，為了規避稅務機關查核，紛紛兼營 C2C 或改以 C2C 經營；加以第三方支付平台整合多樣化的電子支付方式，提升電子貨幣的效率與方便的特性與優勢，也使電子貨幣有逐漸取代實質貨幣的趨勢；但是新型態電子支付系統的方便、效率，卻也是洗錢犯罪者最有效率的工具(張志全, 2008)，讓 C2C 更具隱匿性，造成營業稅稅基的流失。實務上，該類型獲通報資金流進出情形，每季達千萬新台幣，顯然已非賣日常用品、二手貨物之類。縱然稅捐稽徵機關對於電子商務此類新興銷售交易模式，雖試圖透過海關進口報單(物流)、金流及資訊流等課稅資料，以掌握適格的租稅主體，惟為了保障電子交易安全的各項加密機制，成為稅捐查緝最大的阻礙。

緣我國甫定訂並通過第三方支付專法，第三方支付服務的內涵涵蓋「代收代付」、「儲值」及「預付」等，並涉及跨境電子商務國際課稅相關議題，稅捐機關如何應用新的角度及方法，針對數位經濟下的交易，制定合理並有效的課稅方式，是有必要加以研究，故本研究目的將以電子商務與第三方支付之營業稅課稅為主，就下列議題提出解決，找出營業稅課稅政策雛形：

- 一、研討現行營業稅相關法規規範與電子支付法規，如何規範第三方支付業者，以利於營業稅稅務行政之管理。
- 二、研討簡化電子商務營業稅稅籍登記及課稅方式，結合電子發票制度與第三方支付業者資訊技術能力，運用課稅資料蒐集方法，主動增加 C2C 稅捐課徵效率之可能，使 C2C 業者免於違法逃稅之心理。
- 三、並提供電子商務營運模式中 C2C 稅基流失問題適切的政策建議，以供未來稅法制訂。

## 13 研究方法

本研究以臺灣博碩士論文知識加值系統論文及利用網際網路搜尋引擎找尋國內外最新期刊等蒐集資料為基礎，參考政府部會研究第三方支付制度、法律及網路交易、跨境電商銷售貨物與勞務的議題，透過研讀相關資料，以瞭解電子商務與第三方支付運行模式及我國與其他國家在該議題的發展現況，歸納並析新形態支付方式所衍生的課稅議題，最後針對我國第三方支付所制定之稅法規範，提出本論文結論與建議。

## 14 研究範圍與限制

電子商務依其交易商業模式包括企業對企業(B2B)、企業對消費者(B2C)、企業對企業對消費者(B2B2C)、政府對企業、消費者(G2B、G2C)、消費者對企業(C2B)、消費者對消費者(C2C)及離線商務模式(O2O)。其中 B2B、B2C、B2B2C、G2B、G2C 交易的部分尚可藉由加值型營業稅勾稽機制及統一發票機制掌握稅源，故本研究僅對消費者對企業(C2B)、對消費者對消費者(C2C)及離線商務模式(O2O)透過第三方支付交易平台之電子商務作為研究範圍。

緣營業稅進、銷項等申報資料為營利事業所得稅之營業收入、費用與成本的前端來源，故本研究僅以電子商務交易與第三方支付之營業稅課稅為主軸，提出營業稅課稅政策性建議與改進的方法。本研究蒐集之文獻，多為各學術研究單位之期刊或網站公開之資料，在法令與資訊技術的時、空背景改變下，研究者與讀者的了解程度有所不同；且彙整的歸納、分析或結論涉及個人有限查緝經驗與資料，故未臻周延。

## 2. 電子商務介紹與對銷售稅課徵的影響

### 21 電子商務定義：

電子商務(BC; Electronic Commerce)電子商務是指經由網路進行的商務活動，包括有商品交易、廣告、服務、資訊提供、金融匯兌、市場情報、電信以及育樂節目販售活動等(馮震宇、錢世傑, 1999)，即利用網際網路、企業內部網路或附加價值網路，以電子交易方式進行交易和相關服務活動。把傳統商業活動以電子傳遞的型態經由網路完成傳統交易的模式，內容範疇包括企業供應鏈管理、存貨管理、電子資料交換、線上服務處理、網路行銷和資料收集系統。

經濟部商業司(2013)電子商務年鑑則定義電子商務係指企業以領先的資訊科技，藉由作業的流程改造，來達到降低企業營運成本，一方面提升整體作業效率，另一方面可增加客戶滿意度與信賴之商業活動。廣義而言，透過網際網路進行交易活動或相關的商務活動都可稱之電子商務。電子商務所涵蓋的範圍，包括「商業交易」，還包括各種的電子化服務等。本研究係針對營業稅課稅範圍來探討，僅以具「交易」性質的電子商務為對象。

### 22 電子商務經營模式：

網際網路上各種商業活動，從交易對象可將企業經營電子商務的型態區分為：

1. 企業對企業(Business to Business; B2B)：企業間運用網際網路從事商業活動，包括整合上、中、下游企業間訊息流動。B2B 模式早期採用電子計算機開立發票，本身會計制度較為健全，現今多申請採用電子發票，並透過買、賣方加值服務中心(資料庫)交換與加值型營業稅勾稽機制，較不易發生逃漏稅並可簡化稅捐稽徵機關的工作及人力。
2. 企業對消費者(Business to Consumer; B2C)：企業架設網站，透過網際網路對消費者(客戶)提供購物、個人理財及證券下單等商業服務。政府部門推動電子發票，除企業須主動寄發電子郵件、簡訊通知發票資訊，或於試驗買賣確認後寄發統一發票予買受人外，並增加電子發票中獎金額與獎度，使消費者主動索取統一發票，以確保交易安全及透過全民稽核，以達防杜逃漏之目的。
3. 消費者對消費者(Consumer to Consumer; C2C)：消費者間透過競標網站或拍賣網站等平台，自行議價，平台業者如露天拍賣、YAHOO 拍賣等會提供交易評價紀錄供雙方參考。雖有網路評價機制，但仍常發生詐欺、品質不良、惡意棄標等消費糾紛且該類型檢舉與逃漏稅通報案件層出不窮，交易累計金額，動輒上千萬，已非傳統二手商品、日常用品的小額買賣規模，不但造成營業稅基的流失，亦違反租稅公平原則。
4. 消費者對企業(Consumer to Business; C2B)：線上社群提供者聚集相同興趣的消費者形成一個虛擬社群來分享資訊、知識、甚或販賣相同產品，組成採購團體，提高其議價能力，以取得優惠的價格。

5. 企業對企業對消費者(Business to Channel to Consumer; B2B2C)：企業提供網路商城等電子商務平台，提供金流及物流服務，讓中小型企業與消費者之間進行電子商務交易。
6. 政府對企業、消費者(Government to Business, Government to Consumer; G2B、G2C)：由政府結合政府機構、事業單位、金融機構及財金公司現有平台與通路，進行電子採購與招標、人才招募，提供民眾各種資訊服務。
7. 離線商務模式(Online to Offline; O2O)：發起人或團主在網際網路利用打折、提供信息、服務預定等方式，把實體商店的消息發送給網友，引導網友到實體商店消費，該模式特別適合必須到實體商店消費的商品和服務。實務上，交易過程常有賣家或團主要求用 Line 或 FB 議價，消費者常無法取得發票或購買證明，甚至無退貨管道，而且團主的廣告及佣金收入等常有逃漏稅情事。

### 23 電子商務基本架構：

一般認為電子商務的經營活動至少包括商品的銷售、商品的運送、貨款的支付、資訊的交換等基本運作架構，即商流、物流、金流、資訊流、設計流與服務流等六大構面(徐立衡，2013，圖 2-1)。依據經濟部商業司「電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫」調查，2015 年台灣電子商務市場產值約 1009 億元，預估 2016 年台灣電子商務市場規模將達到 11277 億元。隨著電子商務市場成長，網購規模不斷的擴大，傳統的金流支付方式已經無法滿足消費者及賣家帳務的需求，而任何交易過程中，買方應履行的清償義務即是如何交付金流以完成交易行為。

