

跨境电商企业财税合规解析及优化策略



刘雪

摘要:2019~2021年,全球购物方式发生变革,跨境电商迎来全面爆发局势,全球电子商务规模增长了近40%,有利的机遇让中国中小卖家积累了足够的资金和宝贵的经验。但现今,环境变化、通货膨胀、全球供应链紧张等诸多因素,使跨境电商稍有“降温”,2022年的增速预估将放缓至12%,国内产业链供给一波三折,电商大厂走出国门。经调研得出:跨境电商企业的风险80%来源于财税风险,在复杂多变的国际市场环境中,企业跨境经营,财税环境至关重要。跨境电商企业应如何有效地防范这些风险,是当下亟待解决的问题。

关键词:跨境电商;财税合规;风险

一、引言

近年来,跨境电商行业发展如火如荼,国货出海席卷全球,Made in China在全球市场赢得声誉,推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变,也为世界经济发展注入新动能,推动全球经济开放和创新合作。据有关统计,2022年上半年中国跨境电商市场规模达7.1万亿元,同比增长10.56%,但与2020年19.4%的高峰增速对比,目前整体市场

的增长势头已经逐渐放缓。由于近三年受全球经济局势复杂、成本居高不下、资金流动慢等因素影响,中小企业生存更为艰难,一方面,行业增长乏力,另一方面,国家税务体系的逐步完善,金税四期上线+大数据,将成为史上最严的税务风险管控。

然而,中国不少跨境卖家也出现了大量银行卡被锁,税务风险爆雷事件日益频发,而去年的欧盟税改、IOSS等政策变化也让跨境电商企业们受到了不少影响。税务大数据监管已成趋势,金税三期、金税四期的天罗地网已无处不在,跨境电商个人账户收款已成当街裸奔。自2023年3月1日起,超出60天宽限期仍未完成合规操作的亚马逊德国站卖家,销售权限或德国站亚马逊物流功能(FBA)将受到限制。因此,跨境电商企业更要立足于自身,除了市场行情,经营管理以外,把控好管理成本,降低税负成本,财税合规已经是大势所趋,否则将存在极大的安全隐患。

二、跨境电商企业财税合规的必然性

(一)税务监管,迎来“高光时刻”

2022年,欧盟税改已然尘埃落定,跨境电商卖家们在欧盟的生意经历了结构

性的成本调整。作为对欧盟的回应,香港于2022年修订了税务条例,调整了对被动离岸收入的豁免征税机制。香港新税制将于2023年1月1日正式生效,跨境电商的香港主体,将在2023年迎来新的不确定性。2023年,更大的挑战来自国内。一方面,金税四期落地,税务、银行、海关、工商等多维数据将首次形成关联,中国税务监管的基础设施完成了代际跃迁,我们将进入一个更加透明的税务空间。另一方面,2021年,淘系电商和视频带货的税务乱象被重拳出击,然而2022年打断了这个监管进程。2023年,随着社会回归常态,监管也将回到原本轨道,延续淘系电商和视频带货的监管惯性,跨境电商将在新的一年中迎来财税监管的“高光时刻”。

(二)公司治理,需要“大厂思维”

毋庸讳言,跨境电商一直弥漫着New Money的思想和气息。一些大卖已然腰缠万贯,但在公司治理、企业管控和专业能力方面与“古典大厂”相比,差距甚远。2022年,一些敏锐的卖家——尤其是大厂出身的创业者们,已在不动声色地苦练内功,推动内部治理现代化,在宏观策略、公司治理、财务管控方面建立了扎实

基础。然而,更多的卖家并没有意识到这一点,他们要么沿袭着过往的路径一路狂奔,要么在增长的泥淖中苦苦求索。2023年,内部治理和内生动力将塑造新的卖家分层。一些大卖和中卖将进化为真正的“大厂”,而更多的卖家终将混然众生。

