

雪梨被罚 主播偷逃税的冰山一角

· 相关新闻 ·

雪梨背后有哪些资本加持

在雪梨、林珊珊偷逃税被罚超9000万元一事引爆微博热搜的同时,北京商报记者发现,生意不断做大的背后,雪梨也有不少资本加持。据雪梨微博认证显示,其为杭州宸帆电子商务有限责任公司(以下简称“宸帆电商”)董事长。股权关系显示,宸帆电商股东繁多,其中在第五大、第九大股东背后均出现了摩点文娱的身影,而该公司在今年7月刚刚摘牌新三板。此外,在该起逃税事件中,还有一个关键人物李志强,涉嫌帮助雪梨、林珊珊偷逃税,他又是谁?

据Wind显示,宸帆电商成立于2016年10月18日,公司实控人为雪梨,注册资金603.86万元,是一家网红孵化及电商平台,旗下拥有数家淘宝知名店铺,并通过微博自媒体营销以及树立网红店铺的标杆,打造了雪梨、林珊珊等国内知名时尚红人。

值得一提的是,在宸帆电商第五大股东、第九大股东背后,北京商报记者发现了摩点文娱的身影。

具体来看,霍尔果斯圣光股权投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“霍尔果斯”)、杭州泓锐投资管理合伙企业(有限合伙)(以下简称“泓锐投资”)分别持有宸帆电商5.5592%、2.4393%的股份,系公司第五、第九大股东。

而霍尔果斯大股东则是摩点文娱,霍尔果斯由宁波引爆点投资管理合伙企业(有限合伙)(以下简称“宁波引爆点”)持股99%,而摩点信息持有宁波引爆点99%股权,摩点信息则由摩点文娱100%持股。

此外,泓锐投资背后也是摩点文娱,宁波引爆点、卢慧、摩点文娱分别持股46.6667%、33.3333%、20%。

资料显示,摩点文娱所属行业为互联网和相关服务下的互联网信息服务,公司2012年12月挂牌新三板,之后在今年7月摘牌,2020年公司实现归属净利润处于亏损状态,约为-1364.76万元。

在此次偷逃税事件中,税务部门还提到一个关键人物李志强,称其涉嫌策划、实施和帮助雪梨、林珊珊偷逃税,并干扰税务机关调

查。北京商报记者注意到,李志强曾是有棵树董秘兼首席财务官,而有棵树是天泽信息控股子公司。

股权关系显示,李志强也持有宸帆电商股份,系公司单一第七大股东,持股比例为3.9993%。税务部门称,目前已依法对李志强进行立案检查,将依法另行处理。

据了解,有棵树主要从事跨境电商进出口业务,于2016年4月在新三板挂牌,不过在2017年9月摘牌。据有棵树摘牌前最新披露的2016年年报显示,李志强是公司董事兼首席财务官及董事会秘书,自2015年11月起任职。

另外,李志强有会计师背景,是英国特许公认会计师协会资深会员、国际注册内部审计师协会会员,曾任职于安永华明会计师事务所(上海分所)、罗兵咸永道会计师事务所,任高级咨询顾问、咨询经理。上海汉联律师事务所律师宋一欣对北京商报记者表示,若李志强最终被税务部门认定为有帮助他人偷逃税违法行为,其本人也免不了会有一定惩罚,此外,该事件也恐对其未来从业会计行业产生不良影响。

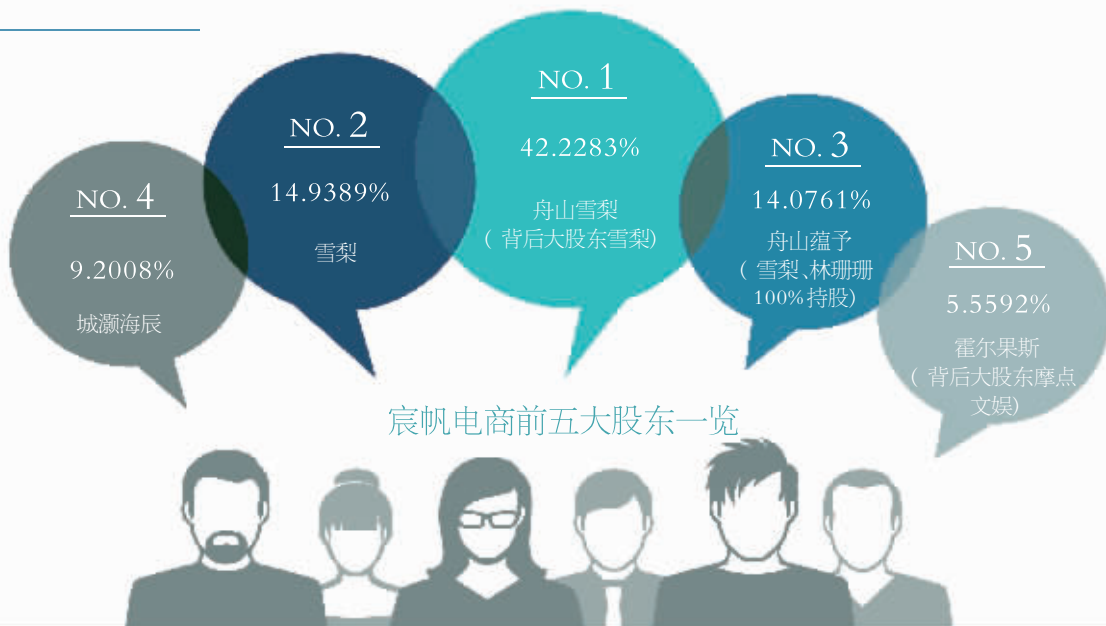
值得一提的是,在公司2017年摘牌时,上市公司天泽信息便盯上了有棵树。筹划逾一年时间,天泽信息在2019年初正式将有棵树纳入麾下,彼时作价34亿元收购了有棵树99.9991%股权。

