# 扶植民办教育（合集5篇）

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2024-09-05

*第一篇：扶植民办教育扶植民办教育《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2024—2024）》提出“民办教育是教育事业发展的重要增长点和促进教育改革作为的重要力量。各级政府要把发展民办教育作为重要工作职责，鼓励出资、捐资办学，促进社会力量的独...*

**第一篇：扶植民办教育**

扶植民办教育

《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2024—2024）》提出“民办教育是教育事业发展的重要增长点和促进教育改革作为的重要力量。各级政府要把发展民办教育作为重要工作职责，鼓励出资、捐资办学，促进社会力量的独立举办、共同举办等多种形式兴办教育。目前，我区民办教育的办学范围和规模不断扩大，质量不断提高，涌现出一批如某某小学等办学思想端正，办学条件良好，教育质量较高，社会效益显著的民办学校。受到社会的好评和群众的欢迎。在全市处于遥遥领先的地位。

一、民办教育存在和发展的必要性

1、民办教育是市场经济的产物，其一切资源来源于市场。社会需求是大力发展民办学校的物资基础。

2、民办教育具有自身的特点。以顾客为中心，以效率为导向，坚持面向社会，开放办学，具有较强的灵活性和和自主性。重视办学特色和教育质量，积极谋求学校良性循环和永续发展。

3、大力发展民办教育符合我区的经济和社会发展情况。我区在财政十分困难的情况下，加大学校办学力度，自2024年起新建城区学校几所，大大缓解了城区孩子入学难问题。但仍出现建一所学校满一所学校的问题。究其原因，一是城市建设步成加快，而教育资源增长相对落后，二是外县市区人员在我区购楼置业，农民进城，使得我区生源急剧膨胀，三是城乡教育发展的不均衡。而民办教育即可弥补政府财力不足的困难，为民办学校分担压力，又可以为人民提供多元化的教育。

4、民办教育还可以为社会增加就业岗位

二、我区民办教育的状况和存在的问题

1、数量少且结构不合理。与潍坊等东部城市相比，数量较少，办学实力存在较大差距，民办幼儿园较多，小学、初中特别是高中较少。

2、发展民办教育经费严重不足。不少学校资金投入不足，办学条件差大多数学校靠住房子上课，设备简陋，发展后劲不足

3、教师队伍不够稳定。用人机制上缺乏必要的社会保障措施，在吸纳优秀人才方面存在一定的困难。教师变动较大，一定程度上影响学校的发展和教育质量的提高。

4、部分学校管理薄弱，教育质量不高，办学效益较低，并有个别学校存在一些安全隐患。

5、校际之间特别是与公办名校学习交流少。

三、加快民办教育发展的几点建议

1、积极鼓励，大力支持，正确引导，依法管理，营造发展民办教育的良好氛围。

2、加大招商引资力度，落实优惠政策，多渠道多形式融资，解决当前民办教育资金紧缺的困难。对民办教育用地、收费、招生、升学、就业、教师聘用、评职、评优等方面从政策上给予倾斜。

3、实施品牌战略，加快重点民办学校建设，充分发挥典型师范带头作用，促进全区民办教育蓬勃发展。

4、加强教育部门与劳动保障、民政、消防、卫生等相关职能部分的沟通协作，共同规范民办教育的办学行为，努力营造公平合理，有序竞争的办学环境。

5、进一步建立健全教育督导和评估制度，促进民办教育的规范化、法制化和管理科学化。

6、加大对民办学校的业务指导，尝试通过与公办名校的结对帮扶，促进民办学校抓管理，重教研，促质量，努力促进民办教育的健康快速发展。

**第二篇：代理商扶植政策**

代理商政策

为加强公司对代理商的统一管理，规范各区域代理商的合作事项，提高代理商的销售积极性，结合本公司实际情况，特制定如下代理商合作制度。

一、成为代理商的条件

申请成为本公司代理商的单位或个人需符合如下条件： 1.必须是可以独立承担民事责任的企业或个人。2.在当地有良好的社会人际关系。

3.对智能设备或相关产品有一定程度的了解。4.具备一定的流动资金，有支付进货款的能力。

5.具有制定市场拓展计划并组织实施计划的能力，能配合公司开展市场推广活 动。

6.具有敬业精神和良好的服务意识，能为客户提供相应的服务和支持。

二、申请代理的流程

1.单位或个人申请，必须是在中国境内登记注册的单位或中华人民共和国合法公民。

2.申请人必须填写《代理申请表》。

3.本公司对代理申请人提供的相关信息进行审核。通过审核的代理申请人，以单位名义申请，需向本公司提供营业执照副本（留复印件），机构代码证副本（留复印件），法人代表证明（并留身份证复印件）等资质文件；个人申请代理资格，需要提供个人有效证件（留身份证复印件）供本公司备案。4.申请人填写相关代理资料，签订《代理商合同》。

三、渠道体系结构

1.渠道分销体系根据业务合作等级分为：一级代理商（省级）、二级代理商（市级）、三级代理商（区县级）。

2、渠道定义：

一级代理商（省级）:具备覆盖全省的销售能力，签约产品推广覆盖率达到%60平台资金流水每年达到5000万以上，一级代理商具有在全省区域范围内的独家销售权益。

二级代理商（市级）：具备覆盖一个地级城市的销售能力，签约产品推广覆盖率达到%60平台资金流水每月达到500万以上，二级代理商具有在本市区域范围内的独家销售权益。

三级代理商（经销商）：具备覆盖地级市以下某个地区的销售能力，签约销售本公司产品的独立法人或个体工商户。三级代理商具有在地级市某地区范围内的销售权益。

四、代理产品及服务

代理商所经营的产品及服务必须是由本公司所提供给代理商的相关产品及服务，具体内容以本公司与代理商所签署的《代理商协议》相关规定为准。

五、销售价格

代理商按照本公司的代理价格依照统一市场资费标准，如遇特殊情况，可根据当地市场情况和客户情况，制订相应资费标准和销售策略,但事先应征得本公司书面授权同意。

六、代理区域

代理商有权进行产品销售的区域仅限于《代理商协议》中约定的代理区域，在其周边未有其他代理商之前、可跨地区开展业务，并报本公司备案。在周边地区有代理商合作后，需即行停止产品相关业务活动。

