

客户集中度对企业避税的影响机制研究 ——来自中国上市公司的实证分析

王 宇¹, 赵宇亮^{1,2}, 张东源³

(1. 内蒙古大学经济管理学院, 内蒙古 呼和浩特 010021)

(2. 内蒙古大学资本市场与金融创新研究中心, 内蒙古 呼和浩特 010021)

(3. 中国社会科学院大学经济学院, 北京 102488)

摘 要: 企业避税行为给国家的财政收入带来了巨大影响, 也破坏了市场公平竞争的原则。采用 2009—2020 年沪深 A 股上市公司数据, 研究发现随着客户集中度提高, 企业避税程度会逐步加深。进一步研究发现, 对于非国有企业、小型企业以及产品独特性高的企业而言, 客户集中度与企业避税程度的正相关关系更为明显, 经过稳健性检验后, 其回归结果仍然显著。此外, 还识别出客户集中度影响企业避税程度的 3 种机制: 利润补偿、融资约束和外部监督。

关键词: 客户集中度; 企业避税; 利润补偿; 融资约束; 利益相关者监管

中图分类号: F830.9 **文献标识码:** A **文章编号:** 1005-0566(2022)07-0118-11

Study on the Influencing Mechanism of Customer Concentration on Corporate Tax Avoidance: Empirical Data from Listed Companies in China

WANG Yu¹, ZHAO Yuliang^{1,2}, ZHANG Dongyuan³

(1. School of Economics and Management, Inner Mongolia University, Hohhot 010021, China)

(2. Capital Market and Financial Innovation Research Center, Inner Mongolia University, Hohhot 010021, China)

(3. School of Economics, University Of Chinese Academy Of Social Sciences, Beijing 102488, China)

Abstract: Corporate tax avoidance brings massive impacts to a country's fiscal revenue, which also undermine the market fairness. Using the data regards Shanghai and Shenzhen A-shares from 2009 to 2020, we found that with the increase of customer concentration, firms are likely to engage in more tax avoidance activities. Further researches reveal, for non-state-owned enterprises, small enterprises and enterprises with high product uniqueness, the positive correlation between customer concentration and corporate tax avoidance extent is more obvious, simultaneously, the regression results are still significant in the robustness tests. Moreover, three mechanisms that customer concentration affects corporate tax avoidance are determined in this paper. They are corporate profit compensation, financial constraints and external supervision.

Key words: customer concentration; corporate tax avoidance; profit compensation; financial constraints; stakeholder supervision

收稿日期: 2021-09-26 修回日期: 2022-01-23

基金项目: 国家自然科学基金项目(72163023); 内蒙古自然科学基金项目(2021BS07004); 内蒙古哲学社会科学规划项目(2015B063)。

作者简介: 王宇(1978—), 男, 山西大同人, 内蒙古大学经济管理学院教授、硕士生导师, 博士, 研究方向为产业结构、产业组织。通信作者: 赵宇亮。

一、文献综述

税收作为财政的核心组成部分,为国家治理提供了重要的财力保障。在构建新发展格局背景下,财税制度改革需要更加重视社会公平^[1],加强对企业避税监管有利于社会公平,因此成为了财税制度改革的热点议题。随着税收征管手段和技术不断提高,企业的逃税行为得到部分遏制,但是通过利益相关者关系激进避税的行为却日益严重,造成了国家财政收入的重大损失。部分企业积极构建以自我为中心的供应链,在上下游关系网上分摊税费成本,达到避税目的。如企业在供应链上将间接税向前转嫁,通过压低进货价格将税收成本分摊给上游企业,或通过向后转嫁,将税收成本分摊给下游企业。企业有强烈的动机借助“关系”进行避税,从而破坏了“参与者”的价值创造,总部设在美国的制造业公司 Caterpillar,通过供应链税务筹划在美国少缴纳 24 亿美元的税款^①,引发了社会关注。

已有文献从不同理论和角度探讨企业避税的原因。基于资源依赖理论的研究认为,组织需要通过环境中的资源来维持生存。信贷资源短缺容易造成企业融资约束,进而引起避税^[2]。企业人力资源成本上升,同样会引起避税增加^[3]。此外,税收政策变动,通过影响市场资源配置效率与企业经营绩效,也会对企业避税行为产生影响^[4-5]。所以,公司战略资源的差异,会让企业做出不同避税选择^[6]。基于委托代理理论的研究认为,严重的委托代理问题是避税形成的主要原因,这方面的研究相对丰富。从管理者视角发现,管理者过度自信、两职合一、管理层激励等^[7-9]因素会促进企业避税;而从监督视角分析,媒体监督、会计监督、投资者监督等^[10-12]都能够抑制避税。基于信号传递理论认为,在信息不对称的情况下,公司经理层会通过股利政策选择等方式向投资者传递信息,因此信息成为左右公司避税行为的重要因素。Chen 等(2017)^[13]发现信息不对称是造成避税的重要因素。由于该研究没有将利益相关者问题纳

