

跨境电子商务中的经济法挑战与对策研究

□ 中共泰安市委党校 陈明

一、跨境电子商务带来的经济法挑战

(一) 税收法律方面

社会经济模式转型,推动了跨境电子商务的快速发展,而相应的法律体系却并不完善,使得跨境电子商务面临巨大的经济法挑战,而税收法律挑战是其中之一,主要体现在以下两个方面:一方面,是税收管辖权冲突。传统税收管辖权主要分为居民税和来源地税收两种管辖权。而在跨境电商下,改变了原有的经济模式,数字化与虚拟化交易模式大大提升了确定交易发生地与纳税人的难度。例如当前网络经济模式中销售的数字化产品,如软件、在线课程以及电子书等,这些产品的来源很难确定,企业可以同时多个国家设置多个运营机构,而消费者也可以是来自不同国家和地区,因此造成税收管辖权争议的问题,重复征税以及税收漏洞层出不穷。另一方面,是税收征管难题。跨境电商交易是一种无纸化的交易,这一交易模式具有隐性特征,这为税收征收带来了挑战。传统税收形式主要以纸质发票与财务账务为征收依据,但是跨境电子商务的交易形式较多,且交易数据为电子形式,这些数据被篡改与删除的风险较大。同时,跨境电商交易需要经过多个国家和地区的物流、支付环节,这就导致税收部门很难获取完整的交易信息,因此无法实现对电商企业收入与利润的精准计算,大大影响税

收效率。

(二) 市场监管法律方面

在跨境电商下,还面临着市场监管法律方面的挑战,主要体现在以下两个方面:一方面,没有建立完善的准入与退出机制:跨境电商平台中的商家,所属不同国家和地区,在传统的商业模式中有着相对成熟的市场监管法律,针对各个行业设置了完善且明确的准入标准与审核机制。但是电子商务经济却存在虚拟性,很多商家借助虚假信息入驻平台,销售假冒伪劣商品,并在出现问题后,通过简单的更换账号进行再次经营,由此体现跨境电子商务存在准入与退出机制不健全的问题,导致一些不法商家运用网络经济的隐性逃避市场监督与法律制裁。另一方面,是不正当竞争监管困难:跨境电商竞争较大,一些企业为谋取利益,会采用虚假宣传、侵犯知识产权等不法方式竞争。而由于跨境电商跨越国界,导致监管难度较大,无法实现对这些不正当竞争行为的全面打击。

二、跨境电子商务经济法挑战的解决对策

(一) 税收法律对策

为了解决跨境电商所面临的法律挑战,可以通过完善税收管辖权规则以及创新税收征管方式解决跨境电子商务所面临的经济挑战。首先,根据跨境电子商务发展现状,完善税收管辖权,积极促进国际社会

合作,针对跨境电商经济模式,共同制定税收管辖权规则,在实际税收管辖权规则制定时,可以参考消费地的税收管辖规则,制定跨境电子商务税收管辖权规则,解决税收管辖权冲突问题。同时,促进各国税收信息共享,基于此建立跨境电商税收管理协作机制,确保税收管理公正准确。其次,创新税收征管方式。借助现代信息技术,如大数据、区块链等,全面精准的记录跨境电商交易信息。例如,税务机关可以建立数据共享机制,对跨境电商平台与支付机构交易数据全面监控,通过实时获取交易数据,实现对交易全程监控与精准计税。同时实施电子发票制度,加强电子发票真实性管理,保证电子发票信息不可篡改与删除,将电子发票作为税收的可靠依据。此外,还应设立跨境电商税收预扣、预缴制度,支付机构针对税收代扣代缴,提高税收效率。

(二) 市场监管法律对策

在跨境电子商务经济模式还面临市场监管法律挑战,对此需要通过统一市场准入与退出标准以及加强国际协同监管的方式,解决跨境电子商务所面临的经济法挑战。首先,基于跨境电子商务经济模式建立统一的市场准入与退出标准,对此,需要与各国进行积极协调,共同制定统一准入标准,同时需严格审查入驻商家资质、产品质量、信誉记录等多个方面。针对

