

创新引领未来 实践启迪智慧

应用型税收人才培养与大学生创新实践论文集

王亭 罗秦 主编

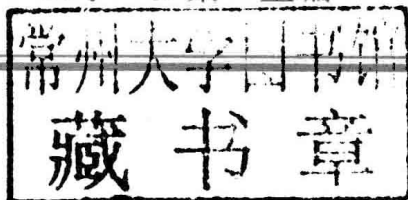


立信会计出版社
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

创新引领未来 实践启迪智慧

应用型税收人才培养与大学生创新实践论文集

王亭 罗秦 主编



立信会计出版社
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

创新引领未来 实践启迪智慧:应用型税收人才培养与大学生创新实践论文集/王亭,罗秦主编. —上海:立信会计出版社,2016.11

ISBN 978-7-5429-5243-1

I. ①创… II. ①王… ②罗… III. ①税收管理-人才培养-中国-文集 IV. ①F812.423-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 256070 号

策划编辑 方士华

责任编辑 黄成良

封面设计 南房间

创新引领未来 实践启迪智慧

——应用型税收人才培养与大学生创新实践论文集

Chuangxin Yinling Weilai Shijian Qidi Zhihui

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路 2230 号

邮政编码 200235

电 话 (021)64411389

传 真 (021)64411325

网 址 www.lixinaph.com

电子邮箱 lxaph@sh163.net

网上书店 www.shlx.net

电 话 (021)64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 虎彩印艺股份有限公司

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 23 插 页 2

字 数 474 千字

版 次 2016 年 11 月第 1 版

印 次 2016 年 11 月第 1 次

书 号 ISBN 978-7-5429-5243-1/F

定 价 59.00 元

如有印订差错,请与本社联系调换

前言

创新是一个民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力。抓创新就是抓发展,谋创新就是谋未来。当今世界的竞争,归根到底,是综合国力的竞争,是知识总量、人才素质和科技质量的竞争。大学生是十分宝贵的人才资源,是民族的希望,是祖国的未来。高校作为科技创新的高地和人才培养的基地,担负着培养创新型人才、建设创新型国家的使命。如何将我们的大学生培养成为国家需要的创新型人才,是摆在每一个高校和每一位高等教育工作者面前的重要课题。

近几年,上海立信会计金融学院财税与公共管理学院紧紧抓住上海市教育综合改革的契机,税收学专业获得“上海市属高校应用型本科试点专业建设项目”。为了有效推进该项目的建设,学院围绕创新型人才培养进行了积极的探索,进一步明确了创新型人才培养目标定位,加大专业优化、课程结构调整和教学方法改革的力度,注重学生创新意识、创意思维和创造能力的培养,拓展国际合作办学平台、积极推进学生海外交流项目,引导学生积极投身于各类社会实践活动,在创新型人才培养方面取得了显著的成绩。近年来学院先后有多件学生作品获得全国“挑战杯”大学生科技作品大赛、“挑战杯”全国大学生创业计划竞赛上海市奖项,上海市大学生暑期社会实践活动优秀项目奖,“知行杯”上海市大学生社会实践大赛三等奖,学生先后共参与完成学校创新实践项目近百项,学生海外长、短期交流达百余人次,为学生开阔国际视野、了解国外行业发展动态、参与国际竞争提供了良好的平台与有利条件。

《创新引领未来 实践启迪智慧——应用型税收人才培养与大学生创新实践论文集》正是学院在应用型本科试点专业建设过程中创新型人才培养探索的成果体现,经过不断实践与积累,这本论文集终于得以出版。这不仅是学院专业建设的成果,更是学院人才培养质量的体现,是学院教师和学生集体智慧的结晶。本论文集共分为四个部分,第一部分为“挑战杯”项目,是学生在“挑战杯”竞赛中获奖项目论文;第二部分为社会实践项目,是学生在上海市大学生暑期社会实践大赛中获奖项目论文;第三部分为创新实践项目,是学生参与完成的学校创新实践项目论文;第四部分为国际交流项目,是学生参与长期访学交流项目所撰写的研究论文。这些项目成果是学生们在积极参与专业学习、社会实践以及国际交流过程中,对专业问题的思考、实践以及对创新性思维探索的总结和提炼,每一篇论文都经过指导教师的悉心指导和认真修改。可能有些思考还不够成熟,有些探索还需要深化,但却蕴含了师生的辛勤付出

