

农村闲置资产盘活利用方案

1、资产盘活利用方案

1.1 企业产生闲置资产的原因

企业闲置资产主要是由于产业结构调整、科学技术发展、经营管理不善等原因引起的。

1、企业改制引起产业结构调整，致使原有设备闲置。改革开放10年后，随着我国经济的快速发展，企业迎来了改制的浪潮，尤其是以国有企业为主体，为响应国家的号召，原单一所有制的国有、集体企业逐步改制为多元投资主体的公司制企业和股份合作制企业。在这一过程中，产业结构产生了较大变化，许多国有企业的业务发生改变，致使原有的大量设备闲置。

2、对设备进行更新换代，原设备不再适用，形成闲置资产。当今时代是个科技日新月异的时代，科技的发展不断地催发企业的技术更新换代，新的科技成果在不断的淘汰着陈旧的技术，降低单位产品的成本，促进利润的最大化，加速生产力的发展。在这过程中，企业的一些工艺落后的老旧设备失去了其原先的作用，只能作为闲置设备被废弃。

3、企业破产造成的固定资产闲置。即企业由于种种原因被迫破产清算，在较长的破产清算期内，破产企业大量的固定资产闲置，当清算结束后，除价值较高的设备作为抵价外，诸多价值低的设备永久闲置。

4、管理失误造成的闲置资产。管理层的管理水平对企业的发展

至关重要，起着大脑和心脏的作用。企业的管理者作出的每一个决策都直接关系到企业财富的盈亏，而市场经济的特质又使得产品的市场千变万化，所以一个企业产品项目的投资决策需要一个高素质的管理团队进行认真的可行性预测、缜密的科学论证。为了适应市场的发展，管理者必须不断更新观念，让其管理理念能够适应市场的发展。由于企业管理者对项目的事前可行性论证、事后的管理都马马虎虎，结果是当基建成功时，产品已然落后，或者当产品出厂时，市场已经接近饱和，甚至有些出现流动资金短缺的现象。凡此种种，均造成了企业大量的资产闲置。

1.2 企业闲置资产带来的影响

1、财务信息失真

大量闲置资产充斥在企业中，使企业财务数据不实，在财务报告上往往表现为资产的“虚胖”，不能真实反映企业资产的运营状况，造成企业虚增资产、虚增利润，使对外提供的财务会计报告所反映的信息失去真实性，不仅不符合会计核算的真实性原则，也有悖于稳健性原则。

2、管理成本高、包袱重闲置资产的管理及人工成本耗费量大，不但使企业包袱沉重，而且造成大量资源浪费。首先，对于大量闲置资产，企业要付出人工费对其管理，整体完好的站点及设备，每年仍要发生维修、保养等费用，闲置的固定资产还要提取折旧费用。其次，闲置资产同时占用一定面积的场地，使占用面积的场地丧失了其他投资机会。再次，每年企业因资产清查，都给工作人员带来了不必要的

工作量，浪费了大量的人力物力。

3、减弱企业筹资能力，增加企业风险

由于大量闲置资产的存在，使得企业账面资产很好看，但虚赢实亏很严重，导致会计报表充斥水分，不利于政府、企业经营者、广大投资者、债权人以及银行等信息使用者的经营、投资决策，从而毁损企业在资本市场的声誉，进而影响企业的筹融资能力，增加企业的经营风险与财务风险。

1.3 闲置资产处置存在的问题

市场经济条件下,资产管理不只为生产服务,更要把企业的资产作为资本来经营,资产所占用的资金属于资本金,资本经营的真实内涵就是资本的流动和增值,其核心是通过不断调整资本要素的比例、布局、优化资本运行结构。资产正常流动,是资产保值、增值的重要前提,企业应当了解资产不流动就会贬值,就会失去竞争力。资产在闲置中会发生有形和无形磨损,随着磨损的增加,资产价值和使用价值都会降低。使闲置资产合理流动,优化资源配置,重新组合,达到最有效的利用,防止资产贬值,是企业经营者应当首先考虑的。但由于各种原因的影响,国有企业对闲置资产的处置并未引起足够的重视,在盘活闲置资产方面存在着以下几个问题:

- 1、对闲置资产处置认识不足。大量闲置资产充斥在企业中,使企业财务数据不实,不能真实反映企业资产的运营状况。闲置资产在造成资源浪费的同时,企业还要付出人工对其管理,而且对于未提足折旧的闲置资产还要提取折旧费用,增加管理成本。

2、闲置资产信息不通。闲置资产信息基本在本单位内部,盘活资产有局限性,本单位的信息出不去,外单位的信息进不来,对一些专用设备,几乎找不到买家。

3、闲置资产处置政策不明。企业对处置闲置资产的具体要求和做法不甚了解。担心处置的做法不对而要承担责任,特别是对需进行产权处置的资产不敢处置。

4、闲置资产行业管理上的作用发挥不够,没有专门的市场,没有闲置资产定期报告制度,没有设置专门机构统一发布单位内外闲置资产调剂信息,保证不了信息的及时、准确、有效和权威性,也难以做到大范围的交流。

1.4 盘活企业闲置资产的方法

(一) 盘活闲置资产应在政府的宏观调控下,解放思想,转变观念,以市场为导向,以资产效益最大化为目标,结合产权制度改革和产业结构调整,打破地域和行业界限,先易后难,逐个解决,进而达到整体盘活的目的。

1、制定扶持政策,加强指导协调。一些企业在进行改造时,缺乏足够的资金,还有一些企业投资新项目中途因资金不到位造成投资失败。针对这些闲置资产,政府应有针对性地制定一些扶持政策,并监督政策的执行。同时,政府应加强基础设施建设,提高自身管理水平,为企业提供需要的信息,并利用政府对外联系渠道广、范围宽的优势,为企业牵线搭桥,对企业进行必要的指导和协调。

