

## 如何计算农业特产税

农业特产税, 全称为农业特产农业税。征收范围包括烟叶、园艺、水产、林木、牧畜、食用菌和其他产品收入。生产农业特产品的计税依据是农业特产品的实际收入, 即按照农业特产品的实际产量和国家规定的收购价格或者市场收购价格计算核定; 收购农业特产品的计税依据是收购金额。

农业特产税根据收入的不同税率也不同, 对收购者适用的税率是: 晾晒烟叶、烤烟叶 20%; 毛茶 12%; 海淡水养殖、滩涂养殖、海淡水捕捞 5%; 原木 8%; 牛皮、猪皮、羊皮 5% (目前, 对猪皮暂停征税); 羊毛、兔毛、羊绒 10%; 黑木耳、银耳 3%; 海参、鲍鱼、干贝、鱼唇、鱼翅、燕窝 25%。对生产者适用的税率是: 毛茶 7%; 苹果、梨 12%; 其他水果 10%; 干果 10%; 果用瓜 3%; 蚕茧 8%; 芦苇、药材、花卉、经济苗木 5%; 海淡水养殖、滩涂养殖、海淡水捕捞 8%; 水生植物 8%; 原木 8%; 腊条、柳条、荆条、紫穗槐条 5%; 黑木耳、银耳 8%; 海参、鲍鱼、干贝、鱼唇、鱼翅 8%; 生姜、大蒜 5%。财政部(94)财农税字 7 号文件《关于农业特产税征收具体事项的通知》明确规定: “在农业税计税土地上生产农业特产税时, 将农业税扣除。”即缴扣除农业税额后的部分。公式为: 实纳特产税额=应纳特产税额-应纳农业税额。举例来说, 王某承包集体土地 1 亩, 原为粮田改种板栗。评定农业税常年产量为小麦 400 公斤, 税率为 18%, 标准粮单价 1 元/公斤。秋季收获板栗 300 公斤, 单价 8 元/公斤。问王某应缴纳特产税多少元 (不含农业特产税附加)?

第一步: 计算应缴农业税额。税额: 常年产量×税率×标准粮单价=400×18%×1=72(元); 第二步: 应纳特产税额的计算。税额: 实际产量×单价×适用税率=300×8×10%=240(元); 第三步: 计算实纳特产税额。实纳特产税额=应纳特产税额-应纳农业税额=240元-72元=168元。所以王某应在农业税征收期缴纳农业税 72 元, 在板栗上市后到农机局缴纳农业特产税 168 元。农机局在征收特产税时, 也只征 168 元, 而把 72 元农业税扣除。

## 农产品怎样上网交易

据报载, 几年前已有陕北农民步行数天到杨凌找专家到互联网上发布信息的新闻。而今陕西永寿县的布尔山羊通

过上网, 已销到全国 22 个省市; 今年 4 月下旬, 陕西蒲城县制作的图文并茂的西瓜、香瓜宣传网页, 仅十多天, 引来广东、福建大批客商上门订货; 杨凌索尔农业公司干脆办起了自己的网站, 形成完整的产业链; 凤翔辣子上网了; 英考的鸵鸟网上飞; 西乡樱桃盼客商……

互联网上的信息不像电视节目那样有一个复杂的制作过程, 其更新速度快, 千里之外的即时信息, 可以瞬间查到。而且网上的信息包罗万象, 及时掌握这些信息, 有利于做出正确的决策。所谓“鼠标一点, 信息无限”, 有选择地浏览网上信息, 了解市场行情, 就能够知道自己需要的东西该到哪里买, 行情如何等, 自己要卖的商品到哪里销售, 早掌握, 早决策, 早受益。在互联网上发布信息与在电视、报纸上相比, 有速度快、范围广、持续时间长且收费低廉之特点。在互联网上发布信息, 可以在一些相关网站提供的网页发布。这些信息只要是上网的电脑, 在全球任何地方都可以发布。将你要发布的信息和联系地址输入, 再将其发送到网络服务器上, 其它上网浏览者就可看到你的信息, 真正是“坐在炕头做生意”。没有电脑的农民可委托当地农技站或学校的同志代为发布。

