

直播带货主播的税收征管问题研究

裴云燕

(西北师范大学商学院,甘肃 兰州 730070)

摘要:随着大数据时代的到来,网络直播获得飞速发展,其中直播带货模式凭借直播技术的突飞猛进与网红经济的加持在短期内迅速走红并获得井喷式发展。该模式作为一种新型网络营销模式,达到了推广特定产品、扩大品牌效应的目的。直播带货销售模式为我国经济发展提供了新思路,为现代商品销售模式开辟了新发展道路,但与此同时它也为税收征管出了新的难题。

关键词:直播带货;主播收入;税收征管

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.06.008

1 直播带货的概念及特点

1.1 直播带货的概念

直播带货是指从事直播的人员通过网络电商平台将商品近距离展示给观众、与观众进行实时互动、咨询答疑、引导大众在线上进行购物的一种新型服务方式。直播带货是在新的经济环境和社会环境下深受大众所喜爱的一种营销方式。

直播带货环节中涉及到三大角色,分别为:

(1)供应商:供应商在直播带货过程中为主播提供商品及一定的资金支持。供应商可将商品交由直播方进行直播带货,再按比例向直播方支付一定提成,或将商品以较低价格批发给主播,由直播方自行承担盈亏。

(2)直播方:直播方主要包括MCN机构、KOL及主播,MCN机构即网红经济公司。KOL为关键意见领袖,指那些拥有产品信息,且为相关消费群体所接受或信任,并可以影响群体购买行为的人。与传统的直播相比,直播带货的核心不再是主播而是商品,因此,商品的质量在直播带货过程中起着决定性作用。而在整个产业链中,

主播起着核心作用,上连供应商负责产品的宣传推广,下接消费者针对产品的反映及接受程度得到反馈信息。

(3)消费者:消费者是直播带货的终端,在当今信息量如此之大的社会中,消费者更大程度上会通过主观判断去选择主播及自己中意的商品。

1.2 直播带货的特点

直播带货之所以能够在新形势下取得如此火热的发展离不开它的以下几个特点:

1.2.1 创新性

近年来,随着网络直播的不断发展,各大购物平台的竞争日益激烈。根据数据显示,淘宝平台在2015年前一度处于垄断地位,然而,随着天猫、京东等各大电商平台的争相发展以及拼多多等平台的不断涌现,电商平台间的竞争趋于白热化。而此时,直播带货借助各个平台的出现让人眼前一亮,它以最快的速度最新颖的方式在短时间内博得了大众的喜爱,为大众很大程度上解决了出门难购物的困境。

1.2.2 高效便捷性

高速发展的今天,人们的生活快节奏越来越快,去实体店进行购物变得日益困难,相比过去,人们花费更多的时间和精力在购物的路上,直播带货则帮助大众克服了这方面困难,为大家提供了更为高效和便捷的购物方式,人们可以足不出户通过手机端、电脑端等近距离观察商品。与此同时,也可以通过线上客户的评价讨论等做出购物判断,这在很大程度上提高了人们的生活效率,节省了大量的时间和精力。

1.2.3 互动性

相比其他购物形式,直播带货的一大特点在于客户在观看直播的同时能够做到与主播实时互动。针对商品的细节问题,客户能够通过发送弹幕等方式得到答复,客户也可与主播互相关注,在第一时间获得新品的消息等,甚至双方可以成为线上或线下的朋友。这些满足了客户多维度的购物需求。

1.2.4 低成本

在我国网民数量不断增加的今天,直播带货只需要投入少量的视频制作、平台成本以及人力成本。另外,平台自带的用户流量也大大降低了带货过程中所需的支出,直播带货营销模式在将信息传播的更广更快的同时节省了大量的成本。

2 直播带货主播主要模式及收入来源

2.1 主播和直播平台的合作方式

目前,在直播带货中主播和直播平台有三种主要合作方式:

2.1.1 独立主播

随着网络经济的不断发展,主播数量越来越多,有一部分主播会选择自行在平台注册成为独立主播,自己在平台上进行直播。

2.1.2 主播+平台模式

此种模式是直播带货行业中流行的主要模式。在这种模式下,主播与直播平台直接签约提供直播活动。直播平台,一方面要为主播提供直播所需的资源,如直播间、网络资源等,并支付约定的报酬及分成,另一方面要对签约主播进行宣传、推广,甚至会对主播提供一定的专业培训,并要求签约主播不得在除了本平台以外的第三方平台开展直播活动。

