

王 韬 主编

现代财政税收

(第二版)

华中科技大学出版社



现代财政税收

(第二版)

主 编 王 韬

副主编 刘芳 刘华

华中科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代财政税收/王 韬 主编

武汉:华中科技大学出版社,2001年9月

ISBN 7-5609-2545-6

I. 现…

II. ①王… ②刘… ③刘…

III. ①财政-经济理论 ②税收理论

IV. F810

现代财政税收(第二版)

王 韬 主编

责任编辑:陈培斌

封面设计:Lige

责任校对:陈元玉

责任监印:熊庆玉

出版发行:华中科技大学出版社

武昌喻家山

邮编:430074

电话:(027)87557437

录 排:华中科技大学出版社照排室

印 刷:华中科技大学印刷厂

开本:850×1168 1/32

印张:15.25

字数:360 000

版次:2001年9月第2版

印次:2005年12月第10次印刷

定价:18.00元

ISBN 7-5609-2545-6/F·214

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)

内 容 提 要

本书主要论述税收理论及我国现行税制下的税收实务,系统、详细地介绍了我国现行税制下各税种原理、税额计算方法和征纳管理内容,特别反映了近几年的重要税收法规变动。本书还简要地阐述了财政学理论基础、国家预算、财政支出和国家债务,从而有助于读者从总体上把握税收在国家财政中的地位、作用及其与财政学其他分支的关系。

与同类书相比,本书的特点是在财政学的理论体系下详实地介绍我国现行税制,并结合实际对各税种进行了通俗的解释,内容新颖,叙述明晰流畅,可读性强。此外,本书还给出了较多的例题,并在每一章后都附有各种类型的习题,这对读者的学习是有益的。

本书可供大专院校有关专业作为教材,也可供实际工作部门的有关人员作为参考书。

第二版前言

这本教材的第一版是在 1996 年出版的,编写的目的主要是为了满足本校税务专业和选修税务的学生们上课的需要。所以第一次虽然仅仅只印刷了 4 500 册,但对我们已经是一个天文数字了,不知道何年何月才能用完。没有料到,出版之后它却不胫而走,不仅被部分兄弟院校选作教材,税务机关和工商界人士中也有购买它作为参考书籍的,这 4 500 册书竟然很快就卖完了。接下来,出版社就一再加印,在准备第五次印刷而征求作者意见时,我们表示了反对。因为税制是不断变化的,一本财政税收教材不能长期使用而不修改,于是出版社就敦促我们编写第二版。

与一些畅销的教材相比,这本教材的销量原本不值一提。然而对于一本没有任何宣传,近乎于内部资料的专业教材而言,这个结果也还是令作者吃惊的。这本书为什么会受到欢迎呢?根据我们的了解,有三个主要原因:其一,理论体系比较新;其二,文字叙述简明流畅;其三,每章后面配有习题。在这一版中,我们尤其注重保持这三个特点,并尽力在原来的基础上有所提高。

本书第一版反映的是 1994 年的财税制度。那时,我国基本上还处于短缺经济时期,投资主体是国营企业,经济中的“投资饥渴症”严重而且普遍,因而税制是倾向于抑制投资和消费的。然而经济改革使这种状况发生了迅猛的变化。在短短几年内,我国经济就呈现出过剩经济特征,投资主体向民营企业和股份公司转化,经济政策的主流是要刺激投资和需求。这种巨大的宏观经济变化必然要反映到财政和税收上,表现为财政税收政策频繁地变动。所以,这次再版时除了第一章改动甚少之外,其余各章基本上都重写了,并新增加了“企业所得税”和“税收经济分析”这两章,系统地介

绍了财税新政策和新规定,税收活动的经济理论以及作者的一些观点和研究成果。另外,对每一章的习题都进行了修改和增补,还在正文中增加了不少例题。

本书第二版共分 11 章,刘芳编写了第八、第九章,参与编写了第四、第七章,并负责各章习题的修改与增补工作;刘华编写了第二、六章;陈平路和罗光编写了第五章;张睿编写了第十一章;其余各章主要由王韬编写;研究生陈取华帮助完成了作图和部分文字工作。全书最后由王韬总纂、修定。

