

税 收 筹 划 实 务 3

SHUISHOU CHOUHUA SHIWU

投资活动 与 税 收 策 划

..... 庄粉荣○著

西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press



税 收 筹 划 实 务

投资活动 与 税 收 策 划

庄粉荣◎著

西南财经大学出版社

Southwest University of Finance and Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

税收筹划实务——投资活动与税收策划/庄粉荣著. —成都:
西南财经大学出版社, 2003.6

ISBN 7-81088-097-7

I. 税... II. 庄... III. 税收筹划 IV. F810.423

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 047871 号

税收筹划实务——投资活动与税收策划

庄粉荣 著

责任编辑:李一菡

封面设计:郭海宁

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
邮政编码:	610074
电 话:	028-87353785 87352368
印 刷:	四川机投气象印刷厂
开 本:	880mm×1230mm 1/32
印 张:	12.625
字 数:	316 千字
版 次:	2003 年 6 月第 1 版
印 次:	2003 年 6 月第 1 次印刷
书 号:	ISBN 7-81088-097-7/F·081
定 价:	全套 84.00 元(本册 28.00 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。

作者简介



庄粉荣，江苏省金坛市人，大学文化，中国注册税务师、税收策划专家。曾任金坛市税务师事务所副所长、苏瑞会计师事务所法人代表等职，现任职于金坛市国税局稽查局。

他长期从事技术管理、经济管理、财务管理和税收稽查工作，对企业生产经营管理流程比较熟悉。有 20 多篇税收理论论文在国家级刊物及大学学报上发表，有 20 多篇研究企业投资及资本运作的论文发表在《财会通讯》、《乡镇企业研究》等专业刊物上，其中对企业集约化经营及经济增长方式的研究于 1995 年获江苏省市场经济研究会的表彰。

从 1995 年开始致力于税收策划理论和实践的研究，曾担任 10 多家大型企业的财税顾问，有 40 多篇税收策划论文及案例分析文章在《中国税务报》、《江苏经济报》等刊物上发表。兼职于江苏省电大、常州石油化工学院、常州工学院等高等院校，讲授财经、法律等方面的课程，在各地举办专题讲座近 50 次。

主要著作：《税收策划》、《实用税收策划》、《涉税事项处理方略》、《纳税检查应对技巧》等。

信息咨询：www.js-tax.com

E-mail: zhuangfr@163.com

前言

投资活动讲究政策环境，其中税收政策是政策环境中的一个重要方面。正确利用税收的政策导向进行投资、科学运用税收策划手段谋取投资效益的最大化是每一个精明的投资人孜孜以求的目标。

《投资活动与税收策划》站在纳税人的角度，分析投资人投资所需的税收政策环境，认真研究税收政策的具体规定，弄清税收要素的界定范围，根据税收所体现的产业政策，主动地顺应税收政策调节，通过生产经营地点的选择、生产经营项目的考虑、经营方式的安排以及税收优惠政策的运用等，尽可能地利用税收政策所体现的产业政策发展生产，积极争取国家和各级政府的鼓励和优惠，为投资活动获取经济效益和社会效益提供良好的政策环境和条件。与此同时，在税收法规允许的范围内，利用生产要素的有机整合，通过严密、科学、合法的财务安排，选取最优的纳税方案，做到能不缴的则不缴，能少缴的则少缴，能晚缴的则晚缴，尽量使单位和个人的税收成本降到最低水平。

本书在系统介绍税收策划理论的基础上，从投资人的投资行为出发，立足于实务，运用大量的案例阐述了税收策划的原理和方法，有很强的操作性和实用性。笔者期望该书的出版，能对社会各界，尤其是对广大纳税人认识税收、理解税收、用好用足税收政策起到抛砖引玉的作用，为大家守法经营、勤劳致富尽微薄之力。

在本书的写作过程中，笔者得到了许多专家和权威人士的关心和支持，如无锡正卓税务师事务所的费亚林所长对本书的写作

给予了具体的指导和帮助；税务专家史殿龙、丁国平、方立山等先生对本书中的税收策划原理进行了合法性分析；常州金澄医药化工有限公司的财务经理马忠庭以及江苏省电大的财经专业老师范丽女士对书中涉及的会计原理提出了很多建设性的意见和建议。本书由无锡市国家税务局张群星局长主审定稿。