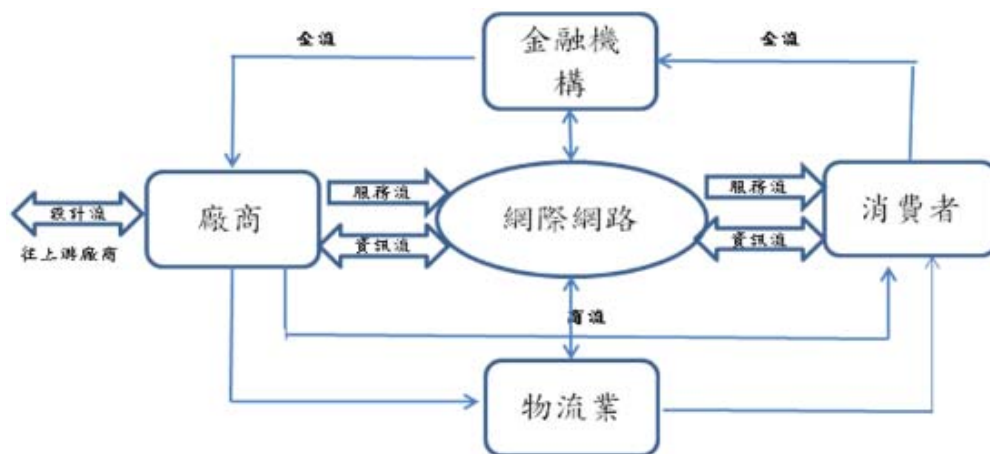


圖 2-1 電子商務六大構面以 B2C 經營模式為例 資料來源：徐立衡(2013)

### 24 電子商務金流支付工具：

1. 電子商務的資金流範圍包括付款、理財活動、繳稅費等，而本研究範圍為具「交易」性質的電子商務 C2C 等模式為主，金流方面以提供買方(或付款人)與賣方(收款人)金流服務的業者及其支付工具為對象。電子金流是指透過電腦網路以具備數位資料交換與資訊認證完成收付雙方資金的移轉行為。
2. 電子商務六大主要構面，以金流是電子商務成功的關鍵因素。電子商務由於行動通訊普及、社群媒體發達，網路業者跨入以往由金融產業所經營的領域，藉由大數據研究與雲端科技應用，降低金融機構的交易成本。邇來，第三方支付的金流模式，愈來愈受到市場重視。電子商務基於交易互信基礎而衍生出新興第三方支付服務業，對買賣雙方的交易提供足夠的安全保障，而各種科技技術更將金融支付工具與智慧型行動裝置整合為一，發展出行動支付服務。然而，網路支付並不完全等同於第三方支付，網路支付除了包含第三方支付以外，還包括個人網路銀行接支付方式；而第三方支付的本質，是透過第三方參與交易，使交易更安全方便，除了可以在網路進行外，還能透過其他管道完成，如易付寶就已做到離線支付，允許用電話進行第三方支付。
3. 傳統交易付款工具有現金、支票、信用卡、簽帳卡及郵政劃撥等，部分支付方式雖是以網路方式進行，但網路的本質是封閉的。現今電子商務常採電子支付。現今網路交易常見之電子支付方式是由銀行或金流服務業者(如藍新科技、歐付寶等)與網路商家或網路平台業者配合，買家選購貨物後，進入銀行(或金流服務業者)提供整合式付款頁面，點選付款方式，計有信用卡、智慧卡支付、WebATM 付款、便利超商條碼代收或代碼繳費、ATM 虛擬帳號、履約保證方式及電信小額支付。

## 25 第三方支付交易平台加入的影響：

第三方支付平台業者加入電子商務後，使以往由商家、銀行、賣家組成的金流結構，轉變成由商家第三方支付業者、銀行、與賣家組成。以往賣家提供銀行帳戶資料予買家作為匯款之用，賣家必需要取得付款方買家的匯款帳號末四碼，持存簿至銀行刷存款存簿，人工核對匯款方的帳戶資料，始得確認買家已經支付價金，若碰上例假日時，因銀行無營業，還得等到營業日才能進行確認。而第三方支付模式，只要收到第三方支付業者通知出貨即可，俟過了消費鑑賞期或買家通知產品收訖無瑕疵，第三方支付業者便將價金轉入賣家綁定的金融帳戶。加以近年來資訊與金融科技進步，網際網路與手機等結合行動科技發展出行動支付，造成消費者消費習慣改變，甚少使用、攜帶現金，更加仰賴電子支付工具，而第三方支付業者的代收代付服務，將各家廠商或銀行在資訊系統不同上予以整合，再提供網站所需要的各種金流組合服務，如此賣家可以節省電子商務網站到處尋求金流廠商，更給予消費者方便性，促使使用人數成長迅速。

## 26 電子商務國內外相關的租稅文獻

1. 國外電子商務銷售稅文獻：Fox 與 Munay(1997)認為電子商務之資本具高度的流動性，基於效率及租稅中立性，主張電子商務銷售稅之課徵應採目的地課稅原則。而目的地課稅原則若要能夠有效運用，則從事電子商務銷售商與其銷售的市場間必須符合關聯性原則。傳統的關聯性條件要求銷售商要在買方所在地擁有實體的建築物，但在電子商務交易下，關連性原則應改為經濟存在之概念，而無須實體存在。因此，若是透過線上銷售有形商品，應以其相同的銷售方式課以相同之租稅。McLure(1997)認為要解決電子商務對於美國銷售稅制度的衝擊，首先，所有關於有形商品、勞務、無形商品、通訊及網路連線的區別應放棄，無須加以區分。其次，只要是銷售對象為消費者，均須課以銷售稅，而銷售對象若為企業者則予以免稅。而跨州銷售者所進行的交易，應給予和當地銷售者相同的租稅待遇，但對於在該州無實體存在並且銷售額未超過最低限額者，可利用最低銷售額檢定，直接課以最低銷售稅，而無須要求代徵使用稅。
2. 國內有關電子商務租稅議題探討的文獻：賈志豪(2000)電子商務的發展對現行適用於傳統交易方式的稅務行政體系、加值稅制度、國際租稅原則的衝擊與影響，在一般租稅原則上，目前國際間主張租稅中立性的原則應被維持；在關稅課徵方面，透過網際網路，電子化傳輸之數位商品暫緩徵收關稅；在稅務行政方面，要求電子商務銷售商將其申請設立的營業登記編號，顯示於商業網站上，並藉由數位簽章技術確保電子交易資料的完整性及電子現金之管理應制訂一套相當於一般貨幣之法律規定。主張採用消費地課稅原則，且數位化產品將不視為商品。在國際租稅方面，則認為「網站」不視為常設機構、「固定伺服器」需有人員的維護與操作，才能構成固定營業場所，ISP 不視為非獨立地位之代理人等。陳香梅、黃明聖、賈志豪(2002)認為電子商務普遍存在 1.因為網際網路匿名特性與無國界性，難以辨認交易中納稅人身份 2不同以往的交易，稽徵機關可以掌握紙本交易證據，現行電子商務透過網路交易，交易證據難以掌握 3傳統交易的中間者如經銷商、批發商等角色消失，稽徵機關可以掌握課稅點消失，須向廣大的納稅義務人徵收租稅，稽徵成本提高 4網路上交易數位化商品與勞務，是經由網路線上傳送並下載，使稽徵機關不易掌握交易的發生。

## 27 各國對電子商務課稅之相關規範

1. 美國：1997年7月1日發佈了「全球電子商務綱要」(A Framework For Global Electronic Commerce)，建議鼓勵和幫助企業發展 Internet 商業應用，主張：由網路進行交易的無形商品(如電子出版物、軟體、網上服務等)，無論是跨國交易或是美國的跨州交易，以網路訂定契約和網路傳送之數位化商品免徵關稅；對有形商品的網上交易，賦稅則按照現行規定辦理。為防止地方政府對電子商務交易課徵不平等稅捐，1998年通過「網際網路免徵稅賦法案」(Internet Tax Freedom ACT)，給予電子商務交易三年(1998年10月1日至2001年9月31日)的免稅期。美國國會在2001年8月2日接受電子商務諮詢委員會(Advisory Commission on Electronic Commerce, ACEC)的建議，將免稅期延長為五年。2003年7月美國眾議院委員會通過嚴格禁止網路賦稅，要求撤銷課徵存取資料費用的稅金之規定。參議院商業委員會也於2003年7月底通過將永久禁止徵收網路稅，同時將該禁令擴展至所有形式的網路連線，包括無線網路和高速網路服務。眾議院的司法委員會也通過類似的法案。然而美國許多州面臨財政窘困，州與地方政府認為網路已是一個成熟的產業，不應再免徵網路稅，希望聯邦法院能夠立法向網路交易課稅，以避免稅基的流失。

總之，聯邦稅不對電子商務課稅；州稅(地方稅)對有形商品課徵，包含網路訂購實體配送及郵購交易，及對勞務提供者課徵交易稅；但另有補充稅制即使用稅之規定，對跨州購買但未支付銷售稅之商品與勞務課徵。

