

TAX 财税周刊

(内部刊物, 仅供会员参考)

目 录

一周财税要闻

- [1、税收发票数据显示: 8 月份全国企业销售收入保持较快增长](#)
- [2、工信部详解“十四五”工业答卷 多部门将联动强化行业治理](#)
- [3、入境游热力攀升 离境退税优化政策持续显效](#)
- [4、扩内需促消费政策持续显效 8 月核心 CPI 同比上涨 0.9%](#)

法规速递

- [1、强制注销公司登记制度实施办法](#)
- [2、关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见](#)
- [3、关于联合开展《小微企业增信会计数据标准（试行版）》深化试点工作的通](#)

知

政策解析

- [软件企业即征即退政策全解读](#)

税收与会计

- [企业为职工配置的服装, 如何进行税务处理](#)



一周财税要闻

税收发票数据显示：8 月份全国企业销售收入保持较快增长

经济参考报消息：9 月 9 日，记者从国家税务总局获悉，最新增值税发票数据显示，8 月份，全国企业销售收入增速较 7 月份加快 0.9 个百分点，呈现多方面亮点。

制造业保持稳步发展。8 月份，在扩内需、“反内卷”等相关政策推动下，制造业销售收入增速较全国企业总体增速快 1.5 个百分点，占全国企业销售收入比重为 30.7%，持续夯实经济基本盘。制造业高端化、数字化稳步推进，8 月份，装备制造业、数字产品制造业销售收入同比分别增长 7.4% 和 9.6%。

同时，“人工智能+”开始深入推进。8 月份，全国高技术产业销售收入同比增长 14.5%，延续较快增长态势。大模型高科技企业加快技术突破，推动 AI 技术在智能制造企业深度应用，为企业智能化发展注入持续动能。8 月份，工业机器人制造、特殊作业机器人制造、服务消费机器人制造销售收入同比分别增长 12.6%、52.9% 和 64.2%。

服务消费潜力也在持续释放。8 月份，在暑期出行旅游和休闲运动带动下，服务消费热力不减，延续 7 月份以来良好增长态势。其中，旅行社服务、休闲观光活动、体育场馆管理销售收入同比分别增长 10.3%、16.9% 和 32.1%，带动餐饮配送服务、民宿服务销售收入同比分别增长 9.3% 和 13%。

工信部详解“十四五”工业答卷 多部门将联动强化行业治理

证券时报消息：“企业、产业的培育可谓千辛万苦，而非理性竞争毁掉一个企业、毁掉一个产业，可能一夜之间，我们绝不能容忍这种事情发生。”9 月 9 日，工业和信息化部部长李乐成在国务院新闻办公室举行的“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会上，明确表态将从坚持依法治理、强化行业自律、落实监管责任、提升服务能力四个维度推进行业治理。

会上，工信部有关负责人还围绕“十四五”期间我国工业经济所取得的成就，以及下一步如何推动人工智能赋能制造业转型升级等热点问题作出回应。

针对个别领域夸大和虚假宣传、恶意诋毁攻击等网络乱象，近期工信部将联合多部门开展专项整治行动，督促企业规范营销宣传行为，营造良好的舆论环境。

同日，国家市场监督管理总局新闻发言人王秋苹在例行发布会上介绍了近期的治理进展。针对外卖平台补贴争议，市场监管总局已及时约谈主要外卖平台，并将密切关注外卖行业竞争情况，督促平台合理控制补贴，避免冲击正常价格体系。

对于新能源汽车行业的非理性竞争问题，工信部副部长辛国斌也在会上透露，将进一步完善支持政策，加强关键核心技术突破，规范产业竞争秩序。

强化行业治理既是长期性、系统性工程，也是实现新型工业化、建设现代化产业体系的重要保障之一。行业治理离不开依法依规，李乐成表示，将加强电信、道路机动车等重点领域的立法，抓好数字经济、人工智能等新兴领域的立法研究储备，加强不同层级的法规制度立改废释，持续开展规范涉企执法专项行动等。

发布会上，李乐成在强调行业治理重要性的同时，还系统介绍了“十四五”时期大力推进新型工业化，巩固壮大实体经济根基有关情况，并对现代化产业体系建设、重大技术装备发展、人工智能应用、中小企业培育等热点问题回应社会关切。

一系列数据显示，过去五年，我国工业经济“压舱石”作用持续凸显。2020 年—2024 年，我国全

部工业增加值从 31.3 万亿元增长至 40.5 万亿元，制造业增加值从 26.6 万亿元增长至 33.6 万亿元，“十四五”期间制造业增加值增量预计达到 8 万亿元，对全球制造业增长贡献率超过 30%。制造业增加值占全球比重已接近 30%，总体规模连续 15 年保持全球第一。

“现代化的工业是现代化产业体系最重要的基础和核心”，李乐成透露，下一步，工信部将加快构建以先进制造业为骨干的现代化产业体系，深入推进工业技术改造和设备更新，实施打造新动能行动，坚持高水平开放，推动产业升级向“新”布局。

工业技术的改造和设备更新，势必离不开人工智能的加持。工业和信息化部副部长张云明透露，工信部将研究出台“人工智能+制造”专项行动实施方案，部署重点行业、重点环节、重点领域智能化转型任务。制定“人工智能+制造”转型路线图，发布实施制造业企业人工智能应用指南。

入境游热力攀升 离境退税优化政策持续显效

经济参考报消息：伴随免签“朋友圈”的不断扩围以及一系列入境便利化措施支持，“中国游”今年以来呈现出蓬勃活力。刚刚收官的暑期，入境游市场继续保持高活跃度。与此同时，受益于不断优化升级的离境退税举措，境外旅客入境消费“蛋糕”也越做越大。

暑期入境“旺” 来华“吸引力”持续提升

越来越多的境外游客正开启“中国游”，来自各地边检站的最新数据反映出暑期入境的“旺”。根据北京边检总站数据，暑期经北京口岸入出境的外国人达 100 万人次。其中，享受免签和临时入境许可政策的外国人占入境外国人总量近 60%，占比突破新高；广州出入境边防检查总站数据，7 月以来查验入境外籍旅客同比增长 32%，其中以“来华旅游”为目的的外籍旅客占比超 43%，彰显我国旅游市场对外吸引力持续提升。

在热门入境游目的地上海，当地边检总站数据显示，整个暑运期间累计查验入境外籍旅客数量同比增长 34.8%。其中，有 41.1 万人次的外籍旅客利用免签政策和 240 小时过境免签政策从上海口岸入境，占入境外籍旅客总量的 51% 以上，同比增长 218%。另外，在同样备受外籍游客青睐的旅游目的地四川，成都边检站暑运期间查验入出境外国人 20.1 万余人次，同比增长 52.8%。

