

商贸企业发展 商贸企业调研报告(精选5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

商贸企业发展篇一

近年来，部分企业采取注册商贸企业的方法领购增值税专用发票从事虚开专用发票活动，造成国家税款大量流失，为此，国家税务总局先后出台了《关于加强新办商贸企业增值税征收管理有关问题的紧急通知》等几个文件来规范新办商贸企业增值税一般纳税人征收管理。然而，从实际操作来看，这些办法给相当部分新办商贸企业生产经营带来诸多不便，笔者就相关税收政策及实际操作中存在的问题，对新办商贸企业认定增值税一般纳税人作初步探讨。

（一）对新办商贸企业一般纳税人认定实行分类管理违反了税收公平主义原则。现行政策规定，对于注册资本在500万元以上、人员在50人以上的大中型商贸企业，可直接认定为一般纳税人，不实行辅导期一般纳税人管理。对具有一定经营规模，拥有固定的经营场所，有相应的经营管理人员，有货物购销合同或书面意向，有明确的货物购销渠道（供货企业证明），预计年销售额可达到180万元以上的新办商贸企业，可认定为辅导期一般纳税人管理。对不符合上述条件的其他新办小型商贸企业则要求要先按小规模纳税人管理，待一年内销售额达到180万元以后方可认定为辅导期一般纳税人管理。这样的政策规定不利于构建公平的税收环境，也不利于企业之间的公平竞争，更限制了小型商贸企业的发展壮大。

（二）税收政策制定不够严谨，政策执行的连续性不强。

总局在国税发明电[20xx]37号文中规定小型商贸企业在办理税务登记1年内销售额达180万元后才能申请认定辅导期一般纳税人，同时对注册资本在500万元以上，人员在50人以上的新办大中型商贸企业在进行税务登记时，可直接进入辅导期，实行辅导期一般纳税人管理，但在国税发明电[20xx]62号文件中更正为只对具有一定规模、有固定场所、预计销售额达到180万元能申请认定辅导期一般纳税人以及对注册资本在500万元以上，人员在50人以上的新办大中型商贸企业符合条件可直接认定为一般纳税人，后下发国税函[20xx]1097号明确如何解决预缴税款占用企业资金问题，从以上三个文件可看出该政策制定不够严谨，政策无连续性，常常在基层税务机关及纳税人强烈反映问题时，总局才下文明确，给人造成哪里有征管漏洞哪里堵漏感觉，难以反映税法的刚性及严肃性。

（三）认定政策较模糊，政策界定难度较大。

2、总局在国税发明电[20xx]37号、国税发明电[20xx]51号及62号文件中规定辅导期一般纳税人领用增值税专用发票按规定预缴税款，但如果纳税人不需用增值税专用发票而只领用普通发票要不要按4%预缴税款总局文件中未明确，造成各地的执行过程中不一致。

（四）《国家税务总局关于废旧物资回收经营企业使用增值税防伪税控一机多票系统开具增值税专用发票有关问题的通知》（国税发[20xx]43号）中规定，凡年销售额超过180万元的废旧物资回收经营企业必须认定为增值税一般纳税人。财务核算健全，销售额在180万元以下的，经企业申请，也可认定为增值税一般纳税人。新办的废旧物资回收经营企业，按国家税务总局关于新办商贸企业增值税一般纳税人资格认定、申报征收、发票管理等规定办理。对从事废旧物资回收经营

的增值税一般纳税人符合《国家税务总局关于废旧物资回收经营单位和使用废旧物资生产企业增值税征收管理的通知》

（国税发〔20xx〕60号）规定免征增值税条件的，其销售废旧物资必须使用防伪税控一机多票系统开具增值税专用发票，因此，对于从事废旧物资回收经营企业的辅导期增值税一般纳税人而言，由于其销售货物免征增值税，因此对其认定为辅导期增值税一般纳税人并无实质意义，现行商贸企业认定为辅导期一般纳税人需进行改进。