现在普遍常见的信息还都是单条文字, 如果把农产品规格、价格、产地或技术项目制成图文并茂的网页, 则效果会非常好, 吸引更多浏览。有了自己的网址, 还可长期保留供人浏览。

## 农民怎样面向新的农业市场

随着我国“WTO”的加入, 农业市场产生巨大的变化。面对纷繁复杂的市场, 农民们应该怎样去做? 分析各方面情况, 应从以下几个方面全盘考虑。

忌一成不变。要随时调整。随着市场经济的发展, 一些地方的传统种养业受到市场冲击, 任何一种产业都不能一成不变。山东莱阳是全国有名的梨产地, 他们没有固步自封, 而根据市场行情及时调换本地产品, 从日本引进丰水、幸水、新水三个新品种, 与莱阳梨进行嫁接, 结果, “三水梨”价格差不多是莱阳梨价格的三倍, 且销往日本, 既增效又创汇。

忌一哄而起, 要热中有冷。靠生产反季节蔬菜闻名的山东寿光, 有冬暖式大棚 20 万个, 生产的反季节蔬菜销往北京乃至全国各地, 效益很好。于是, 北至辽宁、吉林, 南至江苏、安徽, 满眼见大棚。结果形成竞争过度, 市场饱和, 种菜呈现负效益, 菜农叫苦不迭。

忌一哄而散, 要“把根留住”。前些年, 丝绸行业走俏, 栽桑养蚕成了许多农民的致富行业。到 1996 年前后, 国际市场行情发生变化, 丝绸行业亏损。这时, 许多蚕农开始毁桑。而有的蚕农在桑园里搞立体种植, 保住了桑树。当丝绸市场复苏时, 当初毁桑的农户悔之不及, 又从桑苗培育起。桑苗不仅成本高, 且成期也长, 效益自然不能和当初“把根留住”者相比。

忌一盘散沙, 要形成“拳头”。前几年, 某市的一个蔬菜经营者, 从报纸上获得苏北某县搞了很多大棚, 就开了大货车前去收购黄瓜, 结果跑了 100 多公里只收到 500 公斤黄瓜。原来, 这个县大棚菜种得不算少, 但品种很杂, 单个品种总量相对不足, 形不成拳头, 也就没有了市场竞争力。

忌一劳永逸, 要重视品牌。农副产品也要创名牌, 这已经为许多人所认识。但名牌没有终身制, 更重要的是要保证巩固和提高名牌产品的内在质量。比如浙江柑橘, 曾经是市场上供不应求的抢手货, 但后来有些橘农, 用化肥代替有机肥, 加之不合理的密植, 导致水肥、采光条件恶化, 柑橘质量下降, 既不好看, 更不好吃, 滞销便成为必然。

## 加工南瓜产品有市场

南瓜在我国各地均有种植, 尤其沟边地头、三荒地、山坡地都有良好的栽培。南瓜不仅营养丰富, 长期食用还具有保健和防病功能。南瓜产品的开发日益受到世界发达国家的重视, 已被公认为特效保健食品。

经研究表明, 南瓜味甘、性寒, 可消炎、止痛、强肝、助肾、降低血压、补中益气等功能, 随着糖尿病人的数量逐渐增加, 南瓜粉对预防和治疗糖尿病具有惊人的疗效。南瓜粉除了可直接食用和药用外, 还可大量用于各种食品、药品的配方或添加剂 (如南瓜晶、南瓜冲剂、南瓜糊、南瓜面条等)。目前已开发的南瓜系列产品有: 南瓜泥、南瓜茶、南瓜汁、蜜饯、果酱、罐头、酱油、果脯、果胶、面条等; 在目前众多南瓜产品中, 南瓜粉的生产销售量最大。南瓜粉世界的需求量约 2 万吨, 日本是消费与生产大国, 每年从中国、美国等国大量进口南瓜粉。

近年来, 南瓜粉已成为我国重要的出口创汇产品之一。国际市场价格有时竟高达 68 元/kg。随着人们对南瓜产品的不断认识, 南瓜产品的需求量将不断增加, 开发种植南瓜和加工南瓜产品, 有广阔的市场前景。