和智慧火花。因此,我们把它们汇集成册,希望借此推动学院应用型本科专业建设和人才培养质量的提升,激发更多学生积极投身于更多富有创新性的思考和实践中来。

本论文集能够出版,要感谢上海市属高校应用型本科试点专业建设项目的大力资助,感谢上海立信会计金融学院财税与公共管理学院师生的积极探索和共同努力,特别感谢立信会计出版社对本论文集出版给予的支持和帮助。

由于我们的水平有限,文中疏漏之处,敬请读者批评指正。

编 者

2016年11月

目 录

“挑战杯”项目

“I kitchen 创意厨吧”创业计划书	(3)
有机农产品销售模式的调查研究	
——以上海地区为例	(31)
“后拆迁时代”城市拆迁居民生活现状研究	
——基于上海市的实证分析	(51)

社会实践项目

困兽之斗	
——待业“宅男宅女”职业发展与就业规划	(71)
网购征税现状、问题及政策建议	
——基于上海市的调研分析	(96)
政府担保模式下的农民工欠薪保障机制探究	
——基于上海市企业的实证调研	(103)
大城市与小农业：松江区家庭农场调研	(115)
惜护四叶草，让爱不罕见	(126)
“爱·两制”	
——沪港两地志愿者服务现状的对比分析	(132)
上海自贸区税收政策的探究与分析	(145)
爸妈要上班，暑假去哪儿	
——对上海市闵行区爱心暑托班的调查研究	(153)

创新实践项目

我国开征遗产税的阻力调研与可行性分析	(161)
--------------------------	-------

中国民间慈善体制的探讨

——基于上海市松江区某社区的试点调研..... (169)

上海户籍制度对在沪外地大学生就业影响的调查与分析..... (177)

关于上海公共厕所的治理以及发展的调查分析..... (185)

基本医疗体系建立中的社区医院发展状况调查

——居民看病为何不首选社区医院..... (197)

上海养老院发展现状与前景分析

——基于上海居民及养老院的调查..... (202)

“弃婴岛”将何去何从

——基于对“弃婴岛”南京、深圳试点的实证调研分析 (208)

环保“新”未来

——基于新能源汽车现状的调研..... (216)

旧书籍都去哪儿了

——循环经济发展之路的探讨..... (222)

上海大学图书馆资源建设与利用情况调研

——基于松江大学城七校的实证调查..... (231)

大学生社团联盟 O2O 模式的运行实践

——以松江大学城为例..... (237)

高校学生使用教务系统中存在的问题及改进建议

——以上海立信会计金融学院为例..... (244)

对外交流项目

中外大学教育比较

——以美国杜鲁门州立大学与上海立信会计金融学院为例..... (253)

中美企业年金制度的比较分析..... (259)

妈祖文化对台湾社会生活的影响..... (267)

台湾房产税制要素分析及其对大陆房产税的启示..... (273)

台湾夜市的功能与启示..... (284)

“营改增”背景下两岸电信业税制比较..... (291)

高校社团文化研究

——台北大学社团文化借鉴..... (297)

台湾环境保护规范之演进与借鉴..... (303)

台湾城市治理：无障碍环境建设的经验与启示

——以台北为例..... (308)

台湾便利店的经营特点研究..... (315)

