

青岛海尔集团的税收状况及启示

何 辉

随着居民收入水平的提高,家电越来越成为居民生活的必需品,而家电企业税收状况会直接影响到家电产品的成本,进而影响家电产品的价格,对居民的实际购买力产生一定影响。为深入了解家电企业税收成本,掌握家电企业税负情况,笔者于2014年7月10日—13日对青岛海尔集团进行实地调研。本次调研主要采用与当地政府部门座谈和企业项目实地考察的形式。通过此次调研,笔者掌握了海尔集团有关税收的丰富资料,梳理出了海尔集团的税收成本及其税负状况。

一、海尔集团的基本情况

海尔集团创立于1984年,从最开始生产冰箱起步,拓展到现在涉足家电、通信、IT数码产品等多个领域,成为全球领先的美好生活解决方案提供商。2013年,海尔全球营业额为1803亿元,利润总额为108亿元。2013年海尔全球零售量份额为9.7%,连续五年成为全球白色家电第一品牌。目前,海尔在全球有24个工业园、5大研发中心、66个贸易公司,全球用户遍布100多个国家和地区。海尔非常注重创新,独创的人单合一、双赢模式使组织充满了激情与创造力,可以让员工在为用户创造价值的同时实现自身的价值。在互联网时代,海尔更是赋予人单合一、双赢模式新的理念,内部打造节点闭环的动态网络组织,外部构建开放的平台,成为全球白色家电行业的市场领导者和规则制定者。

目前,国内家电行业竞争非常激烈,市场化程度高,海尔面临巨大挑战。一方面,市场竞争日趋剧烈,家电技术一致化、产品同质化趋势进一步加强,营销模式逐渐成为市场取胜的法宝。另一方面,许多企业加大市场营销开拓力度和转变发展方向,开始向中小城市以及农村进军。市场不断扩展,企业成本也在不断增长。

二、海尔集团的盈利状况

近年来,海尔集团的营业收入呈现递增态势,近两年来,海尔集团的营业收入增幅较大。例如,2006年海尔集团营业收入是825.7亿元,而2013年营业收入达到了1871.77亿元,是2006年的2.26倍。当然,随着海尔集团生产规模的扩大,其产品成本规模也在不断扩大。2006年海尔集团营业成本为645亿元,2013年海尔集团营业

成本达到了1 442.53亿元,是2006年的2.23倍。可见,随着海尔集团的较快发展,其营业收入规模也在不断增加。(见图1)

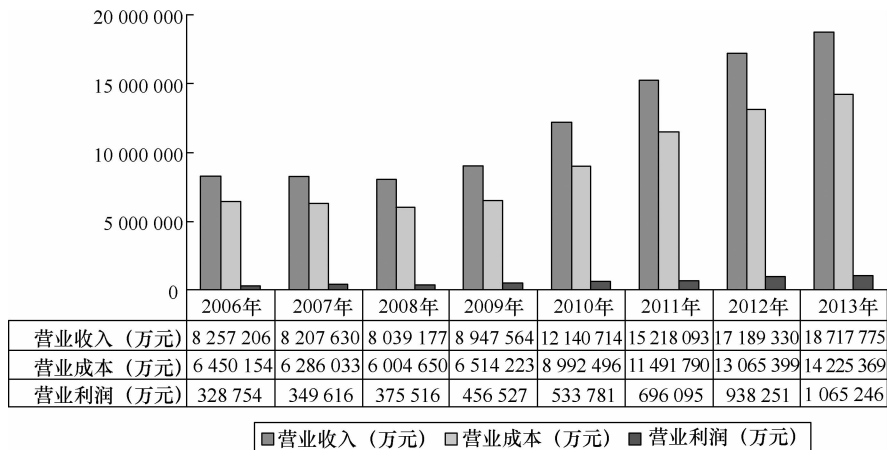


图1 海尔集团的营业收入与成本

从利润来看,海尔集团的利润空间也在不断扩大。2006年海尔集团的净利润为26.22亿元,而到了2013年海尔集团的净利润达到了94.53亿元,比2006年增加净利润68.31亿元,2013年获得净利润总额是2006年净利润总额的3.6倍。(见图2)

