



购物卡要“实名”

编者按

购物卡灰色地带照进一缕阳光。随着央行、监察部、财政部、商务部等七部门联合制定的《关于规范商业预付卡管理的意见》出台,购物卡一步迈入严管时代。

导报记者亲眼所见的是,一纸公文,拨动了发卡、购卡、用卡等诸方神经;我们期待,一张卡片串起的灰色利益链能就此改变,与之伴生的逃税漏税、行贿受贿、扰乱金融秩序等现象能就此止步。

刷卡脸谱

“几千元的東西,掏卡就买”

◆导报记者 刘勇 济南报道

一件价值1500多元的女裙装、一双价值1200多元的凉鞋、一套价值近2000元的名牌化妆品,总价值4700余元——购买这些产品的是一位打扮时尚的中年女士,在付款时显得非常潇洒,连眼都没眨一下,就从随身携带的小包里掏出几张购物卡甩到了收银台。这是经济导报记者25日晚,在位于济南市北园大街的某大型商场收银台前看到的一幕。

导报记者在采访中发現,对于即将实行的购物卡实名制,一些品牌的管理人員表示,其经营或将受到一些影响。

消费者:治标未治本

25日晚上7点半,当导报记者走到该商场的收银窗口时,上述女士略有戒备地上下打量着导报记者。导

记者表明身份后,该女士白了一眼说:“实名制关我什么事。”说完就拿着小票转身而去。

“现在刷卡买东西的人特别多,很多人买一些比较贵的衣服、化妆品时根本不眨眼,看好就买。一出手都是一两千甚至5000元的购物卡。”该商场收银员小戴说着给导报记者拿出十几张购物卡。“这是收回的,还有一些大面额的购物卡里面还有钱都还给了顾客。”小戴边说边拿给导报记者看。导报记者注意到,这些卡中最大面值是5000元,其次就是4张面值1000元的,十几张面值500元的。“今天还是收得少的呢,平常面额在1000元以上的卡,最少收十几张,我见过的最大面额的卡是两万元一张的。我一位同事见的最大面额的卡是5万元的。”

谈起这些刷卡的顾客,小戴有点羡慕。“看人家刷卡真的很潇洒,几千元的衣服、化妆品想都不想,掏卡

就买。”

最让小戴津津乐道的是在她们的收银员中流传的故事。据她介绍,几年前,曾经有个老太太在该集团旗下的家居店,用购物卡购买了一张价值5万余元的床;而一位女士也曾经提了一袋子的购物卡在该集团旗下的汽车4S店买了一辆价值十几万元的轿车。“想想看,那个场景肯定很壮观,打开袋子,里面全是购物卡。”

在近两个小时中,小戴的收银台接待了33位前来交款的顾客,其中有27位使用的是该店的购物卡。导报记者随机采访了其中10位持面额在1000元以上的顾客,不过大多数人都采取了回避态度,只有一位持面额为5000元的年轻顾客接受了采访。这位张先生很明确地告诉导报记者,卡是别人送的。“实名制对我们消费者来说,无所谓。”他进一步解释说,“作为商家来说,无权干涉消费者购物卡是怎么来的,只要是真卡,里面有錢,我

来消费,商家就该允许。”按照他的说法,只是在购买购物卡时要求实名购买,但消费时并没有实名消费,那么最后也不知道到底是谁购买卡送给了谁。“不管用,只是治标不治本。”

厂家代表:影响不会很大

贺柠是某国际品牌山东地区的业务经理,负责银座、贵和、万达等4个店的销售管理。

贺柠告诉导报记者,她们公司所经营的产品在以上几个地方的销售情况都不错。“价值3000多元的钱包、腰带等,一天能卖出一两个,价值1万多元的休闲西服一个月也能卖出几套。”

在她看来,购物卡实名制只是在购买时才实名,使用时并没有实名使用,因此其销售应该不会受到很大影响。“没有了购物卡,或许会采用其他方式购买,如银行卡,或者拿提货单直接来提货。”

理性前瞻

身份难识别 监管未落实

实名制操作或遇阻

◆导报记者 赵婷 济南报道

购物卡要实名了。“这将精准打击购物卡腐败问题。”国家预防腐败局负责人曾对此表示。实名制是否真的能打到购物卡腐败的“七寸”上?

“实名制下持卡人身份如何识别是关键问题。”25日,中央财经大学法学院教授曾筱清在接受经济导报记者采访时表示。同日,中央财经大学金融法律研究所所长黄震向导报记者表示,要在源头上打击购物卡灰色利益链,就应当厘清发卡机构应当纳入何种机构的监管范围。

如何身份识别?

由国务院办公厅转发的《关于规

范商业预付卡管理的意见》(以下简称《意见》)中指出,要建立商业预付卡实名登记制度,对于购买记名商业预付卡和一次性购买1万元(含)以上不记名商业预付卡的单位或个人,由发卡人进行实名登记。

“购物卡隐藏着一种变相腐败,实名制虽然可以一定程度上遏制或者威慑购物卡腐败问题,但是关键在于能否落实到位。”黄震表示。

“实名制固然很好,但是如何操作?”曾筱清担心。就算发卡方在购物卡流出时能够登记办卡人的信息,但是很难保证最后持卡消费人就是持卡人,身份识别是个难题。“消费时持卡人是否需要凭身份证或其他可识别身份的证件进行消费,或者需要输入密码?商家如何验证持卡人即为持卡人?