入到分析框架,客户关系对企业避税的影响受到学界较少关注。

客户集中度是客户关系的重要反映,也体现了利益相关者之间的联系,证监会规定了上市公司必须要披露前五名客户信息,客户关系在企业经营活动的重要性得到了加强^[14]。一方面,客户集中度高有助于提高企业资产净利率,增强企业获得银行贷款的能力^[15],使得企业的供应链更加稳定,给公司带来持续的业绩和 IPO 溢价^[16]。另一方面,高的客户集中度也会加大公司的经营风险^[17],影响公司的经营与财务决策。事实上,在广大发展中国家,税收征管系统不完善,利用“关系”避税的现象较为普遍。虽然有学者已经注意到客户集中度和企业避税的关系,但是由于缺乏对企业异质性的分析和归纳,所以鲜有文献系统地分析客户集中度对企业避税的作用机制。鉴于此,本文使用中国沪深 A 股上市公司 2009—2020 年数据作为研究样本,多维度实证检验了客户集中度对企业避税的影响以及影响机制。

二、理论假设

交易成本理论提出:由于人的有限理性、缔约各方的机会主义倾向和交易的不确定性,市场在资源配置时会产生巨大的交易成本。所以当客户显著集中后,属于交易成本之一的谈判成本会变得很大。客户议价能力的提升迫使企业向客户让步利润,对企业产生负面影响,给生产经营带来巨大利润损失,而避税正是对利润损失的补偿。但是,根据税收筹划有效性理论,企业避税活动不仅降低了企业的税收成本,而且增加了其他交易成本。因此,减少实际纳税并不一定意味着企业税后收入增加。企业避税是一把可以增加或减少收入的双刃剑,积极作用包括减轻税收负担,提高财务管理水平,负面影响包括代理成本和信息成本的大幅度增加。

客户集中度对企业避税行为的影响有以下 3 个方面。首先,企业对客户的高度依赖会形成买方垄断势力,增强了客户的议价筹码。客户会对

① U. S. Senate, 2014. Caterpillar's offshore tax strategy. Permanent Subcommittee on Investigations, Washington, D. C.

企业产品价格和质量提出更高要求,这削弱了企业的盈利能力,促使企业进行避税。其次,客户集中度高会增加企业的融资成本。银行考虑到客户高度集中给企业带来的风险,会提出更高的贷款利率和限制性条款,增加了企业债务融资和权益融资成本^[18]。企业面对融资成本增加会选择避税以缓解资金周转困境。最后,客户越集中,企业越会重视客户关系的稳定性。如果企业公开披露的信息过于充分,同行业竞争对手会加以利用^[19],所以客户集中度较高的企业会主动降低信息的透明度。但是,低透明度却增加了管理层盈余管理的动机,进而采取避税措施。综上所述,提出假设 H1:控制其他因素的影响,客户集中度越高,企业避税程度越大。

委托代理理论解释了企业避税的差异性。一方面,国有企业的股东既是税收缴纳者又是税收受益人,企业收益以及税收收益均为国家所有,而非国有企业则存在企业收益分配问题。这在客观上造成了国有企业与非国有企业避税动机上的差异。所以,非国有企业为了获得更大的利润分配权益,其避税动机更加强烈。另一方面,国有企业负责人往往承担更多的政治角色,需要承担更多的社会责任,不是一味追求企业的利润。而非国有企业负责人,往往以营利为最终目标,更为关注企业的税收筹划,减低企业税收成本,进而有强烈的动机避税。基于此,在企业客户集中度较高时,无论出于避免利润损失亦或获取更大经济收益,非国有企业的避税程度更为强烈。因而,提出补充假设 H1a:相对于国有企业,非国有企业的客户集中度越高,避税程度越大。

企业规模会影响企业的信贷。由于小企业信息透明度较低,资金提供者的风险补偿溢价就会提高,将进一步增加企业的贷款成本,所以小企业一般会面临较为严重的融资约束。基于此,当小企业的客户集中度提高时,基于现金流或是实现利润的考虑,其避税动机更强烈。因此,提出补充假设 H1b:相对于大型企业,小型企业的客户集中度越高,避税动机越强。

供应商为了维持良好的客户关系,需要生产

独特的产品,将进一步投入专有化资产^[20],这无疑增加了企业的生产成本,强化了企业的融资约束。另外,当独特产品的需求面变窄,可能从卖方市场转向买方市场,买方增加了议价权利。因此,提出补充假设 H1c:当企业的客户集中度提高时,产品独特性更高的企业避税动机也会更强。

企业客户集中度越高,客户议价能力越强,因此就会增加企业的交易成本并且压缩企业的利润。首先,税收导致现金流从企业流出,是企业重要的支出成本^[21],企业通过避税可以显著减少支出成本,弥补企业的利润损失。其次,避税增加的现金流,可以用于企业的投资、并购以及增加广告支出,进而建立竞争优势,提升企业市场绩效^[8]。李欢等(2018)^[14]发现客户集中度高的企业,其经营业绩(ROA)表现相对较差,一个重要的原因是毛利率过低。在供过于求的市场上,企业竞争更加激烈,为了提升客户的保有率,更愿意降低利润迎合客户,而避税是减少企业利润损失的重要途径。最后,由于客户集中度的提高,客户一旦断供、流失,其盈利能力会产生巨大落差^[17]。原因在于客户的专用性投资以及谈判的优势地位,使得企业获得利润空间收紧,因而进一步加剧了企业财务风险。因此为了补偿损失,企业也有动机进行避税。据此,提出假设 H2:控制其他因素的影响,当客户集中度提高后,企业为了弥补利润损失会加大避税力度。