2. 歐盟：2003年7月1日正式開始實施「電子商務交易課徵增值稅」及「電子商務租稅行政合作」，全面對數位傳輸產品與服務課徵增值稅，舉凡電腦軟體、遊戲、音樂或其他服務，只要透過電子方式提供居住在歐盟境內的消費者，就必須繳稅，並將以電子化方式提供之勞務，由原規定的免課徵增值稅之門檻降低為四萬元。非歐盟境內之營業人必須向歐盟成員國中任一國的稅務當局登記（亦即在該國境內有代理商），並適用該國增值稅稅率課稅，以完納增值稅款。該國徵收稅款後，再依照交易進行的實際地點，把稅款分配給其他歐盟會員國。B2B 提供電子勞務原則以使用者所在地（消費地）為判斷；B2C 自 2015 年起，原則以使用地為判斷。推動與我國類似之電子發票制度，對買賣雙方進行發票及付款資料的傳輸作業。
3. 日本：日本現行制度勞務提供地在日本境內者，視為境內交易，若無法判斷勞務提供地，應以勞務提供者之營業場所所在地為準。日本針對跨國數位服務之消費稅(等同於我國之營業稅)課徵進行修法，從 2015 年 10 月 1 日起適用，建置有境外服務提供者(國外業者銷售電子勞務予日本境內非營業人)營業稅稅籍登記制度。勞務提供地在日本境內者，視為境內交易，若無法判斷勞務提供地，應以勞務使用者之營業場所所在地為準（勞務使用地原則）。另 B2B 的數位服務交易引進逆向課稅機制，亦即接受境外服務提供者提供服務的日本企業將需要申報與繳納消費稅；B2C 境外電子勞務提供者應申報與繳納消費稅。
4. 韓國：自 2015 年 7 月 1 日起，透過公開市場和中間機構銷售電子勞務予韓國境內居住者，而在韓國境內無固定營業場所之境外營業人或非營業人需要辦理簡易營業稅登記，並申報與繳納消費稅。
5. 新加坡：2010 年起修訂電子交易法，外國人投資電子商務須符合新加坡公司登記之相關規定。另外設立分公司須指派兩位當地的新加坡居民代表，代理公司之營運事項。對於電子商務之稅務規範，現有法律規定企業透過電子商務提供產品或服務予消費者或企業之交易須負擔 7%之消費稅；透過電子商務以及電子商務服務中介者在新加坡取得之收入(如技術供應商、平臺提供者等)須繳納收入稅。

### 3. 第三方支付介紹與對銷售稅課徵的影響

根據經濟部「2015 年我國 B2C 網路商店經營現況研析報告」網路商店金流與物流調查結果，在電子商務中能夠直接在網站上完成主要的付費方式有：線上信用卡刷卡、第三方支付、或是網路轉帳交易。圖 3-1 中呈現電子商務經營者在經營網店時所提供的付費方式統計，其中以提供ATM轉帳者最多，提供信用卡刷卡者次之。第三方支付業者則是整合各式支付方式漸為電子商務經營者所青睞。

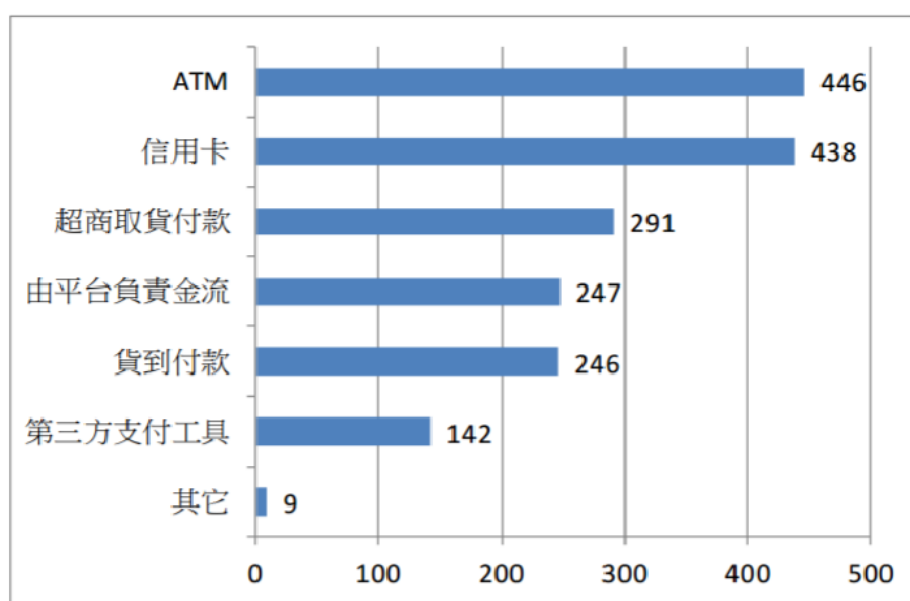


圖 3-1 網路商店提供付款方式 資料來源：經濟部電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫

### 31 第三方支付定義：

徐立衡(2013)指出第三方支付系統，乃指具備一定資產與信譽之第三方機構所提供之金流平台，該機構可為金融業者，或為資訊廠商或是電子商務平台業者，藉由本身之資力與資訊技術，連結付款人之往來銀行帳戶或信用卡，在付款指示發出時，先行介入付款流程而將價金代為保管，待特定條件達成再將款項交付受款人，此方式賣家非信用卡特約商店，仍可使買家選擇信用卡支付款項。國內大部份中小電子商務業者，尤其是 C2C 業者，其資本額、資安與風險管控能力均不足以成為網路特店(特約商店)，無法提供網路信用卡收款服務，因此第三方支付服務便興起，成為金流的代收付服務業者。

但廣義的第三方支付，只要透過買賣雙方以外的第三人負責向買方收取貨款，再透過金融系統或金流平台，將代收貨款轉移給賣方的付款模式，如貨運業者到貨取款或是超商代收貨款等皆屬之。

本研究的第三方支付，係以「電子支付機構管理條例」所規範之電子支付機構為核心，並採「線上支付」的第三方支付類型為主，以廣義第三方為主。

### 32 第三支付的產業經營模式：

第三方支付產業的商模式已演變出多種型態，根據經濟部報告大致可歸納出單純代收付的貨幣傳輸型與網路交易履約擔保兩種模式。

(1)貨幣傳輸型：貨幣傳輸型第三方支付主要目的為克服地理環境之不便與匯款手續繁瑣，支付方式主要功能在於資金的傳輸。

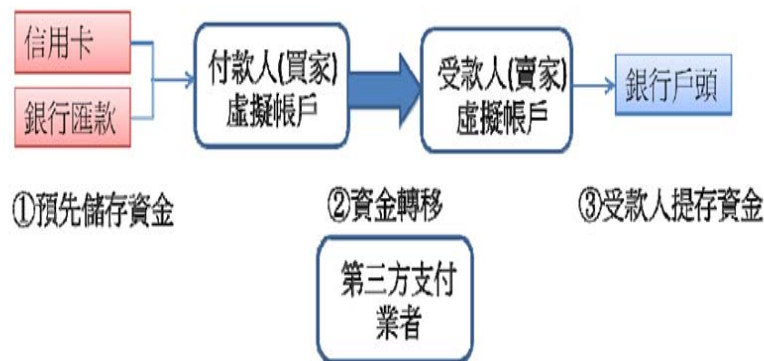


圖 31 貨幣傳輸型第三方支付流程 資料來源：經濟研究第 14 期張郁芝(2014)

(2)網路交易履約擔保型 (Internet Escrow Agent)：網路交易履約擔保型第三方支付模式提供價金履約擔保的服務。當付款人（買家）於網路下單後，經由第三方支付業者提供之資訊平台提供信用卡或是金融卡資訊，向銀行發出支付指令，銀行取得授權後將款項交由第三方支付業者代為保管，業者即通知受款人（賣家）出貨，俟付款人收到貨物通知第三方支付業者，業者再將保管之價金交予受款人（賣家）。

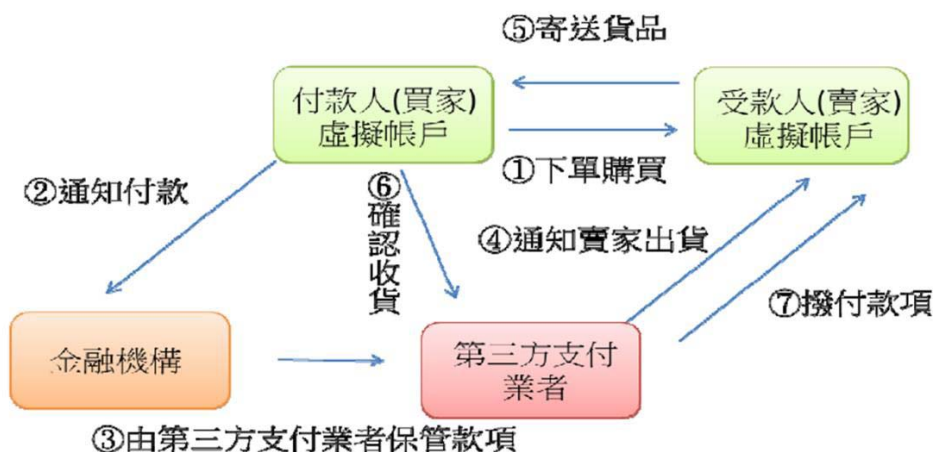


圖 32 網路交易履約擔保型第三方支付流程 資料來源：經濟研究第 14 期張郁芝(2014)

