

调整消费税 实现社会资源的有效配置

叶友 郭志英 陈明

消费税是国际上普遍征收的一个税种，我国自1994年开始征收。10多年来，消费税在有效组织财政收入和正确引导生产消费等方面发挥了重要作用，但在征税范围、税目设置、税率结构等方面也存在着与当前经济形势发展不相适应的问题。2006年3月21日，财政部、国家税务总局联合下发通知，出台了《调整和完善消费税政策征收管理规定》，决定从2006年4月1日起，对我国现行消费税的征收范围、税目、税率及相关政策进行重大调整。此次政策调整对进一步完善消费税制，增强消费税调节功能，更好地引导有关产品的消费和生产，促进环境保护和资源节约，引导资源的有效配置，全面落实科学发展观和构建节约型社会具有重要意义。

此次消费税政策调整的重点：一是合理引导消费和生产，促进环境保护和节约资源；二是间接调整社会收入差距，改善社会公平。毋庸置疑，利用税收促进资源的有效配置，亦是此次消费税政策调整的重大功用。

一、消费税政策调整的主要内容

此次消费税政策调整的主要内容包括以下几个方面：(1) 新增高尔夫球及球具、高档手表、游艇、木制一次性筷子、实木地板等税目。其中，高尔夫球及球具税率为10%；高档手表税率为20%；游艇税率为10%；木制一次性筷子税率为5%；实木地板税率为5%。(2) 增列成品油税目，扩大石油制品的消费税征收范围，原汽油、柴油税目作为此税目的两个子目，同时新增石脑油、溶剂油、润滑油、燃料油、航空煤油五个子目。其中，石脑油、溶剂油、润滑油比照汽油，税率(税额)为每升0.20元；航空煤油、燃料油比照柴油，税率

(税额)为每升0.10元。(3) 取消“护肤护发品”税目，同时将原属于“护肤护发品”征税范围的高档护肤类化妆品列入化妆品税目，税率由原来的8%调高至30%。(4) 把小汽车和摩托车的税率与排量挂钩，加大大排量和高能耗的小汽车、越野车、摩托车的税收负担，相对减少小排量车的税收负担。其中：将中轻型商用客车税率统一为5%；将排量小于1.5升(含)的小汽车税率下调至3%；1.5升以上至2.0升(含)税率为5%；2.0升以上至2.5升(含)税率为9%；2.5升以上至3.0升(含)税率为12%；3.0升以上至4.0升(含)税率为15%；4.0升以上税率为20%。(5) 政策还对现行消费税中的白酒、汽车轮胎等几个税目进行了调整。其中，降低了汽车轮胎中斜交轮胎的税率，免征子午线轮胎消费税；统一粮食白酒、薯类白酒的税率为20%。

此次消费税调整主要涉及能源和奢侈品两大类产品。经过调整后，消费税的税目由原来的11个增至14个。

二、消费税政策调整产生的主要影响

(一) 合理引导消费和生产

消费税调整所产生的影响主要取决于“税负归属”，即消费税调整后的税负由生产者承担还是由消费者承担，而这又主要取决于应税商品的需求弹性与供给弹性。消费者的需求弹性越大，承担的消费税就越少，生产者的生产弹性越大，其承担的税负就越少。消费者的需求弹性由收入作用和替代作用决定，影响因素包括：收入状况，收入越高，对价格越不敏感；兴趣偏好，商品的偏好越强，受商品价格影响越小；工作性质，如豪华轿车是企业的形象等；替代品，应税商品的替代性越强，对价格越敏感。生产弹性取决于企业的行业

竞争状况，高度竞争的行业的生产者税负转嫁能力弱，只能降低成本，内部消化；而高垄断的行业，转嫁能力相对较高，如高尔夫球。

1、小汽车和摩托车的消费税政策调整

此次小汽车消费税调整体现了扶小限大、节能环保的倾向，将汽车的分类与国家新的汽车分类标准统一起来，将汽车税目分为乘用车和中轻型商用客车两个子目；调整了汽车的税率结构，对乘用车（包括越野车）按排量大小分别适用六档税率，提高了2升以上大排量汽车的税率，而对1—1.5升排量以下汽车的税率则从5%降低到3%；对中轻型商用客车统一适用5%税率；此外，对混合动力汽车等具有节能、环保特点的汽车也实行了一定的税收优惠。对摩托车消费税的税率结构也进行了调整，将现行10%的税率改为按排量划分两档税率。对排量250毫升（含250毫升）以下的摩托车，按3%的税率征收消费税；对排量超过250毫升的摩托车，仍维持10%税率不变。

