

【新型ウイルス対応】 自動車産業が注目すべき 四大税務および法律問題

PwC 中国日本企業部ニュースレター
2020年3月

概要

新型コロナウイルス感染拡大により、自動車産業に従事する多くの関係者は自動車産業の中長期的成長計画を見直しており、業界の変革をも急いでいます。PwC 中国は業界の専門家からなるチームを組織し、税務および法律、M&A ならびに自動車分野の IoT 等の面から、企業が自動車産業においてどのように危機を機会に変えられるかを研究・調査しています。本稿では自動車産業を取り巻く税務および法律問題を取り上げます。本稿が自動車産業に従事する関係者の皆様にとって有益な情報となれば幸いです。

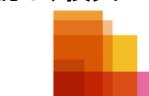
1. 新型コロナウイルス感染症の拡大がもたらす契約義務への影響をいかに管理するか

新型コロナウイルス感染症の爆発的な拡大の前に締結し、その履行義務がまだ終了していない契約について、完成車メーカーはその契約義務が今般の新型コロナウイルス感染症の影響によって拡大するか否かを確認し、また契約リスクをどのように有効に管理していくかを考えなくてはなりません。

大多数の完成車メーカーが部品サプライヤーと締結する購買、販売および供給契約にはどれも関連する不可抗力の条項が記載されています。中国法では、不可抗力に対して比較的、明確かつ詳細な規定があり、すなわち予見不能、回避不能および克服不能な客観的状況が存在することを、その条件として定めています。不可抗力により契約義務の履行が不能である場合、不可抗力の影響に応じて、一部または全部の責任が免除されますが、法律で別途規定がある場合は除きます。立法および司法部門の直近の通達内容を見ると、新型コロナウイルス感染拡大は不可抗力を認定する 3 つの主な特徴を備えることが伺えます。当事者の一方が不可抗力により契約義務を履行できない場合、相手方に生じ得る損失を軽減するために適時に相手方に通知し、かつ合理的な期限内にその証明を行う必要があります。注意すべきなのは、中国法であろうと、外国の慣例であろうと、不可抗力は、当事者が別途合意しない限り、債務者を直接免責したり、契約を終了したりするものではないという点です。ただし、当事者間で別途約定がある場合はこの限りではありません。

中国国内の完成車メーカーまたは部品メーカーが国外に部品を提供する場合、その契約に必ずしも中国法が適用されるとは限りません。一般的に外国の法律の場合、発生する事案が「関連当事者の（合理的な）管理」の範囲を超えるか否かが焦点となり、予見不能、回避不能かつ克服不能の状況が同時に存在することは必ずしも要求されません。何が不可抗力として認定されるか、および不可抗力が発生した状況下でのリスクおよび損失の分担方法は当事者間の約定に依存します。仮に契約にて不可抗力の根拠となる事象として「疫病」または「伝染病」と明記されていない場合は、不可抗力を理由に免責を主張する契約当事者はその事実に関する立証責任を負います。

税務の観点から、企業に実際に発生した収益獲得に関連する合理的な損失については損金算入が認められます。この中で、損失には企業の生産経営活動において発生した不可抗力によって生じた損失が含まれます。実務では、不可抗力がもたらす損失は関連する契約および被害状況の説明等、証拠資料の確認が必要であり、それがない場合は損失に関する損金算入ができません。したがって、新型コロナウイルスの影響に起因する損失について、企業は関係する契約条項を確認し、損失の証明資料を事前に準備することが望ましいと言えます。



pwc

普华永道



2.新型コロナウイルス感染症の影響下における、一時的な生産移管またはサプライチェーンの一時的調整に関する注意事項

2.1 法律に依拠した関連資格の取得

新型コロナウイルスの影響により正常に業務を運営できない状況において、一部の完成車メーカーは新型コロナウイルス感染症の拡大防止・抑制に積極的に取り組んでいます。上汽通用五菱、広汽、比亞迪、長安汽車はマスクの生産支援を次々と表明し、「新型コロナウイルス封じ込め作戦」を援助する意向を示しています。

注意すべきなのは、中国の現行法規によると、医療用マスク、防護服、消毒用品はどれも医療機器に該当する可能性がある点です。中国は医療機器の類別管理を行っており、このうち第一類医療機器については製品届出管理を実施しており、届出者がその所在地の市級人民政府薬品監督管理局(薬監)にて届出を行います。第二類および第三類医療機器については製品登録管理を実施しており、登録者がそれぞれ省級および国家薬監部門に登録を申請します。第二類および第三類医療機器を生産する場合、生産企業はその所在地の省級薬監部門に生産許可を申請しなければなりません。企業の経営範囲が医療機器の生産にまで拡大する場合、市場監督管理部門にてその旨を登記しなければなりません。

