

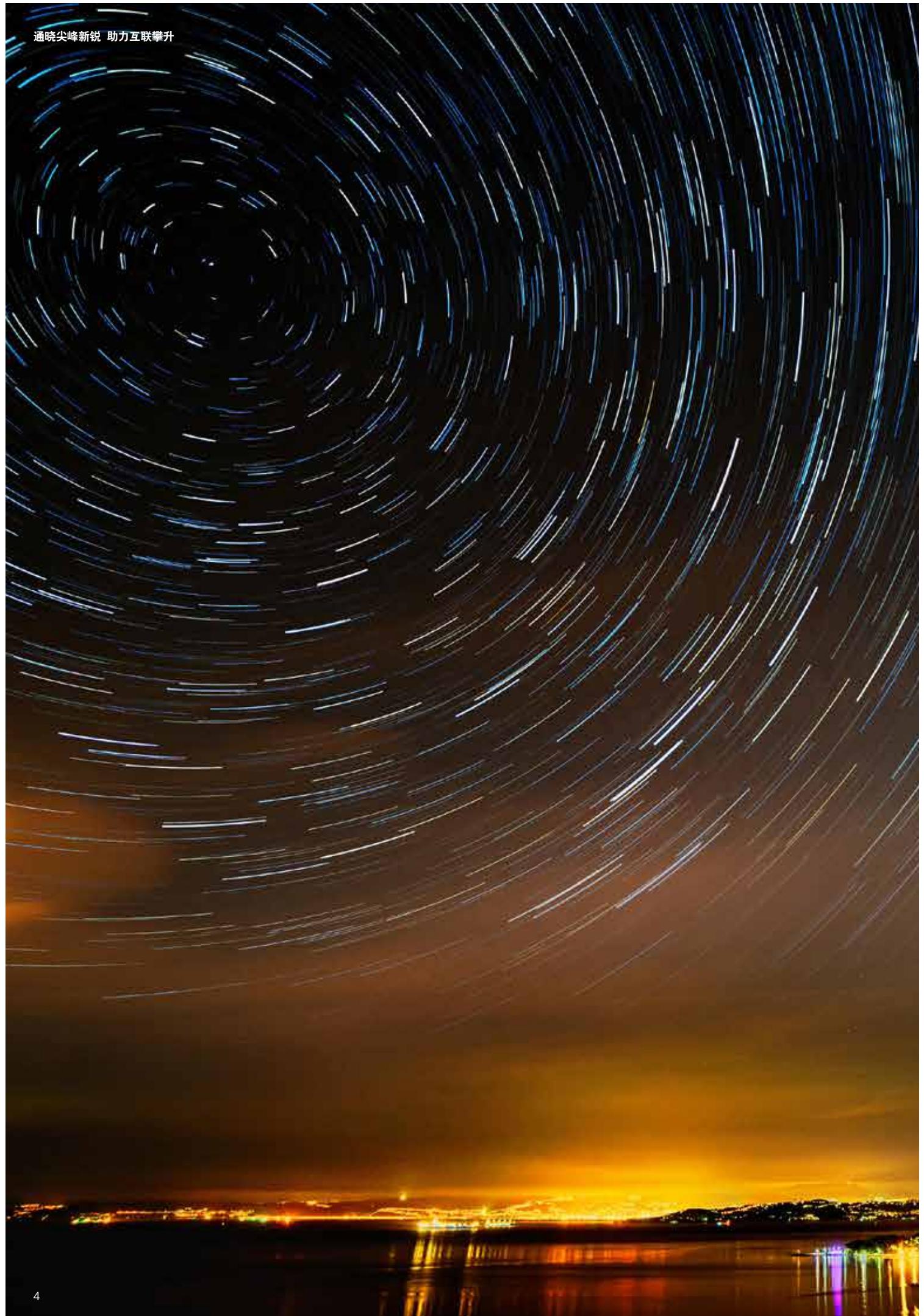
通晓尖峰新锐 助力互联攀升
电信行业洞察
2018年1月

100

Making another century of impact
德勤百年庆 开创新纪元

中国三大电信运营商运营数据和财务数据分析	6
智能手机的发展	12
数字化，企业风险管理的新动力	19
近期与财务报告及监管事务相关的更新	22
税收洞察	29

通晓尖峰新锐 助力互联攀升



前言

德勤电信行业洞察是德勤中国电信行业核心服务团队针对电信行业的最新发展发布的一份期刊，本报告主要面向电信行业高级管理层和业内资深人士，分析电信行业最新动态、讨论业内最热门的话题以及探讨跟电信行业相关的最新政策法规。

电信行业是一个发展速度快、变化多的行业，我们希望藉此报告帮助读者及时了解行业的最新发展情况，挖掘当中的机遇，并有效应对当中的挑战，为读者和您的企业提供独到的见解。



洪廷安

全国行业规划领导合伙人
客户、行业与市场战略



林国恩

德勤中国电信行业领导合伙人
中国电信客户服务领导合伙人

中国三大电信运营商运营数据和财务数据分析

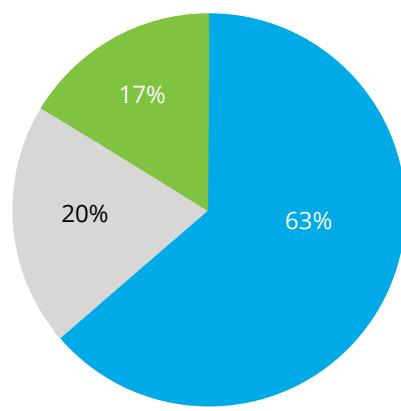


林国恩
德勤中国电信行业领导合伙人
中国电信客户服务领导合伙人

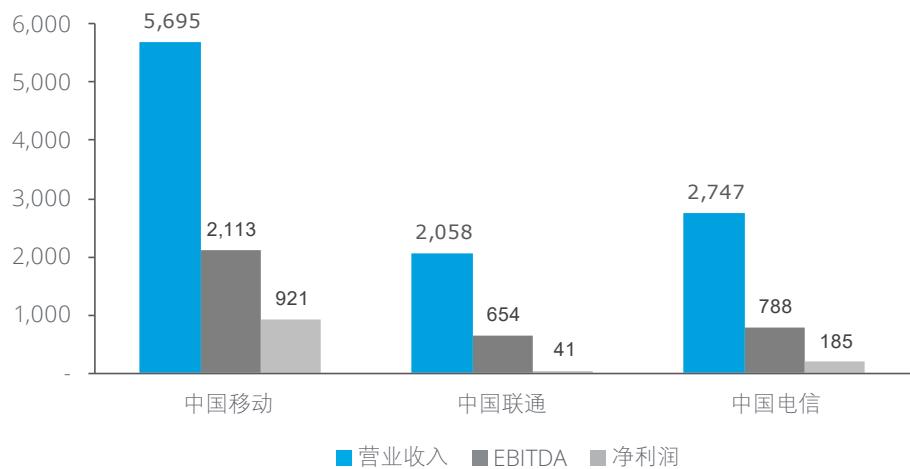
2016年以来，三大运营商在4G市场的竞争更加激烈。随着移动用户市场渐趋饱和，移动服务行业增长进入瓶颈期。三大运营商均积极推进移动用户结构的优化，加速2G及3G用户转移至4G用户。截至2017年11月，三大运营商移动电话用户较年初累计净增8,827万户，总数达到14.1亿户。3G和4G用户总数达到11.1亿户，1-11月累计净增1.72亿户。其中，4G用户总数达到9.73亿户，占移动电话用户总数的69.0%，1-11月净增2.03亿户。

2017年前三季度，三大运营商共实现通信服务收入9,624亿元，同比增长6%。其中，固定通信业务收入2,674亿元，同比增长8.4%，在电信业务收入中占27.8%。移动通信业务收入6,950亿元，同比增长5.2%，占电信业务收入的72.2%。电信业务收入结构继续向互联网接入和移动流量业务倾斜。移动服务收入的高速增长，主要来源于流量业务收入及周边移动应用服务收入的持续增长。随着用户消费习惯的改变，电信运营商均在其运营战略中强化互联网+、流量经营等概念，并积极开拓如物联网、云计算、大数据等创新业务，以进一步提升其服务客户的业务能力。因此，尽管传统电信业务在萎缩，长远而言电信运营商的收入依然可以通过发展新业务继续保持良好和稳健的增长。

三大运营商移动电话用户市场份额 (截至2017年11月)



三大运营商2017年前三季度财务数据比较 (单位：人民币亿元)

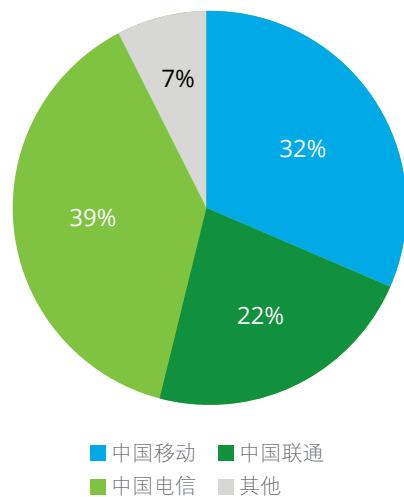


2017年4月，工信部印发《云计算发展三年行动计划》，指出“十二五”末期我国云计算产业规模已达1500亿元，到2019年，产业规模要达到4300亿元。同时于2017年8月，工信部向三大运营商颁发物联网号段，物联网大规模商用化进程加快，三大运营商都加快了在物联网网络建设以及商用化推进的步伐，其中，中国电信在2017年5月建成全球首个覆盖最广的商用NB-IoT网络，实现31万个基站升级，并在6月发布了全球首个NB-IoT套餐，9月首次招标NB-IoT模组并进行大力补贴。根据市场研究机构预测，全球物联网平台的营收规模将保持高速增长。

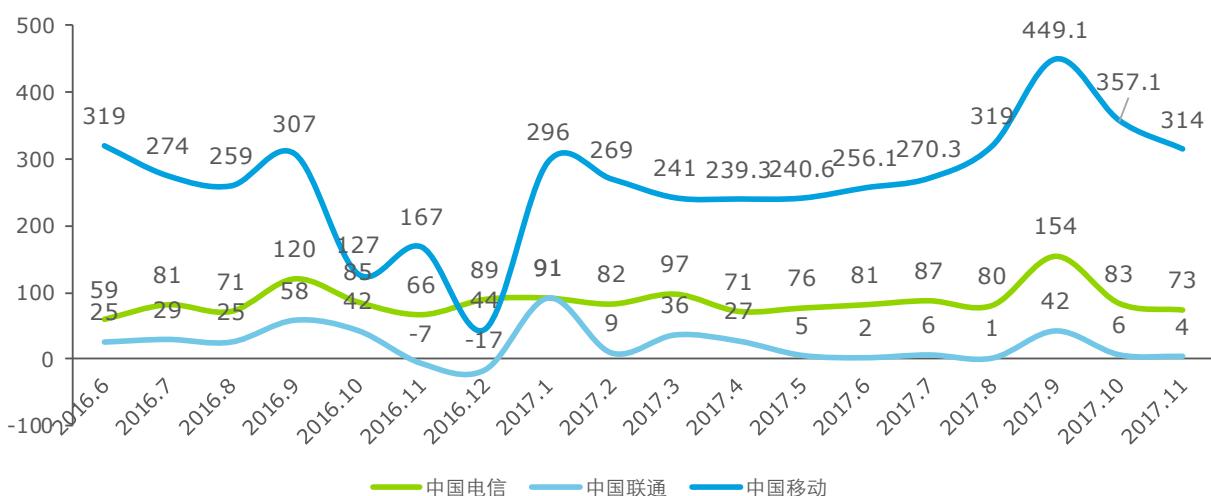
2017年11月，工信部公布5G频段，这预示着5G的发展逐步进入产业化阶段，稳步向商用迈进。预计2018年，三大运营商将开始在主要城市进行5G实验网，2019年进行规模试商用，2020年正式开始商用部署，资本投资将达到万亿级。