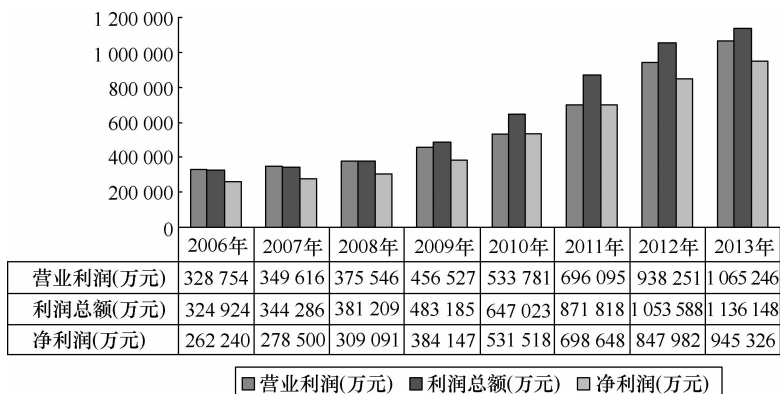


图2 海尔集团的利润额

2008年金融危机爆发,海尔集团的生产经营受到影响,导致2008年海尔集团的净利润增幅较小。危机爆发后,在经济发展的环境下,海尔集团公司管理层做出一些抉择,采取冷静应对方式,逐步摆脱金融危机的影响,海尔集团的营业收入和净利润增幅随后逐年增加。海尔集团连续两年成为全球首席家电生产商,不仅在白色家电领

域业绩持续走高,而且在小家电、黑色家电、米色家电等领域逐渐占据霸主地位。在2009年金融危机愈演愈烈的情况下,海尔集团不仅不收缩规模反而大幅扩张进入家电的各个行业并收到巨大利润的回报。2013年,海尔集团更是率先与天猫等网上商城合作,为企业带来丰厚的收益,使得海尔集团2013年净利润达到了94.53亿元。从季度来看,一般每年前两季度净利润额相对较小,第三和第四季度的利润增幅较大。(见图3)

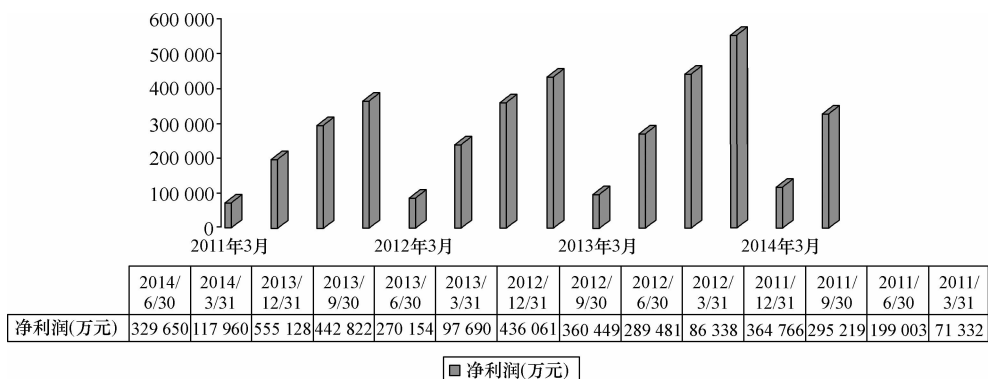


图3 海尔集团的净利润额

三、海尔集团的税收贡献额

随着营业收入的提高,海尔集团的营业利润逐年增加,其缴纳税收额也呈递增态势,其税收成本的规模也在不断增加。近年来,海尔集团税收规模不断扩大,为国家筹集税收收入做出了重要贡献。2006—2013年,海尔集团所缴纳税收逐年递增。2006年海尔集团缴纳各项税费共计15.5亿元,2009年缴纳各项税费达到48.8亿元,比2006年的各项税费增加了33.3亿元,是2006年的3.1倍。随着经济的复苏,海尔集团的生产经营规模不断壮大,营业收入也在不断增加,海尔集团不断提高技术水平,降低成本,营利空间逐渐增大,使得所缴纳的税收有了较大幅度的提高。2013年海尔集团共缴纳各项税费129.16亿元,是2006年的8.33倍。相对于2009年而言,海尔集团2013年为国家做出的税收收入贡献增加了80.28亿元,2013年的各项税费是2009年的2.64倍。(见图4)

