

主 编◎李玉周
副主编◎陈孝吉 张 岚

公司理财之四

轻松 税务策划

Qingsong Shuiwu Cehua



QINGSONG

如何使纳税成本支出最小，
又合理合法呢？
本书将助你解开这个谜底。



财经大学出版社

tern University of Finance & Economics Press

shuiwu

轻松 税务策划

Qingsong Shuiwu Cehua

主 编◎李玉周

副主编◎陈孝吉 张 岚



西南财经大学出版社

Southwestern University of Finance & Economics Press

轻松税务策划

主编:李玉周 副主编:陈孝吉等

责任编辑:涂洪波

封面设计:何东琳设计工作室

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://www.xcpress.com/
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮 编:	610074
电 话:	028-87353785 87352368
印 刷:	郫县科技书刊印刷厂
开 本:	880mm×1230mm 1/32
印 张:	7.375
字 数:	172 千字
版 次:	2003 年 5 月第 1 版
印 次:	2003 年 5 月第 1 次印刷
书 号:	ISBN 7-81088-089-6/F·074
定 价:	(全套)95.00 元 (本册)19.00 元

1. 如有印刷,装订等差错,可向本社发行部调换。
2. 版权所有,翻印必究。
3. 本书封底无防伪标志不得销售



前 言

依法纳税是每个公民应尽的义务。愚昧者偷税，糊涂者漏税，野蛮者抗税，聪明者税收策划。随着纳税人的纳税意识的加强，越来越多的精明纳税人为了维护自身的利益关心和学习税收策划的技巧，以合法的方式，达到减少税负的目的。

税收策划，也有人称之为节税活动。简言之，税收策划就是在顺应税法意图，在完全不违背立法精神的前提下，对客观存在的两种或两种以上纳税方案进行优化选择，从而实现缴纳最少的税款，以达到税后利润最大化的行为。

本书由程民选策划，李玉周担任主编，陈孝吉、张岚担任副主编。本书编写的分工如下：李玉周负责第一章，陈孝吉负责第二章，李玉周、裴姝月负责第三章，陈孝吉、杨成钢负责第四章，张岚负责第五章。

在写作过程中，我们借鉴了许多专家学者的论著、论文等科研成果，同时也得到了许多税务专家和同仁的指教，在此一并表示感谢。

由于编者水平有限，书中缺点和错误，恐难以避免，
恳请广大读者批评指正。

编 者

2003 年 3 月于光华园



目 录

第一章 企业设立的税收策划	(1)
第一节 企业设立的税收思路	(3)
第二节 企业设立的地区对税收的影响	(10)
第三节 企业性质对税收的影响	(22)
第二章 企业运营中的税收策划	(34)
第一节 企业筹资的税收成本	(35)
第二节 材料定价对税负的影响	(48)
第三节 折旧方法的税负分析	(52)
第四节 销售方式选择的税收推敲	(61)
第五节 延缓缴税的调节方法	(64)
第六节 技术改造的政策运用	(69)
第三章 财务核算与税收策划	(77)
第一节 增值税的核算与策划	(77)
第二节 消费税的核算与策划	(103)
第三节 营业税的核算与策划	(118)
第四节 所得税的核算与策划	(129)

第四章 充分利用税收优惠政策	(186)
第一节 增值税的税收优惠政策	(187)
第二节 消费税的税收优惠政策	(192)
第三节 营业税的税收优惠政策	(194)
第四节 所得税的税收优惠政策	(197)
第五节 出口退税的税收优惠政策	(209)
第五章 税收纠纷的处理技巧	(214)
第一节 知己知彼，稳中求胜	(214)
第二节 切准问题的实质	(218)
第三节 进行复议有理有节	(222)
第四节 行政诉讼的法律界限	(225)
参考资料	(231)



第一章 企业设立的税收策划

税收与会计最大的不同之处就在于，会计的目的是为了客观公允地反映会计主体的财务状况和经营成果，而税收的目的则是为了确保国家财政收入、贯彻国家经济政策导向。税务策划或称税收筹划，就是利用国家的政策导向，或创造利用本企业或纳税主体的政策优势，以合理降低税务负担（以下简称税负），此即税务策划的根本思路。