宽带市场方面，市场竞争渐趋激烈。2015年底中国移动进入宽带接入服务市场，凭借其强大的移动用户市场优势，中国移动以低价甚至免费的策略并通过“移动+固网”产品所带来的协同效应，在2016年实现了市场份额的快速提升，并在2016年10月完成了有线宽带用户数对中国联通的超越。截至2017年11月，中国移动的有线宽带用户达到11,014万户，较年初净增3,252万户；中国联通的有线宽带用户达到7,750万户，较年初净增227万户；中国电信的有线宽带用户达到13,287万户，较年初净增975万户；中国移动有线宽带用户的净增数远超中国联通及中国电信。虽然中国电信在有线宽带用户数上依然占有优势，但中国移动有线宽带用户数迅速增长，已经对中国电信造成了一定的压力。随着中国联通在2017年3月发布“光宽带+”战略，力推百兆宽带，提升其宽带服务质量以吸引更多的客户，争取更大的市场份额，宽带市场的竞争在近期内预期将愈发激烈。

固网宽带用户市场份额 (截至2017年11月)



三大运营商2016年6月-2017年11月固网宽带用户增长情况 (单位：万)



在“宽带中国”的政策引导下，三大运营商2017年宽带基础设施日益完善，通过“光进铜退”大力建设“光网城市”，2017年1-9月，全国新建光缆线路564万公里，光缆线路总长度3606万公里，同比增长25%。随着运营商光缆的快速铺设，截至2017年9月，光纤接入(FTTH/O)端口比2016年末净增9230万个，达到6.3亿个，占互联网接入端口的比重由2016的75.6%提升至82.7%。光缆的普及以及光纤接入数量的快速增长为运营商提升服务质量及扩充服务内容打下了良好的基础，预计固网服务收入在长远将进一步增长。

中国电信

截至2017年11月，移动用户数达到2.48亿户，累计净增3,284万户，其中，4G终端用户数达1.77亿户。根据中国电信公布的2017年度三季度业绩公告，其经营收入同比增长上升4.1%，达到2,747亿元，其电信服务收入同期增幅达到7.0%。归属与母公司的净利润为185亿元，同比增长5.5%。2017年前三季度，中国电信加大“新融合”发展力度，坚持优化存量移动用户，加速推进3G用户向4G升级，通过全网通终端提升全渠道销售能力，深化流量经营，4G用户和移动服务收入均实现快速增长。此外，通过深化光纤宽带与智慧家庭产品的融合以及IDC、天翼高清、云和大数据等新兴业务的拉动，其固网服务收入也保持了良好的增长势头。在5G市场布局方面，截止2017年8月底，中国电信共主导或联合主导5G国际标准立项20项，并已建成5G全球最大的LT-FDD的网络。

中国电信2016年6月-2017年11月移动用户增长情况(单位：万)



中国联通

截至2017年11月，中国联通总移动用户数为2.81亿户，累计净增加1,752万户；其中，4G用户数达到1.70亿户，累计净增加6,589万户。根据中国联通公布的2017年三季度业绩，服务收入为1,878.8亿元，同比上升4.1%。实现EBITDA人民币653.83亿元，同比上升5.9%。净利润人民币40.70亿元，其中归属母公司股东的净利润人民币40.54亿元，同比上升了155.3%。2017年，中国联通继续深化实施聚焦战略，聚焦重点区域加快4G网络建设，自2016年第四季度创新开启212C营销模式，加强与互联网公司开展精准营销合作，细分市场，发力流量经营以来，

盈利能力有了一定程度的提升。2017年8月，中国联通进行了混合所有制改革，引入了百度、阿里、腾讯、京东四家互联网巨头，以及多家垂直行业企业如中国人寿、苏宁云商和两家基金做为战略投资者，并获得了有利于公司实现超越性发展的780亿巨量资金。重组完成后，中国联通与腾讯和阿里互相开放了云计算资源，资源覆盖公有云、私有云和混合云。中国联通将与腾讯共同建设云数据中心，向市场提供基于云计算全产业链的产品、服务和解决方案，并与阿里共同开发政务云市场。在2017年8月完成混合所有制改革后的首两个月，移动用户及4G用户数均有较大幅度增长。

中国联通2016年6月-2017年11月移动用户增长情况(单位：万)



中国移动

截至2017年11月，中国移动用户总数达到8.84亿户，累计净增加3,505万户；其中4G用户数已达6.34亿户，累计净增加9,886万户。根据中国移动公布的2017年三季度业绩，中国移动营运收入达5,695亿元，同比增长4.9%；股东应占利润为921亿元，同比增长4.6%。通信服务收入显现良好的增长势头，达人民币5,153亿元，比上年同期增长7.1%。2017年，中国移动继续在稳步推进4G客户增长的同时，着力4G客户价值保有和提升；此外，中国移动坚持“提速、提质、定向”发展有线宽带客户和业务，进一步提升业务品质和市场竞争力，盈利能力继续保持良好水平。2017年第三季度，中国移动研究院、北京移动与大唐电信集团已联合组建5G试验团队。由于部署5G网络，基站的数量将远超4G，因此中国移动在资金方面具有先天的优势。

2017年全球主要电信运营商财报摘要

沃达丰(Vodafone)

按用户数量，沃达丰是排名全球第二大的移动运营商，仅次于中国移动。根据沃达丰集团公布的2017财年第二季度财报，2017年4月-2017年9月的营收为230.75亿英镑，较上年同期下降了4.1%。

截至2017年9月，Vodafone在全球22个国家提供4G服务，4G用户总数达到8,350万户。

AT&T

美国大型无线运营商AT&T公布的2017年第三季报显示，2017年1-9月营收为1,189亿美元，同比下降2.5%。2017年1-9月净利润为107亿美元，同比下降1%。

截至2017年9月，AT&T移动用户数为8,740万户，2017年呈持续增长趋势，相比上年同期移动用户数增长797万户，同比增长10%。

中国移动2016年6月-2017年11月移动用户增长情况(单位：万)



Verizon

根据美国Verizon公司发布的2017年第三季度报，公司2017年1-9月营收为920.79亿美元，同比下降1.7%；净利润为117.67亿美元，相比2016年1-9月的90.08亿元，同比增加30.6%。

截至2017年9月，Verizon移动用户数达到1.15亿户，同比增长了1.4%。

Orange

法国电信运营商Orange公布的2017年第三季度报显示，2017年1-9月营业收入为306亿欧元，较去年同期增长1%。

截至2017年9月，Orange拥有2.08亿移动用户，同比增长6.9%。

Telefonica

欧洲第二大电信运营商Telefonica公布的2017年第三季度报显示，公司2017年1-9月营业收入为388亿欧元，同比增长1.4%，其中归属于股东的净利润为24.39亿欧元，较上年同期增长约9.6%。

截至2017年9月，Telefonica拥有2.73亿移动用户，同比减少0.8%。

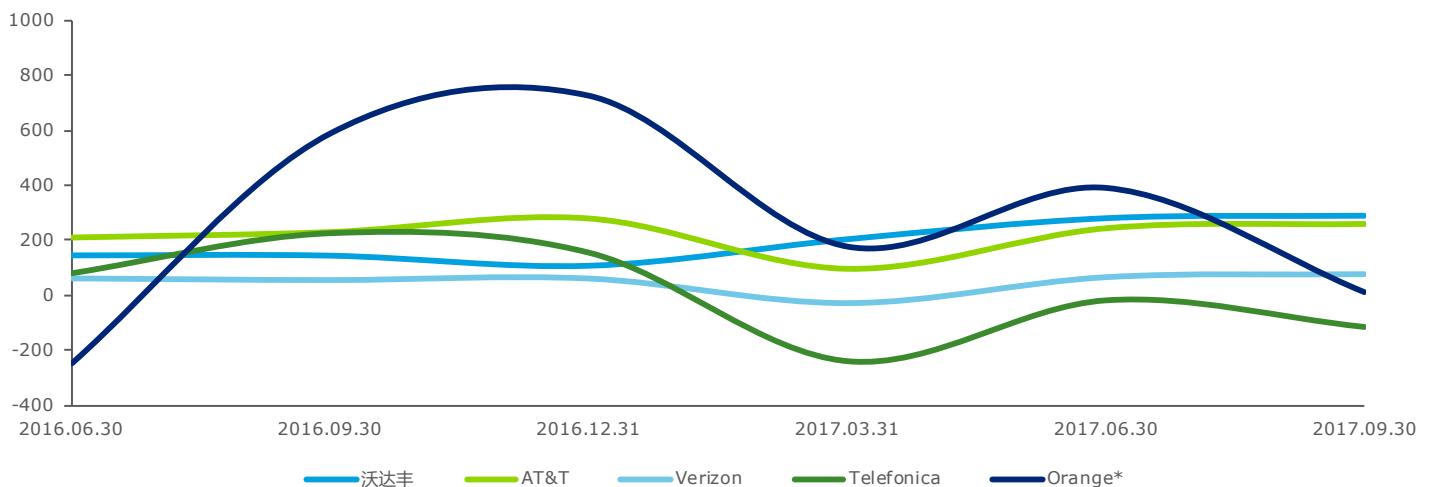
通晓尖峰新锐 助力互联攀升

随着电信网络的普及程度逐步升高，全球大部分地区的电信市场的移动用户基本趋于饱和，移动用户数增长率较低。从上述数据可见，大部分全球主要运营商的收入均处于负增长或者极少量增长的情况，相对而言，中国三大运营商无论是用户数和收入的增长均比较客观，中国通信市场还是较国外市场有很大的增长潜力。

考虑到移动用户趋于饱和的情况，各大运营商不得不着眼于新的业务增长模式，目前AT&T、Orange、Telefonica等电信运营商，均确立了数字化转型战略，目的是增强用户黏性，构建新的商业模式，提升竞争力。数字化服务市场又可以分为数字化消费服务和数字化企业服务，据埃森哲预计：数字化消费服务未来5年的复合年均增长率将为17.9%，付费电视、第三方支付、在线视频和在线音乐等潜力巨大；而

受物联网连接、物联网服务、公有云和数据中心等的驱动，数字化企业服务的增长率则能达到14.2%。预计到2020年，视频市场（包括娱乐视频、视频通信、视频监控）规模将高达7000亿美元，2025年预计突破1万亿美元。智慧城市、物联网、公有云等数字化业务，到2020年市场空间都是数千亿美元的级别。

2016年6月-2017年9月全球主要电信运营商移动用户增长情况 (单位：万)



