

消费税调整对白酒企业的影响

刘洪

(安徽建筑工业学院 合肥 230601)

【摘要】 2009年8月1日起开始执行《白酒消费税计税价格核定管理办法》，尽管税率不变，但税基改变将使白酒纳税额提高。本文介绍了白酒消费税调整的基本内容，并对白酒企业面临的挑战与机遇作了分析。

【关键词】 消费税调整 计税价格 白酒企业

消费税是在对货物普遍征收增值税的基础上，选择少数消费品再征收税款的一个税种，主要是为了调整产业结构、优化产品品种、引导消费方向、保证国家财政收入。现行消费税的征收范围主要包括：烟、酒及酒精、鞭炮、焰火、化妆品、成品油、贵重首饰及珠宝玉石、高尔夫球及球具、高档手表、游艇、木制一次性筷子、实木地板、汽车轮胎、摩托车、小汽车等税目。消费税实行价内税，单一环节征税，只在应税消费品的生产、委托加工和进口环节征收，在以后的批发、零售等环节不再征收消费税，税款最终由消费者承担。

目前，世界上有130多个国家征收消费税，综观世界各国税制，绝大多数国家对消费品课征的消费税为“选择性消费税”，各国征收的范围一般不会涉及所有的消费品或消费行为，而是根据各个国家调节经济需求有选择地征收消费税，即只选择部分特定消费品课税，把消费税作为贯彻国家产业政策、消费政策和分配政策的特别手段。

2009年7月17日国家税务总局就实施《白酒消费税计税价格核定管理办法》(简称《办法》)发出《关于加强白酒消费税征收管理的通知》(简称《通知》)，要求全国各地组织开展白酒消费税政策执行情况检查，加强白酒消费税的日常管理，核定白酒消费税最低计税价格，并于2009年8月1日起执行《办法》。此次调整白酒消费税，对白酒企业的盈利会产生一定的负面影响。这项政策的实施，会影响到整个白酒行业以及上市公司的盈利能力。但从长期来看，可促使优势企业开发高端产品，提高白酒产品的附加值，培育新的经济增长点。

一、白酒消费税调整的基本内容

目前我国对白酒行业开征的税收主要是消费税，白酒消费税计税价格包括20%的从价税和1元/公斤的从量税。刺激国内消费和推动节能减排是我国改善国内经济结构和质量的重要措施。此次调整白酒行业消费税，主要是为了拉动消费，并且按照“税率不变，计税价格调整”的思路，从价税税率20%保持不变，但针对此前白酒企业通过设立内部销售公司避税的情况，核定计税价格，从严征收。

国家税务总局为实施《办法》而发出的《通知》对白酒生产企业最低消费税的计税价格作出了明确的规定：白酒生产

企业销售给销售单位的白酒，生产企业消费税计税价格低于销售单位对外销售价格(不含增值税)70%以下的，税务机关应核定消费税最低计税价格。

《通知》对白酒生产企业白酒消费税的最低计税价格核定标准具体规定为：①白酒生产企业销售给销售单位的白酒，生产企业消费税计税价格高于销售单位对外销售价格70%(含70%)以上的，税务机关暂不核定消费税最低计税价格。②白酒生产企业销售给销售单位的白酒，生产企业消费税计税价格低于销售单位对外销售价格70%以下的，消费税最低计税价格由税务机关根据企业的生产规模、白酒品牌、利润水平等在销售单位对外销售价格50%~70%范围内自行核定。其中生产规模较大、利润水平较高的生产企业需要核定消费税最低计税价格的白酒，税务机关核价幅度原则上在销售单位对外销售价格60%~70%范围内确定。

二、消费税调整给白酒企业带来的挑战

1. 导致白酒企业成本增加。分析国家对白酒征税办法的改革初衷可以知道，调整消费税的本意是规范白酒行业的缴税行为，因为国家对白酒的征税是以销售价格为基础的。而在此前，多数白酒厂商为了规避国家在销售环节的征税，就在内部设立“营销公司”，然后以极低的价格向这些内部销售公司批发出白酒，再由后者以实际的高价向社会销售。这样一来，税务部门由于只能在出厂第一销售环节征收白酒消费税，白酒厂商就通过前述不正常的低价销售办法规避了此项税收，因此计入成本的消费税相应较低。

根据国家税务总局对白酒消费税计税价格的调整，从2009年8月1日起开始执行《办法》。白酒厂商过去通过内部销售公司规避计税价格的行为失去了效用。白酒消费税计税价格的调整使得白酒企业销售价格得到适当纠正，白酒消费税的计税基础相应提高，必然导致企业消费税的提高，从而导致白酒企业生产成本的增加。以飞天茅台为例，目前“公司出厂价”约为220元，“销售公司出厂价”为439元。以前的标准是按照“公司出厂价”征收，只需按照从价税率上缴消费税44元(220×20%)。按照新标准以销售单位对外销售价格(即销售公司出厂价)和最低计税价格进行计算，上缴消费税为52.7

元(439×60%×20%)。

2. 促使白酒企业提高销售价格。国家通过规范税收政策,防范白酒厂商的恶意避税行为,会给国家带来更多的税收,从而惠及于民;与此同时,由于白酒税收的进一步规范,能遏制白酒的消费,减少社会上的涉酒浪费和酒后违法行为。

但是事物总有两面性,这次税收调整确实增加了白酒消费税的实际征收量,然而白酒厂家也会借机“水涨船高”,白酒厂商利用消费税的调整,将实际上缴给国家的税金转嫁给消费者,从而提高销售价格,甚至多数白酒厂家通过这一轮价格调整,不仅将多交的税款补了回来,而且借机多涨了一些。为了避免造成利润的下降,各白酒企业纷纷以最直接的提价来应对。这里以光大证券研究所分析师彭丹雪对几种主要白酒2008年的业绩测算为例,其测算结果表明,白酒企业在实际提高销售价格(具体见下表)。