在此，笔者向曾经帮助过本书写作的领导、专家和朋友们表示衷心的感谢！

由于作者水平有限，书中难免存在不妥之处，恳请读者批评指正。

作者

2003年5月18日

目 录

第一章 投资与税收策划概论 /1

- 第一节 税收制约投资行为 /1
- 第二节 投资税收策划的政策边界 /6
- 第三节 企业税收策划与法律规范 /9
- 第四节 企业税收策划的出发点 /12

第二章 税收策划的原则及方法 /18

- 第一节 企业投资策划的原则 /18
- 第二节 企业投资策划的方法 /32

第三章 投资项目设立的运筹 /42

- 第一节 国际避税地简述 /43
- 第二节 国内低税区税收优惠的利用 /47
- 第三节 经营地点选择的策划 /56
- 第四节 行业选择的税收策划 /63

第四章 经营方式的税收策划 /84

- 第一节 企业形式的税收分析 /84
- 第二节 企业性质的税收选择 /87
- 第三节 企业身份的税收推敲 /100

第四节 异类企业的沟通方法 /115

第五章 企业投资初期的税收策划 /120

第一节 企业扩张的一般形式 /120

第二节 筹资渠道的税收分析 /126

第三节 混合业务的适当选择 /133

第四节 投资项目的有机配合 /142

第五节 企业投资的策划技巧 /148

第六章 固定资产投资的税收策划 /164

第一节 固定资产的租赁 /164

第二节 固定资产的出售 /176

第三节 固定资产的管理 /181

第七章 无形资产投资的税收策划 /188

第一节 无形资产概述 /188

第二节 企业商标的税收策划 /191

第三节 企业专利权的税收策划 /194

第四节 企业商誉的税收策划 /198

第五节 无形资产的税收策划要点 /202

第八章 企业费用的降税技巧 /211

第一节 会计核算降税的分析 /211

第二节 材料定价的税收影响 /224

第三节 折旧方法的节税效果 /230

第四节 费用分摊的策划要点 /236

第九章 投资收入的税收安排 /251

第一节 纳税时机选择的税负变化 /251

第二节 不同销售方式的税收差别 /258

第三节 销售环节的会计核算技巧 /262

第四节 投资净利润的税收策划 /268

第十章 出口环节的税收推敲 /271

第一节 出口退税的申报方法 /271

第二节 生产企业的出口退税 /276

第三节 出口退税的账务技巧 /284

第四节 出口环节增值税策划 /287

第五节 出口关税的策划思路 /305

第十一章 集团投资的税收策划 /311

第一节 集团经济管理的运作 /311

第二节 内部资本的运作技巧 /319

第三节 货物定价的运作策略 /325

第四节 机构整合的税率运作 /334

第五节 专业分工降低税负 /339

第十二章 个人投资的税收策划 /347

第一节 纳税人的选择有推敲 /347

第二节 计税依据安排有说法 /354

第三节 利用税收优惠有讲究 /367

第四节 个人财产的增值策划 /370

第五节 自谋职业的政策把握 /378

第一章 投资与税收策划概论

税收策划是策划领域的一个方面，或者说，就是在税收方面进行策划，以达到策划人所要实现的目的。

随着我国经济体制的转型，市场经济体制被进一步确认，“依法治国”写进了宪法，调节各经济利益主体的手段主要以税收形式实现的格局也已经得到国家的认可。在这种情况下，针对企业的投资行为研究税收政策、进行税收策划已经被一些有识之士重视起来，各种相关文章见之于报端，人们开始对税收策划有所了解。在这里我们不妨选择一些有趣的而且颇使人受到启发的观点作一个归纳，以便有志于在企业投资和经营时进行税收策划的人们作一个参考。

第一节 税收制约投资行为

国家征税，必然引起企业纳税，企业纳税的水平必然影响到股东投资的经济效益。从经济意义上说，税收制约着企业的投资行为，因此对企业投资和经营过程中的纳税进行策划也就成了人们十分关心的问题。

