



中国增值税体系与数字经济



目录

引言	2
电子商务	5
支付服务和虚拟货币	16
众筹	17
代理/中介机构的兴起	18
电子发票	18
毕马威可以提供的帮助	19
毕马威联系人	20



本期特刊中,我们将探讨数字经济可能给我国间接税制带来的短期及长期变革。这些变革可能源于货物与服务的消费及交付方面的技术进步,也可能源于互联网时代中构建的间接税体系在现代化进程中不断地发展。

在我们看来,数字经济的增长和扩张将会引起间接税在管理、监督、征收等方面的重大变化。因此,必须要从影响我们现行间接税制度运行最根本的要素入手进行分析。



引言

以下诸方面的综合影响可能推动重大变革的产生：

1. 我国数字经济正在蓬勃发展,消费者在接受、使用新技术以及消费电子商务货物和服务方面已显示出巨大潜力。相关数据振奋人心,例如2015年“双十一”期间,主要网络服务供应商阿里巴巴一天的销售额达到143亿美元¹,意味着一家中国企业一天的销售额竟然相当于许多加勒比国家一整年的国内生产总值(GDP)。
2. 我国过去消费以现金为主要支付方式,目前正向传统支付商(如中国银联)和新型支付商(如支付宝、微信、新浪微博和腾讯财付通等)所提供的新型结算方式转变。此外,还包括一系列虚拟货币,以及使用量大幅增长的信用卡。
3. 世界各国政府都在关注数字经济所带来的税收挑战。2015年,经济合作与发展组织(经合组织)和二十国集团发布了题为《应对数字经济的税收挑战》的总结报告(经合组织数字经济报告²)。报告主要从企业税和转移定价的角度强调了数字经济对税基侵蚀和利润转移的影响,同时也列出了增值税问题并提出了相关对策。但据观察,这些问题在我国尤其严重,而报告中提出的对策则短期内很难在国内实施。

¹ “阿里巴巴光棍节销售额破记录,高达143亿美元”,彭博新闻,2015年11月10日, <http://www.bloomberg.com/news/articles/2015-11-10/why-alibaba-is-having-singles-day-in-beijing-for-first-time>

² “应对数字经济的税收挑战”,第一项行动计划,经合组织/G20税基侵蚀和利润转移项目最终报告,经合组织,2015,经合组织印发,巴黎, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264241046-en>



4. 我国增值税制度有以下几个基本特点:增值税一般纳税人注册主要面向境内的企业,也就是说,只有在国内进行工商登记的企业才可以注册成为增值税一般纳税人;目前外国公司尚不能进行增值税一般纳税人注册;以票控税的发票系统仍大量基于纸质发票。上述特点将受到数字经济的巨大冲击。
5. 政府从数字经济中实际收取的税费往往与应当收取的税费存在巨大差异。这个差异通常被称为增值税缺口 (VAT Gap)。虽然增值税缺口无法准确计算,但在《中国税收政策和税收改革》一文中,经合组织估计中国增值税税收收入的55%没有被适当征收³。随着我国经济增长速度的放缓,税务部门将致力于缩小此增值税缺口。
6. 我国目前正在进行增值税改革,将于全行业实现增值税取代营业税,预计在2016年内完成。此外,政府还提出在2016年对消费税进行改革。消费税改革将包括消费税税率及应税范围的调整,以及征收环节从生产、进口环节向批发、零售环节转移。

我们相信,上述因素将使我国增值税制度发生重大转变,而且这些转变将会从根本上影响增值税的管理、监督和征收。

在本特刊中,我们将探讨未来几年由于数字经济可能对我国间接税税制带来的变革。

³ “中国的税收政策与税收改革”, 经合组织税务工作文件, 18期, Brys, B. 等著, 2013, 经合组织发表, 巴黎, <http://dx.doi.org/10.1787/5k40l4dlmnzw-en> Publishing, Paris, <http://dx.doi.org/10.1787/5k40l4dlmnzw-en>

我们所说的“数字经济”是指什么？

最近发布的经合组织数字经济报告探讨了“数字经济”可能带来的税务挑战。报告中使用了“数字经济”这一术语，而非几年前经常使用的“电子商务”、“网络商业”或“数字化服务”。这一术语的调整是十分重要的。

该报告将数字经济描述为“信息和通信技术（ICT）变革过程中的产物”⁴并且具有以下特点：

- 移动性，主要体现在以下方面 (i) 数字经济所高度依赖的无形资产，(ii) 用户；以及 (iii) 经营职能（通过当地人员来实现特定业务功能的需求在下降），以及可以选择服务器和其他资源所在地的灵活性；
- 对数据的依赖性，尤其是“大数据”的运用；
- 网络效应，考虑用户参与、整合和协同效应可以更好地理解网络效应；
- 多方商业模式的使用，此模式下，交易的双方可分别处于不同的国家或地区；
- 某些商业模式在高度依赖网络效应的同时，已愈来愈显现出垄断或寡头的趋势；以及
- 因市场准入门槛较低及技术的快速更新换代导致的波动性。

然而特别需要注意的是，数字经济与实体经济越来越难以区分。数字世界中发生的交易越来越难以区分于实体交易。譬如下面这个例子：

上述例子中，消费者可能是通过传统的实体店购买货物，但数字经济可以激发消费者潜在的购买力，并且为消费者提供查找商品的方法。反之亦然。

数字经济包含了许多新型商业模式，包括电子商务、支付服务、应用商店、网络广告、云计算、高频交易和参与性网络平台。我们将在下文中讨论一些新型商业模式。鉴于发票制度是增值税制度的重要组成部分，我们也将探讨电子发票制度。

从线上至线下



来源：中国网购新生代 – 1万多位消费者网购真经...2015年中国消费者调查，毕马威中国，2015年，第27页 <http://www.kpmg.com/CN/zh/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/China-Connected-Consumers-201510-c.pdf>

⁴ “应对数字经济的税收挑战”，第一项行动计划，经合组织/G20税基侵蚀和利润转移项目最终报告，经合组织，2015，经合组织印发，巴黎，第11页，<http://dx.doi.org/10.1787/9789264241046-en>