七、代理政策

1.本公司将为代理商提供培训支持，以便代理商能充分了解和熟悉本公司产品，并能向客户提供必要的技术支持与用户服务。

2.代理商也可以到本公司总部来接受现场培训指导，费用自理。

3.宣传资料：公司可为合作代理商免费提供用作产品宣传的图片或视频。4.信息反馈：代理商要及时向本公司汇报当地推广情况，便于本公司调整产品结构。

5.政策变化：在合作期间，由于本公司在产品及市场政策等方面发生变化，将提前以书面形式通知代理商并与代理商协商解决由于政策变化而产生的问题。

九、代理商义务及禁止事项

1.代理商在代理期间需尽职推广本公司产品。

2.代理商负责代理区域内的产品销售，未经本公司书面批准不得从事跨区域销售活动。

3.代理商发展的经销商由各代理商自行负责管理，其亦应遵守该管理制度,及代理商与本公司签订的相关协议,如有违反,代理商需承担全部责任。代理商有义务将发展的经销商名单汇总到公司备案。

4.代理商要尊重本公司的版权和知识产权，不得拷贝、复制、泄露本产品给除用户外的任何第三方使用，不得自行开发或协助第三方开发与本产品类似的产品，否则本公司保留追究有关法律责任和经济责任的权利。

5.代理商对在合作中所获知的本公司的商业资料与客户资料负有保密义务，不得泄露给第三方。

6.代理商应努力提高自身服务水平，不得损害本公司的形象和声誉，不得采用欺骗或非法的方式销售产品，如因此而造成本公司的名誉受到损害，本公司保留依据相关法律要求名誉赔偿的权利。

**第三篇：怎样扶植经销商代理商**

怎样来扶持经销商和代理商？

什么样的销售政策可以激活 经销商？当然，返利越多经销商越喜欢；产品越好卖同时利润也不错，这些都是经销商所中意的。然而，市场竞争越来越无情，厂家能够帮到经销商的政策越来越苛 刻，特别是企业越大，经销商只能听从，赚苦力钱。从另外一个角度来看，如果企业在发展的过程中，一味的发展终端，顾及自身利益，任凭经销商自生自灭，那也 是不行的，这就带来这样一个问题，厂家究竟采取什么样的政策可以激活经销商？在目前许多家电产品持续淡季的时候，讨论这个话题也有便于厂商之间的合作以及 进展的双向选择南京李工。

那么究竟什么样的政策可以激活经销商？我们在这里不想大论特论，我们总结出几点实际的政策要点 来阐述这个问题，也就是说，给予什么样的政策后，可以帮助经销商冲击销售量，最大限度的完成销售目标；我们分别从以下几点来说明。

基 量倍数递进法

所谓“基量倍数递进法”，这是企业采取最常见的以激励手段为杠杆，以区域经销商完成额定目标销售指标为 导向的一种方法。企业通常设定一个基础销售指标A万元，这个指标A是经销商很容易完成的，而且基数也较大；在此之上，经销商提货每增加一个数量级（我们把 它称作可变增进指标）B万元，企业即实现立时返点C%，随着B的不断增加，C的数量也随之不断增加，甚至可以接近成本临界点激励经销商。

我们用一个简易的图表来直观描述：

基础销售指标A 可变增进指标B1 可变增进指标B2 可 变增进指标B3 备注

提货金额 1000 万 300万 400万 500万

毛利返点C% 18% 20% 25% 32% 临 界点33%

总指标额 1000万 1300 万 1400万 1500万 历史同期最高销售1400万

实际总返点 18% 18.9% 20% 22.6%

（图中以某油烟机产品在某区域市场第四季度销售政策说明）

这样，在基础指标之外，如果完成的增进指标越高，那么经销商所获得的毛 利回报就越高，这种方式可以刺激经销商向更高的目标挺进，放手一搏，甚至可以创造奇迹。这种方法对经销商而言是非常人性化的激励措施，基量指标容易完成，就如吃了一颗定心丸，完成的更好，也取决于经销商更高的挑战自身市场的追求，因为企业没有通过强硬的政策来要狭经销商，经销商可以在宽容的心态下采取更为 科学的品牌保护措施来提高销售，对品牌企业来说更是一个好事。

但有一点上游流通企业要注意，即是基础销售指标不能过高，如果基础销售指 标都不能完成甚至遥不可及，那么增进指标毛利再高也只能望高止步，从而动摇经销商的销售热情。这

就要求上由企业在设定基础指标的时候充分根据市场实际情况 考虑，可变增进指标的合理递进也要掌握一个度，递增的额度和递增的返点毛利之间一定有所讲究。鉴于整体家电行业在年终的疯狂甩货，企业必须有裸利竞争的心 理准备，不能因为基础指标保留了一定额度合理的企业利润，在递进的不断增加中，这部分利润可以根据市场其他竞争对手的情况狠心下调。

保 底冲量法

“保底冲量法”往往是以经销商区域往年最高销量A作为基数指标，这个指标也是相对较高，在很多情况下基本属 于难以完成的指标。如果经销商能够在完成保底销量的情况下，打破往年地区销售纪录，达到新的销售纪录B，厂家会给予经销商除了正常返点、奖励等激励外，额 外给予更大的破纪录大奖激励。因为这个纪录对厂家来说不仅仅是该地区的销售提升，而是可以作为一个销售案例，向全区域推广，可以证明品牌产品的市场容量有 潜力可挖，它对厂家合理制定品牌发展战略是有很大的参考意义。我们也用一个表格形象说明：

往年销售纪录A 完不成A 新 的冲量纪录B 备注

提货金额 1000 万 800万 1150万 历史同期最高销售1000万

毛利返点C% 37% 30% 42%+汽车一部 临 界点55%，汽车属于额外激励

实际总返点 37% 30% 42%

（图中以某家庭影院品牌产品在某区域市场第四季度销售政策说明）

通常，家庭影院产品年销售总额在3000万是一个门槛，而年终会战一般在 总销售额的三分之一，家庭影院产品的毛利相对较高，有的品牌甚至很不透明。在市场竞争越发激烈的环境下，很多品牌的销售呈现低迷甚至负增长状态，因此 刺激销售的方法之一就是树立典型市场，提升整体经销商信心，这种方式对于处于困境中的企业来说比较管用。

我们抛开经销商屯货求奖励不 谈，南京李工如果经销商能够打破销售纪录，那么该经销商从销售中总结出来的一套方法就值得厂家借鉴和研究，这种研究对于品牌和产品未来的市场走势，以及自 身品牌产品适应竞争环境很有帮助。