客户集中度过高会引发融资风险,外部投资者与金融机构往往上调风险预期,从而导致企业的外部融资成本增加,形成融资约束^[22]。江伟等(2021)^[23]发现随着客户集中度提高,大客户的平均应收账款期限就会延长。此外,由于客户集中度提高,企业需要应对更多风险,因而被迫需要增加现金流。基于企业正常经营活动中应收账款时间延长和对现金流的需要,资金压力增大。一方面,在企业维持正常的经营条件下,对大客户的授信期越长,表明了企业良好的经营治理水平,进一步维护了企业与大客户的关系。另一方面,企业面对较少的大客户,其风险水平更高,为了应对客户风险,企业对现金流是否充裕开始关注。因而

客户集中度提高,进一步加剧了企业融资约束风险,刺激企业进行避税。此外,为了防止客户集中度过高导致的“客大欺店”,供应商就选择了提高自身的财务杠杆^[24]。目的是向大客户“示威”,借此提升自身的议价能力。财务杠杆提升的直接后果是企业融资成本提高。为了应对提升的融资成本,企业也会增强避税力度。据此,提出假设 H3:控制其他因素的影响,当客户集中度提高后,企业为了缓解融资约束会加大避税力度。

对于客户集中度较高的企业而言,客户与企业容易形成共谋,增加外部的监督成本,降低企业的信息透明度,助长了企业的机会主义行为,进而引发企业避税。因此,提出假设 H4:当市场缺乏对企业监管后,客户集中度越高,企业避税力度越大。

三、研究设计

(一)数据来源与样本选择

本文以 2009—2020 年中国沪深 A 股上市公司为研究对象。中国证监会公布的《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号〈年度报告的内容与格式〉》(2007 年修订)中明确提出,公司需报告前五名供应商合计的采购金额占年度采购总额比例和前五名客户销售额合计占公司销售总额比例。自 2009 年开始,该项披露政策得到普遍执行。因此,本文的样本开始时间确定为 2009 年。本文使用的数据为上市公司基本信息及财务信息数据和公司税率。财务数据均来自国泰安数据库(CSMAR),公司税率来自万德数据库(Wind)。

本文对样本进行如下处理:删除资不抵债的公司样本;删除金融类公司样本;删除 ST 以及主要变量缺失的公司;为了避免异常值对实证结果的干扰,本文对所有连续变量在上下 1% 的水平上进行 Winsor 处理。经过处理得到公司年度观测值共计 18497 个。

(二)变量定义与模型建立

1. 客户集中度的度量

本文借鉴王雄元等(2014)^[25]、周冬华等

(2018)^[20]对客户集中度的定义方法,根据年报中管理层分析讨论部分公布的前五大客户销售收入,构建 4 个客户集中度指标。第一个为前五大客户销售收入占比 $T5_{custom}$ (前五大客户销售收入之和除以当年公司销售总收入),第二个为第一大客户销售收入占比 $T1_{custom}$ (第一大客户销售收入除以当年公司销售总收入),第三个为前五大客户销售收入的赫芬达尔指数 $cushhi$ (前五大客户各自的销售收入占公司销售收入比值的平方,再相加总),第四个为前五大客户各自销售收入标准差 $cussd$ (前五大客户各自的销售收入占公司销售收入比值的标准差)。

2. 避税的测度

参考刘行等(2013)^[26]、叶康涛等(2014)^[27]的做法,本文使用名义所得税率减去实际所得税率来衡量企业的避税程度($rate1$)。名义税率为公司年报所披露的税率,实际税率用所得税费用除以税前总利润的方法测度。另一种测度避税的方法是使用税前会计利润减去应纳税所得额的差除以期末总资产,记为 $rate2$ 。其中应纳税所得额等于所得税费用减去递延所得税费用的差除以名义所得税率。把第二种避税指标用作稳健性检验。

3. 模型设定

本文建立如下实证模型,用以检验客户集中度与公司避税的关系。模型结构如下:

$$rate1_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 cc_{i,t} + controls_{i,t} + \sum year + \sum ind + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

被解释变量 $rate1$ 为公司的避税程度,解释变量 cc 为客户集中度(用 4 种方式测度)。本文控制变量包括资产负债率(lev)、企业规模($size$)、经营活动现金净流(cf)、发展速度($growth$)、企业年龄(age)、资产收益率(ROA)、投资收益(ROI)、有形资本比(PPE)、无形资本比($INtang$)、存货($INvent$)、总应计利润(Ta)、本年度亏损($deficit$)。此外,本文还控制了年份和行业固定效应, ε 为随机误差项。

4. 变量描述性统计分析

表 1 是对主要变量进行的描述性统计,包含的

统计信息有样本数、均值、标准差、最小值、25%分位数、中位数、75%分位数、最大值。避税程度(*rate1*)的平均值为 0.0271,说明我国上市公司的实际税率普遍低于名义税率,存在避税现象。均值与刘行等(2013)^[26]的避税程度数据较为接近。25%分位数值为-0.0231,表明有 25% 的上市公司的实际税率高于名义税率。从客户集中度的平均值来看,前五大客户销售收入占比(*T5custom*)为 30.76%,第一大客户营业收入占比(*T1custom*)为 13.84%,客户销售收入的赫芬达尔指数(*cushhi*)为 5.23%,前五大客户各自销售收入标准差(*cussd*)为 4.64%,均值与周冬华等(2018)^[20]的客户集中度数据较为接近。客户销售收入的赫芬达尔指数(*cushhi*)的最大值为 62.11%,最小值为 0,说明客户集中度存在较大的差异。在控制变量方面,描述性统计结果与分布均在合理范围。