2、培育产权交易市场,方便资产转让交易。培育和建立以闲置

资产交易为主的产权交易市场，引导其有序、规范、高效的流通，在物尽其用的基础上满足社会需要，这是我国流通领域综合要素市场建设的一个迫在眉睫的内容。资产交易市场的建立需要国家和企业通力合作。我国建有很多交易市场，但大多数为无形市场，且由于组织形式、管理体制等方面的限制，主要对大中型企业有利，而对其他形式的中小型企业的闲置资产仍然得不到有效交易。鉴于此，可以以行业或地区建立闲置资产自由交易市场，使企业的闲置资产尽早得到有效转让，以减少资金占用，盘活资金，加速资金周转，提高企业的经济效益。

（二）加大对闲置资产的处置力度，提高闲置资产的使用效率。按照“盘活调剂再利用”的原则，采取“两个相结合”方式，对闲置资产进行摸底，摸清闲置资产位置、数量、状况和用途等，根据业务发展需要，采取调剂和交易相结合，既提高了闲置资产的使用效率，实现了闲置资产增值，又防止资产流失。为使企业闲置资产不流失，确保资产安全完整，企业必须为盘活闲置资产搭建平台，创造环境，才能达到有效利用闲置资产的目标。

1、建立企业设备信息库，实行网络化管理。

（1）对生产设备应实行分级管理，采用计算机辅助设备管理，建立信息库，使企业内设备等资产的运作情况（如设备的分布、构成、变动及利用等）及时得到反映，可迅速提供闲置设备的清单，有利于设备的盘活和调剂；

（2）建立资产管理计算机网络，企业可加入社会上的设备调剂

或产权交易网络，旨在收集、汇总、发布产权交易信息，提供产权交易和资产调剂服务，促进信息交流，形成一个迅速、及时、范围广泛、可随时随地提供交换、查询闲置资产及产权转让信息的管理信息系统，从而实现资产优化配置，达到盘活闲置资产的目的。

2、利用资产租赁，盘活闲置资产。在生产经营过程中，经常会出现一部分企业大批资产闲置，而另一部分企业因融资困难无法添置所需的同类设备。针对这种状况，可以考虑将闲置资产对外出租，或分块出租，或整体出租。对于出租方来说，既盘活企业闲置资产方法探讨可以达到盘活闲置资产的目的，又可以收取一笔租金，增加企业的收入，收取的租金可以投入到新的项目中，使得企业能正常地运转。对于承租方也是有益的，可以解决无力添置设备的困难。

3、通过兼并，盘活闲置资产。这里的兼并是指在两家公司或两家以上公司合并中，其中一家公司因兼并了其他公司而成为存续公司的经济行为。在兼并中，存续公司仍保持原有的公司名称，且有权获得其他被吸收公司的资产和债权，同时承担其债务，被吸收公司则不复存在。具有较高管理效率的企业兼并管理效率低的企业，可以通过提高后者的管理效率而获得正效应。很多企业经营状况不佳，由于资金周转不畅，大量资金都沉淀在一些有形资产上，如固定资产、存货等。从而形成大量的闲置资产。亏损企业可视情况与经营良好，需扩大规模的、有消化能力的大企业联合甚至被兼并，实现资产重组，使闲置资产以比较合适的价格被处理，并在新的资源配置中实现其保值增值。

4、拆零拍卖是化解现阶段产权交易之弊端的有效途径在现阶段资产处置的全部过程中，只有实施拆零拍卖，才是较好的回避和解决目前产权交易过程中出现的诸多弊端的一种有效途径。

(1)、由于拆零拍卖是在卖方确定卖点的基础上，并由买方权衡利弊、自主选择、各取所需，因此实施拆零拍卖能够将过去那种在产权交易过程中形成的负债心理克服在实施竞买行为之前。

(2)、拆零拍卖本身所具有的公开性和公平性能够有效地激发买卖双方竞相参与意识和竞相参与行为。

(3)、由于拆零拍卖对资产所特有的盘活增效的特殊作用，可以因有效的拆零而做到物尽其用，避免了过去资产处置中囫囵吞枣，盲目定价、变宝为废的缺点。

5、通过对外投资，盘活闲置资产。企业生产经营活动的主要目的就是运用资产取得收益，以使企业的资产不断增值。因此，企业必须充分利用现有的资产，以增加企业的收益。但是，在企业的生产经营过程中，由于各种原因，经常会出现闲置资产，这时，企业可以考虑利用现有的闲置资产对外投资，以期取得投资收益，达到盘活闲置资产的目的。这里的对外投资是指企业根据投资协议以货币资金、实物资产、无形资产对其他企业进行直接投资，以取得投资收益。一些闲置资产对企业自身可能没有利用价值，但对其他企业还是有用的，那么双方经过协商可以把这些闲置资产进行投资。对投资者而言，即使闲置资产得到了充分利用，提高了企业资金的利用率，还可分散投资，减少资产闲置造成的损失，减少企业的经营风险；对被投资企业

而言，既可以迅速取得所需的资产，保证生产经营的正常进行，还可以与对方建立良好的合作伙伴关系，谋求共同发展。

6、通过企业托管，盘活闲置资产。资产的转移包括资产的所有权转移和经营权转移两个方面，很多企业都采用资产所有权转移，但是有些资产的所有权转移难度很大，而资产经营权转移比较容易。资产的经营权转移包括出租、托管等多种方式。托管是指企业法人财产权或经营权以契约形式所作的全部或部分让渡，也就是说，企业法人将企业的全部或部分资产交给托管公司经营，双方以契约形式约定，在一定条件、一定期限内，实现托管资产的保值增值。企业托管有利于直接进行企业闲置资产的重组和流动，从而达到盘活闲置资产的目的。目前，我国的托管经营还不成熟，此有需要注意以下几个问题：

(1) 托管主体即受托方的选择。受托方必须是具备接受企业资产托管经营管理能力和权力的独立企业法人；

(2) 托管方式的选择。应针对托管客体的自身条件，采用不同的方式；

(3) 代理风险问题。这是指资产所有权和经营权相分离的状态下，由于与受托人的目标、动机、利益、责任存在差异，委托人所承担的资产的支配权和使用权转给代理人控制而可能引起的利益损失。