电子商务

路透社报道, 据中国政府估计, 中国跨境电子商务交易金额在2016年将达到1万亿美元⁵。

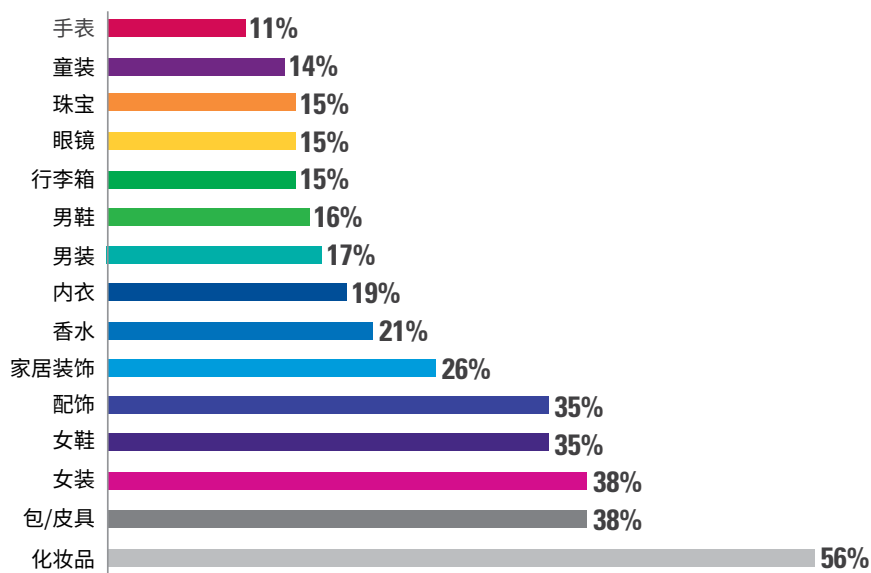
因此, 增值税和消费税的征收与管理, 将对政府的整体财政收入起到至关重要的影响。

货物

我国消费者构成了电子商务平台的庞大用户群体, 公众使用智能手机和其他设备进行网上购物。最大的供应商是阿里巴巴, 其占有我国网上市场份额的80%左右⁶。在许多情况下, 阿里巴巴的角色并不是供应商, 而是交易平台。制造商、批发商或零售商使用阿里巴巴的交易平台: 淘宝 (主要针对消费者对消费者 (C2C) 市场) 或天猫 (主要针对企业对消费者 (B2C) 市场) 销售货物。我国目前所经历的正与经合组织所预测的发展趋势一样, 在这样的商业模式下愈来愈显现出垄断或寡头垄断的趋势。

毕马威在2015年出版的刊物“中国网购新生代”中, 对消费者在网上购买的产品类型进行调查与总结:

热门网购产品类别



来源: 中国网购新生代 - 10,000多位消费者网购真经...2015年中国消费者调查, 毕马威中国, 2015年, 第17页
<http://www.kpmg.com/CN/zh/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/China-Connected-Consumers-201510-c.pdf>

⁵ “最新消息——中国竞争者与阿里巴巴在跨境电子商务领域竞争”, Brenda Goh, 路透社, 2015年2月25日, <http://www.reuters.com/article/2015/02/26/china-retail-internet-idUSL4N0W01B120150226>

⁶ “中国阿里巴巴打破光棍节销售记录”, 英国广播公司新闻, 2015年11月11日, <http://www.bbc.com/news/business-34773940>

增值税

从全球增值税制度的角度来看,使用电子商务平台销售货物一般不会产生新的或独特的问题。从税收征管的角度来看,进入境内的货物一般较易监管。相关法规可以确保有效地征缴企业进口货物的关税和增值税;同样,也有针对外国供应商运货入境和境内个人购买进口货物的行邮税。增值税纳税义务不会仅仅因为是从网上下单就可以免除或逃避。然而,我国实际情况与理论有所出入,特别是对于境内销售而言。

我国增值税体系将分公司也作为独立的增值税纳税人。由于注册地的地方政府将分得25%的增值税税收收入,其余75%归属于中央政府,因此,公司的注册地址就显得尤为重要。与其他国家不同,这就可能导致一家有多个分支机构的公司在地进行增值税纳税人登记认定并申报纳税的情况;总公司和分支机构、甚至分支机构之间的交易都可能会产生增值税纳税义务;而且,地方税务机关之间也可能因为财税收入产生竞争关系。

一般情况下,纳税人在其固定经营场所所在地缴纳税款。然而,在网络世界中,纳税人可能没有固定经营场所。对于这一情况如何处理目前法规并没有明确的指导意见。在实务操作中,企业进行增值税纳税人注册的地点一般为主要经营活动所在地、办公场所所在地(如有),或纳税人实际所在地(比如在个人创业的情况下)。

对于网络销售,税务机关还面临着征收监管方面的困难。一些主流网络平台允许未做税务登记的个人建立虚拟商店出售货物,业已成为避税的途径。然而,即使已经注册登记的企业也可能不如实申报销售额。我们也观察到,许多网上销售平台已经开始采取积极措施来改善个人卖家的纳税合规状况。税局机关目前仅能依靠尚待完善的工具从网络平台提供商处获取数据或识别此类销售。因此,在此类销售的征收监管方面,税务机关依然任重道远。





与许多其他国家不同,我国增值税制度并未尝试区分B2C销售(增值税应税行为)和C2C销售(在其他国家属于不征税行为)。相反的,就增值税角度而言,我国对于B2C与C2C的划分是不甚清晰的。在实务操作中,供应商是否要缴纳17%的增值税的判断主要是基于其是否达到注册为增值税一般纳税人销售额标准,而不区分其是企业还是个人。对于从事电子商务经营活动的纳税人所适用的增值税一般纳税人销售额标准,并没有单独规定。因此,销售额标准主要由主营业务活动决定,如销售货物或提供服务。

网络销售与通过传统的实体店销售一样,都承担增值税纳税义务,这一点在我国增值税法律框架下是确定的。然而,法规尚未完全被落实,就海淘和海外代购等跨境电商的进口环节税制也尚在改革中。据媒体报道指出,有相当数量的小型网上零售商对其销售货物的金额并不缴纳增值税,或仅申报缴纳极少的增值税。正如引言中所写,我国增值税缺口(VAT Gap)估计已经占全部增值税收入的55%左右,而这些数据是在电子商务蓬勃发展期间得出的。

目前税款征收和管理体系按省划分,如何确保网络交易合理缴税面临瓶颈。尽管如此,我国征税环境变化迅速——有关资深税收专家最近评论说,预计未来几年中国税收将取得三个显著进展,那就是“有效征收、有效征收、再有效征收”。加大征收力度不仅仅为了保持政府税收收入,从增值税角度而言,也是为了确保传统实体企业零售商与网络卖家相比没有税收歧视。