税收策划不是偷税漏税，更不是逃税，而是科学避税。避税的目的：一是暂时的减少税负，增加企业现时的运营现金；二是永久性的减少了企业的税负。

税收策划不是以税负最轻，而是以投资者的所有者权益最大为目标。税收策划是一种事前行为，具有预见性，而税收法规、国家政策等经济环境在今后一段时间内有可能发生变化。所以，税收策划与其他财务管理决策一样，收益与风险并存。企业在进行税收策划时，要站在全局的角度，维护投资者权益并使其不断增长，以整体观念来看待不同的方案。

税收策划是企业维护自己权益的一种复杂的决策过程，是依据国家法律选择最优纳税方案的过程。然而，当存在多种纳税方案可供选择时，由于种种原因纳税人未必能选择最有利于自己的

方案。一个有效可行的税收策划，应遵循如下原则：

（一）守法原则

税收策划行为所采用的会计方法及手段应以具体的税收法律条款为依据，遵循税法精神。税收策划是否合法，首先必须通过纳税检查，而检查的依据就是企业的会计凭证及业务记录。因此，要求企业依法取得并保全会计凭证或业务记录，使其完整、正确。守法原则还要求企业正确进行纳税申报，及时足额地缴纳税款。

（二）成本效益原则

企业的最终目标在于实现最佳经济效益，使企业投资者利益达到最大化。企业进行税收策划是为了获得“整体经济利益”，而不是“某一个环节的税收利益”。因此，企业在进行税收策划时要进行成本—效益分析，以判断在经济上是否可行和必要。税收策划的效益是指它给企业带来的纯经济效益，即策划后增加的经济效益。税收策划的成本包括为进行税收策划所花费的时间、精力和财力。只有在税收策划成本低于策划收益时，税收策划才可行；否则，应当放弃税收策划。

（三）风险和收益均衡原则

企业进行税收策划还必须充分考虑其风险性。税收策划之所以有风险，与经济环境、国家政策及企业自身活动的不断变化有关。如果一切都是静止的，一切都可预测、可量化，那么就无风险可言。但在现实中，有的税收策划是立足长期规划的，长期性则蕴涵着较大的风险性。例如，在较长一段时间内，国家可能调整税法，开征一些新税种，减少部分税收优惠等。因此企业必须使风险和收益适当地均衡，采取措施分散风险，趋利避害，争取最大的收益。



第一节 企业设立的税收思路

税收策划从企业设立之初就应成为税务策划的出发点。税务策划的各种思考对于企业今后的税负走向,影响颇大。因此,在企业初创时,作为企业的创始人,在进行税务策划时应从以下几方面来入手:

一、从税收自身的角度考虑

从原则上说,税收策划可以针对一切税种,但由于不同税种的性质不同,税收策划的途径、方法及其收益也不同。

(1) 节税空间的大小有两个因素不能忽略:

一是经济活动与税收相互影响的因素。也就是某个特定税种在经济活动中的地位 and 作用。当然,对决策有重大影响的税种通常就是税收策划的重点,因此,纳税人在进行税收策划之前首先要分析哪些税种有税收策划价值。

企业作为微观经济组织,在进行生产经营活动时,一方面应当考虑本身的经济利益,另一方面也应当自觉地使自身的生产经营行为与国家宏观经济政策的要求尽可能保持一致。例如,当国家的宏观经济政策带有明显的产业倾向时,在市场经济条件下,国家通过税收这种经济手段直接作用于市场,鼓励扶植发展符合国家产业政策,在市场上具有竞争力的产业、产品,因此,企业在进行生产经营决策时,就应当符合国家宏观经济政策的要求,自觉排除国家限制发展的那些产业领域,以此来减少市场风险,增加获利能力。

