

中国国际商会·德勤举办大讲堂释疑——

“后BEPS时代” 跨国企业何去何从？

■ 本报记者 陈 璐



资料图片

“随着经济全球化的不断深入，越来越多的中国企业加快“走出去”，开展国际化经营。”9月13日，中国国际商会会员部副部长杨虹在以“携手互信 共赢未来”为主题的中国国际商会与德勤大讲堂上表示，今年6月，国家税务总局发布了第42号公告（即《国家税务总局关于完善关联申报和同期资料管理有关事项的公告》），意味着中国在反

避税领域迈出关键一步。但对公告中的转让定价与合规的新要求，企业该如何应对呢？作为“会员之家”，中国国际商会针对会员企业的诉求，与德勤中国联合举办此次大讲堂，对政策进行深度解读，以提高企业的应对能力。

德勤中国转让定价税务主管合伙人贺连堂称，42号公告是BEPS第13项行动计划“国别报告”在中

国落地的体现。

BEPS行动计划是由二十国集团(G20)委托经济合作与发展组织(OECD)研究制定的，目的在于防止人为造成应税利润“消失”或将利润转移到没有或几乎没有实质经营活动的低税负国家(地区)，从而达到不交或少交企业所得税的目的，简而言之，就是反避税。OECD于2015年正式发布“税基侵蚀和利润转移”(BEPS)15项行动计划的研究成果，其中第13项是国别报告。

“虽然中国不是OECD成员国，但是42号公告的发布表明，中国的反避税规定逐渐向国际标准靠拢。”贺连堂表示，现在的国际税收体系建立在上世纪二三十年代，基于税收协定与OECD的转换定价指南，主要解决的是税收与企业双重征税的问题。然而，部分全球知名的大公司却出现了双重不征税的问题。因此，现在迫切需要建立新的国际税收秩序，即重新划分征税权以及解决双重不征税等问题。此次，OECD搭上G20的顺风车，G20首脑的背书与承诺将加速新的国际

税收秩序的到来。

“4年前，对于BEPS行动计划在中国的落实，当时的感觉像‘天方夜谭’，现在，第13项行动计划已经在中国落地实施了。”贺连堂表示，该42号公告也即国别申报，由中国跨国企业集团的最终控股企业或其指定成员向中国的税务机关申报，再由中国的税务机关将信息自动交换至该跨国公司子公司所在地的国家税务机关，这样的做法提高了企业关联交易的透明度。但是，这对跨国企业提出了更高要求，即更多的信息披露、更复杂的内部信息整合流程、更严格的法律责任，更广阔的税务机关，这将使企业集团与海外的交易安排更加谨慎。同时，适用于2016年及以后会计年度更增加其申报的紧迫性。

针对上述要求，企业应如何应对？贺连堂建议，企业应根据自身情况进行申报义务的判断；完成国别报告的模拟填写；根据模拟填写的结果，识别风险，制定调整对策；完成集团劳务、无形资产等商业模式优化调整；在2016年度关账前，

对不合理交易及时进行调整。

贺连堂认为，到2016年年底，国家税务总局将连续出台若干公告，更多的行动计划也会陆续在中国落地。

对于BEPS其他各项计划的实施，贺连堂表示，中国的企业很少有整个集团的税收战略与税收内控体系，而美国、日本等国家却有着完整应对的体系、充足的人才储备与完善的税收风险控制制度，这是很值得我国企业借鉴的。

“由于42号公告出台的时间不长，我们对于具体细节以及各国税务总局信息不甚了解。这次讲解使我们对42号公告有了更进一步的认识，也有充足的时间去做应对的准备。”一名国企的财务部人士表示。

据悉，中国国际商会与德勤中国将陆续推出系列讲座，结合商会的渠道资源和德勤的专业优势，聚焦“一带一路”倡议下的项目开发、国企改革、企业税务与财务管理、企业融资与风险管理等企业感兴趣的话题，为商会会员提供高质量、高水准的专业服务。

◆ 会员动态

伊利：以“钉钉子”精神打造“品质企业”

