

灼见电子商务（云南）有限公司

新平县电子商务公共服务中心 建设及运营方案

根据《财政部办公厅 商务部办公厅 国家乡村振兴局综合司关于开展 2021 年电子商务进农村综合示范工作的通知》（财办建〔2021〕38 号）、《云南省商务厅 云南省财政厅 云南省乡村振兴局关于做好 2021 年电子商务进农村综合示范项目及资金管理有关工作的通知》（云商电商〔2021〕47 号）、《玉溪市商务局 玉溪市财政局 玉溪市乡村振兴局关于印发玉溪市 2021 年电子商务进农村综合示范项目实施方案的函》（玉商函〔2021〕44 号）、《新平彝族傣族自治县人民政府关于印发新平县 2021 年电子商务进农村综合示范项目实施方案的通知》（新政通〔2021〕24 号）、《新平彝族傣族自治县人民政府关于印发新平县 2021 年电子商务进农村综合示范项目专项资金管理办法的通知》（新政通〔2021〕25 号）等文件相关要求，立足新平县实际，秉承求真务实、政企共建设、落地深耕的建设运营原则，力争为全新平县电商从业者提供全方位、全流程的电商技术支撑，特制定本方案。

一、指导思想

全面贯彻党的十九大精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入贯彻落实习近平总书记重要讲话精神，围绕乡村振兴主题，大力发展农村电商，助力新平乡村振兴战略实施，实现新平县乡村振兴工作走在全省前列。

二、服务目标

公共服务中心建设以现有场地资源整合、节约成本进行提升改造为原则，不盲目追求“高大上”，项目落地后进行调研，在地理位置、场地基础设施配套、场地内部空间格局、周边商业环境等方面基本符合要求的挑选 1 个选点报领导小组讨论，最终确定 1 个场地进行建设（溪湖小镇中科智运一层 1400 平方米铺面和房屋）。装修风格以现代主流简约风格为主，突出电商及创业氛围，适当融入新平县彝族傣族的民族文化元素。按照实施方案要求，公共服务中心设立数据处理、人才培养、农特产品展示展销、企业集聚、创客孵化、产品研发设计、网络直播等功能区域，明确功能分区，配备专业运营团队入驻开展服务工作。计划于 2022 年 5 月底完成公共服务中心建设，并完成必要的设备采购安装，6 月初正式开业投入运营。公共服务中心建成后，应广泛开展宣传推广，制定各项规范的服务流程和扶持政策，为新平县电商创业者和从业者提供开放性的一站式电商综合服务。

三、建设要求

整合利用现有场地资源，改造提升 1 个新平县电子商务公共

服务中心，设立数据处理、人才培养、农特产品展示展销、企业集聚、创客孵化、产品研发设计、网络直播等功能区域；引进具备运营条件的团队负责管理，构建线上电子商务公共服务平台，建设线上线下融合的公共服务体系，提供技术支持、培训孵化、产品对接、品牌建设、金融信用和其他衍生增值服务等，统筹农村电子商务发展。协调推进工业品下乡、农产品进城、物流快递、培训孵化、产销对接等板块建设与运营服务，形成新平电子商务特色模式，打造县域电子商务产业集聚区。

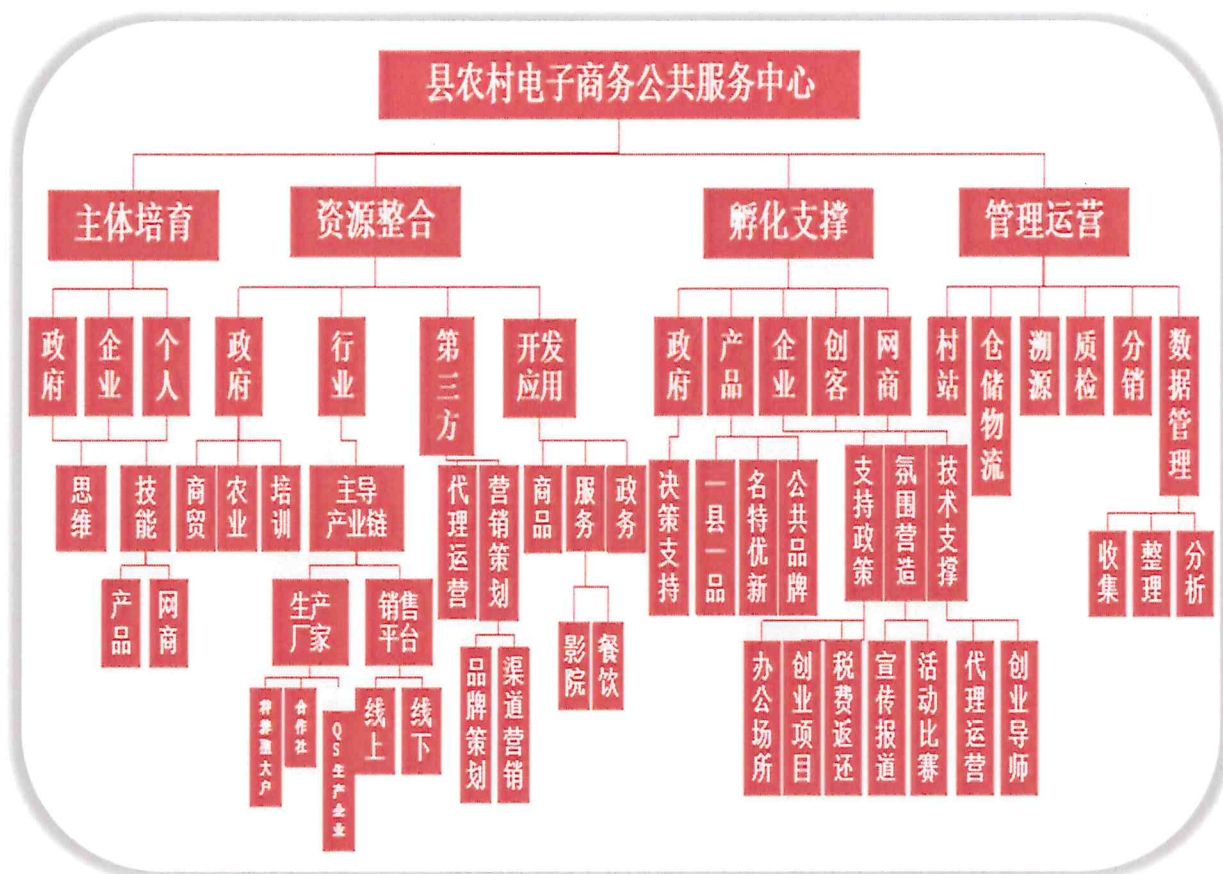
四、发展模式规划

新平县农村电商运营实施的模式规划：运营模式是“一个中心、两条主线、三大体系、四维平台、五方联动、六项举措、七点聚核”协调演奏的交响乐模式，具体而言就是：“新平县农村电子商务服务中心”，围绕农村产品进城和网络商品入村两条主线，建立人才培育、转型孵化和品牌营销三大体系，形成资讯、订货、物流、直播四类平台，协调政府、协会、运营商、供应商、服务商五方联动，实施政府重视、组织到位，目标明确、责任落实，创新模式、注重实效，围绕主线、突出重点，措施得力、统筹兼顾，规模发展、扩大应用六项举措，最终实现品牌、人才、产品、信息、平台、网商、资金七点聚核。

（一）一个中心

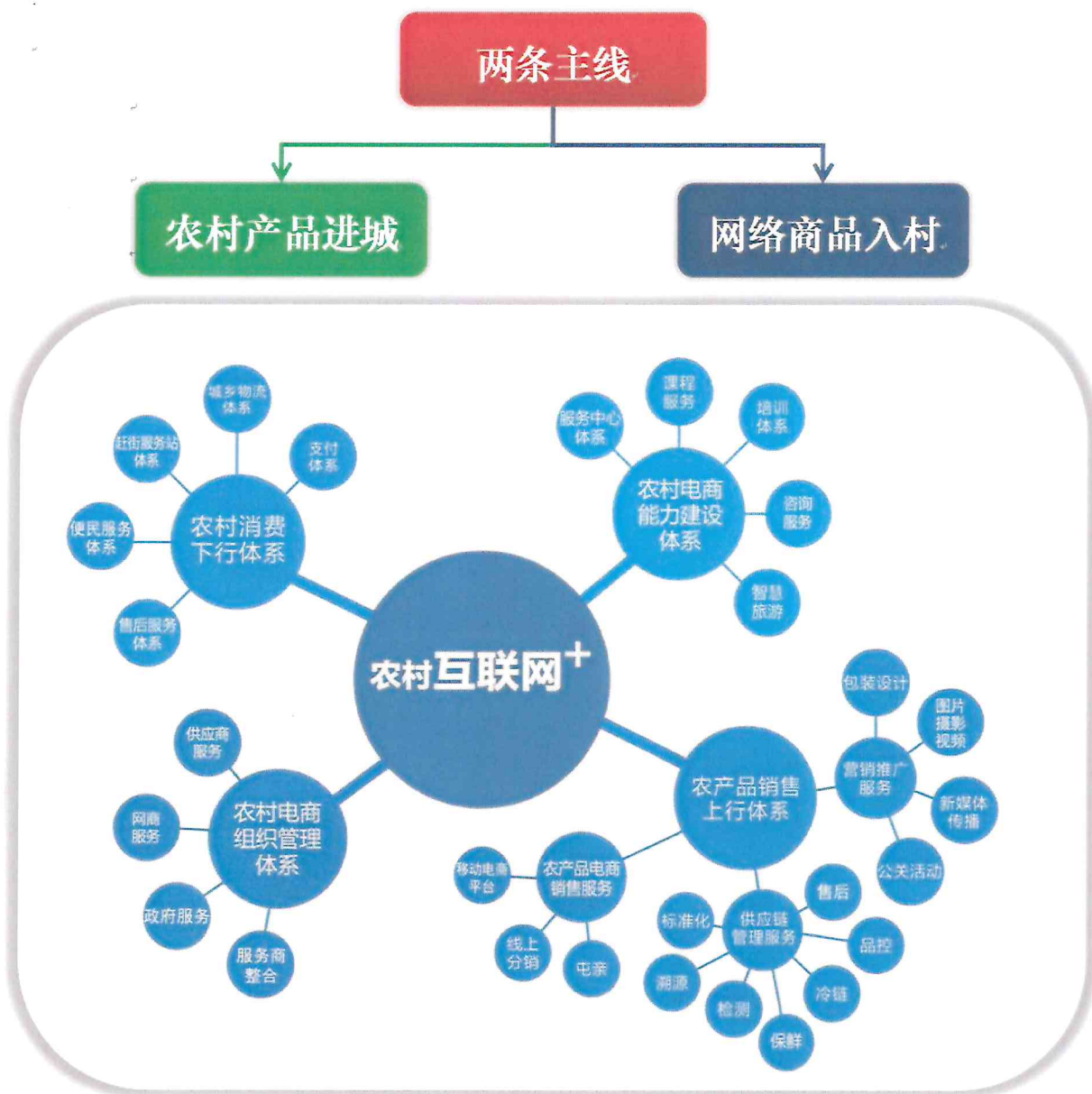
经新平县电子商务进农村工作领导小组批准，建立了专注于为新平农村电子商务发展服务的专业机构，即新平县电子商务公

共服务中心。服务中心其主要服务对象为政府、农场主、合作社、家庭农场、家庭作坊、企业、大学生、残疾人、网商等各类有志于从事电子商务行业的相关人员和机构,在新平县电子商务发展中切实起到上传下达、落地实施的推动作用。



(二) 两条主线

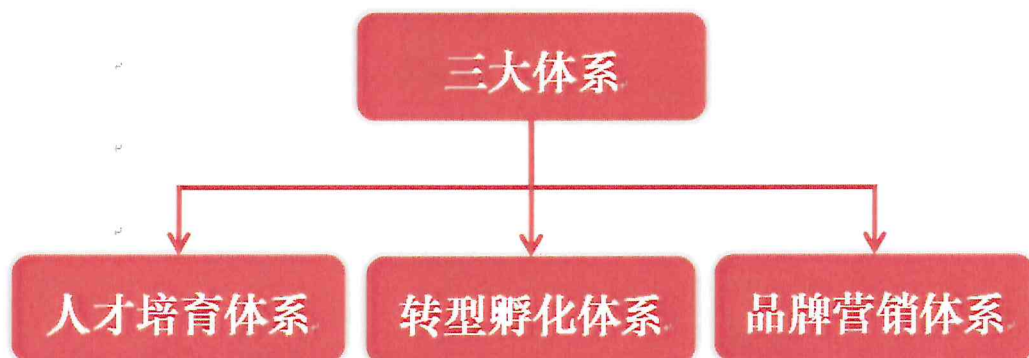
为促进新平县农村电子商务持续、快速、健康的发展,畅通农产品流通体系,县委县政府倡导新平县农村电子商务服务中心,坚持以“农产品进城”和“工业品下乡”为现条工作主线,在实践中创新思维、总结经验,争取在全省更大范围内推广实施,为新平县农村电子商务发展探索新的路径和模式。