薬監および市場監督管理部門が関連する届出および申請を処理する際に優先対応を実施するもしくは行う場合がありますが、上記の物品の新規生産を行う完成車メーカーは法律の規定に従い、関連する資格および許可を取得した上で、必要な登記手続を行い、不要な法的リスクおよびコンプライアンスリスクを回避することが重要です。

2.2 税関の監督管理期間を満了していない輸入免税設備は事前に届出が必要

一部の完成車メーカーまたは部品メーカーは現行設備を利用して、新型コロナウイルス感染症の拡大防止・抑制に緊急で必要となる物資の生産を行うとみられますが、使用する生産設備の中に税関の監督管理期間を満了していない、輸入時に免税の取扱いが適用された設備の有無に注意が必要です。税関の法規によると、減免税対象の設備は認可された特定用途にのみ使用が許され、税関の認可を受けていない場合、任意にそのほかの用途に転用することはできません。この規定に違反した場合、税金の追徴および税關による行政処罰が課される可能性があります。したがって、企業におかれましては、減免税対象の設備を使用して、その本来の用途以外の製品を生産することを検討している場合、当該設備の管轄地の税關とあらかじめ協議して届出を行い、税關の認可を得てから生産を開始することが望ましいでしょう。

2.3 輸入によって国内購買を代替する場合の関税コストとその他の規制

新型コロナウイルス感染症による影響の先行きが不透明な状況において、国内業界における川上のサプライヤーが適時に業務再開ができない可能性があり、国内の完成車工場および部品工場の生産が滞ることが懸念されます。そのため、従来、国内で調達していた一部の部品または原材料を国外から一時的に輸入して代替する必要があります。このようなソリューションについて、以下の税關および税務面の問題を考慮することをご提案いたします。

- 輸入関税によるコストの増加を考慮する必要がある。
- 部品または原材料の原産地が異なることに起因する輸入関税率の差異。例えば、米国製の一部の部品は追加関税の対象となる場合があり、一方で ASEAN 製の部品は自由貿易協定に基づく優遇税率ひいてはゼロ関税の対象となる場合がある。
- 一部の部品または原材料は輸入許可証が必要となる可能性がある。
- 関連者間取引が存在する部品または原材料について、輸入価格設定時に關稅評価および移轉價格の観点から総合的に検討し、税關および税務当局からの疑義を回避する必要がある。
- メーカーが正常な生産活動ができないことにより生じる損失について、川上のサプライヤーからの賠償、例えば現金または現物での賠償を受けることができる場合、賠償を受ける企業の企業所得税および増値税の影響を事前に考慮し、より的確かつ合理的に賠償金額を協議する必要がある。

3.新型コロナウイルスの影響による利益下落、賠償および補助金について、税務局、税關および外貨管理局との折衝においてどのように抜かりなく準備万全で臨むか？

3.1 完成車を輸入する総合ディーラーはいかにして利益の減少に対応すべきか

新型コロナウイルス感染拡大による影響を受け、ここ 2 年近く成長が鈍っていた自動車市場は、2020 年はさらに低迷する可能性があります。完成車を輸入する総合ディーラーは、新型コロナウイルス流行期間における販売台数の大幅な下落およびディーラーグループ(または 4S 店¹)が直面する固定コストおよび資金難に対し、以下の措置を採ることができます。

¹ 販売(Sale)、部品交換(Spare Part)、アフターサービス(Service)、フィードバック(Survey)を行う自動車販売代理店のこと



- メーカー希望小売価格(MSRP)の引き下げ
- 卸売価格の引き下げまたは売上値引きの引き上げ
- ディーラーに対するリベートの増額
- マーケティング活動の強化

完成車の輸入・流通会社(総合ディーラー)は、国外関連者から購買する場合の輸入価格を設定する際に、主に当年度の販売予測およびコスト予算に依拠しており、販売会社が代理店の利益を確保できるように計算しています。新型コロナウイルス感染症の影響下において、上に列挙した措置は、総合ディーラーの車1台当たりの平均販売収益の減少またはマーケティング費用の増加につながり、販売会社の予算に基づく輸入価格で想定した利益水準を実現することは難しくなります。このような状況に対応するために、企業は一般的に輸入価格の調整という方法を探り、輸入価格を引き下げて販売会社の利益水準を確保し、移転価格リスクを軽減します。ただ、輸入価格の引き下げは税関の注意を引くことを考えると、総合ディーラーにおいては完成車輸入価格の引き下げについて合理的な説明ができるようにし、前もって税関とコミュニケーションを取り、通関段階において価格への疑義が及ぶリスクを軽減することが重要です。税関による厳格な租税徴収管理が原因で、輸入価格調整によっても目標利益水準を確保できない場合は、国外関連者から補償金を受領する形式で利益を確保する方法も考えられます。