### 33 第三方支付發展概要

第三方代收轉付系統需求源自於 C2C 交易模式，在電子商務特性之一，即時性要求下，金流需直接支付；惟線上交易的支付方式中，尤其是台灣以信用卡為付款主流，但對網路商店而言，收受信用卡須由銀行審核通過，加以 C2C 交易模式特色即是個體商家多如牛毛，嚴格的審核申請過程相對曠日廢時，加上商家技術能力不足，在架設網站、金流機制串接與收款銷帳等方面，更顯得力有未逮，使得部分網路商家轉向求助於資訊廠商協助，第三方代收轉付業者旋即興起。

第三方支付服務，最早源於美國 PayPal 提供類似公正第三人的網路第三方支付服務，由 PayPal 扮演信用中間商的角色，當電子商務平台上成立買賣交易後，買方需先將費用交由 PayPal 暫管，待確定收受貨品無虞後，買方即可通知 PayPal 將貨款給付給賣家。這種結合信託和支付工具的電子服務，如今已然成為電子商務中不可或缺的環節，並迅速成為網路交易主要的付款方式之一，受到電子商務界的高度重視。

第三方支付概念借用了國際貿易中常用的「信用狀押匯」的支付概念。在國際貿易中，交易的雙方由於地域等問題，雙方缺乏彼此的訊息，採用信用狀的方式，把銀行當作一個信用的中轉，用銀行信用的安全性和穩定性來代替商業信用的風險性與不穩定性，促成了國際貿易的快速增長。第三方支付借鏡國際貿易作法，創造其利基價值即在扮演解決提升買賣雙方的便利性、處理效率及排除資訊安全等電子商務的問題。

第三方支付服務有部分的服務和功能與網路銀行是相似的，是一種「虛擬銀行」的作用。現在銀行轉投資的第三方支付提供消費者進行跨境電子商務的支付管道，亦提供國內的網路商家跨足境外網購市場的平台。如我國的第一銀行在 102 年首先成立「跨境第 e 支付」，成為第一個前進中國大陸網購市場的交易平台。「跨境第 e 支付」與大陸「騰訊集團」的子公司「財付通」合作，建立獨立平台為台灣賣家與大陸買家處理交易款項的代收代付。故也有學者認為第三方支付平台是一種全新的業務模式，是基於 IT 的技術和金融科技的有效整合，是一種付款方式的創新。

### 34 第三方支付各國發展比較

1. 美國：美國第三方支付服務，最早源於 1998 年 12 月，PayPal 在美國加州成立，2002 年被 eBay 併購後，成為 eBay 主要付款途徑之一，可在平台轉換 25 種不同之幣別，提供跨國金流服務。Paypal 帳戶持有人以電子郵件識別身分設置虛擬帳戶，使用者可透過一般匯款方式或使用信用卡儲值，交易時由該虛擬帳戶扣款。提供類似公正第三人的網路第三方支付服務，由 PayPal 扮演信用中間商的角色，當電子商務平台上成立買賣交易後，買方需先將費用交由 PayPal 暫管，待確定收受貨品無虞後，買方即可通知 PayPal 將貨款給付給賣家，而 PayPal 則從成交金額中收取一定比例的手續費。另外，買方如有自己的 PayPal 帳戶，可預先儲值，消費時便可直接從自己的 PayPal 帳戶扣款，在台灣買家利用自己的帳戶(預先儲值)扣款，並未收取手續費，相較於傳統 ATM 轉帳，買方須負擔銀行轉帳手續費而言，第三方支付服務較便宜。
2. 中國：支付寶最初是為了解決淘寶網交易安全所設的一個功能，該功能首先使用「第三方擔保交易模式」，類似美國的 Paypal，2004 年 12 月由中國阿里巴巴集團於杭州創辦，現在為阿里巴巴集團的關聯公司，為浙江螞蟻金服旗下的第三方支付平台。支付寶可以進行在線支付，官方應用支持信用卡免費還款，話費 Q 幣充值、水電燃氣費繳款。還可以進行航空旅遊繳費、教育繳費、預定金繳納並進行大型活動購票。支付寶最初是為了解決淘寶網絡交易安全所設的一個功能。目前中國市佔率最高且市占率近半的支付服務公司，自 2007 年起陸續進入海外市場(維基百科)。
3. 我國：台灣的第三方支付服務發展由 1990 年代末期相繼成立的紅綠藍三間公司，分別是 1996 年綠界、1998 年紅陽、2000 年藍新等網路金流公司陸續成立，為提供電子商務網站建置加值服務，所提供的代收代付機制，讓電子商務業者店家不用一家一家跟銀行簽刷卡收單合約，2006 年因網路金流業者提供儲值業務涉及銀行法第 29 條「除法律另有規定者外，非銀行不得經營收受存款、受託經理信託資金、公眾財產或辦理國內外匯兌業務。」之規定。國內網路金流業者無法如同美國 Paypal、中國支付寶公司提供儲存資金及匯兌服務，但是網購平台業者配合我國市場經濟型態發展出超商取貨付款、ATM 虛擬帳號匯款、信用卡付款、貨到付款等其他多元支付方式，提供買賣雙方交易金流服務。

近年在時勢所趨、業者不斷請求下，政府始修法開放。目前台灣的第三方支付服務的業者至少包含支付連 (PChome Online 網路家庭)、Poki/Yapee (中國信託商業銀行)、Yahoo 奇摩輕鬆付 (Yahoo! 奇摩)、歐付寶 (歐買尬及原綠界科技)、智付寶 (智冠)、橘子支 (遊戲橘子)、第 e 支付 (第一商業銀行)、豐掌櫃 (永豐商業銀行)、HyPodet (全球聯網, 手機 app)、Swipy (紅陽科技, 手機 app)、ePay 台灣支付 (藍新科技, 前身為 ePay 個人帳房)、訊航科技速買



配(SmilePay)等(維基百科)。我國的第三方支付根據經濟部公布,所謂「第三方支付服務業」為從事配合金融機構及履約相關條件,並與銀行合作,取得信用卡特約商店資格,提供電子商務(含行動商務)買賣雙方收付擔保之中介機制之行業。

### 35 我國第三方支付服務業法規政策

1. 在業者不斷請求與政府各部門協商下,我國於 2012 年 2 月修正通過「信用卡業務機構管理辦法」,2013 年 3 月鬆綁第三方支付服務的信用卡支付限制,同年 9 月開放銀行與第三方支付服務業者合作提供儲值服務。隨著上網人口的持續增加與消費者習慣的改變,政府於 2015 年 2 月 4 日經總統公布,同年 5 月 3 日施行「電子支付機構管理條例」,明定電子支付機構得經營「收受儲值」及「電子支付帳戶間款項移轉」的業務,嗣於 2015 年 4 月 27 日訂頒「與境外機構合作或協助境外機構於我國境內從事電子支付機構業務相關行為管理辦法」,併同前揭法規於 2015 年 5 月 3 日正式施行,以降低小額交易支付成本,建立有利小型及個人商家發展之經營環境。
2. 監管規定在電子支付業者方面,經營「代理收付實質交易款項」、「收受儲值款項」、「電子支付帳戶間款項移轉」等業務,係按「電子支付機構管理條例」第 3 條規定,屬特許行業,營業項目代碼為「電子支付業」,其主管機關為金融監督管理委員會銀行局,最低實收本額 5 億元,客戶最高儲值金額為 5 萬元;電子票證業者之主管機關亦為金融監督管理委員會銀行局,屬特許行業,按電子票證發行管理條例第 3 條第 1 項第 1 款規定,電子票證必須是以電子、磁力或光學形式儲存金錢價值,並具有資料儲存或計算功能之晶片、卡片、憑證或其形式之債據,作為多用途支付使用之工具,資本額達新臺幣 3 億元,且需專營電子票證業務之股份有限公司。惟目前我國所發行的均為實體卡,如悠遊卡之類,尚無運用在電子商務領域,客戶最高儲值金額為 1 萬元;第三方支付業者僅能經營「代理收付實質交易款項」業務,且所保管代理收付款項總餘額未逾新臺幣 10 億元者,其營業項目代碼為「第三方支付服務業」之公司,其主管機關為「經濟部」,並由經濟部商業司進行一般商業管理,適用法規為信用卡收單機構簽訂之「提供網路交易代收代付服務平台業者」為特約商店自律規範,無最低實收本額規範,且不得辦理客戶儲值業務。
3. 電子付帳戶認證方面,依據「電子支付機構使用者身分確認機制及交易限額管理辦法」規範分成,第一類電子支付帳戶,對象限個人使用者,需以行動電話號碼為支付帳戶認證方式。第二類電子支付帳戶,個人使用者是以行動電話號碼加電子郵件信箱或社群媒體帳號,以及使用者本人之金融支付工具;非個人使用者部分,需電子郵件信箱加本人之金融支付工具及登記證照或核准設立的文件及其代表人的身分證明文件之影像檔。第三類電子支付帳戶,個人使用者以行動電話號碼加電子郵件信箱或社群媒體帳號,再加上使用者本人的金融支付工具及臨櫃審查或符合電子簽章法之憑證確認使用者的身份;非個人使用部分,是以電子郵件信箱、本人之金融支付工具,加登記證照或核准設立文件及其代表人身分證明文件之影像檔,並需臨時櫃審查或符合電子簽章法之憑證確認使用者身份。
4. 從前章對第三方支付定義可知,我國目前已發證的四家業者,應屬電子支付公司,而非由經濟部管理之第三方支付,本研究稱的第三方支付方式指的是廣義由第三方代收後,透過金融系統轉(交)付款項,包含超商、宅配業者,即以上所稱之代理收付實質交易款項的交易。

