

# 电商财税白皮书 · 2026 税收新政版

面向平台内经营者、品牌电商、直播机构、跨境电商

以 2026 年有效政策与“以数治税”监管口径为基准；具体执行以最新发文及主管税务机关意见为准

版本：V1.1

编制时间：2026 年 10 月

## 阅读指引

三层结构：结论层（第一章）→ 规则层（第二、三章）→ 执行层（第四至七章）

标记约定：

| 标记    | 含义                 |
|-------|--------------------|
| 【规则】  | 政策与监管口径            |
| 【动作】  | 应当落地的具体操作          |
| 【留痕】  | 应当保存的凭证与台账         |
| 【案例】  | 真实场景还原（已脱敏）        |
| 【流程】  | 可复制的操作步骤           |
| 【待核实】 | 需与主管税务机关或官方发文确认的事项 |

使用说明：本稿讨论的是**真实业务前提下的合规管理与政策适用**，不包含任何隐匿收入、虚构业务、虚开发票、伪造凭证的做法。业务本身不合规时，任何“筹

划”都不具备合法性基础。凡涉及具体申报口径、优惠政策适用、退税与核定征收的事项，落地前应核对最新发文并与主管税务机关确认。

## 第一章 前言与 2026 监管结论

### 1.1 监管演进：从“开票才交税”到“数据自动对账”

2025 年，《互联网平台企业涉税信息报送规定》（国务院令 810 号）落地，平台涉税信息报送从“征求意见”进入“常态化执行”阶段；2026 年转入常态化运行：**平台按季度**向税务部门报送平台内经营者、从业人员的身份信息与上季度收入信息，税务侧以平台订单、资金、发票、物流、社保、海关、银行等数据做交叉比对。

国新办 2026 年披露的数据显示：一季度报送平台 9692 家，较 2025 年 10 月首次报送增长 39%；平台内商户申报缴税数量较规定实施前增长 37%。这两个数字说明两件事：

1. **覆盖面在快速扩大**——从头部平台向中小平台、细分行业平台延伸；
2. **盲区在被持续压缩**——刷单分拆、私户收款、不办登记等曾经的“惯例动作”，正在被数据比对逐项照出来。

**【案例】**某服装店主李女士，经营一家淘宝 C 店四年，一直以为“只要不开发票就不用交税”。2026 年 3 月，她收到税务局推送的平台收入比对提醒：平台报送她去年收入净额 286 万元，而她仅申报了开票部分的 73 万元。差异 213 万元。经税务辅导，她补报了无票收入，补缴增值税及附加约 12.8 万元、企业所得税约 5.3 万元，并缴纳滞纳金约 1.7 万元。因主动配合，未被处以行政罚款。李女士说：“以前觉得查不到我，现在才知道平台早就把我的账报过去了。”

### 1.2 监管的技术底座：为什么“藏”越来越难

税务侧的比对并不依赖某一份资料，而是依赖**多源数据的相互印证**。电商业务天然留痕密集：订单在平台、资金在支付通道与银行、货物在物流、人员在社保、出口在海关。任何一个环节的数据进入系统，都会与其余环节形成对照。

**【案例】**某食品电商公司，老板王某认为“只要不走对公账户，税务局就查不到”。他让客服用个人微信收款，三年累计收款约 1200 万元。2026 年 5 月，税务稽查通过平台订单数据与第三方支付流水交叉比对，发现该公司申报收入仅 380 万元，与平台报送的 1600 万元严重不符。进一步调取法人、财务、客服共 6 张个人卡的银行流水，确认隐匿收入的事实。最终补税+滞纳金+罚款合计约 370 万元，并被列入税收违法“黑名单”，影响后续贷款和招投标。

因此，2026 年的合规逻辑是：**平台订单净额 → 全渠道回款 → 全税种申报 → 全链路凭证**

四个环节必须形成闭环。缺哪一环，哪一环就会成为差异的来源。

### 1.3 白皮书核心结论（五条）

1. **申报起点前移**：不再以“是否开票”为申报起点，而是以平台订单净额与全渠道回款为起点。
2. **比对已自动化**：平台报送数与自行申报数的差异会被系统自动识别并推送提醒。
3. **凭证是唯一的解释权**：真实发生的业务 + 完整的证据链，是差异说明能够成立的前提。
4. **主体与账户必须先合规**：经营回款走对公、主体与店铺一一对应，是所有后续动作的地基。
5. **主动补正优于被动稽查**：收到差异提醒后自行说明与更正，与稽查介入后的处理，结果差异显著。

### 1.4 谁需要读这份白皮书

- **平台内经营者：**单店、多店、店群，只要有平台经营收入。
- **品牌电商：**自营 + 分销 + 投流并行的品牌方。
- **直播机构：**自播团队、达人工作室、MCN 机构。
- **跨境电商：**9610、9710、9810 各类监管方式下的出口企业。
- **财税负责人：**需要一套可直接落地的制度与台账。

## 第二章 2026 新政与平台报送规则

### 2.1 平台报送义务

#### 2.1.1 报送什么

**【规则】基本信息：**平台域名、业务类型、运营主体的统一社会信用代码/名称；从事互联网经营之日起或规定施行起 **30 日内**报送。

**【规则】定期报送：**季度终了次月内，报送平台内经营者、从业人员的身份信息及上季度收入信息。

**【规则】收入口径：**平台内经营者通过平台取得的**收入净额**，包含已开票与未开票部分；**不扣除**技术服务费、佣金、推广费。

**净额 = 收入总额 - 退款**

退款包含退货退款、仅退款、服务退款等，按税务/平台口径确认。

**【动作】企业侧应同步理解这一口径：**佣金不是收入的减项，而是费用。把佣金从收入里扣掉再申报，是最常见的差异来源之一。

**【案例】**某家电店铺，财务小张每月申报时将平台佣金直接从收入中扣除，申报收入 = 平台到账金额 - 佣金。2026 年一季度，平台报送收入净额 850 万元，小张申报仅 720 万元，差额 130 万元。税务局下发比对提醒。

经辅导，小张将佣金调整为费用科目，补申报差额收入，补税约 7.8 万元。  
此后每月做“平台收入净额 vs 申报收入”差异表，差异归零。

### 2.1.2 免报与不重复报

**【规则】：**

- 配送、运输、家政等便民劳务，且享受优惠或无须纳税的从业人员收入：身份信息可不免报，收入信息可免报；
- 已通过扣缴申报、代办申报填报的信息，不重复报送；
- 规定施行前的历史数据不追溯补报。