资料显示,天泽信息2011年4月登陆A股市场,公司属软件与信息技术服务业领域,也是通过收购有棵树,上市公司正式切入了跨境电商赛道,而该部分业务也成为了公司的主要收入及盈利来源,2020年天泽信息跨境电商出口业务营业收入占比高达94.48%。

独立经济学家王赤坤对北京商报记者表示,上市公司高管形象在市场上也非常重要,恶劣的违法行为也会给公司减分。

针对相关问题,北京商报记者致电有棵树方面进行采访,不过电话未有人接听,随后记者致电天泽信息董秘办公室进行采访,对方工作人员表示,目前上市公司及子公司有棵树未能查证到李志强,可能已经离职。

北京商报记者 马换换



宸帆电商前五大股东一览

网红主播掀起查税潮以来,首例实名披露的偷逃税案例已经出现。11月22日,杭州市税务局发布通报称,发现朱宸慧(微博ID:雪梨Cherie)、林珊珊(微博ID:林珊珊_Sunny)两名网络主播涉嫌偷逃税款,对两人分别罚款6555.31万元、2767.25万元。虽然两名主播均已在微博发布致歉信,但这也仅是网络直播行业逃税乱象的冰山一角。业内人士表示,主播行业收入构成比较复杂,税收监管也面临诸多难题,通过“以数管税”等方式,野蛮生长的网络直播行业将迎来规范化管理。

逃到“税收洼地”

此次事件中的雪梨与林珊珊均是淘宝平台带货主播,其中雪梨排名仅次于薇娅、李佳琦这两大顶流,位列榜单第三,而林珊珊则同样跻身前十榜单,排名第九。

据杭州市税务局通报,两位网络主播采用了相似的逃税手段,都通过虚构业务将其取得的个人工资薪金和劳务报酬所得转变为企业工资薪金和劳务报酬所得,偷逃个人所得税。

杭州市税务局稽查局有关负责人介绍,朱宸慧在2019-2020年期间,通过设立北海宸汐营销策划中心、北海瑞宸营销策划中心个人独资企业,虚构业务把从有关企业取得的个人工资薪金和劳务报酬所得8445.61万元,转换为个人独资企业的经营所得,偷逃个人所得税3036.95万元。

林珊珊在2019-2020年期间,通过设立北海灵珊营销策划中心、北海珊妮营销策划中心个人独资企业,虚构业务把从有关企业取得的个人工资薪金和劳务报酬所得4199.5万元,转换为个人独资企业的经营所得,偷逃个人所得税1311.94万元。

针对二人的违法行为,杭州市税务局稽查局对朱宸慧追缴税款、加收滞纳金并拟处1倍罚款共计6555.31万元,对林珊珊追缴税款、加收滞纳金并拟处1倍罚款共计2767.25万元。

对于这一操作手法,中瑞税务师事务所集团有限公司董事、副总经理赵岩在接受北京商报记者采访时表示,一般主播帮厂家销售商品,都按销售比例收取一定佣金。佣金在目前个人所得税的征税范围内属于“劳务报酬”税目,跟“工资薪金”“稿酬”“特许权使用费”一起作为个人全年的综合所得,适用3%-45%的累进税率。而两位主播采用了在一些“税收洼地”成立个人独资企业的方式来逃避税收。

“因为现行个人所得税法中,对于个人独资企业企业主个人按“经营所得”税目征收个人所得税,而这一税目允许企业主从收入中扣除税法允许的营业成本支出后按利润率以5%-35%的税率缴纳个人所得税。由于有些地方对于个人独资企业采用核定利润率的方式征收个人所得税,造成实际税负可能不到10%甚至更低。”赵岩说。

对于相关事件,11月22日晚间,网络主播雪梨、林珊珊均已在微博发布致歉信。雪梨表示,完全

接受税务部门依法作出的行政处罚决定,并将及时补缴税款、缴纳罚款和滞纳金。林珊珊也称将对直播间进行规范和整顿,更加合规经营,依法缴纳税款。

网红主播的利益池

杭州市税务局表示,通过税收大数据分析,还发现其他个别网络主播在文娱领域税收综合治理中自查自纠不到位,存在涉嫌偷逃税行为,正由属地税务机关依法进行稽查。可见,雪梨事件仅是主播逃税现象的冰山一角。

网络主播背后究竟有多大的利益池?