### 36 第三方支付方式對銷售稅的影響

1. 目前中小型電商或小額交易付款,係透過各種上架、寄售與拍賣等契約關係,由網路公司、實體業者扮演「消費者」與實際商品或服務「提供者」之間代收轉付的服務,主要呈現在 C2C 的電子商務型態。此代收轉付的服務即是代理收付實質交易款項的功能,係業者基於買賣雙方之交易,所提供之金流服務,該部分需依「統一發票使用辦法」第 8 條,對於代收代付及委託人間之規定開立統一發票。
2. C2C 的電子商務型態中,由網路公司、實體業者擔任第三方的角色,提供代收轉付的服務,取代賣家成為信用卡特約商,使信用卡交易課稅資料蒐集喪失效益,造成營業稅稅基流失。
3. C2C 交易的買賣雙方均是個別消費者,但實際上潛藏著漏進、漏銷的營業人,以及營業規模逐漸成長,應辦理稅籍登記者。但是電子支付機構第一類電子支付帳戶個人使用者,僅需以行動電話號碼支付帳戶認證方式,此種身分確認機制,任何人只要通過電子商務平台進行註冊,都可以成為其用戶,沒有嚴格的身份審查(壹讀,2016),衍生稅務行政對實際交易人確認的困難。

4. 第三方支付透過虛擬帳戶交易方式，除造成身分確認問題，亦切斷銀行與交易雙方的聯繫，為資金轉移提供隱蔽渠道。第三方支付平台屏蔽資金交易的流向，切斷了銀行對客戶資金的追溯性，無法進行大額異常金額的監管通報，目前該通報機制為稅務行政案源之一。

#### 4 網路交易消費稅課稅問題

##### 41 我國現行網路交易稽徵實務

1. 網路銷售營業稅規定，財政部為規範利用網路在中華民國境內銷售貨物或勞務及進口貨物之營業稅課徵及營利事業或個人利用網路從事交易活動之所得稅課徵，於民國 94 年 5 月 5 日台財稅字第 09404532300 號令發布「網路交易課徵營業稅及所得稅規範」，並於同年 10 月 19 日台財稅字第 09404577990 號函示個人以營利為目的透過網路銷售貨物或勞務辦理營業登記作業。
2. 境外電商銷售勞務定，財政部為規範外國之事業、機關、團體、組織在中華民國境內無固定營業場所，銷售電子勞務予境內自然人者之營業稅課徵規定，於民國 105 年 12 月 28 日總統華總一義字第 10500161481 號令修正營業稅法，公布第 6 條、第 28 條、第 29 條至第 30 條之 1、第 36 條、第 43 條、第 45 條及第 51 條；增訂第 2 條之 1、第 28 條之 1 及第 49 條之 1 條文(106 年 1 月 25 日行政院院臺財字第 1060001430 號令定自 106 年 5 月 1 日施行)，並於民國 106 年 4 月 24 日臺財稅字第 10600549520 號令訂定發布「跨境電子勞務交易課徵營業稅規範」全文 7 點，自 106 年 5 月 1 日生效，故自 106 年 5 月 1 日起，境外電商營業人銷售電子勞務予境內自然人之年銷售額逾新臺幣 48 萬元者，應依營業稅法第 35 條申報繳納營業稅。
3. 過去加值稅的課稅權有兩種原則，一為目的地課稅原則，二為來源地課稅原則。一般而言，對於有形(實體)商品，主要是採行目的地課稅原則，至於勞務的部分，則以勞務發生地作為課稅權歸屬。但是，「勞務發生地」指的是勞務的提供地，還是履行地(包含使用或享受)，看法就各自有不同的解讀了，惟多數採加值型消費稅國家在目的地課稅原則下，普遍以勞務履行、使用或享受地為課稅權歸屬。目前我國對電子商務勞務交易的部分，在目的地課稅原則下，採以勞務履行、使用或享受地為課稅權歸屬，以確保稅基。隨著網路交易蓬勃發展，我國境內買受人利用網路向無固定營業場所之外國事業、機關、團體、組織購買電子勞務情形日益普遍且頻繁。原依營業稅法第 36 條規定，國內買受人倘利用網路向前開外國事業、機關、團體、組織購買電子勞務，係採逆向課稅，責由買受人負繳納義務，但買受人為自然人者，若要買受人履行自動報繳的義務課稅，其依從成本相對較高；又網路交易訊息隱密難以掌握買受人消費情形，故針對國際電子商務交易，主張「消費地課稅權」，要求國際電子商務企業辦理「虛擬營業登記」，並就跨境交易行為課徵 5%營業稅，俾利掌握稅源，並參採國外做法，簡化境外電商的稅籍登記。
4. 應課徵營業稅之網路交易之小規模營業人每個月銷售額在營業稅起徵點(例如買賣業為 6 萬元)以上，但尚未達到 20 萬元者，應由國稅局依據其查定銷售額課徵營業稅(稅率為 1%)；達到 20 萬元者營業人部分：每月銷售額在 20 萬元以上，由營業人按期向國稅局申報繳納營業稅(按銷項稅額扣減進項稅額後之應納稅額報繳，稅率為 5%)。

##### 42 網路交易營業稅之課稅排除規定

1. 家庭用品之網路交易免稅：所得稅法第 4 條第 1 項第 16 款規定，個人出售家庭日常使用之衣物，家具，自用小客車等，其交易之所得免納所得稅，即不發生課徵營業稅及營利事業所稅問題。個人在網路上出售貨物，如果不是進銷貨方式經營，不是以營利為目的者，毋須辦理登記課徵營業稅問題。
2. 小額網路交易免稅：在小規模營業人部分，每個月銷售額未達到營業稅起徵點(例如買賣業為 8 萬元)者，不必課徵營業稅，蓋課稅也須「考量徵納成本及合理性，現行一般經營買賣業的實體商店小規模營業人如果每個月銷售額在新臺幣 8 萬元以下，依據現行稅法規定是不課徵營業稅。(陳清秀，2015)。
3. 稅籍登記：營業登記凡在中華民國境內利用網路銷售貨物或勞務之營業人(包含個人以營利為目的，採進、銷貨方式經營者)，除依營業稅法第 28 條，所得稅法第 18 條辦竣營業登記或符合營業稅法第 29 條得免辦營業登記規定者外，應於開始營業前向主管稽徵機關申請營業登記該項規範所稱營業登記係指國稅局主管的稅籍登記，並非營利事業登記。因此，個人透過網路銷售貨物如有符合上列應辦理，記課徵營業稅標準者，應逕向國稅局所屬分局，稽徵所辦理稅籍登記，以便辦理稅捐報繳事宜，但是財政部並未規定上開 C2C 所稱「個人」賣家必須辦理「營利事業登記證」。

## 5. 結論及建議

網路交易資料不易掌握，在於交易的人、事、物無法掌握，造成稅收課徵的技術問題與瓶頸，使得課稅資料蒐集日益困難。以我國營業稅屬消費型加值稅，計算方式採稅額扣抵法，透過自動覆核效果，稽徵機關掌握最終課稅階段，即可掌握稅收。考量在網路交易中，面對 C2C 眾多的營業「個人」賣家，顯然實務上由稽徵機關依職權查核稽徵方式並不具行政效益。

個人如果確實以營利為目的，而且採進、銷貨方式，透過網路出售貨物，依據現行營業稅法規定，即具有營業人性質，故其課稅方式應與一般營業人之標準相同，否則即滋生課稅不公平情形(財政部賦稅署，2005)，並影響個人對所從事經濟行為的選擇。故如何確定需辦設立之網路交易營業人並排除已為稅籍登記(含實體店面)，提出以下建議：