**【动作】**企业应建立“从业人员—收入类型—是否已代扣代缴”的对应表，避免重复报送与漏报。

### 2.1.3 检查协助义务

**【规则】** 税务部门可要求平台或第三方提供合同订单、交易明细、资金账户、物流信息；工信、人社、交通、市监、网信等部门间共享。

**【动作】**这意味着“平台之外”的证据链（物流、资金、社保）同样在可调取范围内，企业内部留档必须能与之自洽。

### 2.1.4 违规责任梯度

| 情形                | 处理                   |
|-------------------|----------------------|
| 瞒报、谎报、漏报，信息不真实不完整 | 限期改正                 |
| 逾期未改正             | 2 万—10 万元罚款          |
| 情节严重              | 停业整顿，并处 10 万—50 万元罚款 |
| （与《电子商务法》相关规定衔接）  |                      |

## 2.2 “以数治税”的比对逻辑

### 2.2.1 基本等式

$$\text{平台订单流} = \text{发票流} + \text{资金流} + \text{合同流} + \text{货物流/服务流}$$

四个流向的金额、时间、主体应当能够相互解释。差异不一定等于违法，但必须能被说明。

### 2.2.2 高频触发核对的差异

| 序号 | 差异类型      | 典型表现                                 |
|----|-----------|--------------------------------------|
| 1  | 报送数 > 申报数 | 平台报送收入高于自行申报收入                       |
| 2  | 回款未入公账    | 微信/支付宝/个人卡回款未进入对公账户                  |
| 3  | 多平台部分申报   | 多平台经营只申报了部分店铺                        |
| 4  | 口径错误      | 佣金、服务费从收入中直接扣除后再申报                   |
| 5  | 业务异常      | 进销品类不符、长期零申报却有投流/租金/社保、突然顶额开票、大量红冲作废 |

### 2.2.3 收到提醒后怎么办

**【规则】口径提醒：**收到“平台数与申报数差异提醒”不等于已被认定偷税。正确动作是在限期内：

1. 做差异说明；
2. 补正申报；
3. 留存证据。

**【流程】收到提醒后的标准操作流程（SOP）：**

第一步：签收提醒文书，登记台账（日期、来源、涉及年度/税种）

第二步：确定归口责任人（建议由财务主管或税务专岗负责）

第三步：导出全平台订单数据（近 3 年）

第四步：导出银行/第三方支付/微信支付宝流水

第五步：做四类差异归类：

┌—— 已申报（无需处理）

└—— 待补报（安排补申报）

└—— 非应税（准备说明材料）

└—— 历史问题（评估补税范围）

第六步：补税测算（增值税+附加+企业所得税+滞纳金）

第七步：编写差异说明书（附证据清单）

第八步：主动更正申报，缴纳滞纳金

第九步：归档全套材料（备查至少 5 年）

第十步：约谈沟通由财务/法务统一出口

**【动作】建议固定一条内部流程：签收 → 归口 → 取数 → 差异分类 → 说明 → 更正 → 归档**，由财务/税务专岗统一对外沟通，避免多人口径不一。

**【案例】**某美妆电商公司在 2026 年 4 月收到平台数比对提醒，显示 2025 年全年平台报送收入 3200 万元，公司申报仅 2400 万元，差异 800 万元。公司财务总监按上述 SOP 操作：导出全平台订单、拉取所有收款账户流水，发现差异主要由三部分组成——① 未开票收入约 520 万元（已收货款但客户未索票）；② 平台补贴收入约 180 万元（公司误以为是平台“赠送”未申报）；③ 刷单约 100 万元（有返款记录但未建台账）。公司主动补申报未开票收入和平台补贴收入，补税+滞纳金约 47 万元；刷单部分提供返款凭证、物流空包证据，说明为非真实销售。税务局认可说明，未予处罚。

## 第三章 电商主体与五税矩阵

### 3.1 主体形式选择

| 主体形式   | 税种特征         | 优势                        | 局限                       | 适用场景           |
|--------|--------------|---------------------------|--------------------------|----------------|
| 个体工商户  | 经营所得<br>个税   | 轻量、成本低                    | 开票与进项受限，风险隔离弱            | 低频、小本经营        |
| 个人独资企业 | 经营所得<br>个税   | 结构简单                      | 不得借壳虚开发票，不得用“收入转换”规避平台报送 | 小规模服务型         |
| 有限公司   | 企业所得税 + 分红个税 | 可小规模/一般纳税人，可进项抵扣、可融资、责任隔离 | 合规成本较高                   | 中高 GMV、品牌化、多店群 |

【案例】某零食品牌创始人张先生，起初用个体户开了两家淘宝店，年 GMV 做到 1500 万元。2025 年底他想入驻京东和拼多多，但大客户要求开 13% 增值税专票，个体户开不出；想融资，投资方要求看公司审计报告，个体户没有。2026 年初，他将主体转为有限公司（一般纳税人），补办进项发票梳理，将原有库存作价入股。虽然补缴了约 12 万元的资产转移相关税款，但此后顺利开出专票、拿到了银行贷款，年 GMV 突破 3000 万元。张先生说：“早转早安心，个体户的天花板太低了。”

### 3.2 店群架构的基本形态

【动作】推荐结构：品牌控股公司 + 运营公司 + 仓储/供应链公司 + 各平台店铺主体。

**【红线】** 避免所有店铺共用同一个法人私户收款——这既是最容易被识别的风险点，也是风险无法隔离的根本原因。

**【案例】** 某鞋类店群老板刘总，旗下有 8 家店铺（天猫 3 家、京东 2 家、拼多多 3 家），全部用同一个法人代表的个人银行卡收款，年流水约 5000 万元。2026 年 7 月，税务局通过平台数据比对发现 8 家店铺的收款账户高度集中，且均为个人卡，随即立案稽查。最终认定刘总隐匿收入约 1800 万元，补税+滞纳金+罚款合计约 560 万元。刘总后悔不已：“早知道就该每家店配一个对公账户，一年也就多几千块维护费。”