公平地说,我国并不是唯一面临电子商务零售增值税征收管理问题的国家。最近媒体也在讨论其他国家地区所面临的在网络销售平台上(如易趣和亚马逊⁷)销售货物的小型零售商涉嫌逃税的问题。然而,英国等国家的税务机关迅速采取了行动。与其确保众多小型零售商按规定纳税,不如侧重于针对交易平台制定征收和处罚规定以避免其被使用他们服务的零售商当作逃税的工具。相关逻辑很清晰——税务机关向所管辖地区的几个大型平台提供商收取税款和/或作出税收处罚(或至少处罚警告),比向小型零售商实施税务审计、征税和强制执行容易得多。同样,在跨境交易方面,澳大利亚等国正在更新货物服务税(GST)法规,以直接从大型平台提供商收取税款。税务局也更容易利用电商平台的强大商业议价能力,要求小型零售商提高合规水平。

最近,就海淘和海外代购等跨境电商的进口税制将进行改革,零售进口不再按行邮税计税,预计从2016年4月起,改为征收关税和进口增值税,个人单笔交易限额人民币2000元内,按照11.9%统一税率征收,个人年度交易限制为人民币20000元。就关税部分而言,如单个不可分割商品价值超过限额的,按照一般贸易进口货物全额缴纳。而增值税部分,不管有没有超过限额,按照法定应纳税额的70%征收,这政策相比一般进口货物而言至少给了30%优惠。

英国的案例为我国电子商务产业变革拉响了预警。简而言之,相较于通过繁杂的过程从浩如烟海的小型零售商手中艰难征收少量税款,税务机关可以尝试通过对大型供应商采取强有力的征收监管措施来取得更显著的成果。

⁷ “亚马逊和易趣面临境外卖家增值税逃税困境”, Simon Bowers, 英国卫报, 2015年12月22日, <http://www.theguardian.com/politics/2015/dec/22/tax-officials-investigate-amazon-ebay-vat-fraud-overseas-sellerstheguardian.com/politics/2015/dec/22/tax-officials-investigate-amazon-ebay-vat-fraud-overseas-sellers>



进一步展望未来,我国(或其他任何国家)引入实时征税体系,以确保消费者就网上购物行为足额缴纳增值税将不足为奇⁸。这一征税体系引进时,我国金税系统已是高度先进(接近实时)的税收数据传输系统。因此,在不久的将来,金税工程完全有可能转化成实时税务征管体系。

所以,短期内,通过电子商务平台销售货物的主要税收变化是向平台服务提供者征收增值税,而不是向小型零售商征收,并加大征收力度。从长远来看,实时税收征管将成为现实。

消费税

正如引言中所述,我国预计在2016年进行消费税改革。目前,消费税是以14种不同类型的消费品作为课税对象,并于货物生产或进口环节征收的税种。应税消费品一般是奢侈品、高污染品或传统的消费型货物,如酒精和烟草等。

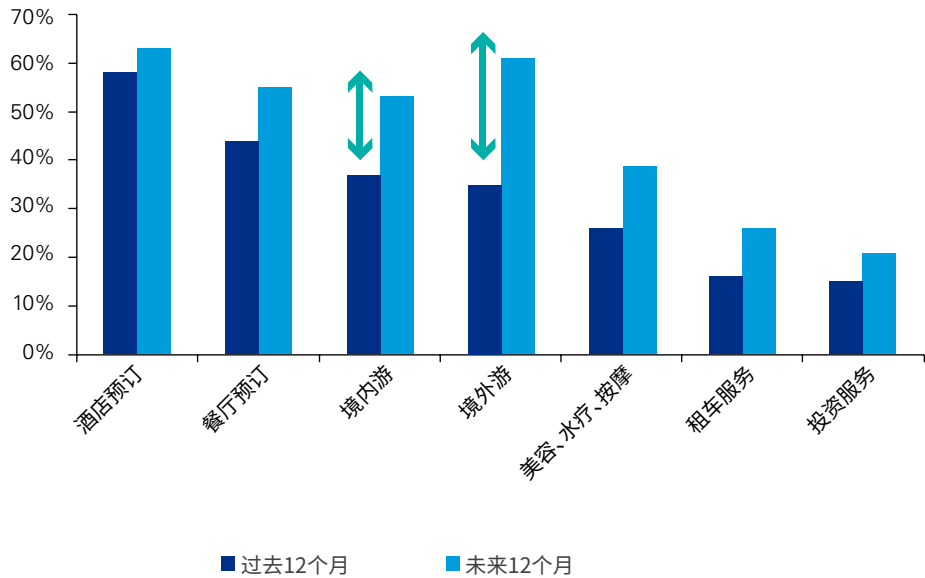
消费税改革主要包括以下三方面:

1. 应税消费品的范围将与与时俱进:例如,在引进消费税初期,化妆品仍被视作奢侈品,因而被纳入消费税应税范围。但在现代经济社会中,大部分化妆品已经不属于奢侈品。
2. 消费税税率将进行调整,高污染品的税率将会提高,环保型消费品的税率将会降低,如机动车辆,国家已推出了一系列生产节能机动车的激励措施,与政府节能减排的目标相符。
3. 消费税征收环节将由生产或进口环节,向批发或零售环节转变:必然会导致缴纳消费税的企业数量大幅增加。伴随着这一变化,税款征收将有望由中央政府向地方政府逐步转变。

有趣的是,逐步向批发或零售环节征收消费税这一转变,可能将加剧现阶段电子商务税收征管问题。然而,这一重大变化恰恰可能导致税收征收力度的大大加强。

⁸ ‘21世纪的增值税改革’, Herbain & Lamensch, 2015年8月,彭博资讯 BNA

消费者网购高端服务的比例



来源:中国网购新生代 - 10,000多位消费者网购真经...2015年中国消费者调查,毕马威中国, KPMG 中国, 2015年, 第19页, <http://www.kpmg.com/CN/zh/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/China-Connected-Consumers-201510-c.pdf>

服务

服务业面临的增值税税制挑战可能要复杂得多。考虑到未来的跨境服务数量将远多于以往,3D打印技术的成熟将使得更多货物可以通过服务的方式提供,共享经济的发展, P2P服务的激增,随着我国向服务型经济的转变,我们不难想象服务业增值税处理所面临的挑战。

上图调查与总结了2015年中国消费者网上购买的服务种类。下文将从技术角度来探讨可能发生的变化。

境内服务

服务业的主要变化是营业税改征增值税,这一改革预计将于2016年底完成。截止2016年2月,尚有三大主要行业适用营业税政策:房地产建筑业、金融保险业、生活服务业。最后一类包含了所有仍在营业税征税范围内的其他类型服务。值得一提的是,我国服务的范畴包括无形资产,而电、热力、天然气以及货物加工和修理修配劳务则在营改增之前就属于增值税应税范畴⁹。

政府的目标是确保在2016年底,所有的供应商,无论其提供的是货物还是服务,都缴纳增值税而非营业税。

⁹ 详见中华人民共和国增值税暂行条例实施细则第二条 http://www.gov.cn/gongbao/content/2012/content_2121706.htmArticle 2, http://www.gov.cn/gongbao/content/2012/content_2121706.htm