国外から補償金を受領する場合、外貨管理の観点から、金融機関は関連する外貨管理規定に基づき取引証明書の真実性およびその外貨収支との一致性について合理的な審査を行います。中国現行の外貨管理制度では、中国企業が国外から移転価格補償金を受領する場合に係る明確な規定ではなく、例えばどのような経路でクロスボーダーでの外貨受領を行うか、どの項目上の管理とするか等が不透明なままであります。実務においては、各地の補償金受領の処理方式や外貨受領経路が統一されていないだけでなく、各種経路における外貨受領により企業が直面するコンプライアンスリスクおよび税務上の影響にも大きな差が生じます。したがって、企業は積極的に銀行および外貨管理局とコミュニケーションを取り、いかにして合理的にコンプライアンスを維持しながら国外関連者から移転価格補償金を受領するかを検討し、同時に事実に基づく詳細な資料を準備して補償金受領の合理的根拠とし、外貨収支におけるリスクを軽減することが重要です。

資金の流動性確保の観点から、企業は登録資本金の増加または外債発行による資金調達等の方式で国外からの送金を受けることができます。特に、外債発行による資金調達の面では、中国は従来の外債管理モデルを根底から刷新しています。企業はその現状に基づき、「投注差」(総投資額と登録資本金との差額)方式および「全口径跨境融資宏观審慎管理」(全範囲クロスボーダー融資マクロプルーデンス管理)方式の中から企業にとって最も有利なモデルを選択でき、適用対象が内資企業に拡大されただけでなく、借入可能な外債規模も大幅に引き上げられており、中国企業による国外資金の可用性を大きく高めています。

さらに、補償金の受領やディーラーへのリベートの支払い、マーケティング活動の展開等はいずれも契約の権利義務、業務の実質、ならびに物品の流れおよびキャッシュ・フロー等を勘案し、発生しうる企業所得税および増增值税の負担を総合的に評価する必要があります。企業の経営者におかれましては、事前に計画を練り、税務コンプライアンスの確保と税負担の合理的な軽減を同時に実現することが望ましいといえるでしょう。

3.2 部品メーカーはいかにして利益下落の影響を管理すべきか

中国に拠点を有する多国籍部品サプライヤーの大多数は現地購買・現地販売のモデルを採用しており、同時に国外親会社に対し技術特許権使用料および技術支援費等を支払っています。新型コロナウイルス感染症の影響下、サプライヤーは工場の操業停止、受注減少等の要因から損失を被る可能性があります。このように、企業が薄利または損失の状況で技術料やサービス料を海外へ送金することに対し、税務当局が疑義を呈する可能性があります。

今般の新型コロナウイルス感染拡大により、多くの完成車メーカーのグローバルサプライチェーンが打撃を受けました。中国サプライヤーが競争力を高められなければ、将来的な市場の発展に影響が出る恐れがあります。新型コロナウイルス感染拡大の影響および関連する移転価格上の問題について、企業は積極的かつ継続的に税務当局とコミュニケーションを取り、新型コロナウイルス感染症による企業への影響に対する税務当局からの理解を得るようにすることが重要です。PwC中国も、税務当局が企業が直面する困難を十分に考慮し、企業の移転価格リスクを評価する際に現況を加味するよう期待しています。

3.3 完成車メーカーが新型コロナウイルス感染症の影響に起因して支払う賠償金および受領する補助金の影響

新型コロナウイルス感染拡大が完成車メーカーの生産活動に大きな打撃を与えていていることに鑑み、企業間では違約に対する賠償が発生する可能性が非常に高く、そのような場合において、契約における約定は特に重要です。約定は契約当事者双方に対し法的保護を提供し、また賠償する側で賠償金が生産経営活動において発生した、生産活動に関連する合理的支出であり、したがって損金算入できることの一定の根拠とすることができます。