7、主打公益，获取税收收益。税法对公益、救济性的捐赠作了如下规定：纳税人(金融保险除外)用于公益、救济性的捐赠额在该年度应纳税所得额 3% 以内的部分准予扣除；金融保险业用于公益、救济性的捐赠性支出在不超过企业当年应纳税所得额 1.5%的标准以内

的可以据实扣除；纳税人通过国家机关或国家批准成立的非营利性的公益性组织对一些文化事业的捐赠，纳入公益、救济性捐赠的范围，在年度应纳税所得额 10% 以内的部分准予扣除；纳税人直接向受赠人的捐赠不扣除。因此，企业可以考虑将闲置的资产捐赠给需要的地方或者组织，这样不仅能够通过捐赠获得税收的抵免，而且有助于扩大企业的知名度。

8、物尽其用，深度开发。在企业中出现众多的闲置资产，并不是因为这些资产在企业一点用处都没有了，而多是因为企业的经营方式的变化、体制机制的变革以及科学技术的发展等。因此，企业可充分利用现代科学技术的能力，通过对原有闲置资产的改进，使之成为具有生产能力或者具有较强实用价值的资产，除了将这些资产再进行生产利用以外，企业可以以这些资产作为抵押或质押，从金融机构获取自身生产经营中所急需的资金。将这些资产作为担保，不仅能够缓解企业资金短缺的紧张局势，还能够发挥企业现有资产的使用效率，增强企业的竞争能力。

总之，盘活闲置资产，不仅能加速国有企业资金周转、减少资金占用，挖掘社会生产能力，增加供给，缓解供求矛盾，提高经济效益，而且对于调整投资结构，压缩投资规模、减少投资膨胀压力以及实现国有资产的保值增值都有重要意义。

2、利用闲置资产发展农产品电商平台建设方案

随着互联网的发展，电子商务在各行各业中起到了重要的作用，农业领域也不例外。农产品电商平台的建设，旨在通过利用互联网技

打通农产品供应链上的信息壁垒,提高农产品的销售效率和质量,促进农村经济的发展。

一、平台概述

平台名称及定位

本农产品电商平台将命名为“汇农平台”,定位于打造一个集农产品展示、交易、配送、售后等功能于一体的综合性农业电商平台。

1.2 平台目标

建设一个线上线下相结合的农产品电商平台,以提供优质、安全的农产品为宗旨,为农民提供便捷的销售渠道,为消费者提供放心、可追溯的农产品。

二、平台功能和特点

2.1 农产品展示功能

通过农产品图片、文字介绍等方式,展示各类农产品的基本信息及特色,以吸引消费者的关注。

2.2 农产品交易功能

提供在线交易功能,支持农民和消费者的线上下单、支付、发货等全流程操作,提高交易的便捷性和效率。

2.3 农产品配送功能

与物流公司合作,建立高效的物流配送系统,确保农产品能够及时、安全地送达消费者手中。

2.4 农产品溯源功能

通过区块链技术实现农产品的溯源,让消费者能够追溯到农产品

农产品售后服务功能

建立健全的售后服务体系，对于农产品质量问题或消费者的投诉进行及时处理，确保消费者权益。

三、平台运营模式

3.1 供应链建设

与农民合作建立长期稳定的供应关系，通过培训和指导，提高农民的生产技术和产品质量。

3.2 资金管理

建立资金管理机制，确保农民能够及时收到销售款项，同时规范用户的支付流程，保障交易安全。

3.3 平台推广

通过各类媒体渠道宣传平台，引导消费者关注和使用“农享平台”，并与线下农产品市场合作，提供优惠活动等方式吸引用户。

3.4 数据分析

通过大数据分析用户行为和消费趋势，对平台进行改进优化，提升用户体验。

四、平台的规划和发展

4.1 初期阶段

在建设初期，以某一具体地区的农产品为起点，与当地农民进行合作，建立农产品供应链，提供线上交易和配送服务。

4.2 中期阶段

拓展到周边地区,与更多农民建立合作关系,丰富平台上的产品种类,提高平台的知名度和影响力。

长期规划

在平台初步发展成功后,进一步扩大市场,拓展全国范围内的农产品供应,并与其他行业合作,提供更多的农产品加工和衍生品销售,实现农产品全产业链的发展。

五、安全和风险控制

5.1 数据安全

建立健全的数据安全机制,确保用户的个人数据信息不被泄露或滥用。

5.2 资金安全

与合作的支付机构建立互信机制,保障资金的安全性和可追溯性。

5.3 增加商家准入门槛

严格审核商家资质,确保农产品质量和安全,减少假冒伪劣产品的可能性。

六、平台运营成果评估

建立明确的指标体系,评估平台的运营成果,包括用户增长、交易量、客户满意度等指标,及时进行调整和优化。

通过农产品电商平台的建设,可以打通农产品供应链,提高农产品的销售效率和质量,促进农产品的发展。同时,平台还可以带动农村经济的发展,提高农民的收入水平。然而,平台建设过程中也要注意安全和风险控制,并经过不断优化和调整来提升用户体验。希望“农

能为农民和消费者带来更多的福利和便利。

、农产品品牌推广方案

产品市场营销就是指为了满足人们的需求和欲望而实现农产品潜在交换的活动过程。农产品营销是农产品生产者与经营者个人与群体，在农产品从农户到消费者流程中，实现个人和社会需求目标的各种产品创造和产品交易的一系列活动。农产品营销活动贯穿于农产品生产和流通、交易的全过程。

一、农产品营销背景

我国的农产品交易市场在经历了几十年高速增长和规模扩张后，正逐步实现数量扩张向质量提升，流通规模上台阶，商品档次日益提升，市场运行质量日趋看好。随着我国经济的不断发展，人民生活质量不断改善。人们对于农产品的需求日益增加。但由于企业产品定位以及由定位所采取的营销策略的失当导致该产品在行业竞争中处于不利地位，存在市场占有率下降、品牌知名度不高等问题。