### 一、由電子支付或第三方支付業者代徵制度

(一)以智付寶第三方支付金流平台為例，C2C 的個人賣家需先至平台註冊成為會員，會員條款明確訂有「四、代收付實質交易款項服務：指本公司獨立於實質交易之會員以外，依交易雙方委任，接受會員(付款方)所移轉實質交易之金額，並經一定條件成就、一定期間屆至或會員(付款方)指示後，將該實質交易之金額移轉予收款會員之服務。」，利用該公司所提供代收付實質交易款項服務，進行收款之會員即屬 C2C 的個人賣家。智付通公司對會員收取交易手續費(彙總開立，於每月第五個工作日提供電子發票予收款方)、提領手續費(收款會員將代收之交易款項轉出至已約定之實體銀行帳戶時之提領之手續費)及其他費用(帳戶設定費、帳戶年費、驗證費等其他費用)。是由電子發票實施作業要點第 6 條規定，營業人依本作業要點開立電子發票，應依統一發票使用辦法第 7 條第 4 項規定之時限將統一發票資訊及買受人使用載具之識別資訊傳輸至整合服務平台存證。

鑒此，各電子支付或第三方支付業者之商業模式，必然會收取交易、提領手續費及其他費用，以銷項媒體申報格式賦予交易手續費代碼或於發票品名編以統一之代碼，以為大數據資料庫運用，俾利財政部訂定一定金額以上之買受人，即 C2C 的個人賣家，請電子支付或第三方支付業者提供代收款轉付資料，可避免稅捐稽徵法第 30 條與個資安全衝突之疑慮。

另外，可採統一發票使用辦法第 9 條第 1 項第 2 款規定，製造業或經營進口貿易之營業人，銷售貨物或勞務與非營業人開立之統一發票，應載明買受人名稱及地址，或身份證統一編號，以利查證之精神，增訂電子支付或第三方支付業者於開立交易、提領手續費時，應載明，應載明買受人名稱及地址，或身份證統一編號，以供查證。

(二)參考國外文獻 Fox 與 Murray(1997)主張電子商務銷售稅之課徵應採目的地課稅原則。而目的地課稅原則若要能夠有效運用，則從事電子商務銷售商與其銷售的市場間必須符合關聯性原則。傳統的關聯性條件要求銷售商要在買方所在地擁有實體的建築物，但在電子商務交易下，關連性原則應改為經濟存在之概念，而無須實體存在。及 McLure(1997)對跨州銷售者所進行的交易，應給予和當地銷售者相同的租稅待遇，但對於在該州無實體存在並且銷售額未超過最低限額者，可利用最低銷售額檢定，直接課以最低銷售稅，而無須要求代徵使用稅。

承上開公司會員服務條款規定，公司與用戶同意以電子文件作為表示方法，依本服務條款交換之電子文件，其效力與書面文件相同。公司受理會員註冊時，按「電子支付機構使用者身分確認機制及交易限額管理辦法」規定審查身分，應提示登記證照，個人賣家已辦網路登錄或有實體店面登記者，應提供統一編號登錄於註冊資料，以利後續排除已為稅籍登記之個人賣家。

電子支付或第三方支付業者代收付實質交易款項之金流屬 C2C 銷售額，按營業稅法第 32 條第 2 項規定，營業人對於應稅貨物或勞務之定價，應內含營業稅，所以商品標示的定價，應與買受人付給店家的金額一致，亦即買受人與個人賣家間有形或數位商品勞務的交易，消費者所支付的價款，含有已支付之營業稅。透過電子支付或第三方支付、銀行與信用卡等金融仲介者，可委由渠等業者代徵營業稅款。

輔以 McLure 銷售額未超過最低限額者概念，參酌我國網路銷售小額網路交易免稅，對每個月銷售額逾 8 萬元起徵點的無統一編號之個人會員賣家代徵 1%營業稅轉帳公庫，對每個月銷售額逾 20 萬元的無統一編號之個人會員賣家代徵 5%營業稅，並主動通報財政部為後續之稅務行政作業規劃。

(三)莊瑛瑜、李天生(2015)無形勞務於網路平台進行交易，如 8591 虛擬寶物交易網等、國際網路訂房平台或電影線上預約平台等，涉及境內個人購買國外勞務，依營業稅法第 36 條規定，應該該個人自行填寫 408 繳款書報繳稅款，如改由「第三方支付」業者直接將代收稅款於營業稅申報書 408 表之第 109 欄申報繳納，可找回部分稅源。

網路交易買方下單、付款，賣方銷售貨物或勞務，其經濟事實關係及所生實質經濟利益之歸屬與享有，實已成就課徵租稅之構成要件事實，稅捐稽徵機關就其事實雖有舉證之責任，然納稅義務人依稅捐稽徵法及稅法規定，亦負有協力之義務，而

藉由第三方支付業者(金流面)將所收取之稅款予以報繳，最能符合課稅資料的正確性、即時性及納稅義務人個人資料安全性，對於稽徵機關的稽徵程序，最為經濟又省力。

## 二、虛擬稅籍登記運用

營業稅稅籍登記按營業稅法第 28 條規定，應於開始營業前，分別向主管稽徵機關申請營業登記。網路交易在實務上很難逐一追查繁多的買賣雙方，目前各國多對跨境電商採簡便稅籍登記，雖然會有後續欠稅執行的困擾，但不啻是種顛覆傳統稅務行政概念的稽徵手法。實務上，第三方支付業者，雖然僅透過手機號碼驗證身分，略顯稽核不足，但因其綁定金融帳戶，該轉付收款人為交易金流相對人，且第三方支付業者對其收取手續費(業者與客戶簽署約定同意書)，隱含帳戶持有人就整個交易有實質掌控能力。為解決電子商務稽徵實務上，買家身分辨認之困難，與維護租稅公平原則，第三方支付的特點在於採代理收付實質交易代收進來的款項，每一筆都是經由買賣雙方合意，透過電子交易成立，雖為了保密交易雙方表徵是虛擬帳戶及後續金流收付，但不可否認，其所生實質經濟利益之歸屬及電子商務銷售商與其銷售的市場間，符合關聯性原則。

第三方支付業者係有資訊系統能力公司，為營業稅法第 4 章 1 節進銷項互抵後繳納營業稅之公司，可依收取之手續費（而非連同貨款金額）開立發票予賣家應無疑義，然搭配開立電子發票，由後端系統產出載有買受人(帳戶持有人)及相關帳號(綁定金融帳號或客戶帳號、手機)，可作為虛擬稅籍登記之用。

稅務行政需考量效率與徵納成本，不論是跨境電商稅籍登記，還是定額免稅，常以稽徵成本為考量。就稅務行政面，對於綜合所得稅的課稅資料蒐集與主動寄發稅額試算申報書，參採扣繳作用在於確實掌握所得資料、減輕納稅義務人集中繳稅的痛苦感、控制稅源，確保稅收；以現有扣繳系統規劃營業稅虛擬稅籍登記，其資料來源有金流帳戶為依據，係由電子支付或第三方支付業者轉付實質經濟所得，從第三方支付業者每次轉付金流面，累計達一定金額代扣或代徵徵收率 1%之營業稅，歸納統計當事人銷售額資料，以掌握課稅資料。

## 參考文獻

### 中文期刊

- 1.張郁芝(2014)，我國發展電子商務之現況與未來趨勢—以第三方支付為例，經濟研究，14，115-117。
- 2.陳清秀(2015)，國際間電子商務交易之課稅，植根雜誌，31(1)，2021。
- 3.馮震宇、錢世傑(1999)，論網路電子商務發展與隱私權之保護，萬國法律，106，225。

### 中文論文

- 1.徐立衡(2013)，台灣線上第三方支付服務業商業貿易模式之研究，國立政治大學企業管理學系碩士論文。
- 2.賴慶宇(2013)，台灣與大陸第三方支付服務發展之比較，國立臺灣科技大學資訊管理系碩士論文。
- 3.賈志豪(2000)，電子商務與其衍生租稅問題之研究，國立政治大學財政研究所碩士論文。

### 專題報告

- 1.陳香梅、黃明聖、賈志豪(2002)，建構電子商務之合理課稅制度，行政院財政改革委員會委託研究計劃，104-110。
- 2.莊瑛瑜、李天生(2015)，網路交易第三方支付的營業稅課稅之研究，財政部高雄國稅局 104 年度自行（共同）研究報告，99-105。

### 英文參考文獻

- 1.Fox, William F. & Matthew N. Munay, (1997). The Sales Tax and Electronic Commerce: What's New? *National Tax Journal*, 50 (3), 413-428、573-606.
- 2.McLure, C.E. (1997). *Electronic Commerce, State Sales Taxation, and Intergovernmental Fiscal Relations*. *National Tax Journal*, 50 (4), 731-749.

