

## 考情分析

本章是财务管理重要的章节。题型可以出客观题、计算分析题、综合题。分值为10—13分。

## 第一节 收入与分配管理概述

## 一、收入与分配管理的意义与原则

## (一) 意义

1. 收入与分配管理集中体现了企业所有者、经营者与劳动者之间的利益关系。
2. 收入与分配管理是企业维持简单再生产和实现扩大再生产的基本条件。
3. 收入与分配管理是企业优化资本结构、降低资本成本的重要措施。
4. 收入与分配管理是国家财政资金的重要来源之一

## (二) 收入与分配管理的原则

1. 依法分配原则
2. 分配与积累并重原则
3. 兼顾各方利益原则
4. 投资与收入对等原则

## 二、收入与分配管理的内容

(一) 收入管理	1. 销售预测分析 一类是定性分析法，营销员判断法、专家判断法和产品寿命周期分析法。 一类是定量分析法，趋势预测分析法，因果预测分析法。
	2. 销售定价管理 一类是基于成本的定价方法：全部成本费用加成定价法、目标利润法等 一类是基于市场需求的定价方法：需求价格弹性系数定价法、边际分析定价法
(二) 纳税管理	企业所承担的税负实际上是利益在国家与企业之间的分配，分配结果直接关系到企业未来的发展和股东的利益空间，纳税是企业收入分配过程中的重要环节。由于企业的筹资、投资、营运和分配活动等日常活动以及企业重组都会产生纳税义务，故这五个环节的纳税管理构成了纳税管理的主要内容。
(三) 分配管理	本章所指利润分配是指对净利润的分配。净利润的分配顺序为： <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 弥补以前年度亏损；</li> <li>(2) 提取法定公积金；</li> <li>(3) 提取任意公积金；</li> <li>(4) 向股东（投资者）分配股利（利润）</li> </ol>

## 第二节 收入管理

## 一、销售预测分析

分析方法：

- (一) 定性分析（营销员判断法、专家判断法、产品寿命周期分析法）
- (二) 定量分析（趋势预测分析法、因果预测分析法）

## (一) 销售预测的定性分析法

1. 营销员判断法（意见汇集法）	由企业熟悉市场情况及相关变化信息的经营管理人员对由推销人员调查得来的结果进行综合分析，从而作出较为正确预测的方法。
------------------	---

	<p>优点：用时短、成本低、比较实用</p> <p>缺点：单纯靠营销人员的主观判断，具有较多的主观因素和较大的片面性。</p>
2. 专家判断法	由专家根据他们的经验和判断能力对特定产品的未来销售量进行判断和预测的方法。其主要有个别专家意见汇集法、专家小组法、德尔菲法等方法。
3. 产品寿命周期分析法	<p>产品寿命周期分析法是利用产品销售量在不同寿命周期阶段上的变化趋势，进行销售预测的一种定性分析方法。它是对其他预测分析方法的补充。</p> <p>产品寿命周期是指产品从投入市场到退出市场所经历的时间，一般要经过推广期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段。</p> <p>在推广期由于缺少历史数据，往往用定性预测方法；在成长期可以用回归分析法；在成熟期由于市场波动较小，可以用趋势分析法；一般来说，衰退期销售增长率往往为负值。</p>

## (二) 销售预测的定量分析法

### 1. 趋势预测分析法

### 2. 因果预测分析法（回归直线法）

#### 趋势预测分析法

- (1) 算术平均法
- (2) 加权平均法
- (3) 移动平均法
- (4) 指数平滑法

#### (1) 算术平均法

将若干历史时期的实际销售量或销售额作为样本值，求出其算术平均数，并将该平均数作为下期销售量的预测值。

公式：

$$Y = \frac{\sum X_i}{n}$$

式中：Y 表示预测值；X<sub>i</sub> 表示第 i 期的实际销售量；n 表示期数。

算术平均法适用于每期销售量波动不大的产品的销售预测。

#### (2) 加权平均法

权数的选取应遵循“近大远小”的原则。

公式：

$$Y = \sum_{i=1}^n W_i X_i$$

式中：Y 表示预测值；W<sub>i</sub> 表示第 i 期的权数；X<sub>i</sub> 表示第 i 期的实际销售量；n 表示期数。

加权平均法较算术平均法更为合理，计算也较为方便，因而在实践中应用较多。

#### (3) 移动平均法

从 n 期的时间数列销售量中选取 m 期（m 数值固定，且 m < n/2）数据作为样本值，求其 m 期的算术平均数，并不断向后移动计算观测其平均值，以最后一个 m 期的平均数作为未来第 n+1 期销售预测值。

$$Y_{n+1} = \frac{X_{n-(m-1)} + X_{n-(m-2)} + \dots + X_{n-1} + X_n}{m}$$

为了使预测值更能反映销售量变化的趋势，可以对上述结果按趋势值进行修正，公式为

$$\bar{Y}_{n+1} = Y_{n+1} + (Y_{n+1} - Y_n)$$

由于移动平均法只选用了 n 期数据中的最后 m 期作为计算依据，故而代表性较差。此法适用于销售量略有波动的产品预测。

## 2. 因果预测分析法

因果预测分析法是指分析影响产品销售量（因变量）的相关因素（自变量）以及它们之间的函数关系，并利用这种函数关系进行产品销售预测的方法。因果预测分析法最常用的是回归分析法，本章主要介绍回归直线法。