◆ 市场潜力分析、市场购买力的分析 ： 中国计生政策的实施与老龄化的社会现状，使得孕妇、婴幼儿既是年轻夫妇关注的焦点，又是老一辈人疼爱的核心。当前的“小皇帝”、“小太阳”现象都说明，孕妇、婴幼儿是两代家庭消费的重点。仅新生儿年消费就在 2-5 千元之间（不含食品消费）。且其消费的重点正逐步向素质教育等消费方面转移。2、社会的重视和投入： 妊娠期是人生成长过程当中最需关爱与呵护的特殊阶段，孕妇需要得到家庭的认可与支持，新生儿更需要得到生理和心理上精心培养。因此，国家投入大量的人力、物力、财力进行优生优育的宣传，促使现代父母、婴儿健康的要求不仅仅停留在物质的供应、传统的呵护，而且更多注意心理的调适、心灵的蔚藉与汲取科学孕婴文化。孕婴行业本身也提出了更高更新的发展要求，将产品、文化、服务导入市场，是孕婴行业未来最大的卖点。、孕婴观念的更新： 孕婴文化的推进使得传统的孕婴观念全面更新。现代生活对多功能、多样化、、高技术含量的产品和完善、人性化的售后服务、专业指导的渴求与日俱增。4、消费者的消费诉求： 新生儿父母年龄的增大，文化层次提高，带来育养知识的渴求和健康意识的增强，但缺乏孕育实践，造成了传统育养观念与现代化文明进程的冲突。这使孕婴市场呼唤传统育儿与科学育养相结合，促进对全新护理实践的了解，增强全面护理、专业服务的意识，从而完成人生特殊时期的呵护与关爱。、消费群体的衍生： 仅孕婴幼儿这一群体的消费能力是有限的。但不要忘记中国是一个极其重视人情世故的社会。孕婴幼儿身边的父母、叔叔、阿姨、好友、同事等等人群都会前来看望、恭贺。那么，围绕孕婴幼儿这一群体又会衍生出一大批颇具购买力的消费群体。每个孕妇或婴幼儿身边至少有 8-12 个具有购买力和决定购买权的消费者，消费潜力无穷。◆ 市场现状分析、实用性品牌专营严重空缺： 在国内孕婴幼儿市场仅处于幼稚的起步阶段，除少数大型商场、高档专卖店外，几乎没有具备品牌效应的专营店。一些较发达的地区，孕婴幼儿卖场产品牌子杂，质量参差不齐，种类不齐全，安全性能无保证，售后服务差劲。更多的地方仍旧将孕婴幼儿用品同其他日用百货在一起销售，极不方便消费者购买。因此，市场急切呼唤具有品牌价值的高品质的专营店，以适应消费者购物心理。市场的空缺留给在新兴行业在展宏图的绝佳机会！、国内专业运营商稀： 目前国内孕婴行业真正的运营商很少，有实力、具有雄厚基础的运营商更是凤毛麟角。一些自称是“运营商”的企业居然没有自己的品牌，而将标有其他厂家品牌的产品塞满所谓的专营店，“专营不专卖”。最终导致终端销售竞争无力，专营店利润无保障、信誉无保障。、购物地理环境局限性大： 孕婴幼儿用品（礼品除外）的消费主体为怀孕 6-10 个月期间的孕妇和新生儿的妈妈，这两类特殊阶层的特定消费群体，活动不便，对安全性要求特别强。她们希望购物接近所在社区，交通便利，购物环境优雅。然而，目前的孕婴幼儿用品多设在大型市场、购物中心，对消费者来说非常不方便。、缺乏系统的、综合的市场组织，市场相对单一： 孕婴幼儿用品涉及服饰、塑胶、轻工、电子、医疗器械、钢材、纸品等数十个行业，广泛而分散。而现在的孕婴幼儿用品卖场仅限于用品、服饰两类商品，而日用品、起居用品、孕妇的特殊用品、工艺礼仪、美术品几乎为零。孕婴幼儿用品市场缺乏专一的、系统的、综合的供销组织。因此，专业品牌，系统供销成为业内发展的方向。、销售方式单调、滞后： 孕婴儿用品卖场的销售仍采用古旧的“你来我卖”、“卖完完事”的传统方式接待顾客。单调、滞后的销售方式造成市场终端呆板，产品滞销。由于孕婴儿消费品群体的特殊性，该行业需要社区服务、人性化服务、便利式营销、亲情式营销等打扰的销售方式。只有新兴的模式才能为该行业注入新鲜的血液。、现有卖场价格体系不合理： 目前，国外进口产品与国内假冒伪劣产品充斥市场。一方面进口产品过高的价格令普通消费者望而却步，一方面质低价廉的产品又不能适应中层消费者的需求。

◆ 市场前景展望、市场初创 前景广阔目前，国内孕婴幼儿用品市场属初创时期，杂货铺式的商店居多。能够提供规范管理，统一形象，高品质，低价位的中高档品牌店将是市场的需求。因此，发展孕婴行业市场前景广阔。、供不应求，潜力巨大 整体市场处于供不应求状态，且永远不会枯竭。各类孕婴幼儿用品市场销售调查报告分析，市场供需严重失衡。