两岸房产税税制比较.....	(320)
台湾证券交易所得税制度演变.....	(327)
国际资本流动多样性下的国际税收趋势讨论.....	(333)
关于大陆与台湾发票管理制度的比较分析.....	(341)
台湾遗赠税制度及其对大陆的启示.....	(346)
两岸个人所得税制度比较分析.....	(354)

“挑战杯”项目

“I kitchen 创意厨吧”创业计划书

1 执行总结

1.1 公司介绍

I kitchen 创意厨吧是松江大学城内第一家也是目前为止唯一一家创意厨吧,是一个新型餐饮文化理念的实践者,它以为在校大学生提供时尚、休闲的体验式餐饮服务为创业目标,通过提供“自己下厨,锻炼厨艺”的体验式消费,达到“以厨会友”的目的,满足他们对时尚、休闲、创意、自己动手、个性的追求,也为在校大学生提供一个提高生活能力的平台,使其能够收获亲自下厨的喜悦。厨吧通过线上线下宣传、加强与合作伙伴的联系、提供高质量高水平的服务来吸引学生,目前已实现平均每月2万元的收入。

I kitchen 将以它的独特性创意和经营理念,成为大学城内一颗冉冉升起的创业新星!

1.2 公司商标

如图1所示,勺子的图案既像字母I又代表了DIY厨房的理念,我们的宗旨就是让消费者感受亲自下厨的乐趣,吃最健康的食物,爱上自己的厨房。

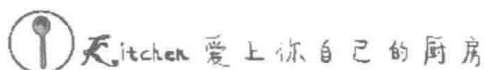


图1 I kitchen logo

1.3 企业文化

以“家”和“情”为企业文化的核心,并将其传达给顾客,使顾客享受在家的愉悦和自由。尊重员工,服务大众;锐意进取,追求卓越。

第一,家庭文化,和睦相处,I kitchen 创意厨吧将力求使员工以吧为家,关心员工成长,加强与员工沟通互动,对员工不足之处要虚心启发,耐心指导,使员工在学习中成长,在厨吧这个大家庭内营造“互帮互助,互相学习”的氛围,为了厨吧的发展共同努力。

第二,平等文化,上和下睦,厨吧内部只有分工的不同,没有地位的高低,厨吧如家,在厨吧内可以畅所欲言,积极为厨吧发展献计献策。

第三,竞争文化,和而不同,竞争是一个家族长盛不衰的良药,竞争为企业注入了新鲜的血液与进取的动力。

2 服务介绍

2.1 服务项目

中华烹饪文化博大精深。本公司是一家已开业的DIY厨吧。本厨吧目前定位于体验式餐饮,满足大学生对美食的创意和体验需求,顾客既可以在我们的厨吧享受DIY做菜的过程,又可以享受食物的美味,即使你对厨艺不精通,但只要你怀着一份对厨艺的向往,厨吧有专人指导你做出自己想做的菜。本公司在松江大学城林立的餐饮店中独树一帜。但是,目前无论从经营模式还是满足大学生需求看,都有进一步拓展的空间,本公司基于“以厨会友”的理念,以实体空间和虚拟空间为平台,策划一个“三位一体”的多功能“厨吧”:第一部分,“体验式餐饮”,为大学生聚会、交友和尝试“自己动手”提供学习、交流和展示厨艺的场所,满足大学生对餐饮文化的体验;第二部分,基于“厨吧”以厨会友,在实体店面划分功能区,通过场地布景,营造温馨的环境,以此为大学生开展各种活动提供场所,定期开展厨艺比拼评奖等系列活动,提高关注度和参与度;第三部分,设计一个网络平台,通过会员注册,在可以享受会员优惠的同时,建立一个厨友交流和交友的平台,并最终使之成为大学生学习交流、开展公益活动、交友等的多功能网络平台,以此创立自己的厨吧品牌。

快乐的厨房体验,个性的烹饪经历,自己动手不仅仅是简单的劳动,更是一种分享,一种自我展示,一种交流合作。在这里,每次的体验都会不同,每次做的不一样,吃的不一样,玩的也不一样,创意厨吧给的就是不一样。

我们提供:

(1) 大学生聚会、生日 party 等集体活动的场所,以及一些棋类、桌游等休闲娱乐设施。

(2) 开放式厨房、厨具及下厨必备的各种调料,另有专人的指导让消费者享受DIY烹饪美食的乐趣。

(3) 经典的菜谱以及烹饪美食技术指导,让南北美食在此得到完美融合。

2.2 厨吧特色

一问:什么是厨吧?