从企业所得税的税收贡献来看,海尔集团每年缴纳企业所得税呈现递增趋势,这主要是由于海尔集团近年来利润规模不断扩大。2006年海尔集团缴纳所得税额为3.66亿元,2009年缴纳所得税额为9.28亿元,而2013年海尔集团缴纳所得税额达到了28.34亿元。2013年海尔集团缴纳的所得税额是2006年的7.75倍,是2009年的3.05倍。相对于2006年,2013年海尔集团缴纳的所得税额增加了24.68亿元。可

见,近年来,海尔集团所缴纳的企业所得税为国家税收收入做出了一定的贡献。(见图5)

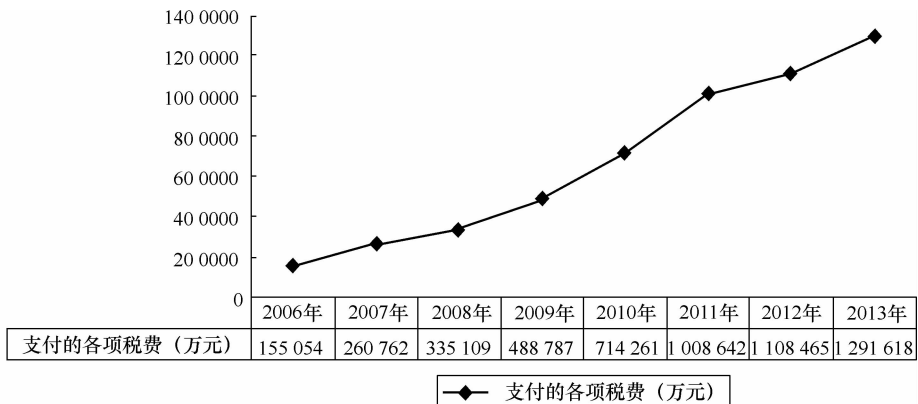


图4 海尔集团的税费总额

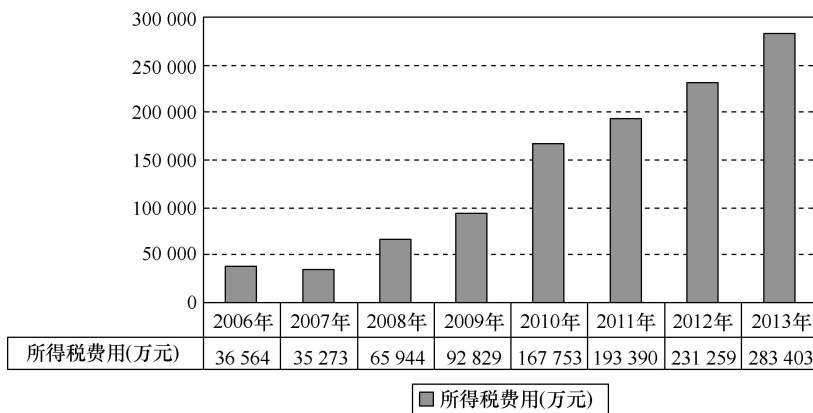


图5 海尔集团企业所得税税金

从企业缴纳的营业税来看,自2006年以来,海尔集团缴纳的营业税税金呈现递增态势,营业税税金总体规模相对较小,不如企业所得税税收规模。例如,2006年海尔集团共缴纳营业税税金1.16亿元,到2013年所缴纳的营业税税金达到了10.67亿元。2006年和2013年海尔集团缴纳的营业税税金比缴纳的企业所得税分别减少了2.49亿元和17.67亿元。海尔集团的营业税税金受金融危机的影响较大。2008年金融危机爆发,导致海尔集团涉及营业税的项目收入增幅较小,进而导致营业税税金增幅不大。例如,2010年营业税税金增长率仅为2.71%。这主要是由于海尔集团除了生产经营家电之外,还涉足房地产领域,而2008年金融危机爆发后,房地产行业一片