二、我国农产品市场的现状

1.农产品市场建设发展迅速。我国农产品批发市场不断发展，类别多，农产品市场，数目基本稳定，交易额稳步上升。

2.农产品批发市场成为农产品流通的主渠道。基本形成了以城乡集贸市场、农产品批发市场为主导的农产品营销渠道体系，构筑了贯通全国城乡的农产品流通大动脉。

3.农产品营销中介发展活跃，各种农产品购销主体：个体户、专业户、联合体不断发展壮大。依托这些活跃在城乡各地的农产品营销

使得一家一户的小规模生产和大市场实现了对接，有效地缓解了农产品卖难的问题。

三、对产品市场影响因素进行分析

、从宏观环境来看（PEST）

政策（P）：国家大力支持农业发展，对农业科技投入较大，对一些农业项目提供许多优惠的政策。

经济（E）：近年来，国家和盘县地区的经济快速平稳的增长，人们的可支配收入越来越多，高端农产品的市场也越来越广阔。

社会（S）：市场的认可规模大，食品安全问题一直是人们高度关注的问题。技术（T）：一些农业院校和科研机构给予了很大的支持。

2、消费者分析

1、消费者消费的总体态势：影响农产品的因素主要有传统习惯、个人偏好、收入、营养知识和产品品质以及销售服务等。

2、现在消费者分析：就当前我国农产品市场而言，国外品牌占有很大的市场份额。但是，由于我国农业科技的发展，消费者选择日益增多，单一的市场将面临分割

3、寻求需求

(1)加大宣传力度，保持人们固有的饮食习惯。打造消费者信得过的品牌。

(1)厂家应改变销售手段，改善销售渠道，转变经营观念。

(1)开发潜在消费群体和场所。

3、品牌定位

品牌决定了一个产品的延伸度，因此我们要认识和定位我司品牌，做到知己知彼，准确定位，它在带给消费者物质享受的同时，还带给消费者一定的精神享受。品牌的这种非凡功能构成了品牌农产品所特有的市场竞争力。

1、品牌文化的深度：做农业产业化龙头企业，创农产品精品品牌。

2、产品包装元素：无公害、安全食品，力求高档次包装，突出产品高档定位。

3、产品线的设置：主打高档农产品礼品，兼顾中档产品的研发引进和市场推广。

4、营销策略的差异化：侧重团购渠道的开发，利用电视媒体节目为载体提供我司产品进行赞助宣传公司形象，从而吸引目标消费群体对我司的认知度，同时大力发挥网络营销的作用，利用电子商务网站及我司官方网站进行产品直销。

四、营销战略（4PS 战略）

1.产品策略

1、产品定位：考虑到产品的成本，同时为了突出产品的质量，我们可以从一开始向消费者推广时实行相对合理的中高价策略。

2、包装设计：根据不同消费人群的特点进行不同的包装设计。还有以动感、新潮和活力的包装来主打青少年市场，对儿童市场可以以一种可爱的包装进入。

3、在品牌策略上主要推行单一品牌多元产品的品牌策略

2. 价格战略

1) 设计分级价格销售。根据产品的不同子产品的营养价值的不同，设定不同

的价格，以满足处于不同消费水平的消费群体；

2) 拉大批零差价，调动批发商、中间商积极性；给予适当数量折扣，鼓励多购。

3 渠道策略

农产品营销渠道的选择策略，不仅要求保证产品及时到达目标市场，而且要求选择的销售渠道销售效率高，销售费用少，能取得最佳的经济效益。

(1)农产品批发市场的价值链有待延伸，走垂直一体化道路。一方面有助于寻找到新的利润点，开拓发展空间，快速做大做强。另一方面也可以有效减少渠道环节，稳定并降低市场价格，有助于提高农产品流通效率，对于保护生产者利益和消费者福利也有着积极意义。

2.改造升级原有的渠道组织，提高流通效率。主要是要对当前农产品流通的主要载体——批发市场和农贸市场进行改造。批发市场在交易方式、治理模式、服务功能等方面要进行完善和发展，提高流通效率，扩大流通半径，使之满足地区间农产品大规模流通的需要。

3.加强对渠道体系的梳理和调整，提高渠道绩效。政府相关部门采取各种措施对包括农产品生产、流通、销售、加工、消费等各个环节在内的整体渠道链条进行梳理再造，消除农产品流通不畅的瓶颈制约，使得各个环节都能够畅顺高效运转，提高其整体运营效率。

4.发展国际化营销渠道，把国内的产品销售出去，解决国内农产品卖难现象，。同时采取网上销售、远程运输等现代营销手段,激活流通,拓展市场。

4.广告战略

充分利用各种广告传媒，比如电视、报纸、广告牌、网络等。在电视广告上，以情景剧与著名栏目赞助的形式做形象和产品推广广告；在网络方面，可以在网页上插入销售广告；在报纸刊登代理广告；在车站的站牌上张贴信友核桃乳的海报等。

此外，除了传统的促销方式，我们还可以采取新形式，比如适当进行公益营销，以不同功效的产品帮助不同需要的人群，支助养老院和孤儿院以突出产品的养生和益脑功能；参加地方食品文化节，促进产品的推广销售；同时还可以在校园内赞助活动，举办信友核桃乳杯营销大赛，扩大产品的销路和销量等。

农产品促销有广告推广、人员推销、关系营销、营业推广四种形式。在进行农产品营销的时候要把促销策略灵活运用，与顾客建立长期关系，培养一批忠诚的顾客群

五、农产品营销的新产品开发策略

新产品开发过程一般包括新产品构想的形成、新产品构想的筛选、概念产品的形成与检验、经营分析、制出样品、市场试销、正式生产投放市场。

新产品开发是从营销观念出发所采取的行动，因此首先必须是适应社会经济发展需要，试销对路的产品。没有市场的产品，对企业而

言再新也没有意义。消费者对奇形异彩农产品需求,使一个产品多种式样,成了新的消费动向,因此,新产品要有自己的特色适应和满足消费者需求的新变化。

六、农产品绿色化策略

农产品绿色化营销策略是随着严重的环境问题而产生的。所谓绿色营销是指以促进可持续发展为目标,为实现经济利益、消费者需求和环境利益的统一,市场主体通过制造和发现市场机遇,采取相应的市场营销方式以满足市场需求的一种治理过程目前,各国民众日益重视食品安全,环保意识迅速增强,回归大自然、消费无公害的绿色食品已成为人类的共同向往。绿色农产品有利于增强人民体质,改善生存环境。当今世界,人们对绿色农产品越来越青睐。世纪之初,我国已全面启动“开辟绿色通道,培育绿色市场,倡导绿色消费”的“三绿工程”。我们要牢牢抓住这一机遇,奏响绿色主旋律,大力发展无公害蔬菜、畜和蛋品。我们要把握机遇,发展农产品的绿色营销。