(三) 三大体系

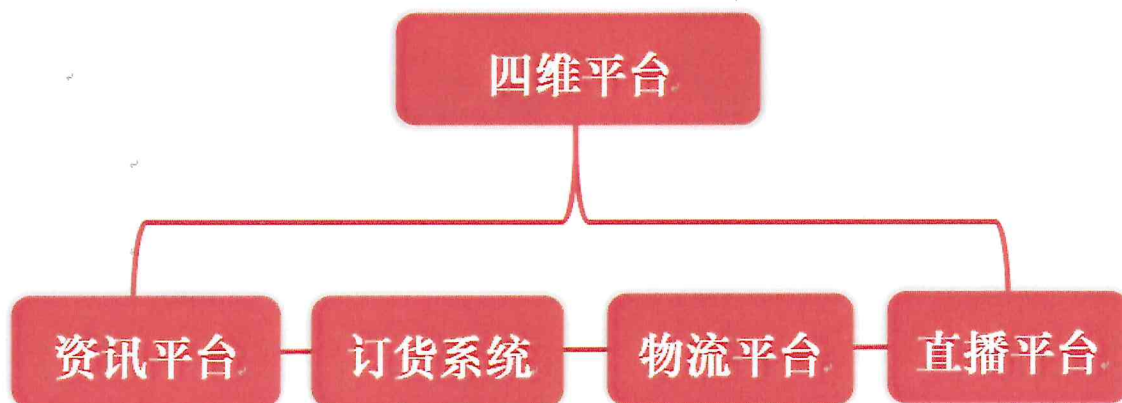
灼见电子商务(云南)有限公司作为服务中心运营主体,其团队具有多年农业电商实战经验,为新平县电子商务发展量身制定了培训、孵化、营销三大体系,各体系之间形成了先易后难、循序渐进连环发展模式,有效完善新平县农村电子商务生态体系

建设,优化农村电子商务发展环境,提升农村电子商务发展水平,增强新平县农特产品的市场竞争力。



(四) 四维平台

为打通新平县农特产品流通价值链,我县构建了以资讯平台、订货系统、物流平台、直播平台为基础的四维平台,四维平台之间互联互通,形成闭环,实现降低企业经营成本,提高效率,减少不必要的中间环节和重复流程。



(五) 五方联动

在新平县将农村电子商务主体进行分类,大致分为政府、协会、运营商、服务商、产品供应商,其中政府主要负责指导、协调、扶持、监督、考核新平县农村电子商务服务中心的各项运营

工作；协会则需要协助政府制定各种规划、地方性法规、扶持政策、项目申报等工作；运营商以服务中心运营管理为工作重心，起到上情下达、下情上报的沟通桥梁作用，并对服务网点负责人、服务商进行管理、监督、考核；服务商作为新平农村电子商务发展必不可少的主体之一，在线上主要提供农特产品的销售平台，在线下主体提供融资、设计、代运营等服务；产品供应商则是以企业、合作联合社、农场等为核心主体，负责组织网货，并对产品质量进行严格把控。各主体之间相互协作，形成合力，共同营造电子商务发展的良好环境。



（六）六项举措

新平县电子商务发展坚持政府重视，组织到位；目标明确，

责任落实；创新模式，注重实效；围绕主线，突出重点；措施得力，统筹兼顾；规范发展，扩大应用六大举措，确保新平县农村电子商务健康发展。



（七）七点聚核

最终以实现新平县品牌聚核，特色轰动；产品聚核，产业鸣动；人才聚核，培育牵动；信息聚核，传播流动；平台聚核，四维互动；网商聚核，有效带动；资金聚核，经济翻动的七点聚核为目标，推动新平县农村电子商务发展取得全新的突破。



综上所述，新平县农村电子商务发展模式可以归纳总结为：由一个中心（新平县农村电子商务服务中心）负责整体运营，以两条主线（农村产品进城、网络商品入村）为核心贯穿于整个农村电子商务发展过程；以三大体系（人才培养、转型孵化、品牌营销）为支撑为新平县农村电子商务发展储备专业复合型电子商务应用人才，以保障农村电子商务能够长久持续发展，通过四维平台（资讯、订货、物流、直播）实行规范化管理，依托现代电子商务手段展示新平特色，打造新平特色农产品网络品牌，构建完善的物流配送体系，打通农村电子商务“最后一公里”。营造政府、协会、运营商、服务商、产品供应商五方联动，共同参与，共同建设，共谋发展，线上线下相融合的电子商务发展环境，以六项举措为新平县农村电子商务持续发展提供有力保障，制定出符合本地农村电子商务发展的战略规划措施，最终实现品牌、产

品、人才、信息、平台、网商、资金的七点聚合效应，从而全面带动新平县农村电子商务经济发展，形成新平县特有的农村电子商务发展模式。

五、实施内容

（一）完善公共服务中心功能区划分

新平县电子商务公共服务中心，规划面积约 1000 平方米(具体以选址确定以后实际面积为准)，建设分为设备设施采购和场所装修改造两部分，装修改造为设备购置具体情况待公共服务中心选址确定以后制作采购计划。

1. 功能定位

改造升级具备技术支持、培训孵化、产品对接、品牌建设、金融信用和其他衍生增值服务等，为全县企业、农户、个人提供规范的电子商务公共服务；为从事网络创业和服务人员提供技术支持、信息服务、营销推广及其他增值业务等服务的的新平县电子商务公共服务中心。规划前台及接待大厅（休息区）、数据处理、人才培养、农特产品展示展销、企业集聚、创客孵化、产品研发设计、网络直播等功能创客孵化区、会议室、运营办公室等必要的功能区域，以及其它必要的办公设施设备，显著位置有“全国电子商务进农村综合示范项目”、“新平县电子商务公共服务中心”字样。

2. 运营目标

建立“县+乡+村”全流程运营服务机制，强调公共服务功能为

主，彰显地域、产业特色及丰富的电商元素。配备必要的办公设施和专业服务团队，为辖区内生产型企业、合作社、电商企业和有意从事电商的创业者提供电商政策咨询、培训孵化、实战演练、美工策划、商品定位、产品摄影、创意设计、品牌策划、营销推广、分销渠道、软件技术支持、数据分析、包装运输、客服管理、证照办理、活动宣传等“一站式”服务。统筹推进品牌标准、品质控制、快递物流、培训等公共服务，为制定农村电商长效发展机制提供数据支撑。进一步完善新平电商培训孵化能力，为全县电子商务发展提供人才培训、创业孵化、网红打造等一系列孵化服务。实现“消费品下乡”和“农产品进城”双向流通，构建“技术支持+培训孵化+产销对接+品牌培育+网络推广+其它增值服务”的全方位服务模式。

3. 服务中心功能区域设置

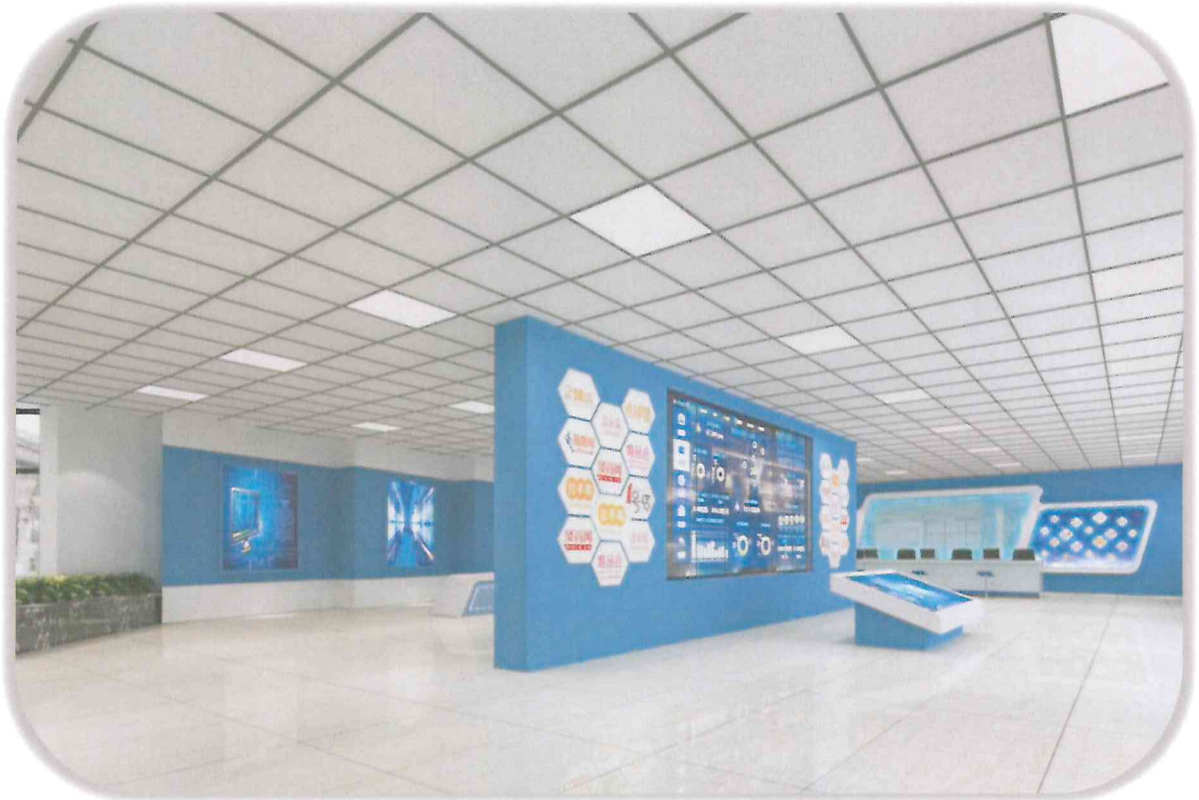
区域 1：公共服务中心办公区（100 m²左右）

（1）办公大厅

用于公共服务中心运营管理团队办公，负责新平县电子商务公共服务中心的整体运营管理工作。由项目负责人牵头，统筹内外部专业团队、智库和资源，配合新平县电子商务进农村工作小组和商务局，负责全县电子商务进农村工作的整体规划和具体推动落实工作，包括工作方案的制定与实施、各方资源的整合与开发、相关资料的收集与汇总等内容。作为公共服务中心的行政办公室，负责统筹协调日常管理和工作安排，人员调度等。

（2）服务前台

设立电商公共服务接待中心，通过设置相关电商公共服务咨询前台，为入驻公共服务中心的各类企业提供政策宣传、法律法规咨询及相关手续办理等政务服务。在显著位置印有“新平县电子商务公共服务中心”等字样，配置电脑、打印机、电话机、饮水机、服务台账等，用于接待来访人员及日常工作；配备专业服务人员，根据来访者不同通知相关工作人员。



（图例）

（3）接待室区域

主要作为管理接待区域，为入驻企业提供日常业务咨询与辅导，及服务中心公共服务设施的预约申请管理，同时负责外来访客的接待工作。经选址确认具体地点后，可能会根据实地场地情

况，设置开放式的接待区或交流区。



接待室（图例）

区域 2：农产品展销展示区/农产品研发体验中心

组建专业团队梳理新平县本地农特产品体系，鼓励标准化、规模化生产，推动农产品上行。

首先，划分产品品类。

整合区域特色、优质农副产品资源，将本地农产品品类大致划分为三个等级：

初级品类，即无需深加工的农副特色产品；

中级品类，即初级加工产品型，如简单包装类产品；

名优品类，即当地具有代表性的、已拥有自主品牌的产品。

其次，建设产品线。

建立产品资料库。针对每一种农产品分别建立产品档案，包

含品类名称、包装情况、供应商名录、供应数量、供应季节等内容；根据已划分的产品品类，建立品类资料库，并完善管理制度

全面拓展产品线。采用网络查询、线下搜集、商务部门推荐以及龙头企业引荐等途径，全面挖掘本地农副产品拓展产品线：利用淘宝、天猫、京东等成熟第三方电子商务平台，以及通过邮政等物流企业，联系当地农特产品商家拓展产品线；通过本地商务部门，与本地龙头企业、实力电子商务企业沟通并建立合作，拓展优质产品供应渠道；发挥团队优势，通过线下搜集、走访，利用本地供应网络，拓展产品线。

保障产品质量。建立健全农业标准、技术服务、农特产品质检及认证体系，搭建和使用信息化追溯平台，加强对农特产品生产及流通全过程的监管；强化市场准入，严格把控农特产品入市交易关，形成完善的农特产品安全质量保障体系。



产品展销展示区（图例）

线下体验店可展示 200 种以上本地农特产品、工艺品等商品。该区域是与将在淘宝、京东、苏宁易购等主流电商平台上建设的特色馆相对应的线下体验专区，聚集新平当地代表性农产品、工业品、手工艺品、民俗产品以及线下流行的乡村旅游产品通过线上线下同步展示，并对新平县本地风土人情进行展示；含主题形象墙、产品展示台、特色产品仓储超市、智能包裹柜等元素，为政府人员及外地参观者提供实地考察平台，直观感受本地文化及产业。

区域 3：创客空间（200 m²左右）

建设目标：在当前互联网+的时代下，培养具有“创新、创造、创业、分享”精神的高新创客人才，在此区域建设 50 个工位。

创客是创新创业重要的助推者之一，目前我国的创客规模仍较小，进一步推进国内的创客运动，需要不断培养培育更多的新型创客人才。打破专业界限，基于多学科、跨专业，“跨界整合、集成创新”达到深化创业意识，增强创业实践能力，提高创业质量的目的，前期通过线上服务平台及相关宣传媒介向社会进行招商，招募适合园区的创业者入驻。

- ①孵化交流公共场地及培训交流场地；
- ②在国家有关政策范围内协助申报有关优惠政策；
- ③电子商务战略规划咨询以及每月一次的电商经营诊断；
- ④全年不低于 20 个课时的电子商务运营及电商平台基础知