这一改革还会间接提高税收遵从水平。在当前的税收制度下,增值税发票的链条是断裂的。例如,当增值税纳税人向营业税纳税人提供货物时,由于货物购买方无法抵扣进项税,因此货物购买方对增值税专用发票并没有实际需求。但是,一旦所有的企业都包含在增值税体制中,将形成强有力的内在约束机制。货物购买方和服务接受方在付款时,将要求取得增值税专用发票,以确保可以抵扣进项税额。一旦供应商开具了增值税专用发票,相关交易记录将可被追踪,且征税依据即已确立。

尽管如此,服务行业在税款征收和税收遵从方面仍将面临巨大的挑战,尤其是在B2C层面。在服务行业,服务提供商没有货物销售成本,资本密集型设备的使用也是有限的。简而言之,供应商的成本主要由人工构成,从增值税的角度来看,“增值”是很显著的。由于税务机关很难对服务进行追踪,而且最终消费者也没有“动力”取得发票,因此不合规现象极易出现。随着目前社会现金消费的主导地位逐渐降低,复杂的税务审计和稽查技术将出现。税务机关过去主要依靠纸质材料进行检查和审计。税企双方的电子信息交流使通过数据分析,甚至是预测分析更好地保证增值税足额征收成为可能。

良好的税收征收环境,可以加强税务机关对境内服务的征管力度。然而,如果不对税收环境进行检查,其他方面的技术发展可能使得越来越多的产品以服务形式(适用税率为6%)而非货物形式(适用税率为17%)提供,可能会降低增值税的整体税收收入。

下列情形也应予以考虑:

- 曾经,大多数的软件产品以货物的形式销售。许多企业使用大量IT设施以满足其IT需求。货物销售都需要缴纳17%的增值税。但现在很少有消费者购买实体软件产品。软件即服务(SAAS)以及云计算的发展促使企业以服务的方式提供软件产品,相关交易适用的增值税税率为6%。但是有些税务机关实操中常常将软件使用权认定为销售软件产品,并征收17%的增值税,凸显了在认定软件性质方面的难度,应归为货物销售、特许使用权还是服务。

- 相同的情况还可能出现在电子书销售中。大多数税务机关认为销售电子书适用的增值税税率应为13%(作为货物销售),但电子书销售商更倾向于将其视作提供服务,缴纳6%的增值税。
- 特定货物或产品,例如消费税征税范围内的机动车辆。当3D数字印刷技术成熟之后,会发生什么样的变化?应当按照销售货物适用17%的增值税,还是按照提供服务适用6%的增值税?
- 共享经济和P2P服务暴露了大多数国家的增值税缺口。假设酒店对其住宿收入缴纳5%的营业税(不久的将来可能要缴纳6%增值税),但某家庭旅馆通过Aribnb或者其他方式刊登广告找到客人所取得的住宿收入,很可能并不缴纳增值税。两种模式间的缺口显而易见。类似地,银行贷款应缴纳5%的营业税(不久的将来可能要缴纳6%增值税),但P2P信贷呢?早在C2C服务形成成熟市场之前,我国“影子银行”相关的税款征收问题就已经出现,而今问题日益凸显。

上述所有的情形表明,未来的几年里,增值税体制需要必要的改变以应对以上发展。由此我们预测:

- 我国未来将向单一增值税税率或简并税率的增值税体制演变,而非继续实行现阶段的多档税率体制。但直到应税货物和应税服务适用同一增值税税率时,上述问题方可初步解决。增值税标准税率可能为13%或15%。
- 世界各国政府,包括中国,将把C2C交易纳入增值税应税范围,由于注册成为增值税一般纳税人有一定营业收入标准,因此大多数一次性或偶发商业行为将被排除在外。



跨境服务——进口服务

我国增值税税制设计建立于互联网时代。跟大多数其他国家不同，我国分支机构是独立的增值税纳税人，相关税收法律法规一般假设纳税人有实际的经营场所，且境外法人不可进行增值税注册。显然，这些规定难以适用于跨境服务。

需要重申，这个问题并不只存在于中国。最近，经合组织和二十国集团也将该问题纳入《应对数字经济的税收挑战》的总结报告。该报告对如何就B2B和B2C服务有效地征收间接税问题展开了研究。主要内容概括如下：

B2C模式下，购买不含增值税的境外数字化服务

1. 要求终端消费者自行缴纳增值税是非常低效的。
2. 非居民供应商应在消费者所在地进行增值税注册登记，然后按消费者所在地税法的要求向消费者收取增值税并申报缴纳增值税。这种方式一直被认为是最有效的方式。但事实上，在这种方式下，进口国难以监管，因此只能主要依赖于供应商的自我约束。
3. 推行该方式需要提高国际间合作，通过更加密切的信息交换，征税协助和协同审计来实现。

免税企业可以通过购买不含增值税的境外服务和无形资产达到节税目的

1. 可参考经合组织指引中关于B2B模式下提供服务和无形资产的纳税地点进行税务筹划。该指引建议企业应用“目的地原则”。在该原则下，增值税将以“逆向征收”方式在服务消费国征收。

来源：“应对数字经济的税收挑战”，第一项行动计划，经合组织/二十国集团税基侵蚀和利润转移项目最终报告，经合组织，2015，经合组织印发，巴黎，<http://dx.doi.org/10.1787/9789264241046-en>

我们将中国的状况与上述讨论进行比较研究。我国增值税法规在跨境服务方面有两基本原则：

- 如果服务供应商或服务接受方在境内，则应当缴纳增值税，意味着进口和出口服务在理论上都是需要征收增值税的。而在实践中，大多数出口服务是适用免税或是零税率优惠政策的。
- 如果服务供应商位于境外，增值税应当由服务供应商在境内的代理人或是服务接受方代扣代缴。

我国增值税体系实际采纳“目的地原则”，即由服务消费地征收增值税，而非服务供应商所在地。就此而言，我国增值税制度已经和经合组织/二十国集团的建议相一致。

在B2C方面，当供应商位于境外，且在境内没有代理机构，目前没有任何法规将在境内的个人消费者排除在为境外机构代扣代缴增值税的范围之外。从理论上讲，意味着北京的一名消费者在网上购买了美国供应商提供的软件，他需要代扣代缴增值税。《应对数字经济的税收挑战》也显示，“要求终端消费者自行适用增值税是非常低效的。”¹⁰

因此，《应对数字经济的税收挑战》建议，境外服务供应商应当进行增值税注册登记，并且缴纳增值税。报告中提出了简化的注册程序以确保高效地征收和缴纳增值税。欧盟成员国以及冰岛、挪威、瑞士、南非、日本、韩国、澳大利亚和新西兰等国要么已经实施了这些措施，要么正在计划实施这些措施。