表 1 主要变量描述性统计

变量名	样本量	均值	标准差	最小值	25 分位数	中位数	75 分位数	最大值
<i>rate1</i>	18497	0.0271	0.1655	-0.6160	-0.0231	0.0131	0.0762	0.7667
<i>T5custom</i>	18497	0.3076	0.2151	0.0110	0.1444	0.2521	0.4244	0.9611
<i>T1custom</i> (%)	18472	13.8440	14.5011	0.3800	4.6200	8.8500	17.4200	78.7000
<i>cushhi</i>	18497	0.0523	0.0994	0	0.0050	0.0160	0.0511	0.6211
<i>cussd</i>	18412	0.0464	0.0603	0.0006	0.0101	0.0237	0.0562	0.3272
<i>lev</i>	18497	0.4173	0.2055	0.0508	0.2517	0.4067	0.5696	0.8998
<i>size</i>	18497	22.0204	1.2050	19.7736	21.1607	21.8619	22.6840	25.9305
<i>cf</i>	18497	0.0460	0.0689	-0.1588	0.0073	0.0447	0.0858	0.2409
<i>growth</i>	18497	0.1753	0.4006	-0.5407	-0.0248	0.1122	0.2775	2.486
<i>age</i>	18497	1.8649	0.9019	0	1.3863	1.9459	2.5649	3.2581
<i>ROA</i>	18497	0.0343	0.0690	-0.3292	0.0135	0.0363	0.0653	0.1970
<i>ROI</i>	18497	0.0061	0.0133	-0.0125	0	0.0015	0.0066	0.0802
<i>PPE</i>	18497	0.2124	0.1527	0.0029	0.0932	0.1828	0.3011	0.6742
<i>Intang</i>	18497	0.0452	0.0432	0.0001	0.0181	0.0345	0.0570	0.2577
<i>Intent</i>	18497	0.1424	0.1258	0.0005	0.0619	0.1130	0.1804	0.6826
<i>Ta</i>	18497	-0.0136	0.0796	-0.3610	-0.0470	-0.0095	0.0277	0.1989
<i>deficit</i>	18497	0.1055	0.3072	0	0	0	0	1

四、实证结果

1. 基础回归分析

针对模型(1)进行估计,表 2 中第(1)~(4)列显示的是全样本回归结果。根据表 2 回归结果显示,4 个度量客户集中度的系数均在 5% 水平下显著为正,证实了本文的假设 H1。即客户集中度越高,客户议价能力越强,客户对企业预期利润压缩空间就越大。公司为了获取正常利润,减少不必要的成本,进而企业增强避税动机。

2. 产权性质的影响

国有企业由于在获得政府资源以及承担社会

责任方面的特殊地位,其避税的意愿势必弱于非国企公司。从管理层角度来讲,国企的经理人对于政治升迁的意愿要强于提高企业经营绩效的意愿,所以国有企业可能避税动机不强。此外,由于国有企业是我国公司法规践行的主体,所以可能涉及违背法律法规的经营活动必将受到国企的抵制。为了进一步探求产权性质对于避税的作用,本文将样本分为国企组和非国企组。表 3 第(5)~(8)列分样本回归结果显示:在非国企组,客户集中度的系数在 5% 水平下显著为正,表明客户集中度越高,非国企避税动机越强。证实了本文的假设 1a。

表 2 基础回归表

变量	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>T5custom</i>	0.0256 *** (3.23)			
<i>T1custom</i>		0.0003 *** (2.83)		
<i>cushhi</i>			0.0405 ** (2.44)	
<i>cussd</i>				0.0632 ** (2.37)
<i>_cons</i>	0.0799 * (1.70)	0.0930 ** (1.99)	0.0991 ** (2.14)	0.0988 ** (2.12)
<i>year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>ind</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	18497	18472	18497	18412
<i>adj. R²</i>	0.135	0.135	0.135	0.135

注:***、**、* 分别表示 $p < 0.01$ 、 $p < 0.05$ 、 $p < 0.10$ 的差异显著性;括号中报告的是的 t 统计量。

3. 企业规模的影响

由于小企业在信贷融资方面先天受到较为严重的歧视,因此其融资约束相比于大企业而言更为严重。所以,应收账款的增加势必严重影响小企业的资金流动性,进而影响企业发展。因此,为了避免企业预期利润进一步被大客户压缩,小企业的避税动机相比于大企业会更强,以期从成本方面减少企业支出、增加企业绩效。为了进一步探求企业规模对避税的作用,本文参考李春涛等(2014)^[28]的做法,将样本按企业规模分为大企业和小企业。表 4 第(5)~(8)列分样本回归结果显示:在小企业组,客户集中度的系数在 1% 水平下显著为正,表明客户集中度越高,小企业避税动机越强。证实了本文的假设 1b。