由于商贸企业认定增值税一般纳税人门槛提高，使一大批商贸企业销售的商品无法进入增值税抵扣链。为此，税务机关应根据商贸企业的经营特点，制定出既符合企业经营特点又能将其经营活动全面纳入税务管理的管理措施，使尽可能多的商品能够进入增值税的抵扣链。笔者认为，税务机关应从完善政策、强化管理上入手，对商贸企业认定一般纳税人实行认定从宽，管理从严的原则，不断提高商贸企业征管水平。

（一）进一步完善增值税税收政策，放宽商贸企业增值税一般纳税人认定标准，使增值税一般纳税人认定政策趋于合理。建议总局适当降低一般纳税人销售额标准，科学划分两类纳税人，将生产货物或提供劳务的工业企业一般纳税人的年应税销售额降为30万元，将批发、零售的一般纳税人年应税销售额降为50万元。同时，还应对小型商贸企业的认定标准以及只领用普通发票的企业是否预缴税款等问题做出更明确的规定。

（二）严格执行现行增值税政策，促进税收公平。根据《中华人民共和国增值税暂行条例》第十四条：小规模纳税人会计核算健全，能够提供准确税务资料的，经主管税务机关批准，可以不视为小规模纳税人，依照本条例规定计算应纳税额。《增值税暂行条例实施细则》第二十七条规定：条例中第十四条所称会计核算健全，是指能按会计制度和税务机关的要求准确核算销项税额、进项税额、应纳税额。因此，对会计核算符合以上规定条件，销售额达到规定标准的企业，

无论其是小型商贸企业还是大中型商贸企业，应按上述法规规定允许直接认定为增值税一般纳税人，避免因辅导期一般纳税人的存在导致企业不公平竞争，尽量避免产生税收歧视。

（三）采取切实可行的措施防范商贸企业骗购发票及虚开发票，提高商贸企业税收管理水平。

1、做好基础工作，加强日常监管。建立企业日常监控管理动态台帐，逐户分析企业增值税专用发票领购使用情况与收入、纳税情况是否匹配，根据行业特点，加强国税机关内部及地税、工商之间的外部信息交流，实现对商贸企业的联合控管。

2、进行数据指标分析，搞好纳税评估。依托纳税评估管理系统，开展行业税收负担率、成本利润率等指标的分析，发现指标异常的企业，列入评估对象，实时控管。

3、加大稽查力度，规范税收秩序。加强对商企业的专项检查，通过检查对存在问题进行深入细致的剖析，对违法行为进行严惩，依法打击税收违法行爲，切实做到以查促管。

4、强化税收执法责任制考核，对造成责任事故的税务人员进行责任追究，以真正做到责权利相等。

（四）完善现行商贸企业认定增值税一般纳税人税收政策，应将认定商贸企业增值税一般纳税人的实际权限下放给县级税务机关，并放宽认定条件，对切实符合条件的小型商贸企业可认定为增值税一般纳税人，考虑到宏观调控对企业的影响较大，为缓解目前小企业资金压力，应取消增购发票按规定预缴税款的税收政策，以促进小企业发展壮大。

商贸企业发展篇二

作为一个经济学专业的学生，我认为商贸企业的发展史是一个较为重要的课题。商贸企业已经成为推动经济发展、促进

社会繁荣的重要力量。在大学学习期间，我详细了解了商贸企业的发展历程，对这一领域有了更深入的了解。本文将主要讨论我从中得出的几个重要的心得体会。

第一段：商贸企业的起源

商贸企业的起源可以追溯到古代，当时商贸企业的形式主要是集市贸易和手工生产，它们是负责生产并分配商品的人群。到了中世纪，出现了向全国范围内经营的货币商贸企业，著名的还有温莎公司、汉萨同盟等。从历史上的发展来看，社会对于商品的需求不断增加，商贸企业也随之不断发展壮大，我认为这进一步表明了市场经济的重要性。

第二段：科技与国际贸易的影响

随着科技的不断进步，商贸企业发生了翻天覆地的变化，国际贸易当前逐渐成为了一个重要的方面。19世纪，轮船和铁路等新技术的出现，使得商品能够更快速地运输到远方，同时国际贸易的相互呼应也在快速扩大。这对商贸企业的影响是十分重要的，它促进了商贸领域的创新，提高了商贸企业的效率与质量水平，进一步推动了社会的发展进程。