借此机会,作者由衷地向多年来使用本书的老师、学生和其他读者表示感谢。他们在使用本书的过程中不断提出创造性的意见和建议,使得作者能够在本书再版时加以改进。

王 韬

2001 年 3 月

前 言

现代财政既是国家凭借政治权力行使政府职能的财务收支活动,更是国家参与经济活动的主要形式和途径,同时,它无疑还是国家宏观调控经济的最有力的工具。总而言之,财政是国家各级政府的经济活动。因此,如同企业的财务一样,国家财政也涉及收入、支出和计划管理等三方面的活动。

简单地说,财政收入主要包括税收和国家债务;财政支出包括经常性支出和建设性支出;财政的计划管理则通过国家预算来体现。财政支出是财政活动的直接目的,没有财政支出的需求,国家财政也就不会存在。财政收入为政府的财政支出提供资金来源,没有财政收入,国家的财政活动就不可能进行。国家的收支必须有目的、有计划地进行,并为人民所认可,这就需要国家预算来保证。于是可知,就国家财政而言,这三者是缺一不可的,因而财政学必须同时研究这三个方面的问题,以及指导财政收支和预算的财政政策。

《现代财政税收》一书从实质上说是财政学教材。然而,与一般财政学教材不同,它以较大的篇幅讨论税收,对主要税种介绍得相当详细。因为税收是最重要的财政收入;同时,税收又是财政中专业技术性最强的部分;此外,税收还是国民最敏感的经济问题。它与一般的国家税收教材也不同,它把财政学的三个部分作为一个有机的整体来介绍,对于税收尤其强调了它在国家财政总体中的地位,以及它作为最直接的财政手段的重要的财政政策作用。

财政与税收属于经济学的范畴,各国的财政税收在原理和方法上都有一些共性;财政和税收又是应用型的经济科学,它必须顺应时代和国家的不同要求,因而不同时期不同国家的财政税收在

理论和方法上又必然有所不同。本教材基于财政税收是一门经济科学这种认识,考虑到教材不同于论文,应当以阐明学科知识为主,故在内容的取舍上是以我国的财政税收为背景,力图客观、现实地介绍这门学科的基本理论和现行政策、制度和方法,尽可能不作评论和历史回顾。基于这一考虑,加上篇幅限制,本书对财政政策没有单独分章讨论。

作为一本教材,作者充分考虑到了读者的方便,因而针对每一章内容都编写了相当多的练习题,这在同类教材中是少有的。

本书共分为 10 章,其中第一、二、八章由王韬撰写,第四、六章由陈平路撰写,第三章由刘华撰写,第九章由肖厚雄撰写,第十章由叶青撰写,第五章由肖厚雄和王韬合写,第七章由陈平路和刘华合写;练习题除了第三、十章和第七章一部分由刘华编写之外,其余全部由陈平路编写。全书由王韬总纂、主编。

尽管这本教材在内容选择和编写方法上都做了很大的努力,但由于作者水平有限,书中还有可能存在不足甚至错误之处,敬请读者指正。

王 韬

1996 年 2 月

目 录

第一章 公共经济与财政	(1)
第一节 市场失效	(2)
第二节 财政的经济职能	(13)
练习题	(27)
第二章 国家预算与公共支出	(30)
第一节 国家预算基础	(30)
第二节 国家预算的执行和管理	(40)
第三节 购买性支出	(54)
第四节 转移性支出	(64)
练习题	(76)
第三章 税收基本原理	(80)
第一节 税收的概念	(80)
第二节 税收制度	(86)
第三节 税收原则	(99)
第四节 税收分类	(104)
练习题	(108)
第四章 增值税	(112)
第一节 增值税的基本原理	(112)
第二节 增值税的要素	(118)
第三节 增值税的计算	(133)
第四节 增值税的征纳管理	(147)
练习题	(152)
第五章 流转税的其他税种	(160)
第一节 消费税	(160)

