

A5 空降高管 欧尚在华发力市场开发

法国零售巨头欧尚超市在中国的布局速度远远落后于其他外资超市同行。不过,随着其法国总部高管来华拓展市场,欧尚的扩张被业界认为如箭在弦。这也让欧尚在华进入新的发展阶段。

A6 服装企业需破惯性订货模式

在服装企业近日发布的年报中,超六成企业出现净利跳水,而库存成为影响业绩下滑的最大推手。事实上,服装企业如想真正解决库存难题,需未雨绸缪。

A7 B2C第一股麦考林光环褪去

麦考林是中国电子商务大潮中第一家赴美上市的企业。但是,在电子商务寒冬季节,它却首先感到了凉意。在大范围关店、财报惨淡背后,麦考林昔日的B2C第一股能否安全过冬,令业界关注。

每周调查

去年,淘宝+天猫销售总额突破1万亿元时,就有观点认为国家对中小电商企业征税已势在必行。今年全国“两会”期间,全国政协委员、苏宁云商集团董事长张近东在提案中直指C2C平台无税销售现象严重,挑起业内“战火”。上周五,国家税务总局发布《网络发票管理办法》,为电商企业开具发票提供方便。从各种角度上看,电商征税已成为在弦之箭。但对于电商是否应该缴税、怎么缴,业界却有诸多争议。

电商缴税 准备好了吗?

北京商报记者 崇晓萌 王瑾一

势在必行?

近年来,电子商务市场规模以每年30%左右的速度持续高速增长,其增速远超GDP增速。其中网络购物市场去年交易规模增长率达到惊人的66.2%,远高于社会消费品零售额(增长14.3%)和其他零售业态的增长速度。越来越大的规模让电商企业的纳税问题成为人们关注的热点。

据艾瑞咨询发布的数据显示,去年中国电子商务市场交易规模达8.1万亿元;其中网络购物交易规模突破1万亿元大关,达到13040亿元,占去年全年社会消费品零售额的6.29%。艾瑞咨询分析认为,网购比例提升的原因是核心电商企业通过各种形式的促销,深入挖掘网购用户的消费潜力,从而带动了网购市场的快速增长。未来随着传统企业大规模进入电商行业、移动互联网的快速发展促使移动购物日益便捷,中国网络购物市场整体还将保持较快的增长速度。

网络购物超万亿的规模,却一直处于税收部门的监管之外。电商靠低价位迅速扩大市场,对传统零售形成的冲击越来越大。传统零售企业认为,电商在税收等方面的“零支出”让其有实力持续低价促销。同时,不少小卖家重低价、轻质量、不诚信等也对线上线下市场产生不利影响。传统零售企业认为,在电商规模迅速扩大的情况下,已经无需再放水养鱼,应该线上线下执行同样的管理标准,这其中就包括税收、工商注册等问题。

优势几何?

近日发布的《网络发票管理办法》(以下简称“办法”)中提到,税务机关应加强网络发票的管理,确保网络发票的安全、惟一、便利,并提供便捷的网络发票信息查询渠道;应通过应用网络发票数据分析,提高信息管税水平。下月1日起,该“办法”就将付诸实施,网络发票的全国推广



由于税负较高,小企业如果老老实实纳税,90%可能会倒闭。按中国现有的税制和市场环境,中小企业很难生存。一边让我缴重税,一边要我卖便宜,企业被夹在中间不死都难。

一位不愿透露姓名的税务部门负责人告诉北京商报记者,税务部门一直在探索电商缴税的适当方法,但难以实现的核心问题在于,无法认定电商交易额。“构成国内电商市场的主力是海量的‘C店’,不少店铺连执照都没有,更别提纳税了。”该人士表示。

征税=涨价?

一台电脑、一台相机、一个打印机,这就是星晴(化名)的淘宝店的全部家当。星晴在淘宝上开店已经三年有余,当初开店纯粹是为了打发时间,想着一边带孩子一边赚点小钱补贴家用。经过三年的运作,目前她的小店一年的营业额已能突破百万元,利润在10万元左右。

对于目前热议的电商征税,星晴表示不解,“国家不是要对个体采取免税措施吗?为什么还要对我们这些个体中的个人收税呢?”同时,星晴表示,如果国家针对电商征税,淘宝上的商品可能会集体涨价,将失去价格优势。

不过,韩都衣舍相关负责人对于征税一事却有不同看法。该负责人表示,国家税务总局《网络发票管理办法》从4月1日起在全国范围内推行使用网络发票的规定。网络发票的推行对于电商市场规范和消费者权益保护都是有利的。至于外界传言的这一举动将会推动网购产品价格上涨这一说法,韩都衣舍予以否认。给买家开具发票,可以增强其对韩都衣舍店铺的信任感,开发票、上税,虽然会增加运营成本,但韩都衣舍本来就不是靠价格来吸引消费者,低价策略不是可持续发展的策略,品牌价值才是吸引消费者购买的核心。

也将搬上日程。

虽然该“办法”的出台引发公众对网购涨价的恐慌,但事实上,网络发票为B2C企业减轻了开具发票的负担,将降低企业运营成本。有数据显示,作为电子发票应用项目试点企业,苏宁易购已经在节省成本上尝到了些许甜头。苏宁易购方面曾向媒体表示,发行电子发票后,企业每年花在发票印制方面的成本将节约500万元。除了表面上的材料成本外,由于电子发票系统可以与企业内部管理系统对接,发票管理、账务处理等方面的人力成本也将得到有效控制。

记者了解到,目前包括京东商城、当当网、苏宁易购和凡客诚品在内的规模型电子商务企业,均能做到按照公司法和税法的相关规定依法纳税,并且按照相应比例上缴。因此,电子发票的推广对规模型电商企业有益无害,推广难度并不大。

难点在哪儿?

电商缴税的难点,被锁定在海量的中

小卖家身上。日前,一淘搜索、淘宝搜索产品负责人鬼脚七发布的一篇网络文章中提到,一个年销售额100万元、年利润10万元的淘宝男装品牌卖家,在缴纳了增值税、教育附加费、城建税、地方教育附加费和企业所得税后,剩余利润为1.134万元。

有业内人士认为,虽然B2C企业普遍认为,缴税有利于行业公平发展,但在不少中小卖家看来,税收的公平反而会造成经营上的不公平。“大型企业由于规模庞大,对GDP的贡献高,不少地方政府会在拿地等方面予以优惠及扶持,但这些小卖家是绝对享受不到的。因此在整体上,小卖家的经营成本还是会高于规模型电商。”而且对小卖家征税也存在诸多困难,一位在淘宝上经营多年的卖家向记者表示,税务部门可查经营者银行往来资金确认营业额,但实际上有些淘宝卖家为了提高“信用”,自己掏钱刷销量,怎么核实是难点。

某垂直电商CEO认为,无论是实体零售还是网络零售,偷漏税现象都存在。

电商缴税到底该怎么做

(详细报道见A4版)