答:厨吧是提供一个厨房让顾客自己享用自己烹饪食物的地方。

二问:厨吧里有什么?

答:厨吧里有煤气灶、抽油烟机、刀具、菜板等厨具以及近百种可以满足你不同的烹调需求的调料,对于可能还从未下过厨的您,还有专门的厨师指导,同时,还有扑克、五子棋、象棋、军棋、跳棋、麻将、桌游等各种娱乐项目供您休闲。

三问:创意厨吧可以为您做什么?

答:①能同时容纳 50 人左右的聚会。②为您设计独特的只属于你的浪漫的表白、求婚。③为您设计别具一格的生日聚会。④好友之间的创意烹饪。⑤能在这里定期品尝到来自不同地方的“创意厨师”的创意菜。

四问:来 DIY 创意厨吧可以自己带菜吗?

答:我们创意厨吧鼓励、提倡、欢迎您自己带菜。同时,我们也可根据您的需要为您安排食材。在这里你可以自己动手做自己喜欢的菜肴。

厨吧—我的厨房你的天地—厨房是家庭的中心,是一个补充营养维系感情的地方,我们在这里增进感情,留下回忆,I kitchen 创意厨吧的出现为我们提供了全新的休闲娱乐方式,这里有各类的书籍以供翻阅,当然烹调美味的书籍更是必不可少,如果您有需要,还会有专人指导您下厨。在这里你会有“我的厨房我做主”的感觉。在这里你就是大厨,你就是掌勺。

2.3 装饰风格

要营造大学城内“家”一样的氛围,让来自全国各地的消费者在这里都能感受到“家”的温暖、“情”的力量。

- (1) 环境舒适优雅,内外和谐统一。
- (2) 布局科学合理,色彩用料统一。
- (3) 独具特色魅力,硬件软件统一。

2.4 消费体验

创意厨吧,请带上心爱的食材,可心的朋友,让大家享受非一般的盛宴,吃的不仅是“美味”更是那份“真情”。做不一样的饭菜,感受不一样的情,续写不一样的故事,留下不一样的回忆。这里提供的不仅仅是场地,更是流行的饮食文化,专业的年会活动策划,团学联的目标制定分解,部员之间协作,团队凝聚力,执行力的培训等各种活动。我们致力于打造饮食新风尚,餐饮新体验,最时尚最潮的宴客方式,最安心最卫生的私家厨房,创意厨吧是传统聚餐形式上的创新,是恋人约会,亲朋小聚,同学、战友聚会,社团活动的不二场所。

可以自己做饭的厨吧,给你饮食新体验。保证干净卫生安全。为你的肠胃把关。做饭是一种技能,更是一种享受、一种爱的体验,为你爱的人做一桌丰盛的美食,品尝爱你的人为你做的盛宴,是多么值得回忆的情感!书写今天,不要让明天留下遗憾。现在都讲究 DIY,同学、同事聚会如果自己能露一手岂不是很有面子,但是碍于家中太小接待不了很多朋友,该怎么办呢? DIY 创意厨吧就是这样一种完全真正自主的餐吧,也许你去过自助烧烤店,但只是烧烤那么简单,而且所有的原料都是别人帮你调好的,完全没有自己下厨的感觉,而厨吧为你提供了所有的烹饪条件,包括原料、佐料、厨具等。让客户的下厨体验更加轻松愉快,也更加安全。