表3 产权性质对客户集中度与避税之间关系的影响

变量	国企				非国企			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
<i>TS_{custom}</i>	0.0205 ** (2.31)				0.0376 ** (2.41)			
<i>TI_{custom}</i>		0.0003 (1.54)				0.0003 ** (2.49)		
<i>cushhi</i>			0.0400 (1.50)				0.0441 ** (2.04)	
<i>cussd</i>				0.0540 (1.17)				0.0709 ** (2.16)
<i>Control</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>ind</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	5418	5403	5418	5373	13079	13069	13079	13039
<i>adj. R²</i>	0.153	0.153	0.152	0.153	0.129	0.129	0.129	0.129

注:**表示 $p < 0.05$ 的差异显著性;括号中报告的是的 t 统计量。

表4 企业规模对客户集中度与避税之间关系的影响

变量	大企业				小企业			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
<i>TS_{custom}</i>	-0.0057 (-0.40)				0.0360 *** (3.79)			
<i>TI_{custom}</i>		-0.0001 (-0.55)				0.0005 *** (3.53)		
<i>cushhi</i>			-0.0183 (-0.73)				0.0723 *** (3.35)	
<i>cussd</i>				-0.0257 (-0.62)				0.1048 *** (3.11)
<i>Control</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>ind</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	5913	5900	5913	5870	12584	12572	12584	12542
<i>adj. R²</i>	0.149	0.150	0.149	0.150	0.134	0.134	0.134	0.134

注:***表示 $p < 0.01$ 的差异显著性;括号中报告的是的 t 统计量。

4. 产品独特性的影响

由于供应商前期在提供独特性高的产品时注入了大量专项资本,因此供应商为了收回潜在的额外成本会增加避税动机。为了进一步探求产品独特性对避税的作用,本文参考王雄元等(2014)^[25]的做法,以管理费用和销售费用占营业成本的比重来度量产品独特性。若占比高于当年行业均值则为产品独特性高,占比若低于行业均值则为产品独特性低。表5第(1)~第(4)列分样本回归结果显示:在产品独特性较高的组别,客户集中度的系数在1%水平下显著为正,表明客户集中度越高,具有产品独特性的企业避税动机越强。证实了本文的假设1c。

五、进一步分析与检验

(一) 内生性分析

1. 工具变量法。由于客户集中度与企业避税可能存在内生性,比如企业避税程度较高,信息透

明度会降低,继而减少了缺乏企业真实信息的小客户,进一步增加了大客户的集中度。本文使用工具变量法解决避税行为影响客户集中度的反向因果问题。工具变量选取公司分支机构数量(*branch*)。首先,从相关性看,分支机构的数量越多,公司服务的客户越多,客户可能越分散,见表6第(1)列、第(3)列、第(5)列、第(7)列。换言之,分支机构越少则客户可能越集中。因此,分支机构和客户集中度有一定的相关性。其次,目前没有证据显示公司分支机构数量与公司避税程度具有相关关系,满足工具变量外生性。最后,弱工具变量的 F 值均大于10。表6第(2)列、第(4)列、第(6)列、第(8)列回归结果中,客户集中度的系数在1%的水平下显著为正,表明客户集中度可以显著提高公司的避税程度。因此,在使用工具变量缓解内生性问题后,本文基本结论依然成立。

表 5 产品独特性对客户集中度与避税之间关系的影响

变量	产品独特性高				产品独特性低			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
<i>T5custom</i>	0.0544 *** (4.36)				0.0101 (1.07)			
<i>T1custom</i>		0.0008 *** (4.52)				0.0001 (0.60)		
<i>cushhi</i>			0.1120 *** (4.20)				0.0053 (0.27)	
<i>cussd</i>				0.1699 *** (3.97)				0.0125 (0.40)
<i>Control</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>ind</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	6487	6479	6487	6459	12010	11993	12010	11953
adj. <i>R</i> ²	0.149	0.149	0.148	0.148	0.128	0.128	0.128	0.128

注：***表示 $p < 0.01$ 的差异显著性；括号中报告的是的 t 统计量。

表 6 工具变量回归

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	<i>T5custom</i>	<i>rate1</i>	<i>T1custom</i>	<i>rate1</i>	<i>cushhi</i>	<i>rate1</i>	<i>cussd</i>	<i>rate1</i>
<i>branch</i>	-0.0472 *** (-23.86)		-0.0270 *** (-18.94)		-0.0173 *** (-17.13)		-0.0099 *** (-16.41)	
<i>T5custom</i>		0.2164 *** (6.30)						
<i>T1custom</i>				0.3770 *** (6.13)				
<i>cushhi</i>						0.5924 *** (6.09)		
<i>cussd</i>								1.0442 *** (6.10)
<i>Control</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>ind</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	18055	18055	18030	18030	18055	18055	17976	17976
<i>F</i>	84.58		38.86		26.92		28.88	
<i>R</i> ²	0.2554	0.0920	0.2071	0.0658	0.2134	0.0523	0.1778	0.0335

注：***表示 $p < 0.01$ 的差异显著性；第(1)、(3)、(5)、(7)列括号中报告的是的 t 统计量。第(2)、(4)、(6)、(8)列括号中报告的是的 z 统计量。