二是税种自身的因素。这主要看税种的税负弹性,税负弹性



大,税收策划的潜力也越大。一般说来,税源大的税种,税负伸缩的弹性也大。税收策划当然要瞄准主要税种。另外,税负弹性还取决于税种的要素构成。这主要包括税基、扣除、税率和税收优惠。税基越宽,税率越高,税负就越重;或者说税收扣除越大,税收优惠越多,税负就越轻。

(2) 从纳税人的法律定义来考虑原则性和灵活性的把握。

纳税人的规定有理论上的界定和实际上的界定。按照我国税法规定,凡不属于某税种的纳税人,则无须缴纳该项税收。因此,企业理财进行税收策划之前,首先要考虑能否避开成为某税种的纳税人,从而从根本上解决减轻纳税负担问题。当然,在实践中,要做全面综合的考虑,进行利弊分析。比如,《中华人民共和国增值税暂行条例实施细则》第五条规定:“一项销售行为如果既涉及货物又涉及非应税劳务,为混合销售行为。从事货物的生产、批发或零售的企业、企业性单位及个体经营者的混合销售行为,视为销售货物,应当征收增值税;其他单位和个人的混合销售行为,视为销售非应税劳务,不征收增值税。”企业在市场竞争中,由于经营手段和销售方式不断复杂化,同时新技术、新产品的出现使产品的内涵不断扩展,以至于常常出现同一销售行为涉及两个税种的混合销售业务,依据混合销售按“经营主业”划分只征一种税原则。企业有充分的空间进行税收策划以获得适合自己企业和产品特点的纳税方式,具体策划,系统比较,从而获得节税收益。

每一税种尽管都明确规定出各自的纳税人,但现实生活的多样性及特殊性是税法不能完全包容的。企业要从其经济利益角度出发,无论纳税怎样公正、正当、合理,都是企业直接经济利益的一种损失。市场经济是法制经济,企业在生产经营过程中要想合理、合法的节税,就应该充分研究现行税收法律法规,运用科



学的方法和巧妙的手段进行经营管理和财务管理，采用灵活的方法来减轻税收负担，以便减少税金支出，降低耗费，增加企业收益。

再如，根据《增值税暂行条例》第一条规定，在中华人民共和国境内销售货物或者加工、修理修配劳务以及进口货物的单位和个人，为增值税纳税义务人，应当依照本条例缴纳增值税。而同时，我国营业税是指在中华人民共和国境内提供应税劳务、转让无形资产、销售不动产的单位和个人，只要经营的项目属于国家税法列举的征税项目，就应按其营业额和规定的税率征税。增值税和营业税有机地结合起来覆盖了整个流转环节，对流转环节起税收调节作用，但是增值税的税率是17%和13%，而营业税的税率多数是3%或5%，而且两个税种的计算方法也不一样。如果一个企业的经营项目，在缴纳增值税和营业税之间两可时，企业就有可能在两者之间做出选择。例如，主要从事公路护栏安装的公路建筑企业是缴纳增值税还是缴纳营业税，就要看你如何做出选择。其一，由本企业购买原材料加工以后进行安装，这时该企业以缴纳增值税为主；其二，由对方购买原材料，该企业进行少许加工，再进行安装，这时该企业就以缴纳营业税为主。该企业就可以从货源、流程、采购成本等方面进行核算，决定最终的方案。这就是一个税务策划的简单例子。

(3) 从法定的税收优惠来考虑，合理又合法。

税收优惠是税制设计的基本要素，国家为了实现税收调节功能，一般在税种设计时，都没有税收优惠条款，企业如果充分利用税收优惠条款，就可享受节税效益，因此，用好、用足税收优惠政策本身就是税收策划的过程。但选择税收优惠政策作为税收策划突破口时，应注意两个问题：一是纳税人不得曲解税收优惠