事实上，由于消费国政府即使与供应国政府有信息交换协定，仍很难向在该国没有经营场所的外国公司征收或追缴增值税，逃税可能依旧时有发生。显然，经合组织/二十国集团的建议是根据80/20经验法则，即预计约80%的税收来自于20%的纳税人，而且，大型平台供应商通常会自愿遵守相关税收规定。

特别需要说明的是，在我国特殊的增值税环境下采取经合组织/二十国集团建议可能存在以下问题：

- 就目前来看，我国增值税体制下，还不允许外国企业进行增值税一般纳税人注册，外国公司也没有办法纳入金税系统中。
- 我国增值税体系是与企业注册登记制度相关联的。
- 在很大程度上，人民币依旧还是受外汇管制的货币。

尽管如此，我们还是倾向于认为这一切需要改变。简而言之，除非政府可以让外国服务供应商进行增值税注册，并对其提供数字服务所取得的收入缴纳增值税，如B2C，否则我国税收收入将受到不利影响。采用税收遵从性高且易于征收税款的方式，也是符合我国政府利益的。

因此，我们预期，我国将会为外国提供数字服务的供应商设计简化的增值税注册登记和缴纳流程，同时也相信，即使有了上述的注册登记、缴纳流程，外国供应商可能依然无法抵扣增值税进项税，也无法开具或获取增值税专用发票。这也涉及了另一个有趣的问题：简化的流程能否允许这些外国企业用其获得收入的币种缴纳增值税。随着时间的推移，人民币的可交换性越来越强，这个问题也会变得越来越无足轻重。

另一个更加有趣的问题是，如何确定外国供应商在我国进行增值税注册登记的地点，尤其考虑到注册地政府会分得一部分增值税税收收入，因此，各地方政府会存在一定的竞争关系。

在B2B的模式下，现行增值税税制要求以代扣代缴的方式对进口服务供应商征收增值税。相较而言，国际上较为普遍的做法是逆向征收。就我们的经验而言，代扣代缴并不像逆向征收那样高效，原因如下：

- 增值税代扣代缴会影响各方的定价，即除非供应商知道需要缴纳增值税并将增值税额包含到价格中去，否则通常供应商实际收到的价款是会少于服务定价的。相反的，逆向征收是对服务接受方征收的，这样不会影响到各方的定价。
- 增值税代扣代缴也会带来会计难题。由于供应商开具的发票金额往往大于其实际收到的金额，因此，供应商往往需要将这一部分差额从会计上核消。

我国一直使用增值税代扣代缴机制，因为它与中国的外汇管制密切相关。也就是说，服务接受方需要先提供增值税扣缴的完税证明，服务费等资金才可以被支付给供应商。随着我国放宽外汇管制，相比于逆向征收的需求，增值税代扣代缴的需求会进一步减少。

综上所述，预计我国将有可能引入简化流程，使外国供应商就其提供B2C跨境服务所产生的收入在境内缴纳增值税。越晚引入这种措施，税收收入的缺口就越大。在B2B方面，我们预计最终会使用逆向征收机制，但我们也必须意识到的是一般情况下增值税代扣代缴制度会相对有利于国内企业，而对于国外供应商则相对不利，因此变为逆向征收有可能不符合我国的利益。

¹⁰ “应对数字经济的税收挑战”，第一项行动计划，经合组织/G20税基侵蚀和利润转移项目最终报告，经合组织，2015，经合组织印发，巴黎，第121页，<http://dx.doi.org/10.1787/9789264241046-en> OECD Publishing, Paris, p. 121, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264241046-en>

跨境服务——出口服务

如上所述,我国跨境服务的增值税制度遵循目的地原则,意味着当国内供应商为境外消费者(或企业)提供服务时,通常不对其征收增值税。不过,这是相对较新的政策,自2012年增值税试点改革才出现。

那些仍然适用营业税的行业则还没有享受出口服务的税收优惠政策,即除非有特殊优惠政策,出口服务仍需要缴纳营业税。

对出口服务实行更加优惠的增值税政策与我国政府促进服务业增长和发展的目标是一致的。然而值得注意的是,目前大部分出口服务只享受增值税免税,而非零税率政策。根据经合组织的国际增值税/货物与服务税指引¹¹,出口服务实际上应当享受零税率。

财政部和国家税务总局于2015年年末扩大了出口服务适用零税率政策的范围,即在出口研发、设计服务以及国际运输服务适用零税率政策的基础上,将下列出口服务纳入零税率政策范围:

- 离岸外包服务,如信息技术外包服务(ITO)、技术性业务流程外包服务(BPO)和技术性知识流程外包服务(KPO);
- 广播影视节目(作品)的制作和发行服务;
- 技术转让和软件服务等¹²。

在我们看来,上述服务的增值税政策的变化反映了未来长期的发展趋势,预计未来几年中国大部分的出口服务将转而适用增值税零税率而非免税政策。

与之相关的问题是,目前无论是提出增值税免税申请还是零税率申请,其过程都可能耗时且繁琐。这很可能跟其他的税收优惠政策有相同的发展轨迹,即最初都是在严格的审批过程中被推出的,但随着时间的推移,审批要求会逐渐放宽改为企业自我评估模式。我们预计出口服务优惠政策的发展变化亦是如此。

完全在境外消费的服务

中国目前的增值税法规不适用于完全在境外发生的服务¹³。这一规定在实践应用时会遇到很多困难。举例来说,一名中国消费者获得并持有由一家信誉良好的境外机构颁发的专业资格认证,为保持专业资质,该消费者需要通过“虚拟教室”学习网络课程。这个例子中的问题在于,该消费者享受在家中通过网络学习的便利,该服务是否可以被视为“完全在境外消费”?类似的关于如何判定服务消费地的问题正在逐年增加。

¹¹ “国际增值税/货物与服务税指引”,经合组织,2015年11月<http://www.经合组织.org/tax/consumption/international-vat-gst-guidelines.pdf>

¹² 参见财税[2015]118号文“关于影视等出口服务适用增值税零税率政策的通知”,另可参见“中国税务快讯-跨境服务增值税零税率范围扩大”,毕马威中国,2015年11月 <http://www.kpmg.com/CN/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Newsletters/ChinaAlerts/Documents/China-tax-alert-1511-30-VAT-zero-rating-concession-for-exported-service-scope-expanded.pdf>