跨境电商设立企业信用评价体系,针对信用较好的企业给予一定的优惠政策,而针对违规的企业需要联合惩戒,提升企业违规成本,如禁止商家在平台中继续经营,并在国际内通报,限制其经营其他跨境电商。其次,积极开展国际协同监管,在上述分析中发现跨境电商经营存在不正当竞争行为,对于这一挑战,应联合各国监管机构,加强对不正当竞争行为的监管力度,针对典型的不正当竞争方式进行深入交流,通过各国之间交流合作,实现对不正当竞争行为的有效监管,实现联合执法。与此同时需要各国监管部门,针对不正当竞争行为共同制定认定标准和处罚措施,基于此构建统一的监管规则。根据监管规则对跨境电商平台实施监管,要求平台严格履行主体责任,建立完善的内部监管制度,对平台不正当行为及时处理。同时,要充分发挥行业协会自律作用,引导跨境电商企业诚信经营,营造良性竞争环境。

三、结语

经济模式的转变,推动跨境电子商务的快速发展,而在跨境电子商务不断发展中,却给经济法带来诸多挑战,为适应跨境电商经济模式的发展,需要加强国际间的合作,通过完善税收法与加强市场监管力度等方式解决跨境电子商务所面临的经济法挑战,为跨境电子商务经济提供良好的法律环境,助力经济转型。

新媒体在企业宣传工作中的应用途径探析

□ 平煤股份八矿选煤厂 罗俊豪

二、新媒体在企业宣传工作中的应用途径

(一) 树立新媒体工作理念,融合新旧媒体

企业既要认识到新媒体在传播内容和形式上的新颖性,树立新媒体宣传理念,充分利用其创新动力为思政工作破旧迎新注入生机,也要认识到传统媒体宣传职能的不可取代性,构建新旧媒体交织利用的融媒体宣传格局。在报纸、电视等传统媒介的基础上,强化对新媒体宣传功能和优势的应用,从新视角、新思维角度出发,以更加趣味化、故事性、碎片化、可交互的极具感染力的方式,对传统媒体中的严肃性内容进行多样化宣传,打破孤芳自赏的宣传窘境,实现人人皆可参与的信息交流与思想融合,进而建立企业经营发展的统一共识。在新媒体宣传内容中,要适当使用短视频、网络用语、动漫元素、表情符号等新颖的表达方式,增强宣传内容对受众群体的吸引力,以增加宣传内容的浏览率和受众群体的接受程度,并通过新媒体的交互功能与用户进行内容讨论和疑难解答,使新媒体成为职工服务和心声传播的重要工具。

(二) 突出新媒体互动优势,凝聚员工思想

新媒体平台在企业中的应用可以使广大职工广泛参与到宣传工作中,为了更好地发挥职工的宣传作用,企业应加强对职工群体的精神追求、生活需求、职业想法、浏览偏好等的了解,将宣传工作向职工群体靠拢,使文化思想传播更加生动化、温度化和具象化,新媒体的出现使信息传播和获取呈现数字化、交互性、移动化的发展态势,信息传播不再单纯地拥有传播中学和信息受众两个极端的主体,而是人人都是信息传播中心,是新媒体信息的获取者也是传播者。这给传统的企业宣传工作带来不小的冲击,企业也必须推陈出新,采取形式和内容更加新颖的传播手段,才能提升经营管理、文化塑造和社会服务效能。

一、新媒体对企业宣传工作中的促进作用

(一) 完善宣传方法

新媒体之所以能够成为新时代思想文化宣传和创作的主流工具,是凭借其信息传播快速、传播形式多样有趣的优势,在企业在宣传工作中有效实施新媒体技术,可实现多途径宣传。这主要表现为企业会在重大项目、事件和节日等活动期间通过多媒体平台发布相关信息,并积极与受众进行互动,对宣传效果进行跟踪反馈,从而完善宣传工作的传播形式。