1999年，国家根据实行积极的财政政策鼓励投资，决定从1999年7月1日起按规定税率减半征收固定资产投资方向调节

税。此举对于那些想进行固定资产投资的企业来说,无疑是一个特大的利好消息。然而,出人意料的是,许多企业的投资项目已准备好了或接近于准备就绪,却“按兵不动”,就是不开办。原因何在呢?原来他们已得到消息,当年的7月1日起“减半征收”的固定资产投资方向调节税,从2000年1月1日开始,将百分之百停止征收(后来政府正式宣布的说法是“暂停征收”)。这些企业的想法是:不如观望几个月,待停征该税种时再让这些投资项目上马,从而使投资项目由低税率变为零税率岂不更好?从经济的角度讲,只要企业由于这种“等待”而发生的总成本(货币的时间价值和机会成本等因素)低于税收负担的总量,上述策划就是划算的。

在法治社会中,人们越来越重视维护和利用自己的权利,作为以追求经济利益为目标的经济组织——纳税人(考虑到在目前条件下税收策划对企业要比对个人的施展空间大,所以我们在这里主要以企业的投资和经营行为作为分析对象)当然也不例外。企业的权利具体地讲有设立权、发展权、人权、财权、物权、借贷权、经营决策权、产品开发权以及税收策划权等等。这些权利以及相应的利益,是企业权益实实在在的内容,是企业权益的外在形式得以体现的质的规定性,决定了税收策划在市场经济条件下对纳税人的生存和发展具有重要的意义。

1. 税收策划是一种伴随企业投资和经营全过程的增值性经济行为

合理合法的税收策划将有助于市场经济的发展。正确的税收策划能直接给纳税人带来税后利益,其促进经济发展的作用是不言而喻的。而就税收策划本身而言,也能促进税收管理效率的提高。因为合法的税收策划结果与税法立法精神相一致,特别是对纳税人有利的各项税收优惠政策一般都能被用尽用足,这就在一定程度上推动了税收政策目标的实现。

税收策划是企业进行投资和经营决策的重要内容，企业的投资和经营决策无一例外地与一定的税收政策相关。企业的投资和经营决策者在进行决策时，将税收作为一个重要因素，根据政府制定的有关税法及其他相关法规设定若干方案，进行精心比较后择优决策，就会收到同样的投入赚取更多利益的效果。

税收策划能否实现其目标，关键在于：①能否找出现行税制中存在的策划空间；②能否利用这些策划空间实现税后利益最大化；③税收策划提供的纳税方案能否获得税务机关的认可。要做到以上三点，税收策划者必须对现行税制和纳税人涉税经济行为有充分的了解，对各项税收政策应用所产生的税后收益有正确的评估，对策划中提供的纳税模式的运行效率及其被税务机关认可的程度有准确的把握，而这一切都是建立在策划者具有较高素质的基础上。因此，税收策划活动大多要由专业人员和部门完成，这又在一定程度上推动了税收策划行业的形成和发展。

2. 税收策划是使企业投资利益最大化的重要途径

税收是影响企业生产经营、投资决策的一个重要因素。税收政策的制定，体现了国家对产业结构的政策导向。税收是政府调节经济的重要杠杆，政府根据市场规律制定的产业政策、消费政策、投资政策等无一不在税收法规上得到充分体现。企业在仔细研究税收法规的基础上，按照政府的税收政策导向安排自己的经营项目、经营规模等，最大限度地利用税收法规中对自己有利的条款，无疑可以使企业的利益最大化。

换一个角度讲，税收是从经济的角度调节国家、集体和个人三者之间的利益关系的，它是对集体和个人利益的一种确认形式。税收具有法律的强制性、无偿性和规范性。依法征收税款同时也是对纳税单位和个人的财产、行为、所得等的法律确认，即依法纳税后的财产、行为、所得等是经法律认可并受法律保护的。税收可视做经营费用，是企业纯利润的减项。企业在不违法

的前提下不纳税或少纳税,就意味着花少量的费用(即财产的法律确定费用)获得同样的法律认可和国家法律保护。

在市场经济条件下,追求效益的最大化是投资者和生产经营者的最终目的。税收策划作为纳税人对经济利益的一种追求是完全必要的,因为进行税收策划有利于企业增加利润,提高竞争实力。经营者通过合理的税收策划,充分利用税收优惠政策,可以在投资规模、投资项目确定的情况下,减轻税收负担,实现利润最大化,增强企业的竞争能力。