### 3.3 五税基础（2026—2027 有效口径）

#### 3.3.1 增值税

- 小规模纳税人：月销售额 10 万元、季 30 万元起征（普票免税规则以申报类型为准）；
- 2026.1.1—2027.12.31，3% 征收率的应税行为减按 **1%** 征收，不动产/土地使用权等除外；
- 一般货物、服务税率按《增值税法》及最新公告执行；
- 连续 12 个月应税销售额达到一般纳税人登记标准的，应按规定登记为一般纳税人，具体以主管税务机关口径为准。**【待核实：登记标准与临界处理】**

#### 3.3.2 企业所得税

- 小型微利企业（从事非限制禁止行业，应纳税所得额  $\leq$  300 万、从业人数  $\leq$  300 人、资产总额  $\leq$  5000 万）：减按 25% 计算应纳税所得额、按 20% 税率（**实际税负 5%**），延续至 2027 年底；
- 高新技术企业：15%；
- 研发费用加计扣除：按现行规则执行。

【案例】某科技电商公司，年利润 280 万元，从业人数 45 人，资产总额 3200 万元，符合小型微利企业条件。按 5% 实际税率，应交企业所得税 14 万元。如果财务人员不了解该政策，按 25% 申报则需交 70 万元，多交 56 万元。该公司财务在年度汇算清缴时主动适用小微优惠，节省了大笔税款。

### 3.3.3 个人所得税

| 人员类型      | 处理            |
|-----------|---------------|
| 员工        | 工资薪金代扣代缴，社保同步 |
| 主播/达人（劳务） | 劳务报酬代扣代缴      |
| 股东        | 分红 20%        |
| 个体/个独     | 经营所得按经营税目     |

【案例】某 MCN 机构签约了 5 名达人，公司将其全部按“员工”发工资并交社保。2026 年税务稽查发现，其中 3 名达人同时在多家机构接单，不符合雇佣关系定义，应按劳务报酬处理。公司需补扣个税约 23 万元，并缴纳罚款。此后公司重新梳理签约模式：全职主播签劳动合同，兼职达人签合作协议并代扣劳务报酬个税。

### 3.3.4 附加税费

- 城建税：市区 7%、县镇 5%、其他 1%；
- 教育费附加 3%、地方教育附加 2%；
- 计税依据为实际缴纳的增值税；
- 小规模纳税人、小微企业、个体工商户可享“六税两费”减半，至 2027 年底。

### 3.3.5 印花税

- 买卖购销合同约万分之三；运输快递按对应税目；资金账簿按万分之五；
- 以现行税目税率为准；小微/小规模/个体适用“六税两费”减半。

3.4 特殊收入的判断

| 情形        | 判断要点            | 结论方向                              |
|-----------|-----------------|-----------------------------------|
| 商家自营优惠券   | 按预期折扣/商业折扣处理    | 收入按折后净额                           |
| 平台出资补贴/红包 | 看合同、平台规则、资金由谁承担 | 判断为商家收入、代收付或冲减费用， <b>默认全部计入收入</b> |
| 刷单        | 不视为真实销售         | 必须建立刷单台账，与正常订单隔离                  |
| 退货        | 按实际退款单冲减        | 仅预估未实际退，不随意调整收入                   |
| 平台佣金      | 列作费用            | <b>不抵减</b> 应税收入                   |

**【留痕】刷单台账要素：**订单号、返款凭证、聊天记录、物流/样品证据。建议以试用、达人测评、合规返现等真实营销方式替代纯刷量。

**【案例】**某保健品电商公司，2025 年“双 11”期间通过刷单机构刷了 5000 单，金额约 300 万元。2026 年税务比对发现其平台收入与申报收入差异巨大，要求说明。公司提供了刷单台账（含刷单订单号、返款银行转账记录、与刷手聊天记录、空包物流单号），证明该 300 万元无真实销售意图。税务局认可说明，未将该部分计入应税收入，但要求公司今后减少此类行为。公司随后改用官方试用+达人测评的合规方式，彻底停止了刷单。

第四章 核心业务场景合规 SOP

每个场景按「目标 — 动作 — 留痕 — 责任岗 — 常见错误 — 案例」六要素展开。

4.1 资金收付

- **目标：**经营回款全部进入对公体系，资金流与订单流可对应。
- **动作：**

1. 经营回款进对公账户；
2. 微信/支付宝开立**企业商户**，绑定企业主体；
3. 法人、股东、客服的个人码不收取货款。

- **留痕：**三表一差——平台结算表、第三方/银行流水表、财务收入表，按月做差异调节表。
- **责任岗：**出纳 + 财务主管。
- **常见错误：**差异未按月调节；差异率超过 **0.5%** 未立项核查。

**【动作】资金映射表**（建议做成固定台账）：店铺 × 平台 × 商户号 × 对公账户 × 提现周期。禁止个人卡代收付。

#### **【流程】月度资金对账流程：**

每月 5 日前：

- ① 导出各平台结算单（按店铺×平台）
- ② 导出银行对账单、微信/支付宝商户流水
- ③ 填写“三表一差”调节表
- ④ 差异>0.5%的，逐笔查明原因
- ⑤ 差异说明经财务主管签字后归档

**【案例】**某母婴电商公司，2026 年初建立资金映射表后发现：拼多多店铺的提现账户竟然绑定了出纳员的个人银行卡，累计提现约 160 万元。公司立即整改：将拼多多商户号重新绑定企业对公账户，同时将历史个人卡收款对应的 160 万元补申报。此后每月做三表一差，差异率控制在 0.1% 以内。

## **4.2 收入确认**

**目标：**平台数、会计数、申报数三方对齐。

**动作：**

1. 状态分层：已付款 / 已发货 / 已确认收货 / 已退款；
2. 按增值税纳税义务发生时间、会计收入准则、申报表三方对齐；
3. 确认起点：平台收入净额 = GMV - 有效退款，不扣佣金，无票收入全额申报。