4、农业科技企孵化器孵化服务体系建设方案

4.1 服务机构设置

委托第三方运营机构进行市场化独立运营。设孵化器总经理、运营总监督管理岗位,设置运营综合部、项目拓展部、孵化服务部等工作部门。负责建立健全孵化器运营平台,构建孵化器服务体系。

成立一支有情怀、有能力、有专业、有实力的,由政府职能部门负责人、高校科研院所学科带头人、各行业(协会)专家、企业家组成的导师服务团。为入孵企业提供项目开发、方案设计、风险评估、

经营管理、法规政策、信贷融资、产品营销、跟踪扶持等全过程全要素全方面的指导和服务，帮助入孵企业解决生产经营过程中的各种问题和困难。导师服务团由第三方运营机构负责遴选、管理、考核，由主管部门审批、聘任。

4.2 服务类别

4.2.1 政策优惠类服务

1.场地服务。为符合入孵条件的企业提供不超过三年的免费办公场地、会议室、多功能展示厅等场地服务；

2.融资贷款。孵化器设立种子基金，助推入孵企业成长；举办金融对接会，协助企业贷款、信用担保及抵押登记、创投评估、融资咨询等金融服务；为有意愿在资本市场上市的企业对接相关机构进行辅导和培训；

3.项目扶持。对于入孵的优质项目，可给予一定的项目扶持。

4.2.2 基础类服务

1.技术服务：协助入孵企业进行科技成果转化，支持其与高等院校、科研院所合作，搭建产学研合作平台；

2.路演推广：举办路演活动，促进创业企业之间、创业企业与投资人之间的交流沟通；加大媒体对外宣传力度，使入孵企业得到有效推广；

3.辅导培训：为入孵企业提供项目辅导和培训服务。举办培训活动，包括农业技术、商业模式、案例分析、思维拓展等容，提升入孵企业的创新创业能力；

4.社交平台：积极引导创业者建立创业俱乐部，开办创业者联谊会、创业分享会、创业沙龙等活动，支持举办创业论坛、创业沙龙；

5.人才服务：高端人才按照“拎包入驻”要求，提供相应的创业孵化服务；协助企业引进高端人才，对引进人才给予一定额度资助资金；

6.第三方企业服务：为优质的第三方服务机构提供物业管理和配套服务，营造良好的创新创业氛围，与入孵企业共同成长，构建孵化器的核心竞争力。

4.2.3 增值服务

1.电商培训教室：承载全市农村电商人才培训和入孵企业培训会等团体活动，通过统一培训、统一管理的方式，联合农村电商协会和农业科技协会组织，打造区域产业转型升级的试验田。

2.孵化成果展示厅：面向全市，针对各乡镇不同的地区特色农产品，汇集乡镇特色农产品，通过线上线下互动引流的方式打造一个区域特色网货的云平台和展示窗口。

3.技术专家库：充分利用大学、科研院所等的技术人才、科研成果，引进优秀的研发人员，聘请权威专家，解决企业对专业技术人才的需求；

4.市场开发：根据市场开拓经验、专业背景和产业链关系网络，整合资源，促进入孵企业的市场推广。

4.2.4 两类三级孵化体系

两类孵化：产业孵化、企业孵化。依据区域产业发展状况，提取

产业孵化要素、企业孵化要素，采用多种孵化服务模式，整合各类社会资源，实现区域企业创新转型、产业升级发展的目标。

根据初创企业成长规律：种子期—初创期—发展期，设置“企业三级孵化体系”，具体为：

1.创业预孵化（种子期）

（1）定义：预孵化又叫前孵化，是把想法变成产品、把产品变成项目、把项目变成企业的过程。孵化器帮助有创业想法，但尚未进行市场验证或未完成商品化进程的创业者，实现创业项目从构想、设想阶段到项目公司化阶段进行转化。

（2）面向人群：重点面向大学生、返乡农民工、退伍军人，主要功能包括商业计划检验、产品与服务研发、创业能力改善、试营销、开办准备。

（3）提供的服务：创业咨询与测评；提供办公场地和物管服务；协助企业寻找合作伙伴及工商注册。

（4）达到的效果：有效解决创业初期的启动难题，特别是在经验、能力、技术、团队等多方面的问题，实现由创业想法到开办企业的过渡，确保初创企业良好的生存能力与发展潜质，有效的提高成功率。

2.创业孵化（初创期）

（1）定义：通过实战的创业培训、系统的孵化服务和多层级的创业辅导体系，帮助创业者提升市场化运作能力，进而提高创业稳定性和成活率的过程。

(2) 面向人群：初创企业负责人。

(3) 提供的服务：举办创业训练营；开展各项主题创业活动，包括：工商、税务、法律、人社、会计、金融，邀请专业机构导师现场讲解与指导。

(4) 达到的效果：让初创企业负责人在专业实战化的训练过程中，打磨自己的项目，明确企业目标，降低经营风险，并逐步在该领域站稳脚跟。

3.加速孵化（发展期）

(1) 定义：通过与投资机构合作，遴选出一批创新能力强，市场化、商品化结合紧密，有较好发展前景，符合国家及区域农业发展方向的优秀创业项目，通过专业化及高端优势资源的对接，进一步助推企业高速增长。

