

发票数字化变革上演 市场培育尚需时日

■ 本报记者 崔敏

随着电子商务的发展,网购市场规模巨大,开票量攀升。2016年,京东“6·18”下单量超2000多万,随后的“双十一”,天猫交易额达1207亿元。网购开票难的程度由此可见一斑,这不仅造成巨额税收流失,也给消费者维权带来证据障碍,同时还带来了监管难题,而电子发票的发展有望解决这一难题。

从纸质发票时代到电子发票时代,信息技术给财税带来质的飞跃。阿里、腾讯、京东等巨头都在大力推广;支付公司也在加紧布局,一场互联网+财税的数字化变革正愈演愈烈。

税收生态环境生变

酒店、餐馆、商场、超市及电商平台是开票量极大的行业。同时需要开票的太多是个人,而且开票量大,流动量大,开票信息填写比较繁琐。

近几年,电子发票逐步走进人们的日常生活。为进一步适应经济社会发展和税收现代化建设需要,国家税务总局发布《关于推行通过增值税电子发票系统开具的增值税电子普通发票有关问题的公告》,明确了电子普通发票的法律效力,推行电子发票更是被写入了国家“十三五”规划纲要。与纸质发票相比,电子发票对降低纳税人经营成本,节约社会资源,构建良好的税收生态环境起着重要作用。

乐富支付云票项目组负责人任鹏辉接受《中国企业报》记者采访时表示,电子发票不仅适用于线上的场景,在线下实际经营场



王利博制图

景或者一些O2O场景中结合收款服务依然可以大放异彩,有很大的想象空间。“现在体量虽小,但是分工明确、协作高效”。

记者在走访一些电子发票企业用户的时候发现,企业对电子发票的反馈很好。北京古太海悦餐饮有限公司相关负责人告诉《中国企业报》记者,顾客通过扫描酒店提供的开票二维码填写开票信息或者由酒店工作人员扫描顾客的企业名片可完成信息的快速填写,时间从之前的5—20分钟缩短至1分钟以内,大大减轻了前台收银员的工作压力。

乐富支付云票项目组高级工程师曲国龙也对《中国企业报》记者谈到了电子发票的诸多优势:电子发票,采取电子签章实现发票签名、电子盖章,达到电子发票

唯一性、不可抵赖性、防篡改。在开完电子发票后,可通过网络、移动通信等方式传送给接收方,同时将电子发票PDF存储在文件服务器中,长期保存。

向智慧财务推进

在财税商事创新领域,基于电子发票的推广契机,共享经济带来的财税革新,已从理论的萌发发展成实践的应用范式。2016年12月,奥康鞋业与京东合作,试点运行共享电子发票,截至2017年5月9日,京东平台商家奥康已开出电子发票2.7万张。

京东集团副总裁蔡磊接受《中国企业报》记者采访时表示,麦当劳、肯德基、滴滴、阿里、微信等都有电子发票,电子发票的渗

透力很大。随着国家信息化的推进,最终会实现电子发票到智慧财务的推进。记者了解到,截至2017年5月9日,京东已经开出了6亿张电子发票。京东集团财税商事创新部总监吴婧告诉《中国企业报》记者,希望利用共享发票的方式来解决票货难以同行的问题。

家乐福目前有数百个税号,每个月线上线下开票在几万张以上,通过接入上海云砺信息科技有限公司核心产品票易通,实现了及时开具纸票和客户自助开具电票服务,大大降低了成本。

上海云砺信息科技有限公司CEO吴云向《中国企业报》记者介绍,目前,公司产品票易通已经为阿里巴巴、麦当劳、宝钢等众多大型企业提供了相关服务。截至目前,票易通开具电子发票2909737张,累计节省开票时间131.7年,为企业节省240亿元资金占用。

发展瓶颈亟待突破

业内普遍认为,电子发票的逐步推广和智慧财务的推进,可以杜绝假发票及偷税漏税行为,但目前也存在市场培育度和推广力度不够的问题。此外,电子发票报销流程及其效力、电子发票制约偷税漏税逼国家相关立法、增值税专用发票能否实现电子化等问题也引起业内高度重视。

一些企业在大力推广应用电子发票的同时,出于种种原因,仍然有近50%的比例在沿用纸质发票,如新证金融,其CFO刘旭就对《中国企业报》记者表示,如果开具电子发票,那么全国大约有数百万户纳税人需要因此购买新的税控专用开票服务器,按照每台

服务器3万元至5万元的价格,成本就达1500亿元至2500亿元。另外,目前推广的增值税电子发票系统是建立在专用设备(税控盘及税控专用服务器)基础上的,开户、购置、培训及使用较为繁琐,开票过程也较为麻烦,客户体验感比较差。

而对于开具电子发票对企业产生的额外成本,蔡磊分析,有服务就一定有成本,税务机关申报线上电子发票,维护都需要成本,但成本在企业可以承担的范围之内,并且这个成本在市场中会逐步得到优化。