萧条,国家为了刺激房地产业发展,2009 年对房地产行业所涉及的营业税给予了一定税收优惠政策,因而出现了 2008 年金融危机爆发后,海尔集团的营业税税金增幅不大的现象。(见图 6)

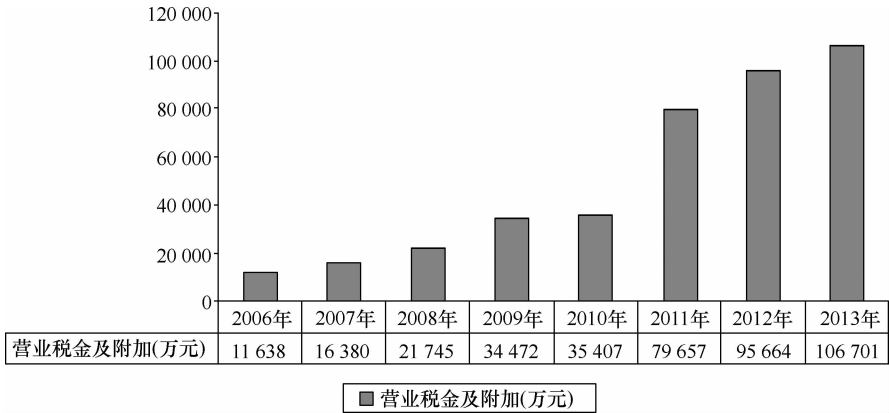


图 6 海尔集团的营业税税金

从企业缴纳增值税来看,海尔集团缴纳的增值税税金较高,占缴纳各项税金的比例较大。相对于其他税金而言,海尔集团缴纳的增值税税金对国家税收贡献额较大,增值税税额呈不断递增态势。2006 年海尔集团缴纳增值税税金为 10.69 亿元,2013 年增值税税金达到了 90.15 亿元,是 2006 年的 8.43 倍,增幅较大。海尔集团缴纳增值税税金占总缴纳税收额比例相对较大,也就是说,海尔集团对国家税收收入的贡献主要来自于增值税。(见图 7)