**第四篇：扶植大学生创业草案1**

扶植大学生创业草案 我们应该看准3D打印机前景和优势来为人民服务。

扶植大学生创业草案

一、项目概述 我们应该看准3D打印机前景和优势来为人民服务。设想：当3D打印机进入社区，进入居民的生活中，那么就可以方便居民生活。如，家中的小摆设，家中生活用品一一可以通过3D打印机而呈现。当然，这些生活中的小物件，不是一个照片就能搞定的，那还需要与3D打印机相配合的设计图纸，而这些可以通过刚刚毕业的大学生完成,让大学生将自己的创意用3D打印机实现，并且可以讲自己所学所想回馈给社会，同时解决了大学生就业问题，当然3D打印机现在应用范围并不普及在国内应用的范围也不是很高，只局限于一些大的科技公司作为一些科技产业项目的测试及模型制作方面，但是正因为这样3D打印机中国市场的前景才会十分的庞大，首先即将毕业的大学生可以通过在学校期间累计的专业知识，把一些好的设计理念和思路通过3D打印机把基本的模具制作出来并加以测试，比如大学生做一些首饰样式设计及以及智力玩具的样式设定都会起到决定性的作用，通过图纸设计最后在用3D打印机制作出来模具从而进行修改后测试，为大学生在自主创业及对未来新的产品制造起着决定性的作用。1.ADIS是什么 ？ 针对目前动画由虚拟数字形象实现为实物困难，实现周期长，成本高等一系列弊端，且使其应用到定格动画中，改变现有定格动画制作周期长，前期设定难的局面，产量低的缺点。本项目研究了3D扫描仪、人机互动的建模软件、新型材质的3D打印机能够实现无缝连接，实现一套真正的动画设计实现系统。2.我们的网站是什么？ 在扶持大学生创业的过程中，我们专门建立一个网站，此网站作为提供3D打印机所需要的图纸和效果图，还可以融入生活用品的厂商，厂商可以用3D打印机完成模具样品并加以修改，也可以讲完成好的模具三维图放在网上，方便用户下载打印等。在网站上，建立“推荐模具产品”、“自动化星云工具模板制作”、“三维打印”等，而被扶持的大学生通过这个网站，在社区办公室中，下载打印三维图纸后，用ADIS系统进行3D打印。当然，如果大学生有创意的设计图纸，也可将自己的创意显现出来后上传三维图纸进行共享。

二、扶植大学生创业 1.加入扶植大学生所需具备的条件

1.1 素质的特征，概括起来有如下几个方面： 1.1.1 内潜性。素质是人的潜能，不但遗传素质是与生俱来的，环境与教育的影响也必须内化为人身心组织中的稳定因素才能视为素质的形成。人的素质的外化必须通过一定的实践活动方能实现。1.1.2 整体性。素质结构中的各种因素可以处于不同的水平或层次，这些因素统一在一个人身上，存在于一个统一的结构之中，整体的水平取决于因素的水平及要素间结构的整合。人的素质虽然

是一个整体，但是构成素质整体的各因素也可以区分为不同层次，并得到测量。1.1.3 稳定性与发展性。素质一经形成，就具有比较稳定的性质，并在各种活动中表现出来。当然这种稳定只是一个相对的概念，人的素质和一定社会的科学技术、生产力发展水平以及精神文明程度相联系，是在各种因素的影响下逐步形成和发展的。不同社会、不同历史时期，对素质的要求不同。另外，个体的素质也是发展的。1.1.4 社会评价性。人的素质具有优劣好坏之分，素质教育旨在培养和发展学生的优良素质，这些优良的素质可以得到客观的测量。

2.加入扶植大学生所需具备的技能 2.1具有创业热情 很多大学生创业初期的时候抱有热情和激情，但是随着时间长了，却忘了这份热情，所以创业的大学生要具有持之以恒的创业热情。心里保持着每天进步一点点，化意识为热情、化热情为行动、化行动为成功！耐心踏实的一步一步向着成功的目标前进。2.2具有三维建模能力 3D打印机是基于三维模型带入3D打印机从制作到输出于一体的现代科技产品，他自己本身不具被自主建模能力，所以大学生要将需要打印的模具用三维软件建立其模型或者CAD机械制图导入到打印机里面，通过ADIS系统呈现，与3D打印机相连后打印，因此大学生创业需要的基础的三维建模能力，及设计图纸创意能力 2.3 具有创新和改进设计的能力。3D打印机打印的产品不在于多而在于精，精致到进入每个居民的心里，产品不仅是按照网站上厂商提供的三维模型图纸，更要根据居民需求进行改制，真正的做到方便、快捷、个性、创新。同时，信誉是金，承诺是负债，对居民的承诺一定兑现，有效的建立起社区友爱的发展。

2.4具有自己人生规划目标的能力 对自己人生的定位很明确，最终目标是什么，目标进行分段和细化，并能制定出实施的计划，如：20岁、30岁、40岁。规划、经营、管理、实现自己的人生目标，让自己对社会的贡献最大化，是我们追求的最有意义目标。2.5 决策时，具有权衡取舍的魄力和能力 在瞬息万变市场的竞争中，当作出决策时，要求大学生在一个目标与另一个目标之间有所取舍。满意决策是建立在以对现实条件的充分分析的基础上，选择一种较为满意目标方案的决策，是现实性与先进性结合的明智之举。2.6 具有计划管理的能力 当人们要满足某种期望时，往往不计算将要付出的成本，常常凭心理感觉，有了大方案却没有小计划，干到哪里算哪里，因而付出了大的成本冲减了效益。大学生做出一切决策时，一定要先计划、后实施，因为世界在变，环境在变，人们的观念也在变，科学地运用计划管理，社区3D打印服务才可长远发展。

3.为社区居民提供方便快捷，并有创意的所需品 3D打印机和传统纸张打印机的差别在于，3D打印机使用的不是纸张而是树脂或金属板等，使用者只要通过计算机传送三维设计图，打印机就会以等高线的方式算出各水平切面的轮廓，并依序切割树脂或者金属板，最后，再将裁切好的各层平面堆叠组合起来，成为完整的商品原型。