众信旅游媒介公关经理李梦然分析称，今年以来入境游市场显著增长，一方面得益于多项便利化入境政策的实施，另一方面也源于持续的宣传推广及海外社交平台上网红博主对中国旅游体验的分享，进一步激发了外国游客来华体验热情。中国旅游研究院院长戴斌表示，从暑期数据来看，“中国游”正成为全球的新时尚。更多游客愿意深入到田间地头、休闲场景、历史文化街区，全方位体验当代中国的美好生活。

“流量”转“增量” 离境退税激活消费意愿

“中国游”持续带旺“中国购”，多地不断优化的离境退税举措也持续激活着境外旅客来华的消费意愿。

上海市税务局最新数据显示，1 至 8 月，上海离境退税销售额同比增长 84.6%，退税额同比增长 83.5%，离境退税规模位居全国首位，释放出良好的政策效应；1 至 7 月，深圳市离境退税商品销售额 5.84 亿元，同比增长 2 倍，其中“即买即退”商品销售额同比增长超 25 倍；今年以来，北京市离境退税业务量同比增长 246%，离境退税商品销售额同比增长 100%，办理退税额同比增长 97%，有效激发了入境旅游消费的深厚潜力。

“我这次来中国多个城市旅行，感受到了退税的便捷和快速，真的特别方便！今天拿到这笔退税，晚上还可以去体验一下地道的四川火锅。”8 月上旬，来自马来西亚的 Teel 在成都市双流区奥特莱斯购

买了超 5000 元的运动休闲类商品，在工作人员的辅导下，她现场领取预退税金 400 余元。“成都是个很美的城市，你们的服务非常好，我还会再来中国。”享受到“即买即退”集中退付点服务的柬埔寨游客 Limso 也对今年暑期的中国之旅赞叹不已。

记者从国家税务总局四川省税务局获悉，6 至 8 月，四川省离境退税销售额同比增长 176.29%，办理离境退税业务单数同比增长 270.86%，办理离境退税业务人数同比增长 250.14%。其中，8 月 7 日至 17 日“2025 年第 12 届世界运动会”（下称“世运会”）比赛期间，该省离境退税办理业务单数环比增长 67.57%，办理离境退税业务人数环比增长 20%，离境退税“即买即退”业务办理单数环比增长 70%，办理“即买即退”业务人数环比增长 61.9%。截至目前，全省离境退税商店总数为 600 余户，离境退税“即买即退”商店总数扩容至 168 户。

多地创新优化举措持续发力

商务部新闻发言人何咏前表示，下一步将多措并举、持续发力，进一步扩大入境消费。同时，推动离境退税政策落实落细，因地制宜优化退税商店布局，丰富商品供给，提升服务水平。

更好将“入境流量”转化为“消费增量”，充分释放离境退税政策促消费的政策效应，多地离境退税服务持续迎来“升级版”。8 月末，全国首个离境退税“一键退税”快速服务在杭州试点落地，最快两分钟即可到账；北京市近日正式上线全国首创银行网点为境外旅客提供离境退税“即买即退”服务新模式；福建省境外旅客购物离境退税“即买即退”离境口岸互认近期开始试行；广州市多部门开展了离境退税“一单一包”便利化模式试点；继 6 月在全国率先推出“码上退”线上退税服务后，世运会期间，四川省税务局还联合重庆市、云南省、陕西省税务部门推出离境退税“即买即退”服务离境口岸互认新举措。

北京国家会计学院副院长李旭红表示，离境退税“即买即退”等优化举措的推进有助于提升中国旅游业服务水平，打造“友好、高效、便捷”的旅游环境，进一步激发境外旅客入境消费活力，为经济高质量发展提供助力。多地税务部门表示，将持续优化离境退税服务细节和监管流程，让更多境外旅客享受到“即买即退”的便利，不断助力强化“中国游”的综合吸引力。

扩内需促消费政策持续显效 8 月核心 CPI 同比上涨 0.9%

上海证券报消息：国家统计局 9 月 10 日发布的数据显示：8 月，CPI 环比持平，同比下降 0.4%，扣除食品和能源价格的核心 CPI 同比上涨 0.9%，涨幅连续第 4 个月扩大；PPI 环比、同比表现均有所改善，同比降幅实现今年 3 月以来首次收窄，结束环比连续 8 个月下行态势。

专家分析，CPI 同比下降，主要是因为去年基数走高以及食品价格涨幅低于季节性水平。国内市场竞争秩序持续优化，带动煤炭、光伏、新能源汽车等相关行业价格上行。随着扩内需政策效应持续显现，综合整治“内卷式”竞争相关政策持续深入，物价有望低位温和回升。

8 月，CPI 同比下降 0.4%，较 7 月回落 0.4 个百分点，显示出食品价格较低、核心 CPI 上行特征。

“上年同期高温多雨天气导致食品价格基数大幅抬高，今年 8 月蔬菜、猪肉、水果等主要食品价格走势相对平稳，进而导致 8 月食品价格拖累效应显著扩大。”东方金诚首席宏观分析师王青对上证报记者表示。

数据显示：食品价格同比下降 4.3%，降幅比 7 月扩大 2.7 个百分点，对 CPI 同比的下拉影响比 7 月增加约 0.51 个百分点；食品价格环比上涨 0.5%，涨幅低于季节性水平约 1.1 个百分点。

8 月，猪肉、鲜菜和鸡蛋价格同比分别下降 16.1%、15.2% 和 14.2%，同比降幅均扩大。“存栏数处于高位的背景下，猪肉价格仍将维持偏弱走势。”民生银行首席经济学家兼研究院院长温彬对上证报记

者表示。

CPI 同比由平转降还受到翘尾因素影响。“从翘尾看，上年价格变动对 8 月 CPI 同比的翘尾影响约为-0.9 个百分点，下拉影响比 7 月扩大 0.4 个百分点。”国家统计局城市司首席统计师董莉娟分析称。

随着扩内需促消费政策持续显效，核心 CPI 同比涨幅连续第 4 个月扩大。8 月，扣除食品和能源价格的核心 CPI 同比上涨 0.9%，涨幅比 7 月扩大 0.1 个百分点。

工业消费品中，8 月，金饰品和铂金饰品价格同比分别上涨 36.7% 和 29.8%，合计影响 CPI 同比上涨约 0.22 个百分点。

服务价格同比涨幅自 3 月起逐步扩大，8 月同比上涨 0.6%，涨幅比 7 月扩大 0.1 个百分点，影响 CPI 同比上涨约 0.23 个百分点。

国家金融与发展实验室特聘高级研究员庞溟在接受上证报记者采访时分析称：服务价格中，家政服务、医疗服务和教育服务价格领涨，说明服务消费潜力继续得到释放；核心 CPI 持续扩大，说明随着一系列扩内需、促消费政策发力显效，消费市场平稳增长，消费新动能持续壮大。