这样就拉大了不同排量小汽车和摩托车的税率差距，加大了大排量、能耗高和对环境污染严重的小轿车、越野车和摩托车的税收负担，同时减轻了小排量车的税收负担，体现出对生产和使用小排量车的鼓励政策。这样的调整旨在引导消费者购买小排量、经济型车，抑制大排量车的销售，鼓励低耗能低污染产业、抑制高耗能高污染产业的生产，因此这些规定将加大消费税对环境的保护力度，促进经济的可持续发展。

我国汽车和摩托车行业的产业结构也将发生相应变化，生产耗能型车的企业将受到抑制，效益不好的小企业将被淘汰。就大排量汽车而言，消费税的增长或许并没有降低消费需求，但是它可以促使许多汽车生产厂家考虑开发新的环保节能技术，促进企业产品的结构转型，将各项资源转向环保型中小排量汽车的生产与销售。

2、石油制品的消费税政策调整

此次消费税政策调整扩大了石油制品征税范围，新增了石脑油、溶剂油、润滑油、燃料油、航空煤油五个子税目。体现了环保和节能的政策导向，有利于抑制资源的过度消耗。

此外，还对木制一次性筷子、实木地板征收消费税。这些调整将提高相关企业的纳税额，生产商不得不考虑提价的压力，广大消费者则会在税收的导向作用下考虑购买和使用其他同类商品，直接体现出靠税收引导消费的作用，表明了国家以税收手段促进环境保护和节约资源的决心。

（二）间接调节不同人群的收入差异

此次消费税调整十分注意税收政策公平原则的运用和发挥，体现了在新形势下缩小社会收入差距、建设和谐社会的

必要、理念、决心和行动。此次消费税调整是将一些人们的生活必需品“请出”征收税目，而将游艇、高尔夫球及球具、高档手表等商品纳入征税的范围。这样，一些日常家用商品将更加经济实惠，而一些满足高端客户需求的奢侈品价格会有所提高，有助于解决日益扩大的收入差距所引起的社会公平问题，从而平衡社会各阶层的利益。

1、奢侈消费品的消费税政策调整

此次消费税调整将游艇、高尔夫球及球具、高档手表纳入消费税征收范围，分别按照10%—20%的较高税率征收消费税。这些奢侈品属于少数群体消费的高档消费品，因此仅是对我国少数富人征税，与普通老百姓没有太大关系。由于富人对游艇、高尔夫球及球具、高档手表、大排量汽车的偏好不会因征税价格而改变，富人在消费这类产品时必然要支付更高的价格，从而可以发挥针对不同人群的收入差距进行调节的作用。

此外，我国不是奢侈品的主要生产国，而是世界上许多奢侈品的进口国，这类产品的消费税税负并不会转嫁给国内奢侈品生产者，不会给我国的奢侈品产业带来大的影响。

2、护肤护发品的消费税政策调整

此次消费税政策调整取消了护肤护发品税目，同时将高档的护肤护发品并入化妆品税目。取消具有大众消费特征的护肤护发品的消费税对低收入群体意义更大，因为预计该类产品价格将随着消费税的取消有所下调。护肤护发品的消费税政策调整在更大范围上体现了税收调整的纵向公平原则。

3、汽车和摩托车的消费税政策调整

随着汽车进入家庭速度的加快，汽车消费群体的划分已不再是有车还是无车，而是开什么档次的车。从小汽车市场的消费结构看，2升以上车型在市场上的比例并不高，而且此类车型的消费大都为公务车和商用车。所以，此次政策调整基本不会影响普通居民的汽车消费。

对排量250毫升（含250毫升）以下的摩托车，将现行10%的税率下调为3%的税率征收消费税，从而适当降低了小排量摩托车的税率，减轻了广大农村使用者的税收负担。

此外，这次消费税调整将汽车轮胎10%的税率下调到3%，对子午线轮胎继续实行免税政策；取消了粮食白酒和薯类白酒的差别税率，改为20%的统一税率，也降低了低档白酒的税收负担；扩大了成品油的税目，但这些增加的税目基本上是企业消费，个人消费很少，与个人消费紧密联系的汽油、柴油并未发生变动。这些措施在一定程度上降低了普通消费者的负担。

（三）提高税收收入

据估算，这次消费税调整将带来明显的财政收入效应。因为新增六个应税品目及调高大排量小汽车、摩托车、白酒

的税率而增加的税收收入，远大于取消护肤护发品的征税及调低小排量小汽车、摩托车及汽车轮胎的税率而减少的税收收入。

三、消费税政策调整的局限性及政策建议

(一) 消费税政策调整的局限性

1、从资源节约和环境保护角度看，消费税的调整未完全到位

(1) 征税范围。此次政策调整的范围仅仅包括了一次性筷子、实木地板和石油制品等产品，而产生环境污染的一次性电池、一次性饮料容器和高档家具却不在征税范围之内。尽管对一次性筷子征收消费税是国家促进环境保护和节约资源发展战略在税收上的一个体现，有助于引导人们的消费观念，培养人们的节约意识，但相比一次性筷子，可能对高档家具征收消费税，更能提高人们的环保意识，引导消费和节约木材资源。

