

察者看台

共治共建
给直播带货纳税“上发条”

■蔡 斐

近期,税务部门在“双随机、一公开”抽查中发现,有两名主要从事电商和直播带货的网络主播涉嫌通过隐匿个人收入、改变收入性质等方式偷逃税款,涉税金额较大。目前,案件正在检查之中,对于查实的偷逃税行为,税务部门将依法严肃处理并予以曝光。

如果不是这两起案件曝光,似乎很难有人会把直播带货和偷税漏税结合起来。事实上,截至 2020 年 12 月,电商直播用户规模已经高达 3.88 亿,在电商直播中购买过商品的用户已经占到整体电商直播用户的 66.2%。庞大的电商直播用户背后是令人咋舌的网站成交金额,即行内通称的 GMV。有数据显示,2020 年淘宝直播、抖音、快手等三大网络平台 top30 主播总 GMV 为 1175.3 亿元。

依法纳税,是每个企业和公民应尽的义务。电子商务经营者,也应当履行纳税义务。这一点,早在 2019 年 1 月 1 日起实施的《中华人民共和国电子商务法》就已明确。这里的电子商务经营者,不仅包括网络平台的经营者,入住平台的实

体店卖家,专门从事微商、代购,甚至通过小视频等社交媒体销售商品的网络主播也包括在内。2021 年 3 月 15 日公布的《网络交易监督管理办法》则进一步明确,个人从事网络交易活动年交易额累计超过 10 万元的,应当依法登记并申报纳税。由此可见,从平台到商家,再到特定的主播都有明确的纳税义务。

不过,作为一种新的销售模式,直播带货产业链条复杂,涉及多方利益,传统的税收监管手段很难有效介入。常规的直播带货模式是品牌方与主播合作,选定一家或多家直播平台宣传售卖,直播平台提供购物链接,买家可以通过直播平台的购物车或者由直播平台跳转至第三方平台进行购买,直播平台统计销售数量和金额,按照约定的比例与主播、品牌方进行分成。不同于传统网络购物,直播带货过程中的主播身份灵活,收入多元,代言费、打赏和产品提成等都可以算作收入。其中,主播的销售业绩由平台方和品牌方实际掌握,其中一部分业务还会跳转到其他销售平台进行计算,这些数据灵活多变、易修改、难

查实。

另外,如果平台方和主播是按协议约定固定分成比例,平台方往往不会关注销售的具体数额,这部分数据就更难以查实。对于个人主播来说,除非有凭发票领取报酬的实际需要,一般不会主动去代开发票缴纳税款。而且业内基本没有让主播凭票领收的惯例,税务机关想介入到征税过程中,往往是无从下手。如此一来,出现两名主播偷逃税款的风波,就不难理解了。

税收,对于财政收入的重要性不言而喻。将直播带货纳入税收征管体系,也是国家法律政策调整的明确要求。对税务部门来说,要实现对数额庞大的个人主播进行监管,无疑是一项浩大且繁琐的工程,最直接有效的办法还是明确直播平台、第三方支付平台的主体责任,比如赋予它们扣缴义务人的身份,明确它们税收协助的法律义务,健全它们的涉税信息管理系统,这样,就抓住了直播带货的最“内核”,用大数据对涉税信息的覆盖来减少税收监管执法的中间环节,压实主播管理方的法律责任,进而实现税收的共治共建。

新闻漫话

酒店“坐地起价”,实在不可

■李英锋

10 月 3 日,网友宋先生在短视频平台发布视频称,他在内蒙古阿拉善旅游时入住一家酒店,退房时遭遇店家“坐地起价”,每晚 300 元的房费上涨到 400 元。该网友称,涉事酒店打扫房间还需要收取服务费用,他拍摄视频留作证据时,被酒店方面要求删除视频,否则酒店将不退还 100 元住店押金。

消费者指责酒店“坐地起价”,酒店则将之解释为正常的“市场溢价”。尽管目前双方各执一词,当地市场监管部门对此事也在调查之中。但从双方提供的信息中,已经可以梳理出涉事酒店的多个侵权嫌疑点。

《民法典》第四百九十八条规定:对格式条款的理解发生争议的,应当按照通常理解予以解释。对格

式条款有两种以上解释的,应当作出有利于提供格式条款一方的解释。在双方交易中,酒店具有先导权,居于强势地位,酒店的通知、声明、店堂告示等都具有单方制定的格式合同的属性,客房价格属于这种格式合同的一部分。对于双方约定不明的客房价格,消费者和酒店产生了两种理解,依法应当执行对提供格式合同的酒店不利的解释——“老房费”300 元。实际上,根据《消费者权益保护法》第二十六条,经营者以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式,作出减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理规定的,其内容也无效。也就是说,酒店在预订环节未尽到“新房费”的明示、告知、提示义务的前提下,通过单方声明



的方式突然推出更高的“新房费”,加重了消费者的负担,对消费者不公平、不合理,可按无效内容定性。

事实上,近年来发生的很多消费侵权案件中,消费者都是无奈地先结账,在事后启动维权,而监管部门的位置往往支持了消费者的投诉举报。

有话就说

“网红儿童”不是吸金吸睛工具

■毕明娜



近年来,各大社交平台开始陆续涌现儿童的身影,“全网最小的美妆博主”“六岁儿童帮妈妈带货”。博主、化妆、带货,这些本是贴在成年人身上的标签,却呈现低龄化的走

势,悄然与儿童搭上了关系。他们不顾明令禁止,依旧是我行我素、“打马虎眼”,搞营销、赚流量,摇身一变,“网红儿童”成了吸金吸睛的工具人。

儿童,小小年纪,难以独立完成策划、制作、包装这一流程,主要是幕后黑手在后操控发力。父母作为监护人,对孩子有直接的决定权。起初,可能单纯是记录生活,锻炼表达能力。可一旦红了,掺杂利益之时,就变了味道。