クロスボーダー業務において、国内企業と国外企業との間で締結する購買または販売契約の義務履行の延期または履行継続の不能に起因する違約責任について、依然として外貨管理の観点から、クロスボーダー物品貿易における多岐にわたる外貨収支業務が関わってくると考えられます。例えば輸出入代金の返金、担保金の控除、延滞利息・滞納金等の違約金の納付等が想定されます。この種の総合的かつ高度に複雑な外貨業務は、実務において国内企業と外貨管理部門、取扱銀行および外部の専門家が積極的にコミュニケーションを取り、直近で公布された関連政策に依拠して、同業他者の事例も参考にしながら、自社の実情を勘案し、総合的に取引プロセスを策定し、対応措置を講じて、クロスボーダーの資金流動性を確保することが重要です。

ディーラーを支援し、新型コロナウイルス感染拡大による短期的な影響を軽減するため、完成車メーカーおよび総合ディーラーは現行の販売方針をもとにディーラーに対し、新たなインセンティブを提供することも考えられます。例えば、割引、値引き、リペート等、具体的には現金または現物等の多様な形式を探ることができます。各種の形式での販売方針について、企業は業務の実質および契約における約定を総合的に勘案し、関連する税務上の影響を考慮し、特に増価税処理(例えば、増価税専用発票および赤字発票の発行、みなし販売等)および企業所得税の計算における損金算入処理の面で、コンプライアンス確保に注意すべきでしょう。

このほか、地方政府は企業が早期に生産を再開できるよう、現地企業に対し特定の形での補助金を提供しています。企業は政府補助金の具体的な形式に基づき、適切な会計処理と税務処理を行い、課税対象となる政府補助金については税金の正確な計算と速やかな納付を確保し、また非課税の政府補助金については規定どおりに政府による支援文書を取得し、台帳を管理することが重要です。

4. 新型コロナウイルス感染拡大を背景としたイノベーションの推進ならびにコンプライアンス管理の継続的な徹底

新型コロナウイルス感染拡大による影響を受け、自動車販売の対面営業は制限を受けており、大手完成車メーカー各社はデジタルマーケティングに活路を見出しており、VR(仮想現実)を用いた車の試乗体験の実施や、オンライン見積り等を通じて、ディーラーの集客を支援しています。

ディーラーはデジタルマーケティング活動において、一般的に、第三者(外部)のプラットフォームから直接購入する方式を探っており、最近ではコンテンツ運営、ブランドストーリー、専門的テスト・評価または KOL/KOC 対応を強化しています。これらの手法はその方式を問わず、いずれも消費者の個人情報とデータを取得します。第三者から個人情報を取得する際、相手方がデータの取得権利を有する法人または個人であるかを確認し、データ通信の暗号化等の措置を講じて情報の秘匿性、完全性、可用性を確保しなければなりません。潜在的な消費者の個人情報を直接取得する場合は、「网络安全法(サイバーセキュリティ法)」、「个人信息安全规范(個人情報安全規範)」等を遵守し、消費者に対し個人情報処理の目的、方法、範囲、規則等を明示し、その同意を得て、収集した情報の使用目的および使用範囲を通知し、詐欺や誤解を招く方法または必要最小限の原則を逸脱した個人情報の収集を回避しなければなりません。これらはいずれも完成車メーカーが関連アプリケーションおよびウェブサイトの設計過程において実施しなければならない法令遵守事項です。

新型コロナウイルス感染症の影響下において、多くの完成車メーカーは車内の空気の質および衛生面の機能をこれまで以上に重視しています。例えば、ある新興完成車メーカーは、スマートフォンアプリを通じて空調を遠隔管理することができ、車両の安全性を確保するとともに、座席を高温で浄化し病原菌を抑制する「高温抗菌」機能の研究開発に取り組んでいます。某中国国産ブランドでは業界の先駆的なスマート空気浄化システムを開発し、細菌およびウイルスの車内への侵入を有効に阻止する機能を実現しています。

完成車メーカーによる新たな機能の開発と広告宣伝は歓迎すべきですが、同時に「廣告法(広告法)」と「反不正当竞争法(不正競争防止法)」等の広告宣伝関連の規定を遵守する必要があります。新型コロナウイルス感染症の流行期間において、北京、南京等の市場監督管理局は関連文書を立て続けに公布し、広告主、広告業経営者、広告掲載者、広告スポーツクスパーソンは虚偽・違法広告を設計・制作・代理・発信・代表することはできず、新型コロナウイルスによる肺炎の予防・管理・治療・治癒の作用等に関する内容のある広告を出すことは厳重に禁止する旨が通知されています。公開済みの事案を見ると、新型コロナウイルスの感染拡大期間において、法執行部門は違法行為をより一層厳しく処罰するものと予想されます。したがって、完成車メーカーにおいては、新型コロナウイルス感染症の拡大期間における関連製品の広告実施時には慎重を期し、規制当局および法執行機関との不必要なトラブルを回避することが重要です。

