

从消费异化视角看消费税征税范围调整

李小珍(博士)

(河南工业大学经济贸易学院 郑州 450001)

【摘要】 随着经济社会的发展和消费观念的改变,人们在消费商品的目的和心理等方面都发生了异化,这不利于社会良好风气的形成和资源的有效利用。本文认为,我国消费税征税范围的调整对抑制消费异化有一定的积极作用,税率的新设计和价外计税的安排都有利于引导人们理性消费,提高消费质量。

【关键词】 消费异化 奢侈品税 高级消费行为 理性消费

国内对消费税征税范围相关内容的研究比较多,但基于消费异化视角,分析消费者心理,就如何帮助消费者建立可持续消费的观念,通过改革现行消费税征税范围和税率结构,使消费税职能作用得以充分发挥,以减少消费异化现象,这方面的研究还不够。鉴于此,本文对消费异化现象进行分析,探讨消费税征税范围如何调整,相应税率如何设计等一系列问题,并为构建“以增值税为主,逐步取消营业税,消费税为辅”的流转税体系提供一些建议。

一、消费税征税范围调整的必要性

2011年世界奢侈品协会发布的最新报告称,中国内地2010年的奢侈品消费市场总额已达到107亿美元,占全球奢侈品消费份额的四分之一。并预测2012年中国的奢侈品消费额度将超过日本,成为全球第一大奢侈品消费国。相比国外,中国的奢侈品消费现状有显著不同:中国购买奢侈品的大部分是40岁以下的年轻人,而发达国家购买奢侈品的则主要是40岁至70岁之间的中老年人;中国奢侈品消费的主力军是中产阶层,透支消费现象严重。

奢侈品在中低收入人群中的畅销,反映出社会中奢侈品消费心理的异化,这种现象不容忽视。以高尔夫球球场建设为例,自2004年开始,我国政府多次下达针对高尔夫球球场建设的禁令,但是七年过去了,各地仍建设有四百余家高尔夫球球场。高尔夫球球场是高档消费场所,其大量建设并不能简单认为是我国国民消费水平得到了大幅提高,从实际情况来看,我国大部分高尔夫球球场已沦为权力腐败、奢侈浪费等社会不良之风“汇聚”的场所,对维护良好的社会风气产生了负面影响。消费异化折射出人们消费行为不理性、消费结构不合理、消费质量不高的社会现象,造成了社会资源的人为浪费,应尽早采取措施来控制消费异化这种不良消费心理,引导消费者理性消费。

从经济学角度来讲,适度的高消费有利于拉动内需,刺激经济增长,具有积极意义。但如果消费者尤其是年轻的消费者完全不考虑自身经济承受能力和实际需求,非理性地过度消费,形成消费异化倾向,长远来看,这将不利于社会财富的积

累和资源的有效利用。因此,很有必要利用税收手段对奢侈品消费尤其是消费异化行为进行引导。

二、如何调整消费税征收范围

消费税征税范围的调整不仅要结合经济社会的发展水平和人民生活消费水平,而且要考虑当前异化消费的弊端。政府倡导构建节约和谐社会,消费税的改革也要体现绿色消费观念。从税收调控的角度看,可以通过消费税税目的取消、合并,重新开征新税目等方式,引导人们理性消费,抑制消费异化,构建和谐税收体系,促进经济社会健康稳定发展。

1. 取消汽车轮胎、酒精和摩托车税目。现行消费税税目中某些消费品已经失去了征收消费税的意义,存在重复征税问题。消费税实施细则规定,用汽车轮胎作为原料生产小汽车已缴纳的消费税税款也不能扣除,可见,汽车轮胎消费税存在重复征收的现象。并且汽车轮胎消费税税率较低,仅为3%,对国内消费税收入的贡献度非常小,几乎可以忽略不计。因此建议取消征收汽车轮胎消费税。同样,酒精也属于生产原料,对其征收消费税不仅会影响该生产行业的发展,而且会对其下游产业产生负面影响,建议取消。

随着经济社会的快速发展和城市现代化建设,轿车在大中城市发展很快,成了许多居民的私家车,加之电动自行车的普及,我国大中型城市基本上都出台了“限摩令”,目前80%的摩托车被销往农村地区,成为农民主要的交通工具和生产工具,取消摩托车消费税将有利于减轻农民负担。此外,近年来摩托车生产企业处于微利甚至亏损状态,摩托车消费税的取消将有利于这类企业的生存和发展。

2. 新增奢侈品税目。目前我国消费税中化妆品税目的设计不太符合时代发展的需求。化妆品税目征税对象包括了各类美容、修饰类化妆品、高档护肤类化妆品和成套化妆品,这些产品如果不是国际知名大品牌,成本和价格相对较低,从税收收入的角度来看没必要征税;而且,这些产品几乎都是现代社会职场女性的生活必需品,从消费税征税范围的国际惯例来看也没有征税的必要。

高档护肤类化妆品属于奢侈品,应该对其征收消费税,因

此,建议取消现行消费税税目中的化妆品税目,增设奢侈品税目,仅对高档护肤类化妆品的消费征税。同理,由于现行税目中的高档手表、贵重首饰及珠宝玉石、高尔夫球及球具、游艇等税目也属于高级消费范畴,故可以考虑在消费税征税范围调整时全部取消,将其一同并入奢侈品税目分别作子目设置。除此之外,还可以考虑根据经济发展和人民消费水平的提高对其他一些奢侈品开征消费税,比如私人飞机、高档服饰、名贵裘皮制品、高档电子产品、数码类产品等。