2. 得分倾向匹配法。企业是否存在大客户，可能和多种因素有关而非随机。为了消除这些偏误，本文使用得分倾向匹配。参考周冬华等(2018)^[20]的做法，将是否有第一大客户的销售占比超过10%的样本分为两组。以全部控制变量为匹配对象，采用1:1临近匹配的方法。匹配后，结果显示客户集中度与避税程度依然呈正相关关系。

3. 固定效应模型。为了解决不随时间变化的遗漏变量问题。本文采用固定效应模型重新回归，检验结果与本文主要结论相一致。

(二)稳健性检验

1. 改变避税程度的衡量方法。参考刘行等(2013)^[26]的做法，我们重新定义 *Rate2* 为避税程

度。 $Rate2 = (\text{税前会计利润} - \text{应纳税所得额}) / \text{期末总资产}$ ， $\text{应纳税所得额} = (\text{所得税费用} - \text{递延所得税费用}) / \text{名义所得税率}$ 。对模型(1)进行重新回归，结果依然显著。

2. 更换解释变量。参考王雄元等(2017)^[29]的做法，我们设置一个虚拟变量：高于年度行业客户集中度均值取值为1，否则取值为0。*cc1* 为是否高于 *T5custom* 年度行业的代理变量，同理 *cc2*、*cc3*、*cc4* 分别为 *T1custom*、*Cushhi*、*cussd* 的代理变量。对模型(1)进行重新回归，结果依然显著。

3. 仅保留制造业。由于制造业产业链条更为紧密^[29]，因此企业受客户集中度的影响更小。这是因为相对于其他行业，制造业更多生产同质产品，客户的议价能力本就很强，客户集中度的影响

可能因此衰弱。我们单独测试了制造业企业客户集中度对避税的影响,结果依然显著。

(三)机制检验

客户集中度提高直接导致企业谈判议价能力降低。企业只能被动接受客户定价。这意味着企业压缩了利润空间,具体表现为企业营业收入降低。因此,企业为了进行业绩补偿势必会通过避税减少成本。

表7第(1)列、第(3)列、第(5)列、第(7)列表明:客户集中度均在5%水平下显著为负,客户集中度提高会降低企业的营业收入。之后,将企业主营业务利润(*OR*)作为回归的中介变量进行中介效应分析。表7第(2)列、第(4)列、第(6)列、第(8)列的回归结果显示:在对模型1的回归中加入企业营业收入变量后,*OR*的系数显著,主营业务利润发挥了部分中介效应,证明了假设2。

客户集中度的提高,可能导致企业上下游供应商数量的减少。因此,企业的商业信用相比于客户集中度较低的企业来讲要低。企业会受到一定的融资约束的影响。而融资约束的加剧又势必会激发企业避税的动机。

参考魏志华等(2014)^[30]构建*KZ*指数的方法。*KZ*指数越大,表明上市公司面临越严重的融资约束。从表8第(1)列、第(3)列、第(5)列、第(7)列发现,客户集中度均在1%的水平下显著为正,验证了客户集中度提高会增加企业的融资约束。之后,我们将融资约束(*KZ*)作为回归的中介变量进行中介效应分析。表8第(2)列、第(4)列、第(6)列、第(8)列验证了融资约束的中介效应,回归结果显示:在对模型1的回归中加入融资约束变量后,*KZ*的系数均在10%的水平下显著为正且客户集中度系数相应变小,说明融资约束起到了部分中介效应,证明了假设3。

表7 客户集中度对营业收入影响的机制分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
<i>OR</i>		0.0003 *** (3.85)		0.0003 *** (3.80)		0.0003 *** (3.75)		0.0003 *** (3.62)
<i>T5cusoirt</i>	-3.9951 *** (-3.22)	0.0270 *** (3.41)						
<i>Custinert</i>			-0.0472 *** (-2.60)	0.0003 *** (2.98)				
<i>cushhi</i>					-6.1040 ** (-2.37)	0.0425 ** (2.56)		
<i>cussd</i>							-11.0862 *** (-2.77)	0.0668 ** (2.50)
<i>Control</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>ind</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	18497	18497	18472	18472	18497	18497	18412	18412
<i>adj. R²</i>	0.522	0.136	0.521	0.136	0.522	0.136	0.521	0.136

注:***、**分别表示 $p < 0.01$ 、 $p < 0.05$ 的差异显著性;括号中报告的是的*t*统计量。

表8 客户集中度对融资约束影响的机制分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
<i>KZ</i>		0.0020 * (1.75)		0.0021 * (1.78)		0.0021 * (1.80)		0.0021 * (1.82)
<i>T5custom</i>	0.2166 *** (3.41)	0.0209 *** (2.65)						
<i>T1custom</i>			0.0029 *** (3.31)	0.0002 ** (2.21)				
<i>cushhi</i>					0.4192 *** (3.24)	0.0292 * (1.76)		
<i>cussd</i>							0.5764 *** (2.81)	0.0473 * (1.77)
<i>Control</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>ind</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	18063	18063	18038	18038	18063	18063	17980	17980
<i>adj. R²</i>	0.779	0.135	0.779	0.134	0.779	0.134	0.779	0.135