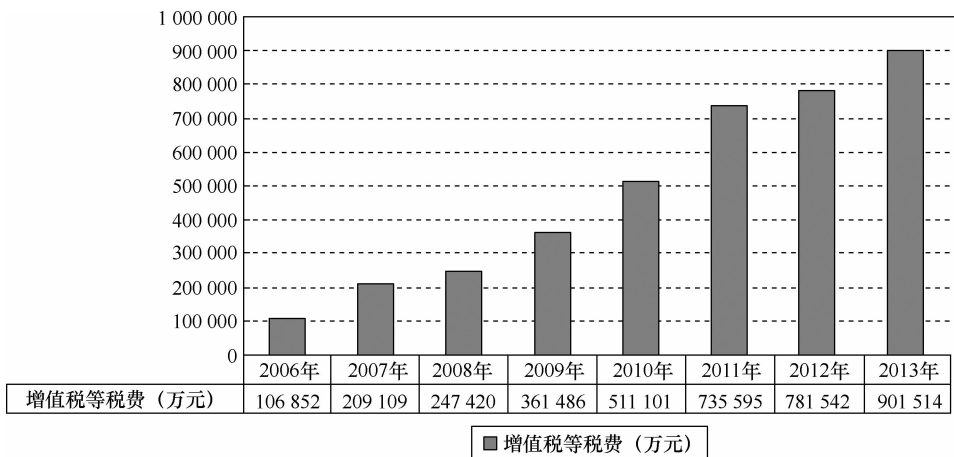


图 7 海尔集团的增值税税金

从企业缴纳税收的结构来看,海尔集团缴纳的增值税对国家税收的贡献度最大,其次为企业所得税,营业税贡献度最小。当然,这和我国税制结构有关,增值税属于普遍征收,而且多环节道道征收。尽管增值税税率为17%,低于企业所得税税率的25%,但征收的企业所得税规模明显低于增值税的规模。由于征收营业税存在项目扣除等因素,所以营业税税基相对于增值税税基而言较小。海尔集团营业税税金对国家税收贡献度最小的主要原因有两方面:一是营业税税率本身较低,二是海尔集团的营业收入主要来自原家电等产品的生产经营收入,涉及营业税项目的收入相对较少。2006年海尔集团缴纳营业税税额占总税收额的7.51%,2013年缴纳营业税税额占总税收额的8.26%;2006年海尔集团缴纳增值税税额占总税收额的68.91%,2013年缴纳增值税税额占总税收额的69.79%;2006年海尔集团缴纳所得税税额占总税收额的23.58%,2013年缴纳所得税税额占总税收额的21.94%。近年来,海尔集团缴纳的增值税税金占该企业总税金的比例呈现下降趋势。例如,2011年、2012年、2013年这三年海尔集团缴纳的增值税税金占总税金的比例分别为72.93%、70.51%、69.79%。(见图8)

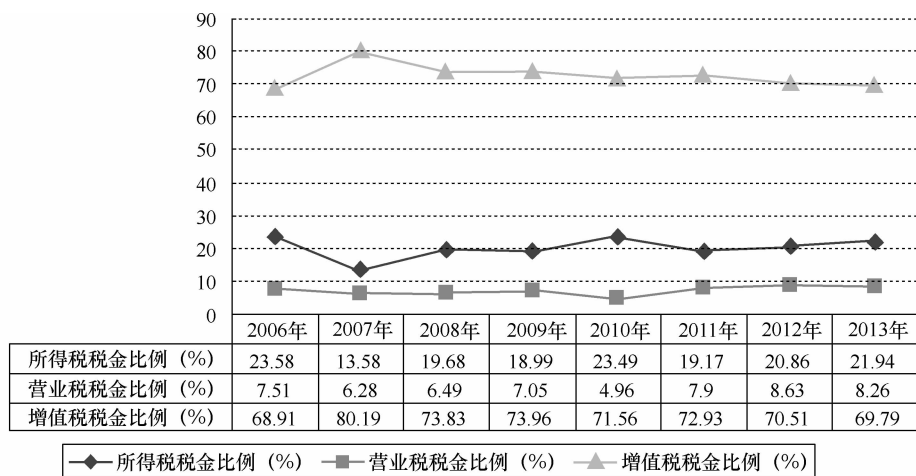


图8 海尔集团缴纳税收的结构

四、海尔集团的税负状况

企业的税负高低影响着企业的生产经营,决定着企业的税收成本,影响着企业的利润空间等等。海尔集团作为大型的家电企业,为国家税收收入做出了贡献,也说明海尔集团的营业收入具有一定的规模。

从总体税负来看,海尔集团近年来总体税负率在5%左右。自2006以来(除

2009 年外), 海尔集团的总体税负水平呈不断上升态势, 2006 年海尔集团的总体税负率为 2.66%, 2013 年海尔集团税负率为 5.96%。海尔集团总体税负率提高与海尔集团利润率提高以及我国税收征管制度不断健全、税收征管能力不断提高有关。(见图 9)