智能手机的发展



侯珀
德勤中国传媒行业领导合伙人

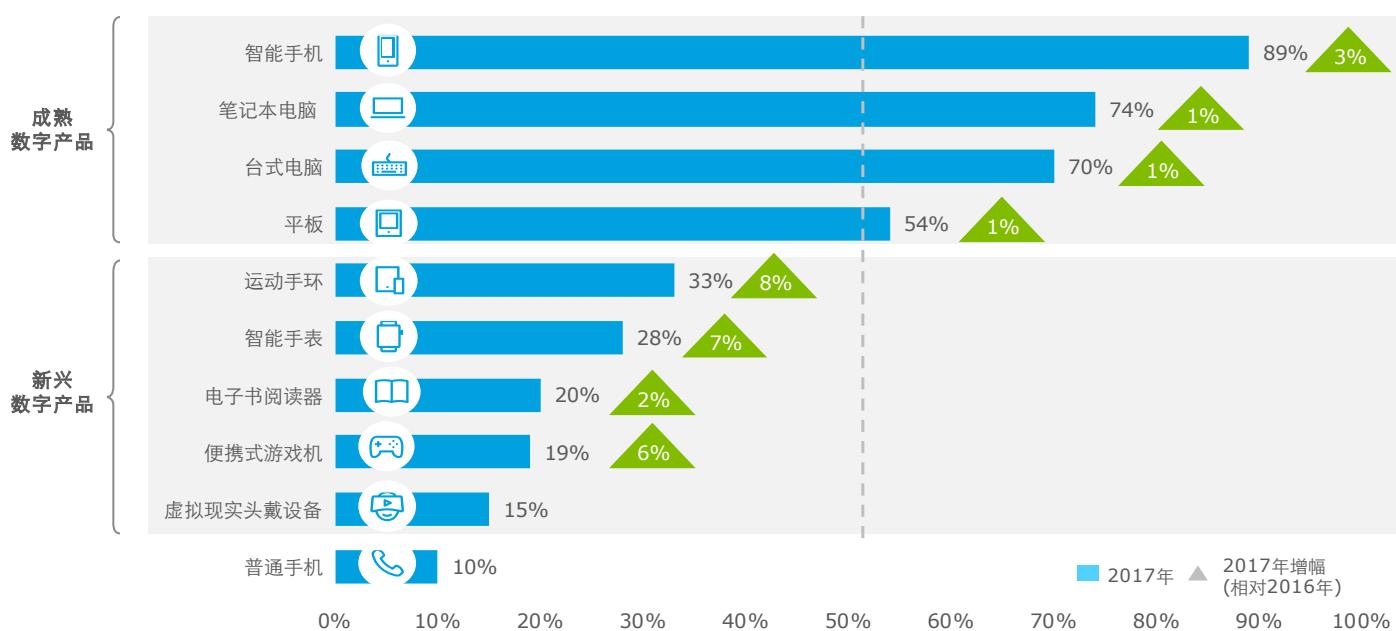
智能手机的下一步

《2017德勤移动消费者调研》是德勤在全球各地进行研究项目的一部分，涵盖六大洲、31个国家。中国的数据来源于对2000名中国消费者的问卷，覆盖四大不同的群体，我们发现，智能手机作为成熟的数字产品已经成为消费者的刚性需求，相较电脑、平板、运动手环、智能手表、VR设备等其他数字产品，智能手机在用户心中拥有不可替代的地位。未来智能手机将延续其在电子产品中的霸主地位，然而智能手机应进行何种变革创新，手机应用软件发展道路如何进一步打开，手机回收市场如何破除冰封，皆是亟待解决的问题。

智能手机持有创高峰

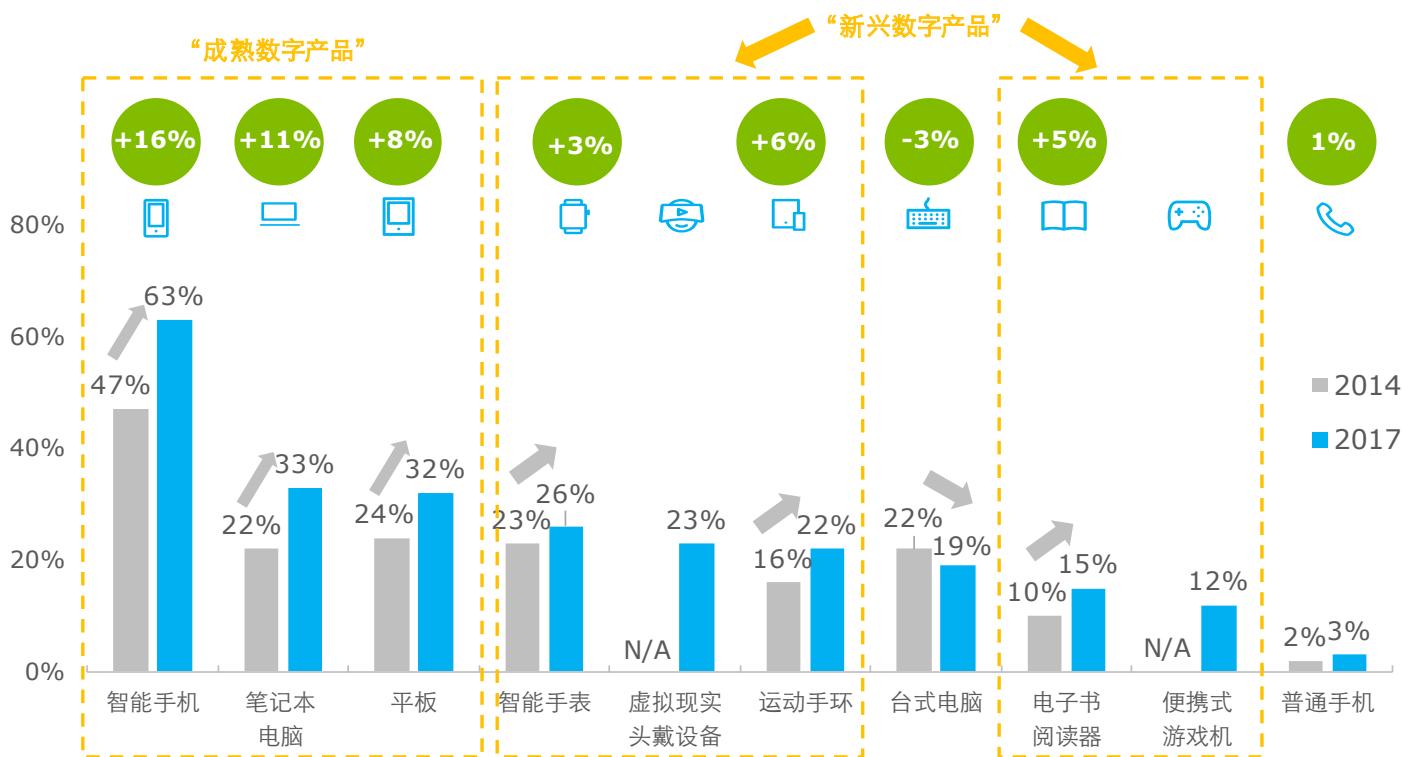
我们将数字产品分为成熟产品与新兴产品两大类。成熟数字产品包括手机、电脑以及平板，新兴数字产品指近几年随着技术发展（虚拟现实等）或消费者娱乐需求（游戏、阅读等）上升而进入公众视野的设备。近年来，即便新兴产品持有率增长较快，但成熟产品依旧占据绝对优势，特别是智能手机，在持有率与未来购买意愿方面均无可匹敌。智能手机在功能多样性、产品新颖性等多方面远超过其他数字产品。以智能手机与运动手环为例，智能手机功能已经实现全方位覆盖。而运动手环功能单一只能用于消费者运动数据测量与输出，防水等一些主推功能

各类数字产品持有率



也成为非刚需配套。在产品新颖性方面，智能手机积极采用人脸识别、人工智能等颠覆技术，而运动手环的创新进程则较为缓慢，较难吸引消费者购买。因此，在未来十二个月中消费者对智能手机的购买意愿明显高于其他电子产品，智能手机将延续其在数字设备中的霸主地位。

消费者在未来12个月各对类数字产品购买意愿



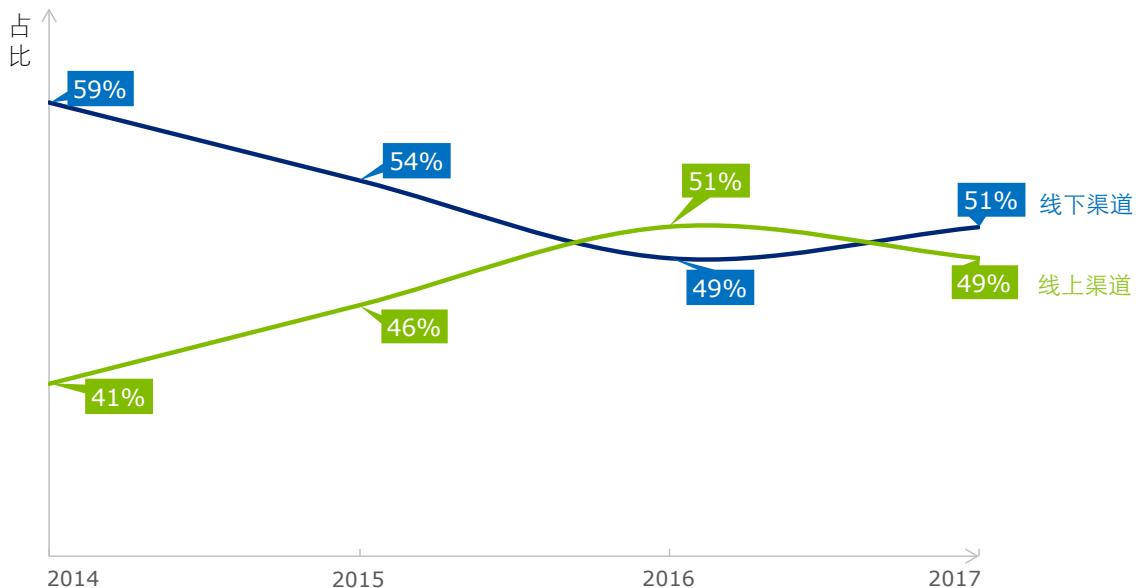
线上线下渠道呈现拉锯

在手机购买方面，近两年线上线下渠道占比交替领先，2016年线上渠道以51%的占比首次超越线下渠道，而2017年线下渠道则反超线上渠道。线上渠道增长放缓与线下渠道复活造成智能手机线上线下渠道占比持平。早期线上渠道由于省去

柜台租金、多层代理等中间环节，节约成本能够直接让利给消费者，因此成为最受欢迎的渠道，然而随着各类电商平台话语权的增加，手机厂商需要承担的利润返点也越来越高，此外大量的广告推广营销费用也在增加，线上渠道的成本优势已经不再明显。线下渠道的复活主要原

因在于消费升级，消费者不再仅关注性价比，更加关注产品体验、品牌、创新度等因素，线下渠道通过聚焦手机体验店，将购买体验、售后服务等环节整合，营造消费者体验社交氛围，这是线上渠道所欠缺的。