注:***、**、*分别表示 $p < 0.01$ 、 $p < 0.05$ 、 $p < 0.10$ 的差异显著性;括号中报告的是的*t*统计量。

客户集中度提高迫使企业主动披露高质量信息以减少对其的分析跟踪^[31]。主动披露真实信息使分析师的调研成本减少,分析难度降低,有限的分析师跟踪就会获得大量真实的信息。此外,陈西婵等(2021)^[32]认为企业集中度越高,负面外部冲击越容易被企业转移。原因在于企业集中度越高,“内部圈子”信息相对充分,外部负面冲击不足以撼动企业在“内部圈子”的地位。所以,分析师跟踪人数减少以及信息相对封闭为企业掩盖避税行为提供了良好的信息环境,致使避税行为得到激励。

将企业分析师跟踪(*analyst*)定义为跟踪同一家企业的分析师人数。从表9第(1)列、第(3)列、第(5)列、第(7)列发现,客户集中度均在10%的水平下显著为负,验证了客户集中度提高会减少企业的分析师跟踪人数。之后,我们将分析师跟踪(*analyst*)作为回归的中介变量进行中介效应分析。表9第(2)列、第(4)列、第(6)列、第(8)列是验证分析师跟踪的中介效应,回归结果显示,在对模型1的回归中,加入分析师跟踪变量后,*analyst*的系数均在1%的水平下显著为正,说明分析师跟踪起到了部分中介效应。证明了假设4。

表9 客户集中度对分析师影响的机制分析

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
<i>analyst</i>		0.0006 *** (3.79)		0.0005 *** (3.75)		0.0005 *** (3.73)		0.0006 *** (3.86)
<i>T5custom</i>	-1.3383 ** (-2.02)	0.0202 *** (2.59)						
<i>T1custom</i>			-0.0208 ** (-2.28)	0.0002 ** (1.98)				
<i>cushhi</i>					-2.3305 * (-1.79)	0.0215 (1.23)		
<i>cussd</i>							-4.7536 ** (-2.25)	0.0396 (1.46)
<i>Control</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>ind</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>N</i>	13547	13547	13529	13529	13547	13547	13472	13472
<i>adj. R²</i>	0.355	0.125	0.355	0.125	0.355	0.124	0.354	0.125

注:***、**、* 分别表示 $p < 0.01$ 、 $p < 0.05$ 、 $p < 0.10$ 的差异显著性;括号中报告的是 t 统计量。

六、结论与启示

本文主要从供应链关系角度解释了企业的避税行为,并发现客户集度对企业避税的影响机制,具体为,一是企业客户越集中越倾向于避税,克服内生性和稳健性检验后,其结果依然显著。从企业异质性角度发现,客户集中后更容易引起非国有企业和小规模企业的避税,当企业产品更为独特时,客户集中对企业避税更有影响。二是客户集中度可能通过利润补偿机制来影响企业的避税程度。具体而言,当企业客户集中度提高时,客户议价能力变强,促进企业交易成本增加,降低营业收入,因此企业为了利润补偿加大避税力度。三是企业客户变集中后,往往造成企业融资困难,导致企业融资成本增加,经实证检验,企业会采取避税方式缓解融资约束。四是客户集中度变高时,

容易引起企业与客户共谋,这种共谋会削弱市场的监督能力,从而导致企业避税程度加深。根据本文的结论,结合我国当前的税改形势,得到如下政策启示。

第一,税收监管部门应重点关注企业的客户情况,以此作为判断企业避税行为的参考指标,促进税务稽查效率的提升。客户关系是企业重要的观测变量,应纳入到税务监管体系。当企业客户出现集聚时,税务监管部门应当重点关注企业可能出现的避税行为,尤其要对非国有企业、小规模企业以及产品独特性强的企业重点监督。此外还要重点监管关联企业的避税行为,防止企业通过关联关系在税率高的地区进行高进低出,而在低税率地区进行低进高出的避税行为。

第二,进一步完善市场监管机制,充分发挥市

场监督作用。基于目前市场成熟度,不仅要监督企业内部的机会主义行为,而且更应该加大企业外部利益相关者的监督,加强企业重要客户的信息披露,提高监管的一致性和透明度,阻止企业的逃避税操作。但是,我国现行税法及其实施细则则经常给企业一些“行业性”和“地区性”优惠政策,这就为避税提供了一个套利空间。所以要进一步加强全局市场监管,提高企业享受优惠政策的准入门槛,进一步做到防止企业跨行业和跨地区避税。

第三,在加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的背景下,企业供应链必将深度整合,下游客户在国内竞争环境下会加速集中,企业有更强烈的动机进行避税,政府应采取优化营商环境,拓宽企业融资渠道,降低运行成本等方式减弱企业避税动机,充盈国家税收。政府作为企业坚强的后盾,必须要积极协调金融机构与企业之间的关系,打破传统贷款的标准束缚,加快建立地区间信用担保机构,使得企业融资更加便捷顺畅,打破企业利用避税缓解融资的窘境。

第四,继续完善反避税工作机制,强化反避税信息基础建设,加强关联交易监管,共享反避税信息。充分发挥会计师事务所、税务事务所、律师事务所等中介机构在反避税工作中的作用,在法律法规许可范围内实现信息与执法部门共享。加强网络数据监管,甄别企业在信息报送中的“道德套利”,利用信息的报送错误争取避税时间。因此,必须要加强税收部门、地方政府以及企业的联动机制,为企业正常缴税进行评级,作为信息披露的重要机制。