**留痕：**多平台中间表——订单号、店铺 ID、统一社会信用代码、含税净额、退款、补贴承担方、提现流水号。

**常见错误：**以下单时间代替纳税义务时间；把未实际发生的退货预估入账。

### 【流程】月度收入确认流程：

每月 10 日前：

- ① 从各平台导出上月订单明细（含退款）
- ② 计算各店铺收入净额 = GMV - 实际退款
- ③ 按店铺×平台汇总，填入多平台中间表
- ④ 与财务系统收入科目核对
- ⑤ 差异>1%的，逐笔追踪至订单级别
- ⑥ 编制收入确认底稿，财务主管签字

**【案例】**某家具电商公司，财务一直按“客户确认收货”确认收入。2026 年税务稽查指出：部分商品是预售模式，客户付定金时纳税义务已发生，不应等到确认收货。公司重新梳理了预售订单约 800 笔，补申报收入约 120 万元，补税约 7.2 万元。此后公司建立了“按纳税义务时间确认收入”的制度，预售订单在客户付清尾款时即确认收入。

## 4.3 采购与无票处理

- 目标：进项可抵、成本可证、无票有账。
- 动作：

1. 主货供应商强制开票；
2. 无票采购建立台账（合同 + 付款 + 入库 + 物流）；

3. 农产品可按规定使用收购发票。

- **留痕：**供应商黑白名单、无票采购台账。
- **常见错误：**无票进项随意抵扣；核心货品无票率超过行业警戒线（如 > 30%）而不调整供应商或主体。
- **口径提示：**所得税成本需凭真实业务凭证留存，但**无合规扣税凭证可能被纳税调整**。

#### 【流程】无票采购管理流程：

每月：

- ① 统计当月无票采购金额及占比
- ② 无票率>30%的，启动供应商替换程序
- ③ 每笔无票采购必须有：采购合同+付款凭证+入库单+物流单据
- ④ 无票采购台账按月归档

每季度：

- ① 评估供应商开票意愿，替换排名后 10%的供应商
- ② 向财务总监汇报无票率变化趋势

【案例】某饰品电商公司，核心产品从义乌批发市场采购，长期无票率高达 70%。2026 年财务总监制定整改计划：① 筛选出货量最大的前 20 家供应商，要求必须开票，否则更换；② 对愿意开票的供应商，适当提高采购单价（覆盖开票成本）；③ 对确实无法开票的小额采购，保留合同+付款+物流三件套。经过半年整改，无票率从 70%降至 25%，增值税进项抵扣增加，企业所得税成本扣除也更充分，综合税负反而下降了约 3 个百分点。

## 4.4 销售与 ERP

- **目标：**系统数据与申报数据一致。

- **动作：**ERP/OMS/财务中间表打通；刷单单独标签；预售按发货或纳税义务时间判断，不按“尾款收齐”随意确认收入。
- **留痕：**月度大额抽样——订单一出库一发票一资金四向闭合。
- **常见错误：**差异率超标后不复盘、不留原因说明。

#### 【流程】月度 ERP-申报核对流程：

每月 15 日前：

- ① 从 ERP 导出上月销售明细（按订单号）
- ② 从财务系统导出申报明细（按发票号+无票收入）
- ③ 做逐笔匹配：ERP 订单号 ↔ 发票号/无票收入记录
- ④ 差异订单逐笔标注原因（刷单/退货/赠送/其他）
- ⑤ 编制差异分析表，财务主管签字
- ⑥ 差异率>2%的，提交整改报告

【案例】某数码配件公司，ERP 显示月均销售 1.2 万单，但财务申报只有 9000 单。经逐笔核对，发现差异主要由三部分构成：① 刷单约 1500 单（有返款记录）；② 赠品出库约 800 单（未做视同销售处理）；③ 系统延迟约 400 单（当月发货次月确认）。公司做了三项整改：刷单单独台账、赠品按视同销售申报、系统设置月底截单日。三个月后差异率从 25%降至 1%以内。

## 4.5 费用与取票

- **目标：**费用有票、税目正确、无票可解释。
- **动作：**

**费用类型**      **应取票据/税目**

平台佣金    平台开具的发票

投流          广告/信息服务发票

快递          运输/物流税目

## 费用类型 应取票据/税目

仓储 服务发票

样品 按入库或业务宣传处理

- **留痕：**无票费用单独报表，汇算清缴做纳税调整。
- **常见错误：**大额投流长期以白条入账；小额零星未按规定以收款凭证替代。

### 【流程】费用取票管理流程：

每月：

- ① 按费用字典分类统计当月费用及取票情况
- ② 无票费用占比>20%的费用类别，启动整改
- ③ 向供应商催票，明确开票时限

每季度：

- ① 统计各类费用取票率
- ② 取票率<80%的类别，提交改进方案
- ③ 无票费用汇总表，用于汇算清缴纳税调整

【案例】某直播电商公司，2025 年投流费用约 800 万元，全部只有平台后台截图，没有发票。2026 年初，公司要求运营部门与各投流平台重新签订合同，明确要求开具“信息技术服务\*广告发布费”增值税专用发票。经过两个月沟通，成功取得约 650 万元的专票，进项抵扣约 39 万元。剩余 150 万元因历史原因无法开票，公司在汇算清缴时做了纳税调增。

## 4.6 发票全周期

- **开票前校验：**合同主体、SKU、金额、折扣、退货红冲规则；
- **收票三匹配：**品名 ↔ 合同、数量 ↔ 入库、税率 ↔ 业务；
- **票据管理：**数电/电子发票查重；异常票黑名单；红字仅用于退货、折让、服务终止等真实事由。

## 【流程】发票管理 SOP:

开票流程:

- ① 收到开票申请 → 核对合同/订单主体
- ② 确认开票品名与 SKU 一致
- ③ 确认金额与折扣计算正确
- ④ 开具发票 → 登记发票台账

收票流程:

- ① 收到供应商发票 → 三匹配校验
- ② 查验发票真伪（国家税务总局网站/APP）
- ③ 电子发票查重（防止重复报销）
- ④ 登记进项发票台账 → 按时勾选认证

异常处理:

- ① 发现异常票 → 立即暂停抵扣
- ② 联系供应商换票或红冲
- ③ 记录异常票黑名单

【案例】某电子产品公司，收到一张供应商开的“办公用品”发票，金额 50 万元，但实际采购的是手机配件。财务在收票三匹配时发现品名与采购合同不符，拒绝入账并要求供应商重开。供应商重新开具了“电子元器件\*手机配件”发票，公司才予以认证抵扣。事后财务将这家供应商列入观察名单，加强后续发票审核。

## 4.7 促销税务参数

促销  
形式

处理要点

商家 同一发票金额栏体现折扣的，按净额计税；未体现折扣的，按业务实质与

## 促销 形式

## 处理要点

满减 开票方式判断

买一 组合销售按主货 + 赠品总价分摊；构成无偿赠送特定情形可能按视同销  
赠一 售处理，需结合合同、库存定价、发票判断

跨期  
券 按权责发生制递延

平台  
红包 写清出资方

### 【流程】促销活动上线前税务评审流程：

活动策划阶段：

- ① 运营提交促销方案（含满减/买赠/红包/优惠券规则）
- ② 财务进行税务评审，填写《促销税务参数表》
- ③ 明确：折扣处理方式、赠品是否视同销售、补贴出资方
- ④ 财务签字确认后方可上线

活动结束后：

- ① 导出活动期间订单明细
- ② 核对实际折扣与方案一致性
- ③ 按税务参数表进行收入确认
- ④ 归档活动税务资料

【案例】某化妆品公司“618”活动推出“买一瓶精华液（399 元）赠一支洗面奶（价值 129 元）”。财务在活动前评审时指出：如果不做组合销售定价，赠品可能被认定为视同销售，需按 129 元补税。运营修改了活动页面，将组合定价为“精华液+洗面奶套装价 399 元”，并在发票上体现组合销售。最终避免了视同销售的税务风险，节省税款约 2.5 万元。

## 4.8 直播与达人

- **人员：**全职主播按工资薪金 + 社保；兼职按劳务报酬代扣。
- **机构：**达人工作室/MCN，坑位费按广告/服务开票，佣金按推广/居间开票；公司支付前审核发票、合同、个税扣缴责任。
- **团队：**自播团队独立核算投流、样品、薪资、退货。

### 【流程】直播合作签约流程：

签约前：

- ① 确认达人身份（个人/工作室/MCN）
- ② 个人→劳务报酬代扣个税；工作室/MCN→要求开票
- ③ 合同明确：坑位费开票税目、佣金开票税目、个税扣缴责任方

付款前：

- ① 审核发票：品名、金额、税率、开票方与合同一致
- ② 个人劳务→代扣个税后支付
- ③ 工作室/MCN→凭发票付款

活动后：

- ① 归档直播合同+发票+付款凭证
- ② 统计直播投入产出比

**【案例】**某服装品牌邀请一位抖音达人直播带货，坑位费 10 万元，佣金按销售额 15%计提。合同约定达人以其工作室名义签约，开具“文化服务\*直播推广费”发票。直播结束后，达人工作室开具了 10 万元坑位费发票，佣金部分按实际销售额 12 万元开具发票。公司凭发票入账，无需代扣个税。如果当初与达人个人签约而未代扣个税，公司将面临应扣未扣税款 50%以上罚款的风险。

## 4.9 跨境电商（9610 / 9710 / 9810）

## 监管方式

## 要点

9610 零售 综试区企业未取得有效进货凭证、符合条件可增值税消费税免税（财  
出口 税（2018）103 号精神）；有进项可走出口退税（财税（2013）96 号）

9710 B2B  
直接出口 按对应监管、报关、退税规则处理

9810 海外 出口可按“离境即退税、销售再核算”等属地规则办理退（免）税，  
仓 具体以海关/税务系统为准

**企业所得税核定：**综试区符合条件的跨境零售出口企业可试行核定征收，应税所得率 4%；符合小微条件的可叠加小微优惠；需向主管税务机关申请并通过综试区平台登记。

**境外 VAT：**按销售目的国阈值注册（英欧中东等）；国内主体、海关备案、电子口岸、三单（订单/物流/报关）一致。

**【红线】禁止：**买单报关、双清包税无海关底单、私户收境外回款冒充内销。

### **【流程】跨境电商出口操作流程：**

9610 模式：

- ① 国内主体完成海关备案、电子口岸注册
- ② 综试区平台登记
- ③ 订单/物流/报关三单一致
- ④ 无票→申请免税；有票→申请退税
- ⑤ 企业所得税→申请核定征收（4%）

9710/9810 模式：

- ① 报关单申报（9710/9810 监管方式）
- ② 有进项→申请出口退税
- ③ 9810 海外仓→离境即退税、销售再核算
- ④ 境外 VAT 注册（按目的国阈值）

【案例】某深圳跨境电商公司，主营家居用品出口欧美，年销售额约 500 万美元。此前一直通过“双清包税”渠道发货，没有正规报关单。2026 年初，公司全面整改：① 在国内注册进出口经营权，完成海关备案；② 走 9610 报关，确保三单一致；③ 无票采购部分申请综试区免税；④ 在英国注册 VAT，按销售额申报。虽然增加了报关和 VAT 申报成本（约年增 8 万元），但获得了合规的退税和免税资格，整体税负反而降低了约 15%，更重要的是避免了被认定为走私的法律风险。

#### 4.10 库存与资产

- SKU 级管理：期初/采购/入库/出库/退货/破损/赠品/盘点；
- 成本结转用先进先出或加权平均，不按平台售价倒挤；
- 盘亏：非正常损失可按资料税前列支；非正常损失的进项税额需转出。

##### 【流程】月度库存盘点流程：

每月末：

- ① 仓库实物盘点（全盘或抽盘）
- ② 与 ERP 系统库存数核对
- ③ 差异>2%的 SKU，逐项查明原因
- ④ 盘盈/盘亏做账务处理
- ⑤ 盘亏属于非正常损失的，进项税额转出