回归直线法：求出 a、b 的值后，带入  $y=a+bx$ ，结合自变量 x 的取值，即可求得预测对象 y 的预测销售量或销售额。

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n}$$

## 二、销售定价管理

主要内容：

含义、影响价格的因素、定价目标、定价方法、价格运用策略

### （一）销售定价管理的含义

销售定价管理是指在调查分析的基础上，选用合适的产品定价方法，为销售的产品制定最为恰当的售价，并根据具体情况运用不同价格策略，以实现经济效益最大化的过程。

### （二）影响产品价格的因素

1. 价值因素	价格是价值的货币表现，价值的大小决定着价格的高低，而价值量的大小又是由生产产品的社会必要劳动时间决定的。提高社会劳动生产率，相对降低产品价格。
2. 成本因素	成本是影响定价的基本因素。虽然短期内的产品价格有可能会低于其成本，但从长期来看，产品价格应等于总成本加上合理的利润，否则企业无利可图，难以长久生存。
3. 市场供求因素	当一种产品的市场供应大于需求时，就会对其价格产生向下的压力；而当其供应小于需求时，则会推动价格的提升。
4. 竞争因素	市场竞争程度不同，对定价的影响也不同。竞争越激烈，对价格的影响也越大。 在完全竞争市场，企业几乎没有定价的主动权，只能接受市场价格；在不完全竞争市场，竞争的强度主要取决于产品生产的难易程度和供求形势。
5. 政策法规因素	各个国家对市场物价的高低和变动都有限制和法律规定。企业在制定定价策略时一定要很好地了解本国及所在国有关方面的政策和法规。

### （三）企业定价目标

目标	特点	适用性
1. 实现利润最大化	通常是通过为产品制定一个较高的价格，从而提高产品单位利润率，最终实现企业利润最大化。	适用于在市场中处于领先或垄断地位的企业，或者在行业竞争中具有很强的竞争优势，并能长时间保持这种优势的企业。
2. 保持或提高市场占有率	其产品价格往往需要低于同类产品价格，以较低的价格吸引客户，逐步扩大市场份额，但在短期内可能要牺牲	适用于能够薄利多销的企业。

	一定的利润空间。	
3. 稳定市场价格	通常做法是由行业中的领导企业制定一个价格，其他企业的价格则与之保持一定的比例关系，无论是大企业，还是中小企业都不会随便降价。	通常适用于产品标准化的行业，如钢铁制造业等。
4. 应付和避免竞争	企业参照对市场有决定性影响的竞争对手的产品价格变动情况，随时调整本企业产品价格。但企业不会主动调整价格。	主要适用于中小型企业
5. 树立企业形象及产品品牌	以树立企业形象及产品品牌为定价目标主要有两种情况： 一是树立优质高价形象。 二是树立大众化评价形象。	目标一：吸引某一客户群 目标二：吸引大量的普通消费者

#### (四) 产品定价方法

##### 1. 以成本为基础的定价方法

在企业成本范畴，基本上有三种成本可以作为定价基础，即变动成本、制造成本和全部成本费用。

变动成本	包括变动制造成本和变动期间费用	变动成本可以作为增量产量的定价依据，但不能作为一般产品的定价依据。
制造成本	一般包括直接材料、直接人工和制造费用	由于它不包括各种期间费用，因此不能正确反映企业产品的真实价值消耗和转移。利用制造成本定价不利于企业简单再生产的继续进行。
全部成本费用	包括制造成本和管理费用、销售费用及财务费用等各种期间费用	在全部成本费用基础上制定价格，既可以保证企业简单再生产的正常进行，又可以使劳动者为社会劳动所创造的价值得以全部实现。因此，当前产品定价的基础，仍然是产品的完全成本。

##### (1) 全部成本费用加成定价方法

原理：是在全部成本费用的基础上，加合理利润来定价。

在考虑税金的情况下，有关计算公式为：

①成本利润率定价：

$$\text{成本利润率} = \frac{\text{预测利润总额}}{\text{预测成本总额}} \times 100\%$$

$$\text{单位产品价格} = \frac{\text{单位成本} \times (1 + \text{成本利润率})}{1 - \text{适用税率}}$$

②销售利润率定价：

$$\text{销售利润率} = \frac{\text{预测利润总额}}{\text{预测销售总额}} \times 100\%$$

$$\text{单位产品价格} = \frac{\text{单位成本}}{1 - \text{销售利润率} - \text{适用税率}}$$

##### (2) 保本点定价法

基本原理：是按照刚好能够保本的原理来制定产品销售价格。即能够保持既不盈利也不亏损的销售价格水平，采用这一方法确定的价格是最低销售价格。计算公式为：

$$\text{单位产品价格} = \frac{\text{单位固定成本} + \text{单位变动成本}}{1 - \text{适用税率}} = \frac{\text{单位完全成本}}{1 - \text{适用税率}}$$

### (3) 目标利润法

目标利润是指企业在预定时期内应实现的利润水平。目标利润定价法是根据预期目标利润和产品销售量、产品成本、适用税率等因素来确定产品销售价格的方法。计算公式为：

$$\text{单位产品价格} = \frac{\text{目标利润总额} + \text{完全成本总额}}{\text{产品销量} \times (1 - \text{适用税率})}$$

$$\text{或} = \frac{\text{单位目标利润} + \text{单位完全成本}}{1 - \text{适用税率}}$$

### (4) 变动成本定价法

变动成本定价法是指企业在生产能力有剩余的情况下增加生产一定数量的产品，这些增加的产品可以不承担企业的固定成本，只负担变动成本，在确定价格时产品成本仅以变动成本计算。