(二) 创新宣传内容

不同于传统媒体,新媒体的内容和形式更加多样,不仅可以将静态文字转化为动态的视频、图画等样式,还能在内容中融入灵活丰富的网络用语、时尚表情等。而企业在制作新媒体宣传内容时,需运用新颖、创新的文字内容为主,利用时代化、网络化、接地气式的语言迎合数字化时代受众的信息浏览需求和精神文化追求,使宣传内容贴合生活实际和职工群体。

最终成为增强宣传工作实效性的关键抓手。当了解职工的思想价值观和利益诉求特点后,企业就可以分别针对不同的职工群体推送个性化服务内容,再收集职工对宣传内容的点击率、浏览时长、访问时段、评论信息等数据,根据这些数据反馈进一步优化宣传内容、推送信息和推送时间,进而将宣传工作根植于职工群体中。企业还可鼓励干部职工对感兴趣的宣传内容进行微信朋友圈、微博平台、抖音平台宣传,努力打造人人皆是宣传中心的新型宣传格局,凝聚员工共识,发挥群体力量,不断将宣传工作做大做强。

(三) 强化新媒体公关能力,引领舆论导向

为了通过宣传工作营造正面的企业形象,凸显出企业的社会担当、服务能力、文化价值和经营诚信,企业需利用好新媒体这个公关助手,采取正确的态度、及时的措施处理舆情事件,赢得社会工作对企业的信赖和支持,在化解舆论矛盾的同时为企业赚取更好的口碑。在危机公关中,企业应及时发声,针对恶意污蔑或不良竞争的虚假言论要运用实打实的证据澄清言论,并体现出利刃相向、绝不示弱的态度;针对企业经营信任危机和疑惑事件,企业应以诚恳的态度和明确解释为公众答疑解惑,增强公众对企业业务生态的了解和信任。通过诚意满满、言论得当的新媒体公关工作,可以体现企业对公众的关怀,对社会的优质服务,进而实现对社会舆论和情绪的引导,牢牢占领舆

论高地。

(四) 培养新媒体宣传人才,增强数字力量

要想打造良好的企业宣传生态环境,推动企业宣传工作的高质量发展,必须抓住人才这一核心,培养具有创新意识、精明能干、新兴技术能力和优秀文采的宣传工作者,让复合型人才为企业宣传工作锦上添花。在人才培养中,企业需关注宣传工作发展趋势,定期招聘高素质、高能力、高信息素养的宣传人才,通过获得新的人才资源增强整个宣传队伍的工作实力,使新型人才成为企业宣传的新质生产力。除了人才引进之外,企业更应重视内部职工的培养,通过实践锻炼、外出采风、不定期线上线下培训,为宣传工作人员提供更多的渠道获取关于最新宣传思想、宣传方法、宣传平台和宣传形式的信息,从思维、视觉、文笔和精神层面强化宣传人员的工作能力。

三、结语

根据上述分析,新媒体在企业宣传革新中的与时俱进的应用,可以实现传播链的延伸和关系链的构建,助力企业宣传服务工作的提质增效。企业应认识到宣传工作的基石是职工群体和信息受众,要通过新媒体和传统媒体的融合发展满足职工的信息获取需求,强化宣传内容的创新性、时效性和针对性,形成人人皆为企业宣传者的良好生态氛围,实现宣传内容的升华和企业思想的凝聚。