2.5 卫生安全

我们现在处于一个关注食品健康的时代,一谈及饮食,我们最先想到的不是是否

可口,而是食品是否卫生安全。我们的厨吧与传统的餐馆不一样,我们的厨房是面向广大消费群体的,所以我们更加注意厨房的卫生安全。我们引进了奥普环保灶和奥普朗尼开放式厨房,前者源于环保,后者基于健康,这一套厨具在一定程度上满足了对我们卫生安全的要求,同时我们所有的装厨具的柜子都是带自动消毒功能的,这更加为我们的卫生安全增强了保障,包括指导顾客烹饪的师傅都有健康证,我们无时无刻不在为消费者的卫生安全着想,消费者尽可在我们厨吧放心地享受制作美食的乐趣。

3 公司战略

3.1 SWOT 分析

优势(S): Strength

服务优势:

- (1) 关注消费者的健康,为消费者提供一个放松解压的平台。
- (2) 人性化服务,感受家一般的温暖。
- (3) 集休闲、娱乐为一体的厨房。

公司优势:地理位置优越,能吸引大量目标消费市场。

产业优势:

- (1) 新概念形式,性价比高,吸引力强。
- (2) 符合当代青年人时尚、休闲、勤动手、创意的特征。
- (3) 进入、退出市场的壁垒较小。

劣势(W): Weakness

- (1) 公司建立初期知名度低。
- (2) 期初投资成本较大,宣传、推广需要大量资金,而公司资金不足。
- (3) 大学生首次创业缺少领导管理经验。

机会(O): Opportunity

(1) 伴随经济不断发展,生活节奏会越来越快,学生的就业压力会很大,我们这里将是学生解压的首选之地,让学生体验慢生活,具有较大的市场需求。

- (2) 政府鼓励大学生自主创业,会得到学校和专业团队的支持。
- (3) 现在的餐饮业还没有提供自己动手的服务,DIY 是时尚的潮流。
- (4) 食品安全问题越来越得到人们的重视。

挑战(T): Threats

(1) 餐饮业较多,加之学生可调配时间有限,可能因为没有足够多的时间亲自做饭,而选择了放弃。

- (2) 可复制性强,所需的专业技术知识少。
- (3) 顾客新鲜感的维持时间有限。

从分析来看,本餐厅的状况处于 SO、ST 组合阶段,尽快发展壮大,加快增长步伐,是短、中期经营的主要目标,长期目标则是发展自己品牌的多元化以及专业化,创建属于自己的品牌,提高核心竞争力,这才是长久发展之计。具体战略分析如图 2 所示。

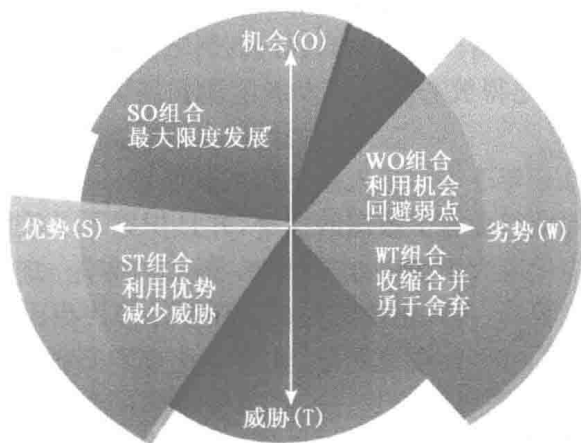


图 2 SWOT 分析示意图

3.2 阶段目标

因为我们的可复制性强,所以我们要抢占市场先机,创建自己的“I kitchen 创意厨吧”品牌,形成自己的品牌效应,增强自己的竞争力。为此我们制订了“三步走”战略,从短期、中期、成熟期三个阶段说明。