此处变动成本是指完全变动成本，包括变动制造成本和变动期间费用

$$\text{单位产品价格} = \frac{\text{单位变动成本} \times (1 + \text{成本利润率})}{1 - \text{适用税率}}$$

## 2. 以市场需求为基础的定价方法

以成本为基础的定价方法，主要关注企业的成本状况而不考虑市场需求状况，因而运用这种方法制定的产品价格不一定满足企业销售收入或利润最大化的要求。最优价格应是企业取得最大销售收入或利润时的价格。

以市场需求为基础的定价方法可以契合这一要求，主要有需求价格弹性系数定价法和边际分析定价法等。

### (1) 需求价格弹性系数定价法

在其他条件不变的情况下，某种产品的需求量随其价格的升降而变动的程度，就是需求价格弹性系数。计算公式为：

$$E = \frac{\Delta Q / Q_0}{\Delta P / P_0}$$

运用需求价格弹性系数确定产品的销售价格时，其基本计算公式为：

$$P = \frac{P_0 Q_0^a}{Q^a}$$

其中：a=1/|E|

### (2) 边际分析定价法

边际分析定价法，是指基于微分极值原理，通过分析不同价格与销售量组合下的产品边际收入、边际成本和边际利润之间的关系，进行定价决策的一种定量分析方法。

边际是指每增加或减少一个单位所带来的差异。

按照微分极值原理，如果利润函数的一阶导数等于零，即边际利润等于零，边际收入等于边际成本，那么，利润将达到最大值。此时的价格就是最优销售价格。

## (五) 价格运用策略

### 1. 折让定价策略

现金折扣	给予一定期限内付款的购买者以价格折扣
数量折扣	按照购买者购买数量的多少所给予的价格折扣
团购折扣	通过团购集合足够人数,便可以优惠价格购买或使用第三方公司的物品、优惠券或服务。
预购折扣	先订购或购买产品的折扣
季节折扣	给予非季节性热销商品的购买者提供的一种价格优惠。

### 2. 心理定价策略

声望定价	按照其产品在市场上的知名度和被消费者的信任程度来制定产品价格。一般地,声望越高,价格越高,这就是产品的“名牌效应”
尾数定价	价格的尾数取接近整数的小数(如199.9元)或带有一定谐音的数(158元)等,一般只适用于价值较小的中低档日用消费品定价
双位定价	在向市场以挂牌价格销售时,采用两种不同的标价
高位定价	根据消费者“价高质优”的心理特点,实行高标价促销的方法。但高位定价必须是优质产品,不能弄虚作假

### 3. 组合定价策略

有互补关系的相关产品	降低部分产品价格而提高互补产品价格
有配套关系的相关产品	对组合购买进行优惠

### 4. 寿命周期定价策略

推广期	低价促销
成长期	中等价格策略
成熟期	可以采用高价促销,但必须考虑竞争者的情况,以保持现有市场销售量
衰退期	降价促销或维持现价并辅之以折扣等其他手段

## 第三节 纳税管理

### 一、纳税管理概述

(一) 纳税管理	含义	企业纳税管理是指企业对其涉税业务和纳税实务所实施的研究和分析、计划和筹划、处理和监控、协调和沟通、预测和报告的全过程管理行为。
	目标	规范企业纳税行为、合理降低税收支出、有效防范纳税风险。
(二) 纳税筹划	含义	是指在纳税行为发生之前,在不违反税法及相关法律法规的前提下,对纳税主体的投资、筹资、营运及分配行为等涉税事项作出事先安排,以实现企业对财务管理目标的一系列谋划活动。
	目标	降低税负和延期纳税。

#### (三) 纳税筹划的原则

合法性原则	依法纳税是纳税筹划必须坚持的首要原则。
系统性原则	也称整体性原则、综合性原则。一方面要将筹划活动置于财务管理的大系统下,与企业的投资、筹资、营运及分配策略相结合;另一方面,企业需要缴纳的税种之间常常互相联系,一种税的节约可能引起另一种税的增加,纳税筹划要求企业必须从整体角度考虑纳税负担,在选择纳税方案时,要着眼于整体税负的降低。

经济性原则	也称成本效益原则。纳税筹划方案的实施，在为企业带来税收利益的同时，必然发生相应的成本支出。企业在进行纳税筹划相关决策时，必须进行成本效益分析，选择净收益最大的方案。
先行性原则	是指筹划策略的实施通常在纳税义务发生之前。

#### (四) 纳税筹划的方法

减少应纳税额	利用税收优惠政策	①利用免税政策②利用减税政策 ③利用退税政策④利用税收扣除政策⑤利用税率差异⑥利用分劈技术 ⑦利用税收抵免
	转让定价筹划法	主要是指通过关联企业采用非常规的定价方式和交易条件进行的纳税筹划。
递延纳税	是指合法、合理的情况下，纳税人将应纳税款推迟一定期限的方法，延期纳税虽然不会减少纳税人纳税的绝对总额，但由于货币具有时间价值，递延纳税法可以使应纳税额的现值减小。递延纳税筹划主要包括存货计价和固定资产折旧的方法选择等。	