消费者购买智能手机的渠道演变



智能手机空间极其宝贵

62%的消费者安装的应用数量在20个以内，必要性与手机内存空间成为消费者不安装更多应用的重要因素。手机空间有限，能够满足消费者特定需求的手机应用

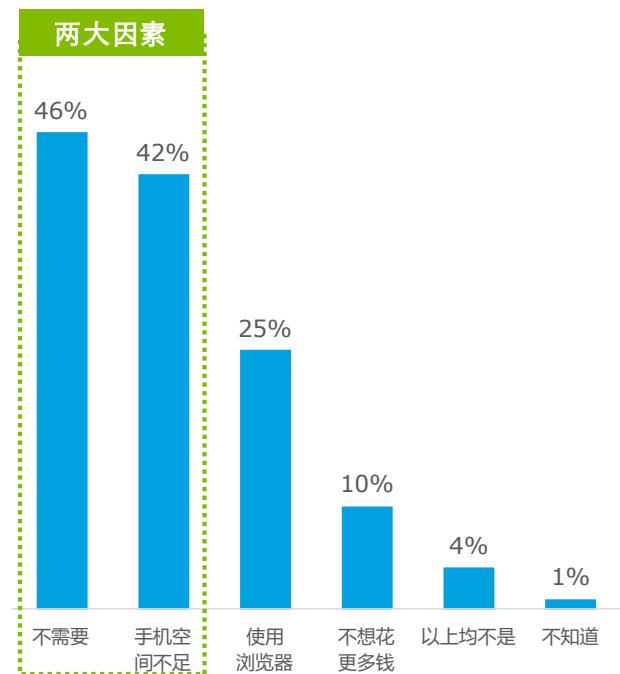
才能占据一席之地，然而当前智能手机应用数量众多，同质化严重，消费者不需要安装多个同类产品，因此手机应用差异化是手机应用发展的突破口。

消费者购买智能手机的渠道演变



62% 安装
20个以内应用

消费者不安装更多应用的原因

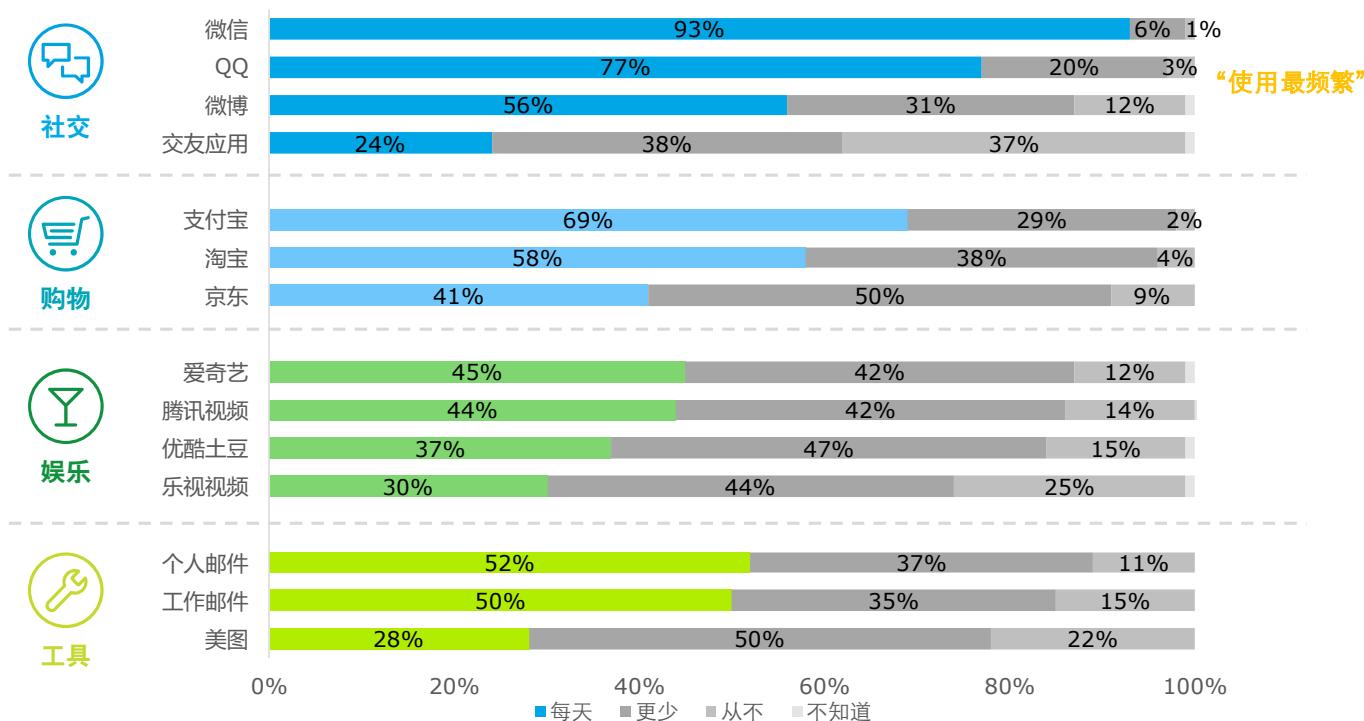


社交主导智能手机使用

在手机应用安装数量有限的情况下，社交类应用占据优势。消费者每天使用占比排名前五位中有三个都是社交类应用，微信与QQ均以每天使用用户超过七成分列第一、第二，微博位居第五位。社交应用主

导手机的应用类型，其原因在于社交应用已经不仅仅是与朋友联系的工具，已经成为众多功能的聚合体，消费者可以享受诸如支付、工作游戏、新闻推送等其他增值服务。

消费者对各类手机应用的使用频率



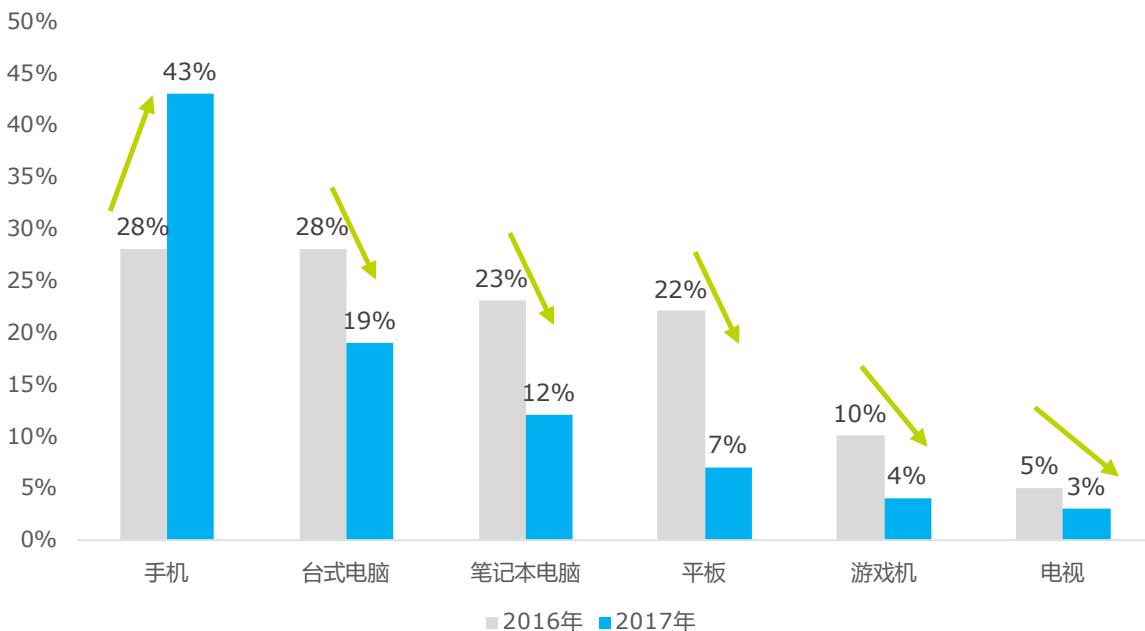
智能手机成为游戏玩家首选设备

手机超越电脑、平板等终端设备，成为游戏玩家首选设备。其原因在于：第一，低门槛吸引用户，手游允许玩家免费，其支出在于购买装备、皮肤等虚拟物品；第

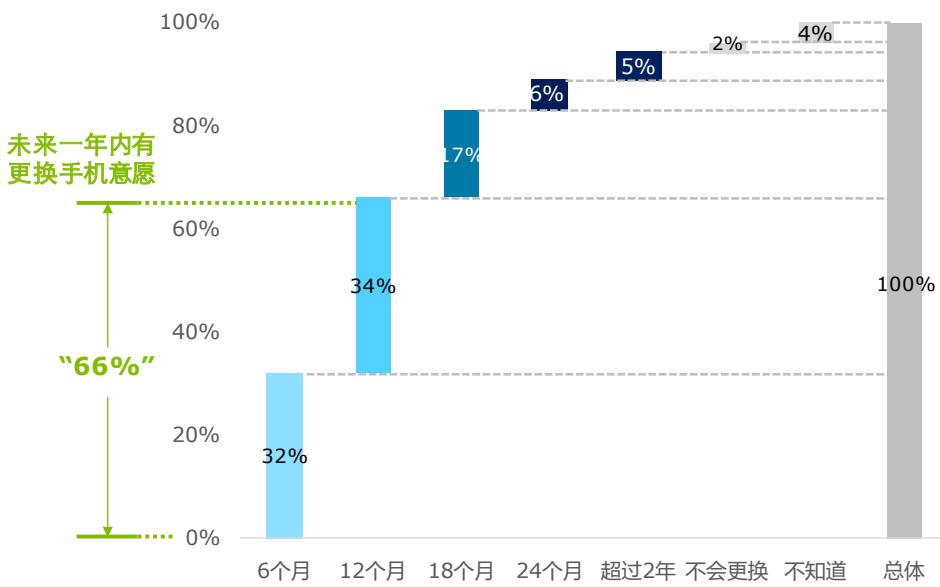
二，用户时间碎片化，智能手机更具便携性，能够随时随地满足用户的娱乐需求；第三，智能手机性能提升，游戏体验以及画质已经达到甚至超越其他终端水平；第四，现象级手游推动手游玩家人数急