さらに、企業は上記のような新機能の開発と広告宣伝を行うと同時に、技術的に研究開発に属する内容についても考慮し、研究開発優遇政策を十分に活用して税負担を軽減し、利益を確保することが望ましいといえます。同時に、企業においては、既に享受している研究開発優遇政策の法令遵守状況を見直し、コンプライアンス違反によるマイナスの影響を回避できる体制を構築することが急務となります。



お問い合わせ

本稿に関するご質問等は下記担当者までお問い合わせください。

廖仲敏

PwC 中国自動車産業

主管パートナー

Tel: +86 (20) 38192278

Mail: w.liu@cn.pwc.com

金軍

PwC 中国自動車産業

管理コンサルティング主管パートナー

Tel: +86(21) 23233263

Mail: jun.jin@cn.pwc.com

任穎麟

PwC 中国自動車産業

華中税務主管パートナー

Tel: +86(21) 23232518

Mail: alan.yam@cn.pwc.com

陳志希

PwC 中国自動車産業

華北税務主管パートナー

Tel: +86 (10) 65332022

Mail: rex.c.chan@cn.pwc.com

ご案内の通り、新型コロナウィルスの感染がなお深刻な状況にあり、且つそれが中国の経済成長や各業界に影響を及ぼすことが想定されている中、PwC 中国日本企業部として一丸となって取り組み、本ニュースレターを作成いたしました。

今回は自動車産業をテーマとして、主に新型コロナウィルス感染症がもたらしているサプライチェーンへの影響につき、税務及び法務の視点から留意事項をご紹介します。いずれも日々の会社運営に直結する課題となりますので、是非ご参照ください。

日々状況が変化しており、今後の中国における事業環境の見通しが立つには、なお時間を要するものと考えますが、本ニュースレターが、中国事業に関わっておられる全ての皆様による現状の把握及び今後の中国及びグローバルの事業展開のご検討にあたって是非お役に立てればと思います。皆様におかれましては、ご健康と安全に最大限のご配慮をいただきたいとともに、現状が速やかに収束するよう心より祈念申し上げます。なお、本ニュースレターに関連してご質問やご相談がございましたら、吉田将文（パートナー）、山崎学（ディレクター）、渕澤高明（アソシエイトディレクター：リスク管理担当）もしくは私までご連絡いただければ幸いです。

PwC 中国 日本企業部統括代表パートナー

高橋 忠利

【連絡先】

| | | |
|-------|--|-------------------|
| 高橋 忠利 | toshi.t.takahashi@cn.pwc.com | 携帯: 139-0198-9251 |
| 吉田 将文 | masafumi.g.yoshida@cn.pwc.com | 携帯: 150-0027-0756 |
| 山崎 学 | manabu.m.yamazaki@cn.pwc.com | 携帯: 137-6187-2783 |
| 渕澤 高明 | takaaki.ta.fuchizawa@cn.pwc.com | 携帯: 186-1662-8950 |



PwC 中国についての詳しい情報は次のウェブサイトをご覧下さい。

ホームページ: <http://www.pwccn.com/home/eng/libraryindex.html>

本ニュースレター及びウェブサイトに含まれる内容は一般的なものであり、個別案件に関する専門家としての意見を構成するものではありませんのでご注意下さい。

個別案件については、PwC の専門家に相談し、正式な意見を聞いた後で、貴社の対応を決定をされるようにお願い申し上げます。

筆者及び PwC は、上記記事に関して、貴社独自の判断の下行われた行動の結果についての、一切の責任を負いません。

また日本語版は中国語版ないし英語版を基にした翻訳で、翻訳には正確を期しておりますが、中国語版ないし英語版と解釈の相違がある場合は、翻訳の基となっている中国語版ないし英語版に依拠してください。

www.pwccn.com

【防疫应变】 汽车行业应关注的 四大税务和法律问题

新知
中国专业服务
二零二零年三月

摘要

疫情危机促使汽车行业诸多从业者与管理者重新审视和规划汽车行业的中长期发展，从而加速推动行业变革。普华永道汽车团队将分几期从税务和法律、交易并购以及车联网等方面与大家具体探讨汽车行业如何转危为机。本期主要探讨税务和法律问题，希望对汽车产业链的从业者有所启发和借鉴。