目前，世界正在发生深刻而复杂的变化，全球经济下行压力较大，中国乳制品企业时刻面临挑战和机遇。伊利集团执行总裁张剑秋认为，应对这些变化，中国企业要以品质为信条、打造“品质企业”，持续推进创新和国际化战略，积极应对挑战。全球企业也应该以品质为出发点，这样才能推动经济可持续、平衡的增长。

“全球也好，国内也好，核心问题都是消费信心。提升品质才能提振信心，因此打造‘品质企业’是全球经济发展的必然需求。

对国内来说，打造‘品质企业’是供给侧改革和‘中国制造’转型升级的需求。我们将以‘钉钉子’的精神，打造品质企业、品质产品。”他说。

伊利近年来进行国际化发展，张剑秋表示，经验是共赢。“伊利集团先后与新西兰、意大利、荷兰、英国、瑞士等国家的企业、高校及科研机构展开了多领域、多维度合作。以‘共赢’的精神，带动当地经济发展，推动了经贸和文化交流交融获得了当地政府、人民和合作伙伴的欢迎。”

联想：做未来科技的“弄潮儿”

日前，联想控股集团公布的数据显示，今年上半年营收同比减少5%，净利润减少36%。为了适应市场变化，联想一直在智能手机、平板电脑上下功夫。创新，是联想集团董事长兼首席执行官杨元庆给联想未来出路的总方向。

在杨元庆眼中，科技创新是驱动未来全球经济增长最有力的催化剂。目前，科技发展正进入物联网时代，智能终端将从个人电脑、手机等有限种类扩展到无处不在。智能家居、智能办公室、智能城市等科技创新将改变人们的生活和工作方式，催生新的巨大需求。这种需求不止限于智能设备，更重要的是相应服务。

杨元庆认为，未来业务模式很有可能从B2C、B2B发展为用

户直接对生产商的C2M模式，即用户定制产品、上网下单，工厂直接进行生产并发货。这需要制造业用更好的信息系统、自动化和智能化以及更多的数字化和机器人来适应这种新的业务模式。

科技创新不仅会优化业务模式，还会创造新的业务模式。以共享经济为例，随着信息更加透明，交易方式和步骤的简化，闲置的汽车、房屋、机器设备等资产都能更加快速和准确地对接需求，这无疑将提高生产力和生产效率，从而释放活力，促进经济增长。

杨元庆坚信，创新不仅是联想的出路，也是中国经济增长的主要驱动之一。他期待，未来联想能成为科技的弄潮儿。

国投：全面重塑优化总部职能

日前，国家开发投资公司召开总部职能重塑优化改革动员部署会。公司董事长、党组书记王会生在讲话中指出，国投从打造具有创新能力和国际竞争力的一流投资公司的大局出发，从改革试点的使命出发，将实施总部职能重塑优化改革。

王会生强调，本次改革的重大意义：一是重塑总部职能是国有资本投资公司改革试点的使命和责任。这次改革的目标是市场和活力。国投试方向、试机制、试管理、试党建，这四项改革的重要任务是相辅相成的，核心是试机制、重点是总部改革。二是重塑总部职能是顺应授权经营改革的需要。总部职能和机构要和授权经营相配套，该管的要科学管理，决不缺位；不该管的，要坚决放权，决不越位。这是中央的改革要求，是市场化的要求，也是授权经营配套改革的要求。三是重塑总部职能体现了国投的担当。从公司长治久安，打造百年品牌的大局出发，必须调整原有的管理关系、管理架构，改变已经习惯了的工作模式、管理方式，重塑总部职能，打造“职能精、机构简”的小总部。

此次总部职能重塑优化改革，坚持问题导向、权责明晰，坚持依

法依规、大胆创新，坚持市场导向、放管结合，坚持动态调整、不断完善，按照“重心下沉、激发活力、重组整合、重塑职能”的要求，将构建与国有资本投资公司定位相适应、相匹配的职能与机构。简化审批，建立总部权利清单，明晰总部与子公司的权责边界；决策与监督分离，权利有边界，监督全覆盖；管理与服务分离，管理有效率，服务高质量。国投总部将下放部分职权，整合部分职责，推动服务共享，加强战略决策、资源配置、资本运作、监督评价、党的建设五大核心职能，初步搭建了“小总部、大产业”的管理架构。改革后，国投总部职能部门由14个减少为9个；处室由56个减少到32个；总部职能管理部门人员编制控制在230人以内。此外，新设国投培训与服务保障中心(国投研修院)，在党群工作部门内设国投文化宣传中心，在审计部门内设审计中心，不在总部职能部门管理范畴，具备条件后将扩大服务范围，探索对集团成员企业提供共享服务。