第二节	营业税	(177)
第三节	资源税	(194)
练习题		(200)
第六章	关税	(207)
第一节	关税的意义	(207)
第二节	关税制度	(218)
第三节	船舶吨税	(232)
第四节	世界贸易组织	(234)
练习题		(240)
第七章	个人所得税	(244)
第一节	个人所得税概述	(245)
第二节	个人所得税的要素	(254)
第三节	个人所得税应纳税额的计算	(263)
第四节	个人所得税的税收优惠与征收	(274)
第五节	我国现行个人所得税的主要问题	(279)
练习题		(284)
第八章	企业所得税与涉外企业所得税	(289)
第一节	企业所得税的要素	(289)
第二节	企业所得税应纳税所得额的计算	(302)
第三节	企业所得税应纳税额的计算	(317)
第四节	企业资产的税务处理	(321)
第五节	涉外企业所得税的要素	(327)
第六节	涉外企业所得税的计算	(335)
练习题		(338)
第九章	财产税、特定目的税和行为税	(344)
第一节	财产税	(344)
第二节	特定目的税	(359)
第三节	行为税	(373)
第四节	实践中的几个问题	(389)

练习题	(395)
第十章 税收经济分析	(400)
第一节 需求与供给的价格弹性	(400)
第二节 税负转嫁及其影响因素	(408)
第三节 税收经济效应	(418)
第四节 税收额外负担分析	(421)
练习题	(426)
第十一章 国债的发行与运作	(431)
第一节 国债的概念	(431)
第二节 国债的种类和结构	(434)
第三节 国债发行市场	(443)
第四节 国债流通市场	(457)
练习题	(465)
附录 我国现行税种英汉对照表	(469)
参考文献	(471)

第一章 公共经济与财政

改革开放以来,我国私人经济的比重在不断加大,国有经济的比重则在不断减小,而且,越来越多的国有企业只是全部或部分的所有权属于政府,经营方式则已完全纳入市场经济范围。我国传统的计划经济正在稳步地向社会主义市场经济过渡。显然,社会主义市场经济是一种市场经济与计划经济共存的混合经济。

事实上几乎所有国家的经济都是混合经济:市场提供一部分产品和劳务,政府部门提供另一部分产品和劳务。即使在市场经济最为发达的国家,例如美国、英国、加拿大等等,政府也作为一个最大的经济实体直接或间接地参与经济活动,并通过财政手段广泛深刻地影响着国家经济的稳定和发展,以至于经济学家们明确地认为这些国家的经济可以划分为两大部门:私人经济部门和公共经济部门。

迄今为止,市场经济仍被认为是最有效的经济机制,世界上许多国家都实行市场经济,我国和许多其他原计划经济国家也正在通过改革而建立市场经济。既然如此,为什么公共经济仍然存在,并且其规模足以与市场经济相提并论呢?

财政的古典含义是政府或团体为维持其自身正常运行和发展,维护国家安全和治安而采取的收入、支出等经济行为。对于现代国家来说,政府的主要职能是在经济方面,在这个意义上,可以认为财政是政府作为公共经济主体的全部经济行为,或者简单地说,财政就是公共经济。因此,上述问题换个形式表述,就是在实行市场经济的条件下为什么还需要财政?本章将讨论这一问题。

第一节 市场失效

市场机制远不是十全十美的,一再发生的经济危机暴露了自由市场经济的缺陷。从根本上说,市场经济的局限性在于它的高效率运行需要一定的条件,而其中有些条件在实际中很难,甚至不可能得到满足。所以,完全自由放任的市场经济存在固有的不足,在其自身运行中必然会产生弊病,从而不能很好地解决资源配置、收入分配和经济稳定问题,这就是市场失效。市场失效是公共经济得以存在和发展的根本原因之一。本节将介绍市场失效的主要表现。

一、不充分竞争

要使看不见的手在市场经济中发挥作用,就必须有充分竞争的经济环境。但在某些行业中或者某些情况下,充分竞争却难以形成。

(一) 自然垄断

垄断是引起不充分竞争的主要原因和重要表现,许多国家都有反垄断法,但某些行业却容易自然形成垄断。

首先,规模收益递增,单位产品成本随着生产规模的扩大而不断降低的行业会自然形成垄断企业。例如电话公司,其主要的成本在于架设电话线,一旦某一家电话公司在一个地区架设好了电话线,则用户越多,成本就越低。显然,在一个地区只建立一家电话公司要比建立两家以上的电话公司有效得多。而且,面对已经形成规模的老公司,在同一地区建立新的电话公司将由于成本高,用户少而处于极为不利的竞争地位。因此,电话公司容易自然形成垄断,像美国的 AT&T 公司,加拿大的 BELL 公司就是如此。类似的情况还有供电公司、自来水公司、煤气公司和铁路运输公司,等等。