## 二、企业筹资纳税管理

按筹资来源划分，企业筹资可划分为内部筹资和外部筹资，内部筹资来源于企业内部，以积累的留存收益为主，外部筹资来源于企业外部，又可分为债务筹资和股权筹资。

(一) 内部筹资纳税管理	1. 将利润留存在公司内部，从公司角度来讲，资本成本比外部股权筹资低；财务风险比债务筹资小。 2. 从投资者角度来讲，可以自由选择资本收益的纳税时间，享受递延纳税带来的收益。
(二) 外部筹资纳税管理	1. 进行债务筹资纳税筹划，需要权衡利息的节税收益与财务困境成本。 资本结构的权衡理论： 有负债企业的价值 = 无负债企业的价值 + 利息抵税的现值 - 财务困境成本的现值 2. 使用债务筹资进行筹划的前提： 总资产报酬率（息税前） > 债务利息率 权益净利率（税前） = 总资产报酬率（息税前） + [总资产报酬率（息税前） - 债务利息率] × 产权比率

## 三、企业投资纳税管理

### (一) 直接投资纳税管理

#### 1. 直接对外投资纳税管理

(1) 投资组织形式的纳税筹划	①公司制企业与合伙企业的选择 企业的营业利润在分配环节课征企业所得税，当税后利润作为股息分配给个人股东时，股东还要缴纳个人所得税，因此，股东面临着双重税收问题。而合伙企业不需要缴纳企业所得税，只课征各个合伙人分得收益的个人所得税。 ②子公司与分公司的选择 子公司需要独立申报企业所得税，分公司的企业所得税由总公司汇总计算并缴纳。
(2) 投资	应尽可能选择税负较轻的行业。如税法规定：对于国家重点扶持的高新技术

行业的纳税筹划	企业，按 15%的税率征收企业所得税；对于创业投资企业进行国家重点扶持和鼓励的投资，可以按投资额的一定比例抵扣应纳税所得额。
(3) 投资地区的纳税筹划	企业在选择注册地点时，应考虑不同地区的税收优惠政策。例如税法规定，对设在西部地区属于国家鼓励类产业的企业，在 2011 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，减按 15%的税率征收企业所得税。
(4) 投资收益取得方式的纳税筹划	企业的投资收益由股息红利和资本利得两部分组成，但这两种收益的所得税税务负担不同。根据企业所得税法规定，居民企业直接投资于其他居民企业取得的股息、红利等权益性投资收益为企业的免税收入，不包括连续持有居民企业公开发行并上市流通的股票不足 12 个月取得的投资收益。 企业卖出股份所取得的投资收益需要缴纳企业所得税。 【注意】投资企业可以使被投资企业进行现金股利分配，减少投资企业取得投资收益的所得税负担。

## 2. 直接对内投资纳税管理

含义	是指在本企业范围内的资金投放，用于购买和配置生产经营所需的生产资料，这里主要对长期经营资产进行纳税筹划。
固定资产投资	固定资产在投资环节的纳税筹划较少，因税法对固定资产的涉税事项处理均有详细的规定。
无形资产投资	为支持企业科技创新，2018 年 9 月财政部提高了研发费用税前加计扣除比例，即企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，再按照实际发生额的 75%在税前加计扣除；形成无形资产的，在上述期间按照无形资产成本的 175%在税前摊销。

### (二) 间接投资纳税管理

含义	又称证券投资，是指企业用资金购买股票、债券、基金等金融资产而不直接参与其他企业生产经营管理的一种投资活动。资产负债表中的交易性金融资产、可供出售金融资产和持有至到期投资等就属于企业持有的间接投资。 在投资金额一定时，证券投资决策的主要影响因素是证券的投资收益。
纳税管理	我国税法规定，我国国债利息收入免交企业所得税，当可供选择债券的回报率较低时，应该将其税后投资收益与国债的收益相比，再作决策。

## 四、企业营运纳税管理

企业的营运活动主要是指企业的日常经营活动，通常包括采购环节、生产环节和销售环节，会产生流转税纳税义务。企业的营运活动也会导致收入的实现，从而产生所得税纳税义务。

### (一) 采购的纳税管理

1. 增值税纳税人的纳税筹划	<p>设 X 为增值率，S 为不含税销售额，P 为不含税购进额，假定一般纳税人适用的增值税税率为 a，小规模纳税人的征收率为 b，则：</p> <p>增值率 <math>X = (S - P) \div S</math></p> <p>一般纳税人应纳增值税 = <math>S \times a - P \times a = (S - P) \times a = X \times S \times a</math></p> <p>小规模纳税人应纳增值税 = <math>S \times b</math></p> <p>一般纳税人与小规模纳税人的无差别平衡点的增值率为 <math>b/a</math>，</p> <p>若“增值率 X” &gt; “<math>b/a</math>”，选择成为小规模纳税人较为有利；</p> <p>若“增值率 X” &lt; “<math>b/a</math>”，选择成为一般纳税人较为有利；</p> <p>若“增值率 X” = “<math>b/a</math>”，选择成为一般纳税人或小规模纳税人的应纳增值税额相同。</p>
2. 购货对	一般纳税人从小规模纳税人处采购的货物，增值税进项税额可以抵扣。一般纳税



象的纳税筹划	人从小规模纳税人采购的货物，增值税不能抵扣（由税务机关代开的除外）。
3. 结算方式的纳税筹划	结算方式包括赊购、现金、预付等。在购货价格无明显差异时，要尽可能选择赊购方式。
4. 增值税专用发票管理	纳税人应及时使用增值税发票选择确认平台确认需要抵扣的增值税发票电子信息；购进的多用途物资应先进行网上确认再抵扣，待转为非应税项目时再作进项税额转出处理。