此次改革既满足了国有资本投资公司的发展要求，又符合国投自身实际，是国投建立战略管控与财务管控相结合的管理体制。(本报综合报道)

传统企业转型切入点在哪里？

■ 本报记者 陶海青



资料图片

在全球经济依然低迷的大环境下，中国传统企业积极转型，但切入点在哪里？《中国贸易报》记者在2016中国国际投资贸易洽谈会上寻找答案。

京东云IaaS总经理王直告诉记者：“‘互联网+’对中国传统企业来说是一个机遇。在大数据时代，传统企业借助互联网转型升级有不同的切入点，比如用数据驱动企业发展、销售渠道电商化、产品功能智能化等。”

王直曾就职于戴尔、惠普等公司，目前主管京东云IaaS(Infrastructure as a Service的简称；即基础设施服务)部门，IaaS是云计算三大服务模式之一。

通常来说，传统企业转型意味着其业务要借助云计算和大数据提升工作效率。目前，成功案例有许多，京东就是一个样板，值得借鉴。

京东有一个客户，是非常传统的制造型企业，生产的重型设备畅销全球。正因为如此，该公司每年都需要派员工到全球巡检。一旦查出问题，公司还要派遣二级工程师前去解决；或者发现损坏的部件需要更换时，先把部件邮寄到海外，再派工程师上门去更换。这家公司与京东合作后，在所有设备上安装了传感器。通过传感器，可以查到易损件，车床运行多少次？如果1000次是界限，那么传感器会在车床运行900次时给出提示，员工就会去做数据模型分析，知道现在哪个地区有多少设备需要更换，工程师也将以最优的效率去做巡检。目前，这家公司不仅能够解决客户的问题，提升了客户满意度，也提高了上门的维修成功率，明显减少了运营成本。

至于互联网在其中起到什么样

的作用，王直说：“互联网消灭了两个差异化，一是地点的差异化将不再存在。简单地说，厂家和消费者不必跑很远去买东西。无论是在厦门市中心开电商，还是在海沧开电商，中间是不会有距离的，可以自由选择。二是品类上的差异化也将逐渐消失，单个零售商因为自己供应链管理能力和商品经营能力的局限，会导致商品有差异。当传统企业将大数据、云计算、物联网、人工智能、传感器等先进技术同步融入其中时，不仅实现了产品的升级，也将实现从生产到管理再到思维等多方面的升级。我们没有地点上的差异化，没有品类上的差异化，是一个公平的竞争，而且是综合管理能力的竞争。在这个过程中，云计算和大数据是传统企业通过互联网竞争致胜的重要手段。”

勿让“反垄断”成互联网创新绊脚石

■ 杨国英

滴滴出行与优步中国正式联姻已经满月，围绕“两强合一”是否涉嫌垄断的争议，社会舆论时有发声，商务部也表示会对滴滴出行与优步中国的合并案进行调查。

尽管国内互联网业早已发生多起所谓构成形式垄断的合并案，比如58同城和赶集网、美团和大众点评、携程和去哪儿，但是，迄今为止，上述合并案所引发的社会争议和舆论反弹，均比不上滴滴出行和优步中国的合并案。究其原因，移动出行市场所涉及的社会群体更广，对消费者所产生的利益反弹也更为直接。

滴滴优步“两强合一”是否涉嫌垄断？移动互联式的合并案是否应沿用传统的垄断标准？在滴滴优步“两强合一”已经进入舆论争议高潮之际，有必要尽快定性，并重新构建新经济时代的垄断标准，否则，不仅舆论纷扰之声无法停息，而且初衷本为确保市场公平