短期战略目标

第一年,即 2013 年是打基础的一年,我们的目标就是通过这个项目本身 DIY 烹饪的特色以及“大学生创业”来吸引客源,并通过线下的一些宣传巩固和吸引客源,另外结合线上的人人网、微信以及微博创立自己的“线上小天地”,进一步扩大自己的影响力。因为是开业第一年,所以知名度、美誉度等都还不足,此时的目标就是扩大知名度。主要的消费群体是大大二二的学生,包括松江大学城内的老乡会、社团学生会等团体,以距离创意厨吧最近的立信会计学院学生为主要目标顾客。一方面他们刚步入大学,各种社交活动比较多,对新鲜事物的好奇心大、尝试欲强;另一方面也为日后的宣传打基础。因为大学城每年都有新生力量加入,所以日后的宣传还要靠今天的顾客推荐。营业额要达到每月 2 万元(就我们开业至今,我们已实现这一目标)。

中期发展目标

第二年和第三年即 2014—2015 年是中期发展阶段,我们将利用第一年所积累下来的客源,举办一些活动,比如七夕时推出情侣活动,元旦时进行节日派对等一系列大学生钟爱的活动,借此来吸引更多的消费者,并通过线上的人人网、微博等宣传自己的企业文化,再利用之前积累的客户口口相传,起到一个扩大知名度的作用,扩大

DIY 厨吧在大学城内的影响力,争取把它发展成为松江大学城内首屈一指的特色场所。中期发展阶段我们的目标顾客为松江大学城内 7 所高校的在校大学生以及周边居民,比如六期公寓中租房居住的学生党和打工者。学生平时参加聚会等各种活动,是我们长期存在的主要目标顾客;打工者由于居住在六期公寓里没有可供做饭的厨具设备,因此需要常年在外面的小饭馆内购买食物,我们的创意厨吧就为他们提供了一个绝佳的做饭场所,打工者可以组队来我们的厨吧消费,既能改善平日里粗茶淡饭的伙食,又能吃得安全、吃得放心。中期发展阶段初期要达到月营业额 2.5 万元的目标。

同时我们会在 2015 年下半年进入拓宽市场的阶段。基于前两年积累下的客户资源,以及此时已经对此行业有了较深的了解,并且积累下了较好的口碑,可适当减少线下宣传,增加更多适应大学生的娱乐活动,将大学城唯一的 DIY 厨房发展成大学城的一大特色,达到盈利、步入正轨的目标。还要总结出自己的经营模式,为以后在全国各大学城发展“I kitchen 创意厨吧”连锁企业奠定基础。同时,我们不再将“I kitchen”局限在松江大学城内,还会进一步扩展经营项目和场所,如在上海市中小企业密集的地方设立连锁分店,开展各种增强团队意识的企业派对,在这里我们的目标顾客为中小企业的企业员工,部门经理可以在工作之余的休闲时间组织员工来厨吧聚餐,改变平日里由于忙碌而不能精心准备丰盛晚餐的情况,通过聚餐也能增进公司员工之间的互相了解,增强团队凝聚力。同时,我们还会考虑在上海市其他大学城开设分店(如南汇大学城、闵行大学城、奉贤大学城),此时的 I kitchen 创意厨吧由于之前几年的努力已经积累了相当的名气,再在上海其他大学城开设分店,想必会有大批量的学生慕名而来,体验亲自下厨的乐趣,在这些地方我们的目标顾客主要仍为大学城里的学生,不仅仅局限于松江大学城的 7 所高校。中期发展的中后期阶段,我们计划实现月营业额 3 万的目标。

成熟期战略目标

三年以后即 2015 年之后是 DIY 创意厨吧成熟期发展阶段,此前由于在短期和中期的两个阶段我们已经积累了足够的经验和人气,而且也在逐步形成自己完整的产业链和经营模式,而且我们也有了一定的企业资本和员工团队,因此在成熟期,我们将在全国几个主要城市比如北京、武汉、南京等地陆续开设创意厨吧连锁店,同样的,我们将首要考虑在几大城市的城市内开设分店,将 I Kitchen 创意厨吧发展成为一个享誉全国的品牌,一个社会团体组织活动的最佳场所。我们要将 I Kitchen 创意厨吧做大做强!达到年收入 30 万的宏伟目标!