	营业总收入	消费税	实际税率	净利润影响	需提价幅度
泸州老窖	3 798 378 738	194 140 855	5.11%	-20.70%	18.80%
酒鬼酒	326 509 177	32 010 698	9.80%	-17.40%	21.10%
五粮液	7 933 068 723	422 745 314	5.33%	-28.90%	28.30%
伊力特	730 895 357	103 547 321	14.17%	-	-
贵州茅台	8 241 685 564	488 407 946	5.93%	-12.50%	10.20%
老白干酒	601 748 796	96 093 038	15.97%	-	-
水井坊	1 178 914 230	77 896 226	6.61%	-20.10%	15.00%
山西汾酒	1 584 519 277	211 327 920	13.34%	-	-

注:以销售公司对外售价60%作为计税基础(2008年度报表数据,测算忽略从量税)。

3. 影响白酒企业的利润。新的消费税政策出台后,对于低端白酒企业来说,单从1元/公斤的从量税来看,政策调整后,低端白酒企业为消化掉每公斤增加1元的消费税,则粮食白酒单价将提高0.78元(含税),薯类白酒单价将提高0.69元(含税),该政策执行后,低端白酒消费税负达到40%以上。从低端白酒行业消费群体看,由于目前农村广大消费者消费水平较低,即便是城镇工薪阶层的消费也是以低端白酒为主,因而低端白酒的提价幅度极其有限,一旦提价超过相应的限度,会直接影响低端白酒的销售。可见低端白酒产品没有赢利空间来弥补消费税税负的增加。在目前白酒市场购买力有限的情况下,低端白酒企业提高价格的幅度有限,销售白酒的数量会减少,销售收入会下降,销售利润会进一步降低,经营难度将加大。对于高端白酒企业来说,虽然会受到此次消费税调整的影响,上缴的消费税较多,但高端白酒企业会通过价格的上调减少损失,而价格的上涨有可能超过此次消费税调整多缴的消费税,从而使高端白酒企业的利润继续增加。

三、消费税调整给白酒企业提供了新的机遇

1. 优势企业可扩大经营范围。我国白酒品牌众多,既有规模性的超大型企业,又有地方性的小作坊企业。在消费税方面,小企业不纳税或者虚报产量少纳税,大企业通过关联方交易进行避税,造成了不公平竞争和白酒行业秩序的混乱。此次消费税的调整只是对税基部分作出规定,虽然低端白酒上缴

的消费税要比高端白酒企业少,但低端白酒的利润空间小,涨价肯定会影响到销量,所以低端白酒的利润将会下降。反之高端白酒虽然税基大,上缴的消费税多,但高端白酒可以通过涨价来弥补多交的消费税,甚至高端白酒的涨价幅度超过实际上缴的消费税,其利润可能不降反升。所以,消费税调整后可能推动白酒行业的结构调整,名酒可能不约而同地选择高端,而放弃低端白酒的生产,从而改变其经营范围。

2. 简化白酒企业传统的销售模式。我国白酒行业征收的消费税包括20%的从价税和1元/公斤的从量税,在生产环节一次性征收。纳税人只要人为降低体现在生产环节的销售价格,就可以不同程度地规避消费税。长期以来,整个白酒行业尤其是大中型白酒企业为了规避消费税,普遍采用建立销售公司的做法来降低从价税的税基,即先由生产企业将生产出的白酒低价出售给销售公司,然后再由销售公司加价出售给经销商。这之间的价差越大,避税越多。以前利用轻税负,使更多的费用用于终端,大打终端促销战。其实生产企业并没有得到很多实惠,很多利润都被终端渠道获取。

通过税收的合理调整,将促使白酒企业改变传统的销售模式,将重点放在从事渠道建设和品牌塑造上,促使更多的名优产品的价值与价格有一个合理的定位。这样,白酒企业惯用的避税空间将被压缩,白酒企业将致力于提高产品质量,赢得客户信任,扩大销售,形成新的经济增长点。

3. 促使白酒企业加快建立现代企业制度。现代企业制度是指以市场经济为基础,以完善的企业法人制度为主体,以有限责任制度为核心,以公司制企业为主要形式,以产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学为条件的新型企业制度,其主要内容包括:企业法人制度、企业自负盈亏制度、出资者有限责任制度、科学的领导体制与组织管理制度。目前,我国白酒行业中小酒厂数量众多,产品质量低,资源浪费严重,白酒产品供过于求,行业内部恶性竞争,多数企业处于微利甚至亏损状态。白酒消费税调整后,企业将面临更严格的税收,对企业的资金流动和盈利能力造成很大影响。在新的形势下,白酒企业应该以此次消费税的调整为契机,把企业发展的重心放到市场占有率上,注重远期市场盈利和企业可持续发展,尤其要加快企业进行现代企业制度建设的步伐,促使企业走“科技创新、质量为先、可持续发展”的道路。

主要参考文献

1. 黄国俊. 酒类产品包装物押金收入涉税账务处理. 财会月刊(会计版), 2008; 3
2. 谢玉娇. 对白酒消费税改革的若干思考. 集团经济研究, 2006; 12
3. 刘厚兵, 李小青. 粮食类白酒企业的税收筹划. 财务与会计: 理财版, 2008; 11
4. 张青, 徐东明. 对白酒消费税政策调整和完善思考. 财政监督, 2006; 2
5. 中国注册会计师协会编. 税法. 北京: 中国财政经济出版社, 2009
6. 刘晓伟. 新消费税条例的重要变化. 税收征纳, 2009; 1