(三)经营效率,成为核心优势

关于“什么样的利润是安全的?什么样的利润是危险的?”这个问题,之前很少有卖家去思考。在利润面前,每一张美钞都是平等的。企业们不愿去理解财务结构背后的模式危机,更少企业能够对风险作出正确判断。高毛利,才是众望所归的终极指标。但是,根据数据分析公司连续数年对超级大卖的报表追踪,不难发现,在过去四个季度中,头部卖家群体的财务结构正在发生根本变化:毛利趋势性走低,周转对利润的贡献前所未有的重要,资金的机会成本更是成为不容小觑的风险考量。这意味着什么?答案显而易见:选品和赛道已经再难构建新的核心竞争力,任何一处新的蓝海,都将迅速成为红海;卖家之间的竞争,正在从机会导向全面转变为经营效率渠道。毛利竞争转向效率竞争,这也是一个行业从萌走走向成熟的标志。2023年,保证资产负债表健康,维持可持续的毛利率,改善效率指标,将成为跨境企业老板们必须去思考的新主题。

三、跨境电商企业财税合规“痛点”解析

(一)企业内部缺乏财税管理的系统思考和专业能力

1. 经营层面缺乏合适的财务管理方式方法

(1)国内多个店铺主体公司,均没有进行财务核算,财务报表长期体现为0,税务长期零申报;(2)个人账户收款,主体公司和经营公司没有流水,公司账户

无法建立合规的收入来源;(3)只有店铺层面的历史经营数据,没有公司层面的完整的财务报表。面对监管时,无法自证业务实情;(4)多套账、多类别支付工具及创新的支付模式,资金无法合规并表。成本费用无法分摊到具体产品,无法核算毛利,无法建立面向未来的资金预测和财务预算;(5)跨公司、跨平台、跨国境的货物和资金调拨,导致关联往来混乱,账目无法核实真实准确的盈利情况,导致股东分红、股权激励分红时,缺少可服众的真实数据基础,影响股东之间、公司与员工之间的信任关系;(6)ERP系统无法支撑财务管理,财务合规路径迷茫,基本财务合规缺失,导致公司面临资本机会的时候,无法通过尽调,缺少估值基础,只能眼睁睁地错过机会。

2. 业务流、资金流和税务流“三流”错配导致税务风险

(1)买单出口双清包税的模式,导致公司的业务实质在税法定性上体现为一般国内贸易(而非跨境电商),面临增值税风险;(2)香港公司仅用于收款,与货物流不匹配,导致账面存货负数。内地及香港均面临税务风险;(3)出口低报关或者少报关的做法,导致境外资金无法正常结汇回流,内地运营资金压力大;(4)小件邮政包裹直接发送境外,不走报关流程导致潜在的税务风险;(5)公司在全球纳税的应对策略不明确,在各国都面临税务风险,缺乏全球范围内的税务筹划能力,且公司对风险大小无法评估。

3. 股权架构及企业治理能力不足

多种多样的具体财税问题,持续堆积,长期发酵之后,会在股东价值层面,造成进一步的问题,包括以下四点:

(1)团队架构缺乏整体设计

跨境电商企业通常在多个国家、地

区设有公司,各主体均为个人直接持股,缺少完整规划。在不同股东利益分配、股权激励、团队业绩考核、职能分工、资源配置等方面,存在诸多不便。

(2)商业模式呈现为“贸易商”,缺乏资本价值

当前,大部分经营较好的跨境电商企业,已经逐步形成自身的特色和优势。然而,在商业模式和财务模型上的缺乏统筹,最终只能呈现为一家传统的贸易商。从资本视角看,贸易商缺乏估值空间和投资前景,股权价值不高,从而导致难以获得融资。

(3)各类股东的长远利益分配与退出机制欠考量

集团和股权缺少设计,不同的股东对于投资收益的要求不一样,风险防范也不同。创业团队股东、股权激励股东、投资人股东、资源方/合作方股东,应当分门别类设置不同的表决权、收益分配和退出机制。但现实中企业往往没有考虑过不同的股东的实际诉求,针对性设计不同的权力、利益分配机制和退出机制。