8 月，PPI 同比下降 2.9%，降幅比 7 月收窄 0.7 个百分点，为今年 3 月份以来首次收窄。从环比看，PPI 结束连续 8 个月下行态势，由 7 月下降 0.2% 转为持平。

董莉娟分析，除受上年同期对比基数走低影响外，我国加紧实施更加积极有为的宏观政策，一些行业价格呈现积极变化。

近期，综合整治“内卷式”竞争政策持续推进，重点行业产能治理接连开展，相关行业价格同比降幅收窄。8 月，煤炭加工、黑色金属冶炼和压延加工业、煤炭开采和洗选业、光伏设备及元器件制造、新能源车整车制造价格同比降幅比 7 月分别收窄 10.3 个、6.0 个、3.2 个、2.8 个和 0.6 个百分点，

新兴产业茁壮成长，相关行业价格同比有所回升。8 月，集成电路封装测试系列价格同比上涨 1.1%，船舶及相关装置制造价格同比上涨 0.9%，通信系统设备制造价格同比上涨 0.3%。

不过，输入性因素影响下，国内石油和部分有色金属行业价格环比回落。国际有色金属价格高位震荡，国内有色金属冶炼和压延加工业价格环比上涨 0.2%，涨幅比 7 月回落 0.6 个百分点，国际油价下行带动国内石油开采、精炼石油产品制造价格分别环比下降 1.4% 和 0.6%。

受访专家分析，PPI 同比降幅有望继续收窄。“往后看，在去年同期基数下行、重点行业产能治理以及稳增长政策有望发力等因素影响下，四季度 PPI 同比降幅有望收窄。”王青对记者表示。

“PPI 方面，或将进入回升周期。得益于出口结构优化升级、全球经济复苏、与非美贸易伙伴经贸合作加深，出口将保持韧性，对原材料和产成品价格形成一定支撑。”温彬对记者表示。



强制注销公司登记制度实施办法

(2025 年 9 月 5 日国家市场监督管理总局令第 105 号公布 自 2025 年 10 月 10 日起施行)

第一条 为了规范强制注销公司登记，完善公司退出制度，根据《中华人民共和国公司法》和《国务院关于实施〈中华人民共和国公司法〉注册资本登记管理制度的规定》等法律、行政法规，制定本办法。

第二条 公司自被吊销营业执照、责令关闭或者被撤销之日起，满三年未向公司登记机关申请注销

公司登记的，公司登记机关可以依据《中华人民共和国公司法》第二百四十一条和《国务院关于实施〈中华人民共和国公司法〉注册资本登记管理制度的规定》第八条规定强制注销公司登记。

法律、行政法规或者国务院决定规定公司在注销登记前须经批准的，不适用本办法。

第三条 公司登记机关拟强制注销公司登记的，应当通过国家企业信用信息公示系统公告，并记于公司名下。公告可以采取批量方式，公告期限为九十日。

公告内容包括公司名称、住所、法定代表人、统一社会信用代码或者注册号、拟强制注销登记法定事由、法律依据、拟强制注销登记意见、异议方式、公告起止日期等。

第四条 公告期内，相关部门、债权人以及其他利害关系人对拟强制注销公司登记有异议的，应当通过国家企业信用信息公示系统或者以书面形式向公司登记机关提出异议。

相关部门提出异议的，应当提供异议理由和相关材料。

债权人、其他利害关系人提出异议的，应当提供异议理由和下列材料：

- (一) 异议人的姓名或者名称、主体资格文件、联系方式；
- (二) 表明异议人与拟被强制注销登记的公司存在债权债务关系或者其他利害关系材料；
- (三) 其他相关材料。

异议人应当对提交材料的真实性、合法性和有效性负责。

第五条 公司登记机关应当自收到异议申请之日起七个工作日内对异议申请材料进行形式审查。

申请材料不齐全或者不符合法定形式，公司登记机关认为需要补正的，应当一次性告知申请人需要补正的材料及补正期限。

公司登记机关经审查，认定异议成立的，应当终止强制注销程序；认定异议不成立的，应当说明理由并书面告知申请人。

第六条 强制注销程序终止的，拟被强制注销登记的公司应当及时开展清算，依法申请注销登记。自强制注销程序终止之日起满三年，公司仍未申请注销登记的，公司登记机关可以再次启动强制注销程序。

第七条 公告期限届满无异议或者异议不成立的，公司登记机关应当在十个工作日内制作强制注销登记决定书并参照《中华人民共和国民事诉讼法》有关规定进行送达。拟被强制注销登记的公司因通过登记的住所或者经营场所无法联系被列入经营异常名录的，公司登记机关可以通过国家企业信用信息公示系统公告送达，自发出公告之日起经过三十日，即视为送达。

强制注销登记决定书的内容包括公司名称、住所、法定代表人、统一社会信用代码或者注册号、强制注销登记法定事由、法律依据、强制注销登记决定、救济途径、决定机关、决定日期等。

第八条 公司登记机关作出强制注销登记决定后，应当在国家企业信用信息公示系统作出特别标注并向社会公示。

被强制注销登记的公司未缴回或者无法缴回营业执照的，由公司登记机关通过国家企业信用信息公示系统公告营业执照作废。

第九条 公司自被强制注销登记之日起终止，其名称的管理适用《企业名称登记管理规定》相关规定。

公司被强制注销登记的，原公司股东、清算义务人的责任不受影响。

第十条 已经被强制注销登记的公司存在下列情形之一的，相关部门、债权人以及其他利害关系人可以在公司被强制注销登记之日起三年内，以书面形式向公司登记机关申请恢复公司登记：

- (一) 正在被立案调查、采取行政强制措施，或者受到罚款等行政处罚尚未执行完毕的；
- (二) 正处于诉讼、行政复议、仲裁、调解、执行等程序中的；
- (三) 正处于清算、破产程序中的；

(四) 存在其他确需恢复登记的情形。

第十一条 相关部门申请恢复登记的, 应当提供存在本办法第十条规定情形的说明和相关材料。

债权人、其他利害关系人申请恢复登记的, 应当提供存在本办法第十条规定情形的说明和下列材料:

- (一) 申请人的姓名或者名称、主体资格文件、联系方式;
- (二) 表明申请人与被强制注销登记的公司存在债权债务关系或者其他利害关系材料;
- (三) 其他相关材料。

