

从一则商业促销筹划案例 看税收筹划的误区

赵国庆 赵薇

税收筹划一直是大家关注的热门话题。但综观诸多筹划方案,有些筹划方案是基于对税法错误的理解,贸然实行不仅不会降低税负,反而会增加企业的涉税风险;有些筹划方案虽然可以降低一方的税负,但这种税负的降低是以增加交易对方的税负为代价的,这种以牺牲对方利益而增加自己利益的筹划,实务中是行不通的;还有些筹划方案本身看的确可行,但是综合考虑其他商业因素,筹划方案的实际可操作性并不强。本文中,笔者就一个比较典型的商业促销筹划案例来谈谈目前税收筹划的误区。

案例:某大型商场为增值税一般纳税人,企业所得税实行查账征收方式。假定每销售100元商品,其平均商品成本为60元。年末商场决定开展促销活动,拟定“满100送20”,即每销售100元商品,送出20元的优惠。具体方案有如下三种选择:①顾客购物满100元,商场送8折商业折扣的优惠;②顾客购物满100元,商场赠送折扣券20元(不可兑换现金,下次购物可代币结算);③顾客购物满100元,商场送加量,顾客可再选购价值20元商品(成本是12元),实行捆绑式销售,总价格不变。要求分析哪种促销方案最节税。

一、三种方案的涉税分析

该商场假定单笔销售了100元商品,并按上述三种方案逐一分析了各自的税收负担和税后净利情况(不考虑城建税和教育费附加等附加税费):

方案一:满就送折扣的涉税分析。

这一方案中,企业销售100元商品,收取80元,需要在销售票据上注明折扣额,销售收入按折扣后的金额计算。假设商品增值税率为17%,企业所得税税率为25%,则:

应纳增值税=(80÷1.17)×17%-(60÷1.17)×17%=2.90(元)

销售毛利润=80÷1.17-60÷1.17=17.09(元)

应纳企业所得税=17.09×25%=4.27(元)

税后净收益=17.09-4.27=12.82(元)

方案二:满就送赠券的涉税分析。

按此方案,企业销售100元商品,收取100元,但赠送折扣券20元,则顾客相当于获得了下次购物的折扣期权,商场本笔业务应纳税及相关获利情况为:

应纳增值税=(100÷1.17)×17%-(60÷1.17)×17%=5.81(元)

销售毛利润=100÷1.17-60÷1.17=34.19(元)

应纳企业所得税=34.19×25%=8.55(元)

税后净收益=34.19-8.55=25.64(元)

方案三:满就送加量的涉税分析。

按此方案,商场收取的销售收入没有变化,但由于实行捆绑式销售,避免了“无偿赠送”之嫌,因而加量部分成本可以正常列支,相关计算如下:

应纳增值税=(100÷1.17)×17%-(60÷1.17)×17%-(12÷1.17)×17%=4.07(元)

销售毛利润=100÷1.17-60÷1.17-12÷1.17=23.93(元)

应纳企业所得税=23.93×25%=5.98(元)

税后净收益=23.93-5.98=17.95(元)

同时,方案一与方案三相比,应再把20元的商品作正常销售计算如下:

应纳增值税=(20÷1.17)×17%-(12÷1.17)×17%=1.16(元)

销售毛利润=20÷1.17-12÷1.17=6.84(元)

应纳企业所得税=6.84×25%=1.71(元)

税后净收益=6.84-1.71=5.13(元)

二、对三种方案的分析

按上述计算方法,方案一最终可获税后净利为12.82+5.13

=17.95(元),与方案三大致相等。但考虑到方案一的再销售能否及时实现具有不确定性,还得考虑存货占用资金的时间价值,因此方案三优于方案一。从整个筹划案例看,方案二是最优的。但这种结果真的是税收因素导致的,即不同的税后利润真的是税收筹划的收获吗?