第三段：商贸企业的转型发展

随着全球化的到来，商贸企业不断转型，出现了分布式商业、电子商务等新领域。这些新兴的领域为商贸企业的发展带来了巨大的机遇，同时也面临着诸多挑战。商贸企业需要在这个新兴的领域中寻找适合自己的位置，抓住机遇迎接挑战，适应新的消费者需求。

第四段：商贸企业发展的未来

在未来的发展过程中，我认为商贸企业将依靠科技的力量进行更深层次的改革与创新。移动互联网、人工智能、大数据

等新技术将会成为商贸企业发展的新驱动力，从而实现更高效、更优质的商品资产和服务渠道，推动商贸企业进一步发展。

第五段：总结

商贸企业的发展史是人类社会发展进程中的一个重要领域。不断的创新、技术的完善、市场的变化，已经使得商贸企业发展所面临的挑战越来越多。但并不是所有企业都能取得成功。对于那些可以抓住机遇、充分利用科技、不断创新的企业而言，商贸企业的未来不仅仅是充满了机遇和挑战，也会越来越美好。

商贸企业发展篇三

摘要：本文从企业愿景对企业发展的影响的角度阐述了其战略地位的重要性。通过对企业愿景的内涵对愿景概念进行阐述，并结合企业价值观与企业愿景结合，分析构建企业愿景的基础条件与要求。

关键词：企业愿景 企业战略 企业价值观

1. 企业愿景的内涵

愿景(vision)本来是视觉研究领域中所用的词汇。在管理科学中，“愿景”是一个企业的灵魂。没有愿景，企业就没有未来；没有成功的愿景，企业就不会有持久的、旺盛的生命力。愿景是企业文化的主体，它是贯穿于企业的每个角落以及企业的每个环节的一种组织精神。建立愿景有助于企业以此为基础制定战略计划，并且为企业确立目标的一种参照标准。因此，许多现代企业都把建立一个成功的愿景，作为其制定战略计划过程的一个重要的组成部分。“愿景”发挥着调整组织活动的功能。

上个世纪80年代提出的概念主要从描述愿景特征的角度进行。Manasse认为愿景“发展、传递和执行一个渴望得到的未来”。Hickman和Silva认为，愿景是“一个从已知到未知的旅程，它从事实、期望、梦幻的蒙太奇中创建未来和机会”。Conger和Kanungo也认为，愿景是领导希望组织将来实现的理想目标，就是组织的未来图景。

上个世纪90年代，一些研究者又从价值观的角度继续探索愿景的内涵。彼得·圣吉认为，愿景是愿望的景象，是人们心目中一股令人深受感召的力量，简单说“我们想创造什么”。它植根于个人价值观、关切与热望中。受个体洞察力的影响，共同愿景是建立学习型组织的基础。

管理学大师彼得·德鲁克认为，企业要考虑的三个问题是：一、我们的企业是什么？二、我们的企业将是什么？三、我们的企业该是什么？其实，这三个问题都集中体现在企业的愿景方面。

2. 企业愿景的基础是认识企业价值观

企业价值观是企业文化的核心所在，在认识企业中的价值观的内容中存在两个方面的问题：一个是不同企业阶段的企业价值观。另一个是企业中员工的价值观与企业价值观的关系。

2.1 不同阶段的企业价值观

在国内外许多

商贸企业发展篇四

商贸企业发展史是长久以来经过沧桑巨变，发现趋势变化适应市场需求的历程。在这个过程中，我们看到了各种各样的商贸企业，一些在市场竞争中失败，一些在发展中成长为行业的佼佼者。通过对商贸企业发展史的研究和分析，我得出

了以下几点心得体会。

第一段：商贸企业的起源

商贸企业是人类文明进步发展过程中的重要组成部分。商贸活动的历史可以上溯至古代世界，从最简单的原始交换形式到现代科技通信，商贸企业的演变趋势已经不可逆转。在不同的时代，商贸形式也因环境、民族和技术进步等多方面因素而变化。但无论形式如何变化，商贸企业的核心价值始终围绕着满足人们需求和创造价值而展开。