条款，滥用税收优惠，以欺骗手段骗取税收优惠；二是纳税人应充分了解税收优惠条款，并按规定程序进行申请，避免因程序不当而失去应有权益。

目前，我国正处于社会主义初级阶段时期，市场体系不健全，市场发育不够完善，税收法律法规不够规范，法律效力较差，稳定性不强，企业（尤其是国有企业）有很多财务、税收事项须同国家有关部门进行协调和理顺。因此，对于企业来说，协调与政府部门的财务关系主要是了解国家对企业的财政、税收政策的动态，尤其是在一些特定领域（或行业）对企业在财务、税收上有什么特殊优惠政策和要求，企业能否争取到这些政策照顾等等。这些对企业的发展来说都非常重要，有利于节约企业税金支出，增加企业盈利。

（4）从法律条文的定义差异性来考虑，选择适宜自己的税负。

在若干的税务法律法规中选择适宜自己企业的法律规定。前提是对有关法规条文十分熟悉，才能使自己的选择行为合法。例如，选择缴税的时间，你有两种选择：一是按《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》的规定，外商投资企业和外国企业的所得税，按年计算，分季缴纳，季度终了后 15 天内预缴，多退少补，纳税人可以自由地选择合法的缴纳时间，使自己的资金运用更为灵活。二是按《外商投资企业所得税法实施细则》的规定，固定资产的折旧，应当采用直线法进行计算，如果采用其他方法计算的，由企业提出申请，经当地税务机关审核后，逐级上报至国家税务总局批准。固定资产由于特殊原因缩短折旧年限的，可以由企业提出申请，经当地税务机关审核后，逐级上报至国家税务总局批准。这样，纳税人在固定资产折旧的选择上就有了很大的余地，从而直接影响同一纳税年度的利润水平。外商



投资企业许多设立于经济特区，经济特区内生产资料的价格受国内、国际市场供求变化的影响很大，波动也较大，纳税人可能通过事先测算，选择有利的计价方式来实现降低实际税负的目的。

(5) 从计税的核算依据来考虑降低计税的核算弹性。

从某一个角度来看，一定阶段执法的严格性及完善程度、执法者的素质或许并不像立法者的愿望那样美好。作为一个企业的管理者，也不得不考虑如何从这个渠道来进行税收策划。但是这里的前提是不违法，并且是从法律的可操作性和法律条文的明晰性入手，做一些精明的选择。这时，就需要企业家们结合自己的企业钻研法律条文，对自己的企业的纳税对象金额、适用税率进行精确地计算或合乎情理的选择和调整，在既定的税率下，减小税基。在实务中如改变生产方式、扣除抵扣项目、减小中间产品的计税价格，都可以达到这一目的。当然，由于篇幅所限，本书不可能也没有必要把所有企业的具体实务进行详细阐述，具体的操作当然应由企业家们根据这些思路，结合本企业的生产特点，制定切实可行的节税措施。

(6) 从税收的起征点来看，尽量降低应纳税额。

起征点是指课税对象的最低征收额。低于该起征点即可免征。故避税的另一思路就是尽量降低征税标的。一个具体的情况就是筵席税及个人所得税。如筵席税的起征点为 300 元，个人所得税的起征点为 800 元，低于此起征点即可免征。所以我们在进行具体业务时完全可以采用适当的方法，将该金额降至起征点以下。另外，对于个体户的收入额，现规定分别按销售收入和服务收入计算，或者按其合并金额换算，因而纳税人应尽可能对两项收入进行合理“组合”，以降低应纳税所得额。

考虑影响应纳税额的两个因素，即计税依据和税率。计税依



据越小, 税率越低, 应纳税额也越小。因此, 进行税收策划, 无非是从这两个因素入手, 找到合理、合法的办法来降低应纳税额。例如, 企业所得税, 计税依据就是应纳税所得额, 税率有三档。即应纳税所得额在 3 万元以下的, 税率为 18%; 应纳税所得额在 3 万元~10 万元的, 税率为 27%; 应纳税所得额在 10 万元以上的, 税率为 33%。在进行该税种税收策划时, 如果仅以税率因素考虑, 那么就有税收策划的空间。