如果没有验证应当如何追究责任?这些问题目前都没有答案。”她说,“制度具有可操作性才是一个好制度,如果无法操作,那就是虚设的制度。”

如何监管?

“要在源头上打击购物卡灰色利益链,就应当考虑发卡机构应当纳入何种机构的监管范围,没有具体的监管机构,也没有具体的操作细则,很难落实。”黄震说。

针对商业预付卡的发行,《意见》作出明确规定:未经央行批准,任何非金融机构不得发行多用途预付卡,一经发现,按非法从事支付结算业务予以查处。金融机构未经批准,不得发行预付卡。

据了解,商户发行封闭式购物卡,不需要办理任何手续,也不需要向任何部门说明,只需要让银行给提供一个保函,让银行给企业担保,就可以发行了。如果是小企业发行购物卡,连银行保函都不用,自己想发行就发行。

“谁才能有权利发卡?”曾筱清说,购物卡市场准入没有标准,没有厘清何种卡是由金融机构还是非金融机构发行,就难以确定监管机构。对于大型超市发卡,可能需要商务部门监管。“监管部门不能确定,就很难实行下去。”

恐遭落实难

导报记者注意到,《意见》是经国务院同意,由国务院办公厅转发的。

也许银座股份会计报表里体现得并不充分,甚至与实际出入较大,但并不妨碍将其作为观察购物卡情况的一个窗口。

利益何在

在以购物卡为载体展开的利益链条中,最大的获益者当然是发卡的商家。那它的利益如何体现,利润又有多大呢?

购物卡最基本的功能就是可以锁定客户群,在同业竞争中占据主动。导报记者注意到,银座购物卡除可在银座商城、银座购物广场各门店使用外,还可在银座汽车广场、银座家居、银座美容、银座酒店、健身娱乐等多个场所使用。

除了零售行业的普遍利润,购物卡带来的额外好处显然更吸引人。购物卡实际上是一种预付卡,这就意味着出售购物卡本身就能够让发卡商家获得巨额的现金流,这些资金也就成了发卡商家的“零息贷款”。此外,消费者因为购物卡过期、遗失等而无法收回的卡额,或是为图省事而放

新规冲击

购物卡“避税”趋难

◆导报记者 王迎波 济南报道

对于公司财务部门来说,购物卡一直是财务好帮手,可以将一些难以入账的项目曲线入账。而且可以规避部分企业、个人所得税。实行实名制后,程序上可能会很繁琐,同时规避税费将更加困难。

方便入账

一位不愿透露姓名的山东某集团的审计人员对经济导报记者透露,该集团购买银座、大润发等商超购物卡,以及山东一卡通等储值卡的情况很普遍,一般都是以办公费、培训费等名目报销。上个月,在对下属公司的例行审计中,仅办公用品费就支出了70多万元,几乎都是用于购买大额购物卡。

上述人士表示,购买商业预付卡关键看发票可以开哪些项目,好不好入账。暂时还不清楚新规是否将发票项目限定为购买“商业预付卡”,如果是那样,根本不能入账,单位也不会再大批购买购物卡。

某事业单位的财务处李姓会计告诉导报记者,使用商场购物卡主要是为了方便员工自主选择,不必由单位代为采购大批物资。以往事业单位经常发放洗衣粉、肥皂等劳保用品,节日还会发元宵、月饼、粽子等,春节等还给职工分鸡蛋、分带鱼,暑期发清凉饮料。“采购、分发牵扯了大量精力,而且众口难调,难保所有人都满意。购物卡流行后,单位就不用再去采购这些生活用品了。”李会计说。