竞争的“反垄断”，在现实层面的演化上，更有可能成为互联网创新的绊脚石。

事实上，即便以现行《反垄断法》进行评判，滴滴出行和优步中国的“两强合一”亦没有达到《反垄断法》所适用的申报标准。

至于近期网约车价格逐渐上调引发消费者利益受损的观感，更不应该成为滴滴优步“两强合一”涉嫌垄断的判断依据。网约车市场持续过度的补贴，不仅不应该成为，也绝不可能成为市场竞争的常态。事实上，假如网约车市场一味高补贴式地恶性竞争，不仅会明显扰乱市场良性竞争的秩序，滋生诸多不确定的安全隐患，也不利于倡导绿色出行和发展公共交通。

更何况，网约车并非公众出行的必选项，基于其更为便捷、更为贴心的用户体验，网约车价格最终回归商业本质，才是市场良性竞争的正常反应，也是符合供给侧改革

差别化供给的常态表现。

网约车模式是共享经济的最佳样板，共享经济是新经济时代的典型特征。在全球已正式迈入新经济时代的背景之下，传统意义上的三百六十行，已在“不跨界，无生态”之中悄然演化成三万六千行，以传统的目光看，显然无法将其归于任何一个传统的类别。

传统行业在跨界之风下加速裂变，技术创新和模式创新在移动互联网时代加速迭代。与此相呼应，《反垄断法》也应该与时俱进，不宜因循守旧。

传统意义上的垄断有两种，一是资源垄断型，比如石油业、铁矿业等，只要掌握了绝对数量的资源供给，也就可以掌握难以撼动的

北京工商局朝阳分局 对辖区经营主体进行检查



工商之窗

中秋佳节前夕，为维护辖区中秋市场经营秩序，北京工商局朝阳分局以超市、农副产品市场和部分餐饮企业为重点，对经营者是否存在违法违规行为进行检查。经检查，朝阳区大型商超、餐饮企业经营秩序良好，未发现违法违规行为。

在位于大屯地区的京客隆慧忠里店，工商执法人员依法查验核对了在售月饼的证照和月饼质量检测的批次报告或证明文件，检查月饼包装、标志、生产日期、保质期等，并对大闸蟹等常见商品的产地、进货票据进行了检查，检查中未发现商标侵权、违规销售的情况。

“我们在检查过程中特别留意商品的生产与保质时间，防止消费者买到过期或即期商品。并对大闸蟹等商品产地进行了核实，未发现虚假宣传问题。”北京工商局朝阳分局相关负责人表示，目前，网上购买月饼的消费者也比较多，由于月饼属于食品，保质期相对较短，因此，部分产品属于《消费者权益保护法》第二十五条“不宜退货”的范畴，无法适应7日无理由退货的规定，消费者如有退货需求，最好在购买前与商家进一步确认。

目前，北京工商局朝阳分局15个工商所执法人员在各自辖区大型商超均进行了抽查，抽查次数超过60次，均未发现问题。随后，工商部门还将对“前店后坊”自主加工生产月饼的经营场所进行严格检查，要求经营者对进购的面粉、馅料、包装袋等生产材料和外销的成品月饼均需出具合法检验报告。

工商朝阳分局特别提醒：**商场购物：谨防促销陷阱**
中秋恰逢夏秋交替时节，商家各种促销手段让人眼花缭乱。为此，市民应货比三家，记住商品日常销售价格，谨防虚假打折。面对高额返利券等促销诱惑，首先要弄清促销原因、促销方式、促销规则、促销期限、促销商品的范围以及相关限制性条件等。购买换季库存商品时，要留心商品质量并索要“三包”凭据和其他票据。需要注意的是，夏装、凉鞋、风扇等夏用品买回家后明年夏季才能使用，届时可能超出“三包”期限，一旦出现质量问题，消费者难以维权。

在外就餐：核对标价账单
节日期间，在外就餐的市民在接受服务前，要注意查验菜单价格，留意是否明码标价，弄清收费标准。付款前先查看结算单据，注意核对收款项目是否准确，结算价格是否与点菜价格相一致。发现食品安全问题的，保护好是否存在食品安全问题的饭菜原状，并与饭店、餐馆负责人交涉。发生食物中毒时，及时到医院就诊，并及时向食品安全监督管理部门投诉，同时保存好消费发票、病历卡、化验报告等证据，以便及时得到调查处理。