2.1.3 主播+经纪公司+平台模式

随着主播与直播平台之间矛盾纠纷层出,网络直播活动衍生出了“主播+经纪公司+平台”的模式。在这种模式下,直播平台不再与主播直接签约,而是通过第三方经纪公司对主播进行管理。网络主播与经纪公司签约,与经纪公司形成雇佣关系,而不再与直播平台直接发生合同关系。并且,经纪公司通常会为网络主播指定一家或者多家直播平台进行直播活动。

2.2 直播带货下主播收入来源

目前主流带货主播的收入来源大致分为以下三类:

(1)工资薪酬:根据调查,目前我国网络主播中至少有60%与直播平台、经纪公司等签约,直播平台、经纪公司等为其按期支付工资。主播的工资通常由固定底薪与业绩提成构成。主播每个月保证一定时长的有效直播即可拿到底薪,而绩效则一般与主播的人气挂钩,人气越高的主播直播效果越好可以拿到的绩效相应越多。

(2)签约费:在直播带货的大热潮下,不少明星也加入直播行业成为明星主播,明星身后的粉丝群众数量庞大,这部分人群给直播平台带来了巨大的流量,所以直播平台有时会选择与明星主播进行签约进而提高平台的流量,而与明星主播签约所支付的签约费也势必是一笔不小的数额。

(3)粉丝打赏:若直播效果好,粉丝会在观看直播的同时打赏主播,粉丝先在平台中充值,再向主播送出虚拟礼物,主播收到虚拟礼物后进行提现,这也构成主播收入的一部分。

(4)广告营销收入及其他:主播们通常拥有一定的粉丝量且粉丝对主播的忠诚度和信任度较高,商家在主播直播间屏幕上放置广告以及产品链接等都需为主播支付一定的报酬。此外,主播可以利用自己的名气接广告、为产品进行代言等获取收入。

3 直播带货存在的税收风险

3.1 扣缴义务人难以准确确定

在上述三种主播和直播平台的的合作方式中对应着不同的扣缴义务人,同时若直播收入是在主播、直播平台、经纪公司之间按比例分配,分配比例也不完全一致。这些都为税收征管带来一定的困难。

3.2 主播收入来源及支付方式多样化

主播可通过粉丝打赏、广告代言、与部分电商平台合作等获取收入,收入来源多样化,针对这种情况税收监管难以到位。同时互联网日新月异的今天,人们的支付方式也越来越多样化,银行转账、支付宝、微信等多种多样的支付方式也为部分主播提供了机会。

3.3 税收管辖权难以确定

直播带货之所以如此火热有很大原因是因为不受时间空间的限制,然而在提供了便捷的同时,征税过程中管辖地如何来划分、按照什么标准来划分成为又一难以解决的问题。

3.4 相关法律不够完善

我国对于新兴行业的税收体制不够完善,且互联网行业发展过快,相关法律未有明确规定,这使得税收征管部门难以实现有法可循。

4 直播带货税收征管建议

4.1 完善相关法律法规

相关行业应进一步完善相关法律,要求各个平台实名注册,明确扣缴义务人、纳税地点、纳税时间期限、税率等划分标准,综合考虑可能存在的各种风险,制定更加完备的法律体系。

4.2 利用互联网进行监管

利用互联网技术对直播行业进行严格监管,对不同的收入来源、支付方式进行准确划分,对支付宝等第三方支付平台加以重视,要求主播及平台对收入提供详细的证明材料,对相关可疑对象予以特别关注,杜绝出现部分人员试图钻空子的可能性。

4.3 建立直播带货管理协会

面对错综复杂的行业信息,可由一些互联网专业人员和税务专家成立专门的管理协会,由专业人员分别对不同平台、不同主播负责,针对不同情况适用不同处理办法,使得每笔交易都清晰透明,同时若发现平台中出现的不良行为也可及时进行劝诫制止。

5 结束语

随着互联网行业的迅猛发展,传统的税务处理模式已难以适用于新兴行业,如今的网络直播和电商紧密联系,对这类交易很难做到统一规范和监管。面对新背景下的直播带货模式,更应清晰分辨不同收入所属类别从而加以处理,使直播带货税收征管更为清晰,从而促进整个行业的不断发展。

参考文献

- [1]张珑潇.互联网交易背景下税收征管问题研究[J].产业创新研究,2020(15):28-29.
- [2]陈瑛瑛.网络主播的税收征管问题研究[J].中国农业会计,2019(11):18-19.
- [3]李荣睿.浅析网络主播的纳税问题[J].广西质量监督导报,2018(06):54.