

国内税务师事务所寻求行业联盟 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/79/2021_2022__E5_9B_BD_E5_86_85_E7_A8_8E_E5_c46_79514.htm “中国税务师需要自己的行业联盟，去证明我们并不比国外的企业差。”随着安永、普华永道、德勤、毕马威这四大国际会计师事务所在我国的攻城略地，近来国内一些注册税务师行业的先行者喊出了“联盟”的口号，一个由国内税务师事务所组成的行业联盟呼之欲出。据了解，目前国内90%以上的税务师事务所营业额都在500万元以下，超过5000万元的仅有十家左右，虽然已经形成了部分地区性大所，但还有没有全国性的连锁大所，与四大国际会计师事务所相比，还显得微不足道。四大国际会计师事务所不仅早已瓜分了像中国银行、中国电信、中国移动这样大型企业集团的审计和咨询业务，近期还在各地建立他们的分所，加紧跑马圈地，占领市场。另外，让很多国内的税务师事务所感到紧张的是，按照我国加入wto的承诺，2006年我国的税务服务市场将全面对外开放。那么，国内税务师事务所与国际会计师事务所的差距到底在哪里呢？北京致通振业税收筹划事务所首席执行官李记有认为，业务不够专业，没有自己的品牌，自然难以获得消费者的认可。李记有举例说，毕马威的工作人员到客户那里都提着自己的电脑，把报告写得很厚，而一些国内的税务师提供的可能就是一两张纸。“虽然实际上提供的服务可能差不多，但是给客户的形象是你是不专业的，人家是专业的。人家拿着笔记本电脑，在电脑上记录，打字还非常快。我们呢？拿着一个笔记本，然后在笔记本上记录，给人的印象就是不专业的。”

李记有对毕马威的专业化形象很是佩服。“国内的税务咨询人员仅仅熟悉国内或者仅仅开始熟悉国内的税务管理体系。但很多大型的中国企业现在有一个需求就是要进入国际市场，他们主要的困惑就是进入那个地区从事经营的时候所面临的税制变化是他们完全不熟悉的，这是国内税务师事务所现在还不能解决的。”安永会计师事务所合伙人陈明宇替国内税务师指出了这样的缺陷。如何打造和提升国内税务代理的品牌魅力，以应对越来越激烈的行业竞争？“要想与他们抗衡，联盟是惟一出路。”李记有说。在去年12月初召开的西南地区第六次税务代理理论研讨及经验交流会上，我国21个专业行业涉税服务网络的负责人一致希望，通过整合有效资源，将已经打下良好基础的行业涉税品牌和新研发的涉税认证业务与全国各税务师事务所进行全方位实质性的合作，通过品牌输出、特许加盟、连锁经营的模式，尽快形成注册税务师行业战略合作伙伴关系。据李记有透露，他们正在广泛联系国内各地的税务师事务所，一个由国内税务师事务所组成的联盟有可能在不久以后形成。“目前已经有很多事务所表示出了对联盟的兴趣，正在做进一步的磋商。我们初步打算组建一个松散的联盟，还是各用各的名字，但共享客户资源，还可以搞内部认证，共同培训人才。”李记有对联盟充满了信心。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com