3. 税收策划是企业投资及经营管理水平提高的促进力

企业投资和经营管理不外乎是管好“人流”和“物流”两个流程。而“物流”中的“资金流”,对企业经营如同血液对人体一样重要。税收策划主要谋划资金流程,它是以财务会计核算为条件的,需要建立健全财务会计制度,规范财会管理,以使企业经营管理水平不断跃上新台阶。税收策划是一种高智商的增值活动,为进行税收策划而选用高素质、高水平的人才必然为企业经营管理更上一层楼奠定良好基础。高素质的财务会计人员、规范的财会制度、真实可靠的财会信息资料是成功进行税收策划的条件。创造这些条件的过程,也是不断提高企业经营管理水平的过程。

同时,合理的税收策划可对投资者和经营者的经济行为加以规范,使整个投资、经营行为更加合理、合法,使经营活动能健康有序地运行,有利于税收杠杆调节作用的正常发挥。随着我国市场经济体制的不断完善,特别是我国加入 WTO 后,投资者及生产经营者在更大的政策空间从事生产经营活动,使税收策划成为纳税人生产经营活动的一个十分重要的组成部分。在进行投资之前,纳税人必然进行细致合理的税收策划,从而有利于投资者制定正确的投资决策、形成完善的投资方案,进而形成科学的纳税评估,确定符合国家产业政策的投资项目,以确保生产、经营

和纳税活动的良性循环。这样，投资者和纳税人将会进一步意识到税收策划在投资、经营和纳税中的重要作用。

4. 税收策划是维护企业良好形象的重要保证

从心理学的角度讲，企业或个人做出一些违法行为往往是由于对一些人或事想不开，即心理不平衡，同时又找不到摆平的方法造成的。尽管我们已经进行了很多年包括税法宣传在内的法制教育，尽管人们已在生活中感受到纳税给自己带来的益处，但纳税仍然是极容易引起人们心理不平衡的事情。如果没有税收策划，偷逃税就会成为人们寻求心理平衡的重要方法。有关资料显示的各国市场经济发展初期偷逃税成风的现象就是明证。

在政府和社会成员商品意识、法律意识较强，竞争环境较为规范、市场经济秩序已基本建立的今天，企业要想通过偷逃税来获取物质利益，结果会得不偿失：一方面由于税收法规及相关法律日益健全，执法力度日益加大，偷逃税成功的概率越来越小，而一旦被发现就要受到法律制裁，轻则补税罚款，重则拘役或判刑；另一方面，由于政府和社会成员法律意识、平等竞争意识日益增强，偷逃税者会因其破坏了平等竞争环境而受到社会各方面的谴责，名誉扫地，而失去信誉的企业将无法在竞争中生存。这种双重损失使得偷逃税者望而却步。那么，怎样既保持企业良好形象，又保证企业利益最大化呢？有句话说得好：野蛮者抗税，愚昧者偷税，精明者进行税收策划。

总之，税收策划是在企业投资、经营中寻求企业行为与政府政策意图的最佳结合点。成功的税收策划往往既能使投资者承担的税收负担最合理，又使政府赋予税收法规中的政策意图得以实现，对政府、对企业都有利。因此，政府对税收策划持鼓励态度，税收策划将成为企业投资、经营中的有机组成部分。

第二节 投资税收策划的政策边界

在经济不断发展和税收制度不断完善并不可避免地趋于复杂的过程中,税收策划的产生、发展和逐渐规范与成熟,是一种必然的、正常的现象,是“义务与权利对称性”的具体化,从长远看,也是在促进税收制度的法制化轨道上的运行与发展的一种健康因素。节税或税收策划与偷税在性质上是截然不同的。

目前,部分企业减少税收成本常常采取的办法有三种,即偷税、避税和税收策划。这三种方法中有合法的,也有不合法的。

偷税。偷税是纳税人采取欺诈手段,故意不遵守税法的有关规定,使税务机关难以掌握其真实情况,从而达到少纳税的目的。偷税的特征是具有非法性与欺诈性。偷税的手法很多,如隐匿收入、乱摊费用、虚增成本、多列支出或费用、虚报亏损、拒绝申报、不如实申报、地下经营等等。