识培训；

⑤电子商务人才推荐；

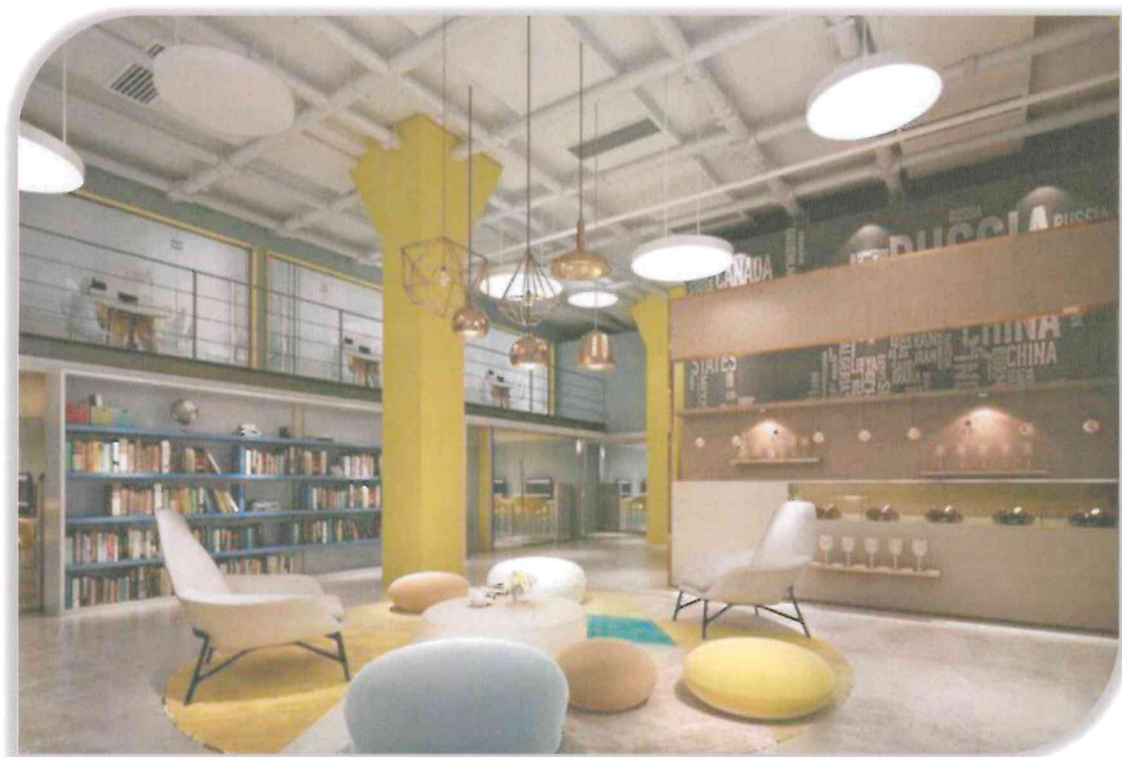
⑥电子商务仓储物流解决方案；

⑦电子商务金融咨询服务；

⑧每季度一次的电子商务高端沙龙或论坛；

⑨成本价享受基地摄影、UED 设计、推广、客服等外包服务；

⑩成本价享受基地的技术研发资源、平台电商资源及高端实训服务。



(图例)

区域 4：创业孵化中心（300 m²左右）

建设目标：孵化本地店铺，同时组织协调培训、服务站点、

物流、农产品上行统筹工作。

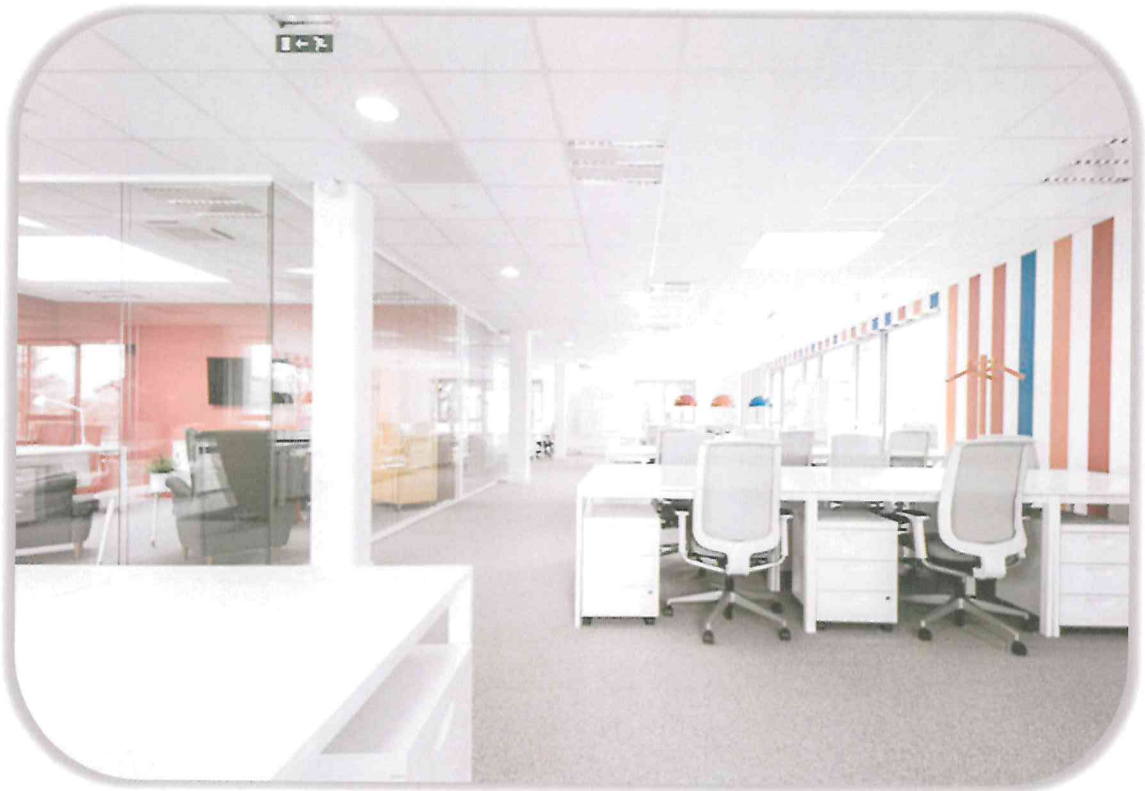
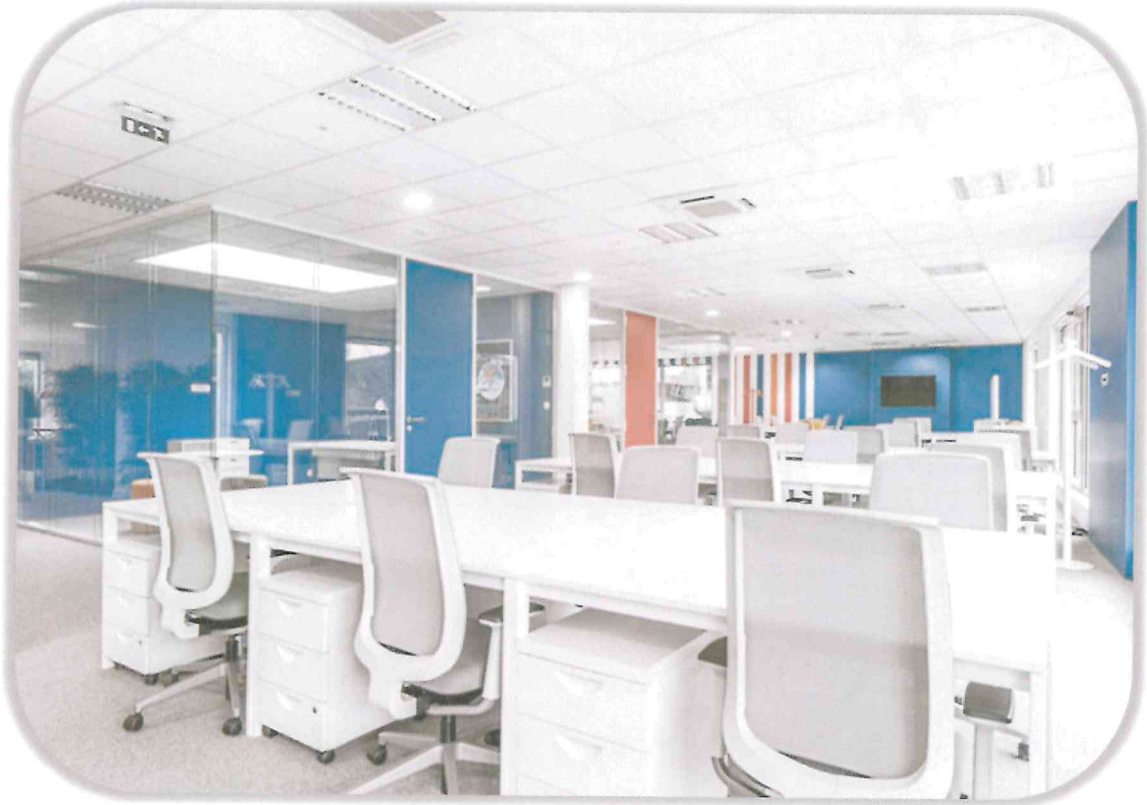
根据入驻孵化企业情况，配套办公场地和其他办公设施设备。主要服务于新平本地有志从事互联网和电子商务创业的小微创客，在成熟电商平台独立开店进行个人创业的功能区域。进驻公共服务中心后的个人创业者可享受园区免费办公场所、设施及运营方创业政策咨询、货源渠道支持、运营培训、仓储寄递、政策支持、创业实践等一系列服务，充分满足电子商务企业对于空间、管理、服务、合作等方面需求，构建网商群体生态链和电子商务服务产业链。





孵化后刚开始创业的创业者办公卡座 2-3 人团队办公区
(图例)

效果展示（参考）



孵化区（图例）

硬件配置

孵化区根据三类情况配置如下：

A. 刚孵化出来的单人办公卡座，配置电脑、卡座等，至少培育 1 家农村电商企业能够对村站提供网络代购、仓储配送、在线支付等服务。

B. 2-3 人的团队，配置 30 平方米-50 平方米的办公区域，配置办公桌、电脑等，共用仓储物流中心等电商公共服务；

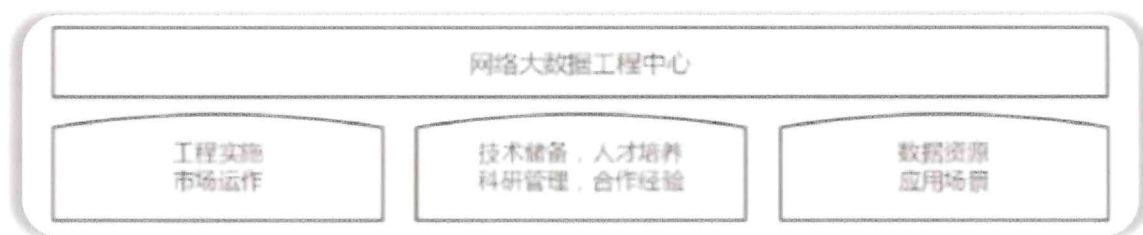
C. 5 人以上团队，配置 70 平方米以上的办独立公共区域，配置办公桌、电脑等，共用仓储物流中心等电商公共服务；

区域 5：新平县电商大数据中心（100 m²左右）

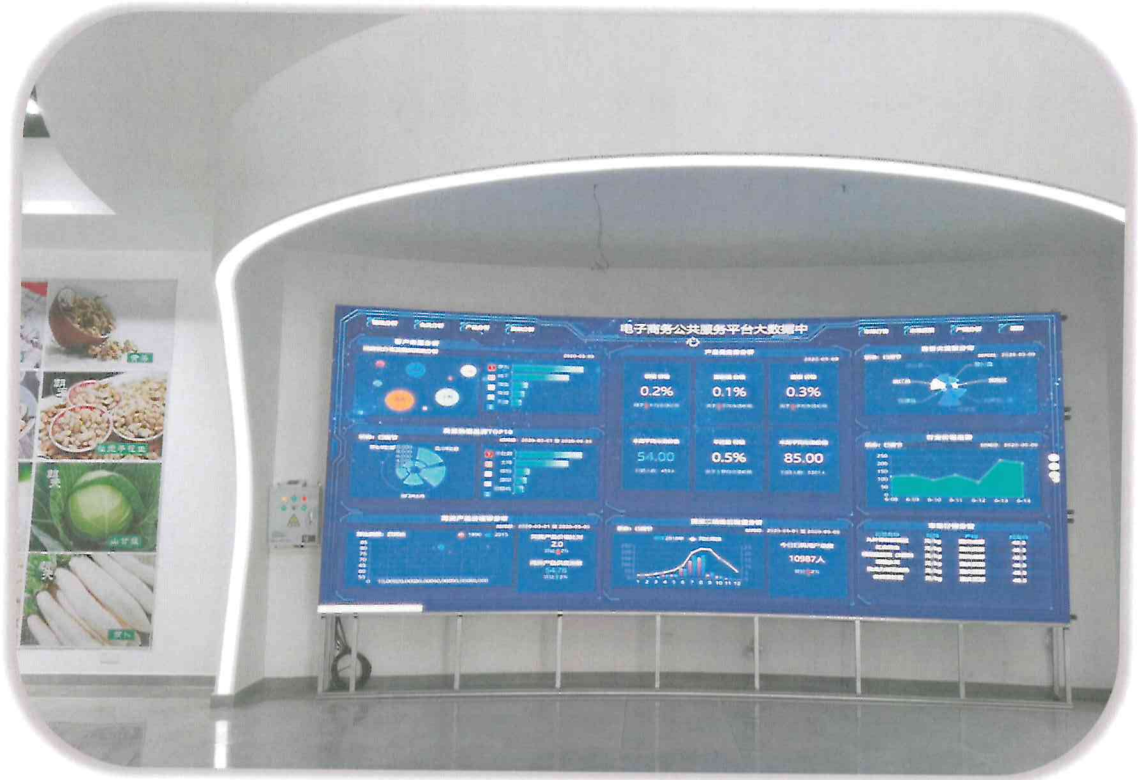
建设目标：

- （1）提供公共服务中心网络安全领域解决方案；
- （2）公共服务中心大数据更新方案的标准。

维护好现有的农村电商大数据系统，正确且集中体现新平县农村电商大数据相关信息，并做好信息报送工作。



中心总体架构（图例）



(数字大屏图例)