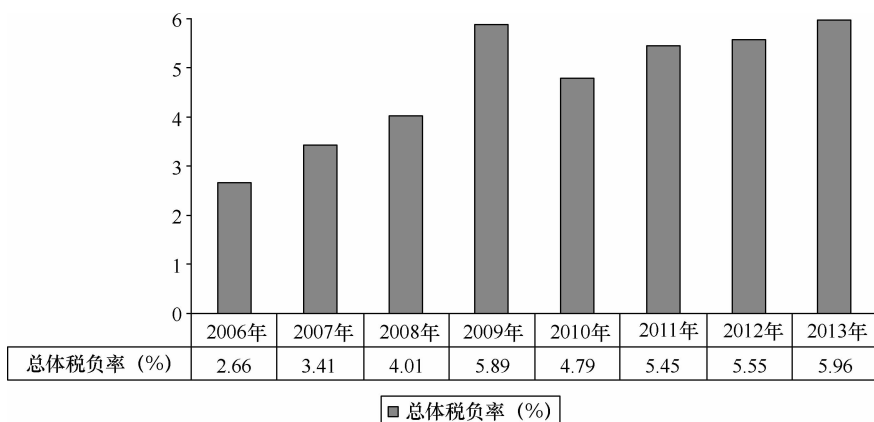


图9 海尔集团的总体税负

从所得税税负率来看, 海尔集团的所得税税负率均在 1.5% 以下, 所得税税负率呈现递增态势, 但还未达到行业所得税税负率的警戒点。2006—2008 年, 海尔集团的企业所得税税负相对较低, 税负率均在 1% 以下。2006 年海尔集团所得税税负率为 0.63%, 2008 年所得税税负率也仅仅是 0.79%。2009—2013 年, 海尔集团所得税税负率均在 1% 至 1.5% 之间。2009 年海尔集团的所得税税负率为 1.12%, 2013 年所得税税负率上升至 1.31%。近年来, 海尔集团的所得税税负率并未达到行业所得税税负率警戒点(1.5%), 这也说明海尔集团的所得税税负率在合理范围之内。(见图 10)

从增值税税负率来看, 海尔集团的增值税税负率呈现上升态势, 虽然各年度的增值税税负有差异, 但近几年增值税税负率均超出行业增值税税负率警戒点(3.7%)。2006 年海尔集团增值税税负率为 1.83%, 2013 年增值税税负率达到 4.16%, 但 2013 年并不是海尔集团增值税税负率最高的年份, 2009 年海尔集团的增值税税负率最高, 达到 4.36%。增值税税负率呈现上升态势, 说明海尔集团在生产经营中收入在不断增加, 边际成本在减小, 企业的增值额在逐渐增大。就行业增值税税负率警戒点而言, 海尔集团增值税税负率相对较高。(见图 11)

从营业税税负率来看, 相对于增值税税负率和所得税税负率而言, 海尔集团营业税税负率较低。2006 年海尔集团营业税税负率为 0.2%, 2013 年海尔集团营业税税