(4)跨国集团架构、业务流、资金流无法理顺

跨境电商业务达到一定规模后,必然出现订单流、资金流、货物流错配,成本费用无法分摊。公司资产与家庭资产、多公司业务经营、资金库存等经常混同管理。创始人团队,一方面应当尽早解决这些问题,另一方面,应当提前做好家庭资产、公司资产、各大类业务之间的风险隔离。

(二)企业对税务操作环节不合规

跨境电商企业特别是中小微企业,对经营税务不专业,担心交易数据流水会被税务部门作为征税依据,不愿意支付退税流程相关的登记、报关等费用成本,对复杂、周期长的退税流程不具备合理操作的专业性,普遍很难成功办理并实际出口退

税,直接加剧了企业的运营成本。

1. 企业对经营税种含义理解不专业
跨境电商企业运营平台各不相同,如 Amazon、Aliexpress、Shopee 等各站点各目的国税种不一,如美国站、欧洲站、日本站、马来西亚站等,海外财税的复杂性及专业性,大部分电商企业可能对海外财税不了解,从而导致了缴税方面存在问题,例如:少缴税、晚缴税,以及多缴税而导致虚增不必要承担的税务成本。然而,对于亚马逊经营的卖家,如果财务不合规,每个月收益将正常报税。

跨境电商在经营中会涉及的税种主要包括以下四个:进口关税、进口增值税、销售流转税(包括增值税,英联邦国家成为 GST)以及所得税(包括企业所得税及个人所得税)。例如:VAT(Value Added Tax),是欧盟国家普遍采用的对纳税人生产经营活动的增值额征收的一种流转税。同时,VAT 各国税率及申报周期也标准不一。欧洲法律规定的增值税最低标准税率为 15%,最低减征税率为 5%,但实际税率会与不同的欧洲国家/地区以及商品类型存在差异。目前欧洲七国(英德法意西波捷)的当前增值税标准税率如下:英国:20%德国:19%法国:20%西班牙:21%意大利:22%波兰:23%捷克:20%Ps:英国税率有 6.5%、7.5%、16.5%、20%。

2. 跨境包税出口环节不合规

过去,包税出口是主流方式,对卖家而言免提供自己增值税号,十分方便;对货代同行而言,接货门槛低,可以接收的货物更多,利润也就更可观。但目前,欧盟各项税务合规针对性文件出台,海关查处的力度也在加大,包税这一方式的生存空间被逐步吞噬。

举例:某清关行专门接包税货物,也因此接货的门槛很低,各种低申报货物、仿牌货物、文件不齐全货物等等。在被海

关发现有大量违禁品之后,海关就持枪封仓,不少中国卖家的货物被封在这个清关行的监管仓,最后上交了很多罚款海关才放货。所以,可以看到包税出口这类不合规的方式下深埋的“雷”。

3. 增值税进项发票等凭证不合规

多数跨境电商出口企业特别是中小微企业,主要存在缺乏增值税进项发票凭证等凭证不合规问题。经分析,主要有为降低采购成本,提升产品质量的选择性,选择供应商依然可接受无票采购方式,因此产品供应链就缺乏采购环节的产品增值税发票及有效进货凭证,上游结算环节仍未得到根本解决。另一方面,跨境电商出口企业多数是中小微企业,由于没能达到增值税一般纳税人资格而无法享受税收减免、补贴等优惠性政策。