(2) 面向人群：有较强发展潜力的、高成长性的创业企业负责人。

(3) 提供的服务：通过市级的投资平台公司，为其提供小额担保贷款；孵化器组织召开投融资对接会；企业商业计划书 BP 打磨；市场开拓及资源对接。

(4) 达到的效果：为企业拓宽资源渠道和行业类人脉，制定正确的战略发展方针，拥有一定的实力，并可抵御较大的市场风险。

4.3 服务流程

4.3.1 入孵企业咨询诊断

1.前期准备工作—需求调查及分析

(1) 了解企业所属行业，其在细分子行业中的地位；

(2) 企业是否制定了适合自己的战略目标，是否有自己的市场定位和盈利模式；

(3) 创业团队的管理能力和技术研发水平；

(4) 企业项目的融资进展情况，是否需要风险投资、银行贷款、担保等一系列金融服务；

(5) 企业在初创期遇到的困难及瓶颈；

(6) 企业目前存在的问题及未来三年的发展规划。

2.整理分析工作

对调查容汇总分析，找出企业的优势及薄弱环节，并形成文字材料，为制定相应的服务方案打下基础。

3.资源整合工作—形成解决方案或合理化建议

(1) 针对企业当前面临的诸多问题和发展障碍，归纳总结出具有可操作性的解决方案和指导性的合理化建议；

(2) 定期与企业负责人面对面进行交流沟通，帮助企业解决实际问题；

(3) 根据入孵企业反映的诸多问题和发展障碍，整合政府职能部门、投融资及中介机构、行业龙头企业、高校及科研院所的资源和优势，有针对性的开展咨询诊断和辅导培训工作。

4.3.2 协助企业申报各类计划

1.根据每年政府计划或项目的申报要求，通知符合条件的企业参加申报，组织企业培训，辅导企业弄清楚：

(1) 各类计划与项目支持的对象，包括：计划与项目支持需符合什么条件、承担项目的企业应具备什么条件；

(2) 各类计划与项目的支持方式，包括：根据企业的不同特点和项目所处的不同阶段；

(3) 各类计划与项目申请的时间、程序、材料明细、附件要求、推荐单位要求、其他注意事项等；

(4) 立项时间、受理单位、受理审查程序、受理情况查询途径等要素的明确。

2.根据企业项目的技术水平、规模、阶段，建议企业申报相应的各类计划和项目；

3.协助企业检查申报资料的完整性，对接相关行政部门（填写推荐意见）。

4.4 创业辅导培训

1.调查培训需求

(1) 调查访谈：包括设计问卷调查、组织调查、与创业团队面谈，多角度了解企业的培训需求。

(2) 整体统计：整理企业反馈的培训需求表，筛选初重点和共性的需求。

(3) 科学分类：将众多的培训需求进行科学的分类。

2.整合培训资源

(1) 组建专业的、符合入孵企业需求的咨询辅导团队，构建和完善创业导师培训体系；

(2) 配备使用的培训场地和教学设施（电商教室）。

3.科学设置培训课程，包括但不限于：组织管理能力、人力资源、法律法规、市场销售、种养殖技术、采购与物流、财会与税务、行政管理与信息化建设等。

4.制定年度培训计划

(1) 年度培训计划表：培训门类及课程、培训日期、培训天数、培训地点、培训导师等。

(2) 年度培训预算：根据年度计划表的各项培训课程情况，计算所需培训导师授课费和交通费等。

5.确定培训主题、做好宣传沟通

6.评估培训效果：在完成培训课程后，要及时发出培训效果反馈调查表，收集企业对本次培训活动的评价。

5、资产盘活后服务方案

一、财税咨询和税务代理服务方式

1、事务所指派精通财务会计、税法的注册会计师、注册税务师及业务助理人员（以下简称从业人员）组成财税顾问组担任企业的常年财税顾问。

2、顾问组从业人员采取定期与非定期、现场与非现场相结合的工作方式为企业提供顾问咨询服务：

1) 顾问组从业人员通过电话、传真、QQ、微信、网络等方式为企业提供动态财务咨询服务；

2) 顾问组从业人员每月至少去企业一次，实地了解企业的生产

析，并制定解决问题的方案；

）顾问组从业人员每季度至少进行一次税务审计，并根据审计中发现的财税问题提出合理、有效的解决方案；

4) 企业因特殊情形（如税务稽查、纳税约谈等），顾问组从业人员将提供随叫随到服务。

二、财税咨询和税务代理服务内容

（一）日常的财税咨询和税务代理服务

1、为企业提供日常办税实务咨询：包括纳税框架的设计、适用税种、税目、税率的认定，办税程序指南等；指导企业按税务和会计的要求建账；

2、根据企业实际生产经营特点和管理要求，并结合我国现行财税制度，为企业设计最优纳税方案，帮助企业最大限度地控制纳税成本并创造合法的节税收益；

3、定期为企业进行涉税事项审查并就存在的问题提出解决方案，协助企业规避纳税风险；

4、为企业提供财务、税收政策咨询及释疑，并及时向企业通报我国财税改革动态，提供财务、税务法律、法规及税收征收管理方面的信息；

5、根据企业需要，指导或审定各类涉税合同、协议的条款；

6、为企业提供管理咨询、投资咨询服务，并指导或代理企业制作涉税文书；

8、根据企业的实际情况，为企业建立适当、有效的内部会计控制制度，使之防患于未然；

9、每年一次对企业存在的税务风险进行现场评估并出具书面改进建议；

10、企业财务高管可定期享受 VIP 高层论坛会议；

11、每年两次对合同、专项投融资事项进行税务分析并针对具体的问题进行专项培训；

12、为企业财务人员提供后续专业培训，满足企业不同层次财务人员的财税培训需求。

（二）专项的财税咨询和税务代理服务

1、协调税企关系、代理企业税务行政复议和诉讼；

2、特殊情形（如纳税约谈、税务专项检查等）下的专项服务；

3、对企业进行专项的，复杂的税务筹划，比如房地产的土地增值税和企业所得税等，为企业合理避税，节约大量的税收；

4、为企业办理相关的减税、免税和退税等，比如办理土地增值税退税，办理财政补贴等；

5、为企业申请税收优惠，让企业顺利享受到国家的优惠政策，比如西部大开发税收优惠、创投企业税收优惠、高新技术企业税收优惠、软件企业税收优惠、小型微利企业税收优惠、残疾人企业税收优惠、节能减排企业税收优惠等；