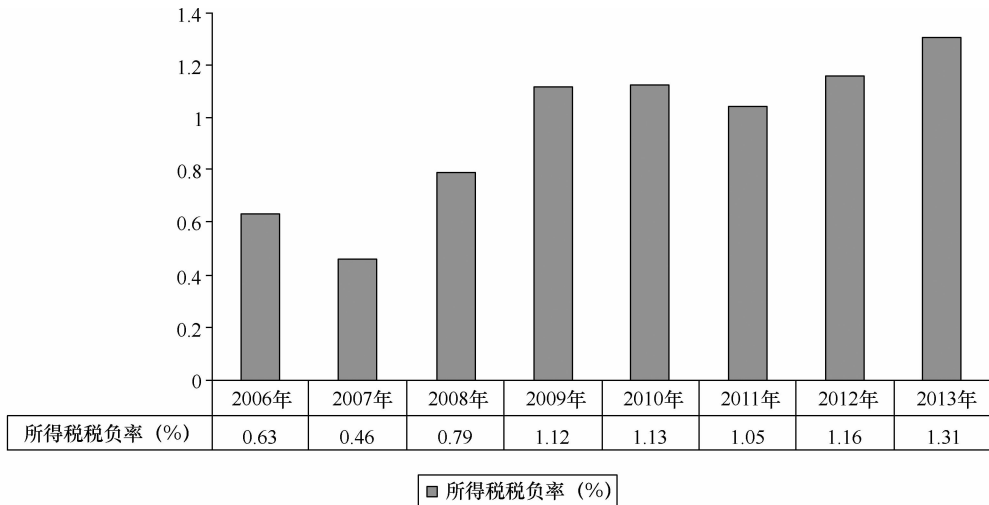


图 10 海尔集团的所得税税负率

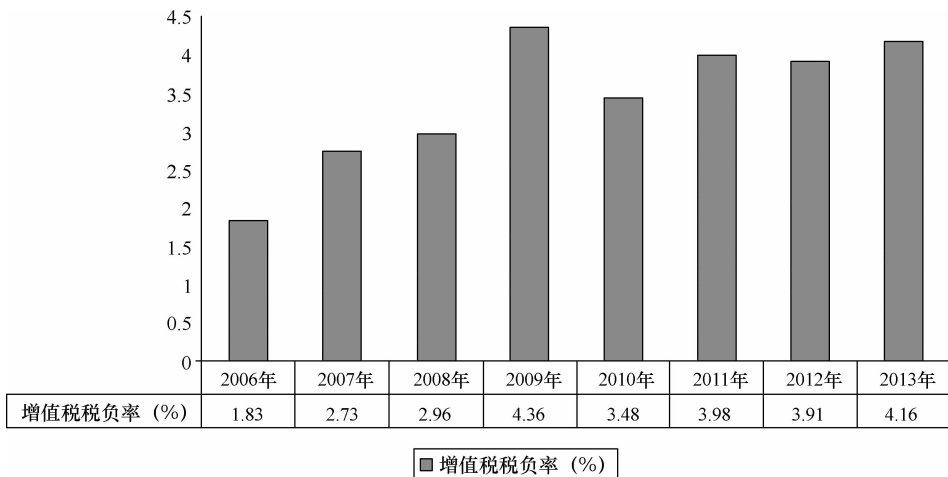


图 11 海尔集团的增值税税负率

负率达到了 0.49%，营业税税负率有所增加。近年来海尔集团开始涉足房地产等领域，而且在该领域的收入规模有所提升，导致营业税税金有较大的增幅，从而使营业税税负率有所增加。（见图 12）

五、海尔集团营销管理模式的发展

海尔集团从创建伊始到现在，经历了几次战略的调整，分别为名牌战略发展阶段、多

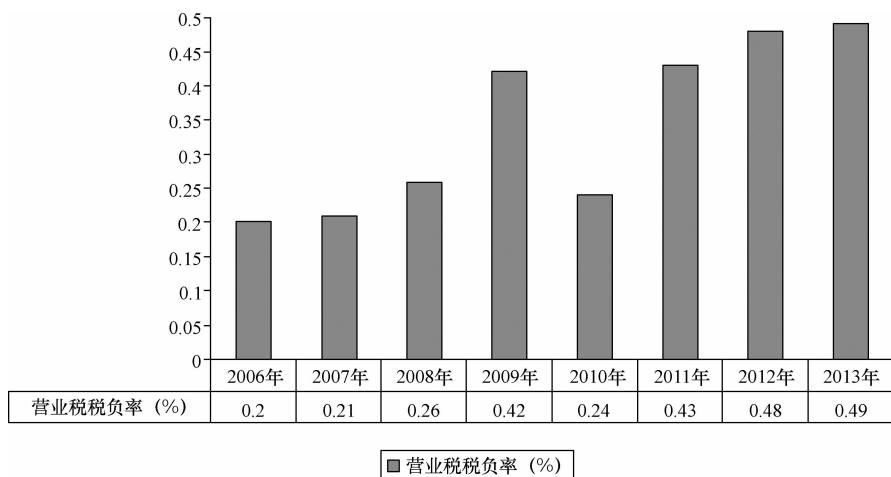


图 12 海尔集团的营业税率

元化战略发展阶段、国际化战略发展阶段、全球化品牌战略发展阶段和网络化战略阶段。

(一) 名牌战略发展阶段

1984—1991年,中国处于改革开放初期,许多企业竞相引进国外先进的技术和设备生产家电,家电市场供不应求。该阶段企业只注重产量不注重质量。此时,海尔没有盲目注重产量,而是实行全面质量管理,提出“要么不干,要干就干第一”的理念,专心做冰箱,在管理、技术、人才、资金、企业文化建设上形成了自己的模式。