第十二条 公司登记机关应当自收到恢复公司登记申请之日起七个工作日内进行审查。

申请材料不齐全或者不符合法定形式, 公司登记机关认为需要补正的, 应当一次性告知申请人需要补正的材料及补正期限。

公司登记机关经审查, 认为确有必要的, 应当恢复公司登记, 在十个工作日内制作恢复登记决定书; 不予恢复的, 应当说明理由并书面告知申请人。

第十三条 公司被强制注销登记后, 为维护国家利益和社会公共利益, 公司登记机关可以恢复公司登记。

第十四条 公司登记机关作出恢复公司登记决定后, 应当将其恢复为被强制注销登记前的状态, 并通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。

公司名称已经被第三人注册使用的, 恢复登记时公司登记机关只恢复其统一社会信用代码或者注册号, 不再恢复其名称。

恢复登记的公司, 应当及时开展清算, 依法申请注销登记。自恢复登记之日起满三年, 公司仍未申请注销登记的, 公司登记机关可以再次启动强制注销程序。

第十五条 公司登记机关应当加强国家企业信用信息公示系统与登记注册、行政许可、执法办案等系统的互联互通; 加强与其他部门对强制注销公司登记的信息共享和业务协同, 提升强制注销公司登记便利化程度。

第十六条 提交虚假材料或者采取其他欺诈手段隐瞒重要事实申请异议、恢复公司登记, 或者利用申请异议、恢复公司登记, 牟取非法利益, 扰乱市场秩序, 危害国家安全、社会公共利益的, 法律、行政法规、部门规章有规定的, 依照其规定; 没有规定的, 由公司登记机关处十万元以下罚款。

第十七条 强制注销公司登记过程中形成的文件资料等, 按照《经营主体登记档案管理办法》的规定执行。

第十八条 国家市场监督管理总局根据本办法制定统一的强制注销公司登记数据规范和系统建设规范, 以及强制注销公司登记相关文书格式范本。

第十九条 公司登记机关强制注销分公司登记的, 参照适用本办法。

第二十条 本办法自 2025 年 10 月 10 日起施行。

国务院办公厅 关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见 国办发〔2025〕31 号

各省、自治区、直辖市人民政府, 国务院各部委、各直属机构:

为贯彻落实党中央、国务院关于大力提振消费的决策部署, 更好满足人民群众日益增长的美好生活需要, 进一步推进体育产业高质量发展, 经国务院同意, 现提出如下意见。

一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导, 深入贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神,

完整准确全面贯彻新发展理念，加快构建现代体育产业体系，不断提振体育消费，增强体育产业整体实力和竞争力。到 2030 年，培育一批具有世界影响力的体育企业和体育赛事，体育产业发展水平大幅跃升，总规模超过 7 万亿元，在构建新发展格局中发挥重要作用。

二、扩大体育产品供给

(一) 丰富体育赛事活动。出台赛事经济发展专项政策。构建多项目多层次赛事体系，依托运动项目协会等机构开展赛事评级，引导赛事规范发展。提高职业赛事发展水平，培育一批具有自主知识产权和国际影响力的品牌赛事。支持将有条件的赛事纳入奥运会积分赛（资格赛）体系。加强对各地申办、举办国际赛事的统筹和指导。鼓励举办区域性体育赛事活动。支持新兴体育项目赛事活动健康规范开展。（体育总局负责）

(二) 优化赛事服务管理。推动道路、水域等公共资源进一步向体育赛事活动开放，优化审批流程，提高审批效率。鼓励各地将办赛服务纳入“高效办成一件事”重点事项清单。推进实施体育赛事相关版权确权及交易服务。优化改进体育赛事安全管理，压实赛事主办方安全主体责任，做好赛事活动风险评估，分级分类测算所需安保力量，科学核定赛场安全容量，提高可售（发）票数量。（公安部、交通运输部、水利部、体育总局、国家版权局按职责分工负责）

(三) 发展户外运动产业。制定新一轮户外运动产业发展规划，以各地自然资源禀赋为依托，差异化发展山地户外、水上、汽车摩托车、航空等户外运动项目，推动建设高质量户外运动目的地。办好中国户外运动产业大会，推出一批户外运动精品线路。在确保安全的前提下，开展低空运动、航空模型运动、模拟飞行等低空赛事活动，促进低空体育消费。（国家发展改革委、体育总局按职责分工负责）

(四) 培育壮大冰雪经济。持续发布实施全国冰雪消费惠民措施。支持将符合条件的冰雪设备纳入大规模设备更新支持范围。深入实施冰雪运动“南展西扩东进”战略，巩固和扩大“带动三亿人参与冰雪运动”成果。（国家发展改革委、工业和信息化部、文化和旅游部、体育总局按职责分工负责）

(五) 推动体育用品升级。研究制定推进体育器械制造业高质量发展实施方案。围绕竞技体育需要，加大体育科技研发和转化力度，发挥重大专项资金、重大科技项目等引导作用，组织产学研用协同攻关，研发一批运动员竞技、训练、测试、康复装备器材。鼓励体育企业与高校、科研机构合作，建设体育用品创新研发中心，加强基础前沿和关键技术攻关，开发更多满足群众个性化需求的体育用品。加强质量支撑和标准引领，加大体育用品标准供给力度。深入实施消费品“三品”行动，支持将符合条件的体育用品列为中国消费名品。推动提升产品质量，打造国货“潮牌”、“潮品”。支持开设体育用品首店，举办首发、首秀活动。（国家发展改革委、科技部、工业和信息化部、商务部、市场监管总局、体育总局按职责分工负责）

三、激发体育消费需求

(六) 拓展体育消费场景。鼓励依法利用工业厂房、商业用房、仓储用房等打造体育运动空间。充分挖掘城市各类“金角银边”空间，配建群众身边“小而美”的全民健身场地设施。引导商业综合体、景区、商圈、街区等引入体育健身、赛事活动等业态。支持在体育场馆、体育公园、运动营地等打造一批沉浸式体育消费场景。推动体育消费场景与数字技术有机融合，培育智能化、定制化、体验式体育消费新模式。鼓励具备条件的体育场地设施延长开放时间，促进夜间体育消费。搭建更多适老体育活动平台，打造老年体育赛事消费场景，促进体育产业和老龄产业融合发展。（国家发展改革委、民政部、自然资源部、住房城乡建设部、商务部、文化和旅游部、体育总局、国家数据局、全国老龄办按职责分工负责）

(七) 举办体育消费活动。持续打造“跟着赛事去旅行”、“体育赛事进景区、进街区、进商圈”、“乐享精彩赛事、寻味中华美食”等品牌活动。围绕全民健身日、体育宣传周、春节、“五一”、国庆和寒暑假等时间节点，鼓励各地举办体育消费季、消费月、消费周等促消费活动。鼓励体育企业与金融机