如，现在很多人们都在使用iPhone手机，而在市场所看到与它匹配的手机套、座充得都是价格昂贵，而通过三维建模图纸和ADIS系统与3D打印机相连，可以打印出自己想要的东西。同时，也可以通过专门的网站寻找下载图纸后打印自己想要的款式和样子，不需要很长时间，就可以为你自己的手机订做一件配套产品。生活中，3D打印机也充当着家庭主妇的好帮手。在使用家庭生活用具的时候，我们都会发现有掉落或者损坏的现象，现在一般情况下，我们会就乎这用，等转天再去专门的店里配相应损坏的物品，这样既耽误了时间，又不能保证到了专门的店里，立刻就可以配来。而有了3D打印机就不一样了，家中生活用具如果有损坏，我们可以下楼到社区，让我们扶持的大学生通过我们专门的网站下载所需要产品的三维模型图纸，然后ADIS系统与3D打印机相配合后进行打印，不需要太长的时间，家庭主妇们就可以拿着产品回家并使用。除此之外，在我们想对家内产品更换的时候，也可以到社区，请我们扶持的大学生，根据情况设计出三维建模图纸后，用ADIS和3D打印机相配合，打印出来后使用。其在社区居民家中使用范围非常广泛，灯泡、门把手、手袋、香水瓶、服装、礼物和建筑模型等。4.将各大企业的产品快捷、有效的走进市场 在推行自主研发的今天，越来越多的生产商在致力于对这种新型服务打印机投入，从而为自己的企业产品制作及科研产品的研发做下良好的铺垫，同时也为公司在未来开拓市场起到了良好的作用，使得各大生产商企业，包括电子通讯，工业模具设计，及科研展示模型，建筑设计领域等各大企业进行合作与互动，起到了一个衔接桥梁的作用，从而共同驱动企业的快速发展，当然这一系统还可以进入社区服务，可以通过3D打印机把事先设计好的小区规划蓝图及老年社区健身器材的制作进行模拟输出，从而进行进一步的修改与测试，并且可以与ADSI系统进行良好的结合。动态方位检测的完整惯性系统调整及修正，内置通过语音控制对制作的东西进行一个三轴陀螺仪、一个三轴加速度计、三轴磁力计、压力传感器和一个扩展卡尔曼滤波器(EKF)。每个惯性传感器都实现了业界领先的iMEMS技术与信号调理技术的完美结合，可提供优化的动态性能。工厂校准针对各传感器的灵敏度、偏置、对准和线性加速度（陀螺偏置）进行校准。因此，各传感器均有其自己的动态补偿公式，可提供精确的传感器测量。传感器在扩展卡尔曼滤波器中进行进一步相关和处理，以提供自动自适应滤波和用户可编程调谐。因此，除了IMU输出外，器件还可在本地导航坐标系中提供稳定的四元数、欧拉常数和旋转矩阵输出，通过重力旋转来实现模具的修改与制作，目前3D打印正在快速发展，市场前景非常好，应用范围和服务也很广泛从工业和制造业应用开始朝个人和小型化方向发展，近期，中关村在线办公频道拿到了一台国内领先的个人3D打印机产品，在高校教学、模型制作、零件加工等领域应用前景非常好，让我们有机会零距离去解密这个当下最神奇最酷的打印产品，为中国的未来及社会服务起到了决定性的作用！小规模生产，应该使用数字生产技术，但是如果大规模生产则传统的方法更好。不过很多小规模生产的商品比大规模生产的商品更有价值，过去我们只能靠手工制作小规模生产的商品，而以后可以利用数字制造技术来服务社会。综上所述，企业可以将自己产品的三维图纸上传到网上，用户可以用钱购买后用3D打印机打印出产品，而企业在生产产品之余又多了一个新的销售渠道和方式，并且这种方式的新型的销售模式更加深入的为消费者服务。5.主体怎么样通过我们的服务获益 今年4月，英国著名杂志《经济学人》报道称“3D打印将推动第三次工业革命”。而上周出街的著名科技杂志《连线》十月刊则将《3D打印机改变世界》作为封面报道。似乎，这项革命性的技术已经离我们不远了。乘坐地铁来到纽约布鲁克林第三大道，在一幢位于偏僻角落的房子前停下并敲敲门，一个头发凌乱的男子打开了门，并把你引了进去。没错现在你来到了BotCave，这里有125名工人正在生产面向未来的产品。BotCave是MakerBot的大本营，为了让普通大众用得起3D打印机，这家公司已经花费了将近4年的时间，然而MakerBot曾生产的任何设备都比不上现在这些工人正在制作的新型打印机。Replicator 2不是一套复杂的设备，也不需要你处理高级的软件，它由一个简单的操作系统驱动，你可以轻易地把电脑中的设计图纸变成实物，就像打印图片一样简单。入门级的Replicator 2售价2199美元，而高端产品Replicator 2X售价2799美元，它可以打印更加复杂的东西。MarkerBot下了数百万美元的血本开发这两款设备，他们认为3D打印机的春天马上就要来了。同以前的产品相比，Replicator 2系列线条流畅、有金属质感而且更加时尚。你也许听说过3D打印机，但是手里还没有一台，但是MakerBot的CEO布雷·派蒂斯说，Replicator2系列将改变这一切。他们把自己内部制作的东西都陈列在展架上，前几代MakerBot人就像是些笨手笨脚的工匠，他们即对设备本身感兴趣也对设备所制作出来的东西感兴趣。就像自制电脑俱乐部1997年帮助生产出Apple II一样，MakerBot属于自制打印机俱乐部，这个俱乐部囊括了全球这个领域的业余爱好者，他们希望利用现有技术，生产出惠及所有人的产品。自从MakerBot于2024年初成立以来，已经售出了13000台3D打印机。随着这种打印机越来越稳定，人们的注意力从机器本身转移到了它们所打印出来的物品。MakerBot的应用程序已经可以用来制作玩具：玩偶之家的家具、棋盘游戏零件以及各种模型。打印、上色然后玩，就这么简单。在MakerBot的社区网站Thingiverse 和类似的网站Tinkercad 及Autodesk上，有很多预先设计好的文件，你能想到的东西那些地方几乎都有。人们只需把它们下载下来，然后输入到MakerBot的设备打印。为了扩张，去年MakerBot从投资者那里融资了1000万美元，其中还包括亚马逊的创始人杰夫·贝索斯。他们需要做更多的努力来应对新出现的一系列低成本3D打印机，包括中