其次,有些行业,如汽车工业、冶金工业、造船工业等,规模效益明显,只有产量达到充分大的规模,企业才有利可图。在这样的行业中,往往也只存在较少的企业,甚至一两个企业就占有了大部分市场,因而缺少比较充分的竞争,也容易形成自然垄断。不过,某一个行业仅有少数几个企业本身并不一定意味着缺乏有效的竞争,如果有大量其他资本可随时转移到该行业,或者进入退出该行业市场的成本较低,则现存企业就存在潜在的竞争对手,只要他们企图攫取垄断利润,潜在的竞争对手就会进入市场而使价格回跌,因而这些企业并不具有自然垄断地位。

此外,由于交通不便,有些商品流通渠道不畅,这就使得相关的市场受到限制,某些货物在特定的区域内将不存在竞争或仅仅存在极有限的竞争,这在实质上也是一种自然垄断。

(二) 不完全市场

完全市场通常是指能够充分提供边际成本等于价格的产品和服务的市场。换言之,对于完全市场来说,只要是有利可图的产品或服务,市场上就会充分提供。但是,在市场经济下总存在一些产品和服务,从技术和能力上说,私人市场是可以提供的,并且提供这些产品也有利可图,但私人市场却不愿提供或不能充分提供。这些产品的市场就称为不完全市场。典型的不完全市场有保险市场、资本市场和互补市场。

尽管当今的保险市场已比二三十年前远为完善,私人市场仍然还是不能为个人所面临的许多重要风险提供保险,例如为私人银行提供保险。到目前为止,各国政府都制定了大量的社会保险计划,其目的至少部分是为了克服市场上保险项目的不足。

在当代市场经济下,资本市场是相当活跃的。然而即便如此,私人资本市场还是不完全的,总有些重要方面的信贷私人市场不愿提供,例如学生信贷、小企业信贷以及农户信贷,等等。

显然,保险市场和资本市场不完全的主要原因是风险,实际上风险特别大的市场都容易出现这种情况,如航天航空工业、核电工

业、高科技开发和研究,等等。

所谓互补市场,是指相互关联、需要配套提供的多种产品的市场。例如,假定所有爱喝咖啡的人都喜欢在咖啡里加糖,则糖和咖啡的销量是相互依赖的。在没有人生产糖的情况下,任何企业家都不会考虑生产咖啡;反之亦然。然而,如果有两位企业家相互配合,分别生产糖和咖啡,则糖和咖啡都会有良好的市场。糖和咖啡的市场就是互补市场,缺乏哪一个都会引起不完全市场的问题。这当然是一个有意简化了的例子,市场将自动使得糖和咖啡的潜在生产者合作,而无需政府的干预。不过,在许多需要大规模合作的复杂情况下,特别是对发展中国家而言,市场机制往往不能充分发挥作用,互补市场的问题就会很突出。如我国的三峡工程,它涉及了跨省的地区合作、各行各业的合作、库区移民和安置的合作等极为复杂的协调组织,而决不仅仅是一个资金和工程技术的问题,因而不能只依靠市场来完成这一工程。

(三) 信息不灵

市场经济的正常运行有赖于迅速准确的信息传递,没有充分的信息,就不可能有充分的市场竞争,从而市场运转也必然是不完善的。有些情况下,市场本身所能提供的信息过少,政府必须采取措施给消费者提供有用的市场信息,以避免由于信息不灵而导致的市场失效。例如,1988年,由于错误的市场信息引导,我国各大城市刮起了一股商品抢购风,各级政府做了大量宣传工作,将准确的市场信息告诉市民,同时还采取了许多相应的措施,成功地平抑了物价,才恢复了市场秩序。