¹³ 参见财税[2013]106号文附件1第10条

服务关税问题

目前关税仅对进口货物,而非服务,进行征收。但是,考虑到越来越多的以货物形式进行的供应会转变为以服务形式进行供应,因此不难预见,从长远角度来看关税的税基将会受到威胁。目前,国际上已有人主张有必要在未来针对服务征收关税。虽然这需要时间去证明,但不能忽略其可能性。

企业所得税和增值税之间的相互影响

尽管本特刊致力于探讨与数字经济相关的增值税问题,但必须认识到,增值税法规的任何变动都将可能引起企业所得税的连锁反应,反之亦然。例如:

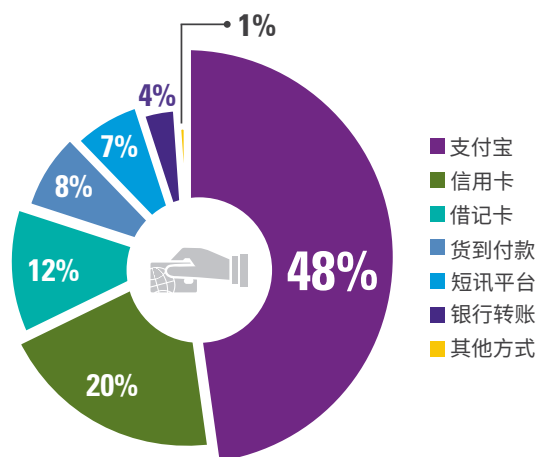
- 如果常设机构的认定标准因为税基侵蚀和利润转移的建议而扩大,那么这些外国企业将会被要求或被允许注册成为增值税一般纳税人吗?例如,外国供应商通过管理位于中国的服务器,而在国内拥有数字化的经营场所。
- 企业所得税下的交易特性能否决定应适用的增值税税率?例如,有一笔款项,根据企业所得税的规定被认定为特许权使用费,是否意味着其一定会适用6%的增值税,依据是存在许可或其他无形资产的授予?



支付服务和虚拟货币

近年来,支付服务业务在中国大规模增长。截至目前,现金仍是最常用的支付方式;中国银联拥有近乎垄断的借记卡支付服务;信用卡使用相对有限。不过,下表显示了我国在建立多样化支付服务的过程中已经发生的重大变化:

按支付类别划分的网购活动



来源: 中国网购新生代 - 10,000多位消费者网购真经...2015年中国消费者调查,毕马威中国, 2015年, 第56页 <http://www.kpmg.com/CN/zh/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/China-Connected-Consumers-201510-c.pdf>

从监管的角度看,我国最近才允许外国公司在境内市场上进行电子支付结算,有效地阻止了诸如Visa、MasterCard和美国运通此类公司在境内进行交易。政府已于近期宣布,将允许外国公司进入支付市场,在2014年这一市场价值已达六万八千四百亿美元。从2015年6月1日起,外国公司可以申请银行卡结算业务的牌照。我们预计,由于境外公司可能会试图说服消费者使用他们的银行卡,而不是银联卡来消费¹⁴,未来信用卡支付领域的竞争会更加激烈。

许多评论家曾预期传统银行产品会繁荣发展,然而事实却是,我国在使用诸如支付宝和虚拟货币等供应商提供的支付服务方面已经超越许多发达国家。诸如微信、新浪微博和腾讯财付通等信息平台在提供多样化支付服务的领域都表现出了快速的增长态势。

这些支付服务供应商所面临的问题是,他们目前缴纳以5%营业税,并将很快过渡到增值税体系。目前包括欧盟成员国在内的许多国家对于提供支付服务所取得的收入免征增值税,但是,预计我国将这些支付服务按6%的税率征收增值税。对支付服务供应商而言,在过渡到增值税体系的过程中已经出现了一些实际问题,包括:

- 为消费者购买境外货物或服务时提供的支付服务,是否需要缴纳增值税?
- 在支付服务提供商(如银行、其他金融机构、清算所和其他中间商等)的背后,存在着支付服务完整的供应链,如何有效管理这一供应链中的增值税和相关发票问题?

¹⁴ 来源: 中国网购新生代 - 10,000多位消费者网购真经...2015年中国消费者调查,毕马威中国, 2015年, 第56页 <http://www.kpmg.com/CN/zh/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Pages/China-Connected-Consumers-201510.aspx>



我国增值税法规体系未曾就比特币等虚拟货币的界定作出明确说明。随着人民银行近日宣布它可能发行自己的虚拟货币¹⁵，在不久的将来，这一问题可能会意义重大。澳大利亚税务局规定，比特币不符合货币的定义。因此，当比特币用于交易货物或服务时，实质上是一种以货易货交易，交易双方都应缴纳货物服务税（相当于增值税）¹⁶。但是，欧洲法院最近做出了与澳大利亚相反的规定，即认为比特币是一种货币形式，因此，当比特币用于交易货物或服务时，只对其中一方征收增值税¹⁷。

众筹

另外一个热点现象是众筹的增长，众筹实际上是指通过互联网为项目公开筹集资金。某些公司已经设计了平台，用以促进寻求筹集资金与愿意提供资金的企业之间的对等互动。Kickstarter与Zhongchou分别是国外和中国境内最大的众筹网站之一。

尽管目前众筹有许多种运作模式，但本质上大多都来源于以下理论基础：

- 以捐赠为基础的资金模式：这种模式下，出资人出于特定目的进行捐赠，通常不会涉及增值税的问题。但在实务操作中，当企业给予出资人收益时，会使这类问题的增值税处理变得不确定。

- 以报酬为基础的资金模式：这种模式下，出资人提供资金，并可以从发起人处获得报酬。通常，增值税将依据发起人提供的货物或服务的价值进行计算。但是当发起人提供的报酬价值远远低于出资人提供的付款金额时，会给此类问题的增值税处理带来很大困难。例如，一名出资人可以为他喜爱的歌手出资一千元，用于帮助这位歌手发行专辑，但最后只获得价值五十元的唱片。
- 以股权为基础的资金模式：这种模式下，出资人提供资金，并获得股票或企业提供的其他形式的股息红利。在大多数地区，股票发行均免征增值税。因此我国很可能会采用同样的处理方式。
- 以债务为基础的资金模式：这种模式下，出资人将资金借给企业，并收取利息作为回报。同样，此类业务在大多数增值税国家免征增值税，但我国预计将就利息收入征收增值税。但是，那些获得利息收入的出资人通常不会认定为增值税一般纳税人。

欧盟委员会第836号工作文件¹⁸以及澳大利亚税务局均于最近对这些问题进行了探讨¹⁹。中国目前的情况是，企业所提供的货物或服务将根据其种类的不同而适用不同的增值税税率；企业注册为增值税一般纳税人或小规模纳税人，也会适用不同的增值税税率。这些都让情况变得更为复杂。此外，众筹平台通常会从筹集的资金中按比例收取一定的费用，预计这一部分收入也将缴纳增值税。但是，具体的增值税税率将取决于其提供服务的类别。