构、互联网平台企业加强联动，将更多优质资源投向体育消费领域。（商务部、文化和旅游部、金融监管总局、体育总局、中央广电总台按职责分工负责）

（八）实施消费惠民举措。开展促进体育消费和赛事经济试点，探索创新体育消费政策措施。鼓励工会拓展使用会员会费支持职工开展体育健身活动或观看赛事。对符合条件的体育消费领域服务业经营主体贷款给予财政贴息。各地可因地制宜推出发放体育消费券、消费满减、积分兑换奖励等优惠举措，鼓励有条件的地区发放数字人民币体育消费红包。（财政部、中国人民银行、金融监管总局、体育总局、全国总工会按职责分工负责）

（九）扩大体育消费群体。发布新周期全民健身计划，加快构建更高水平的全民健身公共服务体系。持续开展“中华体育精神颂”系列活动，支持创作和传播各类体育文化产品，组织实施“跟着微短剧去运动”创作计划，开展“跟着冠军去健身”活动，引导更多群众参加体育运动。加强学校体育教练员队伍建设，以足球、篮球、排球、乒乓球、羽毛球、田径、游泳、武术等公益性青少年赛事为重点，推动青少年掌握体育技能。发挥社会体育指导员作用，加强对老年人参加体育运动的指导和帮助。（教育部、广电总局、体育总局按职责分工负责）

四、壮大体育经营主体

（十）做大做强体育企业。加快国家关于助企惠企、促进民营经济发展的各项政策在体育领域落地，支持民营企业参与体育产业投资建设，推动体育产业补链延链强链。健全体育企业培育机制，组织开展体育企业提质升级专项服务行动，扩大规模以上体育企业数量，引导更多体育装备企业成长为专精特新企业。鼓励改造升级公共体育场馆，加快绿色、低碳、智能转型，支持将符合条件的体育场馆设备纳入大规模设备更新支持范围。持续推进公共体育场馆市场化运营、复合型经营，培育一批专业化体育场馆运营主体和服务品牌。（国家发展改革委、工业和信息化部、体育总局按职责分工负责）

（十一）搭建优质对接平台。发挥中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会、中国国际服务贸易交易会、中国国际消费品博览会等体育板块和活动作用，深化体育领域交流合作。鼓励体育企业利用中国国际体育用品博览会、中国体育文化博览会、中国体育旅游博览会等展会平台，积极开拓内销、外贸渠道。（商务部、体育总局按职责分工负责）

（十二）深化体育产业交流合作。推动共建“一带一路”国家联合举办体育赛事、开展体育产业主题交流活动。深化与香港、澳门、台湾地区在体育产业领域的互利合作。加快推动“冰雪丝路”、中国—上海合作组织冰雪体育示范区建设。推动中国武术、围棋等体育产品和服务出口，促进体育服务贸易发展。实施中国体育品牌海外推广计划，支持具备条件的体育企业“走出去”，培育具有国际竞争力和影响力的体育企业集团。（外交部、国家发展改革委、商务部、体育总局、国务院台办、中央广电总台按职责分工负责）

五、培育体育产业增长点

（十三）深化行业融合发展。开展商旅文体健联动，促进赛、展、节、游一体谋划、一体开展，丰富产业业态。推动体医融合，加快建设社区运动健康中心，开展运动促进健康指导。支持体育与科技、传媒、农林、交通、养老等产业复合经营，创新行业融合发展路径和模式，延伸产业链条。推出一批“体育+”融合发展典型案例。（民政部、商务部、文化和旅游部、国家卫生健康委、体育总局、中央广电总台、全国老龄办按职责分工负责）

（十四）促进区域协调发展。落实国家区域重大战略，推动京津冀、长三角、粤港澳大湾区等加强交流合作，建设区域体育产业带，支持若干地区率先将体育产业培育成为本地区的支柱产业。鼓励有条件的地区有效集聚要素资源，打造一批主导产业明确、产业集聚发展、产城融合成效明显的体育产业集聚区。探索实施区域一体化体育消费惠民措施和便利服务，举办区域性体育消费促进活动。（国家发展改革委、体育总局按职责分工负责）

(十五) 推动体育数字化发展。探索推进“数据要素×体育”行动，支持大数据、人工智能等新技术在体育领域应用，提升体育产品和服务数字化水平。支持体育企业数字化转型，创新生产方式、服务方式和商业模式。加快体育领域高质量数据集建设。落实数据基础制度，完善体育领域数据产权归属认定、市场交易、权益分配、利益保护等具体规则。(国家发展改革委、体育总局、国家数据局按职责分工负责)

六、强化产业要素支撑

(十六) 加强人才队伍建设。支持高校、职业院校加强体育产业相关人才培养，推动相关学科专业建设，适度扩大体育专业学位招生规模。加强体育产业相关职业标准开发，完善从业人员评价体系。引导和支持退役运动员从事体育产业相关工作。用好国家智库和产教融合平台，为体育产业发展提供智力支持与专业支撑。(教育部、人力资源社会保障部、体育总局按职责分工负责)

(十七) 加大金融支持力度。引导金融机构优化投融资服务，加强信贷管理，丰富信贷产品，积极发展知识产权质押贷款等业务。支持符合条件的体育企业上市和再融资、发行债券、资产证券化。鼓励用好用足再贷款再贴现政策，稳步降低综合融资成本，确保体育产业相关经营主体及时享受政策优惠。(中国人民银行、金融监管总局、中国证监会、体育总局按职责分工负责)

(十八) 丰富体育场地供给。出台国家步道体系建设总体方案。持续开展“国球进社区”、“国球进公园”活动，推动户外运动设施、全民健身中心、体育公园、社会足球场地等群众身边的体育场地设施建设。通过中央预算内投资、地方政府专项债券、彩票公益金等支持符合条件的体育场地设施建设。支持符合条件的项目发行基础设施领域不动产投资信托基金(REITs)。(国家发展改革委、住房城乡建设部、中国证监会、体育总局按职责分工负责)

七、提升服务保障水平

(十九) 营造良好市场环境。优化体育消费支付服务，加快拓展数字人民币体育消费应用场景，利用数字人民币智能化、数字化服务优势助力体育产业和赛事经济高质量发展。探索实行体育预付式消费资金托管模式，推广应用数字人民币智能合约预付资金管理方案，防范化解预付式消费风险。完善青少年体育培训制度标准。实施体育赛事门票实名制管理，依法严厉查处、打击倒卖赛事门票等违法犯罪行为。完善地方体育行政执法工作机制，明确体育市场执法主体和执法事项，保护体育消费者合法权益。引导保险机构开展体育赛事、运动伤害等保险业务。(教育部、公安部、司法部、中国人民银行、金融监管总局、体育总局按职责分工负责)

(二十) 做好统计监测工作。修订完善国家体育产业统计分类。加强数据统计分析，拓展数据来源，强化体育、教育、海关、税务、统计等部门间数据互通共享。(教育部、海关总署、税务总局、体育总局、国家统计局按职责分工负责)