区域 6：电教（培训）室（400 m²左右）

作为新平县电商人才培训服务基地，单次至少可容纳 200 人进行培训，配置一套教学多媒体设备、桌椅以及其他必要的培训设备，用于公共服务中心举办各类培训班、分享交流会、创业论坛等，同时承接外部培训、会议等活动，普及电子商务知识，提高电子商务技能，引导农村电商创业，大力促进新平县电子商务发展。

培训对象包含政府工作人员，电子商务企业、传统制造企业、旅游企业从业人员，电商创业人员等。培训课程包含电子商务行业动态、视觉营销与品牌推广、网品设计与美工优化、网店管理

与经营规则、网络营销技巧与数据分析、供应链管理、电子商务法律法规、移动电商、电商支付与互联网金额、农产品流通与规范、库存优化与物流管理、电子商务发展模式与经典案例、旅游电商等。



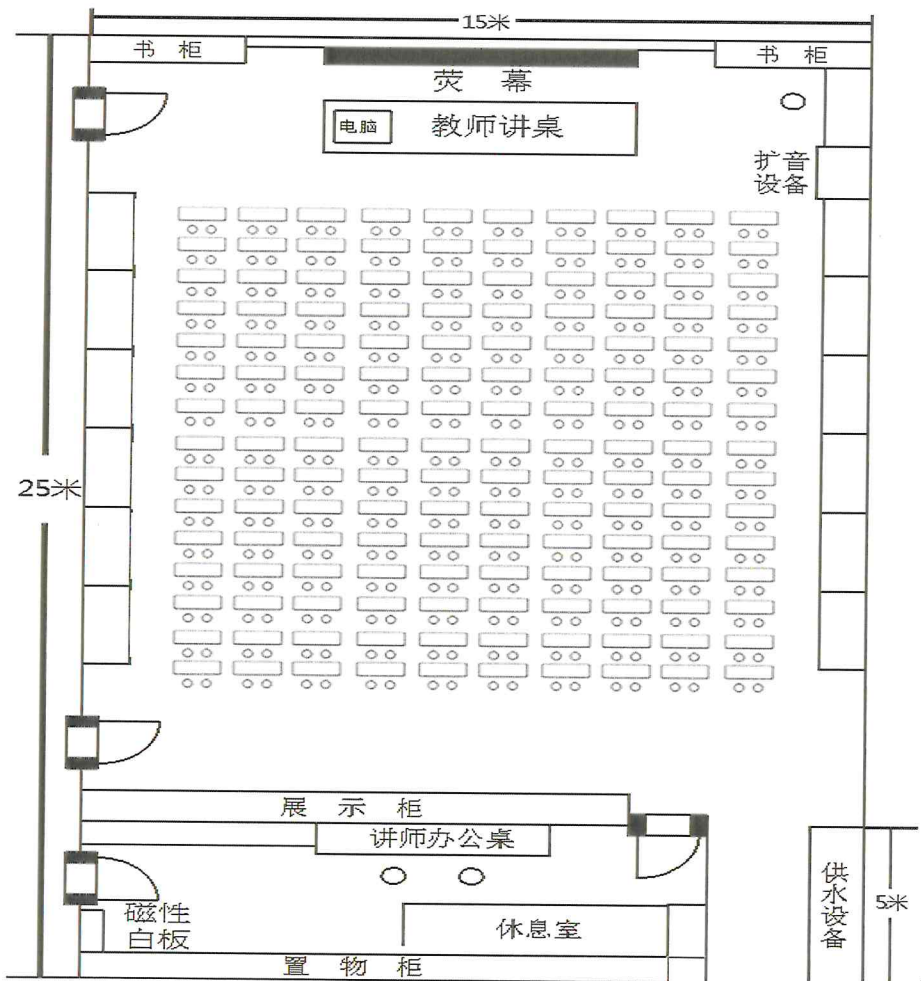
培训室（图例）



培训室（图例）



培训室（图例）



平面图（图例）

区域 7：摄影室、直播间（150 m²左右）

配备摄影棚、聚光灯等专业设备，运用众筹思维创设一个专业摄影、视觉设计的空间，为公共服务中心入驻企业及个人提供专业图片美工处理场所与器材，为新平县农产品上行提供产品包装拍摄、图文素材等技术支持，并承接外部业务。



摄影室（图例）



直播间（图例）

区域 8：多功能会议室（200 m²左右）

容纳 20 人左右进行洽谈。主要面向园区创业者，提供商务、投资洽谈、小型电商培训、创新创业模式研讨等功能；同时针对入驻电子商务公共服务中心的创业项目举办项目路演活动，通过创业项目、投资人以及政府相关部门的零距离直面对话、平等交流、专业切磋，促进创业项目、投资人以及政府相关部门的充分沟通和相互了解，让政府、银行机构、各地商会以及投资者个人深入了解创业项目，选择优秀项目进行政策扶持、贷款或投资支持，同时帮助创业企业申请政府和孵化园的优惠政策、场地支持等，帮助企业争取银行、商会等机构以及投资者个人的贷款、投资等，推动融资进程。



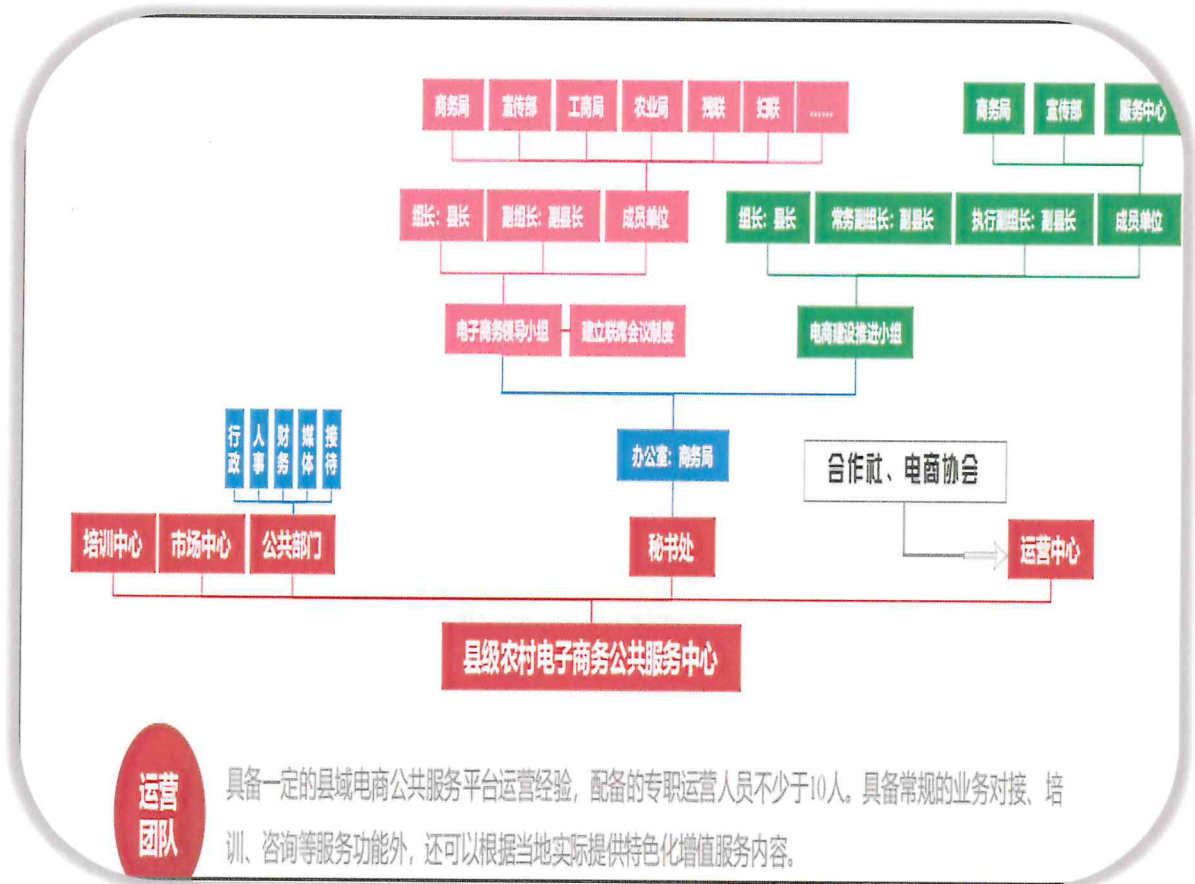


会议室（参考图例）

公共服务中心的主要设备

	服务项目	规格/型号	数量	单位
公共服务 中心主要 设备	电脑	符合实际需求	根据实际情况配置	台
	办公桌椅	符合实际需求	根据实际情况配置	套
	文件柜（含保密柜）	符合实际需求	根据实际情况配置	组
	摄影机	符合实际需求	根据实际情况配置	套
	打印复印一体机	符合实际需求	根据实际情况配置	台
	网络设备	符合实际需求	根据实际情况配置	套

（二）配备电商中心专业运营团队



服务中心运行架构（图示）

以下为主要岗位职责及职能, 每个岗位具体人数待公共服务

中心建成后根据实际需要进行安排。

1. 产品运营团队

(1) 负责网店整体规划、营销、推广、客户关系管理等系统经营性工作；

(2) 负责网店日常改版策划、上架、推广、销售、售后服务等经营与管理工作；

(3) 负责网店日常维护，保证网店的正常运作，优化店铺及商品排名；

(4) 负责执行与配合公司相关营销活动，策划店铺促销活动方案；

(5) 负责区域公共品牌策划，并根据品牌定位和文化底蕴研发系列产品，并制定品牌营销推广策略；

(6) 制定销售计划，带领团队完成销售业绩目标；

(7) 客户关系维护，处理相关客户投诉及纠纷问题。

2. 设计团队

(1) 负责网店页面的整体美工创意、设计和页面的实现；

(2) 配合网店策划及开发人员进行相应的专题页面制作；

(3) 负责公司平面宣传品的设计；

(4) 服从公司指挥，认真执行其工作指令，一切管理行为向公司负责；

(5) 严格遵守公司规章制度，认真履行工作职责；

(6) 负责公司广告、图片、动画、海报、logo 及网页的设

设计制作上传；

(7) 负责公司网店活动专题的版面策划、设计以及制作上传；

(8) 认真做好各类信息和资料收集、整理、汇总、归档等工作，为公司旗下各项目的成功开发提供优质的素材；

(9) 主持设计工作，担纲创意核心、设计指导、效果统筹、设计沟通的任务。

3. 营销团队

(1) 搭建线上线下营销业务平台，利用抖音、快手、微博、公众号等多种网络推广方式和相关产品推广工作；

(2) 运用多种网络推广手段来提高网店访问量及传播效果；

(3) 分阶段按时完成网店推广任务，定期对推广效果进行跟踪、评估；

(4) 对网店的流量负责；

(5) 及时提出可行性建议，给出实际可行的改进方案并实施；

(6) 上级临时指派的其他工作任务。

4. 文案团队

(1) 负责网店相关栏目的信息搜集、编辑、审效等工作；

(2) 完成信息内容的策划和日常更新与维护；

(3) 编写网店宣传资料；

(4) 收集、研究和处理网络读者的反馈信息；

- (5) 配合部门组织策划推广活动，并参与执行；
- (6) 协助完成栏目的发展规划，促进网店知名度提高；
- (7) 加强与内部相关部门和组织外部的沟通与协作；
- (8) 擅长写作，擅长软文写作。