6、为企业办理出口退税和免税；

8、其他的专项涉税事项。

注：对于复杂的、大型的专项涉税服务，双方应另行签订相关的协议，以明确双方的责任和义务，以及服务的质量和价格等。

（三）房地产和建筑业税务服务的具体内容

房地产和建筑业服务涉及的税种主要包括营业税及附加、增值税及附加（营改增后）、土地增值税、耕地占用税、房产税（自持的情形）、土地使用税、企业所得税、个人所得税，印花税等，尤其以营业税及附加、增值税及附加（营改增后）、土地增值税和企业所得税为三大主税，是关注的重点税种。

1、前期准备阶段：包括项目组织形式的选择；土地取得方式的选择；项目开发模式的选择；项目开发节点的选择；对项目进行税务测算。

2、融资阶段：包括融资渠道的选择；筹资结构的选择；偿债方式的选择。

3、设计和建设阶段：包括相关合同的订立；开发成本和费用的核算；工程款支付的选择。

4、持有阶段：包括经营方式的选择；降低计税基础的选择；售后返租的选择。

5、销售阶段：包括销售方式的选择；销售定价的选择；核算方式的选择；价外费用的选择。

6、收益分配阶段：包括工资薪金的选择；劳务报酬的选择；经

、清算阶段：包括预留房屋规避清算的选择；土地增值税清算单位选择；土地增值税清算时间选择；企业所得税清算时间的选择。

8、企业分立、并购、重组和清算阶段：包括企业分立的选择；企业并购的选择；企业重组的选择；企业清算的选择。

9、建筑业：包括建筑企业设立的选择；建筑工程承接与施工的选择；建筑合同的订立；建筑修建的选择；建筑付款的选择；工程结算的选择；个人所得税的选择；总分包的选择；劳务合同的订立。

10、其他的财税咨询。

（四）集团公司和工商企业服务的具体内容

集团公司和工商企业涉及的税种包括了所有的税种，即增值税及附加、消费税及附加、营业税及附加、城建税、资源税、耕地占用税、房产税、土地使用税、车船税、车辆购置税、印花税、关税、烟叶税、企业所得税和个人所得税等、尤其以营业税及附加、增值税及附加、消费税及附加、土地增值税、企业所得税为关注的重点。

1、投资和设立阶段：包括土地使用权转让的选择；建筑物转让的选择；公司设立地点的选择；出资方式的选择；组织形式的选择；经营范围（投资行业）的选择；出资人（股东）身份的选择；征税方式认定的选择。

2、融资阶段：包括融资渠道的选择；筹资结构的选择；偿债方式的选择；租赁方式的选择。

3、采购阶段：包括购货对象的选择；购货运费的选择；委托代

进口型进料加工和一般贸易方式的选择；采购合同的选择。

、研发阶段：包括技术服务与技术转让的选择；技术指导和技术培训的选择；技术开发费的选择；转让商誉的选择。

5、营运阶段：包括行业类别选择；营改增后的选择；存货发出计价的选择；固定资产折旧方式的选择；设备租赁的选择；加工方式的选择。

6、销售阶段：包括纳税人身份的选择；销售方式的选择；设立销售公司和关联定价的选择；促销模式的选择；销售返利的选择；销售结算方式的选择；销售定价的选择；核算方式的选择；价外费用的选择。

7、收益分配阶段：包括工资薪金的选择；劳务报酬的选择；经营所得向资本所得的转化；收益取得人的选择；股权激励的选择；弥补亏损的选择。

8、股权转让、赠与和并购阶段：包括股权转让的选择；股权赠与的选择；股权并购的选择。

9、出口阶段：包括出口退税率的选择；免抵退税引起的城建税和教育费附加的选择。

10、利润分配和股权激励阶段：包括利润分配的选择；股权激励的选择。

11、企业分立、并购、重组、清算和注销阶段：包括企业分立的选择；企业并购的选择；企业重组的选择；企业清算的选择；企业注

、其他的财税咨询。

三、财税咨询和税务代理服务的基本流程

（一）对企业进行预了解

1、工作目的：了解企业的基本情况和服务需求，从而确定和规划服务任务或目标，为最终解决问题铺平道路。

2、工作内容：对企业或组织的管理现状进行初步调查和分析，对企业财税方面存在的各种关键问题分类排队，统一双方对关键问题及服务课题的认识。了解企业的基本情况，包括业务性质、经营规模、组织机构、生产经营情况，以前年度纳税及纳税检查情况，对企业的会计凭证、会计账本、会计报表、相关合同、涉税资料等进行初步审阅，并复制相关资料和填写相关情况的表格。

3、工作成果：在预了解结束后，编写财税服务建议书。包括确定正式服务课题、服务的步骤、方法和时间安排；服务组成人员的背景介绍；服务费用初步估算；对签订正式服务合同达成初步共识并形成备忘录，使双方合作有明确的定位。

（二）签订正式的财税咨询或税务代理服务合同

该合同主要是为了明确双方的责任和义务，服务质量及要求，以保障双方的正当权益，包括服务目的、服务内容、服务方式、服务价格及支付方式、双方的责任和义务、违约责任、联系方式等。

（三）深入开展工作

1、工作目的：根据双方签订的服务合同，对企业的问题进行全

面审查，并解决问题。

2、工作内容：事务所派遣顾问组人员到企业进行实地考察，收集和整理相关资料，对企业进行更深入和全面的了解，对企业的涉税风险进行评估，。解决企业的税务问题。

3、工作成果：和企业进行口头沟通并编制最终的财税服务报告，指出发现的财税问题，并提出解决的方法和措施，对税务的风险提出评估和处理意见，完成合同所要达到的目标或提出不能完成合同所要达到目标的理由。