4. 企业资质出口退税条件不满足

近年来,国家出台了部分跨境电商出口退税新政,这些新政虽然在一定程度上有助于跨境电商企业出口报关环节合规化问题,但国家规定外资企业出口需要同时符合以下 4 个条件,才能符合出口货物的退税条件,包括:生产或出口的货物必须是增值税、消费税征收范围内的货物或产品;货物必须是报关离境出口的货物,对出口到出口加工区货物也视同离境;其货物必须是所在公司财务上做出口销售的产品;其货物必须是出口收汇的货物。同时,如果是货物生产企业申请办理出口货物退税,需要特别注意,即申请退税的货物必须是生产企业的自产货物或视同自产货物才能办理退税业务。

四、跨境电商企业财税合规建议及策略

跨境电商企业的财税合规主要涉及财务管理合规性和税务处理合规性两方面。财税管理的合规性,直接对企业的影

响是现金流,后续直接更大程度上决定着企业的生存和发展能力。即使部分企业目前已拥有稳定的盈利能力,倘若出现现金周转不畅、调度不灵等情况,也将直接影响企业的信誉及正常的生产经营。因此,针对跨境电商企业无论是财务管理还是税务管理,都要清晰、专业、合理化、合规化,经营过程中,考虑税务成本,提高资金预算准确性、合理性,完善财务管理体系,合规降低税负、化解税务风险;留足资金,开源节流,才能给企业可持续发展争取更大盈利和发展空间。具体建议及策略如下:

(一)聚焦战略,理清商业模式

事关全局的合规转型,必须服从企业中长期战略规划,并结合商业模式的梳理与提炼,同步落地。不同的战略目标,对应不同的集团架构,匹配不同的交易流和现金流特征。对于计划走入资本市场的,更应结合资本目标,提炼商业模式,并以财务模型加以呈现。完整梳理旗下各关联公司的职能定位、业务关系,搭建企业架构,规划交易流、资金流路径。

(二)练好内功,保持“可交易状态”

合规转型的直接目标,应达到“可交易状态”,即完成合规转型后,企业可以随时满足资本交易的财务合规水平。跨境电商作为新兴行业,尚缺乏成熟的财务管理方式方法,仅靠招聘常规财务人员,难以实现合规目标。企业必须从战略高度着手,结合商业模式和财务规划,制定合适的会计政策、核算标准、内控流程,及时推进 EPR 建设,建立符合自身特点的财务管理体系,并加以常态化推行。

(三)持续学习,充分利用优惠政策

跨境电商业务通常涉及多国跨境经营,融合了互联网、国际物流、生产制造等多行业特征,涉及的汇率、货币、结算

工具、远期风险因素波动大,国内外监管政策更新快。因此,跨境电商企业的合规转型需要充分学习,利用国家各项优惠政策,优化税负,并持续关注最新同行企业案例,借鉴新的做法保证最佳收益。具体包括以下方面工作:

1. 持续关注税务政策,合理利用全球不同国家的税务政策,实现税负最优化。

跨境电商企业要符合时代发展特征,乘国家政策之东风快速崛起。例如:2022年,国家税务总局发布《税务总局等十部门关于进一步加大出口退税支持力度促进外贸平稳发展的通知》(税总货劳发[2022]36号)文件,进一步助力企业纾解困难,激发出口企业活力潜力。2023年2月,财政部、海关总署、税务总局联合发布《关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》,出台跨境电商出口退运商品税收政策,更优打造外贸营商环境,更好促进外贸平稳发展,助力跨境企业运营成本降低。

2. 提升业务操作能力,合理规划可降低企业税负

跨境电商卖家可以享受退税优惠政策,一般情况下,跨境电商的退税率都在11%~17%之间,这笔退税率非常可观。但在具体操作过程中,须具备申请退税的资质和条件,并且有专业的财务人员,才能进行准确的操作。当资金流、货物流、单证流、票据流等都符合监管部门的要求时,跨境企业即可享受国家出口退税政策所带来的红利收益,可有效降低成本,提高毛利,也为企业的合规经营及长远发展奠定基础。具体操作层面,在合法基础上,以企业的成长周期和企业经营流程为底层基础,科学地选择企业形式和控制方式,以实现节税的目的。跨境电商企业出口退税申报流程,详见图1所示。