参考文献:

- [1]朱青.论“新发展格局”下的财税改革[J].财贸经济,2021,42(5):31-42.
- [2]王亮亮.金融危机冲击、融资约束与公司避税[J].南开管理评论,2016,19(1):155-168.
- [3]刘行,赵晓阳.最低工资标准的上涨是否会加剧企业避税?[J].经济研究,2019,54(10):121-135.
- [4]曹越,董怀丽,彭可人,等.“营改增”对公司债务融资成本的影响研究[J].中国软科学,2021(8):162-171.
- [5]程小可,孙乾,高升好.个人所得税激励与企业创新[J].中国软科学,2021(6):103-119.
- [6]袁蓉丽,李瑞敬,夏圣洁.战略差异度与企业避税[J].会计研究,2019(4):74-80.
- [7]张明,陈伟宏,蓝海林,等.管理者过度自信与公司避税行为研究[J].管理学报,2020,17(9):1298-1307.
- [8]孙雪娇,翟淑萍,甦叶.CFO兼任董事能抑制企业极端避税行为吗?[J].中南财经政法大学学报,2021(1):67-76,160.
- [9]GRAHAM J R, HANLON M, SHEVLIN T, et al. Incentives for tax planning and avoidance: evidence from the field [J]. The accounting review, 2014, 89(3): 991-1023.
- [10]CHEN S, SCHUCHARD K, STOMBERG B. Media coverage of corporate taxes [J]. The accounting review, 2019, 94(5): 83-116.
- [11]李青原,王露萌.会计信息可比性与公司避税[J].会计研究,2019(9):35-42.
- [12]李昊洋,程小可,姚立杰.机构投资者调研抑制了公司避税行为吗?——基于信息披露水平中介效应的分析[J].会计研究,2018(9):56-63.
- [13]CHEN T, LIN C. Does information asymmetry affect corporate tax aggressiveness? [J]. Journal of financial and quantitative analysis, 2017, 52(5): 2053-2081.
- [14]李欢,郑杲娉,李丹.大客户能够提升上市公司业绩吗?——基于我国供应链客户关系的研究[J].会计研究,2018(4):58-65.
- [15]王迪,刘祖基,赵泽朋.供应链关系与银行借款——基于供应商/客户集中度的分析[J].会计研究,2016(10):42-49,96.
- [16]林钟高,林夜.市场化进程、客户集中度与IPO公司业绩表现——基于创业板公司上市前后主要客户变动的视角[J].证券市场导报,2016(9):13-20.
- [17]程敏英,郑诗佳,刘骏.供应商/客户集中度与企业盈余持续性:保险抑或风险[J].审计与经济研究,2019,34(4):75-86.
- [18]DHALIWAL D, JUDD J S, SERFLING M, et al. Customer concentration risk and the cost of equity capital [J]. Journal of accounting and economics, 2016, 61(1): 23-48.
- [19]张永杰,潘临.客户集中度、公司治理水平与会计信息可比性[J].山西财经大学学报,2018,40(11):110-124.

- [20]周冬华,梁晓琴.客户集中度、分析师跟进与会计信息可比性[J].山西财经大学学报,2018,40(7):112-124.
- [21]刘行,吕长江.企业避税的战略效应——基于避税对企业产品市场绩效的影响研究[J].金融研究,2018(7):158-173.
- [22]DAN D, JUDD J S, SERFLING M, et al. Customer concentration risk and the cost of equity capital[J]. Journal of accounting and economic, 2016, 61(1): 23-48.
- [23]江伟,底璐璐,刘诚达.商业信用与合作型客户关系的构建——基于提供给大客户应收账款的经验证据[J].金融研究,2021(3):151-169.
- [24]况学文,林鹤,陈志锋.企业“恩威并施”对待其客户吗——基于财务杠杆策略性使用的经验证据[J].南开管理评论,2019,22(4):44-55.
- [25]王雄元,王鹏,张金萍.客户集中度与审计费用:客户风险抑或供应链整合[J].审计研究,2014(6):72-82.
- [26]刘行,叶康涛.企业的避税活动会影响投资效率吗?[J].会计研究,2013(6):47-53.
- [27]叶康涛,刘行.公司避税活动与内部代理成本[J].金融研究,2014(9):158-176.
- [28]李春涛,宋敏,张璇.分析师跟踪与企业盈余管理——来自中国上市公司的证据[J].金融研究,2014(7):124-139.
- [29]王雄元,高开娟.客户关系与企业成本粘性:敲竹杠还是合作[J].南开管理评论,2017,20(1):132-142.
- [30]魏志华,曾爱民,李博.金融生态环境与企业融资约束——基于中国上市公司的实证研究[J].会计研究,2014(5):73-80,95.
- [31]孙雅妮,王君宜.经济政策不确定性、信息披露质量与客户关系稳定度[J].当代财经,2021(4):125-136.
- [32]陈西婵,刘星.供应商(客户)集中度与公司信息披露违规[J].南开管理评论,2021(6):213-226.

(本文责编:辛 城)