### 網站部份

1. 財政部賦稅署(2005)，有關『網路交易課徵營業稅及所得稅』之說明，[http://www.dfg.gov.tw/do/home.jsp?memo=200912140005&memo=200912140018&menuId=DotMenu&conlink=apnews\\_view.jsp&dataMemo=200912292626](http://www.dfg.gov.tw/do/home.jsp?memo=200912140005&memo=200912140018&menuId=DotMenu&conlink=apnews_view.jsp&dataMemo=200912292626)。
- 2.壹讀(2016)，第三方支付洗錢風險及監管建議，<https://lead01.com/EFG83P.html>。
- 3.經濟部，中華民國電子商務年鑑，[http://ecommerce.taiwan.blogspot.tw/2013/12/2013\\_2357.html](http://ecommerce.taiwan.blogspot.tw/2013/12/2013_2357.html)。
- 4.經濟部商業司，電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫，<http://www.tic.taiwan.org/2015年我國b2c網路商店經營現況研析報告/>。
- 5.資策會產業情報研究所(2017)，網購消費行為調查，[http://nic.ti.org.tw/IndustryObservations\\_PressRelease02.aspx?sqno=464](http://nic.ti.org.tw/IndustryObservations_PressRelease02.aspx?sqno=464)。
- 6.維基百科，第三方支付，<https://zh.wikipedia.org/wiki/第三方支付>。

## 附錄

### 1. 網路交易課稅相關法規-網路交易課徵營業稅及所得稅規範

中華民國 94 年 5 月 5 日財政部台財稅字第 09404532300 號令發布

一、為規範利用網路在中華民國境內銷售貨物或勞務及進口貨物之營業稅課徵，及營利事業或個人利用網路從事交易活動之所得稅課徵，特依加值型及非加值型營業稅法（以下簡稱營業稅法）、所得稅法、營利事業所得稅查核準則及其他相關法令之規定，訂定本規範。

#### 二、營業稅課稅規定

(一) 網路註冊機構受理申請人取得網域名稱及網路位址等註冊業務收取之註冊費及管理費等：

1. 該等機構或受其委託辦理此項業務之營業人如在中華民國境內無固定營業場所，其提供註冊服務予中華民國境內買受人者，應由勞務買受人依營業稅法第 36 條規定報繳營業稅。

2. 該等機構或受其委託辦理此項業務之營業人如在中華民國境內設有固定營業場所，其提供註冊服務予中華民國境內或境外買受人者，應由該等機構依營業稅法第 35 條規定報繳營業稅(註 1)。

(二) 向註冊機構申請取得網域名稱及網路位址並自行架構網站，或向網路服務提供業者、其他提供虛擬主機之中介業者承租網路商店或申請會員加入賣家，藉以銷售貨物或勞務取得代價：

1. 提供網路連線、虛擬主機或加值服務，收取連線服務費用、帳號手續費用、代管主機費用等：

(1) 在中華民國境內無固定營業場所之外國事業、機關、團體、組織，其提供網路連線、加值等服務予中華民國境內買受人者，應由勞務買受人依營業稅法第 36 條規定報繳營業稅。

(2) 在中華民國境內設有固定營業場所之營業人，其提供網路連線、加值等服務予中華民國境內或境外買受人者，應由該營業人依營業稅法第 35 條規定報繳營業稅；銷售勞務如符合營業稅法第 7 條規定並得檢附相關證明文件申報適用零稅率(註 2)。

2. 提供線上交易平臺，協助承租人或會員銷售貨物或勞務，收取網頁設計建置費用、平臺租金、商品上架費用或廣告費用等：

(1) 在中華民國境內無固定營業場所之外國事業、機關、團體、組織，其提供網路交易平臺服務予中華民國境內買受人者，應由勞務買受人依營業稅法第 36 條規定報繳營業稅。

(2) 在中華民國境內設有固定營業場所之營業人，其提供網路交易平臺服務予中華民國境內或境外買受人者，應由該營業人依營業稅法第 35 條規定報繳營業稅(註 3)。

3. 利用網路接受上網者訂購貨物，再藉由實體通路交付：

(1) 在中華民國境內無固定營業場所之外國事業、機關、團體、組織，其利用網路銷售貨物予中華民國境內買受人者，屬進口貨物，應由貨物收貨人或持有人依營業稅法第 9 條及第 41 條規定徵免營業稅。

(2) 在中華民國境內設有固定營業場所之營業人，其利用網路銷售貨物予中華民國境內或境外買受人者，應由主管稽徵機關依營業稅法第 40 條規定通知該營業人繳納營業稅或由該營業人依同法第 35 條規定報繳營業稅；銷售貨物如符合營業稅法第 8 條第 1 項規定者，免徵營業稅；銷售貨物如符合營業稅法第 7 條規定者並得申報適用零稅率（應檢附營業稅法施行細則第 11 條規定之證明文件）。

4. 利用網路接受上網者訂購無形商品，再藉由實體通路提供勞務或直接藉由網路傳輸方式下載儲存至買受人電腦設備運用或未儲存而以線上服務、視訊瀏覽、音頻廣播、互動式溝通、遊戲等數位型態使用：

(1) 在中華民國境內無固定營業場所之外國事業、機關、團體、組織，其利用網路銷售勞務予我國境內買受人者，應由勞務買受人依營業稅法第 36 條規定報繳營業稅。

(2) 在中華民國境內設有固定營業場所之營業人，其利用網路銷售勞務予中華民國境內或境外買受人者，應由主管稽徵機關依營業稅法第 40 條規定通知該營業人繳納營業稅或由該營業人依同法第 35 條規定報繳營業稅；銷售勞務如符合營業稅法第 8 條第 1 項規定者免徵營業稅；銷售勞務如符合營業稅法第 7 條規定並得檢附相關證明文件申報適用零稅率(註 4)。

(註 1) 我國境內網路註冊機構取得交通部電信總局備查及國際組織認可，負責管理 tw 頂級網域名稱，並提供網域名稱系統運作及相關註冊管理之服務事項，其提供註冊服務予我國境內或境外買受人所收取之註冊費及管理費，係屬在我國境內銷售勞務，允應依法課徵營業稅；但外國機構提供註冊服務予境外買受人者，非屬我國營業稅課稅範圍。

(註 2) 外國事業、機關、團體、組織在中華民國境內設有固定營業場所，提供網路連線、虛擬主機或加值服務予我國境內或境

外買受人所收取之費用，係屬在我國境內銷售勞務，應依法課徵營業稅；惟該外國事業（母公司）於境外直接提供網路連線、加值等服務予境外買受人者，非屬我國營業稅課稅範圍。

(註 3)在中華民國境內提供線上交易平臺服務予我國境內或境外買受人所收取之網頁設計建置費用、平臺租金、商品上架費用或廣告等費用，係屬在我國境內銷售勞務，允應依法課徵營業稅；惟該外國事業（母公司）於境外直接提供線上交易平臺服務予境外買受人者，非屬我國營業稅課稅範圍。

(註 4)外國事業、機關、團體、組織在中華民國境內設有固定營業場所，惟該外國事業（母公司）等於境外直接利用網路銷售勞務予境外買受人者，非屬我國營業稅課稅範圍。

### 三、所得稅課稅規定

(一)網路註冊機構受理申請人取得網域名稱及網路位址等註冊業務收取之註冊費及管理費等：

1.在中華民國境內無固定營業場所及營業代理人之網路註冊機構，提供註冊服務予境內買受人所收取之註冊費及管理費等，屬所得稅法第 8 條規定之中華民國來源所得，應依同法第 3 條規定課徵營利事業所得稅。其給付人（買受人）如屬所得稅法第 89 條規定之扣繳義務人者，應由扣繳義務人於給付時依同法第 88 條及第 92 條規定扣繳稅款及申報扣繳憑單，不適用同法第 71 條關於結算申報之規定；給付人（買受人）如非屬所得稅法第 89 條規定之扣繳義務人者，所得人（納稅義務人）應依同法第 73 條規定，按扣繳率自行申報繳納所得稅；如無法自行辦理申報者，依同法施行細則第 60 條第 2 項規定，報經稽徵機關核准，委託在中華民國境內居住之個人或有固定營業場所之營利事業為代理人，負責代理申報繳納所得稅。

2.在中華民國境內有固定營業場所或營業代理人之網路註冊機構，提供註冊服務予我國境內或境外買受人所收取之註冊費及管理費等，應依所得稅法第 3 條規定課徵營利事業所得稅，並依同法第 71 條及第 73 條第 2 項規定辦理結算申報納稅。