每季度：

- ① 全盘一次
- ② 编制库存盘点报告
- ③ 财务总监审阅

【案例】某家居用品公司，ERP 显示库存金额约 800 万元，但仓库实际盘点只有 620 万元，差额 180 万元。经逐项排查，发现主要原因：① 赠品和样品出库未记账（约 80 万元）；② 破损商品未做报废处理（约 50 万

元)；③ 系统录入错误(约 30 万元)；④ 被盗(约 20 万元)。公司进行了全面整改：赠品出库单独记账、破损商品按月报废、加强仓库出入库管理、安装监控设备。三个月后盘点差异率从 22%降至 1.5%。

## 第五章 风险预警、稽查与历史补正

### 5.1 高频风险打分表

| 风险项   | 分值区间 | 评分标准                |
|-------|------|---------------------|
| 私户收款  | 0—10 | 0=无私户收款；10=全部私户收款   |
| 无票采购  | 0—10 | 0=全部有票；10=无票率>70%   |
| 促销错计  | 0—10 | 0=每次活动有税务评审；10=从不评审 |
| 库存账实差 | 0—10 | 0=差异率<1%；10=差异率>20% |
| 刷单无证  | 0—10 | 0=有完整台账；10=无台账且不承认  |
| 跨境未备案 | 0—10 | 0=全部合规报关；10=全部买单报关  |
| 主体脱节  | 0—10 | 0=主体与店铺一一对应；10=全部混用 |
| 发票违规  | 0—10 | 0=无异常票；10=多次接收虚开发票  |

**【口径按原稿】**合计 < 40 分判定为高风险，应列入优先整改。

**【动作】**建议每月打分一次，并把分数与整改单绑定：分数越低的项，优先整改期限越短。

**【案例】**某食品公司 2026 年 1 月首次打分：私户收款 8 分、无票采购 7 分、促销错计 6 分、库存账实差 5 分、刷单无证 3 分、跨境未备案 0 分、主体脱节 4 分、发票违规 2 分，合计 35 分（高风险）。公司制定了整改计划：① 3 月底前停用私户（目标降至 2 分）；② 6 月底前将无票率从 60%降至 30%（目标降至 4 分）；③ 下次大促前建立促销税务评审（目标降至 2 分）。6 月复查时总分升至 58 分，脱离高风险区。

## 5.2 收到提醒或自查通知时的标准动作

### 【流程】收到税务提醒的标准操作流程：

Day 1：签收提醒文书，登记台账

- ├— 记录：日期、来源、涉及年度、涉及税种
- └— 指定责任人（财务主管或税务专岗）

Day 2-3：数据收集

- ├— 导出全平台订单数据（近3年）
- ├— 导出银行/第三方/微信支付宝流水
- └— 导出已申报数据

Day 4-5：差异分析

- ├— 做四类差异归类：已申报/待补报/非应税/历史问题
- ├— 计算应补税额（增值税+附加+企业所得税+滞纳金）
- └— 编写差异说明书

Day 6-7：主动更正

- ├— 补申报（如有）
- ├— 缴纳滞纳金
- └— 归档全套材料

Day 8-10：约谈沟通（如有）

- ├— 由财务/法务统一出口
- ├— 只提供通知范围内资料
- └— 不猜测、不隐瞒、不临时造假

【案例】某电器公司收到税务局自查通知，要求说明2024-2025年平台收入与申报收入差异。公司按上述流程操作：第1天签收登记；第2-3天导

出所有数据；第 4-5 天发现差异主要由未开票收入（约 230 万元）和平台补贴（约 60 万元）构成；第 6-7 天主动补申报并缴纳滞纳金约 18 万元；第 8 天与税务专管员约谈，提供了差异说明书和证据包。税务认可公司的配合态度，未予行政处罚。公司财务总监总结：“主动补正的成本远低于被动稽查，而且保留了信用等级。”

### 5.3 稽查应对原则

**常见类型：**案头分析、询问、调账、实地盘点、资金查询。

**原则：**

- 只提供通知范围内的资料；
- 不临时补票、不改订单；
- 对无关资料申明；
- 对处罚可申辩、可复议。

**后果梯次：**偷税（隐匿收入/虚列/伪造）→ 补税 + 滞纳金 + 罚款，情节严重涉刑；虚开 → 行政责任至刑事责任；主动补正并配合检查可从宽。

#### 【流程】稽查应对 SOP：

接到稽查通知：

- ① 确认稽查范围（年度、税种、主体）
- ② 指定对接人（财务+法务）
- ③ 通知全体员工：统一口径，不私自回答

稽查过程中：

- ① 只提供通知范围内的资料
- ② 不临时补票、不改订单、不删除数据
- ③ 对与案件无关的资料，礼貌申明
- ④ 所有沟通记录留痕

稽查结束后：

- ① 核对稽查结论
- ② 如有异议，在规定期限内申辩/复议
- ③ 按结论补税+滞纳金
- ④ 整改内控漏洞

【案例】某家纺公司被稽查，稽查员要求查看近 3 年所有银行流水。公司财务总监礼貌回应：“请问本次稽查的范围是哪些年度和税种？我们可以据此准备相关资料。”稽查员明确了范围后，公司提供了范围内的资料，同时对与案件无关的其他账户流水做了申明。最终稽查结论仅针对已发现的差异，未扩大范围。公司财务总监事后说：“知道边界在哪里，才能保护自己的权利。”