第二段：营销手段的不断升级

营销手段是商贸企业发展的重要基础和动力。早期的商贸企业依赖于口口相传和街头宣传，而现代商贸企业则在广告、网络营销、线上线下结合等领域不断创新突破。随着社会信息化和互联网的迅速发展，商贸企业已经不仅仅需要开发新产品、掌握新的流行趋势，而且需要拥有适应时代需求的强大数字营销能力。

第三段：变革创新是商贸企业生存的关键

商贸企业处于市场竞争中，每天都在面对新形式、新事物、新挑战。为了在竞争中保持竞争力，商贸企业不断地进行变革创新，不断地寻求新思路 and 突破。例如，电商巨头阿里巴巴不断的创新客户体验，推出“双11购物节”等各种惊喜福利，吸引大批消费者的目光，始终保持着强大的市场竞争力。

第四段：人才是商贸企业发展过程中的核心

商贸企业发展首先要靠人才的支持和引领。每个成功的商贸企业背后都有一支充满激情和耐力的团队，只有这些人才能够实现商业模式的创新，实现产品创新和市场开拓。因此，商贸企业需要不断地招聘和培训人才，建立一套完善的人才

发展体系，从而始终保持在市场中的先发优势。

第五段：商贸企业在不同阶段面临的机遇和挑战

随着时代的变迁，商贸企业也必须不断适应环境的变化，走出自己的独具一格的市场之路。虽然商贸企业在历史和现实面临着各种不同阶段的机遇和挑战，但重要的是要具备正确的市场理解和精准的战略规划。只有深入了解市场行情和应变能力，才能在激烈的市场环境中充分发挥自己的能力和价值。

结论：商贸企业发展史是由过去到未来的长期演变过程，在这个过程中，商贸企业需要不断创新、追求卓越，才能在市场竞争中取得持续的胜利。有效的管理和营销策略对商贸企业的成功是非常重要的，因此商贸企业必须建立健全的管理体系，开发出适应时代的新产品，同时发挥出自己的特长，始终保持市场竞争的敏锐度。

商贸企业发展篇五

第一段：引言（150字）

近期，我校组织了一次关于走访重点商贸企业的活动。经过一周的实地考察和交流，我对商贸企业在市场上的生存和发展有了更深入的了解，也让我深刻意识到了自己的不足和需要提高的地方。

第二段：了解企业的市场竞争力（250字）

作为商贸企业，市场竞争是衡量企业生存和发展的主要指标。在走访的过程中，我发现，企业之所以能在激烈的市场竞争中占据一席之地，是因为他们不停地创新和改进自身，不断提高自身的竞争力。在这种激烈的市场环境下，企业需要有自己的独特的经营理念和优秀的管理团队，同时要不断地加强

市场调研和了解消费者需求，以适时调整经营策略。

第三段：管理与文化（250字）

企业的成功离不开企业的管理层和企业文化的建设。在现代企业中，优秀的管理和文化已经成为企业成功的关键。我发现，一些企业在管理上非常规范和有条不紊，具有良好的组织机构和健全的管理制度。而在文化建设方面，一些企业注重员工的个人发展和知识学习，提供更多的教育培训机会，为员工营造更加和谐和谦卑的文化氛围。

第四段：网络信息的影响（250字）

在这个信息化的时代，网络信息已经成为了企业和消费者交流的主要途径。越来越多的企业开始注重其在网络中的业务和优先步伐，为吸引更多的消费者，企业所做的努力已经开始不再局限于传统经营方式。一些企业建立了自己的网络平台，以便向全球消费者直接销售产品和服务，甚至通过网络与其他同行企业开展行业合作，提高市场竞争力。

第五段：反思总结（300字）

通过这次走访，我发现自己对商贸企业的认识还存在不足之处，需要更深入的学习和了解。我深深地认识到，企业在市场中的竞争实际上是企业理念、文化、管理和营销各个方面的共同体现。只有这些因素能够得到全面结合，企业才能够不断创新和发展，超越其他竞争对手，走向更高的辉煌。

总的来说，这次走访的经历让我明白了企业生存和发展的重要性，更加了解了商贸企业的。在以后的学习和工作中，我将更加注重学习，尽力使自己成为一名具备竞争力的专业人士。