国的设备。这些资金将被用于研发、工程、制造以及建设一个新的公司总部。为了给爱好者制造合格的产品，这些举措都是必要的，同时要想在塔吉特商场出售产品，他们也必须扩大公司规模。现在世界进入了MakerBot时刻。30年前苹果让桌面出版系统成为了主流，而现在他们的目标是让Replicator 2给大众带来新的冲击：创造出桌面制造系统。多年前人们用早期的Mac做出了一些乱七八糟的字体和剪贴画，但是随后他们开始不断改进，当进入网络时代的时候，全新的印刷方式出现了，而一个新的工业也孕育而生：桌面出版系统改变了世界。和最初使用桌面出版设备的人一样，今天人们也不会关注第一批使用3D打印机的人。但是由于配备了更易操作的软件和可选择的双层挤压机，Replicator 2系列已经可以识别更加多样的曲线，制造出更加复杂的东西，而且分辨率更高、色彩更丰富、质量更有保障。再加上数据库中包含的自由设计图案越来越多，我们可以预测今天由工厂大批量生产的各种模型将被取代。3D打印机制造的物品可能没有大众化产品质量好，但是将更符合人们的要求也更有创意。你可能觉得3D打印机是边缘技术，只有标新立异的人或者是高端设计室才用，但其实在不经意中，你早就接触到了3D打印产品。比如在牙科诊所，很多定制的口腔设备现在都要使用3D打印机。口腔防护器可调整牙齿的排列，牙科医生扫描了牙齿的位置后就可以利用3D打印机很快地制作出牙齿的模型，然后现场磨制假牙给你换上。除了口腔设备，很多消费产品和电子器材的模具也是用3D打印机制作出来的，甚至包括你身边房子的模型。如今人们可以随意用3D打印机制作玩具人偶，如果你身在东京还能做一个你的真人头像。商用3D打印机使用的材料还不多，主要是金属和塑料，但是研究人员正在试验使用更多的材料，比如木质纸浆和糖。3D打印机采用递增技术制造实物，也就是一层层地从底部开始制作。软件首先要检查要打印产品的设计文件，然后分析怎样才能用最少的时间、最少的材料把生产出产品。例如做一个兔宝宝玩偶，首先机器根据说明书把外壁做出来，在保证强度和用料最少的前提下，软件会自行计算出外壁的厚度。如果没有一定的内部结构，玩偶将非常脆弱，因此为保证玩偶更加结实，软件还能设计出蜂窝状的内部支撑结构。然后软件控制机器一层一层的制作实物，每层的厚度都尽可能的薄。当打印机探针移到制作区时会自动吐出制造材料，软件也会选择最合适的路径，让探针移动的距离最小。当一层制作好后，打印机的制作平台将下移，然后探针开始制作下一层，就这样一直到做好为止。整个过程就像是变魔术，你不需要知道机器如何运转或者怎样选择最合适的路径，软件帮你搞定一切。我们将进入一个新时代，你不需要思考如何制作一个3D产品，你只需要知道自己想要什么就够了。家用3D打印机会非常有趣，它将开启一场新的工业革命。MakerBot使用G-code语言和工业生产中使用的标准控制语言一样，所以一旦在电脑上设计了什么东西，你不仅可以在自己的桌面制造系统上造出一个实物，还可以上传到商业制造服务网站上生产出更多，比如Shapeways和Ponoko以及中国阿里巴巴上的代加工厂。你所要做的就是点击鼠标，插入信用卡，开始自己的制造生意，你设计的东西甚至可以直接送到用户手中。

不管是设计、生产还是销售，Replicator

2的一切都必须适合普通美国家庭的需要。就比如说打印材料，入门级的Replicator 2使用的是一种环保生态塑料PLA，它的主要成分是玉米淀粉。和其他材料不同，温度降低的时候PLA不会收缩，因此不需要机器进行太多调整。派蒂斯说：“PLA是可降解的，打印时的味道就像奶油蛋糕。” MakerBot的PLA在网上的售价是48美元每公斤，一公斤PLA足够做400枚国际象棋。MakerBot还希望大大降低顾客收到货物的时间。以前只有客户下单的时候，MakerBot才开始生产，这就意味着你必须焦急等待6周以上才能得到3D打印机。忠实粉丝也许还能忍受，但是对于普通消费者肯定不行，尤其是那些在节假日前后准备送礼物的人，因此MakerBot必须在销售前预付成本。派蒂斯希望在9月19日发售Replicator 2s的时候能有2100台存货，这将是他们有史以来最大的存货量。这家公司在零售方面也加大了赌注：一天内它在曼哈顿和休斯敦开设了两个零售店。除了销售新机器，零售店还会给顾客现场演示制作过程。派蒂斯说：“你去MakerBot买东西就会看到那里正在现场制作实物，我希望人们驻足在商店门口，惊奇地看着里面发生的一切。” 现在对MakerBot，是个关键时刻，派蒂斯认为展示效应是最重要的：比如早期的电脑，在真正使用前没人理解这个设备的魅力。派蒂斯说：“在人们买MakerBot之前，他们会想象很多种用法，比如做自行车的零件或者一个把手，但是当他们真正得到一台3D打印机，想法就会改变，他们将创造出各种神奇的东西。” 他们可以制作首饰、智力玩具以及各种怪诞的雕塑。孩子们会要一些奇怪的玩具，而用户将在他们眼皮底下变出来，先在屏幕上设计然后再把它变为现实。当派蒂斯刚刚开始出售MakerBot时，一半以上的用户是程序员，而现在更多的是父母。孩子也将有收获。由于电子游戏的普及，很多孩子已经能够应对屏幕上的3D图像。像比尔·盖茨这样的软件企业家都是伴随着早期的电脑成长起来的，这也激发了他们的潜能。所以下一代3D打印创意将从孩子们中产生，而高中也将恢复手工课，并从新命名为设计课，尤其是在学校购买了MakerBot产品后。有多少学生会拒绝设计并打印真实的东西而去做一个PPT演讲呢？ 综上所述，3D打印机使得对外市场洽谈效果非常好，从而通过我们自主研发的ADIS系统与3D打印机相结合，将获得了更多的商机，从而带动公司在国内市场的业务拓展与合作商机。6.三、项目成本、盈利分析 1.设备成本 1.1 3D打印机成本 1.2 3D打印机产品的材料 1.3 ADIS系统成本 1.4 办公所需设备 2.人工成本 2.1

3.运营成本 3.1 毕业创意大赛 3.2 活动 3.2.1 设计大赛

3.2.2 社区活动 3.2.3 项目活动 3.3 3D打印机的耗材 3.4 办公耗材 4.盈利模式 4.1 直接盈利 4.2 间接盈利 4.3 短期盈利 4.4 长期盈利 5.四、项目运营模式 在3D打印机迅猛发展的今天，它的方便快捷科技功能越来越被人们所接受，并且逐渐带入到百姓社区服务当中，从而成为了人们生活当中重要的一部分。在社区与ADIS系统连接整合之后，现在在在社区服务的大学生，包括自主创业的都在不同程度的利用3D打印机来为社区服务，如家装，老年社区建设的设计图纸等等，社区的监控系统搭建，通过社区联网把要做的设计草稿进行社区之间的互动，从而形成了城市之间的ADIS系统互动，使得大学生自主研发及为社区服务这块做出了重大贡献，形成了社区一体化，即满足了当前的工作形势的需要，也为社区居民服务起到了很好的作用，也带动了社区周边的商业圈良性互动。

五、项目发展前景 三维打印机不仅使立体物品的造价降低，且激发了人们的想象力。未来三维打印机的应用将会更加广泛。

3D打印技术最突出的优点是无需机械加工或任何模具,就能直接从计算机图形数据中生成任何形状的零件,从而极大地缩短产品的研制周期,提高生产率和降低生产成本。这项技术目前正迅猛发展,已越来越引起人们的广泛重视。