剧扩大，例如王者荣耀用户数量已经突破2亿人，占据中国手游玩家数量的半壁江山。

消费者玩游戏时更倾向于选择的设备



消费者下次更换手机的时间



智能手机更换意愿较高

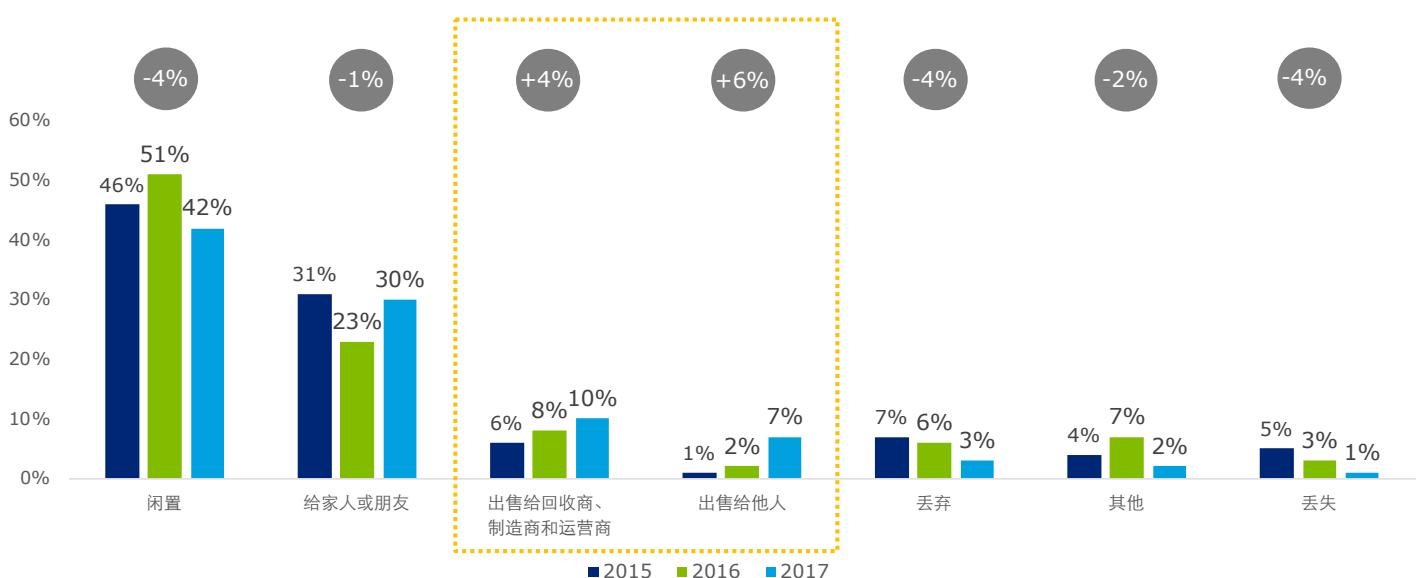
消费者智能手机更换频率维持高位，未来一年内有更换手机意愿的用户占比超过六成，达到66%，其中半年内将有32%的用户有更换手机的意愿。硬件与软件成为推动用户更换手机的主要原因，当硬件出现故障与屏幕破碎或是手机运行缓慢时，用户有极为强烈更换手机的意愿。

智能手机回收遭受雪藏

手机回收市场仍有待开发。二手手机回收方式主要包括出售给回收商、制造商和运营商以及出售给他人两种，虽然二者过去三年间占比分别增长4%与6%，但从最终占比方面来看未有较大发展，占比仅为10%与7%。闲置与给家人或朋友有略微

下降，但仍是消费者处理旧手机的最主要手段，二者占比超过七成。手机回收市场发展裹足不前其原因主要在于回收价格不高，二手手机回收渠道尚未完善，回收流程较为繁琐，此外隐私安全问题也是重要影响因素。

消费者对旧手机的处理方式



对企业的思考

对于手机厂商来说：拥抱科技对智能手机进行颠覆式变革。智能手机消费者从“参数控”向“体验派”转变，更加注重产品是否能解决自身需求。例如利用人工智能技术提升运行效能，采用柔性屏解决手机屏幕易碎问题等。此外，可在原有技术上针对用户痛点进一步优化，例如解决手机内存不足问题；双摄像头；优化充电技术，通过快充解决手机续航问题等。许多令人欣喜的技术也不断在推进，诸如机器学习、人脸识别、虚拟现实和增强现实、5G等技术。

对于手机应用开发商来说：一方面可以开发应用的社交属性，营造良好的社交氛围。利用社区将独立的用户联系起来，培养用户对社区的感情，从而增强用户粘性。另一方面应用开发商也可以利用大数据及深度学习技术通过精准推送，减少推荐内容的无效信息，提高信息的质量和精度，从而减少无用内容对用户时间的捆绑，提升用户体验。

对于二手手机回收商来说：

- 一、建设便捷的手机回收渠道，以线上线下相结合的方式建立线上服务平台和线下回收服务体系，通过线上下单，线下上门回收模式整合资源。
- 二、制定透明的回收价格，防止回收价格被压低扼杀消费者回收手机的意愿。同时确保用户在出售手机后能得到现金上的补偿。
- 三、对个人隐私安全问题的担忧是用户不考虑出售手机的重要因素，因此手机回收商应通过技术手段解决个人隐私经由二手手机流出的问题，例如组建专门技术团队对原有数据彻底清洗，保护原机主的隐私安全。

对于便携设备制造商来说：首先，可以提高与各品牌手机的兼容性，从而增加其适用范围。运动手环持有率在新兴设备中最高，与其兼容性密切相关，能够在安卓、iOS等移动平台和PC端同步数据；其次，开发杀手级功能，构建完整的应用生态。当前便携设备功能较为单一，主要针对运动、游戏娱乐等单一垂直领域，仍属于小众范围。通过构建完整的应用生态，便携设备可以实现多种功能聚合，提升使用频率与适用范围。

对于手游开发商来说：二次元文化拥有高忠诚度、强社交性与强沉浸感三大特点，二次元用户除了游戏产品也会成为周边产品的忠实粉丝，针对二次元内容的再次创作或是突破点之一。在此基础上开发周边产品、内容再创作活动也是扩大游戏影响力的途径。然而，手游市场爆发也伴随着大量未成年人沉迷游戏，过度消费等一系列社会问题，手游已经使智能手机成为“移动网吧”，这些负面信息将对手游的发展造成阻碍。手游开发商也应该担负起一定的社会责任，采取实名认证、时长限制、家长一键“禁玩”、消费限额等措施。

数字化， 企业风险管理的新动力



何铮
德勤中国电信行业
企业风险管理合伙人

1、风险管理数字化是不可逆转的趋势

企业管理的数字化是采用数字化手段和形式，改变原有单一的、固定的、相对封闭的业务和运营模式，使之能够快速适应外部环境的变化，形成产品与服务上的创新。数字化意味着开放和交互。通信行业是较早开展数字化转型的行业，其业务特性和竞争格局，决定了运营商是积极拥抱数字化的企业。通信运营商需要以准备周全、全新的姿态融入新的数字化生态圈，去实现产品革新、营销丰富、服务创新、流程优化和管理精益。

在通信行业实现数字化转型过程中，风险管理作为不可或缺的管控手段和运营管理环节，也要匹配业务数字化的特征，为风险管理注入新动力。遵循着经典的风险管理流程，在风险识别、评估、应对等阶段，或直接运用数字化技术，或利用业务数字化后产生的海量数据，形成更为

深入的风险洞察，将风险评估成果以动态与交互的方式向利益相关方呈现，将风险防范的手段嵌入到数字化的流程或环节中，增强风险管理与业务的融合性，通过良好的交互式体验设计，让越来越多的人主动参与到风险管理工作中。

2、数字化风险管理的关键要素

风险管理的数字化不同于风险管理的信息化，从德勤企业数字化的四大关键要素来看，互联互通、数字技术、客户体验创新和数据洞察四者成为数字转型缺一不可的要素。企业的模式转型、交付变革、服务创新、管理精益无一不是采纳这四大要素，打破传统业务边界，升级产品与客户服务模式，丰富用户体验与场景，融入产业的生态圈。



互联互通



数字技术



体验创新



数据洞察

- 与较多的渠道和方式与客户互动
- 内部员工的参与方式
- 与同业的连通
- 监管机构的连通

- 数字化流程
- 网络化基础设施
- 消除客户障碍
- 增强员工的参与度

- 产品与服务创新
- 客户服务体系
- 商业模式的变更
- 服务生态圈

- 提供信息与服务的透明度
- 增强客户与合作伙伴的信任
- 提升业务效率
- 发展业务形态
- 拓展业务产品与服务
- 提升产品竞争力

我们认为，风险管理的数字化，也可以从这四个要素着手。从风险管理的定位来看，首先要抓住的是数据洞察和体验创新这两个要素，再通过数据技术和连通性进行辅助，将风险管理提升至新的层次。

首先是**数据洞察**。业务数据化中的“数字技术”和“互联互通”，构建了企业与上下游相关方，特别是客户之间的高频信息触点，数字化营销和数字化产品与服务交付方式，极大地丰富了数据采集的场景，形成了企业大数据的基础，再加之移动互联网中爆炸式的海量数据，使得对于客户行为、交易、支付等业务环节的数字镜像与事实高度贴近，为更精准的风险事件识别、风险预警与监控创造了更有利的条件。

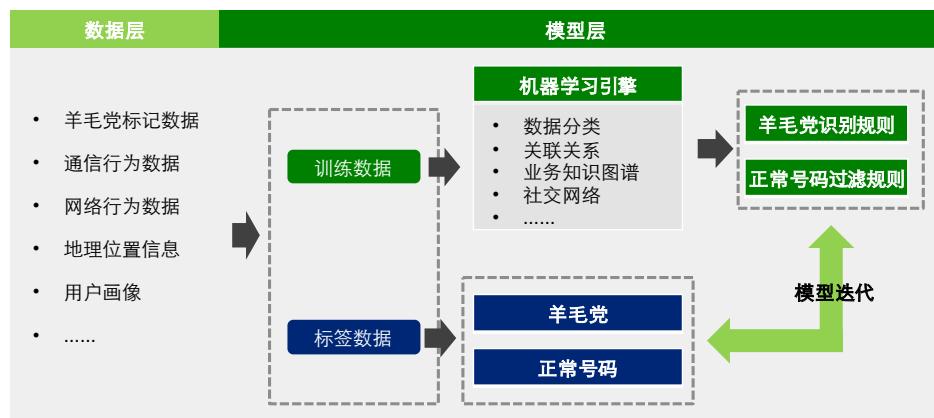
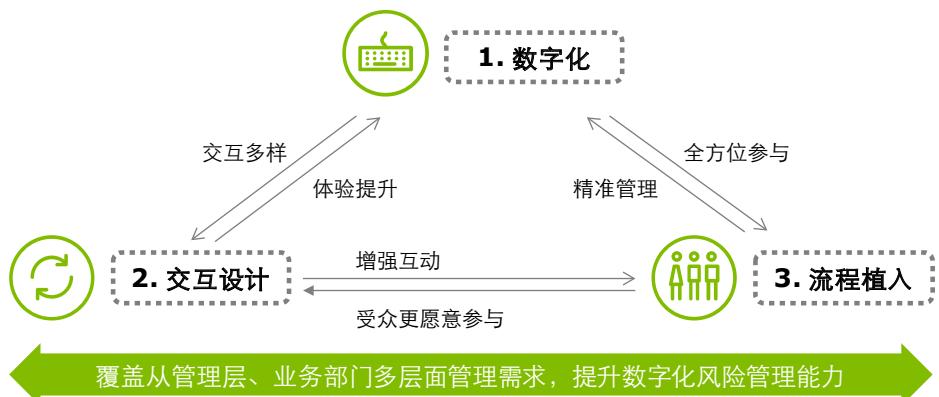
例如，运营商数字化的营销活动，通过互联网广告触达目标客户，也引起了职业“羊毛党”的关注。从营销触点转化为真实的交易，真实用户与“羊毛党”在网页或App中的操作行为，是有明显区别的。在业务受理完成后，“羊毛党”使用通信服务的模式，包括手机应用的活跃次数、时长，LBS特征等也在较大程度上有其特有的特征。建立有监督学习与无监督学习相结合的数据分析模型，识别出“羊毛党”的离群特征，并通过机器学习建立对其行为模式的判定规则，再通过机器学习从海量用户层用大数据平台运算能力和数据分析模型实现对风险事件更深入的洞察力，将极大地提升风险管理的效果。