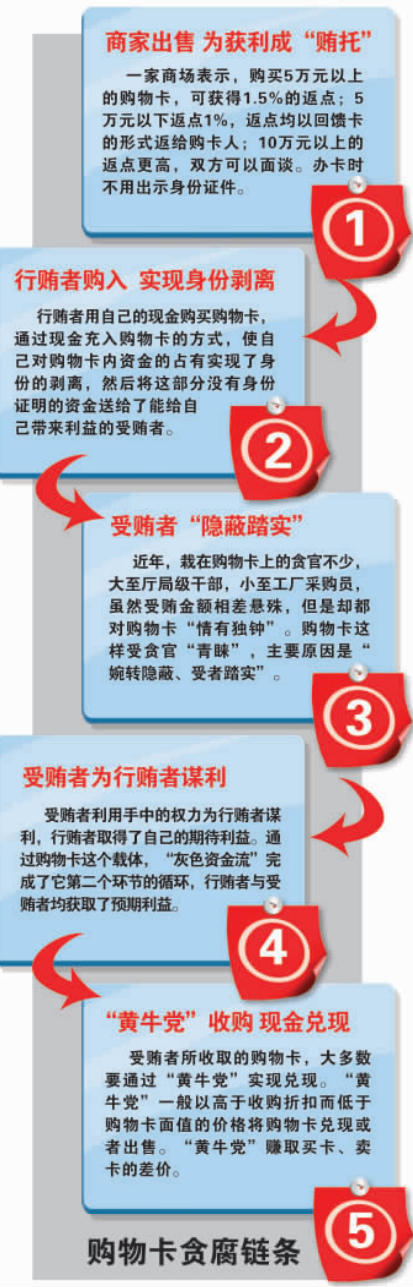
至少可节税20%

上述李会计还表示,他们每月都会采购一部分银座、大润发等超市购物卡,作为员工福利和补助,一来方便走账,二来可以规避一部分个人所得税。超市可以提供办公用品、会务费等项目的发票,入账很方便,这样就可以计入企业的经营成本。“尤其在过年过节购买礼品时,总额较大。如果不用购物卡,就只能从企业的净利润中支出。里外里,企业至少可以节约20%的所得税。”

以上述70万元的购物卡为例,如果不是以办公用品的名义列入经营成本,那么这部分款项将成为企业的收入,企业将为此缴纳所得税14万元。对于个人而言,发购物卡可以规避部分个人所得税。由于个人所得税是累进制,如果福利和补贴都合并到工资卡上,常常导致综合算下来,有的员工可能不仅得不到补贴,甚至总收入更少。

导报记者算了一笔账。以现行税率计算,假设员工王某月收入4800元,按照2000-5000元收入区间、15%的税率,他应纳个人所得税720元,税后收入4080元。假设本月他可领取200元的补贴,打入工资卡后,他的总收入将变成5000元,那么按照规定,他将按照5000-20000元收入区间、20%税率计税,需缴纳个人所得税1000元,税后收入为4000元。这样一来,本应增加200元补贴的王某,总收入不仅没有增加,反而比补贴前减少了80元。

李会计说,在购物卡实名制后,发购物卡的福利可能就行不通了。因为税务机关可以按图索骥,将其纳入个人总收入,最终个人还得补缴这部分所得税。



<<上接 A1 版

尽管导报记者选取的时间和地点有偶然性,并不能完全代表真实情况,但也足以说明购物卡的购用两旺,更遑论逢年过节售卡窗口大排长龙的情景了。据悉,银座旗下部分门店或柜台,购物卡的使用比率甚至超过六成。

与此同时,济南的大润发、乐购、家乐福、贵和等几乎所有大型商超,都在发售购物卡。

占比颇高

实际上,国内购物卡市场的迅速增长众所周知。长期从事百货、购物中心行业管理咨询工作的北京昭邑零商咨询公司总经理刘晖26日告诉导报记者,根据近年来的长期数据跟踪,可以粗略估算,国内百货公司的销售收入至少有20%来自购物卡,“山东地区不如北京、上海多,大概也要达到15%左右。”

商业百货类上市公司的年报也透露了端倪。

王府井(600859)2010年年报显示,公司期末预收款项余额为20.31亿

元,同比增长29.51%,公司称“预收款项较期初增加,主要是预收客户款增加所致”。一位业内人士指出,预收客户款增加,主要就是购物卡形式的商业预付卡业务增加导致的。资料显示,王府井2010年实现营收139.46亿元,预收款项占14.5%。若加上商通卡、雅酷卡等联名卡,购物卡消费额应该占公司整个销售收入的20%以上。

而作为山东地区商业龙头的鲁商集团,其银座购物卡一年销售多少始终是个谜。不过,按照王府井会计报表体现的信息,我们似乎也可以从银座股份(600858)的年报中试着找出答案。

银座股份2010年年报显示,公司预收款项金额为3.5亿元,占总资产比重4.22%,比上一年的1.02亿元增加较多。公司解释,主要原因系山东银座置业有限公司预收房款所致。

对此,青岛汇德会计师事务所一位专门负责上市公司审计的项目经理告诉导报记者,商业类上市公司对于购物卡销售回款该列入哪类会计名录并没有统一规定,按照会计原则,应该放入预收账款中。“但一旦列入该目录,税务部门就会要求企业交税,所以

很多企业会采取变通方式,放入应付账款或其他应付款中。”

导报记者在银座股份2010年年报中发现,公司其他应付款金额为12.69亿元,占总资产的15.27%,比上一年度的7.4亿元增长较多,公司解释称“主要原因系应付往来款增加所致”。至于到底是哪些应付往来款增加,并未进一步解释。

上述项目经理还说,对于某些地区占据龙头地位的商业企业来说,其购物卡销售一般比较稳定,不会出现太大的起伏,在会计报表中体现为期初与期末余额变化不大。

在银座股份年报中,应付款项期末余额为8.65亿元,期初为7.86亿元。

据了解,银座股份2010年实现营收87.95亿元,即便应付款项或其他应付款全为购物卡销售回款,所占比例也不过在10%-15%之间,更何况这种可能性并不大。

值得注意的是,银座股份虽然销售购物卡,但购物卡最终解释权归银座商城股份有限公司,由于银座股份和银座商城属兄弟公司,购物卡回款在两公司间如何分配,外界无从得知。