## 5.4 历史遗留处理

【流程】历史遗留问题处理 SOP：

第一步：全面摸底

- ├— 导出近 3 年全平台全店订单
- ├— 导出所有收款账户流水（对公+私户）
- └— 计算差异总额

第二步：分离经营款

- ├— 私户流水中区分经营收入和个人收支
- ├— 经营收入部分准备补申报
- └— 个人收支部分保留凭证

第三步：补税测算

- ├— 增值税+附加+企业所得税+个税+滞纳金
- └— 评估补税总额

第四步：主动更正

- └─ 向主管税务机关说明情况
- └─ 主动补申报
- └─ 缴纳滞纳金

第五步：建立长效机制

- └─ 停用私户收款
- └─ 建立月度对账制度
- └─ 定期自查

**【红线】** 不得以“频繁注销重开”消灭旧账，关联主体会被识别。

**【案例】**某箱包公司老板发现 2023-2025 年期间，通过法人个人微信收款约 400 万元未申报。2026 年，他主动找到税务师事务所协助处理：① 导出所有微信收款记录，区分经营收入（约 380 万元）和个人往来（约 20 万元）；② 计算应补增值税约 11.4 万元、附加约 1.4 万元、企业所得税约 9.5 万元、滞纳金约 4.2 万元，合计约 26.5 万元；③ 主动向主管税务机关说明情况，补申报并缴纳税款和滞纳金；④ 此后所有经营回款走对公账户。由于主动更正，未被处以行政罚款。老板说：“虽然补了 26 万

第六章 2026 合规筹划与架构

6.1 四类典型架构

| 场景            | 架构建议                | 关键动作                                         |
|---------------|---------------------|----------------------------------------------|
| 单店<br>小规<br>模 | 对公账户 + 月度资金表 + 季度申报 | 适用起征点/1% 征收率；按平台收入净额建账，不按提现额申报；无票收入单独登记后合并申报 |

| 场景   | 架构建议                                  | 关键动作                                                                                                         |
|------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 多店集团 | 品牌控股公司 + 运营公司 + 区域/平台店铺主体 + 仓储/供应链公司  | ① 每家店铺绑定独立对公商户；② 品牌公司收品牌服务费、仓储公司收仓储费、运营公司收代运营费，均按真实服务开票；③ 利润不堆在单店；④ 月度做“集团平台收入汇总表 vs 各主体申报表”差异调节             |
| 直播业务 | 自播公司 + 达人合作主体（个人/个体/工作室/MCN）分层        | ① 全职主播签劳动合同、工资薪金+社保；② 兼职达人按劳务报酬代扣个税；③ 工作室/MCN 开推广/广告/居间发票；④ 坑位费、佣金、返点分合同、分票目、分扣缴责任                           |
| 跨境电商 | 国内出口主体 + 综试区备案 + 海外仓/海外公司 + 境外 VAT 主体 | ① 有进项走 9710/9810 退税，无票小包走 9610 综试区免税；② 9810 海外仓按“离境即退税、销售再核算”办理退（免）税；③ 企税无票符合条件按 4%核定、符合小微可叠加；④ 目的国按阈值注册 VAT |

### 【流程】多店集团主体切分与对账流程

1. 主体层：设立品牌控股（商标/品牌授权）、运营公司（各平台开店或受托运营）、

仓储公司（发货/贴标/库存）、按区域或平台设店铺主体。

2. 合同层：

- 品牌公司⇌ 运营/店铺：品牌授权协议，收品牌服务费（按收入比例或固定年费）

- 仓储公司⇌ 店铺：仓储物流协议，收仓储分拣费

- 运营公司⇌ 店铺：代运营协议，收服务费（投流、客服、上架）

3. 资金层：每个店铺主体开企业微信/支付宝商户+对公账户；集团资金池仅做内部往来，

不替代店铺收入确认。

4. 税务层：

- 各店铺按平台收入净额申报增值税/企税/个体经营所得

- 内部服务按发票结算，避免“所有利润留在高销售店铺”

5. 月结层：集团输出《多店收入汇总表》《内部服务结算表》《合并差异说明》，

平台报送收入≈各主体申报收入合计。

**【案例】** 某服饰集团原用1家有限公司开8家平台店，所有回款进1个对公户，财务按“提现额一佣金”申报。2026年平台按8店分别报送收入净额，合计约5400万元，而该公司按单主体仅申报约3100万元，差异2300万元。整改后设品牌公司1家、运营公司1家、仓储公司1家、店铺主体8家（其中3家小规、5家一般纳税人）；品牌费按各店收入2%收取、仓储按件结算、运营按投流+客服成本加成收费。各店按平台净额全量申报，内部服务开票对冲，集团总税负因小规起征点、小微企税、进项分流更清晰而下降约2.3个百分点，且单店风险不再传导全集团。

**【案例】** 某直播品牌自播+达播并行。自播团队10人签劳动合同；外部达人分两类：年合作超50万元的要求注册工作室开“推广服务”发票，

年合作低于5万元且偶发的按劳务报酬代扣个税。坑位费统一由MCN开“广告服务”发票，佣金按实际GMV结算并附平台流水。2026年税务比对时，直播收入、达人扣缴、MCN开票三方一致，未触发“网红偷逃税”类预警。

6.2 优惠政策落地台账

建立“资格—条件—留存资料—复核周期”四段台账，所有优惠自行判别、申报享受、资料留存备查。

| 优惠           | 2026 有效口径（至 2027.12.31 为主）                         | 留存资料                         | 复核        |
|--------------|----------------------------------------------------|------------------------------|-----------|
| 小规模起征点       | 月销售额 10 万、季 30 万以下普票免征增值税（按申报类型与最新公告）              | 平台收入汇总、未开票收入台账、申报表           | 每月        |
| 小规模 1%       | 3%征收率应税行为减按 1%（不动产/土地使用权等除外）                       | 开票明细、征收率选择、放弃减税专票审批（如适用）     | 每季        |
| 小微企税         | 所得额≤300 万、从业≤300 人、资产≤5000 万，减按 25%计所得、20%税率，实际 5% | 年度财务报表、从业人数考勤/社保、资产负债表、汇算清缴表 | 每季预缴+年度汇算 |
| 个体经营所得减半     | 个体年所得额≤200 万部分减半，不区分查账/核定                          | 经营所得汇算表、收入成本台账               | 每半年       |
| 六税两费减半       | 小规模/小微/个体减半城建、教育附加、地方教育、印花税（部分税目）等                 | 增值税身份、申报表、附加税计算表             | 每季        |
| 跨境 9610 无票免税 | 综试区注册、线上平台登记、海关 9610 申报、无有效进货凭证且符合文件条件→增值税消费税免税    | 订单/物流/报关三单、综试区平台登记、采购付款替代凭证  | 每批+月度     |
| 跨境企税 4%核     | 综试区零售出口、无票免税条件齐全→应税所得率 4%，可叠加小微                    | 出口收入台账、核定征收鉴定、平台登记           | 年度申请+复核   |

| 优惠        | 2026 有效口径（至 2027.12.31 为主）  | 留存资料                     | 复核    |
|-----------|-----------------------------|--------------------------|-------|
| 定         |                             |                          |       |
| 9810 离境退税 | 海外仓报关离境即可退（免）税，未销售可预退、销售再核算 | 海外仓租赁协议、入出库台账、报关单、销售最终核算 | 每票+月度 |
| 研发加计      | 电商系统、选品算法、投放模型等符合条件可加计      | 立项书、研发费用辅助账、人员工时         | 项目制   |