## （二）生产的纳税管理

存货计价的纳税筹划	虽然从长期来看，存货的计价方法不会对应纳增值税额总额产生影响，但纳税人可以通过采用不同的存货计价方法来改变销售成本，继而改变所得税纳税义务在时间上的分布来影响企业价值。 当企业处于非税收优惠期间时，应选择使得存货成本最大化的计价方法，以达到减少当期应纳税所得额、延迟纳税的目的。
固定资产的纳税筹划	对于盈利企业，新增固定资产入账时，其账面价值应尽可能低，尽可能在当期扣除相关费用，在征得税务机关同意的情况下，尽量缩短折旧年限或采用加速折旧法。 对于亏损企业和享受税收优惠的企业，尽量在税收优惠期间和亏损期间少提折旧，以达到抵税收益最大化。
期间费用的纳税筹划	企业在生产经营过程中所发生的费用和损失，只有部分能够计入所得税扣除项目，且有些扣除项目还有限额规定，例如企业发生的招待费支出，按照发生额的60%扣除，但最高不得超过当年销售收入的0.5%。

## （三）销售的纳税管理

1. 结算方式的纳税筹划	销售结算方式的筹划是指在税法允许的范围内，尽量采取有利于本企业的结算方式，以推迟纳税时间，获得纳税期的递延。	
2. 促销方式的纳税筹划	销售折扣	现金折扣，不得从销售额中减除，不能减少增值税纳税义务
	折扣销售	给予消费者购货价格上的优惠，如果销售额和折扣额在同一张发票上注明，可以以销售额扣除折扣额后的余额作为计税金额，减少企业的销项税额
	实物折扣	实物款额不能从货物销售额中减除，且还需按“赠送他人”计征增值税
	以旧换新	按新货物同期销售价格确定销售额，不得扣减旧货物收购价格

## 五、企业利润分配纳税管理——所得税、股利

### （一）所得税的纳税管理

亏损弥补的纳税筹划，最重要的就是正确把握亏损弥补期限。税法规定，纳税人发生年度亏损，可以用下一纳税年度的所得弥补；下一年度的所得不足以弥补亏损的，可以逐年延续弥补，但延续弥补期最长不得超过5年。

**【注意】**对于高新技术企业和科技型中小企业，自2018年1月1日起，亏损结转年限由5年延长至10年。

**【结论】**发生亏损后，应增加收入或减少可抵扣项目，使应纳税所得额尽可能多，以尽快弥补亏损，获得抵税收益。

### （二）股利分配的纳税管理

《企业所得税法》和《个人所得税法》对投资收益的税务处理规定不同，对于不同类型股东，公司侧重于不同的股利政策。

### 1. 基于自然人股东的纳税筹划

股息红利收益	统一适用 20% 的税率计征个人所得税
资本利得收益	即股票转让所得：不征收个人所得税，但投资个人在股票交易时需承担成交金额 1% 的印花税

【提示】个人从公开发行和转让市场取得的上市公司股票，股息红利所得的税务处理：

持股期限>1 年时，暂免征收个人所得税；

持股期限≤1 个月时，全额计入应纳税所得额；

1 个月<持股期限≤1 年时，暂减按 50% 计入应纳税所得额。

上述所得，一律适用 20% 的税率计征个人所得税。

【结论】对自然人股东而言，如果持股期超过 1 年，股票转让投资收益税负（印花税）重于红利收益的税负（0 税负），上市公司发放股利有利于长期持股的个人股东获得纳税方面的好处；对上市公司而言，发放股利可以鼓励个人投资者长期持有公司股票，有利于稳定股价。

### 2. 基于法人股东的纳税筹划

股息红利收益	投资企业（无论是否为居民企业）从居民企业取得的股息等权益性收益所得只要符合相关规定都可享受免税收入待遇；
资本利得收益	投资企业通过股权转让等方式取得的投资收益需要计入应纳税所得额，按企业适用的所得税税率缴纳企业所得税。

【结论】公司进行股利分配可以帮助法人股东减少纳税负担。

## 六、企业重组纳税管理

### （一）企业合并的纳税筹划

#### 1. 并购目标企业的选择

①并购有税收优惠政策的企业

②并购亏损的企业

如果企业并购重组符合特殊性税务处理的规定，合并企业可以对被合并企业的亏损进行弥补，获得抵税收益

【提示】合并企业弥补的被合并企业亏损的限额

=被合并企业净资产公允价值×截至合并业务发生当年年末国家发行的最长期限的国债利率。

③并购上下游企业或关联企业

#### 2. 并购支付方式的纳税筹划

##### （1）股权支付

对并购公司而言，与现金支付相比，股权支付不会给企业带来融资压力，降低了企业的财务风险。

股权支付是对企业合并采取特殊性税务处理方法的必要条件。

当企业符合特殊性税务处理的其他条件，且股权支付金额不低于其交易支付总额的 85% 时，可以使用资产重组的特殊性税务处理方法，这样可以相对减少合并环节的纳税义务，获得抵税收益。

补充：一般性税务处理方法强调重组交易中的增加值一定要缴纳企业所得税，特殊性税务处理方法规定股权支付部分可以免于确认所得，从而降低了企业重组环节的所得税支出。此外特殊性税务处理可以部分抵扣相关企业的亏损，从中获得抵税收益。