蔡磊还认为,对于电子发票的发展,由于国家税务总局对信息系统安全性有担忧,政策法规的研究还没有修正完善。所以企业应该积极推进,倒逼国家加快电子发票相关立法的完善。

目前,我国企业的采购结算、费用报销、会计核算、凭证管理体系均是基于纸质发票的实物来处理,纸质发票的开具、接收、结算、入账以及归档涉及企业管理及信息化系统的多个环节。对此,吴云对记者表示,从短期看来,电子发票在企业进项端的应用由于发票接收处理流转的变化会导致企业组织架构、管理体系、信息系统等方面的一系列升级改造,所以纸质发票可能还会存在一段不短的时间。同时,他也强调,电子发票不仅仅是实现纸质发票电子化,在发票的产生、发放、开具、取得、保管、查验等各个生命周期环节,电子发票都能以电子信息流的方式进行流转,是一个发票全生命周期电子化的理念,另外,电子发票的费用比传统纸质发票的费用减少80%。

企业智慧采购刚起步 几十万亿“蓝海”待开拓

■ 本报记者 崔敏

采购成本居高不下和采购效率低下已成为长期困扰企业的问题,而信息技术的发展,推动了企业采购创新服务的提速,越来越多的企业开始推出智能采购平台,同时,也有很多企业开始尝试采用互联网化的采购方式。

业内人士表示,企业采购的市场规模高达几十万亿元,而企业智慧采购才刚刚起步,未来的10年将非常值得期待。当然,互联网技术尚处于发展初期,电子合同的推广还不足,电子承兑、电子支票也在发展的初期,技术的迭代和服务也有待进一步提高。

信息技术驱动采购智慧化

传统的采购模式已经实行了十几年,基于要做采购合同、付款申请、发票报销、物流跟踪等,企业在采购过程中存在很多的问题。比如采购透明度、采购的周期和效率、采购的成本居高不下

等。如何改变和解决这些痛点成为企业发展的重中之重。

传统企业采购从线下搬到线上是对采购行业的一次颠覆,企业采购真正的痛点不是商品供应,而是采购的模式。信息技术的进步驱动采购方式智慧化,极大地提升了采购效率。目前互联网对于传统产业的改造已经从销售端逐步走向采购环节,已经有越来越多国内外企业开始尝试采用互联网化的采购方式。

京东集团大客户业务负责人宋春正接受《中国企业报》记者采访时表示,解决企业采购痛点最好的办法就是破坏传统的采购模式,把传统的采购搬到线上,真正实现采购无缝连接,提升采购效率。

据媒体报道,与之前的传统采购形式相比较,北京永信至诚科技股份有限公司在京东线上采购后,该公司每年的采购成本能节约大概10万—20万元成本,也就是10%左右。

阿里巴巴大企业采购产品总监程序接受《中国企业报》记者采访时表示,几乎所有的企业都追求

阳光采购、高效协同、降本增效,通过新技术去挖掘数据,让数据去驱动企业采购业务的运转,实现智慧化的采购是必然的趋势。

智慧采购市场前景广阔

记者梳理发现,阿里巴巴已推出1688大企业采购平台,慧聪网也推出智慧采购平台,京东企业购也已深耕近四年。而中国移动、中国联通、比亚迪、深圳平安、中粮、三一集团等都已经开始用互联网的方式进行采购。

程序向记者介绍,目前阿里巴巴大企业采购平台已经入驻了约110个集团企业,包括约1500家公司,目前的交易规模在几百亿元。记者从京东了解到,目前京东企业购平台有超过600万的活跃用户,相关政府部门、部分央企和外企等也通过京东企业购平台进行采购。

程序表示,未来互联网采购的市场前景是非常广阔的,一般来说,一家100亿规模的制造型企

业,它的采购总金额就在60亿到70亿元之间,在中国营收超百亿元的企业就接近千家,1亿到100亿元的企业是几万家,所以粗略估算就是几十万亿的市场规模。

但程序同时坦言,如果说真正达到的智慧采购是指采购4.0的话,则还需一定时间,目前绝大部分企业还在采购2.0,甚至1.5阶段,最高也就达到采购2.5阶段。比如华为这样国内最领先的企业,在自助式电子目录采购和采购的早期介入方面,也正在借助互联网方式进行优化,算是刚刚触网。目前,企业智慧采购只能算是刚刚起步。

技术迭代+服务能力还需进一步提高

相比传统采购,智慧采购的优点显而易见,但是,在发展的初级阶段,智慧采购也存在很多问题。

程序分析,目前企业采购还处于互联网采购发展的初级阶段,互联网技术也在发展初期,电

子合同的推广还不足,电子发票还只有普票没有增票,电子承兑、电子支票等等还在刚刚起步中。

业内人士也表示,新技术的不断迭代和智慧采购服务的完善也是行业需要突破的难题,企业采购对效率、安全这两个方面的要求也更高。

记者了解到,为提高企业采购的安全性,阿里巴巴1688大企业采购平台全面引入第三方电子合同平台法大大,1688大企业采购平台上的数千家企业互联网采购服务买家和百万供应商均可使用电子合同实现在线签约,来提升平台用户的业务效率、保障交易各方的合法权益。

京东方面也表示将加大技术投入,京东集团CTO张晨告诉《中国企业报》记者,京东未来的重点是考虑如何将不同技术点发展覆盖到从采购到计算需求、到云服务、大数据服务。同时,他也表示,“京东接下来12年,提高用户体验、降低成本、提高效率等靠的一定是技术,京东将进一步加大在技术上的投入。”