同时，可以借助文本挖掘、OCR等数字化技术拓展企业风险识别的广度；可以借助RPA技术实现企业外部风险数据归集、风险报送等环节的流程自动化；还可以借助机器学习等人工智能技术对企业特定的风险场景进行归纳与综合，实现风险监管的智能化、动态化。

其次是**客户创新体验**。以往将风险管理结果向利益相关者呈现时，采用的信息是滞后的，展现的方式是静态的，各方的交

互是缺乏的，使得各方参与风险管理的主动性降低。数字化将服务交付与用户交互的设计提升到更高的层次，通过设计吸引用户参与并频繁互动。风险管理的过程，也需要引入设计，将风险管理需要相关方参与的环节，通过界面友好、操作便捷、互动生动的方式呈现，即便是严谨的风险评估，或是严肃的风险预警，也可以利用移动设备消息推送、待办提醒、数据可视化等数字化方式，提高受众的关注力与参与感，让风险管理的受众更主动地表达观点，在风险管理社区内交流心得，在数字化的业务流程中采取行动。

风险管理的**数字技术与互联互通**，主要体现在风险管理举措与业务流程运用的数字技术及互联互通相结合。伴随着数字化营销、全渠道客户服务、智能客服助手等数字技术，采用丰富多样的移动终端乃至物联网触点，建立业务前台与云架构风险洞察分析平台的交互，识别业务过程中高风险的行为模式、交易模式、支付模式等，并在各个触点实施风险控制，提醒业务管理人员关注及介入。互联互通还需要将企业风险管理与第二方、第三方等生态圈进行连接与交互，以实时方式获取监管动向、风险情报、市场变化、舆情等信息，增强风险认知的敏感性，形成内外部融合的风险认知能力。



3. 风险管理在数字化技术浪潮中的深层意义

对于数字化技术应用自身所包含的风险，风险管理也需要以新的视角进行审视。举一个典型例子，数字技术中算法的创新层出不穷，数据分析和认知技术导致了一系列算法在业务及决策环节被大量应用，甚至取代人的判断。尽管算法可以利用海量数据，引导人工智能逐步渗入到业务各个环节，但算法也容易受到算法设计者的片面性、技术瑕疵甚至错误、应用不当以及数据安全等问题的影响。企业越来越倾向于依赖算法，就像依赖于黑盒子，直到令人尴尬的声誉问题或是法律合规问题发生时，才意识到风险的存在。

企业在进行数字化转型时，更需要关注随之而来的数字化风险。一方面评估数字化技术产生的新型风险形态，建立数字化风险管理策略及治理架构，另一方面，需要组建具备数字化技术以及风险管理能力的资源，开发适用的流程及技术，在数字技术应用的全生命周期开展风险管理，例如从数据筛选与采集、算法设计、建模、数据标记、模型训练及投入使用等各个环节，管控算法对应的风险。

4. 数字化风险管理的发展路径

对于企业管理而言，数字化风险管理不是一蹴而就的，而是一个持续发展的过程，应有整体的、清晰的规划。并且随着企业不断的发展、外部新技术的不断变革，数字化风险管理应有着不同的形式。在规划的不同阶段，需要基于企业数字化程度高低和资源投入的多少，结合对于风险管理成效的预期，明确不同的实施策略。业务的数字化转型不可避免，风险管理自身也要随之具备数字化的能力，也需要关注转型过程中出现的新的、更复杂的风险。



近期与财务报告及监管事务相关的更新



叶勤华

德勤中国电信行业审计合伙人

国际财务报告准则(IFRS)

IASB发布对IFRS 8的建议改进

IASB发布征求意见稿《对<国际财务报告准则第8号——经营分部>的改进(对IFRS 8和IAS 34的建议修订)》，包括对5个领域的建议修订。征求意见截止期为2017年7月31日。

背景

2013年7月，IASB完成对《国际财务报告准则第8号——经营分部》(IFRS 8)的实施后复核。最终报告结论表明应用该准则的好处大致符合预期，并且该准则总体上能够实现其目标及改善了财务报告。然而，IASB识别出可考虑予以改进及须作进一步调查的若干事项。IASB随后开展的讨论导致现时涉及5个事项的建议澄清和修订，其中一个事项同时涉及《国际会计准则第34号——中期财务报告》(IAS 34)。

建议修订

ED/2017/2《对<国际财务报告准则第8号——经营分部>的改进(对IFRS 8和IAS 34的建议修订)》所建议的修订包括：

- 主要经营决策者的描述。IASB建议通过下列方式对IFRS 8作出澄清：
 - 强调首席经营决策者是作出经营决策、决定向经营分部分配的资源以及评估分部业绩的一个职能；
 - 指出首席经营决策者可以是一个人或一个团体；
 - 指出识别为首席经营决策者的团体可拥有非执行成员；以及
 - 要求主体披露被识别为首席经营决策者的个人或团体的职衔及职责描述。
- 报告分部的识别。涉及该事项的对IFRS 8的建议修订包括：
 - 如果财务报表内识别的分部不同于主体报告其他部分所识别的分部，则要求披露对相关原因的说明；以及
 - 针对具有相似经济特征的经营分部的汇总标准增加进一步示例。

- 额外的分部信息。IASB认为应通过下列方式对IFRS 8作出澄清：
 - 指出在特定情况下，主体所披露的分部信息可以超出定期向首席经营决策者提供及由其复核的信息。
- 调节项目的描述。对于该事项，IFRS 8将作出下列修订：
 - 澄清须针对调节项目提供足够详尽的说明，以便财务报表使用者能够了解其性质。
- 主体报告分部构成的变化。对于该项涉及IAS 34的建议修订，IASB提议：
 - 要求在主体报告分部构成发生变化后编制的首份中期报告必须包含针对列报的所有中期予以重述的分部信息。

生效日期和过渡性规定

征求意见稿并未包含建议的生效日期。IASB打算在完成公众意见征询后再作决定。尽管如此，现已确定允许提前采用，但必须同时采用对IFRS 8的修订以及对IAS 34的修订。

2017年国际财务报告准则“红皮书”现已发布

IASB宣布2017年《国际财务报告准则合订本》（“红皮书”）现已发布。

“红皮书”包含截至2017年1月1日发布的所有正式公告。因此，2017年合订本包含自2016年1月1日所作的以下各项修订：对《国际财务报告准则第15号》的澄清，采用《国际财务报告准则第4号》时一并应用《国际财务报告准则第9号》，年度改进2014-2016，对《国际财务报告准则第2号》、《国际会计准则第7号》、《国际会计准则第12号》和《国际会计准则第40号》的修订，以及《国际财务报告解释公告第22号》。

IASB成员探讨非公认会计原则衡量指标

在《合规性周刊》近期刊登的一篇文章中，IASB成员Gary Kabureck探讨了非公认会计原则(GAAP)衡量指标以及IASB旨在应对某些相关挑战的计划。

Kabureck先生指出，IASB将在其关于财务报表的研究项目中着手处理非GAAP收益衡量指标。然而，他指出“我们所面临的挑战是，在确保财务业绩报告具有良好秩序和结构的同时提供能够公允反映公司业绩的相关信息”。某些挑战包括息税前利润(EBIT)、非经常性项目前收益、核心经营收益及经营利润。随后，Kabureck先生阐述了在确定替代业绩衡量指标的构成时可采用的三种哲学方法，包括：

- 针对指标构成的明确要求。
- 类似于分部报告的管理方法。
- 以原则为导向的方法。

最后，Kabureck先生讨论了IASB现正考虑的会计政策披露。

IASB建议就特定可提前偿付的金融资产的分类修订IFRS 9

IASB发布征求意见稿《具有负补偿的提前偿付特征(对IFRS 9的建议修订)》，以回应就《国际财务报告准则第9号——金融工具》(IFRS 9)如何对特定可提前偿付的金融资产进行分类所存有的疑虑。征求意见截止期为2017年5月24日。

ED/2017/3《具有负补偿的提前偿付特征(对IFRS 9的建议修订)》建议，对于原本具有仅为本金及利息支付额的合同现金流量、但由于提前偿付特征而不符合以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益条件的特定金融资产，IFRS 9提供一项有限范围的例外规定。

IASB建议，若符合下列两个条件，此类金融资产将符合以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(取决于公司的业务模式)：

- 提前偿付的金额并非仅为本金及未偿付本金之利息支付额的评估结果，仅是由于选择提前终止合同的一方可能收到终止合同的合理额外补偿的事实；以及
- 在主体初始确认该金融资产时，提前偿付特征的公允价值并不重大。

征求意见稿同时包含对《国际财务报告准则第7号》和《国际财务报告准则第1号》的建议修订，以涵盖在初始确认时评估提前偿付特征的公允价值是否不重大并不切实可行的情况。

有关所得税不确定性的会计处理的新解释公告

国际财务报告准则解释委员会留意到在应付(可收回)所得税金额存在不确定性的情况下,在实务中就如何确认和计量《国际会计准则第12号——所得税》(IAS 12)第5段所定义的当期所得税、递延所得税负债和递延所得税资产存在分歧。据此,解释委员会决定制定一项解释公告。

范围

《国际财务报告解释公告第23号——所得税不确定性的会计处理》(IFRIC 23)适用于在根据IAS 12的所得税处理存在不确定性的情况下,应税利润(可抵扣亏损)、计税基础、未利用可抵扣亏损、未利用税款抵减和税率的确定。

问题及一致意见

- 是否应统一考虑所得税处理?