2025 年 8 月 30 日

财政部办公厅 中国人民银行办公厅 关于联合开展《小微企业增信会计数据标准(试行版)》深化试点工作的通知 财办会(2025)32号

各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅(局)，新疆生产建设兵团财政局，中国人民银行上海总部及各省、自治区、直辖市、计划单列市分行，有关会计软件服务商，国有商业银行，中国邮政储蓄银行，各股份制商业银行，征信中心，有关单位：

为贯彻落实党的二十届三中全会精神，发挥会计数据融资增信作用，拓展会计服务领域和功能，支

持小微企业健康发展，财政部、中国人民银行拟在前期试点的基础上，联合组织开展小微企业增信会计数据标准（以下简称增信标准）深化试点工作。现将有关事项通知如下。

一、试点目标

以“完善数据标准、丰富应用场景、扩展推广路径”为工作目标，进一步完善增信标准内容，验证增信标准的科学性和技术路线的可行性，丰富增信标准在不同领域、不同行业、不同场景下的应用模式，逐步形成多种特色鲜明的推广路径、行之有效的推广方案，推动实现小微企业融资增信。

二、试点标准和模式

（一）试点标准及操作指南。增信标准为电子文件包形式，包含元素清单、应用指南和分类标准三项配套文件。试点单位根据增信标准入口模式文件，加载增信标准内容到试点相关会计服务平台，按照增信标准对企业的业财税数据进行标准化处理，并根据金融机构需求输出标准化数据。《小微企业增信会计数据标准（试行版）操作指南》（简称《操作指南》）对开展增信标准试点过程中的相关处理流程进行了介绍，供试点地区、试点平台和相关单位参阅。增信标准及《操作指南》见财政部会计司网站的会计信息化建设专栏。

（二）试点模式。增信标准试点主要有三种模式：一是财政部门自行搭建会计服务平台开展试点；二是在地方财政部门指导下，由代理记账行业协会及机构搭建会计服务平台开展试点；三是会计软件服务商基于公有云模式搭建会计服务平台开展试点。参与试点的地区和单位可探索创新试点模式，丰富试点应用场景。

三、试点任务

（一）地方财政部门。

参加试点的地方财政部门可结合各地实际情况，自行搭建或推动代理记账行业协会及机构搭建会计服务平台开展试点。

1.采用自行搭建会计服务平台试点模式。地方财政部门可推动有关单位搭建会计服务平台或依托现有电子凭证服务平台等有关平台开发会计服务功能，推动完成系统适配改造，使其具备根据增信标准处理小微企业相关数据并输出标准化数据的能力。

地方财政部门应推动会计服务平台主动对接小微企业、代理记账行业协会及机构、会计软件服务商等，获得数据授权，实现数据对接；加强与税务、工商、海关等部门的平台对接，扩大数据来源，并通过与企业征信机构合作，根据增信标准进行数据处理等工作，全面、精准刻画企业画像。

地方财政部门可推动会计服务平台采取对接人民银行信贷市场服务平台（简称央行信贷通）、征信中心或征信机构等方式，打通与银行等金融机构的数据接口和传输通道，确保数据的稳定传输；积极运用地方财政普惠金融支持政策优势，推动参与试点的银行等金融机构开展贷款产品定制、数据建模等合作，在获取经标准化处理的数据后，为企业开展授信评估。

2.采用代理记账行业协会及机构搭建会计服务平台试点模式。地方财政部门可选择代理记账行业协会或执业水平较高、服务群体较大、信息化基础较好的代理记账机构开展试点，采取政策扶持等方式，引导代理记账行业协会及机构开展会计服务平台建设改造，加强对试点工作的政策指导和宣传引导，组织代理记账行业协会及机构、会计软件服务商等单位形成联动机制，推动会计服务平台实现数据收集、数据加工、数据合规处置、数据输出的全流程处理。地方财政部门应鼓励会计服务平台采取对接央行信贷通、征信中心或征信机构等方式，打通与银行等金融机构的数据接口和传输通道，为企业融资增信。

（二）代理记账行业协会及机构。

参加试点的代理记账行业协会及机构应在地方财政部门指导下，建立会计服务平台或在已有平台上开发会计服务功能，完成系统适配改造，使其具备根据增信标准处理小微企业相关数据并输出标准化数据的能力。

代理记账行业协会及机构应引导小微企业重视会计数据质量，充分保证小微企业会计信息的真实性、完整性、及时性等质量特性，在获得小微企业数据授权的基础上，根据增信标准对小微企业的业财税数据进行处理，全面、真实、客观反映小微企业的财务状况和经营情况。

代理记账行业协会及机构可采取对接央行信贷通、征信中心或征信机构等方式，打通与银行等金融机构的数据接口和传输通道，推送经标准化处理的数据，实现对小微企业信用贷款的数据增信。

（三）会计软件服务商。

参加试点的会计软件服务商应具备公有云模式的小微企业财税服务平台，开发会计服务功能，完成系统适配改造，使其具备根据增信标准处理小微企业相关数据并输出标准化数据的能力。

会计软件服务商应引导小微企业在平台完成注册和数据授权等合规程序；可采取对接央行信贷通、征信中心或征信机构等方式，打通与银行等金融机构的数据接口和传输通道，支持银行机构定制线上化的小微企业会计数据信贷产品，推动实现数据增信和授信贷款。

（四）银行等金融机构。

参加试点的银行应在本次试点地区和单位确定之后，积极对接与有关会计服务平台打通数据接口的央行信贷通、征信中心、征信机构等，明确数据接口标准和数据需求类型，探索将数据标准和经标准化的小微企业会计数据，纳入授信审批模型，合理确定授信金额，针对性创新线上化信贷产品。适当下放授信审批权限至试点地区分行，优化审批流程、提升审批效率，做好小微企业金融服务。

参加试点的融资担保机构应根据自身的业务特点和服务范围等因素，积极与试点银行协同合作，支持小微企业获得融资。

四、试点安排

（一）试点报名。深化试点工作基于自愿原则，采取报名备案方式。请有意愿参加试点的省级财政部门会同当地人民银行分行根据本地区实际情况，选择全省（市）或部分市（区）参加试点，并填报《小微企业增信会计数据标准深化试点报名表（地方财政部门版）》（见附件 1），于本通知印发后 20 个工作日内将纸质盖章的报名表报送至财政部会计司，并抄送中国人民银行信贷市场司。前期已参加试点的省级财政部门会同当地人民银行继续推进试点工作，无需报名。