## (2) 非股权支付

采用一般性税务处理方法。

对合并企业而言，需对被合并企业公允价值大于原计税基础的所得进行确认，缴纳所得税，并且不能弥补被合并企业的亏损。

对于被合并企业的股东而言，需要对资产转让所得缴纳所得税。

因此，如果采用非股权支付方式，就要考虑到目标公司股东的税收负担，这样势必会增加收购成本。

**【结论】**当采用股权支付不会对并购公司控制权产生重大影响时，应该优先考虑股权支付，或者尽量使股权支付金额不低于其交易支付总额的 85%，以争取达到特殊性税务处理的条件。

## (二) 企业分立的纳税筹划

1. 分立方式的选择	<p>(1) 新设分立。把一个企业分解成两个甚至更多个新企业，使之适用小型微利企业，可以按照更低的税率征收所得税。或通过分立，使某些新设企业符合高新技术企业的优惠，所适用的税率也就相对较低。</p> <p>(2) 存续分立。可以将企业某个特定部分分立出去，获得流转税的税收利益。将销售部分分立为一个子公司，还可以增加产品在企业集团内部的销售环节，从而扩大母公司的销售收入，增加可在税前列支的费用数额(如业务招待费和广告费)，从而达到节税的目的。</p>
2. 支付方式的纳税筹划	<p>企业分立的支付方式有股权支付与非股权支付。</p> <p><b>【提示】</b>当企业符合特殊性税务处理的其他条件，且被分立企业股东在该企业分立发生时取得的股权支付金额不低于其交易支付总额的 85%时，可以使用企业分立的特殊性税务处理方法。这样可以相对减少分立环节的所得税纳税义务，并且被分立企业未超过法定弥补期限的亏损额可按分立资产占全部资产的比例进行分配，由分立企业继续弥补，分立企业可以获得抵税收益。</p> <p><b>【结论】</b>分立企业应该优先考虑股权支付，或者尽量使股权支付金额不低于其交易支付总额的 85%，争取达到企业分立的特殊性税务处理条件。</p>

## 第四节 分配管理

### 一、股利政策与企业价值

股利政策是指在法律允许的范围内，企业是否发放股利、发放多少股利以及何时发放股利的方针及对策。

股利政策的最终目标是使公司价值最大化。股利政策关系到公司在市场上、在投资者中间的形象，成功的股利政策有利于提高公司的市场价值。

#### (一) 股利分配理论

核心问题：是股利政策与公司价值的关系问题。

股利相关理论：

与股利无关理论相反，股利相关理论认为，企业的股利政策会影响股票价格和公司价值。

(1) 手中鸟理论	该理论认为，公司的股利政策与公司的股票价格是密切相关的，即当公司支付较高的股利时，公司的股票价格会随之上升，公司的价值将得到
-----------	--

	提高。
(2) 信号传递理论	该理论认为，在信息不对称的情况下，公司可以通过股利政策向市场传递有关公司未来获利能力的信息，从而会影响公司的股价。 一般来讲，预期未来获利能力强的公司，往往愿意通过相对较高的股利支付水平，把自己同预期盈利能力差的公司区别开来，以吸引更多的投资者。
(3) 所得税差异理论	该理论认为，由于普遍存在的税率以及纳税时间的差异，资本利得收入比股利收入更有助于实现收益最大化目标，公司应当采用低股利政策。
(4) 代理理论	该理论认为，股利的支付能够有效地降低代理成本。 高水平的股利政策降低了企业的代理成本，但同时增加了外部融资成本，理想的股利政策应当使两种成本之和最小。

## (二) 股利政策

股利政策由企业在不违反国家有关法律、法规的前提下，根据本企业具体情况制定的。股利政策既要保持相对稳定，又要符合公司财务目标和发展目标。

### 1. 剩余股利政策

含义：剩余股利政策是指公司在有良好的投资机会时，根据目标资本结构，测算出投资所需的权益资本额，先从盈余中留用，然后将剩余的盈余作为股利来分配。

理论依据	股利无关理论
优点	留存收益优先满足再投资的需要，有助于降低再投资的资金成本，保持最佳的资本结构，实现企业价值的长期最大化。
缺点	(1) 若完全遵照执行剩余股利政策，股利发放额就会每年随着投资机会和盈利水平的波动而波动。 (2) 在盈利水平不变的情况下，股利发放额与投资机会的多寡呈反方向变动；而在投资机会维持不变的情况下，股利发放额将与公司盈利呈同方向变动。 (3) 剩余股利政策不利于投资者安排收入与支出，也不利于公司树立良好的形象。
适用范围	一般适用于公司初创阶段。

### 2. 固定或稳定增长的股利政策

含义	指公司将每年派发的股利额固定在某一特定水平或是在此基础上维持某一固定比率逐年稳定增长。
优点	(1) 向市场传递公司正常发展的信息，有利于树立公司的良好形象，增强投资者对公司的信心，稳定股票的价格； (2) 稳定的股利额有助于投资者安排股利收入与支出，有利于吸引那些打算进行长期投资并对股利有很高依赖性的股东； (3) 为了将股利或股利增长率维持在稳定的水平上，即使推迟某些投资方案或暂时偏离目标资本结构，也可能比降低股利或股利增长率更为有利。
缺点	(1) 股利的支付与企业的盈利相脱节，可能导致企业资金紧缺，财务状况恶化。 (2) 在企业无利可分的情况下，若依然实施固定或稳定增长的股利政策，也是违反《公司法》的行为。
适用范围	通常适用于经营比较稳定或正处于成长期的企业，但很难被长期采用。