【动作】优惠台账不是“领完就行”，应设到期前 90 天复核：小规模是否临近 500 万一般人居线、小微三项指标是否超标、个体是否需转公司、跨境核定是否仍满足综试区登记与报关条件。

【案例】某小微电商年利润 280 万、从业 42 人、资产 3100 万，财务台账提前标注“小微临界”。中期利润达 260 万时，财务把研发投入（选品系统改造）单独建辅助账，适用加计；年末实际利润 295 万仍处 300 万内，按 5%交企税约 14.75 万；若误按 25%将多交约 58 万。

### 6.3 筹划边界与高危清单

合法筹划三要素：真实业务、商业目的、凭证可查。

高危动作（不写进方案）：私户分拆收入、多主体人为切平台流水避一般纳税人、虚列达人劳务、无货虚开、刷单冒充真实销售、用个体/个独空壳转移平台收入。

【流程】架构筹划评审流程

1. 业务描述：GMV、品类、平台、毛利率、客户是否要专票、是否跨境、是否直播

2. 主体设计：单店/多店/控股+服务公司/跨境单独出口主体
3. 政策匹配：起征点、1%、小微、六税两费、跨境免税/退税/核定
4. 资金设计：全店铺对公、内部服务定价、禁止个人卡代收
5. 凭证设计：合同+订单+发票+资金+物流+报关六类留痕
6. 风险测试：模拟平台报送数 vs 申报数、私户占比、进销品类匹配、税负率同业对比
7. 出具《架构合规意见书》，不含任何“隐藏收入/虚增成本”条款

【案例】 某家居店年 GMV 约 480 万，纠结“要不要再开一家店把收入拆成两家各 240 万保小规”。评审结论：平台按店铺主体报送，人为分拆仍可由集团关联识别；且大客户开始要专票，长期小规反而丢单。改为单公司小规过渡 6 个月，预计 12 个月滚动销售额超 500 万即转一般人，提前做供应商开票和进项梳理，不采用分拆避认定。

## 第七章 长效交付物与常态运行

### 7.1 工具包（12 项）

1. 主体与店铺清单：统一信用代码+平台+店铺 ID+纳税人类型+对公/企业商户号
2. 全平台收入确认政策：净额、退款、补贴、无票、刷单标签
3. 资金对公 SOP 与三表一差：平台结算表、银行/第三方流水、财务收入表、差异调节表
4. 采购有票/无票细则：供应商分级、无票台账、农产品收购票、替代凭证

5. 发票开受票手册：开票校验、收票三匹配、数电查重、红冲规则
6. 促销税务参数库：满减/买赠/红包/跨期券/平台补贴出资方
7. 直播达人指引：员工/劳务/个体/MCN 分类、坑位费与佣金票目、个税扣缴
8. 跨境操作卡：9610 免税、9710 退税、9810 离境预退、VAT 国别、三单一致
9. 库存与成本制度：SKU 级出入库、先进先出/加权、赠品样品、盘亏进项转出
10. 预警自查表：平台数 vs 申报数、私户、进销品类、税负率、红冲作废率、无票率
11. 稽查与补正流程：签收、取数、四类差异、说明书模板、主动更正 SOP
12. 优惠台账：资格一留存一到期复核

## 7.2 月度/季度运行节奏

每月：平台订单导出→资金三表一差→收入净额与申报对账→发票勾选与异常票处理→促销参数更新→库存抽盘→风险打分。

每季：全平台差异汇总、优惠资格复核、无票率与取票率报告、跨境三单/退税/免税复核、集团内部服务结算。

每年：汇算/经营所得汇算、架构评审、一般人与小规临界测试、稽查情景演练。

标准化自检（每月抽 20 笔）：合同方=开票方=收款方=发货/服务方=平台店铺主体；任一断裂开整改单。平台收入净额与申报差异>0 逐笔说明；微信/支付宝/银行/对公四类回款全映射店铺。

### 7.3 附录 A 待核实与落地确认

一般纳税人登记标准、超标处理、预申报要求：以主管税务及最新增值税/征管文件为准（不采用“无缓冲、按超标首日强制”等未核实口径）。

小规模普票免税与专票、放弃减税规则：以申报类型及 2026—2027 公告为准。

平台收入净额中“退款”细分：退货退款、仅退款、服务退款按平台与税务口径分别取数。

六税两费适用主体、税目、期限：以最新地方与总局文件为准。

9610/9710/9810 退税、免税、核定条件：以海关、税务系统及综试区平台规则为准。

境外 VAT 注册阈值与申报：按销售目的国规则（英/欧/中东/东南亚等分别建表）。

### 7.4 附录 B 一年落地清单（精简）

第 1 月：全平台店铺主体盘点、对公/企业商户绑定、停用个人码收货款

第 2 月：三表一差上线、无票/刷单/促销三类台账建立

第 3 月：优惠台账初始化、一般人与小规临界测算

第 4—6 月：直播/达人对合同重签、跨境三单与综试区备案补正

第 7 月：半年风险打分与稽查演练

第 8—10 月：库存 SKU 重盘、供应商开票率提升、内部服务定价结算

第 11—12 月：汇算、架构复审、下年政策到期提醒

声明：本稿为内部合规与培训参考，不构成个案税务/法律意见；涉及申报、退税、核定、优惠适用，以最新官方文件及主管税务机关确认结果为准。