5. 供应链管理团队

(1) 负责本地农产品、网销农产品数据建立，充分调研分析本地特色产品优势、卖点；

(2) 农产品货源采购洽谈，探索线上线下渠道开拓与供需对接；

(3) 负责县域商业体系有关的农村商业网点、渠道资源洽谈对接，围绕新型农村商贸网点和传统商贸流通转型升级开展模式创新；

(4) 负责供应品下乡流通渠道的建立，依托农村电商服务站、物流站点开拓农村工业消费品线上线下流通渠道，实现统一统筹、统一仓储、统一配送的模式；

(5) 与运营团队共同制定月度、季度、年度运营计划，制定岗位考核指标；

(6) 针对线上线下营销活动面向的产品，提供产品供应量的评估意见，确保产品供应能够满足活动需求。

6. 物流团队

(1) 负责物流仓储中心的建设和设备采购；

(2) 与区域内快递物流企业洽谈合作，制定物流业务合作

方案；

(3) 对服务站点负责人开展业务技能培训，让站点具备快递收发功能；

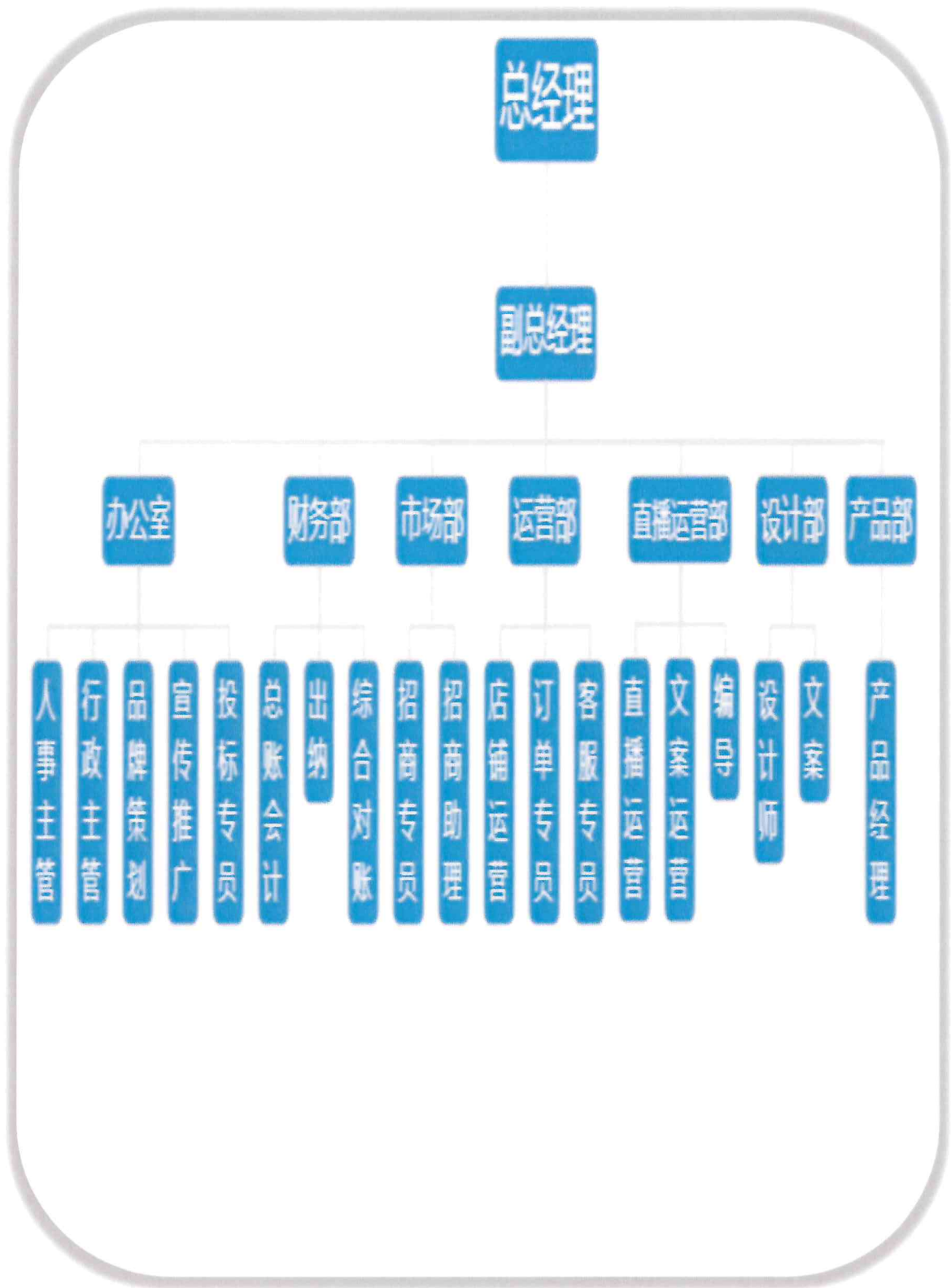
(4) 负责县级仓储物流中心的日常管理和物流业务开展，包括进出库管理、车辆调度、物流信息系统操作、包裹分拣等；

(5) 根据物流中心的快递量汇总成为物流大数据分析报告，按月报送物流数据报告，制定可行的应急预案，避免电商购物高峰期的配送时效问题。

7. 特聘专家团队——若干

聘请电子商务进农村综合示范项目专家，为项目建设过程进行指导，从建设运营层面和资金使用层面把关，及时排查问题并及时整改，规避项目资金风险，为通过省级绩效评价、终期验收和后续持续运营提供有力保障。

(三) 组织架构及岗位职责



服务中心管理架构（图示）

1. 公共服务中心负责人（项目经理）：1人

投标人选派一名相关工作经验 2 年及以上且负责过国家级电子商务进农村综合示范项目的人员担任项目负责人，并承诺在服务期内不更换（特殊情况除外，但需保证项目正常运行）。

负责新平县电子商务公共服务中心运营进度的整体把控和效果监督，对整个服务周期内的分阶段和最终验收结果负责；

按照新平县人民政府和商务局的要求，组织制订和实施新平县电子商务进农村综合示范项目的执行方案，及时发现问题并整改；

配合新平县人民政府和商务局完成日报、月报和年报等定期报告和专项报告工作；

协调运营部门与服务站、物流、培训工作、品牌体系建设和宣传推广、农产品上行体系对接等外联协调工作；

及时向大区汇报日常工作进展，向总部反馈汇报新平县政府和商务局、企业和实际运营过程中的批评、建议和急需解决的问题。

2. 运营推广负责人：1 人

负责服务中心电子商务相关服务体系的整体运营和实施；

负责组织前期调研和整个运营服务周期内的对企业、种植户、从业人员和产品的走访调研，深入村间田头，初步建立并持续完善新平县电子商务发展的产品库、企业库和人才库。

负责对接县人民政府和商务局等政府部门，及时按照国家和省国家级电子商务进农村政策文件，制订并逐步完善具体可行的

新平县电子商务进农村综合示范项目具体执行方案；

配合负责技术支持和农产品上行/农产品供应链的打造，负责在线上推广新平县优质特色产品；针对县域电子商务公共服务系统，开展整体营销推广，创造原产地网络文化，展现县域电子商务进农村特色亮点；

对电子商务服务站点进行日常培训、指导和维护等管理，确保网点覆盖率；网点负责人业务操作熟练；网点提供网络代购、仓储配送、在线支付等基础服务；为农村产品网络销售提供增值服务；提供以农业生产技术指导为核心的农资电商服务；为农民、农业合作社、涉农企业提供生产经营贷款等金融服务信息和业务引导；包括代买商品类别、代买总金额、代买总订单数、销售商品类别、销售总金额、销售总订单数等在内的站点上行和下行指标准确，并及时登记存档和上报等。

配合商务局及时跟进、整理新平县电子商务等各项工作的进展，形成书面报告，完成按照国家、省和地方政府部门的汇报和数据对接工作，包括但不限于“商务部业务系统统一平台：农村电子商务和社区商业信息系统”的日报、月报和年报数据采集汇总及报送；智慧乡村服务应用推广培训、审核和汇总统计；国家及省商务厅要求的定期自审报告及专项报告等。

接受县商务局和投标人北京总部项目管理中心的领导和监督，严格按照国家商务部、财政部和乡村振兴局的“绩效指标评价体系”和投标人县域电商运营的“标准作业程序”开展工作，及

时汇总、整理各类资料，定时逐项逐条开展“自查”+“月报”+“专项内审”的三级运营质控体系。及时以书面形式向项目中心区域总监汇报每阶段工作完成情况。

3. 运营专员：3人（当地招聘）

承担着产品设计与运营的桥梁，负责收集和整理运营团队对产品的需求，组织撰写产品需求文档。

收集使用产品过程中的问题及时反馈，对运营数据进行统计与分析，形成对产品运营和设计有价值的文档。

基于对产品的了解，提出活动策划及运营的方案，并与产品经理、技术工程师进行沟通确认需求，跟进执行。

定期收集和分析运营数据，为产品和运营策略制定提供有效的数据支持，并根据数据提出有效的应对策略和产品需求分析。

制定有效的产品推广计划。

4. 行政：1人（当地招聘）

对新平县电子商务进农村综合示范项目运营相关验收资料日常汇总、整理和归档，做好县、省和国家各阶段验收的准备工作。

5. 品牌宣传：1人

做好新平县品牌营销和农产品销售的宣传工作；

熟悉了解新平县工业和农特产品卖点，为企业提供高水平的文案设计；对新平县开展的各项促进电子商务发展举措、典范人物、企业和案例及时精炼总结，借助报纸杂志、电视媒体、新平

县自媒体公众号、外部主流媒体等方式，进行及时的报道推广；

配合进行日报、月报和年度的资料搜集和拟定上报；

配合县人民政府和商务局在新平县人民政府官方网站开设的“电子商务进农村”专题相关内容的维护，包括月度实施报告、电商进农村新闻稿等。

负责建设包括但不限于微信公众号、微博等在内的新平县线上电子商务公共服务信息平台，包括政务功能、商务功能、电商支持服务系统、便民服务系统和资讯服务等。

6. 品牌设计：1人

品牌部门主要负责新平县特色产业优质产品的品牌库建设，以及相关产业的标准化体系搭建，同时负责新平县区域公共品牌建设的对接和参与工作，并负责在建设完成后跟进持续服务、对接、完善和普及推广等工作；整合商标、认证服务商、品牌营销机构等提供商标注册、品牌保护、品牌营销和纠纷处理等服务；新平县特色产业的地域品牌申请及制定品牌推广整体运作方案；服务企业申请和推广企业自有品牌；在服务期间，为新平县梳理出2-3个产业类目的品牌库数据，并打造新平县品牌知名度；指导新平县乡镇村服务站点工作人员，建设“一乡一业、一村一品”，发掘和收集当地特色产品，并根据新平县相关产业制定的生产标准，及时督促和监督生产加工企业提供优质产品；及时以书面形式直接向公共服务中心负责人汇报部门工作开展进度与实施效果。

7. 产品经理：1人

整合新平县农产品等特色产业产品资源，制定优质产品数据库和企业信息收集，对县域内农特产品进行选品，整体把控产品的包装、运营等。

针对新平县特色产业，了解线上线下各种推广活动，协助新平县企业在线上线下近距离与采购和消费市场接触，推广新平县优势产业品牌；根据品牌库企业信息，协助新平县在全国举办产业推介活动。

8. 其他产品方向工作人员

结合本地实际，整合新平县农产品等特色产业产品资源，制定优质产品数据库和企业信息收集；协助品牌部主管梳理 2-3 个产业的数据资源；深入到乡镇村服务站点，了解乡镇村企业的产品特色，收集产品信息，并找服务站点人员开展工作。

协助新平县企业在网店开设、运营维权等方面的工作；对接淘宝天猫、京东商城、跨境平台、线上特色馆、众筹平台等电商平台的地区负责人，协调新平县电商企业获得更多的电商流量资源并在一个较为宽松的市场中运营网店；根据新平县特色产业，对接电商平台开展大型线上活动，协助品牌运营主管开展线上品牌推广活动。

针对新平县特色产业，了解线上线下各种推广活动，协助新平县企业在线上线下近距离与采购和消费市场接触，推广新平县优势产业品牌；根据品牌库企业信息，协助新平县在全国举办产

业推介活动。

9. 专家技术支持团队

投标人将依托于自身资源优势，积极引入商务部流通产业促进中心、中国农业大学、云南省农业大学、内蒙古电子商务行业促进会、江苏扬州大学电子商务研究院等优势资源，导入到新平县域电子商务发展过程中。

（四）公共服务中心运营思路

（1）电商公共服务运营

提供基础公益性服务和特色微利性服务。整合各方资源，构建培训、物流、农村服务站点、农村产品上行供应链体系，解决理念、创业培训、氛围营造、农村产品营销、农村工业消费品流通等问题。围绕农村电子商务发展需要，实现电子商务孵化、人员培训、包装设计、营销策划、产品展示、数据采集、统计分析等功能，能为当地企业、网商、服务商开展电子商务业务提供政策咨询、技术支持、人员培训、营销推广等服务，并为当地电子商务发展提供一站式服务。

新平县产品特色馆的设计要突出新平特色及文化，具有线下体验和拓展线上新渠道的功能。服务中心应有专人管理，确保机构健全、分工明确、制度完善、管理规范。服务期间对村站提供网络代购、仓储配送、在线支付等服务，为农村产品网络销售提供增值服务和以农业生产技术指导为核心的农资电商服务；为农民、农业合作社、涉农企业提供生产经营贷款等金融服务；为实

体经济提供电商综合性服务，加速实体经济转型升级。

（2）发挥公共服务中心职能

充分利用新平现有资源，建立集传统交易、电子交易、展览展示、贸易促进、咨询互动与人才服务于一体的服务平台。打造电子商务产业生态圈，吸引金融服务、现代物流、生产制造、技术服务等企业进驻新平县公共服务中心，形成线上线下联动发展。同时，招引一批互联网营销、电子商务平台、融资担保、招聘培训、物流仓储、孵化培育、诚信经营功能于一体的互联网企业，培育一批专业化电子商务服务商，为中小商务企业提供平台研发、信息处理、数据控管和软件运营等外包服务。

（3）加大电子商务应用

培养一批优势企业探索供应链电子商务发展模式，实现供应链的电子化和内外部资源最优化，培育企业开展信息化数字化改造和开展电商经营，逐步与外部电子商务平台进行对接，实现采购、生产、销售全流程电子商务。鼓励制造企业发展工业设计、检验检测、产品研发、专业维修等制造服务电子商务，开展网络零售、网上订货和洽谈签约等业务。促进生产性服务与制造产品联动发展。

（4）打造特色产品电商销售平台

协助特色产品骨干企业或第三方商务企业，开设主流电商平台店铺，推动电子商务与特色产品融合，提高特色产品市场反应能力和综合竞争力。重点推动富有新平县特色的农产品。

(5) 推进电子商务技术创新（技术支持）

大力发展新平县移动电子商务，推广手机、掌上电脑等智能移动终端的应用，支持电子商务运营商与电信运营商、增值业务服务商和金融服务机构之间开展对接，提高移动电子商务覆盖面。

(6) 协助完善电子商务物流配送

协助整合现有工业、商业、仓储和运输等物流信息资源，大力发展第三方物流，推进第四方物流，提高物流配送的社会化、组织化和信息化水平。推动第三方物流与电子商务平台合作，为农产品上行和工业品下行提供快速高效的物流支撑。加快发展快递物流，培育一批信誉良好、服务到位、运作高效的快递物流企业。支持重点电子商务企业建设物流中心，形成与电子商务快速发展相适应的现代物流配送体系。