### 3. 固定股利支付率政策

含义	指公司将每年净利润的某一固定百分比作为股利分派给股东。这一百分比通常称为股利支付率。股利支付率一经确定，一般不得随意变更。
----	---

优点	<p>(1) 采用固定股利支付率政策，股利与公司盈余紧密地配合，体现了“多盈多分、少盈少分、无盈不分”的股利分配原则。</p> <p>(2) 采用固定股利支付率政策，公司每年按固定的比例从税后利润中支付现金股利，从企业支付能力的角度看，这是一种稳定的股利政策。</p>
缺点	<p>(1) 股利支付额波动较大，由于股利的信号传递作用，波动的股利很容易给投资者带来经营状况不稳定、投资风险较大的不良印象，成为影响股价的不利因素；</p> <p>(2) 容易使公司面临较大的财务压力。因为公司实现的盈利多，并不代表公司有充足的现金流用来支付较多的股利额；</p> <p>(3) 合适的固定股利支付率的确定难度大。</p>
适用范围	适用于那些处于稳定发展并且财务状况也比较稳定的公司。

#### 4. 低正常股利加额外股利政策

含义	低正常股利加额外股利政策是指公司事先设定一个较低的正常股利额，每年除了按正常股利额向股东发放股利外，还在公司盈余较多、资金较为充裕的年度向股东发放额外股利。
优点	<p>(1) 赋予公司较大的灵活性，使公司在股利发放上留有余地，并具有较强的财务弹性。公司可根据每年的具体情况，选择不同的股利发放水平，以稳定和提高股价，进而实现公司价值的最大化。</p> <p>(2) 使那些依靠股利度日的股东每年至少可以得到虽然较低但比较稳定的股利收入，从而吸引住这部分股东。</p>
缺点	<p>(1) 由于各年度之间公司盈利的波动使得额外股利不断变化，造成分派的股利不同，容易给投资者收益不稳定的感觉。</p> <p>(2) 当公司在较长时间持续发放额外股利后，可能会被股东误认为“正常股利”，一旦取消，传递出的信号可能会使股东认为这是公司财务状况恶化的表现，进而导致股价下跌。</p>
适用范围	对那些盈利随着经济周期而波动较大的公司或者盈利与现金流量很不稳定时，低正常股利加额外股利政策也许是一种不错的选择。

## 二、利润分配制约因素

企业的利润分配涉及企业相关各方的切身利益，受众多不确定因素的影响，在确定分配政策时，应当考虑各种相关因素的影响，主要包括法律、公司、股东及其他因素。

### (一) 法律因素

限制因素	说明
资本保全约束	不能用资本（包括实收资本或股本和资本公积）发放股利。
资本积累约束	规定公司必须按照一定的比例和基数提取各种公积金，股利只能从企业的可供分配利润中支付。
超额累积利润约束	如果公司为了股东避税而使得盈余的保留大大超过了公司目前及未来的投资需要时，将被加征额外的税款。
偿债能力约束	要求公司考虑现金股利分配对偿债能力的影响，确定在分配后仍能保持较强的偿债能力，以维持公司的信誉和借贷能力，从而保证公司的正常资金周转。

### (二) 公司因素

限制因素	说明
------	----

现金流量	公司在进行利润分配时，要保证正常的经营活动对现金的需求，以维持资金的正常周转，使生产经营得以有序进行。
资产的流动性	资产流动性较低的公司往往支付较低的股利。
盈余的稳定性	一般来讲，公司的盈余越稳定，其股利支付水平也就越高。
投资机会	有良好投资机会的公司往往少发股利，缺乏良好投资机会的公司，倾向于支付较高的股利。此外，如果公司将留存收益用于再投资所得报酬低于股东个人单独将股利收入投资于其他投资机会所得的报酬时，公司就不应多留留存收益，而应多发股利。
筹资因素	如果公司具有较强的筹资能力，随时能筹集到所需资金，那么它会具有较强的股利支付能力。如果公司筹资能力较强，通常会采取较为宽松的股利支付政策；如果公司筹资能力较弱，通常会采取较为紧缩的股利支付政策。
其他因素	不同发展阶段、不同行业的公司股利支付比例会有差异。

### (三) 股东因素

限制因素	说明
控制权	为防止控制权的稀释，持有控股权的股东希望少募集权益资金，少分股利。
稳定的收入	依靠股利维持生活的股东要求支付稳定的股利。
避税	高股利收入的股东出于避税考虑，往往反对发放较多的股利。

### (四) 其他因素

限制因素	说明
债务契约	如果债务合同限制股利支付，公司只能采取低股利政策。
通货膨胀	在通货膨胀时期，企业一般会采取偏紧的利润分配政策。

## 三、股利支付形式与程序

### (一) 股利支付形式

形式	说明
1. 现金股利	现金股利是以现金支付的股利，它是股利支付的最常见的方式。
2. 财产股利	是以现金以外的其他资产支付的股利，主要是以公司所拥有的其他公司的有价证券，如债券、股票等，作为股利支付给股东。
3. 负债股利	负债股利，是以负债方式支付的股利，通常以公司的应付票据支付给股东，有时也以发放公司债券的方式支付股利。
4. 股票股利	股票股利，是公司以增发股票的方式所支付的股利。