根据中国演出行业协会网络表演(直播)分会发布的《2020年中国网络表演(直播)行业发展报告》,2020年我国网络表演(直播)行业市场规模达1930.3亿元。从营收模式来看,打赏是直播平台和主播的主要收入来源。2020年直播平台打赏收入占行业收入的75%左右,占主播收入的35%-45%,而泛娱乐直播平台的打赏收入占总收入的比重超过90%。

一位传媒公司工作人员对北京商报记者表示,“我们给主播提供4000-6000元的底薪,正常播的话差不多底薪在5000元左右,提成是按照主播的流量走的。我们有游戏、带货、娱乐、外景几种主播,除了带货以外最主要的就是收礼物,有人刷礼物后我们从中间抽成。提成部分有很多组成,每个岗位有所不同”。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林在接受北京商报记者采访时表示,也有主播通过其他方式来变现,比如收取代言品牌方礼物的方式,或者将收入直接转化为流量支持。而主播偷逃税的问题主要体现在汇算清缴,由于主播收入较高,其最高需要遵从个税45%档税率,所以汇算清缴的时候往往会通过瞒报收入逃税。

还有一部分主播是通过“自雇”的模式工作。北京商业经济学会常务副会长赖阳向北京商报记者介绍,目前争议较大的是作为“自由职业者”的主播,他们以“自雇”的模式与公司进行合作,公司按照销售业绩支付自由职业者的酬劳,这种情况下个人如果按照法定标准去申报纳税,也不会偷逃税款。但由于行业新兴加之网络主播身份性质特殊,直播行业的监管有待完善,从业者也未必会按规纳税。

卓纬律师事务所合伙人、律师孙志峰向北京商

报记者介绍,网络主播在签订合同时存在较多的法律漏洞或监管漏洞可钻。网络直播带货属于市场经营行为,但当前网络主播门槛较低,一些带货主体存在未依法申请市场经营主体资格,即以公司等营利法人、个人工商户或其他非法人组织等运营网络直播带货业务,而是以自然人身份直接从事相关业务,即便注册了相关市场经营主体,也存在虚构交易等逃避税收监管的情形。

野蛮生长后纳入法治轨道

一路飞驰后,网络直播行业也迎来了更严格的监管。

今年9月,中宣部下发《关于开展文娱领域综合治理工作的通知》,要求着力加强明星艺人、网络主播经纪公司和经纪人及相关制作方的税收管理,督促其依法履行个人所得税代扣代缴义务,提供相关信息并配合税务机关依法对明星艺人、网络主播实施税收管理工作。国家税务总局也发出通知,要求进一步规范文娱领域税收秩序,定期开展对明星艺人、网络主播的税收检查。

查税潮很快袭来,9月28日,国家税务总局通报,发现有两名主要从事电商和直播带货的网络主播涉嫌通过隐匿个人收入、改变收入性质等方式偷逃税款。两名主播均涉嫌违规将个人收入转变为企业经营收入,进行虚假申报少缴个人所得税,涉税金额较大。

赵岩表示,今年中央政府推出税收征管体制改革的重要举措,其中从以往“以票控税”转变到“以数管税”是很重要的。税务管理系统通过发票信息以及相关的资金流动、人员信息等进行比对分析,发现大额异常交易会提示相应的风险,由主管税务机关进行筛查分析,这样可以更加精准地发现问题并及时处理。文娱行业从业人员再以虚构交易、改变业务性质等形式逃避税收将会很容易被侦测。

盘和林认为,当前主播收入非常多元,比如直播带货的佣金和坑位费,比如游戏代言推广费,比如平台打赏收入,这些收入庞杂,使得主播有较多的税收腾挪空间,主播通过专业财务公司来避税,降低自身收入适用税率。同时,对于主播的一些收入判定,比如佣金提成,往往商品交易总额并不准确,其中涉及很多数据注水问题。监管还是要以实际数据凭证出发,用证据说话。