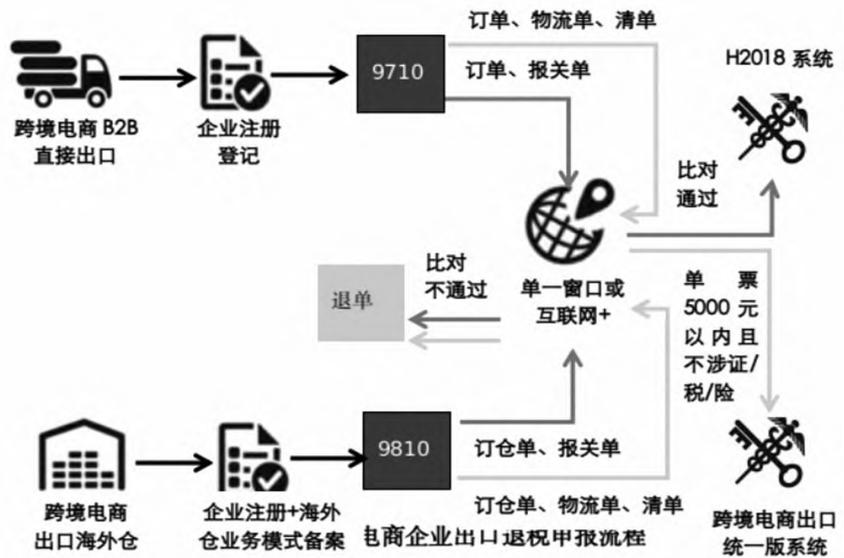


图1 跨境电商企业出口退税申报流程

(四)开源节流,合理搭建财税架构

1. 搭建并优化股权架构,优化流程

在体系内设立公司的数量及公司组织形式上着手,比如体系内整个链条不同的业务归属到不同的公司,有的公司用来申请国家高新技术(简称:国高)企业,有的公司用来申请先进型技术服务企业,有的公司把IT业务装进去,有的公司用来做出口退税(国高企业所得税率是15%,深圳前海设公司,海南设公司,若符合条件,所得税率也是15%)。在多个公司之间,合法建立利润调节及税收的体系。例如:科学地设计关联企业之间转让价格,从而实现税收在企业大股东和其他股东乐意的企业去缴纳,从最能节税之处入手,优化业务流程。

2. 做好跨境出海资金安全回流,规避风险

现金流是跨境卖家的生命线,在暗潮汹涌的行业环境下,不少身涉其中的卖家更面临着“内忧外患”的境地,除应对同行竞争厮杀外,卖家还需应对国外平台、各国政府双重监管持续提升压力。在企业成本高,资金紧张,外部竞争压力大的形势下,跨境电商企业尤其需要关注

的就是资金是否能安全回流,这直接关系到企业经营的资金周转问题。合规经营的风险已经不是停留在老生常谈的笑话,因平台操作违规、财税不合规,一夜回到解放前的企业比比皆是。

五、结语

如今,全球不同国家和地区政府也加紧打击违规跨境电商运营交易,完善跨境电商方面的税收法律法规,使跨境电商合规化监管持续深化。因此,2023年跨境电商企业要时刻关注各个平台、国家的税收政策、资金监管动态变化,及时应对,学会未雨绸缪,做好规划,提升跨境资金管理效率,盘活资金链,以保证公司业务持续健康发展。

参考文献:

[1]魏格坤.通关便利化下跨境电商出口企业的财税“痛症”剖析[J].市场论坛,2022,214(01):17-20.

[2]卢山.有关进口跨境电商财税问题的研究[J].时代金融,2018,697(15):177-178.

[3]物链科普.跨境电商如何做财税合规?[EB/OL].深圳物流与供应链管理协会,http://www.lasp.org.cn.2022.

(作者单位:深圳技师学院)