## 入世哪些农产品占优势?

今年年内,我国加入世界贸易组织,诸多普通的农产品面临着国外进口农产品挑战的同时,也面临着许多机遇。加入WTO以后,我国究竟有哪些农产品能在国际市场上占据优势呢?笔者经过大量的市场调查和有关专家预测,入世后将给以下7种农产品带来出口的优势。

**甘薯茎尖嫩叶** 甘薯又名地瓜、红薯。其茎尖嫩叶中富含维生素、蛋白质、微量元素、可食性纤维和可溶性无氧化物质,并有益于减肥、健美和健身防癌等作用。是人们喜食的高档蔬菜,在国内外被誉为“太空保健食品”,国际、国内市场十分走俏,尤其是在日本、港台和内地许多大中城市,已成为人们喜食的餐桌新宠。因此,其开发前景极好。

**富硒农产品** 硒是人体必需的一种微量元素。近几年来,随着人们物质生活消费水平的迅速提高,人们的饮食观念不断更新,营养、保健意识日益增强。为了迎合人们新的消费需求,科研人员除了开发、培育出本身富含硒元素的青仁乌豆、摩芋等农产品,还通过给农作物追施、喷施,或注射富硒元素的肥料等多种方法,从而陆续获得富硒苹果、富硒石榴、富硒大葱等富硒农产品,大大满足了人们对微量元素硒的强烈需求。因此,这些富硒农产品一问世就走红市场,且售价不菲,比普通品种要高出十几倍、甚至几十倍的价格,如:富硒苹果市场价高达20元/公斤。发展富硒农产品顺应了人们的消费潮流,因此,发展富硒农产品也极具出口的优势。

**特色甘薯** 是指特征特性异于普通甘薯的品种。从颜色上分有:薯皮异于常色甘薯的黑薯品种——紫色之梦,黄色品种——橙色之恋;从用途上分有:果菜药兼用型甘薯、果脯型甘薯、水果型甘薯、迷你型甘薯等特色甘薯。众所周知,大多甘薯具有营养丰富、口感好、产量高、食味佳、含糖量高、加工食品味美等多种优点,有延缓衰老的作用,对消化道、心脑血管疾病有较高的防效,并具有良好的

的防癌、抗癌之功效。又因甘薯生长于地下,在生长过程中几乎不受病虫害的危害,因此不需施用任何化肥、农药,可谓“纯天然无公害绿色食品”,特色甘薯自身的这些优点和特点大大附和了人们的消费新趋势。因此,近几年来,在国际、国内市场发展势头旺盛。

**特种玉米** 即在色、香、味、产量、品质、成熟期等多方面与普通玉米截然不同的玉米品种。特种玉米从用途上分:有高油玉米、高蛋白玉米、饲料专用玉米等玉米品种;从颜色上分有:红玉米、黑玉米、白玉米、花玉米等玉米品种;从口味上分有:甜玉米、粘玉米、糯玉米等多个玉米品种类型。近两年来,普通的玉米因产量大、用途窄,价格一直在1元/公斤左右的低价位上徘徊不前,而与之形成鲜明对比的是特种专用玉米由于用途专一、营养丰富、价值高、加工产品多等多种优点和特点,而成为市场的新宠儿,尤其是其中的甜玉米,因其用途和食用方法与水果蔬菜相类似,因此,又叫“蔬菜玉米”。甜玉米适于蒸、煮、烤、炒、做汤和凉拌,还可加工成罐头或以保鲜穗出口,效益都很好。因此,发展特种专用玉米是国内、国际玉米共同的发展趋势。