北京商报记者 陶凤 吕银玲 实习记者 韦璐

千亿市场规模 光瓶酒成了名酒逐利场

北京商报讯(记者 赵述评 王傲)11月22日,北京商报记者走访各大商超时发现,光瓶酒货架在不知不觉间变得十分繁荣,越来越多的名酒品牌入场。五粮液尖庄、汾酒42度波汾与光瓶百年牛栏山纷纷出现在光瓶酒货架,均价在50元/瓶左右。据了解,今年10月,泸州老窖还推出黑盖光瓶酒产品,定价百元。而这背后是光瓶酒不俗的数据,有数据预测,光瓶酒市场增速将今年达到25%,未来市场份额将接近2000亿元。

随着中产消费、新生代消费逐年增加,光瓶酒发展空间也在不断扩大。如今,汾酒、泸州老窖、五粮液等名酒品牌纷纷加码光瓶酒市场。同时,红星二锅头、老村长等低端光瓶酒也在进行产品升级。数据显示,高端光瓶酒产品市场份额正在逐渐扩大,在千亿市场份额当中,比重甚至可以高达600亿元。

今年10月,泸州老窖高调发布黑盖光瓶

酒产品,定位百元价格带。9月底,主打光瓶酒的江小白推出十周年特别版金盖产品,售价108元/瓶。

俗话说“一分钱一分货”,高价光瓶酒主打纯粮酿造,并且价格越高配料越简洁。此外,随着越来越多名酒品牌入驻,凤香型、浓香型、浓酱兼香型等香型的光瓶酒酒体逐渐丰富起来。

江小白技术总工程师邵家艳曾在评酒大会上表示,2020年以来,江小白运用“本味酿造法”生产出味道更醇和、绵甜、协调的“纯味清香白酒”,而定位百元是要做到领先的质价比。

对此,北京酒类流通行业协会秘书长程万松指出,过去光瓶酒产品价格区间在5-10元/瓶。如今,以波汾为代表,50元/瓶价位的光瓶酒逐渐占据更大市场,同时,光瓶酒新品也越来越多。光瓶酒一直是自饮消费的主力军,且随着市场消费需求变化和产业调整而

不断有新的趋势。

据中国酒业协会统计数据显示,2020年,光瓶酒市场已经突破千亿大关。相关数据则进一步显示,光瓶酒每年以高于20%的速度增长,呈现出低端、低价位向名酒高价位、高性价比转移。

在第五届全国光瓶酒领袖大会上,泸州大成浓香酒销售有限公司总经理杨成表示:“光瓶酒加速迭代进入到名、优、新”时代。未来,光瓶酒在价值及价格上必须要大幅度提升,才能更好地适应企业发展、行业发展及消费者需求变化”。

北京商报记者登录京东商城电商平台发现,新上市的泸州老窖黑盖与江小白金盖目前产品评价尚不丰富,但上市一年有余的五粮液尖庄已经获得近万条评价。虽上市时间有区别,但“回锅”“口感好”成为三款产品评价中相同的关键词。程万松表示,光瓶酒是以满足大众消费

的低价酒为主,目前仍是消费量最大的市场,因此很多企业的光瓶酒也是定位大众市场,以扩大市场占有率为主要目标。而消费升级带动光瓶酒市场结构优化,打开了中高档光瓶酒市场空间,酒企发现了这一商机,纷纷开发中高档的光瓶酒。

数据显示,我国光瓶酒行业市场规模由2014年的400亿元增长至2018年的754亿元,且持续扩容。高端光瓶酒高举高打的时候,以口粮酒著称的低价光瓶酒却正在经历行业阵痛。

今年6月,国家标准化管理委员会发布《白酒工业术语》(GB/T17204-2021)国家标准,其中提到“白酒不得使用食品添加剂,将调香白酒从白酒分类中剔除。此外,液态法和固液法不得使用非谷物食用酒精,发酵时必须用大曲、小曲和麸曲”。

到2022年6月,新国标正式实施后,像四特酒这类配料中添加食用酒精及食用香料的

白酒将不符合新国标。不过,中国食品发酵工业研究院专家指出,此次新国标的代号GB/T17204-2021是GB/T级别,并非强制执行,企业可以选择不采用而制定地方标准或企业标准。

虽然并非强制执行,但新国标的发布成为了光瓶酒未来发展趋势的信号。泸州老窖曾公开表示,在新品推出前期市场调研方面,黑盖光瓶酒产品看准市场两大趋势,其中一条便是今年6月发布的新修订版《白酒工业术语》国家标准,这一标准将引领光瓶酒市场“向高”发展。

值得注意的是,在新国标发布的背景下,品质成为各大酒企推出的光瓶酒新品的“招牌”。中国食品产业分析师朱丹蓬也指出,白酒新国标的发布为光瓶酒健康、良性、有序的发展制造了强制性的门槛。这对于光瓶酒产业结构的提升及消费者权益保障都是非常好的举措。