¹⁵ 中国央行计划推出自己的数字货币，路透社，2016年1月20日 <http://www.reuters.com/article/us-china-currency-digital-idUSKCN0UY1JT>

¹⁶ 货物服务税：关于比特币交易增值税的影响，货物服务税的裁决，2014年3月，“GSTR，澳大利亚政府：澳大利亚税务局<http://law.ato.gov.au/atolaw/view.htm?DocID=GST/GSTR20143/NAT/ATO/00001Business/GST/In-detail/Rules-for-specific-transactions/GST-crowdfunding/>

¹⁷ 2015年10月22日的法院判决（第五合议庭）（向瑞典最高法院要求初步裁定，美国国税局 戴维海德格威特（案例c-264 / 14<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=172954&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=212745>

¹⁸ 增值税处理委员会：众筹的增值税处理，指引2006 / 112 / EC 398条，底稿836，欧洲委员会，2015年2月6日，<https://circabc.europa.eu/sd/a/c9b4bb6f-3313-4c5d-8b4c-c8bbaf0c175a/836%20-%20VAT%20treatment%20of%20Crowd%20funding.pdf>

¹⁹ 众筹和增值税，澳大利亚政府：澳大利亚税务局，2015年6月24日修改<https://www.ato.gov.au/Business/GST/In-detail/Rules-for-specific-transactions/GST-crowdfunding/>

代理/中介机构的兴起

互联网使得用户可以打破时间和地域的限制,随时随地与世界各地的人们进行交流,极大地改变了沟通模式和生活方式。随着互联网覆盖范围的不断扩大以及互联网业务的飞速增长,大量针对货物和服务买卖的第三方平台、中介或代理机构开始涌现,并涵盖了B2B、B2C和C2C等交易领域。这些平台通常需要抽取一部分利润作为佣金,协助买家和卖家之间的款项支付。

从间接税的角度来看,涉及代理或中介的交易一直很难进行监管,我国现行增值税法规针对“代理”的界定可能不如其他国家那么健全。例如,即使代理人或中介机构只保留交易总价款中一小部分佣金作为收入,有时仍会被要求按照交易总价款计算缴纳增值税。此外,由于代理或中介可能在会计处理中只记录其佣金收入,因此这种状况下针对总价款计算的增值税应纳税额,很难进行税务和会计的核对。

判定中介机构在交易中的角色究竟是代理人还是委托人具有不确定性。最近这种情况在其他国家的案例中被强调出来,其中旅游业是一个典型的例子。²⁰

当涉及到跨境交易的因素时,关于中介或代理机构的增值税问题就会变得更加复杂。举例来说,假设代理机构位于境外,但却针对境内机构的交易向客户收取费用,比如使用国际预订工具预订位于境内的酒店住宿。虽然这些问题仍属于旅游业的问题,但是随着类似优步(Uber)在代步专车领域或Airbnb在住宿业的发展,此类增值税处理的挑战会日益严峻。

电子发票

许多国家已经提出,可以将电子发票应用于货物服务税/增值税。电子发票不仅与如今商业模式发展相一致,也可以提供增值税数据的快速访问和检索,同时减少了对于纸质存储的依赖,并降低了纸质发票所需成本。随着数字经济的发展,全球范围内推广货物服务税/增值税电子发票是大势所趋。

我国于1994年首次推出增值税防伪税控系统,即金税系统。最近几年,税务机关开始选择一些特定的纳税人进行试点,尝试从纸质发票过渡到电子发票。随着金融服务业等交易量巨大的行业于2016年纳入增值税的征收范围,电子发票在不久的将来可能被广泛使用。

²⁰ 例如,英国税务海关总署专员(被告)和Secret Hotels2有限公司(原医学酒店有限公司)(原告)的判决。希拉里,[2014] UKSC16 2014.5.5, https://www.supremecourt.uk/decided-cases/docs/uksc_2013_0036_judgment.pdf

毕马威可以提供的帮助

本期特刊不仅探讨了我国现行增值税体制应对数字经济的挑战，也预测了一系列增值税体制即将面临的变化。

毕马威拥有一支专业的税务团队，熟知数字经济中企业的经营实践以及其对企业的商业影响。这支团队可以在许多领域为你提供帮助，譬如协助您：

- 了解现有法规如何适用于数字经济下的企业商业模式；
- 应对并管理快速变化的合规环境中的税收风险，尤其是在税务机关倾向强调“有效征收，有效征收，有效征收”的情况下；
- 在新的前税基侵蚀和利润转移背景下，为贵公司供应链从间接税、企业所得税以及转移定价角度进行筹划，以实现最优效果。