请有意愿参加试点的会计软件服务商等单位、银行等金融机构分别填报《小微企业增信会计数据标准深化试点报名表（会计软件服务商版）》（见附件 2）和《小微企业增信会计数据标准深化试点报名表（金融机构版）》（见附件 3），于本通知印发后 20 个工作日内将纸质盖章的报名表报送至财政部会计司，并抄送中国人民银行信贷市场司。有意愿参加试点的地方法人银行等金融机构可报名至试点地区财政部门，并抄送至当地人民银行，由试点地区财政部门会同当地人民银行统筹研究制定本地区试点方案并填报《小微企业增信会计数据标准深化试点报名表（地方财政部门版）》（见附件 1），参与试点。

财政部和中国人民银行将采取适当方式公布参与试点的地区和单位。

（二）开展试点。试点工作自试点地区和单位公布之日起启动，为期 1 年。参加试点的财政部门、人民银行分行、代理记账行业协会及机构、会计软件服务商、银行等金融机构根据试点任务稳步开展试点工作。

（三）试点总结。请试点地区财政厅（局）会同当地人民银行总结辖内试点经验，试点单位总结机构试点经验，于试点结束后 10 个工作日内报送试点总结报告至财政部会计司，并抄送中国人民银行信贷市场司。报告应包含业务成效、经验做法、发现问题、需完善的技术标准及制度建议，以及后续推广建议等内容。

五、保障措施

（一）加强组织领导。财政部和中国人民银行根据各自职责分工，持续跟进试点开展情况，加强对试点工作的指导，统筹推进试点相关工作，及时解决试点工作中遇到的政策问题。财政部会同中国人民

银行持续完善增信标准，研究制定小微企业增信会计数据推荐性国家标准。中国人民银行积极推进央行信贷通建设，推动与增信标准试点工作相互衔接，鼓励银行等金融机构积极参与增信标准试点工作。

(二) 加强协同配合。试点地区财政厅(局)要积极推进本地区电子凭证会计数据标准推广应用工作，提升小微企业会计信息质量，按规定用好财政支持普惠金融相关政策促进小微企业和代理记账机构发展，会同当地人民银行共同构建政府、平台、征信机构、金融机构、小微企业等多方参与的联动工作机制，明确分工合作，协调解决相关政策和技術难点;要根据相关规定推动试点平台主动对接央行信贷通、中征应收账款融资服务平台、地方融资信用服务平台等，加强数据共享，打破信息孤岛。中国人民银行各分行要鼓励地方法人银行机构积极参与当地增信标准试点工作。征信中心要推动中征应收账款融资服务平台等做好对接技术准备，降低改造难度，提高数据传输效率。

(三) 抓好推动落实。各试点单位应充分重视增信标准试点工作，确定试点目标，制定工作方案，推动试点工作取得实效，总结试点经验并及时反馈;严格按照国家统一的会计制度进行会计核算，提高会计信息质量;严格按照《会计信息化工作规范》和《会计软件基本功能和服务规范》的有关要求开展数字经济下的会计工作，发挥会计数据作用;严格遵守《中华人民共和国数据安全法》等有关法律法规，确保数据授权合法、使用合规。会计软件服务商应做好技术支持，加强与各类会计服务平台的对接，打通数据接口和传输通道。

(四) 加大宣贯力度。财政部和中国人民银行将加强增信标准应用相关政策、要求的宣传，对试点地区形成的可复制、可推广经验进行总结、提炼和宣传，不断增加各方对增信标准应用和会计工作数字化转型的理解，营造良好的应用氛围。

请中国人民银行各分行将本通知转发至辖内相关地方法人银行等金融机构。

联系方式：财政部会计司 010-68554637

中国人民银行信贷市场司 010-66195849

电子邮箱：zhidusan chu@mof.gov.cn

通讯地址：北京市西城区三里河南三巷 3 号 100820

附件：

1. 小微企业增信会计数据标准深化试点报名表 (地方财政部门版)(略)
2. 小微企业增信会计数据标准深化试点报名表 (会计软件服务商版)(略)
3. 小微企业增信会计数据标准深化试点报名表 (金融机构版)(略)

2025 年 8 月 25 日



软件企业即征即退政策全解读

来源：上海税务

创新是引领发展的第一动力，是推动高质量发展、建设现代化经济体系的战略支撑。

为了让软件企业全面知悉科技创新税费优惠政策、准确适用享受政策，今天为大家带来软件产品增值税即征即退政策全解读。

一、政策内容

即征即退≠免税

增值税一般纳税人销售其自行开发生产的软件产品，按现行税率征收增值税后，对其增值税实际税负超过 3% 的部分实行即征即退政策。

二、申请条件

软件产品界定及分类：软件产品是指信息处理程序及相关文档和数据。软件产品包括计算机软件产品、信息系统和嵌入式软件产品。嵌入式软件产品是指嵌入在计算机硬件、机器设备中并随其一并销售，构成计算机硬件、机器设备组成部分的软件产品。

取得软件产业主管部门颁发的《软件产品登记证书》或著作权行政管理部门颁发的《计算机软件著作权登记证书》的软件产品，经主管税务机关审核批准，可以享受财税〔2011〕100 号通知规定的增值税政策。

对增值税一般纳税人随同计算机硬件、机器设备一并销售嵌入式软件产品，如果适用财税〔2011〕100 号通知规定按照组成计税价格计算确定计算机硬件、机器设备销售额的，应当分别核算嵌入式软件产品与计算机硬件、机器设备部分的成本。

凡未分别核算或者核算不清的，不得享受财税〔2011〕100 号规定的增值税政策。

三、如何计算即征即退税额

(1) 软件产品增值税即征即退税额的计算方法：

即征即退税额=当期软件产品增值税应纳税额-当期软件产品销售额×3%

当期软件产品增值税应纳税额=当期软件产品销项税额-当期软件产品可抵扣进项税额

当期软件产品销项税额=当期软件产品销售额×13%

举例：

某软件企业当月销售自研软件 200 万元，可抵扣进项税额 10 万元。则当期软件产品销项税额=200×13%=26 万元，当期软件产品增值税应纳税额=26-10=16 万元，即征即退税额=16-200×3%=16-6=10 万元。

(2) 嵌入式软件产品增值税即征即退税额的计算：

① 嵌入式软件产品增值税即征即退税额的计算方法

即征即退税额=当期嵌入式软件产品增值税应纳税额-当期嵌入式软件产品销售额×3%

当期嵌入式软件产品增值税应纳税额=当期嵌入式软件产品销项税额-当期嵌入式软件产品可抵扣进项税额

当期嵌入式软件产品销项税额=当期嵌入式软件产品销售额×13%

② 当期嵌入式软件产品销售额的计算公式

当期嵌入式软件产品销售额=当期嵌入式软件产品与计算机硬件、机器设备销售额合计-当期计算机硬件、机器设备销售额

计算机硬件、机器设备销售额按照下列顺序确定：

1. 按纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定；
2. 按其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定；
3. 按计算机硬件、机器设备组成计税价格计算确定。