《数字经济驱动下医疗资源配置与服务利用的协同发展及区域差异研究》阅评意见

□ 黑龙江省卫生健康发展研究中心 毕然

《数字经济驱动下医疗资源配置与服务利用的协同发展及区域差异研究》一文研究聚焦数字经济与医疗领域,旨在为解决数字技术与医疗服务协同发展的

问题提供理论支撑。文章基于 2015—2021 年中国省级面板数据,综合运用岭回归、耦合协调度、地理探测器及数据包络分析,从多维视角解析数字经济对医疗资源配置与服务利用的影响及效率差异,得出数字经济与医疗资源配置的协同发展需兼顾效率与公平,通过定向投资释放地区潜力、整合冗余资源,优化高投入低效能区域效率,并依托跨区域资源共享机制弥合“数字鸿沟”,最终实现全域均衡发展的结论。该研究以严谨的实证分析方法,深入探讨了数字经济背景下医疗资源配置与服务利用的内在联系与区域差异,为理解数字经济如何影响医疗卫生领域提供了丰富的证据。通过岭回归分析,有效解决了变量间的多重共线性问题,确保了研究结果的稳健性。耦合协调度的引入,则直观展示了数字经济与医疗资源配置之间的协同程度,为评估两者关系的和谐性提供了量化依据。地理探测器的应用,进一步揭示了不同区域间数字经济对医疗资源配置影响的差异性,为制定针对性的区域发展策略提供了依据。数据包络分析则从效率角度出发,对医疗资

源配置与服务利用的效率进行了客观评价,指出了高投入低效能区域存在的问题,为优化资源配置指明了方向。研究结论具有高度的政策参考价值,提出的定向投资策略、资源整合方案以及跨区域资源共享机制,为缩小区域间“数字鸿沟”、促进全域均衡发展提供了可行的路径。整体而言,该研究逻辑清晰、方法科学,结论明确,对推动数字经济与医疗卫生领域的深度融合具有积极意义。

初审初读该篇文章,从选题上判断属于卫生资源配置栏目,具体阅评意见如下:

一、选题具有新颖性

该篇文章与其他医疗资源配置与服务利用的相关文章相比,选题具有新颖性,新颖点在于融合了当前的热点“数字经济”,截至目前,还没有作者涉及到该领域,为医疗卫生领域的研究开辟了新的视角。数字经济作为新兴的经济形态,正逐步渗透到各行各业,而其在医疗卫生领域的影响及作用机制尚待深入探索。该篇文章的选题紧扣时代脉搏,抓住了数字经济与医疗卫生领域融合的关键点,具有较高的研究价值和现实意义。

二、研究方法科学合理

文章运用了多种统计方法,如岭回归、耦合协调

度、地理探测器及数据包络分析等,这些方法的应用使得研究结果更为准确可靠,同时也展示了作者扎实的统计学功底。

三、数据支撑充分有力

文章基于 2015—2021 年中国省级面板数据进行分析,数据时间跨度长,覆盖范围广,为研究结果提供了有力的数据支撑。

四、语言表达清晰流畅

整篇文章的语言表达清晰流畅,逻辑结构严谨,使得读者能够轻松理解作者的研究思路 and 结论。同时,文章中的专业术语也使用得当,既保证了研究的专业性,又便于读者理解。

五、指标体系科学性有待商榷

该篇文章的指标体系主要参考的是“[6]李芳,刘阳荷,董伟鑫.数字经济对健康产业竞争力的影响研究[J].山东社会科学,2023,(08):135-144.”和“[7]林建鹏.中国医疗资源配置与服务利用协调发展的时空演化——基于机构分层分析框架[J].地理科学,2022,42(02):284-292.”不是作者独创,并且在具体应用时可能需要根据实际情况做出适当调整,以确保研究的针对性和准确性。

六、结论具有前瞻性

文章得出的结论不仅总结了数字经济对医疗资源配置与服务利用的影响及效率差异,还提出了针对性的政策建议,如定向投资、整合冗余资源、优化效率、跨区域资源共享等,这些结论和建议对于推动医疗资源配置与服务利用的协同发展及区域均衡发展具有重要的参考价值。

七、关于作者学历的问题

虽然第一作者的学历与其他同类型文章相比可能稍低,但学历并非衡量一个人学术能力和研究成果的唯一标准。从该篇文章来看,作者展现出了扎实的学术功底和深入的思考,这对于学术研究来说更为重要。因此,我们不应该过分关注作者的学历,而应该更加关注其学术贡献和研究成果。

八、篇幅略大

该篇文章运用一个 9 千字的字符论述协同发展和区域差异,字数略多。

在内容表述上,文章逻辑清晰,结构严谨,各部分内容之间衔接自然,没有出现明显的逻辑跳跃或内容重复。同时,作者在论述过程中,能够运用专业的术语和准确的表述,使得文章具有较高的学术性和可读性,为读者提供了丰富的信息和思考空间。