（四）后续服务及反馈

根据合同的执行情况以及执行后情况的变化，对一些事项进行调整和后续处理；总结合同执行的经验教训，为以后的合作提供更好的服务。

四、财税咨询和税务代理服务的责任和义务

（一）企业的责任和义务

1、企业应当建立健全内部控制制度，保证资产的安全、完整，确保会计、涉税资料的真实、合法和完整，保证会计报表能够充分披露有关的信息；

2、企业应为事务所开展服务工作提供必要的工作条件和配合；

3、企业必须及时为事务所提供其所要求的全部会计资料和其他资料，并对其真实性、合法性、完整性负责。如因企业提供资料的不真实、不及时或不完整，而导致税务机关及其他部门的处罚，一切法律责任由企业自负，事务所对此不负赔偿责任；

4、企业负责向事务所介绍企业的生产经营、财务、会计核算及历年纳税等基本情况，并及时通报有关的生产经营、财务处理变动情况，以便事务所为其制订相应的最佳纳税方案；

5、企业不得授意事务所从业人员实施违反国家会计与税收法律、法规的行为；

6、企业应按照双方约定，及时足额支付服务的费用。

（二）事务所的责任和义务

1、事务所接受委托后，应及时委派从业人员，并根据双方的协议或合同约定及时为企业提供服务；

2、事务所在提供财税服务中，应当恪守客观公正、实事求是的原则，依法据实办事，并维护企业的合法权益；

3、因事务所顾问工作失误造成企业未能正确纳税，被税务机关处以补税、罚款、加收滞纳金，由企业自行负责补税，事务所对损失承担相应的赔偿责任；事务所内部追究相关责任人的顾问责任，并做出相应的处理；

4、事务所在为企业提供服务的过程中和服务终止后，必须严格保守服务中知悉的企业商业秘密。

五、财税顾问及咨询服务方式

1、事务所指派精通财务会计、税法的注册会计师\注册税务师及业务助理人员（以下简称从业人员）组成财税顾问组担任企业的常年财税顾问。

2、顾问组从业人员采取定期与非定期、现场与非现场相结合的

工作方式为企业提供顾问咨询服务。

(1) 顾问组从业人员通过电话、传真、网络为企业提供动态财务咨询服务；

(2) 顾问组从业人员每月至少去企业一次，实地了解企业的生产经营特点和管理要求，针对企业的财务、税务具体问题，进行风险分析，并制定解决问题的方案；

(3) 顾问组从业人员每季度至少进行一次税务审计，并根据审计中发现的财税问题提出合理、有效的解决方案；

(4) 企业因特殊情形（如税务稽查、纳税约谈等），顾问组从业人员将提供随叫随到服务；

二、财税顾问服务内容

（一）日常专业服务

1、为企业提供日常办税实务咨询：包括纳税框架的设计、适用税种、税目、税率的认定，办税程序指南等；

2、根据企业实际生产经营特点和管理要求，并结合我国现行财税制度，为企业设计最优纳税方案，帮助企业最大限度地控制纳税成本并创造合法的节税收益；

3、定期为企业进行涉税事项审查并就存在的问题提出解决方案，协助企业规避纳税风险；

4、为企业提供财务、税收政策咨询及释疑，并及时向企业通报我国财税改革动态，提供财务、税务法律、法规及税收征收管理方面的信息；

- 5、根据企业需要，指导或审定各类涉税合同、协议条款；
- 6、为企业提供管理咨询、投资咨询服务，并指导或代理企业制作涉税文书；
- 7、指导企业充分应用各项税收优惠政策；
- 8、根据企业的实际情况，为企业建立适当、有效的内部会计控制制度，使之防患于未然；
- 9、为企业财务人员提供后续专业培训，满足企业不同层次财务人员的财税培训需求。

（二）专项涉税服务

- 1、协调税企关系、代理企业税务行政复议；
- 2、特殊情形（如纳税约谈、税务专项检查等）下的专项服务。

注：涉及复杂的税企关系协调或企业需要委托事务所办理的单项涉税业务，双方应另行协议。

三、甲方的责任和义务

- 1、企业应当建立健全内部控制制度，保证资产的安全、完整，确保会计、涉税资料的真实、合法和完整，保证会计报表能够充分披露有关的信息；
- 2、企业应为事务所开展顾问工作提供必要的工作条件和合作；
- 3、企业必须及时为事务所提供其所要求的全部会计资料和其他资料，并对其真实性、合法性、完整性负责。如因企业提供资料的不真实、不及时或不完整，而导致税务机关及其他部门的处罚，一切法律责任由企业自负，事务所对此不负赔偿责任；通过此项控制去降低

事务所的执业风险系数！

4、企业负责向事务所介绍企业的生产经营、财务、会计核算及历年纳税等基本情况，并及时通报有关的生产经营、财务处理变动情况，以便事务所为其制订相应的最佳纳税方案；

5、企业不得授意事务所从业人员实施违反国家会计与税收法律、法规的行为；

6、企业应按照双方约定，及时足额支付顾问咨询费用。

四、事务所的责任和义务

1、事务所接受委托后，应及时委派从业人员，并根据《税务代理业务规程》为企业提供约定的财税顾问服务；

2、事务所在提供财税顾问服务中，应当恪守客观公正、实事求是的原则，依法据实办事，并维护甲方的合法权益；

3、因事务所顾问工作失误造成企业未能正确纳税，被税务机关处以补税、罚款、加收滞纳金的，由企业自行负责补税，事务所对损失承担相应的赔偿责任；事务所内部追究相关责任人的顾问责任，并相应的做出处理！

4、事务所为企业提供顾问服务期间和顾问服务业务终止以后，必须严格保守执业中知悉的企业商业秘密。

五、顾问费用及支付方式

经双方协商确定，顾问费用的金额和支付的方式。

六、违约责任及争议的解决

1、企业和事务所双方应严格按双方签订的税务顾问咨询合同执

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/485102313022012011>