中国收紧啤酒销售税收规则

白酒新增申报要求，以及关联方啤酒销售更高的计税基础，可能推高中国生产商成本

2026年5月15日星期五



中国已开始收紧啤酒和白酒这两大备受关注的酒类税收规则，此举可能影响采用关联方分销网络的生产商的定价、利润率和合规成本。

国家税务总局4月1日表示，啤酒消费税现在应按“孰高”原则计算。对于销售给关联经销商的啤酒，计税价格取制造商出厂价与经销商对外转售价中的较高者。此前采用的是经销商的销售价格。该调整立即生效，适用于具有关联方结构的企业，包括通过关联经销商销售的合资企业和外资生产商。

这一新规之所以重要，是因为在生产商自身出厂价高于经销商转售价时，它会抬高计税基础。这意味着，即便下游定价没有变化，一些企业也可能面临更高的消费税负担。税务机关正沿用现有转让定价定义来判断双方是否构成关联关系，包括持股25%及以上、贷款依赖、许可关系、共同管理或家庭关系。

对于在中国运营的啤酒企业而言，实际影响很可能是按品牌和产品线重新审视内部定价及税负敞口。依赖关联经销商的公司需要核查，在新公式下其当前定价结构是否仍具商业合理性，以及如果出厂价因独立交易原则受到质疑，其相关文件能否支持较低的出厂价。

中国还更新了白酒的申报要求。白酒作为清香型烈酒，仍是该国最重要的消费税类别之一。4月22日，税务总局发布修订后的消费税申报表，为白酒生产商新增两张附表。新规自6月1日起生效，并将首先适用于季度申报纳税人在2026年7月申报期内提交的申报。

其中一张新附表要求生产商按每个最小销售单位报告销量、出厂价和申报计税价格，并区分关联买方与非关联买方。另一张则要求详细填报关联经销商信息，包括名称、地区以及双方关系存续期间。首次申报需全部手工录入；此后如无变动，将自动带出。

白酒规则旨在帮助税务机关更容易核实消费税在单品层面的计算方式。白酒消费税以三项数据中的最高值为基础：出厂价、关联方转售价或税务机关设定的最低核定价格。在某些情况下，如果卖给关联方的产品定价低于该关联方转售价的70%，主管部门可将最低核定价格设为转售价值的60%。

对于烈酒生产商，尤其是在中国拥有高端品牌或合资企业的公司而言，这些新的申报附表意味着更细致的报告要求和对定价做法更严格的审查。企业需要建立能够追踪最小销售单位层面销售情况并保持关联方记录及时更新的系统。

4月这些变化传递出的更广泛信号是，中国正在推动消费税申报更加透明，同时也在收紧对关联分销普遍存在行业中应税价值的衡量方式。对于啤酒和白酒生产商而言，这意味着更多数据采集、更多文件留存，以及与申报税值不一致的非正式定价安排将失去更大空间。