奢侈品的界定具有时效性。在某一时期某种商品是奢侈品,但过了一段时间后有可能就不再是奢侈品,所以消费税征税范围的调整应该是一种常态,即随着人们生活水平的提高和新的奢侈品的出现,消费税征税范围应有所变化。因此可在奢侈品税目下设置一个其他奢侈品子目,具体项目由财政部或国家税务总局规定,当社会上出现新的高档消费品时,可以及时灵活地通过税收加以调节以引导人们的消费行为,避免出现整个社会消费的过度异化现象。

3. 增设一次性消费品税目。实木地板和木制一次性筷子这两个税目是2006年消费税征税范围调整时新增的税目,主要是考虑到对这两类消费品的消费会造成大量森林资源的消耗,浪费大量木材,不利于生态循环经济的持续发展。但生活中一次性不可再生的消费品不仅仅限于这两种产品,还有一次性塑料包装物、竹制一次性筷子、一次性杯子(包括纸质和塑料)、一次性泡沫塑料饭盒等产品,以及对生态环境造成污染的一次性电池、含磷洗衣粉等等,也需要通过税收政策引导人们树立正确的消费观,减少资源消耗,进而减轻环境污染的压力。因此也应对这些产品的消费征收消费税,可增设一次性消费品税目,将实木地板、木制一次性筷子、竹制一次性筷子、一次性杯子(包括纸质和塑料)、一次性泡沫塑料饭盒、一次性电池等均作为子目来设置。

4. 增设高级消费行为税目。现行消费税税目中只有对商品征收消费税,而对高级消费却没有设置相应税目征税,如高尔夫球运动、赛马、狩猎、射击、出境旅游、整形美容等,这些项目消费的额度一般较大,可以考虑在消费者进行高级消费时,对消费者征收消费税。具体的做法是,在消费者结账付款时,通过国税局(或者地税局)纳税的身份信息系统,由税控收款直接扣除消费者的应纳税款,减少税款征收的中间环节,控制税收流失。这不仅能让消费者身临其境感受到纳税人的责任和义务,而且能降低消费税的征税成本,提高征管效率。对高级消费征税,填补了我国消费税对特殊消费征税的空白,完善了我国消费税征收制度。

5. 增设豪宅税税目。在2006年4月份消费税征税范围调整方案出台之前,社会各界关于高档住宅征收消费税的呼声很高。但到目前为止,我国还未正式增设豪宅税。财政部有关负责人将没有对高级住宅征收消费税的理由归为三点:一是不在消费税征税范围之列;二是征管上存在难度;三是考虑对相关产业和消费需求的影响,要符合宏观经济政策的总体要求,目前不宜征收。对于第一点原因,笔者认为直接将高档住宅消费列入消费税征税范围之列即可。第二点原因更显著

强,任何一个税收的开征都有一定的难度,豪宅数量毕竟不多,只要切实将豪宅登记的相关信息采集,进行有效征管应该不会非常困难。第三点原因也是非常的笼统。从目前我国高级住宅的市场供求状况来看,总体上供过于求,故第三点原因其实是不存在的。笔者认为,豪宅税没有开征的深层次原因可能是利益均衡问题没有得到妥善解决,所谓“仇富”的社会心理被扩大化。改革需要付出成本和代价,只要从长远来看对经济社会发展有利,能够提高国民素质和促进社会进步,那么这项改革就是可行的。因此,笔者建议调整消费税税目时应将豪宅税或者高级住宅税列进去。

三、调整征税范围的其他建议

1. 消费税税率适合多级次累进税率。消费税在我国是特别消费税,消费税的税率直接体现了消费者承担的税负,因此消费税的税率可以设定较高档次,并且尽量采用累进税率制度。消费的商品价值越高,说明消费者承担税负的能力越强,根据税收量能原则也应如此。尤其是从消费异化的角度看,消费者对奢侈品的消费本身不够理性,提高税率对异化消费的不理智行为能够起到一定的抑制作用,税收职能作用也能得到充分发挥。但从简化税制的角度看,建议取消现行消费税税率中的定额税率。

2. 计税方法上考虑实行价税分离。目前我国消费税是价内税,有14个税目,除金银首饰1995年起改为零售环节征税外,其他均在生产销售和委托加工环节征税。价内税的优点是,计算方便,便于征管。但从实际操作来看,价内税形式的消费税不利于纳税人纳税意识的增强和纳税遵从度的提高。笔者通过实地调研发现消费税重点税源应税消费品如烟、酒、小汽车等由于其生产环节与销售环节价差比较大,消费税税收流失严重,削弱了消费税调节高收入行业的力度。因此,可以增值税扩围改革为契机,在消费税征税范围调整的同时,大力推行价外消费税,同时将消费税征税环节由生产销售环节逐步转变为零售消费环节。这既可以趁机进行税法知识宣传,又可以使消费者切身感受到税收占所消费的商品价值的比例大小,降低人们追逐奢侈品的欲望,抑制异化消费,促进合理消费,让社会资源重新配置和更有效地得到利用,提高整个社会的福利水平,促进社会进步。

消费税对抑制消费异化的有效性到底如何,还需要通过消费税征税范围调整后达到的实际效果来检验。对一些商品有选择地开征消费税,只能在一定程度上调节高收入人群的高档消费行为,而不能将消费异化行为彻底消灭或杜绝。

针对个别畸形的消费异化行为,单靠调整消费税征税范围是不能消除的,还有赖于国民素质的整体提高和社会风气的改善。

主要参考文献

1. 金念.论消费税征税范围——对消费税“扩围”的分析和建议.现代商贸工业,2011;11
2. 于文淑.消费异化现象探析.学理论,2011;29
3. 孙秀云.从消费活动的原则看当代消费异化的根源.学习与探索,2011;4