3D打印机在哪些领域使用有何用处3D打印技术作为一种高科技技术，综合应用了CAD/CAM技术、激光技术,光化学以及材料科学等绪多方面的技术和知识，让产品设计、建筑设计、工业设计、医疗用品设计等领域的设计者，第一时间方便轻松的获得全彩色实物模型，便于重新修定CAD设计模型,从而节省了为错误设计制造工艺装备的费用,并节省了研制时间。

随着技术的进步，现在3D打印机在电影动漫、气象、教育、外科医疗等领域都能发挥独特的作用。在教育领域，3D打印机能够将抽象概念带入现实世界，将学生的构思转变为他们可以捧在手中的真实立体彩色模型，令教学更为生动；在建筑领域，3D打印机能够为曲面异形建筑的重要精密构件快速制作精确模型，实现传统建筑模型制作无法达到的工艺水

平；在工业生产领域，3D

打印机可以为金属铸件直接打印模型、模型插件和图案；在地理空间领域，3D打印机可以轻松将GIS数据转化为三维地形及城市景观模型或沙盘；而在娱乐艺术领域，3D打印机还可根据电子游戏、三维动画以及其他创作产生的三维数据轻松制作自定义头像和雕像。

六、

**第五篇：民办教育营业税**

财政部、国家税务总局《关于加强教育劳务营业税征收管理有关问题的通知》解读

◎国家税务总局扬州税务进修学院 周开君

2024年1月12日，财政部、国家税务总局为加强对教育劳务营业税的征收管理，发布了《关于加强教育劳务营业税征收管理有关问题的通知》[财税（2024）第003号文]。文件下发后，各教育机构尤其是民办学校对该文件存在不少疑义。为正确理解其政策精神，有必要结合我国教育基本的税收政策，认真解读文件精神，指导民办学校正确依法缴纳营业税。

财税（2024）第003号文是从征收范围、免税界限、税务管理等方面对《财政部、国家税务总局关于教育税收政策的通知》(财税[2024]39号)所作的进一步明确说明，从而使教育劳务营业税政策更加明确，税务管理更具操作性。该文件的主要政策精神可以概括为以下几个方面：

一、民办学校学历教育收入免征营业税的范围

根据2024年2月5日发布的《关于教育税收政策的通知》，国家对从事学历教育的学校所提供教育劳务取得的收入免征营业税。这一营业税的免税规定涉及到“学历教育”、“学校”、“教育劳务收入”等三个基本法律概念，对这些概念的不同理解直接影响营业税免征范围。所以，《关于加强教育劳务营业税征收管理有关问题的通知》主要针对上述三个概念进行全面的规范，以确保免税政策的范围得到落实。

（一）关于“学历教育”

从字面上理解，学历教育当然就是能拿到毕业证书的教育，没有太大争议。但在现实生活中，往往一些商业培训机构、国外职业教育机构基于对法律的不同理解，其所发证书也花样百出，不乏“毕业证书”。所以，从规范执法的角度，就需对“学历教育”进行界定。

“学历教育”的内涵是受教育者经过国家教育考试或者国家规定的其他入学方式，进入国家有关部门批准的学校或者其他教育机构学习，获得国家承认的学历证书的教育形式。这就把未经国家教育部门批准的国外办学机构、没有国家规定合法入学方式的办学机构、未经国家有关批准的办学机构排除在外，不属于免税范围。

“学历教育”的外延是：初等教育（普通小学、成人小学）、初级中等教育（普通初中、职业初中、成人初中）、高级中等教育（普通高中、成人高中和中等职业学校、高等教育（普通本专科、成人本专科、网络本专科、硕士研究生、博士研究生、高等教育自学考试）。这样的外延规定尽管是比较宽泛的，但把各类不发毕业证书的技能培训排除在营业税免税范围之外。

（二）关于“学校”

“学校”是指“从事学历教育的学校”，具体而言，包括普通学校以及经地、市级以上人民政府或者同级政府的教育行政部门批准成立、国家承认其学员学历的各类学校。显然，按照这一规定，属于免税范围的学校包括三类：一是普通学校，就是通常意义上的从事普通教育的小学、中学、大学，这类学校不限批准成立的政府级别；二是经地、市级以上人民政府或者同级政府的教育行政部门批准成立的学校，这里虽然包括普通教育学校，但实际上主要是指各类承认学历的成人学校（成人小学、职业初中、成人初中、成人高中、中等职业学校、成人本专科、网络本专科），对于这类从事国家承认学历的学校，必须经地、市级以上人民政府或者同级政府的教育行政部门批准，否则，不享受免税待遇；三是国家承认其学员学历的各类学校，主要是指学校本身可能不具备发毕业证书的条件，但通过培训方式，组织学员参加高等教育自学考试方式帮助学员取得学历的教育机构。

显然，只要民办学校符合上述规定，无疑属于免税范围。

（三）关于教育劳务收入。

关于“学历教育”、“学校”只是从纳税人角度进行了规范，并未从计税依据角度进行规 范。上述纳税人如果取得的收入与所从事学历教育并无直接关系，显然也就不应当享受免税待遇。所以，文件规定，“提供教育劳务取得的收入”是指对列入规定招生计划的在籍学生提供学历教育劳务取得的收入，具体包括：经有关部门审核批准，按规定标准收取的学费、住宿费、课本费、作业本费、伙食费、考试报名费收入。按照这样的规定，超标准收费、各种赞助费、择校费也就不属于营业税的范围了。

关于这一点，有观点认为，国家应当加大管理力度，制止学校超标准收费、收取赞助费、收取择校费等行为，而不应当通过收税来调控这些不合法或者不合理的行为。甚至有观点认为，既然学校缴纳了营业税，超标准收费、收取赞助费、收取择校费就变得合法或者合理了，则不利于对学校收费的管理。这实际上是对税收的误解。第一，判断征税对象（收入）性质的合法性与合理性并非税收的基本职能，也并非税务机关的基本职责，所以，并不能把是否纳税人纳税就视为是对其经营活动合法性的承认；第二，我国法律法规对学校是否可超标准收费、是否可以收取赞助费、是否可以收取择校费等行为并无明确规定，从税收理论上分析，学校取得这些不是正常办学所需要的收入，负担能力增加了，理应纳税，否则就鼓励了乱收费行为。第三，与一般学校相比，如果将这些处于“法律边缘”的超标准收入置于税务真空中，将会导致税收流失，这就违背《税收征管法》的立法精神。当然，如果有关部门禁止了这类收费行为，税收也就自然减少或者没有了。

