

网红收入报税指南

专家：有助厘清灰色地带

（吉隆坡1日讯）税务与法律专家认为，内陆税政局近期发布的网红或数字内容创作者的收入报税指南，有助厘清灰色地带，整顿整体税务制度公平性。

毕马威大马税务主管苏联成指出，内容创作者应将自身视为经营“小型生意”，建立基本的财务与记录制度，因为，所有因推广活动而获得的利益，不论现金或实物，原则上皆构成应税收入。

他提醒，若交易经由经纪或管理公司进行，应确保合约与付款安排清楚，以避免造成任何合规风险。至于



苏联成

邀请网红宣传推广的商家，他建议必须以书面合约、发票及清楚记录厘清支付内容，并确保流程符合电子发票制度要求。

据亚洲新闻台（CNA）报道，他指出，大马的做法，其实符合区域趋势，东

南亚各国正逐步规范网红与内容创作者税务。

他说，新加坡对价值低于100新元（约311令吉）的偶发性赠品给予务实豁免；菲律宾则要求网红申报所有收入及赠品的公平市值；印尼则计划于2026年透过数字监察与数据分析强化执法。

随着电子发票制度推行，苏联成指出，税政局未来可更有效追踪网红收入来源。

他说，电子发票为付款与赞助项目建立数字轨迹，让税政局可集中审查异常个案，而非全面稽查。

小网红或面对税务负担

祖拉菲克律师事务所受访时指出，尽管商业或专业收入本就须课税，但过去在实务上，赠品、赞助体验等“非现金收益”的处理长期处于灰色地带。

事务所税务专家努尔莎菲娜与高级法律助理约翰说，许多内容创作者并未将

这些项目视为应税收入，对估值、申报与文件保存也普遍缺乏认知。

因此，他们认为，新指引有助提高自愿合规率，并让创作者经济更正式地纳入国家税务框架。不过他们也坦诚，这些新的指引对小网红带来的合规压力明显高于

大型网红。

“相较于收取固定现金费用、且已有会计系统的著名网红，小网红群体如今须自行估算赠品市值、保存详尽记录，甚至在未收到现金的情况下，也可能面对税务负担。”

应设定申报价值门槛

39岁的努丽达说，许多小网红或兼职内容创作者，经常收到不同卖家的样品作为推广与宣传，但是这些数量虽多但价值不高。她建议有关当局应设定明确门槛，例如，仅要求申报价值超过200令吉的服务或赠品。

她透露，这些商品未必畅销，但税政局的新指引确实会让现有工作更具挑战。尤其大部分刚起步的小网红，为了增加知名度与人气，他们都愿意无偿推广低价产品。若他们要求现金报酬，反而会在竞争中失去机会。

31岁的全职内容创作者艾娜指出，内容创作并非只是拍视频，还涉及器材、策划、时间与营运成本，新指引势必增加行政工作。

她认为，这是迈向专业化的一步，但小型创作者需要更清楚的指引与配套支援。

规则清楚更容易遵守

另一名内容创作者达莎米妮则提出多项实务疑问，包括基于企业社会责任免费协助小商家推广，所获赠品是否需申报；以及因工作需要体验餐厅、水疗或酒店服务，这些是否应视为应税利

益。

她强调，只要规则清楚，相信所有同行自然更容易遵守。

根据内陆税政局于上月14日发布的指南，凡以广告或推广为目的的内容创作者，皆被视为“个人网红”，范围涵盖政治人物、艺人、运动员、宗教人士，甚至家庭主妇，相关人士须申报所有收入来源，包括现金报酬，以及以实物形式获得的产品或服务，且指引未列明最低申报价值门槛。

不过，截至截稿，该新闻平台还未取得内陆税政局就相关争议的回应。