计算机硬件、机器设备组成计税价格=计算机硬件、机器设备成本×(1+10%)

举例：

某企业当月销售嵌入式软件与计算机硬件合计 600 万元，其中计算机硬件成本为 250 万元，按组成计税价格确定计算机硬件销售额。则计算机硬件销售额=250×(1+10%)=275 万元，当期嵌入式软件产品销售额=600-275=325 万元。

若该嵌入式软件可抵扣进项税额为 20 万元，则当期嵌入式软件产品销项税额=325×13%=42.25 万元，当期嵌入式软件产品增值税应纳税额=42.25-20=22.25 万元，即征即退税额=22.25-325×3%=22.25-9.75=12.5 万元。

按照上述办法计算，即征即退税额大于零时，税务机关应按规定，及时办理退税手续。

四、常见问题答疑

1. 将进口软件产品进行汉化处理后对外销售，可以享受即征即退政策吗？

增值税一般纳税人将进口软件产品进行本地化改造后对外销售，其销售的软件产品可享受增值税即征即退政策。

本地化改造是指对进口软件产品进行重新设计、改进、转换等，单纯对进口软件产品进行汉化处理不包括在内。

2. 企业的进项税额与软件开发无法明确区分，可以分摊进项税额吗？

增值税一般纳税人销售软件产品的同时销售其他货物或者应税劳务的，对于无法划分的进项税额，应按照实际成本或销售收入比例确定软件产品应分摊的进项税额；对专用于软件产品开发生产设备及工具的进项税额，不得进行分摊。

纳税人应将选定的分摊方式报主管税务机关备案，并自备案之日起一年内不得变更。

专用于软件产品开发生产的设备及工具，包括但不限于用于软件设计的计算机设备、读写打印器具设备、工具软件、软件平台和测试设备。

3. 随同机器设备一并销售的软件产品，未分别计算销售额，可以适用即征即退政策吗？

对增值税一般纳税人随同计算机硬件、机器设备

一并销售嵌入式软件产品，如果按照组成计税价格计算确定计算机硬件、机器设备销售额的，应当分别核算嵌入式软件产品与计算机硬件、机器设备部分的成本。

凡未分别核算或者核算不清的，不得享受增值税即征即退政策。



企业为职工配置的服装，如何进行税务处理？

现在，有很多企业为了规范管理生产经营活动和树立企业形象，统一为职工配置工作服，以及为特殊工作岗位上的职工配置劳动保护服。企业职工的成分比较复杂，有管理人员、生产经营人员、销售人员、后勤服务人员等，因此，在实务中企业对为职工配置服装，如何进行税务处理也比较棘手，现根据相关税收政策规定进行分析。

一、增值税处理分析

《中华人民共和国增值税暂行条例》第十条第（一）项规定，用于简易计税方法计税项目、免征增值税项目、集体福利或者个人消费的购进货物、劳务、服务、无形资产和不动产，进项税额不得从销项税额中抵扣。

上面政策规定的不得抵扣项目中，（1）“用于简易计税方法计税项目”，是指一般纳税人发生财政部和国家税务总局规定的特定应税行为，可以选择适用简易计税方法计税。显然，一般纳税人企业为职工配置服装不属于该项规定；

(2)“免征增值税项目”，是指《中华人民共和国增值税暂行条例》第十五条规定的免征增值税项目，比如，农业生产者销售的自产农产品等销售项目，以及国家下发的其它规范性文件中规定的免征增值税的销售项目。企业为职工配置服装是为生产经营活动的需要，显然不属于用于“免征增值税项目”；

(3)“集体福利”项目，企业的福利部门，通常有职工食堂、浴室、医务室等部门，企业为这些部门职工配置的服装，属于用于“集体福利”项目；

(4)“个人消费”项目，企业为职工配置服装是为生产经营活动的需要，是职工应在工作时间内统一穿着的，这既不是个人行为，也不是企业为职工个人谋取的非货币性福利。显然，企业为职工配置服装不属于“个人消费”项目。

综上所述，企业为职工配置的服装，只有为福利部门职工配置的服装，其进项税额不得从销项税额中抵扣外，为其他部门职工配置的服装，其进项税额均可以从销项税额中抵扣。

二、企业所得税处理分析

《国家税务总局关于企业所得税若干问题的公告》(国家税务总局公告 2011 年第 34 号)第二条 关于企业职工服饰费用支出扣除问题规定，企业根据其工作性质和特点，由企业统一制作并要求员工工作时统一着装所发生的工作服饰费用，根据《实施条例》第二十七条的规定，可以作为企业合理的支出给予税前扣除。

《国家税务总局关于企业工资薪金及职工福利费扣除问题的通知》(国税函〔2009〕3 号)第三条关于职工福利费扣除问题规定，《实施条例》第四十条规定的企业职工福利费，包括以下内容：

(一)尚未实行分离办社会职能的企业，其内设福利部门所发生的设备、设施和人员费用，包括职工食堂、职工浴室、理发室、医务所、托儿所、疗养院等集体福利部门的设备、设施及维修保养费用和福利部门工作人员的工资薪金、社会保险费、住房公积金、劳务费等。

(二)为职工卫生保健、生活、住房、交通等所发放的各项补贴和非货币性福利，包括企业向职工发放的因公外地就医费用、未实行医疗统筹企业职工医疗费用、职工供养直系亲属医疗补贴、供暖费补贴、职工防暑降温费、职工困难补贴、救济费、职工食堂经费补贴、职工交通补贴等。

(三)按照其他规定发生的其他职工福利费，包括丧葬补助费、抚恤费、安家费、探亲假路费等。

从上面这两个文件的规定可知，企业为福利部门职工配置服装的支出属于职工福利费范畴，应按职工福利费的扣除标准在税前扣除，除此之外，为其他部门职工配置服装发生的费用，可以作为企业合理的支出给予税前扣除。

三、个人所得税处理分析

《中华人民共和国个人所得税法》第二条规定，下列各项个人所得，应当缴纳个人所得税：(一)工资、薪金所得；(二)劳务报酬所得；(三)稿酬所得；(四)特许权使用费所得；(五)经营所得；(六)利息、股息、红利所得；(七)财产租赁所得；(八)财产转让所得；(九)偶然所得。

企业为职工配置服装是企业生产经营活动的需要，不是职工个人取得的非货币性福利，其服装的所有权归属于企业，职工只有使用权，并没有取得“所得”，因此，企业为职工配置服装不属于《中华人民共和国个人所得税法》第二条规定的所得项目，职工没有缴纳个人所得税的义务。

(理论与实际操作或有出入，此文仅供参考)