#### 股票股利

概念：是以公司增发股票的方式所支付的股利，我国实务中通常也称其为“红股”。发放股票股利对公司来说，并没有现金流出企业，也不会导致公司的财产减少，而只是将公司的未分配利润转化为股本和资本公积。但股票股利会增加流通在外的股票数量，同时降低股票的每股价值。它不改变公司股东权益总额，但会改变股东权益的构成。

### (二) 股利支付程序

股利宣告日	股东大会决议通过并由董事会将股利支付情况予以公告的日期。
股权登记日	即有权领取本期股利的股东资格登记截止日期。 在这一天之后取得股票的股东则无权领取本次分派的股利。
除息日	即领取股利的权利与股票分离的日期。在除息日之前购买的股票才能领取本次股利，而在除息日当天或是以后购买的股票，则不能领取本次股利。由于失去了“收息”的权利，除息日的股票价格会下跌。
股利发放日	公司按照公布的分红方案向股权登记日在册的股东实际支付股利的日

## 四、股票分割与股票回购

### (一) 股票分割

概念	又称拆股，即将一股股票拆分成多股股票的行为。
作用	(1) 降低股票价格。 (2) 向市场和投资者传递“公司发展前景良好”的信号，有助于提高投资者对公司股票的信心。
反分割	反分割与股票分割相反，如果公司认为其股票价格过低，不利于其在市场上的声誉和未来的再筹资时，为提高股票的价格，会采取反分割措施。反分割又称为股票合并或逆向分割，是指将多股股票合并为一股股票的行为。反分割显然会降低股票的流通性，提高公司股票投资的门槛，它向市场传递的信息通常是不利的。

### (二) 股票回购

1. 含义	股票回购是指上市公司出资将其发行在外的普通股以一定价格购买回来予以注销或作为库存股的一种资本运作方式。
2. 动机	(1) 现金股利的代替；(2) 改变公司的资本结构； (3) 传递公司信息；(4) 基于控制权的考虑。

#### 3. 影响

- (1) 提升公司调整股权结构和管理风险的能力，提高公司整体质量和投资价值。
- (2) 因实施持股计划和股权激励的股票回购，形成资本所有者和劳动者利益共同体，有助于提高投资者回报能力；用于可转债转换所需，可改善公司资本结构。
- (3) 当股票价值被低估时，有助于稳定股价，增强投资者信心。
- (4) 回购需要大量资金，一方面造成资金短缺，另一方面在没有好的投资机会情况下，将多余资金返还给投资者。
- (5) 有利于防止操控市场、内部交易等利益输送行为。

## 五、股权激励

股权激励是一种通过经营者获得公司股权形式给予企业经营者一定的经济权利，使他们能够以股东的身份参与企业决策、分享利润、承担风险，从而勤勉尽责地为公司的长期发展服务的一种激励方法。

### 1. 股票期权模式

内容	股份公司赋予激励对象在未来某一特定日期内以预先确定的价格和条件购买公司一定数量股份的选择权。股票期权本身不可转让，不得用于担保或偿还债务。
优点	降低委托—代理成本，实现经营者与企业所有者利益的高度一致，并有利于降低激励成本。
缺点	(1) 影响现有股东的权益； (2) 可能遭遇来自股票市场的风险； (3) 可能带来经营者的短期行为。
适用	初始资本投入较少，资本增值较快，处于成长初期或扩张期的企业，如互联网、高科技等风险较高的企业等。
注意	股票期权授权日与获授股票期权首次可以行权日之间的间隔不得少于 12 个月。

### 2. 限制性股票模式

内容	公司为了实现某一特定目标，公司先将一定数量的股票赠与或以较低价格售予激励对象。只有当实现预定目标后，激励对象才可将限制性股票抛售并从中获利；若预定目标没有实现，公司有权将免费赠与的限制性股票收回或者将售出股票以激励对象购买时的价格回购。
----	--

优点	不需要支付现金对价，便能够留住人才
缺点	缺乏一个能推动企业股价上涨的激励机制
适用	成熟期的企业，由于其股价的上涨空间有限，因此采用限制性股票模式较为合适

### 3. 股票增值权模式

内容	公司授予经营者一种权利，如果经营者努力经营企业，在规定的期限内，公司股票价格上升或业绩上升，经营者就可以按一定比例获得这种由股价上扬或业绩提升所带来的收益，收益为行权价与行权日二级市场股价之间的差价或净资产的增值额。激励对象不用为行权支付现金，行权后由公司支付现金、股票或股票和现金的组合。
优点	易于操作
缺点	效果相对较差；需要提取奖励基金，现金支付压力较大
适用	现金流量比较充裕且比较稳定的上市公司和现金流量比较充裕的非上市公司

### 4. 业绩股票激励模式

内容	公司在年初确定一个合理的年度业绩目标，如果激励对象经过大量努力后，在年末实现了公司预定的年度业绩目标，则公司给予激励对象一定数量的股票，或奖励其一定数量的奖金来购买本公司的股票。业绩股票在锁定一定年限以后才可以兑现。因此，这种激励模式是根据被激励者完成业绩目标的情况，以普通股作为长期激励形式支付给经营者的激励机制。
优点	高管人员与原股东有共同利益
缺点	科学确定业绩目标很难保证；激励成本较高
适用	适合业绩稳定型的上市公司及其集团公司、子公司