然而,在克服信息不灵方面,政府的作用远不止采取这类措施来保护消费者的利益。从许多方面来看,有些信息实际上也是下面所要介绍的公共产品,多一个人获取这种信息不会影响别人也获得该信息,也不会增加传递该信息的成本。因此,私人市场不会充分提供这类信息。这方面最为典型的例子就是各地气象局每天发布的天气预报,以及中央电视台每天播出的卫星云图和海洋气

象。

自然垄断、不完全市场以及信息不灵,都是市场机制运行过程中必然出现的弊病,它的根本问题是引起不充分竞争市场。虽然市场竞争的不充分可能有着更为深层的原因,这三点却是非常明确的证明。

二、公共产品

从消费者的角度来看,社会的全部产品可以划分为两大类:一类是满足个人消费需要的产品和劳务,如食品、服装、住宅、理发等等;另一类是不可能由个人独占,用于满足公众和集体需要的产品和劳务,如国防、水利、公路、环境卫生等等。显然,前者可以称为个人消费或个人消费品,后者可以称为公共消费或公共消费品。不过,按照习惯,我们还是将前者称为个人产品,后者称为公共产品,读者应该注意这两个术语在这里的准确含义。

在一般情况下,无论经济制度如何,个人产品是由竞争的市场所提供的,而公共产品则是由政府提供的。值得指出的是,在这里,提供并不等于生产,而只是指供给。对于社会主义市场经济而言,必须考虑大量国营企业生产个人消费品这一事实。提供个人消费品的国有企业是产权属于政府,而它的经营必须遵守市场规律,在这个意义上,它和私营企业并无区别。因此,个人消费的产品和服务不一定是由私人部门生产的;反过来,由政府提供的物品和服务也不一定要由政府部门直接生产经营,政府可以花钱从市场上购买。这方面非常典型的例子是国防,国防是由政府提供的,但用于国防的武器,则完全可能由私人企业生产。

市场既然是一种有效的经济机制,公共产品却为什么不能由市场提供,而要由政府提供呢?为了回答这一问题,需要阐明公共产品和个人产品的不同之处。

(一) 纯个人产品的性质

纯个人产品是由市场提供的。它同时具有如下两个性质:

1. 排他性

由市场提供的产品在消费上必须具有排他性。一种产品或劳务在消费上具有排他性,是指只有占有它的人才能消费它,不占有它的人则被排除在它的消费者之外。换句话说,对于任何一种产品,如果只有购买它的人才享有消费它的权利,而没有购买它的人则无权消费它,我们就说它具有排他性。例如,若甲想要某一件衬衣,就必须购买它;而一旦甲购买了这件衬衣,乙就不可能消费它。

市场建立在等价交换的原则上,但交换必须以产权为基础,没有产权,就不能交换,而产权显然要求排他性。某种产品一旦具有排他性,市场对它就可以像投标体系一样运行。消费者为了获得享受消费该产品的效用,就必须以一定的价格购买该产品,这个产品价格同时也表明了消费者对该产品的偏好程度。在竞争的压力下,生产者将自动接受这一信号的引导,去生产消费者所需要的产品。

容易想到,一种产品如果没有消费上的排他性,那就意味着,任何消费者可以无偿地消费它,自然就没有人为了消费它而出钱购买它。从而没有等价交换的必要,市场也失去了价格信号的引导。

2. 对抗性

所谓对抗性是指甲对某一产品的消费将损害或影响乙对同一产品的消费。例如,甲多吃一块蛋糕,乙就要少吃一块蛋糕。在公共牧场里,甲多放牧一群牛羊,必然要影响其他牧民所能放牧的数量和质量。对于高峰时期拥挤的街道上的汽车来说,可用空间也明显地具有对抗性。

对于消费具有对抗性的产品,要多满足一个人的消费,其成本必然要上升,也就是说多满足一个人消费的边际成本必不为零。这表明,具有对抗性的产品也就是边际成本不为零的产品。市场有效使用资源的一个条件是价格等于边际成本,因而任何人要获得该产品的消费权就必须按边际成本付费,从而使得价格再次成