【案例 1】

成都市西城企业 2002 年 12 月 30 日测算的应纳税所得额为 101 000 元, 则该企业的企业所得税的应纳税额为:

$$101\,000 \times 33\% = 33\,330.00 \text{ (元)}$$

【策划分析】

假设西城企业在宏图税务经纪策划有限公司进行了税收策划, 并于 2002 年 12 月 31 日支付策划咨询费 1 000 元, 则该企业应纳税所得额为 100 000 元 ($101\,000 - 1\,000$), 应纳所得税额为 27 000 元 ($100\,000 \times 27\%$)。

税收策划支付费用成本仅为 1 000 元, 却获得节税收益为 6 330 元 ($33\,330 - 27\,000$)。显然, 企业进行税收策划时充分考虑了策划的成本费用和收益, 以较小的策划费用, 有效地降低了企业税收资金的耗费, 为企业赢得了较大的经济利益。

由于企业所得税计税依据为应纳税所得额, 税法规定企业应纳税所得额 = 收入总额 - 允许扣除项目金额, 具体计算过程中又规定了复杂的纳税调增、纳税调减项目, 因此, 企业进行税收策划的空间就更大了。



(7) 从税率的差别来看, 选择归入税率低的项目核算。

对于某些项目既可以归入甲项目, 又可以归入乙项目 (在实务中我们常常遇到类似情况), 当然, 我们应选择税率低的项目进行归类。如果有必要, 还应当“创造”出类似的情况, 将本应归入高税率的项目, 归入低的应税项目。这就要求强化管理, 从小处着手, 具体到本企业的各项开支、收到票据、开出票据或凭证的填写方式, 都必须做深入的考虑。这对企业的财务人员和具体的经办人员, 也提出了较高的要求。

二、采用特别的技术手段减小税负

从事电子商务活动或转移某些经营业务进入电子商务领域, 以达到减小税负的目的。

(1) 国际上基本上没有国家对电子商务形式的经营活动进行严格的税务管理。许多交易对象根本无从确定。

(2) 现行税务法规对电子商务而言, 实施较为困难。在线交易系统使得交易行为简化, 使建立在发票、账簿等纸制凭证基础上的现行税收征管系统难以下手, 在税务资料的收集上更为困难。现行税务法律、法规、条例等也基本上不适合电子商务, 因电子商务交易的不确定性使传统税收难以着手。

(3) 电子商务中的国际间交易。在此情况下, 交易主体可能跨越国境, 使各国按居民管辖权和按收入来源地管辖权进行征税都十分困难, 很难操作。甚至在某些跨国公司, 干脆建立了“避税基地”通过在避税地建立网址, 使用离岸金融系统及电子货币来避税甚至逃税。

一旦在上述问题没有得到解决之前, 我们进行税务策划是完全合理的。当然, 如果各国的税务机关做出规定或建立健全了管

理措施，我们就必须另寻他法。同时，也应当明确，科技的不断发展，给我们留下了无止境的避税空间。这是一个重要的思路。

第二节 企业设立的地区对税收的影响

众所周知，不同的地区有不同的税负水平，因此在企业设立之初，就应选择好地点，以达到合理避税的目的。选择设立的地区一般应考虑如下原则：

一、合理选择企业的经营地点

对于纳税人而言，选择企业经营地点应当考虑如下原则：有利于财富的保值增值；经营活动的税收成本较低；公司财产的运行税收成本较低。

二、企业设立的地区选择

各个国家的经济政策不同，体现在税务上就是税率的高低，税收管理手段的繁简程度给企业造成实际成本的不同。世界上有许多被称为国际避税地的国家和地区，这些国家和地区又称为避税港。这些国家或地区为了吸引外国资金和先进技术，制定了一些使税收负担极低的特殊政策。此外，这些地点一般政治稳定、税收负担低、配套设施完善。以下是部分避税港：

太平洋地区：中国香港、瑙鲁、瓦努阿图等；

欧洲地区：荷兰、瑞士、列支敦士登、安道尔、卢森堡、摩纳哥等；

加勒比海地区：巴哈马、百慕大群岛、开曼群岛等；

地中海地区：直布罗陀、塞浦路斯等。