**特色鲜枣** 据业内人士分析,面对“入世”的挑战,我国四大果业:南方的柑桔、香蕉;北方的苹果、梨由于受我国人均面积较小、农业现代化水平较低,果品质量低劣等诸多因素的影响,不但没有出口的优势,而且将面临着进口果品的冲击。而枣是我国独有的果品,它富含人体必需的多种矿物质,维生素C的含量是号称“维生素C之王”的中华猕猴桃的2.5倍以上,干果可作食品、也可入药、酿酒、制香精等,综合利用价值高。是备受国人和西方国家青睐的果品,再加上其耐旱、易繁殖、耐瘠薄、结果早、适应性强、经济价值高等多种特点。从“物以稀为贵”的市场规律来看,目前是我国枣业千载难逢的大好发展机遇,尤其是发展大果型枣、奇形枣、金丝小枣、鲜食冬枣等品种。无疑是顺应“入世”的最佳品种,也必将是市场上俏销的“抢手货”。

**特色果蔬** 即在颜色、形状、风味、品质

等外在或内在品质不同于普通品种的果蔬。近几年来,随着农业高新技术的飞速发展和人民物质生活水平的迅速提高,人们的消费观念日益更新,普通的果蔬因多年一贯的老面孔和老品味而受到了人们的冷落,而与之形成鲜明对比的是特色农产品以其异常艳丽的颜色、奇特怪异的形状和超常诱人的品质而让广大消费者大开了眼界。彩色果蔬有:六彩花生、五彩树莓、双色西瓜、彩色地瓜、彩色番茄、彩色黄瓜等彩色果蔬;奇形果蔬有:弹丸似的茄子、迷你黄瓜、樱桃番茄、飞碟状的南瓜等奇形果蔬;异味果蔬有:奶香风味的西瓜、香蕉风味的甜瓜等异味果蔬。这些特色果蔬的问世在给人们带来一次次惊喜的同时,也给生产、经营者带来了丰厚的利润。特色农产品因满足了人们的消费欲望,顺应了时代的消费潮流,因此,备受人们的青睐,在市场上形成了一道亮丽多彩的风景。无疑,特色农产品也必将是世界果蔬共同的发展趋势。

**灵芝产品** 众所周知,灵芝在世界上被誉为“东方仙草”,它富含有机锗、氨基酸、蛋白质、生物碱、高分子多糖和多种酶类等有效成分。灵芝自古以来是世界公认的名贵珍稀中药材,具有防癌、抗癌、养颜美容、延年益寿、益气增智等多种功效。在医疗保健应用中的作用不亚于西洋参和人参,有广泛的研究与临床疗效。千百年来,人们始终把它当作名贵中药材使用。近几年来,随着人们生活消费水平的迅速提高和营养保健意识的逐步增强,人类对灵芝的需求量日益增加,因此,灵芝的生产和加工发展也较快,应用范围不断扩大。目前,我国的灵芝产品有:天然灵芝、灵芝孢子粉、灵芝茶、灵芝酒、灵芝保健饮料、艺术造型灵芝盆景等30多个品种。大大满足了广大消费者防病、治病、养颜美容、观赏、装饰、美化居室等多方面的不同需求。我国的灵芝生产历史悠久、美名远扬,再加上近几年人工栽培灵芝的大量面世,因此,无论在产量、品质上,还是产品品种、知名度上,我国的灵芝产品在这个世界上可以说是独占鳌头。《摘自〈中国蔬菜网〉》

## 山野菜罐头销售好

一度被消费者冷落的山野菜罐头近年已走出低谷,在国内国际两个市场销势活跃。国内市场自1997年以来每年以10%的速度递增;国际市场需求亦逐年上升,年销量在30万吨以上,换汇达3亿美元以上。业内人士称,我国山野菜资源十分丰富,各地可依托山野菜基地,大力组织农民和下岗职工采集、加工,提高质量,满足国内外市场需求。

## 特色菜走上畅销路

福建省洞头县跨年度养殖的紫菜于近日收割、销售完毕。据统计,全县紫菜产量达1215t,产值2463万元,平均亩产量达185kg。亩均盈利在3500元左右,创历史最高水平。为了拓展紫菜、羊栖菜的流通渠道,该县运用现代科学技术,提高加工水平,力创品牌,并千方百计地寻找商机,在京、津、沪等大中城市设立营销网点,形成国内外两大市场的销售网络。由于洞头出产的紫菜、羊栖菜质量高、牌子硬、声誉好,很快成为市场的畅销品。