一、如何管理疫情对合同义务造成的影响

对于疫情爆发之前签署仍然需要履行的合同，汽车厂商应当关注其合同义务是否因为此次疫情会被触发或扩大，以及如何对合同风险进行有效控制。

大多数汽车生产商和零部件供应商签署的采购、销售和供应合同中都有相应的不可抗力的内容。中国法对于关于不可抗力有比较明确和详细的法律规定，即不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。因不可抗力不能履行合同的，根据不可抗力的影响，部分或者全部免除责任，但法律另有规定的除外。从立法和司法部门最近的表态中不难看出，新冠疫情已具备认定为不可抗力事件的三个主要特征。当事人一方因不可抗力不能履行合同的，应当及时通知对方，以减轻可能给对方造成的损失，并应当在合理期限内提供证明。需要指出的是，无论是中国法还是国外惯例，不可抗力并非直接免除义务方责任，或导致合同解除，除非当事方另行约定。

但是，如果中国境内整车生产商或零部件制造商向境外提供零部件，相关合同不一定适用中国法。而其他国家的法律，强调的往往是所发生事件是否超出了“相关方的（合理）控制”，并不强求不能预见、不能避免且不能克服同时具备。何为不可抗力以及如何在发生不可抗力的情况下分配风险和损失，取决于当事方的约定。如果合同中没有明确列举“瘟疫”或“传染病”，则主张受不可抗力影响从而要求免责的一方需要进行相应举证。

从税务角度，企业实际发生的与取得收入有关的合理的损失准予在企业所得税前扣除。其中，损失包括企业在生产经营活动中发生的不可抗力因素造成的损失。实践操作中，不可抗力带来的损失需要相关的合同和受灾情况说明等证据材料确认，以支持损失的抵扣。因此，建议若疫情造成损失，企业应在审阅有关合同条款和损失证明方面提前做好准备。

二、疫情之下，临时转产或供应链临时调整有哪些注意事项

2.1 注意依法取得相关资质

在疫情使得正常的汽车业务无法开展的情况下，一些汽车生产厂家积极参与疫情防控。如上汽通用五菱、广汽、比亚迪、长安汽车亦纷纷宣布援产口罩，助力打赢“疫情攻坚战”。



需要注意的是，根据我国现有法律规定，医用口罩、防护服、消毒用品都可能属于医疗器械。我国对医疗器械进行分类管理，其中第一类医疗器械实行产品备案管理，由备案人向所在地设区的市级人民政府药监进行备案；第二类、第三类医疗器械实行产品注册管理，由注册人分别向省级和国家药监部门申请注册。生产第二、三类医疗器械的，生产企业应当向所在地省级药监部门申请生产许可。如果相关企业的营业范围扩大到医疗器械的生产，需要在市场监督管理部门进行登记。

虽然药监和市场监管部门在处理相关备案和申请时可能开启特殊快速通道，但是进行转产上述物品的汽车企业，还是应当按照法律规定，取得相关的资质和许可，履行必要的登记手续，避免不必要的法律和合规风险。

2.2 利用海关监管期内的免税进口设备要提前报备

如果部分整车或零部件生产商可能利用现有设备生产防控疫情所急需的物资，需要注意所使用的生产设备中是否有仍处于海关监管期内的免税进口设备。按照海关的法规，减免税设备只能用于经批准的特定用途，未经海关批准不能擅自移做它用；否则可能面临补税以及海关行政处罚。因此，建议企业如果需要使用减免税设备转产其他产品，可事先与设备的主管地海关进行沟通和报备，在海关批准后再开展生产。

2.3 进口替代国内采购应考虑关税成本和其它监管要求

在疫情尚未好转的情况下，境内上游供应商可能无法及时复工，国内整车厂以及零部件厂的生产因此而无法顺利进行。为此，可能需要临时从境外进口部分原来在国内采购的零部件或原材料作为替代。此种解决方案，建议考虑以下海关和税务方面的问题：

- 进口关税造成成本增加
- 进口零部件或原材料的原产地不同而造成的进口关税税率差，例如美国产的部分零部件可能落入加征关税范围，东盟产零部件可能可以享受更低的协定税率甚至零关税
- 部分零部件或原材料可能涉及进口许可证
- 存在关联交易的零部件或原材料，制定进口价格时应从海关估价和转让定价角度综合考虑，以免受到海关和税务机关的质疑
- 对于厂商无法正常生产造成的损失，如果能收到上游供应商的赔偿，例如现金或货物赔偿，建议提前考虑收到赔偿的企业所得税和增值税影响，以更加准确合理地商定赔偿金额。