主体必须运用判断来确定是应当分别考虑每一项所得税处理,还是应将某些所得税处理合并在一起考虑。该决定应具体取决于哪一种方法能更好地预测不确定性的解决。

- 有关税务机关审查的假设

主体应当假设有权审查向其申报的所得税金额的税务机关将对此类金额进行审查,并在审查时具备对所有相关信息的充分了解。

- 应税利润(可抵扣亏损)、计税基础、未利用可抵扣亏损、未利用税款抵减和税率的确定

主体必须考虑相关的税务机关是否很可能接受主体在申报所得税时采用或计划采用的每一项所得税处理或一组所得税处理。

若主体得出结论认为税务机关很可能接受某一特定的所得税处理,主体必须基于与申报所得税时提及的所得税处理相一致的方式来确定应税利润(可抵扣亏损)、计税基础、未利用可抵扣亏损、未利用税款抵减或税率。

若主体得出结论认为税务机关不太可能接受某一特定的所得税处理,主体必须采用所得税会计处理最可能产生的金额或期望值来确定应税利润(可抵扣亏损)、计税基础、未利用可抵扣亏损、未利用税款抵减和税率。该决定应具体取决于哪一种方法能更好地预测不确定性的解决

- 因事实和情况变化导致的影响

如果有关事实和情况发生变化,主体必须重新评估其作出的判断和估计。

若主体得出结论认为税务机关很可能接受某一特定的所得税处理,主体必须基于与申报所得税时提及的所得税处理相一致的方式来确定应税利润(可抵扣亏损)、计税基础、未利用可抵扣亏损、未利用税款抵减或税率。

若主体得出结论认为税务机关不太可能接受某一特定的所得税处理,主体必须采用所得税会计处理最可能产生的金额或期望值来确定应税利润(可抵扣亏损)、计税基础、未利用可抵扣亏损、未利用税款抵减和税率。该决定应具体取决于哪一种方法能更好地预测不确定性的解决

- 因事实和情况变化导致的影响

如果有关事实和情况发生变化,主体必须重新评估其作出的判断和估计。

披露

IFRIC 23并未包含任何新披露要求,而是强调了《国际会计准则第1号》(IAS 1)和IAS 12中现有的披露要求。

生效日期和过渡性规定

主体应针对自2019年1月1日或以后日期开始的年度报告期间应用IFRIC 23,允许提前采用。

在应用过渡性规定时,主体应在其首次采用此类规定的报告期间期初,将因首次采用此类规定而导致的累计影响计入留存收益或其他适当的权益组成部分(无需调整比较信息)。允许采用全面追溯调整法,前提是主体无需运用“后见之明”来进行调整。

国际财务报告准则(附注释)(“绿皮书”)现已发布

国际财务报告准则基金会宣布《截至2017年7月的国际财务报告准则(附注释)(绿皮书)》现已发布。该刊物(俗称“绿皮书”)包含IASB截至2017年7月1日发布的准则和解释公告全文及随附文件(例如,《结论基础》),同时提供广泛的交叉引用和其他注释。该版本不包含已被替换或取代的、但若报告主体选择不提前采用较新版本时仍然适用的文件。

IASB针对在联营企业和合营企业中的长期权益发布对《国际会计准则第28号》(IAS 28)的修订终稿

IASB发布《在联营企业和合营企业中的长期权益(对IAS 28的修订)》,以澄清主体应针对构成在联营企业或合营企业中净投资一部分的、但不适用权益法的联营企业和合营企业中的长期权益应用《国际财务报告准则第9号——金融工具》。

对香港财务报告准则 (HKFRS) 的修订

HKICPA发布对HKFRS的下列修订:

HKICPA于2017年3月发布对HKFRS的下列修订:

描述	对自下述日期或之后开始的年度期间生效
1. HKFRS年度改进2014-2016年周期	2017年1月1日或2018年1月1日 (如适当)

HKICPA是在国际会计准则理事会 (IASB) 发布同等修订之后发布上述修订。

HKICPA于2017年4月发布对HKFRS的下列修订:

描述	对自下述日期或之后开始的年度期间生效
1. 对《香港会计准则第40号——投资性房地产》的修订	2018年1月1日

HKICPA是在国际会计准则理事会 (IASB) 发布同等修订之后发布上述修订。

HKICPA于2017年6月发布对HKFRS的下列修订:

描述	对自下述日期或之后开始的年度期间生效
1. 《香港财务报告解释公告第22号——外币交易和预付对价》(HK(IFRIC)-Int 22)	2018年1月1日

HKICPA是在国际会计准则理事会 (IASB) 发布同等修订之后发布上述修订。

HKICPA于2017年7月发布对HKFRS的下列修订:

描述	对自下述日期或之后开始的年度期间生效
1. 《香港财务报告解释公告第23号——所得税不确定性的会计处理》(HK(IFRIC)-Int 23)	2019年1月1日

HKICPA是在国际会计准则理事会 (IASB) 发布同等修订之后发布上述修订。

中国会计准则(PRC GAAP)

财政部修订三项金融工具相关会计准则

财政部近日发布通知，对《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》和《企业会计准则第24号——套期会计》（“金融工具新会计准则”）进行了修订。金融工具新会计准则中的规定与《国际财务报告准则第9号——金融工具》相似。金融工具新会计准则的强制生效日为：在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报告的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业自2019年1月1日起施行；执行企业会计准则的非上市公司自2021年1月1日起施行。鼓励企业提前执行。

财政部发布有关公共基础设施的政府会计准则

财政部近日发布《政府会计准则第5号——公共基础设施》，就政府会计主体对公共基础设施的确认、计量和披露做出了规定。生效日为2018年1月1日。

财政部发布《企业会计准则第42号——持有待售的流动资产、处置组和终止经营》

财政部近日发布《企业会计准则第42号——持有待售的流动资产、处置组和终止经营》（“ASBE 42”）。有关持有待售的非流动资产、处置组和终止经营的会计处理要求，原来分散在《企业会计准则第2号——长期股权投资》、《企业会计准则第4号——固定资产》、《企业会计准则第30号——财务报表列报》及应用指南、解释和讲解中。ASBE 42整合了这些相关规定并对某些事项予以澄清。除对“持有待售”的定义更严格外，该准则的规定与《国际财务报告准则第5号——持有待售的非流动资产和终止经营》类似。

生效日为2017年5月28日。

财政部修订《企业会计准则第37号——金融工具列报》

财政部近日发布修订后的《企业会计准则第37号——金融工具列报》（“新ASBE 37”）。新ASBE 37是与此前发布的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》和《企业会计准则第24号——套期会计》三项修订后的金融工具会计准则配套发布，生效日也与其相同。新ASBE 37的规定与根据《国际财务报告准则第9号》修订后的《国际财务报告准则第7号》及《国际会计准则第32号》大体相似。

财政部修订《企业会计准则第16号——政府补助》

财政部近日发布修订后的《企业会计准则第16号——政府补助》（“新ASBE 16”）。新ASBE 16进一步明确了其适用范围，并允许采用“净额法”会计处理。

生效日期为2017年6月12日。

财政部发布4项企业会计准则解释

财政部近日发布《企业会计准则解释第9号——关于权益法下投资净损失的会计处理》、《企业会计准则解释第10号——关于以使用固定资产产生的收入为基础的折旧方法》、《企业会计准则解释第11号——关于以使用无形资产产生的收入为基础的摊销方法》和《企业会计准则解释第12号——关于关键管理人员服务的提供方与接受方是否为关联方》，澄清以下问题：权益法核算的长期股权投资，投资余额已冲减至零并产生未确认的亏损分担额时，被投资单位以后期间的其他综合收益或其他权益等是否可用以弥补该未确认的亏损分担额；固定资产折旧和无形资产摊销是否可以采用收入为基础的方法计算；提供关键管理人员服务的企业与接受该服务的企业之间是否构成关联方。

生效日均为2018年1月1日。

财政部修订《企业会计准则第14号——收入》

财政部近日发布修订后的《企业会计准则第14号——收入》（以下简称“收入新会计准则”），其规定与《国际财务报告准则第15号：与客户之间的合同产生的收入》类似。

收入新会计准则强制生效日为：在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报告的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业自2020年1月1日起施行；执行企业会计准则的非上市公司自2021年1月1日起施行。允许提前执行。

监管事务:**中国大陆****深圳证券交易所（“深交所”）发布两项创业板行业信息披露指引**

深交所近日发布《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第9号——上市公司从事LED产业链相关业务》、《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第10号——上市公司从事医疗器械业务》，对这两个行业的上市公司的信息披露提供指引。

中国证监会发布有关轻资产类公司收益法评估的会计监管风险提示

中国证监会近日发布《会计监管风险提示第7号——轻资产类公司收益法评估》，从评估资料、评估方法、现金流预测、重要事项披露等各方面，讨论了存在的问题和监管关注的重点事项。

中国证券监督管理委员会（“中国证监会”）发布2016年上市公司年报会计监管报告

中国证监会会计部审阅了612家上市公司2016年年度财务报告，重点关注股权投资和企业合并、收入确认、金融工具、公允价值、资产减值、非常性损益、所得税、政府补助等方面的会计处理、财务信息披露情况，并对内部控制评价与审计报告的披露情况进行分析。根据审阅结果，中国证监会近日发布《2016年上市公司年报会计监管报告》，概述了审阅中发现的问题。

香港**联交所刊发最新上市委员会报告**

香港联交所刊发了《2016年上市委员会报告》，回顾上市委员会去年维持市场质素的工作，并展望2017年及以后的政策议程。

上市委员会主席及德勤合伙人Stephen Taylor表示：「2016年是上市委员会及联交所极为繁忙的一年，我们特别关注涉及联交所市场质素和声誉的工作，主要聚焦壳股、借壳上市及上市发行人集资活动等。」

上市委员会于年内的另一重要工作是检讨创业板。联交所于2017年将会就创业板的监管问题，以及借壳上市、上市发行人集资活动及除牌等事宜咨询市场意见。

为确保可有效并及时处理市场的关注，联交所于年内刊发了6封指引信及11份上市决策，另外亦与证券及期货事务监察委员会刊发了两份联合声明。上市委员会及联交所将继续监察指引对提升市场质素及声誉的成效。

《2016年上市委员会报告》登载于香港联交所网站。该网站亦载列上市委员会职责和运作的资料。

证监会有关企业交易及估值运用的指引

监会日益关注到，部分上市公司以不合理的高价收购资产或以被大幅低估的价值出售资产的情况，且股东权益因此类交易而被损害。证监会针对企业交易估值近期发布了：

(i) 有关董事责任的指引

该指引提醒董事身为上市公司资产的监护人，必须诚实地以公司利益及其股东的整体利益为先。董事不应盲目及不加质疑地接纳向他们提供的财务预测、假设或业务计划，并应当：

- 以适当及合理水平的谨慎、技能及勤勉行事；
- 就有关资产或目标公司进行独立的尽职审查；
- 采取一切合理步骤，核实可能会影响任何估值的重要资料的准确性和合理性。

(ii) 致财务顾问的通函

该通函亦清楚阐明，获上市公司委任的财务顾问应遵从《企业融资顾问操守准则》的所有适用规定。财务顾问不应纯粹依赖董事、其获授权人或任何第三方所作的声明。财务顾问须对任何估值的预测、假设、保留意见及方法自行作出评估，并进行合理性审查。如任何预测或假设看来不切实际，财务顾问应将此事告知董事。

- (ii) 有关估值师须就披露虚假或具误导性的数据承担法律责任的声明
估值师应以合理称职的专业人员通常采取的技能及谨慎态度行事，而不应在明知的情况下或罔顾后果地接纳任何不合理及不中肯的假设。如估值报告内载有任何在要项上属虚假或具误导性的资料，估值师可能须承担法律责任。

证监会指出，如任何公司、董事、顾问或估值师没有遵从《证券及期货条例》的相关规定，证监会便会对其采取适当行动。在评估可能属违反责任的情况时，证监会将会考虑该指引、通函及声明是否已获遵守。

香港联交所就建议设立创新板及检讨创业板征求市场意见

香港交易及结算所有限公司（“香港联交所”）于6月16日刊发以下两份文件，就一系列拓宽香港资本市场上市渠道及完善香港上市机制的建议方案展开咨询征求公众意见：

- (i) 创新版框架咨询文件
(ii) 检讨创业板及修订《创业板规则》及《主板规则》的咨询文件

两份文件的建议旨在拓宽香港资本市场上市渠道，让更多类型的发行人能够来港上市，提升联交所旗下市场的质素和巩固香港作为全球金融中心的竞争力。虽然有关建议分别刊登在两份文件中，但两份文件密切相关，市场监管时应综合考量。