(2) 税率结构。调整后的大排量车的税率仍然偏低，对真正大排量和能耗高的小轿车和越野车的生产和消费缺乏调节力度。因为大排量汽车要么是公款购买，要么是高收入家庭购买，其需求弹性小，以仍然偏低的税率调高大排量小汽车的税率，这类购买者并不会转向购买小排量小汽车。此次没有调整排量在1.0升以下和1.5—2.0升小汽车的税率，仅仅将排量为1.0—1.5升小汽车的税率从原来的5%降到3%。但是，小排量汽车由于其价格本来就远低于大排量汽车，降低消费税率并不会导致其价格下降，并不能很好地体现国家鼓励发展节能环保型小排量汽车的产业政策。对摩托车的税率调整也是同样道理。

当然，要真正从税收政策上实现抑制大排量车和鼓励小排量车，单靠在车辆购置环节的消费税调整显然是不够的，因为排量、油耗、环保三者并没有直接的对应关系，仅靠消费税的调整，并不能达到节能和环保的目的。

(3) 实施效果。由于木制一次性筷子、实木地板、成品油这类消费品需求弹性小，替代品少，开征消费税并不会导致这类产品消费需求减少。例如，由于一次性筷子其价值仅为一两分钱，对一次性征收税率为5%的消费税所引起的价格变化对其消费量影响并不大，对其征收消费税所得的收入也许还不足以弥补征税中人力、物力的消耗，因此需要很好地评估实施效果。

2、征收环节和计税依据设计得不太合理，弱化了消费税的调节和引导作用

除了金银首饰为零售环节征税外，调整后的消费税仍然在单一环节征税，新增应税消费品只在生产、委托加工和进口环节缴纳，在以后的批发和零售环节不再缴纳消费税，这

在客观上为纳税人偷逃税提供了可乘之机。例子之一便是大量的国外奢侈品进入我国而征收到的消费税收入却明显偏低，由此造成了我国消费税收入的大量流失。

此外，有些应税消费品计税方法也不尽合理。以小汽车为例，单纯的以排量划分是不够科学合理的，因为并非排量越大油耗就一定高，往往越是排量大的车型技术含量越高，有些大排量车的油耗甚至低于中低排量车型。而且，同等排量的发动机也还有技术先进和不先进之分。

3、间接调节收入分配，缩小贫富差距的作用有限

此次调整新增了游艇、高尔夫球及球具、高档手表三个税目，提高了高档化妆品以及大排量汽车的消费税税率，但却没把高档住宅、高档家具、奢侈服装等奢侈品包括进来，不能够全面实施对高档消费品的税收调节，从而间接调节收入分配。因此，有必要进一步扩大对奢侈品征收消费税的范围。

(二) 完善消费税的政策建议

针对上述消费税政策调整不尽完善的地方，笔者认为，可从以下几个方面加以改进：

1、进一步扩大消费税的征税范围，充分体现国家节能环保、调节收入的政策倾向。增列奢侈品的应税项目，把高档住宅、高档家具、奢侈服装等纳入征税范围。其次，对一次性电池、一次性饮料容器、含磷洗衣粉等对环境污染严重的产品征税。第三，进一步完善汽车消费税，将税收政策调整扩展到包括汽车使用环节在内的整个汽车消费过程，如开征汽车税和燃油税等来共同调整汽车的消费结构，以引导汽车消费。

2、进一步调整有关产品的税率。可以进一步调低排量在1.0升以下和1.5—2.0升的小汽车的税率，明确体现国家鼓励发展节能环保型小排量汽车的产业政策。

3、适当拓宽课税环节。消费税的征税环节不应仅局限于生产环节和进口环节，还可推行到批发环节和零售环节，并可采用多环节并用的方法，以防止企业利用转移定价避税造成国家税收收入的流失，并让消费者充分享受到税收调节带来的优惠。

4、调整有关产品的计税依据。例如，可以综合考虑小汽车排量和排放情况而不是单以排量来确定消费税率。再如，我国现行对啤酒实行从量定额征税，由于不同品牌、不同档次啤酒的价格差异较大，单一的从量征收消费税不利于企业之间的公平竞争。可仿照此次将粮食和薯类白酒的比例税率统一为20%的做法调整啤酒的计税依据。

(作者单位：中国工商银行牡丹卡中心 中国人民大学商学院)

责任编辑 刘黎静