首先,这个筹划方案中存在一个常识性错误。方案一中,商场卖出100元的商品收到80元,折扣率是8折。但方案二和方案三中,商场卖出120元商品收到100元,折扣率是83折。因此,即使不考虑其他因素,因为方案一的折扣率高,方案二和三的税后利润肯定优于方案一,这和税收筹划无关。

其次,如果要使方案二和方案三的折扣率和方案一保持一致,都为8折,则方案二和方案三需要送出25元的券和商品(成本是15元)。但即使在这种情况下,方案二和方案三也仍然会优于方案一。以方案三为例,假设送出25元的商品:

应纳增值税=(100÷1.17)×17%-(60÷1.17)×17%-(15÷1.17)×17%=3.63(元)

销售毛利润=100÷1.17-60÷1.17-15÷1.17=21.36(元)

应纳企业所得税=21.36×25%=5.34(元)

税后净收益=21.36-5.34=16.02(元)

我们发现,即使方案三送出25元的商品,使折扣率保持和方案一一致,方案三还是优于方案一,这是因为在同等折扣率下,方案一实现的折扣前销售额为100元,而方案三实现的折扣前销售额是125元。同等折扣率下,当然是销售额越大,税后利润越大了。这也和税收筹划无关。

再看方案二。方案二的税后利润是假设所有拿到券的消费者都不会用券去购买商品。如果拿到券的消费者都把券去买了商品,那就和方案三买100元商品送20元商品一样了。因此,一定意义上讲,方案二和方案三是等价的。但是,考虑到其他的因素,方案二是优于方案三的。这主要是基于以下四个原因:第一,的确会有一部分消费者拿到券后不再用券去购买商品,比如消费者拿到的券太少,如果再买商品还要额外付钱,因此放弃券的使用;其次,消费者拿到券后可能不会立刻兑换,货币的时间价值会使方案二优于方案三;第三,消费者用券兑换商品,商场不找零,因此,不足额兑换使方案二优于方案三;第四,如果兑换商品的价值高于券,则消费者需要额外贴钱,方案二就会带来更大的销售收入,这也是方案二优于方案三的重要原因。

综上所述,此商业促销案例中,三个方案孰优孰劣和税收没有任何关系。

三、结论

那什么才是真正科学的税收筹划方法呢?迈伦·斯科尔斯等编写的《税收与企业战略筹划方法》对此有所总结,非常值得借鉴:



1. 多边方法:在税收筹划中必须考虑所有契约方,而不是单边方法。这是很多税收筹划案例经常犯的错误。严格意义上讲,一个税收筹划方案必须实现“帕累托改进”才是可行的,即一个税收筹划方案必须能够至少有利于一个人,同时不会对其他人造成损害。如果以伤害对手利益为代价实现一方利益最大化,那不是税收筹划的功劳。更深一步地考虑,税收筹划对商业模式的调整要考虑交易对手的反应,这里就涉及到博弈问题了。

2. 隐性税收的重要性:筹划方案必须是税收的综合衡量,而不是仅仅考虑显性税收。比如,企业对于购买国债和企业债的选择,国债利息是免所得税的,如果仅仅考虑显性税收,那肯定是购买国债优越。但实际上,一年期国债的票面利率是2.6%,一年期企业债的利率往往要达到5%甚至7%以上,剔除企业债中的风险,企业债的票面利率(税前利率,仅考虑企业所得税)理想状态下应该是3.47%,扣除所得税后利率为2.6%,和国债利率是相等的。由此可以看出,虽然国债利息是免税的,但是国家通过降低国债发行利率实际变相对购买者征收了企业所得税,这个就是隐性税收。综合考虑显性税收和隐性税收,才能得出正确的结论。

3. 非税成本的重要性:必须考虑所有商业成本,而不仅仅局限于税收成本。实际上,税收筹划实现的税后利润最大化,是在一系列约束条件下的税后利润最大化。离开这些约束条件谈利润最大化问题,也是错误的。非税成本对于不同的企业是不一样的,一种税收筹划方案适用A企业并不一定就适用于B企业。因此,税收筹划方案的可行性一定要根据具体企业的实际情况分析。

(作者单位:南京市江宁地方税务局 湖北大学)

责任编辑 武献杰