香港联交所刊发最新审阅上市发行人财务报告的结果

香港联交所刊发有关上市发行人（发行人）定期财务报告之审阅报告，总结了联交所审阅发行人于2016年2月至2017年4月期间发布的其中100份定期财务报告后得出的结果。审阅报告指出，发行人需要特别留意以下范畴：

- 提供有助投资者的管理层评论— 在「管理层讨论及分析」及「业务审视」的栏目中可考虑作出以下改善：
 - 充分解释其表现：发行人应充分讨论其表现及准确指出其损益波动的理由，例如应详细阐述有关波动的原因，而非仅以文字复述营运数据；
 - 重大结余及交易：发行人应评估披露的重要性，并对财务报表中属异常或重要的项目及交易（因其性质、大小或发生频率）作出评论；
 - 业务面对的主要风险：发行人应讨论针对其经营环境的营运及财务因素和风险，例如未能遵守相关的法律及法规、外汇波动、客户集中度过高及网络安全的风险，并说明会如何管理及缓解上述主要风险；及运用关键表现指标：发行人应确保其关键表现指标及非《香港财务报告准则》财务指标没有任何偏颇、不比《香港财务报告准则》（HKFRS）财务资料更为显眼、定义清晰、与财务报表中有关金额进行对帐、以及在不同期间列报方式贯彻一致；

- 严谨评估资产减值—董事及高级管理人员有责任恰当地分析及判断评估减值测试所用的主要假设是否合理，不应只依赖专业估值师或其他专家；
- 披露厘定控制权或重大影响时所用的判断及假设—发行人应清楚披露如何判断是否对其他实体拥有控制权或具有重大影响及相关假设；
- 采用已发布但尚未生效的主要HKFRS所带来的影响—实施主要HKFRS（例如：HKFRS 9「金融工具」、HKFRS 15「客户合同收入」、HKFRS 16「租赁」）不仅是一项会计工作，亦可能会对部分发行人带来重大影响，特别是其资讯系统、内部监控及业务订约流程。发行人应及早咨询其专业顾问，并尽早详细研究该等主要HKFRS。发行人应在中期及年度财务报表中，就其采用该等快将生效的主要HKFRS，逐步提供更多针对其本身情况的定性及定量资料；
- 分部汇报—发行人应「从管理层的角度」披露分部资料，及确保有关资料在财务报表与「管理层讨论及分析」栏目在列报的分部以及计量方面一致；及
- 新审计报告—发行人及其审核委员会应与核数师就关键审计事项、与持续经营相关的事宜，以及期内其他重大事件或交易进行深入的沟通。发行人亦应与核数师协定时间表，及确保载于其年报内的其他信息是完备的，并于审计报告日期前提供给核数师。

财务报告作为一个有效的沟通渠道，当中提供的资料应为相关、重要及针对发行人本身情况；发行人应考虑删除不相关及不重要的披露。

税收洞察



王佳
德勤中国电信行业税务合伙人

营改增事项再获明确

2017年7月11日财政部、国家税务总局联合发布了《关于建筑服务等营改增试点政策的通知》(财税[2017]58号文,以下简称“58号文”),针对建筑业劳务营改增后所遇的税务问题,进一步明确了相关税务处理规定,其中对于电信集团公司内部的建筑企业而言则需要关注建筑行业适用简易计税方法及预收款方式下纳税义务发生时间的相关规定。

1. 适用简易计税方法的建筑工程

58号文明确,建筑工程总承包单位为房屋建筑的地基与基础、主体结构提供工程服务,建设单位自行采购全部或部分钢材、混凝土、砌体材料、预制构件的,适用简易计税方法计税;因此,从2017年7月1日起,具有一般纳税人资格的总承包单位按照“甲供工程”方式提供规定范围内的建筑服务,将不再具有增值税计税方式的选择权,而一律适用简易计税方法。

同时需要注意,上述规定不适用以下情形:

- 非房屋建筑工程的建筑服务,例如以道路、桥梁、隧道等建造物为对象提供的建筑服务;
- 建设单位仅采购钢材、混凝土、砌体材料、预制构件以外的其他材料物件;
- 建筑企业从总承包单位处承接分包工程。

针对电信集团公司内部的建筑企业的影响

对于电信集团公司内部的建筑企业所承担的非房屋类工程,如果采取“甲供工程”的方式,如通信铁塔等建造类工程,具有增值税一般纳税人资格的纳税人仍然可以选择适用增值税一般计税方法或简易计税方法。

2. 预收款的纳税义务

根据之前的规定,纳税人提供建筑服务采取预收款方式的,其纳税义务发生时间为收到预收款当天,58号文废除了这一规定。然而,上述规定的废除并不意味着纳税人收到预收款时无需缴纳增值税。58号文同时规定,纳税人提供建筑服务取得预收款,应在收到预收款时,以取得的预收款扣除支付的分包款后的余额,按照2%或3%的预征率预缴增值税:

预缴税款

一般计税方法: $(\text{预收款} - \text{支付的分包款}) / (1+11\%) * 2\%$

简易计税方法: $(\text{预收款} - \text{支付的分包款}) / (1+3\%) * 3\%$

预缴地点

跨县(市、区)提供建筑服务: 建筑服务发生地

非跨县(市、区)提供建筑服务: 机构所在地



针对电信集团公司内部的建筑企业的 影响

对于适用一般计税方法的电信集团公司内部的建筑企业而言，在此前的规定下，其收到预收款时，即需要按照11%的税率计算缴纳增值税；对于工程开工之前，即收到预收款的企业，纳税人可供抵扣的进项税额有限，导致此类企业可能将面临较大的资金压力。58号文执行后，前述纳税人在收到预收款时，可能仅需按较低的预征率预缴增值税，从而可以缓解前述缴税压力。

对于跨区域提供建筑服务的电信集团公司内部的建筑企业，58号文对于增值税预缴的规定与之前尚无变化。但是对于非跨区域提供建筑服务的电信集团公司内部的建筑企业，58号文新增了提供建筑服务收取预收款时的增值税预缴的相关要求，需要电信集团公司内部的建筑企业在提供此类服务时，关注相关的纳税申报义务的变化。

同时，需要电信集团公司内部的建筑企业注意的是，58号文并未提及应如何确定预收款模式下提供建筑服务的纳税义务时间。若按照确定纳税义务时间的一般原则，结合建筑行业的实践情况，预收款模式下提供建筑服务的纳税义务发生时间可能按照以下规则确定：

- 已经发生建筑服务并与业主或发包方进行工程进度结算、签订进度结算书当天；
- 若纳税人早于上述时间开具增值税发票，则为开具发票的当天。

因此电信集团公司内部的建筑企业在提供建筑服务时，其纳税义务将与增值税发票开具时间存在关联。若企业适用一般计税方法在开具发票时尚未发生可以抵扣的进项税额，则按照11%税率计算缴纳增值税将仍可能会给企业带来资金占用的问题。因此，面临上述问题的电信集团公司内部的建筑企业应考虑合理安排采购和资金计划，以缓解相关影响。

德勤中国电信行业团队 主要联系方式

林国恩

德勤中国电信行业领导合伙人
德勤中国电信行业审计领导合伙人
中国电信客户服务领导合伙人
+86 10 8520 7126
talam@deloitte.com.cn

周锦昌

德勤中国科技、传媒和电信行业领导合伙人
德勤中国科技行业领导合伙人
中国移动客户服务领导合伙人
+86 10 8520 7102
wilchou@deloitte.com.cn

胡新春

中国联通客户服务领导合伙人
+86 23 8823 1298
tonyhu@deloitte.com.cn

叶伟文

华为客户服务领导合伙人
+852 2852 1618
patyip@deloitte.com.hk

张宝云

德勤中国理事会副主席
德勤中国电信行业税务合伙人
+86 10 8520 7502
paubzhang@deloitte.com.cn

王佳

德勤中国电信行业
税务领导合伙人
+86 10 8512 4077
jeswang@deloitte.com.cn

张耀

德勤中国电信行业
首席顾问
+86 10 8512 4816
yaozhang@deloitte.com.cn

叶勤华

德勤中国电信行业
审计合伙人
+86 10 8512 5124
jiip@deloitte.com.cn

茆广勤

德勤中国电信行业
审计合伙人
+86 10 8520 7558
gmao@deloitte.com.cn

侯珀

德勤中国传媒行业
领导合伙人
+86 (21) 2316 6592
pohou@deloitte.com.cn

程中

德勤中国电信行业
企业管理咨询合伙人
+86 10 8520 7842
zhongcheng@deloitte.com.cn

黄毅伦

德勤中国电信行业
财务咨询领导合伙人
+86 755 3353 8098
alwong@deloitte.com.cn

胡家威

德勤中国电信行业
财务咨询合伙人
+86 10 8520 7762
gawu@deloitte.com.cn

何铮

德勤中国电信行业
风险咨询领导合伙人
+86 21 6141 1507
zhhe@deloitte.com.cn

朱磊

德勤中国电信行业
风险咨询合伙人
+86 21 6141 1547
jaczhu@deloitte.com.cn

尊敬的读者，如您对本报告内容有任何建议和反馈，请联系德勤中国科技、传媒和电信行业经理周立彦 (Lisa Zhou)
liyzhou@deloitte.com.cn
+86 10 8512 5909

关于德勤全球

Deloitte (“德勤”) 泛指一家或多家德勤有限公司（即根据英国法律组成的私人担保有限公司，以下称“德勤有限公司”），以及其成员所网络和它们的关联机构。德勤有限公司与其每一家成员所均为具有独立法律地位的法律实体。德勤有限公司（又称“德勤全球”）并不向客户提供服务。请参阅 www.deloitte.com/cn/about 以了解更多有关德勤有限公司及其成员所的详情。

德勤为各行各业的上市及非上市客户提供审计及鉴证、管理咨询、财务咨询、风险咨询、税务及相关服务。德勤透过遍及全球逾150个国家与地区的成员所网络为财富全球500强企业中的80%左右的企业提供专业服务。凭借其世界一流和高质量的专业服务，协助客户应对极为复杂的商业挑战。如欲进一步了解全球大约263,900名德勤专业人员如何致力成就不凡，欢迎浏览我们的Facebook、LinkedIn 或Twitter专页。

关于德勤中国

德勤于1917年在上海设立办事处，德勤品牌由此进入中国。如今，德勤中国的事务所网络在德勤全球网络的支持下，为中国本地和在华的跨国及高增长企业客户提供全面的审计及鉴证、管理咨询、财务咨询、风险咨询和税务服务。德勤在中国市场拥有丰富的经验，同时致力为中国会计准则、税务制度及培养本地专业会计师等方面的发展作出重要贡献。敬请访问 www2.deloitte.com/cn/zh/social-media，通过德勤中国的社交媒体平台，了解德勤在中国市场成就不凡的更多信息。

本通信中所含内容乃一般性信息，任何德勤有限公司、其成员所或它们的关联机构（统称为“德勤网络”）并不因此构成提供任何专业建议或服务。在作出任何可能影响您的财务或业务的决策或采取任何相关行动前，您应咨询合资格的专业顾问。任何德勤网络内的机构均不对任何因使用本通信而导致的任何损失承担责任。

©2018。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

BJ-002SC18