(二)向註冊機構申請取得網域名稱及網路位址並自行架構網站，或向網路服務提供業者、其他提供虛擬主機之中介業者承租網路商店或申請會員加入賣家，藉以銷售貨物或勞務取得代價：

1.提供網路連線、虛擬主機或加值服務，收取之連線服務費用、帳號手續費用、代管主機費用等；提供線上交易平臺，協助承租人或會員從事交易活動，收取之網頁設計建置費用、平臺租金、商品上架費用或廣告等費用；利用網路接受上網者訂購無形商品，再藉由實體通路提供服務或直接藉由網路傳輸方式下載儲存至買受人電腦設備運用或未儲存而以線上服務、視訊瀏覽、音頻廣播、互動式溝通、遊戲等數位型態使用所收取之費用：

(1)在中華民國境內無固定營業場所及營業代理人之營利事業、教育、文化、公益、慈善機構或團體、或其他組織或非中華民國境內居住之個人，提供上項服務予境內買受人所收取之費用，屬所得稅法第 8 條規定之中華民國來源所得，應分別依同法第 3 條或第 2 條規定課徵營利事業所得稅或綜合所得稅。其給付人（買受人）屬所得稅法第 89 條規定之扣繳義務人者，應由扣繳義務人於給付時依同法第 88 條及第 92 條規定扣繳稅款及申報扣繳憑單，不適用同法第 71 條關於結算申報之規定。給付人（買受人）非屬所得稅法第 89 條規定之扣繳義務人者，所得人（納稅義務人）應依同法第 73 條規定，按扣繳率自行申報繳納所得稅；如無法自行申報者，依同法施行細則第 60 條第 2 項規定，應報經稽徵機關核准，委託在中華民國境內居住之個人或有固定營業場所之營利事業為代理人，負責代理申報繳納所得稅。

(2)在中華民國境內有固定營業場所及營業代理人之營利事業、教育、文化、公益、慈善機構或團體或其他組織或中華民國境內居住之個人，提供上項服務予中華民國境內或境外買受人所收取之費用，應分別依所得稅法第 3 條或第 2 條規定課徵營利事業所得稅或綜合所得稅。

2.利用網路接受上網者訂購貨物，再藉由實體通路交付：

(1)在中華民國境內無固定營業場所及營業代理人之營利事業、教育、文化、公益、慈善機構或團體、或其他組織，於中華民國境外利用網路直接銷售貨物予境內買受人，並直接由買受人報關提貨者，應按一般國際貿易認定，非屬中華民國來源所得。

(2)在中華民國境內有固定營業場所或營業代理人之營利事業、教育、文化、公益、慈善機構或團體、或其他組織，利用網路銷售貨物予中華民國境內或境外買受人，應依所得稅法第 3 條規定課徵營利事業所得稅。

(3)其他利用網路銷售貨物者，依所得稅法相關規定辦理。

(4)個人出售家庭日常使用之衣物、家具、自用小客車等，其交易之所得依所得稅法第 4 條第 1 項第 16 款規定免納所得稅，亦不發生課徵營業稅及營利事業所得稅問題。

四、營業登記：凡在中華民國境內利用網路銷售貨物或勞務之營業人（包含個人以營利為目的，採進、銷貨方式經營者），除業依營業稅法第 28 條、所得稅法第 18 條辦竣營業登記或符合營業稅法第 29 條得免辦營業登記規定者外，應於開始營業前向主管稽徵機關申請營業登記。登記有關事項，應依營利事業登記規則之規定辦理(註 5)。

(註 5)營業登記規則業經財政部 92 年 8 月 12 日台財稅字第 0920455500 號令訂定發布，惟施行日期未定，俟施行後依該規則規定辦理。

## 2. 有關『網路交易課徵營業稅及所得稅』之說明

公布日期 940511

財政部表示，該部於「網路交易課徵營業稅及所得稅規範」發布後，接獲甚多民眾反映，對於該項課稅規範滋生疑義，該部認為有再次對外說明之必要。

據財政部說明，該部於 94 年 5 月 5 日發布之「網路交易課徵營業稅及所得稅規範」內容均係建構在現行租稅法律規範架構下，主要是為了維持營業人透過實體通路銷售行為與透過網路銷售行為間的租稅衡平，並未有創設或增加任何人民租稅負擔之情形。試想，就營業稅而言，如甲營業人開設實體商店銷售 A 商品，均已依法報繳稅捐，而乙營業人透過網路銷售同類商品即可不必課稅，則勢必造成對甲營業人之不公平現象，是以，該部主要就是為了維護租稅公平性及中立性才發布該項規範；就國際面而言，我國現行採取對電子商務維持與實體通路相同課稅規定之原則與經濟合作暨發展組織（OECD）、歐盟及美國等，完全相同。

據財政部表示，該部已於 94 年 5 月 4 日明確對外說明，個人透過網路銷售家庭日常使用之衣物、家具、自用小客車等，不問其金額大小，均免徵個人綜合所得稅，亦不發生課徵營業稅及營利事業所得稅問題。至於近日許多民眾所反映的營業稅課稅問題，財政部進一步提出說明，該部所發布的「網路交易課徵營業稅及所得稅規範」係將營業稅之課徵限縮在必須完全符合「以營利為目的」及「採進、銷貨方式經營」二項構成要件，稽徵機關才會認定其為營業人，這項規定的合理性也是基於衡平電子商務與實體通路的租稅公平性，上面所舉的甲營業人與乙營業人的例子，即是最好的說明。

又財政部對於部分拍賣網站賣家所反映之「他們雖然是採進、銷貨方式經營，同時也希望賺一點錢，可是每個月交易金額非常小，應該如何處理」乙節，也提出以下說明：首先財政部表示，政府課稅也必須考量徵納成本及合理性，現行一般經營買賣業的實體商店小規模營業人如果每個月銷售額在新臺幣（以下同）6 萬元以下，依據現行稅法規定是不必課徵營業稅的，既然「網路交易課徵營業稅及所得稅規範」是為衡平電子商務與實體商店的租稅公平性，那上開對於實體商店所規範的起徵點標準對於網路交易者而言，當然也有適用，因此，該部整理了下列幾項原則，提供給有透過網路進行交易的民眾作為參考：

- 一、個人在網路上出售貨物，如果不是進、銷貨方式經營，不是以營利為目的者，完全不發生辦理登記課徵營業稅問題。
- 二、個人如果確實是以營利為目的，而且採進、銷貨方式，透過網路出售貨物者，依據現行稅法規定，即具有營業人性質，則其課稅方式自應維持與一般營業人相同標準，否則即滋生課稅不公平情形，其課稅方式如下：

(一)小規模營業人部分：1、每個月銷售額未達到營業稅起徵點（例如買賣業為 6 萬元）者，不必課徵營業稅。2、每個月銷售額在營業稅起徵點（例如買賣業為 6 萬元）以上，但尚未達到 20 萬元者，由國稅局依據其查定銷售額課徵營業稅（稅率為 1 %）。

(二)大店戶（使用發票）營業人部分：每月銷售額在 20 萬元以上，由營業人按期向國稅局申報繳納營業稅（按銷項稅額扣減進項稅額後之應納稅額報繳，稅率為 5%）。另外，據財政部表示，該項規範所稱營業登記係指國稅局主管的稅籍登記，並非若干民眾所反映的營利事業登記。因此，個人透過網路銷售貨物如有符合上列應辦理登記課徵營業稅標準者，請逕向國稅局所屬分局、稽徵所辦理稅籍登記，以便辦理稅捐報繳事宜，但是財政部並未規定上開所稱「個人」必須辦理「營利事業登記證」。同時，採個案查核方式辦理，因此，影響層面實在有限，為避免造成外界誤解，財政部一併提出說明。

財政部再次重申，政府課稅首重其合理性，如果對於營業人透過網路銷售貨物或勞務行為不課稅，其不公平性已如前述，政府將如何面對實體商店業者。因此，財政部絕不是為增加財政收入才發布此項規定，況且此項議題已討論多時，財政部為獲得共識，由臺北市國稅局邀集學者專家、立法委員及業者代表（含拍賣網站業者）召開座談會研商後才發布。所以該部希望社會大眾對於這項規範的發布，能夠朝向健全稅制方面思考，畢竟財政部基於職責，有必要將一種新的銷售通路對於稅制所產生影響以及研擬之因應措施，對外界提出說明。更何況「網路交易課徵營業稅及所得稅規範」內容均在現行稅法規定下，與目前其他國家作法並無不同，並未對網路交易發展作出更不利的規定，同時，財政部也考量這項議題的複雜性與爭議性，明定有 6 個月緩衝期可補稅免罰結案。最後，財政部再次籲請各界一定要支持這項健全稅制的措施，以維持租稅公平性。