三、疫情带来利润下降、赔偿和补贴，如何做到税局、海关和外管局“面面俱到”

3.1 进口整车的总经销商如何应对利润下降的影响

受疫情的影响，近两年来已经处于下滑趋势的汽车销售市场在 2020 年可能面临进一步的打击。进口整车的总经销商为了弥补疫情期间整车销售大幅度下降的影响以及经销商集团（或 4S 店）面临的固定成本和资金流困境，可能采取以下措施：

- 下调厂商建议零售价，MSRP
- 下调批发价格或提高销售折扣
- 给予经销商更多的销售返利
- 开展更多的市场推广活动

进口整车分销的公司（总经销商）制定从境外关联方采购的进口价格时，主要依据当年度销售预测和费用预算因素，以保证销售公司能实现常规分销商应有的回报。疫情之下，以上列举的措施会导致总经销商单车平均销售收入下降或营销费用增加，销售公司按预算的进口价格很可能无法实现预期的利润水平。为了应对这样的情况，企业通常的做法是调整进口价格，通过降低进口价格实现销售公司常规利润水平，以避免转让定价风险。考虑到进口价格下调很可能引起海关的关注，因此建议总经销商就进口整车降价问题准备解释说明，并预先与海关沟通，降低通关环节受到价格质疑的风险。如果受制于海关的税收征管的原因，进口价格调整无法实现目标利润水平，则可能需要采取向海外关联公司收取补偿款的形式实现。

如果向海外收取补偿款，从外汇管理角度，金融机构会按照相关外管规定履行对交易单证的真实性及其与外汇收支的一致性进行合理审查。我国现行外汇管理体系尚未对中国公司从境外收取转让定价补偿款一事有明确规定，譬如以何路径跨境收汇、在哪个项目上管理等。实操中各地收取补偿款的操作方式、收汇途径不尽相同，不同路径下收汇导致企业面临的合规风险和税务影响也有很大差异。因此，企业应积极与银行和外管局沟通，探索如何合理合规地从境外关联方收取转让定价补偿款，并准备详实的文档作为支持收取该补偿款的合理依据，以降低外汇收付层面的风险。

如果单从解决资金流动性角度出发，企业也可考虑通过增加注册资本或者举借外债等方式实现收汇。特别地，在举借外债方面，我国已经彻底改变了原来的外债管理模式。企业可以根据实际情况从“投注差”方式和“全口径跨境融资宏观审慎管理”方式选择对企业最为有利的模式，这不仅将适用主体扩大到内资企业，而且可借外债规模也大幅提高，大大增加了我国企业利用境外资金的可能性。



此外，无论是收取补偿款、给予经销商销售返利或是开展市场推广活动等方式，均需要结合合同权利义务、业务实质、货物流和现金流等综合评估可能产生的企业所得税和增值税税负。建议企业提前做好安排和规划，以同时实现税务合规和合理降低税负。

3.2 零部件公司如何应对利润下降的影响

在中国的跨国零部件供应商，大多采取本地采购本地销售的模式，同时需要向国外母公司支付技术特许权使用费和技术支持费等。疫情之下，供应商可能由于特殊时期停工、订单减少等因素导致亏损。这时候税务机关可能会对企业在微利或者亏损情况下向外支付技术费和服务费进行挑战。

此次疫情导致不少车企的全球供应链受影响。如果中国供应商不提高竞争力，可能会影响未来的发展。针对疫情的影响和相应的转让定价问题，企业可以考虑多和税局沟通，以期取得税局对疫情影响的理解。我们也期待税局能够充分考虑企业面临的困难，在对企业的转让定价风险评估时加以充分考虑。

3.3 车企因疫情支付赔偿和收到补贴的影响

鉴于疫情对汽车企业生产经营活动产生较大冲击，企业间很可能发生违约赔偿的情况，此时合同约定尤为重要，可以为双方提供法律保护，也可以一定程度上支持赔偿方的赔偿款项是其生产经营活动中发生与生产经营活动有关的合理的支出，为企业所得税前扣除提供一定证明。

在跨境业务中，境内企业与境外主体之间签署的采购或销售合同因此延期履行或无法继续履行，对于由此产生的违约责任，还需要从外汇角度考虑可能涉及的跨境货物贸易项下多个类别跨境收付汇的操作，如：进出口货款的退回，担保金的扣除，罚息、滞纳金等违约金的缴纳等等。对于此类综合性强、复杂程度高的外汇业务，实操当中建议境内企业与外管部门、主办银行以及专业咨询机构积极联动，依托近期出台的配套政策，借鉴同业经验并结合本企业具体情况，综合设计交易流程，提出应对措施，确保跨境资金流动的通畅。