(五) 电商公共服务长效运营机制

1. 大力宣传引导

通过网络、电视、宣传册及现场引导等方式，扩大区域电子商务影响规模，提高电子商务应用意识。同时，引导与扶持应届毕业生借助电子商务手段积极自主创业，创建电子商务创新和实践基地，发挥高等院校、培训机构、社会力量的作用，建立电子商务培训基地。

2. 协助政府加大电商政策支持

认真落实国家、省、市支持电子商务产业发展的各项政策措施，协助政府研究制定商务平台建设与应用的政策，与新平

县政府共同研究制定资金、土地、税收等方面优惠倾斜政策，鼓励各类资本投资电子商务产业，提供电子商务企业登记注册、个人网商资格认证及产品认证服务。

3. 增强人才培养（培训），积极培育电商主体

协助政府、企业建立架构健全新平电子商务培训体系，努力培养一批电子商务领军人才。针对产业发展的趋势和要求，突出实务操作，科学设置培训期限和摄影美工、广告宣传、营销策略、仓储、包装及职业道德等培训课程，切实加强对电子商务从业人员的技术培训和业务培训。

4. 开展试点带动

建议结合新平县内优势特色产业，协助政府出台奖励扶持政策，选择 3-5 家企业进行电子商务试点，针对有条件的企业建设行业电子商务平台，进行试点带动，逐步帮助扶持县内其他企业逐步建立电子商务平台。帮助扶持农民专业合作社、农村专业技术协会建立农产品电子商务平台，破解销售瓶颈，提升新平县农副产品竞争力。

5. 营造良好环境

根据国家有关法规，协助政府积极制定规范电子商务市场行为的管理办法，加强电子商务市场管理，建立信用服务机构和信用信息服务平台，形成信用资源共享机制，营造电子商务企业信用环境和社会氛围。

（六）实施电商“合伙人”计划

依托新平县综合示范项目的实施，建立一套“店铺运营+新人电商培训+电商仓储中心”的电子商务产业化运营模式，在公司自运营的业务基础上，将我公司的电商资源、技能、渠道开放共享，招募以农村电子商务服务站站长为主的电商合伙人，让本地人借助我公司的电商资源实现电商致富。制定合理的利益分成制度，发展成为以县级电商公共服务中心、县级物流仓储配送中心为枢纽，农村电商服务站点为分支的合伙经营模式，实现“农产品销售”与“消费品销售”的同时运营功能。站长作为公司合伙人，从电商入门到电商运营技能提升手把手扶持培育，同时提供产品货源支持、仓储物流支持等扶持政策，一方面通过系统的培育将农村电商服务站站长打造成为农村电商创业带头人，带动当地分散型的农产品实现产业化、规模化、现代化；另一方面可解决站点建成后存活率低、活跃度不高等问题，逐步培养站点成为县域商业体系的中坚力量。

（七）有关公共服务中心各项管理制度

制度一：来访人员管理制度

1. 制定目的：为加强来访人员管理，规范来访人员接待程序，加强公司管理规范，制定本制度。
2. 适用范围：全体员工与来访人员。
3. 来访流程。

（1）来访前

接到来访信息时，应落实来访人员的基本情况：客户信息、

来访具体时间、人数、目的及要求等；

根据来访人员来访的目的，提前 2 天通知负责接待的相关人员，做好接待准备。

（★客户来访需提前 2 个工作日进行预约；如有特殊情况，工作人员可向总经办进行申请，经批准后方可联系相关负责人进行接待。★）

（2）来访中

来访人员在相关负责人的指引下，先到前台填写《来访人员登记表》，进行之前来访信息的确认；

根据来访人员来访的目的，工作人员只可带领来访者进入和本次业务相关的区域，不能带来访者进入无关的办公区域和场所；

来访人员不可擅自拿走或调动展柜或展架上锁展示的物品（供应商需调整商品或下架商品时，也须提前通知本公司，由公司员工进行下架或更换商品，下架的商品再由供应商拿走）；

来访人员不得带危险及易燃易爆物品进入服务中心；

对不宜摄像的场所，来访人员不得拍照、摄像。

制度二：服务中心内部管理制度

1. 为了加强服务中心管理，明确服务中心内容管理职责，使管理工作更加标准化，结合实际情况，特制定本制度。

2. 本制度适用于服务中心所有员工并严格遵守各项规定。

3. 服务中心员工应明确各项工作职责，高效完成各项工作，做到每周有计划，有总结的工作目标。

4. 服务中心员工直接受办公室主任领导，在直属主管的领导下主持开展办公室各项工作。

5. 服务中心必须保持公共卫生、个人卫生，并按公司要求进行着装。

6. 员工在工作时间不准做与工作无关的事情（如购物、玩游戏等）。

7. 服务中心员工及入驻企业必须爱护办公室设备设施，严禁使用办公室设备进行个人活动，借用服务中心设备设施需要登记并按时归还交接。

8. 做好服务中心文书、文件、资料、办公室用品、设备设施、会议、清洁卫生等管理工作，保证各项事务有序进行。

9. 服务中心员工必须无条件协助各部门工作，完成上传下达的各项指令，及时完成领导安排的工作任务。

10. 入驻企业需要遵守服务中心相关公共服务及设备管理制度。

制度三：新平县电子商务公共服务中心企业孵化程序

创业孵化采取理论与实践相结合、共性教学与个性辅导相结合等灵活多样的教学方法。创业孵化、辅导服务时间不超过2年。

具体孵化程序分三个阶段进行：

一、共性辅导阶段

由我公司安排讲师统一进行电子商务基础知识的培训。内容包括平台开店流程、基础运营、美工设计、客服、文案等电商知

识，培训时间在 2 个月以内。

二、个性辅导阶段

讲师根据创业企业的类型、规模和创业者自身优势等情况，指导学员进行基础电商运营，帮助学员前期店铺的基本页面设计，该辅导因人而异，培训时间在 1 个月以内。

三、后续跟踪辅导服务阶段

对在运营过程中出现的问题，及时给予对应诊断，并提供相应的辅导，确保企业健康发展。辅导时间在 2 年以内。

四、孵化期满后考核

企业在最后三个月前应向公共服务中心和电商办提交工作总结报告（内容包括企业发展情况、主要成果、经营过程中存在的主要问题、发展目标、建议等），通过对企业考核、核准后，通知孵化企业终止孵化相关事宜。考核未通过者可向公共服务中心申请延续孵化，经审核同意后继续孵化，并进行考核。

五、退出孵化

公共服务中心提前 15 天向终止孵化企业或个人下达退出通知，办理相关退出手续，15 日内搬离孵化区，企业搬离时确保孵化区相关配套设施完好无损，若有损坏，则做出相应的赔偿方可搬离园区。

出现以下情况，孵化中心有权终止孵化：

1. 半年内评估认定态度消极、孵化配合度较低的；
2. 企业未按协议规定时间入驻孵化中心并展开相关工作；

3. 企业进入孵化中心，未按照管理办法从事项目的运营工作，项目处于停滞状态，致使团队办公室经常处于空闲或是关闭状态者，经核实可终止孵化；

4. 未按照项目申请书要求，随意扩大经营范围，从事与申报项目不相关的任何商业行为者；

5. 凡是未征求公共服务中心同意的企业接受采访造成舆论导向歪曲的现象将追究责任，并考虑缩减或是终止协议；

6. 企业未经公共服务中心书面同意，擅自更改孵化项目；

7. 向孵化中心提供的各项材料弄虚作假者；

8. 因安全问题受到两次警告者。

制度四：新平县电子商务公共服务中心孵化管理制度

一、制定目的

为了进一步规范新平县电子商务公共服务中心孵化区的日常工作，帮助创业人员降低创业成本与风险，提高创业成功率，确保整个孵化区建设及管理工作的有序进行，为创业者营造一个安全、规范、有序的环境，特制定本管理制度。

二、管理范围

本制度适用于新平县公共服务中心孵化区各创业企业；我公司将依据本制度进行日常经营管理工作。

三、管理制度

（一）运营管理

1. 入驻企业应遵守国家的法律、法规，合法经营。

2.入驻企业应遵守孵化中心的各项规章制度和企业入驻孵化中心相关协议。

3.创业企业入驻后,必须按照申报项目依法开展创业活动,在统一管理与指导下自主经营、独立核算、自负盈亏,独立承担民事责任。

4.团队需要提交不涉及经营秘密的学期和年度创业项目运营报表、数据及报告,并确保其真实有效,支持公共服务中心完成统计工作。

5.公共服务中心会对创业企业项目进行监督检查,每月末进行一次检查,每个季度和年末进行一次全面检查防止其出现违规行为。

6.创业企业需参加公共服务中心的相关活动以及相关创业培训,无故不参加相关活动次数超过3次的,取消入驻资格。

7.创业企业如需在公共服务中心公共场所举办交流会、招贤纳士等活动,需要向公共服务中心提出书面申请,并得到电商办和保卫处的同意方可进行。

8.各入驻企业必须遵循诚实守信原则,禁止弄虚作假,以次充好,一经发现,责令停业整顿或取消入驻资格。

(二) 场地管理

1.创业企业应在各自指定区域内开展经营活动,不得占用公共区域。不得将孵化室擅自转租或转借他人,不得擅自改动办公场所的建筑结构和用途。

2. 孵化区内严禁烟火，不允许出现违法乱纪活动。

3. 企业需管理好各自的办公用品及相关物品，如发生丢失或损坏等情况，公共服务中心不承担相应责任。

4. 因创业企业经营管理不当，造成公共物品丢失或损坏，创业者需及时报告并照价赔偿。

5. 企业不得擅自在场内内部或场地旁边举行大型活动，如果举行需提前 15 天向公共服务中心提出申请。

6. 入驻企业自行维护自己所在办公区域的清洁卫生，爱护公共区域卫生，确保办公范围及附近区域的环境整洁，不乱丢乱放物品。

7. 入驻企业不得在公共区域粘贴广告，因工作需要的，需跟公共服务中心说明，经同意后方可在指定地点粘贴。

（三）安全管理

1. 企业做好日常安全防范措施，安全使用水电，节约环保，离开时需确保关窗锁门，关闭电源。

2. 禁止企业存放易燃易爆品，要防微杜渐，发现任何火灾等重大安全隐患，有义务立即向公共服务中心以及保卫处报告。

3. 因企业管理对员工不当造成安全事故，损失均由企业承担，后果严重的，依法追究法律责任。

（四）其他管理

1. 不要在孵化区内大声喧哗，不要高音播放或演奏音乐，不要制造影响其他企业的噪音。

2. 入驻企业不得将动物带入孵化区内。

制度五：新平县电子商务公共服务中心企业日常考核制度
为加强对新平县电子商务公共服务中心综合管理，客观反映入驻企业各个阶段的工作进展情况，建立健全科学合理的评估考核和激励淘汰机制，根据上级有关部门的规定，制定以下考核标准：

1. 评估考核内容

企业经济能力、经营管理能力、产品技术水平和产业化程度、技术开发能力、制度执行情况、企业发展潜力等六个方面。

2. 评估考核组织及方式

对入驻创业企业的评估考核采取定期或不定期的方式。定期评估考核每季度及年度进行一次，由电商办牵头组织实施；不定期考核检查随机进行，考核检查工作具体由公共服务中心负责组织实施。

3. 评估考核程序

电商办书面通知企业→企业根据评估考核要求准备材料→电商办组织有关人员评估考核材料进行审核和实地考察→根据评估考核指标体系进行计分→评估考核结果以书面形式向企业反馈，同时在孵化区内公布。

4. 被评估考核企业需提交的材料

- (1) 企业营业执照复印件；
- (2) 企业财务报表；

(3) 企业在编人员花名册 (含姓名、性别、出生年月、学历、专业技术职称);

(4) 企业所承担项目资料及企业资质、荣誉证书等;

(5) 企业内部管理制度 (包括财务、人事等);

(6) 产品销售合同复印件;

(7) 企业评估考核自评书;

(8) 评估考核组织需要提供的其它材料。

5. 评估考核结果

评估考核结果分优秀、合格与不合格三种, 评估考核优秀的比例控制在入驻企业总量的 10%左右。

入驻企业在创业业绩评估考核中, 如出现下列情况之一者, 视为考核不合格:

(1) 在孵化区内未能正常工作。企业入驻孵化中心后, 工作人员未按要求在孵化中心内开展工作;

(2) 企业人员配备不到位。企业未能按入驻时承诺的人员数配备相应的工作人员和技术人员, 在孵化区内经常只有 1 名人员驻守的;

(3) 未能按时向电商办上报报表或材料以及上报的内容不真实, 通过整改无效的;

(4) 入驻企业终止实施创业计划的;

(5) 不按时、足额缴纳物业等费用且未及时向电商办做出书面说明的。

6. 评估考核结果的使用

依据评估结果，对年度评估考核优秀的创业企业，作为重点服务对象，在政策扶持方面予以鼓励、县内新闻媒体给予宣传报道、组织外出考察学习。对评估不合格的创业企业，责令其退出孵化中心，自行撤出设备，清理场地，终止提供相关扶持政策和