避税。避税是纳税人在不违反税法规定的前提下,利用税法的漏洞或意义不明确之处巧妙安排自己的经营活动,以减少其纳税义务的行为。避税的合法与非法并无一个统一的标准,这取决于相关国家对此的态度。据调查,当前企业的避税手法大致有两种情况:一种情况是无法确认避税所使用的手法违法,但属于现行税制中的疏漏;另一种情况是避税手法虽然可以被确认为违法或违规,但因对其加以实时监控的成本过高而无法操作。如企业在经营中将所得税只允许限额列支的业务招待费,巧立名目列入其他可全额列支的费用项目;企业利用各种方式推迟收入入账,以减少当期利润,减少当期应纳所得税;等等。这些手法或是违背经济行为的真实性,或是打法律法规的擦边球,在性质上更接

近偷、逃税。

税收策划。税收策划是在顺应税法意图、完全不违背立法精神的前提下，在存在两种或两种以上纳税方案时进行优化选择，缴纳最少的税款，以达到税后利润最大化的行为，也称节税。例如《外商投资企业和外国企业所得税法实施细则》第七十七条规定：外商投资企业于年度中间开业，当年获得利润而实际生产经营期不足六个月的，可以选择从下一年度起计算免征、减征企业所得税的期限；但当年所获得的利润，应当依照税法规定缴纳所得税。显然，当年获利是选择纳税还是选择作为第一个获利年度享受免税就是一个税收策划问题。

避税与税收策划虽然都是合法的，但其采取的具体做法有本质上的差别。前者只针对税法上的某个漏洞，虽可取得一定的税收利益，但无助于企业的长期经营与发展，因为法律漏洞一旦堵上，投资者便可能陷于困境，严重的还要承担税收惩罚的风险；后者着眼于企业的长期利益，谋取的利益是合法的、正当的。

在企业投资过程中的税收策划可分为两类：直接策划和间接策划。税收是国家调控经济的杠杆和手段，对国家保护和鼓励发展的项目，国家税收政策也多有优惠。

直接策划就是对不同的税收政策进行分析比较，择取税收政策相对优惠的生产经营方案。这类策划多有优惠的税收政策供选择，比较简单，策划时直接选择税收政策优惠的方案就可以了。让税收优惠政策落实到位是税务机关和税务干部的责任。对于纳税人不了解的税收优惠政策，税务机关要及时传达给纳税人，让纳税人知悉、享受国家给予的税收优惠政策。这种让纳税人知悉、享受优惠税收政策的行为，为纳税人开展税收策划提供了服务。

间接策划是相对于直接策划而言的。这类策划不是直接享受优惠的税收政策，而是对纳税人的生产经营活动从节税角度进行

筹划安排，减少和避免浪费性的税金消耗。这类策划的核心问题是防止和避免税金的浪费性支出，策划的重心不是选择税收优惠政策。

偷税是违法的，节税却是合法的、正当的。应该说，一个法制化的社会，理应在有效打击偷税的同时，也尊重和保护节税。客观上，这属于公平竞争环境的一个组成部分，有利于经济社会的长期发展与繁荣。在中国积极建立市场经济体制、强调以法治国的新时代，关于税收策划(节税)的系统化认识与相关实务知识的介绍是现实经济生活的客观需要。随着我国多层次复合税制的形成、发展，广大纳税人(包括法人与自然人)越来越关心与自身权益相关的节税问题。

企业要做好税收策划，就要特别注重研究政府税收优惠的规则、条款。一个好的管理机制是在动态的完善过程中寻求和坚持规范，所以，我国前些年过多过滥的税收优惠和越权减免是必须改变的。但不论多么规范的税制，都不可避免地包含一些税收优惠。吃透这些优惠条款，从企业主观角度看，是在法制约束下充分利用税收策划的政策资源，达到节税的目的；从经济运行的客观效果看，则正是政府运用税收杠杆引导企业，使他们按政策倾斜的方向实现政府的调控意图。

当然，从税收动态调整的过程看，也不排除企业利用税制变化的时间差、渐入或渐出安排等等，策划并追求自己的“低税负最优方案”的行为。前边所提到的固定资产投资方向调节税由“减半征收”到“暂停征收”的过程中某些企业的反应，就是一个实证。客观地说，不能排除纳税人“钻空子”的行为——任何国家的税制发展中，都不可能保证百分之百没有可钻的“空子”。政府可以根据信息反馈，追踪市场和企业动态，以及时堵住认为应当堵的“空子”，适时调整相关法规与政策，这也是提高政府调控、管理水平的应有之义。在法制框架下，这样的税制