



 Grant Thornton 正大專欄
An instinct for growth™

跨境銷售電子勞務課徵所得稅問題

羅裕傑

Facebook（下稱FB）成為全球最大的社群網後，國內廠商們紛紛都開始利用FB廣告爭取曝光機會，FB因而賺取大量的廣告收入。國稅局同樣也相中跨國廣告電商這塊大餅，而發布外國營利事業跨境銷售電子勞務（下稱海外電商）課稅之相關規定。

因FB在台灣未設分公司，故國稅局要求國內廠商在投放廣告時都須代FB扣繳20%的所得稅款（Withholding Tax）。又因FB僅以實際收到的廣告金額而投送相對應

的時間與曝光度，舉例來說：國內廠商想以1,000美元在FB投送廣告，其中有200元美元為稅款，FB只實拿800美元，故只提供800美元的廣告效益，這使得國內廠商在這筆交易上須繳交高額稅款。

而經國內廠商申訴後，財政部於民國（下同）107年1月2日發布台財稅字第10604704390號令，規範海外電商予中華民國境內買受人之相關所得稅課稅規定。海外電商於符合條件下，可採用所謂的視同淨利率30%的方式核定所得。透過視

同淨利率×境內利潤貢獻度×所得稅率20%，等於扣繳稅率可由原本的20%直接大幅下降，推估可降到6%。

該號函令說明扣繳稅率的降低將自106年1月1日起追溯適用，這意味著國內廠商有權利向國稅局申請退回14%的溢扣繳稅款，惟法理上扣繳稅款的實際負擔者是外商，若無外商協助提供相關文件及授權書，國內廠商仍有困難申請退稅，退回款項技術上也屬外商所有，故雙方對於退回款項的歸屬若無特別事

先約定，將產生爭議。

雖然FB香港和台灣公共政策總監透過媒體表示，會在全力配合財政部的前提下，共同商研相關機制，讓這些已繳納20%稅額的國內廠商獲得FB授權，直接把退稅匯進當初刷卡的戶頭，但實際上文件簽屬，對外國企業而言往往需要嚴格把關，也就是說需層層主管甚至律師同意，方能進行。

縱使最後外商同意，可能也已耗費許多時間。另一方面，對於企業而言，資金周轉及時效往往會牽動

企業的命脈。也因此，建議不論與那間海外電商往來，最好在簽約時就放入相關保護條款於契約中以避免所有可能發生的爭議。

以上所述的函令降低了與境外電商交易之扣繳稅額，也等同降低國內廠商不少成本，對雙方而言是一大福音，特別是像FB這樣大公司，間接又提高廣告業績成長。

值得注意的是，國稅局同步利用這些申請退稅的廠商名單，留意國內廠商所得的變動；另一方

面也積極在調查有多少台灣公司過去給付FB而未辦理扣繳，進而發出補稅令及罰款。

為避免在稅務調查中受到不利的處分，國內廠商宜先自行檢查過去與外商交易時，扣繳稅款是否都有依法扣繳。若有瑕疵，最好是能在被調查前，先自行補報以免被罰。只有合法的規劃，才能長久有效降低稅務風險。（本文作者為Grant Thornton Taiwan正大聯合會計師事務所會計師）