稚嫩的脸庞,本是怀里抱着白雪公主沉浸在童话世界里的娃娃,却成了身穿露肩装的“带货网红”。本是学唱古诗词小兔子乖乖的宝宝,硬是成了用清脆娃娃音介绍腮

红、粉底的“美妆博主”,可谓是与现实格格不入。但也就是这份格格不入,使得“网红儿童”成了吸金吸睛的工具人。

很明显,平台是最大受益者。家长可能暂时获得了可观的收入,可以后呢?在流量、资本的包装下“众星捧月”,可过气之后,回归现实将面临巨大的落差,对儿童的心理是个不小的挑战。另外,孩子过早的进入了名利场,容易产生虚荣、攀比心理,影响三观塑造。

家人们,收手吧,承担起该承担的义务,尊重成长规律,对孩子的健康成长负责。平台们,收手吧,不要再消费未成年人了,落实相关社会责任,共同携手还儿童一个健康成长的空间。

世相浅见

1.不久前,中办、国办印发的《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》明确提出:“学生过重作业负担和校外培训负担、家庭教育支出和家长相应精力负担 1 年内有效减轻、3 年内成效显著,人民群众教育满意度明显提升。”最近一段时间,随着“双减”政策的实施,各地大力推进校外培训治理,取得了初步成效。同时也要看到,一些培训机构打着“家政服务”“住家教师”“众筹私教”等旗号逃避监管,违规开展业务。这类现象,值得关注警惕。

点评:“双减”工作是一项系统工程。推动“双减”政策落地见效,深化校外培训机构治理是其中一环,还应从整体上加强统筹、久久为功。从根本上落实“双减”,必须在减轻考试压力、完善质量评价、营造良好生态等方面同样发力,进一步均衡教育资源配置、优化教育评价方式、深化中考改革、畅通职业教育。让不同类型学生都能有出彩未来,更好构建起健康、理性、和谐的教育生态,办好人民满意的教育。

2.农村消费是我国消费市场中的亮点。国家统计局最新统计数据显示,今年 1 至 8 月,乡村消费品零售额 36798 亿元,增长 17.2%。2020 年,全国乡村消费品零售额从 2015 年的 41932 亿元增长到 5.3 万亿元,增长速度连续 8 年快于城镇。与此同时,农村消费升级趋势明显,2020 年,农村居民人均教育文化娱乐、交通通信、医疗保障消费支出分别比 2015 年增长了 35.1%、58.3%和 67.6%。

点评:市场各方要顺应农村消费市场变化趋势,助力农村消费提质升级。现在,一些生产企业、电商平台更多的是关注城市消费者的消费需求,进行商品数字化、智能化改造。但未来也应更多关注农村市场,根据农村生活特征开发更多产品和服务。监管部门要结合农村市场线上消费快速增长的新趋势,运用更多数字化监管手段,规范市场秩序,畅通维权渠道,切实维护农村消费者合法权益。

3.“不知不觉已经让他陪了我一周了,打算再给他下个‘包月’”,据报道,如今青年群体中悄然流行一种“一日男友/女友”的情感体验类服务,在某平台,有店铺甚至介绍“一日男友”服务是给闺蜜生日送礼的“佳品”。

点评:“该类行为游走违法的边缘,存在极高的自身权益遭受受害的风险。建议年轻人正视、珍重感情,避免自身遭受受害。”专业人士的提醒并不多余,更不是杞人之忧。虽说“一日男友”服务内容没有违反法律,但是否有碍公序良俗却值得讨论。基于无数惨痛教训,像这种“一日男友”的商业模式确实不应大行其道。事前防范,胜过事后救济。面对抛着媚眼的“一日男友”,善良的姑娘们还要擦亮眼睛。莫入坑,莫沉迷!

综合新华网、人民网

今日论坛

推陈出新
彰显传统文化魅力

■潘鲁生

近年来,中华优秀传统文化类节目爆款频现,越来越多的文化类节目深挖中华文明,传承中国精神,展现中华文化的永久魅力和时代风采,成为中华优秀传统文化创造性转化与创新性发展的有益探索与实践。

文化类节目应担起承载文化、引领价值、成风化人的使命,潜心创作,推陈出新,实现观赏性与价值性的统一,彰显文艺魅力,讲好中国故事,体现时代精神。2021 年是中国共产党成立 100 周年,讲好百年大党的奋斗故事,要挖掘经典、活化经典,起到打动人心、润物无声的作用。在新一季文化音乐节目《经典咏流传》中,李大钊的《青春》、方志敏的《可爱的中国》等作品,通过“和诗以歌”的全新演绎,绘就了一幅百年党史中的闪耀群像。

文化类节目还需坚持守正创新,运用大众化、年轻化、时尚化的表达和传播方式,将中华优秀传统文化更好融入当代生活。例如《国家宝藏》通过讲述国宝的故事,让观众更好地认识源远流长的中华文明。《经典咏流传》以经典文本、经典旋律为抓手,通过创新改编和原创新编的方式,使流传千百年的诗词歌赋在音乐中焕发新的生命力,使诗词中的美好情感和文化价值与当代人产生共鸣。

在 5000 多年文明发展中孕育的中华优秀传统文化,在党和人民伟大斗争中孕育的革命文化和社会主义先进文化,积淀着中华民族最深沉的精神追求,代表着中华民族独特的精神标识。坚定文化自信,需要薪火相传、代代守护,需要与时俱进、推陈出新。