毕马威联系人



全国

何坤明

税务服务主管合伙人
毕马威中国和香港特别行政区
邮箱: khoonming.ho@kpmg.com
电话: +86 (10) 8508 7082



华中区

王军

税务合伙人
毕马威中国
邮箱: john.wang@kpmg.com
电话: +86 (21) 2212 3438



王磊

中国间接税全国主管合伙人
毕马威中国
邮箱: lachlan.wolfers@kpmg.com
电话: +852 2685 7791



华南区

李瑾

税务合伙人
毕马威中国
邮箱: jean.j.li@kpmg.com
电话: +86 (755) 2547 1128



华北区

沈瑛华

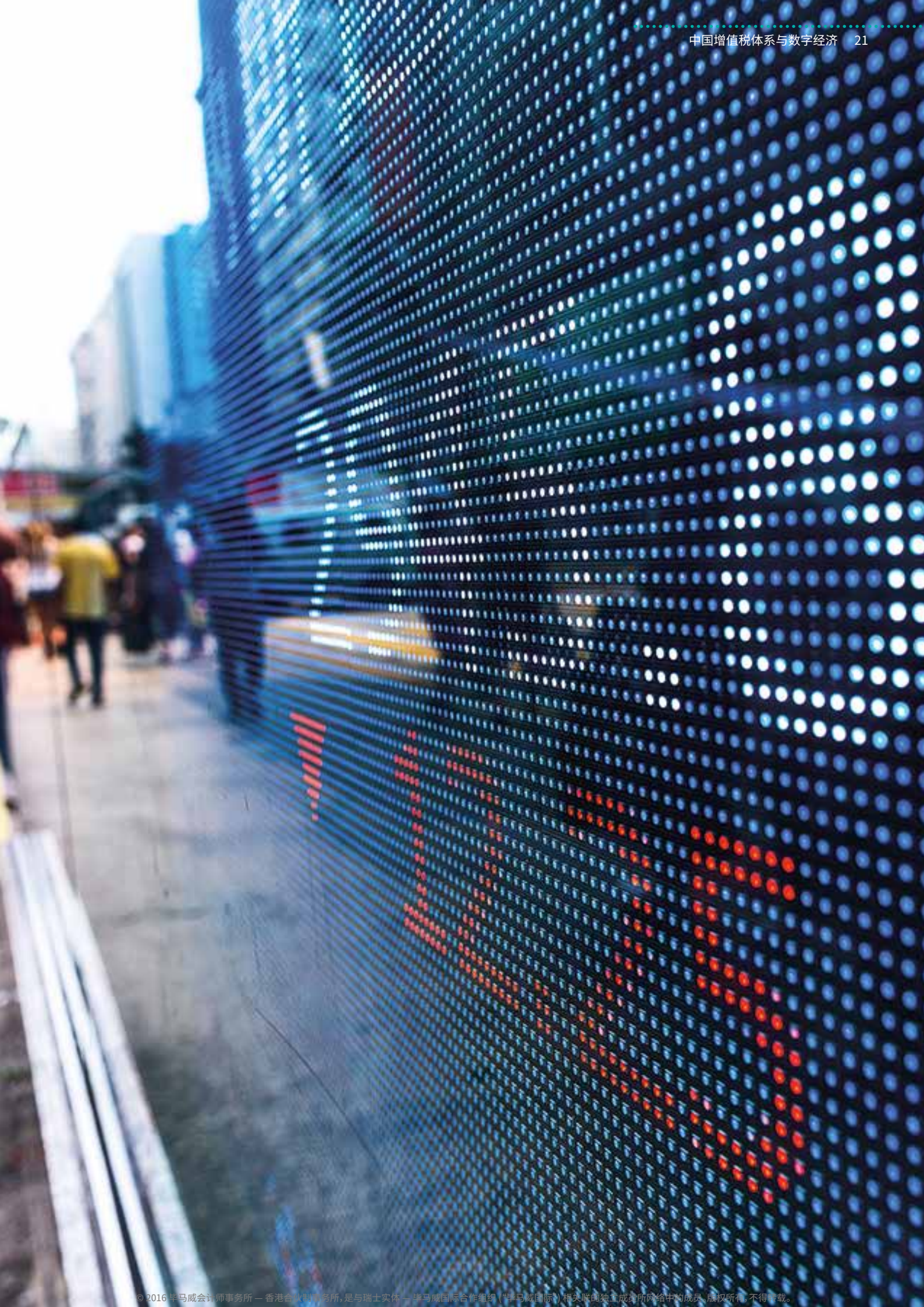
税务合伙人
毕马威中国
邮箱: yinghua.shen@kpmg.com
电话: +86 (10) 8508 7586



香港

王磊

中国间接税全国主管合伙人
毕马威中国
邮箱: lachlan.wolfers@kpmg.com
电话: +852 2685 7791



中国内地

北京

中国北京东长安街1号
东方广场毕马威大楼8层
邮政编码: 100738
电话: +86 (10) 8508 5000
传真: +86 (10) 8518 5111

北京中关村

中国北京丹棱街3号
中国电子大厦B座6层603室
邮政编码: 100080
电话: +86 (10) 5875 2555
传真: +86 (10) 5875 2558

成都

中国成都红星路3段1号
国际金融中心1号办公楼17楼
邮政编码: 610021
电话: +86 (28) 8673 3888
传真: +86 (28) 8673 3838

重庆

中国重庆邹容路68号
大都会商厦15楼1507单元
邮政编码: 400010
电话: +86 (23) 6383 6318
传真: +86 (23) 6383 6313

佛山

中国佛山灯湖东路1号
友邦金融中心一座8层
邮政编码: 528200
电话: +86 (757) 8163 0163
传真: +86 (757) 8163 0168

福州

中国福州五四路137号
信和广场12楼1203A单元
邮政编码: 350003
电话: +86 (591) 8833 1000
传真: +86 (591) 8833 1188

广州

中国广州市天河路208号
粤海天河城大厦38楼
邮政编码: 510620
电话: +86 (20) 3813 8000
传真: +86 (20) 3813 7000

杭州

中国杭州杭大路9号
聚龙大厦西楼8楼
邮政编码: 310007
电话: +86 (571) 2803 8000
传真: +86 (571) 2803 8111

南京

中国南京珠江路1号
珠江1号大厦46楼
邮政编码: 210008
电话: +86 (25) 8691 2888
传真: +86 (25) 8691 2828

青岛

中国青岛东海西路15号
英德隆大厦4层
邮政编码: 266071
电话: +86 (532) 8907 1688
传真: +86 (532) 8907 1689

上海

中国上海南京西路1266号
恒隆广场50楼
邮政编码: 200040
电话: +86 (21) 2212 2888
传真: +86 (21) 6288 1889

沈阳

中国沈阳北站路61号
财富中心A座19层
邮政编码: 110013
电话: +86 (24) 3128 3888
传真: +86 (24) 3128 3899

深圳

中国深圳深南东路5001号
华润大厦9楼
邮政编码: 518001
电话: +86 (755) 2547 1000
传真: +86 (755) 8266 8930

天津

中国天津大沽北路2号
天津环球金融中心
津塔写字楼40层06单元
邮政编码: 300020
电话: +86 (22) 2329 6238
传真: +86 (22) 2329 6233

厦门

中国厦门鹭江道8号
国际银行大厦12楼
邮政编码: 361001
电话: +86 (592) 2150 888
传真: +86 (592) 2150 999

香港特别行政区和澳门特别行政区

香港

香港中环遮打道10号
太子大厦8楼
香港铜锣湾轩尼诗道500号
希慎广场23楼
电话: +852 2522 6022
传真: +852 2845 2588

澳门

澳门苏亚利斯博士大马路
中国银行大厦24楼BC室
电话: +853 2878 1092
传真: +853 2878 1096

kpmg.com/cn

本刊物所载资料仅供一般参考用,并非针对任何个人或团体的个别情况而提供。虽然本所已致力提供准确和及时的数据,但本所不能保证这些数据在阁下收取本刊物时或日后仍然准确。任何人士不应在没有详细考虑相关的情况及获取适当的专业意见下依据本刊物所载资料行事。

© 2016 毕马威会计师事务所 — 香港合伙制事务所,是与瑞士实体 — 毕马威国际合作组织(“毕马威国际”)相关联的独立成员所网络中的成员。版权所有,不得转载。香港印刷。

毕马威的名称和标识均属于毕马威国际的商标或注册商标。

刊物编号: HK-TAX16-0004c

二零一六年三月印刷