制度六：人事行政制度

第一部分：招聘、录用、调动、离职制度及流程

招聘

一、原则和招聘方式

1. 招聘原则：公平竞争、择优录用。
2. 招聘方式：分为外聘和内聘。

外聘：内部员工推荐、面向社会登报招聘、到学校招聘、参加人才交流会、现场招聘会、网络招聘等形式。

内聘：公司内部员工都可以根据所需岗位要求并结合自身能力参与竞聘，但需要参与公司组织的面试和考核。

二、招聘需求

1. 每年行政人事部根据公司的发展战略和年度经营计划进行人员需求预测，制定公司人力资源规划和费用计划，报总经理审批。

2. 当部门有员工离职、工作量增加等出现空缺岗位需增补人员时，可向行政人事部（人事专员）提出招聘申请，填写《人

才需求申报表》，注明需要招聘人员的原因，提出招聘的职位、岗位说明、人数及要求等。

3. 行政人事部根据现有人力资源配置及人才储备情况，与各部门充分沟通后提出初步意见，报总经理审核，批准后执行招聘。

4. 公司管理层通过年度计划会议制定的人才需求、各部门根据公司项目进展情况提出的人才需求或总经理/副总经理根据业务进展口头提出的招聘需求，均可立即执行招聘。

5. 各用人部门应于每季度最后一个月初提出人员调整计划，报备行政人事部。临时招聘要提前一个月报备行政人事部。

6. 未按要求提前报备，耽误工作开展，由部门经理担负全责。

三、招聘准备

1. 行政人事部根据招聘人员的资格条件、工作要求和招聘数量，结合人才市场情况，确定选择什么样的招聘渠道。

2. 人力资源部根据招聘需求，准备以下材料：

(1) 招聘广告。招聘广告包括本企业的基本情况、招聘岗位、应聘人员的基本条件、报名方式、报名时间、地点、报名时需携带的证件、材料以及其他注意事项。

(2) 公司宣传资料。

(3) 《求职申请表》、《面试评价表》、面试准备的问题及笔试试卷等。

四、招聘程序

公司部门填写《人员需求表》，经部门经理、副总签字，报公司行政部，经审批后方可采取招聘方式和发布招聘信息。

1. 收集应聘资料，进行初试

(1) 收到应聘者资料或主动搜索求职者简历进行筛选时，招聘人员须严格按招聘标准和要求把好第一关，筛选应聘资料时一般从文化程度、性别、年龄、工作经验、容貌气质等方面综合比较。

(2) 符合基本条件者可参加初试，不符合者直接淘汰。

(3) 应聘人员应如实填写《求职申请表》，并提交学历、简历、身份证、各类职称证书等应聘材料的原件及1寸照片1张。

(4) 行政人事部在收齐应聘者材料后，对应聘者资格进行书面材料初审；符合条件由用人部门经理进行岗位简历筛选。人事专员对筛选简历进行电话通知，确定面试时间、地点、面试官。

2. 面试程序：

(1) 所有岗位的应聘者先由行政人事部经理进行面试。面试人员携面试通知，工作人员整理好面试人资料后，引领参加面试者到面试地点按顺序进行面试。

(2) 行政人事经理主要针对应聘者的综合素质、价值观及与公司文化的匹配程序进行评估，根据评估结果决定直接淘汰或可由用人部门进一步考核。

(3) 通过行政人事部经理面试的求职者可参与用人部门复试环节，用人部门主要针对应聘者的岗位技能水平进行考核：

A. 重要岗位员工先由用人部门经理进行面试，通过审核者方可由部门经理或总监/副总进行复试。

B. 部门经理级人员由副总经理或总经理面试。

(4) 对通过以上面试的应聘者进行背景调查（背景调查可根据实际情况不同而在不同环节进行），背景调查与应聘者描述严重不符或有道德、人品问题时可直接淘汰，其它情况酌情处理。

(5) 面试结果审核：面试（测评）结束后，由行政人事部对面试结果进行汇总，合格者将拟录用者的材料，并报总经理批准。

(6) 有下列情形之一者，不得录用为本公司员工：

- 精神病史、传染病或其它重疾者
- 有刑事(劳改、拘留、判刑等)记录者
- 国家卫生防疫部门规定不能从事商业零售工作者
- 未成年者
- 曾在本公司被除名者
- 和其他企业劳动合同未到期者

3. 录用管理流程

(1) 经核定录取人员，报到时须携带下列资料：

①近期免冠照片；②身份证复印件；③学历证书复印件等证件。

(2) 员工本人填写详细的入职表格，办理相应手续或签订相关协议（视岗位需要）。

(3) 由行政人事部门对新员工公司基本情况介绍、规章制度讲解、岗位说明书发放、部门人员引见、申领相关办公用品和设备等。

(4) 部门对决定录用的员工，录用部门应填写《员工入职试用表》，录用员工试用期均为 1 至 3 个月，试用时间期满，由试用部门填写《新员工试用结果通知单》，并报公司行政部。试用期满，可聘为公司合同制员工并与公司签订劳动合同。

(5) 公司行政部根据《员工入职试用表》、《新员工试用结果通知单》对试用员工下发〈试用期工资通知单〉、〈试用期转正后工资通知单〉和〈试用期不合格延长试用期通知单〉、〈试用期不合格不予录用通知单〉。

(6) 试用期转正后员工到公司行政部填写《人事档案管理系列表》，公司行政部为其建立《员工花名册》。

4. 因录用发生的经济问题

(1) 因录用发生的被录用人员与以前相关单位的一切经济问题应自行处理。

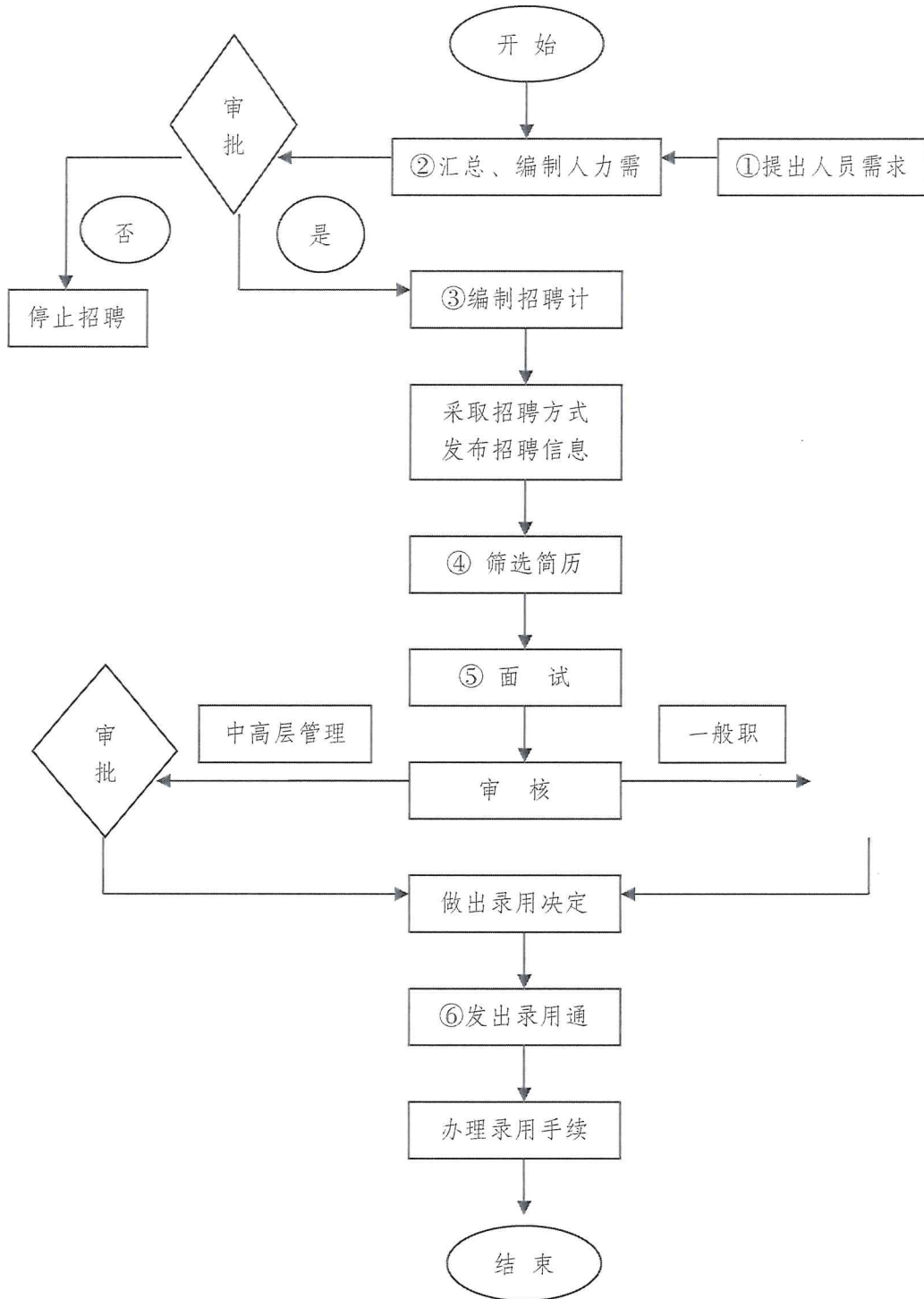
(2) 应聘应届毕业生与原学校产生的任何问题，由被聘者自行解决。

5. 后勤支持简介

用餐：行政部准备提供免费午餐。

服装：行政部提供统一工牌，(转正后)根据新入职人员岗位要求，分发或制度统一的工作服。

招聘/录用流程图



- ◇ 与招聘网站联系
- ◇ 下载简历
- ◇ 筛选简历
- ◇ 与相关人员落实初试时间
- ◇ 通知应聘者并提交面试日程安排表

一、初试前期工作

- ◇ 应聘申请表
- ◇ 性格测试
- ◇ 审核资料（包括学历证明、职称证明等）
- ◇ 应聘者需写出最近两间受雇单位的所在部门架构及所在部门岗位架构
- ◇ 技能岗位需进行专业知识的考试
- ◇ 面谈了解对方工作、教育经历
- ◇ 了解对方工作价值观
- ◇ 了解应聘者对岗位的期望及职业规划