为了提振经销商信心及降低疫情造成的短期影响，整车厂及总经销商可能在现有销售政策的基础上向经销商提供新的奖励政策，例如折扣、折让、返利等，具体可能是现金或实物等多种形式。对于不同形式的销售政策，企业均需要结合业务实质及合同安排综合考虑相应的税务影响，特别需要注意增值税处理（例如增值税专用发票和红字发票开具、视同销售等）和企业所得税扣除方面的合规要求。

另外，地方政府为了企业能够尽快恢复生产，也可能向本地企业提供一定形式的补贴。企业应根据政府补贴的具体形式进行适当的会计处理和税务处理，对于需要征税的政府补贴应确保税款正确计提并及时缴纳，对于不征税的政府补贴应根据规定取得相应的政府文件支持并建立台账管理。

四、疫情催生的创新和推广，如何不放松合规管理

受疫情影响，汽车销售的线下渠道几乎停滞，各大车企纷纷尝试线上销售，通过 VR 全景看车、线上询价等帮助经销商引流、集客。

汽车经销商在线上收集线索的过程中，一般通过直接从第三方平台购买的方式进行，近期则更多的通过内容运营、品牌故事、专业测评或者 KOL/KOC 的方式直接获得。无论哪种方式，都涉及到获取潜客个人信息和数据的环节。在从第三方获取个人信息时，应确认对方是有权获取数据的机构或个人，并采取加密传输的措施，保护信息的保密性、完整性、可用性。如果直接收集潜在消费者个人信息，则需要按照《网络安全法》、《个人信息安全规范》等要求，向信息主体明示个人信息处理目的、方式、范围、规则等，征求其授权同意，告知所收集信息的使用目的和使用范围，不得以欺诈、诱骗、误导的方式或者超出最少必要原则收集个人信息。这都需要汽车厂商在相关 APP 和网站设计过程中做到依法合规。

疫情之下，很多汽车企业更加注重汽车的空气质量和卫生防护方面的功能。例如，某新势力造车品牌在此关键时刻研发“高温抑菌”功能，通过手机 APP 远程对空调进行控制，在确保车辆安全的情况下对座舱进行高温净化抑制病菌。某国产企业品牌开发行业领先的智能空气净化系统，实现对细菌和病毒进入车内的有效阻隔和过滤。

汽车企业开发和推广新的功能无可厚非，但是需要遵守《广告法》和《反不正当竞争法》等法律法规对于宣传和广告方面的规定。在疫情期间，北京、南京等地的市场监督管理局先后发布相关文件，要求广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人不得设计、制作、代理、发布、代言虚假违法广告，严禁发布宣称对新型冠状病毒肺炎有预防、控制、治疗、治愈作用等内容的广告。从已公开的案例来看，在疫情期间，执法部门更有可能对违法行为“从严”进行处罚。因此，我们建议汽车企业在疫情期间推广相关产品的时候更加谨慎，避免触及监管的红线。

另外，企业在开发和推广以上新功能的同时，也应该考虑挖掘技术上属于研发的内容，充分利用研发优惠政策节约税收增加利润。与此同时，也建议企业对已享受的研发优惠的合规状态进行审阅，以避免在日益趋紧的监管要求下因非合规事项给企业带来负面影响。



与我们谈谈

如需了解更多本专题的相关详情,请联系:

廖仲敏
普华永道中国汽车行业
主管合伙人
电话: +86 (20) 38192278
邮箱: w.liu@cn.pwc.com

金军
普华永道中国汽车行业
管理咨询主管合伙人
电话: +86 (21) 23233263
邮箱: jun.jin@cn.pwc.com

任颖麟
普华永道中国汽车行业
中区税务主管合伙人
电话: +86 (21) 23232518
邮箱: alan.yam@cn.pwc.com

陈志希
普华永道中国汽车行业
北方区税务主管合伙人
电话: +86 (10) 65332022
邮箱: rex.c.chan@cn.pwc.com



有关普华永道的更多具体信息, 请访问我们的主页,

主页链接: <http://www.pwccn.com/home/eng/library/index.html>

我们提请您注意的是, 本新闻通讯和网站中包含的内容仅为一般性内容, 并不构成针对个别案件的专家意见。

对于个别案件, 请您咨询普华永道专家, 并征询正式意见后, 再决定贵公司的应对措施。

作者和普华永道对您自行决定就上述文章采取措施的结果不承担任何责任。