二、民办托儿所、幼儿园养育服务收入免征营业税的范围

由于托儿所、幼儿园不属于学历教育，所以，托儿所、幼儿园的收入就未列在前述教育税收的政策规定中。按2024年2月5日发布的《关于教育税收政策的通知》，托儿所、幼儿园提供养育服务取得的收入，免征营业税。在实际执行中，对于“托儿所、幼儿园”、“养育服务取得的收入”有不同的了解，所以，带来了执行中许多问题。为规范税收征管，文件明确规定：

（一）关于“托儿所、幼儿园”的界定。“托儿所、幼儿园”是指经县级以上教育部门审批成立、取得办园许可证的实施0-6岁学前教育的机构。显然，按照这一规定，符合免税条件的托儿所、幼儿园包括三个条件，一是经县级以上教育部门审批成立，二是取得办园许可证；三是实施0-6岁学前教育。三个条件缺一不可。从外延上看，只要符合上述三个条件，所有公办和民办的托儿所、幼儿园、学前班、幼儿班、保育院、幼儿院均在免税的对象范围中。

（二）关于“提供养育服务收入”的界定。提供养育服务收入是指上述机构按照自身工作职责所正常取得的保育教育收入和教育服务收入。显然，对于民办托儿所、幼儿园来说，所谓正常的保育教育收入和教育服务收入，是指在报经当地有关部门备案并公示在收费标准范围内收取的教育费、保育费等。从这个角度看，具有营业性的、创收性的、超标性的各类收费（超标收费、额外开办实验班、特色班和兴趣班收费、与幼儿入园挂钩的赞助费、支教费等）就不属于正常养育服务收入，也不应该免征营业税。

三、民办学校的非学历教育收入应当依法纳税

按2024年2月5日发布的《关于教育税收政策的通知》，非学历教育收入（主要是指进修班、培训班收入）的营业税，区分公办还是民办学校，如果是公办学校（政府举办的高等、中等和初等学校），其非学历性质教育收入全部归学校所有，则免征营业税。如果是民办学校，则需要按规定缴纳营业税。从这一规定看，民办学校的非学历性教育收入，应当缴纳营业税。之所以对于民办学校的非学历教育收入征税，主要出于两点考虑：第一，民办学校举办非学历教育活动，属于在职责范围之外工作，一般具有明显的营利性质；第二，政府难以对其收入的用途进行有效监控。

四、民办学校应当办理税务登记，严格核算应税免税收入

关于民办学校营业税的管理主要有两点政策精神，一是各类学校(包括全部收入为免税 收入的学校)均应按《税收征收管理法》的有关规定办理税务登记，按期进行纳税申报并按规定使用发票；享受营业税优惠政策的，应按规定向主管税务机关申请办理减免税手续。依据国家税务总局《税务登记管理办法》第二条第二款规定，“除国家机关、个人和无固定生产、经营场所的流动性农村小商贩外”，都应当进行税务登记。所以，民办学校应进行税务登记。如果不办理税务登记，按《税收征管法》第六十条规定，纳税人未按照规定的期限申报办理税务登记、变更或者注销登记，则可能由税务机关责令限期改正，处二千元以下的罚款；情节严重的，处二千元以上一万元以下的罚款。当然，进行税务登记并不表示当然地就要纳税，只有当有应税收入时，才依法纳税，税务机关才依法征税。因此，民办学校不会因为税务登记造成对自身发展的不利。

二是各类学校均应单独核算免税项目的营业额，未单独核算的，一律照章征收营业税。按国家税务总局《减免税管理办法》第六条，纳税人同时从事减免项目与非减免项目的，应分别核算，独立计算减免项目的计税依据以及减免税额度。不能分别核算的，不能享受减免税；核算不清的，由税务机关按合理方法核定。可见，如果学校既有应税收入，也有免税收入，如果两者难以分清，就会给税收管理带来较大难度，造成国家税收流失，所以，学校应准确核算应税收入和免税收入，这是提高税收征管效率的基本要求。

透视整个文件，民办教育的税收政策并无实质性的变化，只是从税收管理的角度看，比原来更细化、更规范、更具操作性了。但对民办学校来说，影响将会很大，因为如果民办学校不重视这个文件，不按规定核算处理，面临的税收风险将更大。主要风险集中在：第一，民办学校必须依法办理税务登记，主动接受税务机关的管理，否则，不仅难以享受规定的优惠待遇，还要承担未办理税务登记的法律责任；第二，民办学校必须向税务机关主动办理免税申请，如果不办理免税申请，则符合法定条件的免税优惠将不复存在；第三，民办学校应当规范会计核算，分清应税收入和免税收入，如果未准确核算收入，法定的免税条件将自动消失；第四，对于不符合免税条件的教育劳务收入和非学历教育收入，应当主动申报纳税，否则，将会面临税务稽查和税务行政处罚的巨大风险。根据《营业税税目注释》规定，“文化体育业”税目中的“其他文化”是指除经营表演、播映活动以外的文化活动的业务，如各种展览、培训活动，举办文学、艺术、科技讲座、演讲、报告会，图书馆的图书和资料借阅业务等。此项规定所称培训活动包括各种培训活动，因此对文化培训应按“文化体育业”税目征税，税率为3%对单位和个人举办文化、技术培训活动所取得的收入，属“文化体育业”税目中“其他文化业”的征税范围。

国家税务总局关于培训学校征收营业税问题的批复

作者：管理员 时间：2024-11-26 点击：531

国家税务总局关于培训学校征收营业税问题的批复

文号 国税函发［1998］749号发文单位 国家税务总局颁布日期 1998-12-9江西省地方税务局： 你局(赣地税发［1998］224号)收悉.关于培训学校提供的教育劳务是否征收营业税问题,经研究,现批复如下： 你省赣北培训学校虽然提供了教育劳务,但没有资格给学员颁发国家承认的学历证书.根据第六条第(四)款及其第二十六条第(三)款的规定：免征营业税的教育劳务,是指普通学校以及经地,市级以上人民政府或者同级政府的教育行政部门批准成立,国家承认其学员学历的各类学校提供的教育劳务.赣北培训学校只提供教育劳务,没有资格向学员颁发国家承认的学历证书,因此不属于营业税的免税范围,对其取得的收入应按规定征收营业税.

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找