3.3 合作伙伴与竞争对手

在合作中实现共赢,在竞争中加强创新。我们将充分利用区位优势,加强与周边的市场资源的合作,如酒店、教育机构、食品供应商等。

与此同时,我们也会成为新兴的日租房、别墅、传统的餐厅和娱乐休闲场所的强大竞争对手。

3.4 调查分析(见附录 1)

4 市场分析

4.1 目标市场

鉴于服务的特性以及地理位置的特殊性,我们的目标顾客为大学城的大学生以及社会上的对创意菜向往的人。我将消费群体大致分为以下几个类别:老乡聚会、社团聚会、班级聚会、尝鲜人士和情侣等,如图 3 所示。

大学生是一个特殊的群体,他们处在一个连接社会与校园的象牙塔中,与之前相比,自我观念越来越强,逐渐开始摸索这个社会,并对社会也充满了好奇,同时,他们也渴望独立自主,摆脱父母的约束,自己独立做选择,正是由于大学校园的这种轻松与无拘无束,所以大学生更加渴望新鲜事物,渴望自己动手,而宿舍又是一个特殊的公寓,在这个他们四人一间 20 平米左右的房子里,只有简简单单的四张床与四张桌子,其他的什么都没有,所以吃饭只能在外面解决,而这就是一个机会,也是一个商机,这个 DIY 厨房正是弥补

了大学生宿舍不能亲自做饭的这一缺憾,为每个大学生提供一个开放式厨房,让每一个人都可以掌控自己的饭菜,这里有家的感觉,却比家里更自由。所以对于大学生而言,这是一个补充,更是一次机会,同样也是一种享受的方式。

传统的饮食在普通的餐厅都可以吃到,但是我们的 DIY 厨吧会定期邀请全国各地自己创新菜品的厨师来比拼(为节约成本,我们会请一些不知名的草根厨师),即使你不想做饭,在我们的厨吧依然可以享受 DIY 带来的乐趣。

接下来,我来分析一下我的目标顾客。据调查,在这之中情侣消费人数约占大学城学生人数的 10%,而且现在的情侣都喜欢送对方一些有新意的礼物,也越来越重视礼物的心意,而非价格,所以 DIY 越来越被情侣们所喜欢,亲自下厨为亲爱的他(她)做一份爱心便当,自然是一件很温馨的事情。而且正是由于人数少,所以他们在非周末光临的可能性就会比其他的团体在非周末光临的可能性要大,所以他们是非周末的主力军。

团体也是创意厨吧的主要目标市场,大学城盘踞着七所大学,每个大学都有上百个班级、纷繁复杂的特色社团以及学院和学校的学生会、团学联等团体。而每一个组

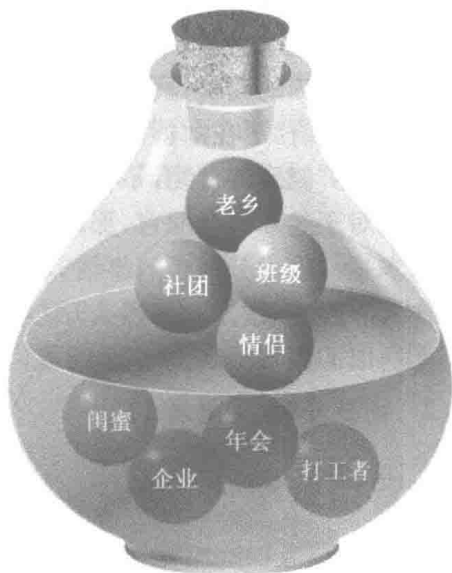


图 3 目标人群示意图