(二) 多元化战略发展阶段

1991—1998年,家电市场竞争激烈,用户开始关心质量问题,海尔率先推出星级服务体系,在价格战的大环境下,海尔凭借差异化的服务赢得竞争优势。同时,海尔以“海尔文化激活休克鱼”的理念先后兼并国内18家企业,实现企业多元化经营与规模扩张,奠定了自身在白色家电领域的领导地位。海尔实行OEC(Overall Every Control and Clear)管理法,即每人每天对每件事进行全方位的控制和清理,其目的是“日事日毕,日清日高”。OEC管理法成为海尔创新的基石。

(三) 国际化战略发展阶段

1998—2005年,海尔提出“走出去、走进去、走上去”的三步走战略,以“先难后易”的思路,首先进入美国创名牌,再进入发展中国家,逐渐在海外建立起设计、制造、营销“三位一体”的本土化模式。海尔推行“市场链管理”,以计算机信息系统为基础,以订单信息流为中心,带动物流和资金流运行,实现业务流程再造。市场链管理创新加速了海尔企业内部的信息流通,激励员工使其价值取向与用户需求相一致。

（四）全球化品牌战略发展阶段

2005—2012年,互联网经济不断发展,传统企业的“生产—库存—销售”模式不能满足用户个性化的需求,企业生产和销售模式必须从“以企业为中心卖产品”转变为“以用户为中心卖服务”,即用户驱动的“即需即供”模式。海尔的全球化品牌战略是指将全球的资源为我所用,创造本土化主流品牌,为此,海尔创立了全新的人单合一、双赢模式。人单合一、双赢模式适应了互联网时代的发展要求。“人”是员工,“单”是用户需求。“人单合一”即让员工与用户融为一体,“双赢”则体现为员工在为用户创造价值的过程中实现自身价值。人单合一、双赢模式就是让员工成为自主创新的主体,企业与员工之间形成一个新的关系格局,即由原来员工听企业的,变成现在员工听用户的、企业听员工的为用户创新的方案。也就是说,员工有权根据市场的变化自主决策,有权依据为用户创造的价值自己决定收入。

（五）网络化战略

2012年以后,市场和企业更多地呈现出网络化特征。海尔认为,网络化企业发展战略的实施路径主要体现在三个方面:企业无边界,管理无领导,供应链无尺度。传统组织是一个正三角形的组织,最下面是员工,上面是领导。上级对下级下达命令,下级服从上级。海尔在推进人单合一、双赢模式过程中,把组织扁平化了,变成动态的网状组织,同时探索平台型组织生态圈。平台型组织的特点体现为资源的按单聚散,按单聚散以后,员工分为在册员工和在线员工。过去员工听上级领导的指令,是接受指令者,现在变成资源接口人。也就是说,在线整合员工,资源接口人创建小微公司,可以独立创业,这可以更好地满足用户需求,适应市场发展的要求。

海尔在不同的战略发展要求下,采取了不同的市场营销管理模式,特别是提出人单合一、双赢模式,这一创新模式奠定了海尔市场领导者的坚实地位。

六、启示

通过对海尔集团的实地调研,我们深入了解了海尔集团的税收状况。通过对海尔集团的税负状况分析,结合海尔集团近年来的营销管理模式,为降低企业的税负率,更好地促进企业的发展,我们提出如下建议:

首先,税收政策建议。随着营业税改增值税,在结构性减税的背景下,应降低增值税税负率,减少间接税的比重,降低增值税的税负累退性,提高直接税的税负,发挥直接税的收入再分配功能。从海尔集团的税负率来看,增值税税负率相对较高,而增值税属于流转税,可以通过商品价格最终转嫁给消费者。随着人们收入的提高,诸如电视机、冰箱等家电成为生活必需品,增值税税负易转嫁,最终会导致增值税具有累退性,扩大收入差距。海尔集团的所得税税负率相对较低,还有提升空间。因此,应降低增值税税负率,逐步减少间接税占税收收入的比重,发挥直接税

的收入分配功能。

其次,优化企业营销管理模式。近年来,海尔集团在营销管理模式上进行了改革,取得了很大的成效。但随着电子商务的发展以及企业多项目综合发展,企业采取了不同的生产经营模式,势必导致企业税负率不同。因而,应优化企业生产经营管理模式,合理进行税收筹划,使得企业的整体经济利益实现最大化。