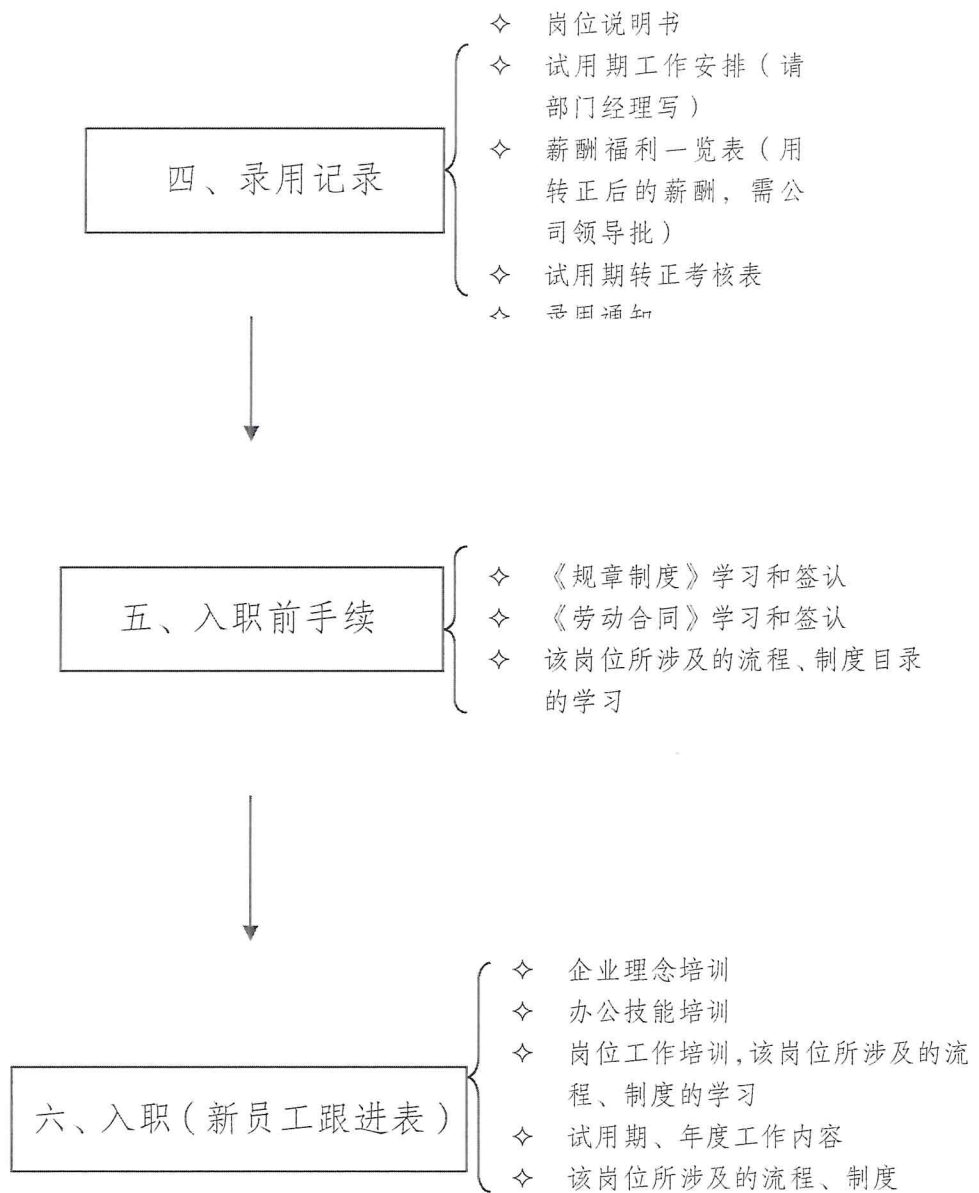
二、初试

背景调查（除应聘者现任公司）
核实其证照的真实性

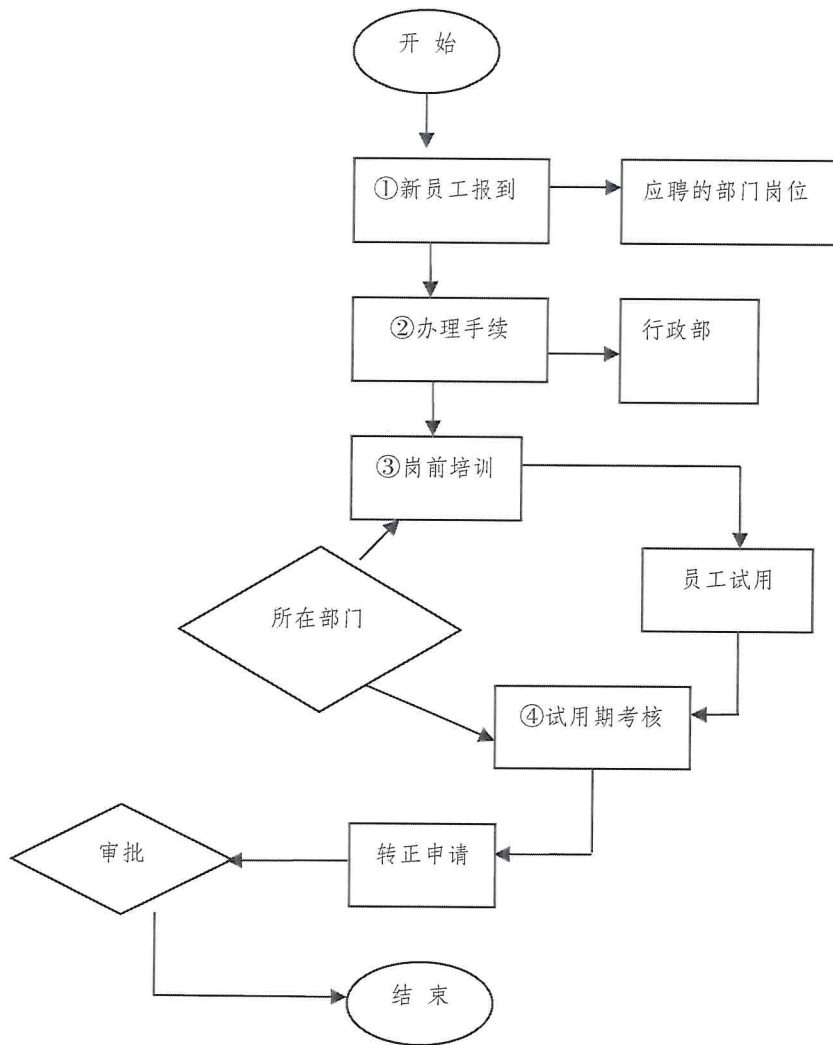
要求应聘者对我司及项目进行了解

三、复试

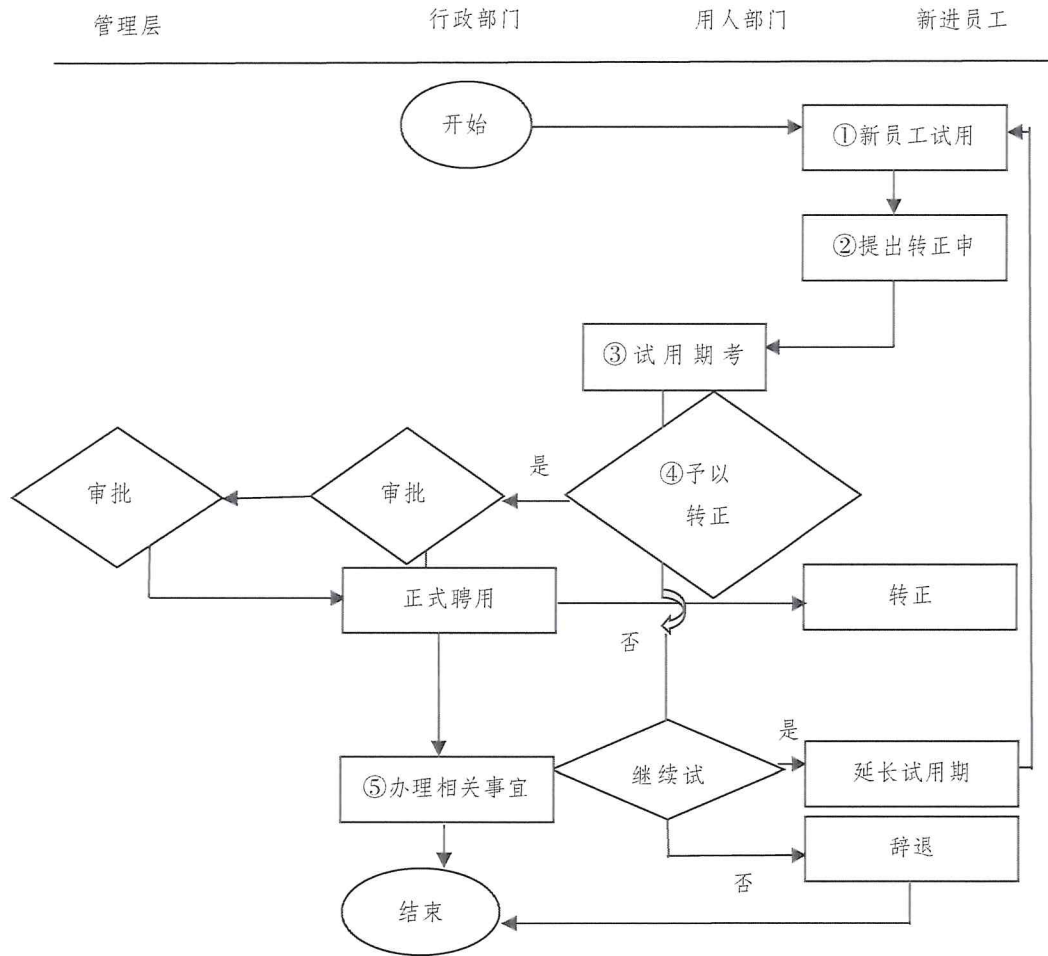
- ◇ 逻辑测试
- ◇ 薪酬调查表
- ◇ 对背景调查有疑问之处进一步了解
- ◇ 了解应聘者对我司了解程度和对企业的认同度
- ◇ 向应聘者简单介绍我司



员工试用管理流程



员工转正工作管理流程



6. 调动制度及流程

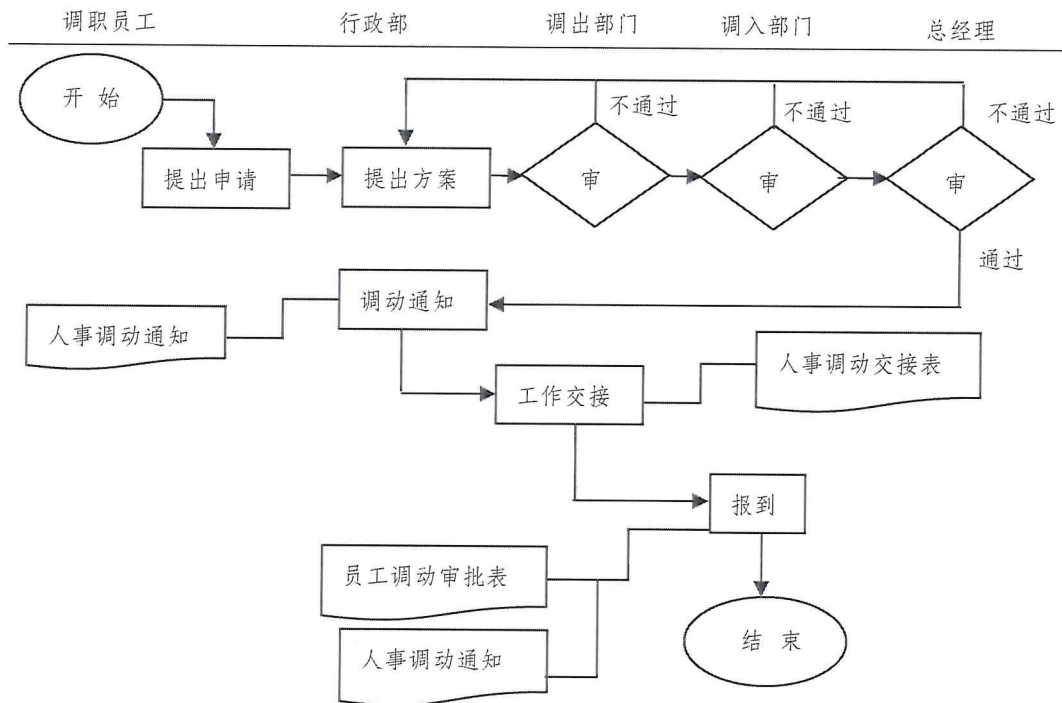
1. 公司员工在公司范围内调动，由用人部门提出拟调人员申请，行政人事部求双方负责人意见后，报总经理批准。

2. 公司各部门需增加人员，须向行政人事部提出用工申请，由行政人事部负责调配或招聘。

3. 公司员工持行政人事部开具的“职工调动通知书”，在原任职部门办理完交接手续后，再到新任部门报到。调离人员到新单位后，以实际聘任岗位和任职时间为准，其相关待遇以月度分段

实施。

人员调动流程



7. 离职制度及流程

(1) 试用人员辞退，由用人部门填报“辞退员工审批表”，经批准后到行政人事部办理辞退手续。

(2) 员工与公司签订劳动合同后，双方都必须严格履行合同，用人部门不准无故辞退员工，确需辞退时应行政人事部说明辞退原因。

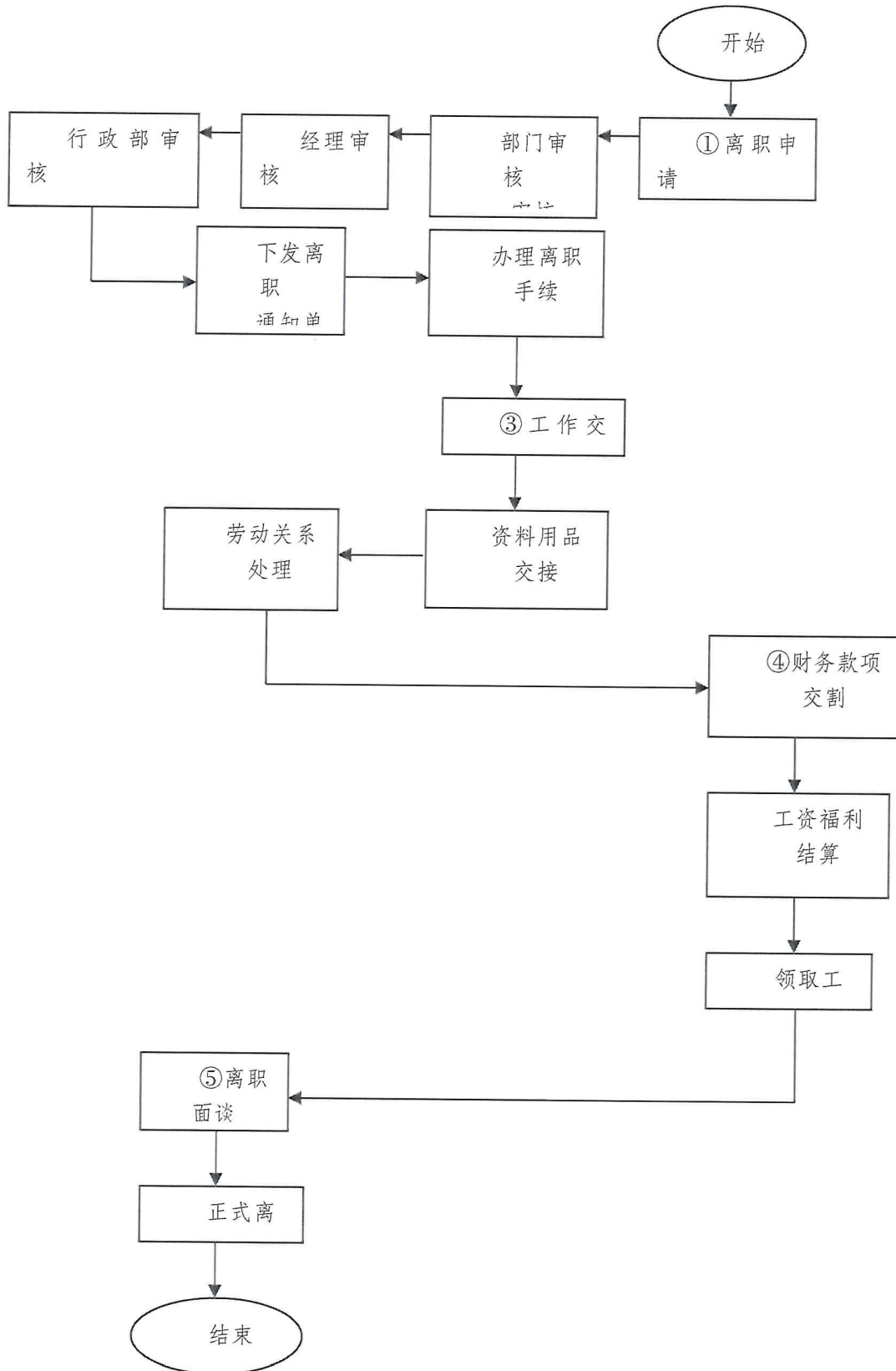
(3) 合同期内员工主动辞职的，普通员工提前一个月办理离职申请手续，重要岗位员工提前三个月办理离职申请手续，由部门负责人签署意见，经公司分管领导签字，报总经理批准。由

行政人事部予以办理辞职手续。

(4) 员工本人辞职、被公司辞退、开除或提前终止劳动合同等，在离开公司以前，必须交还公司财物（如：文件及工服、工牌、餐具等）。员工未经批准而自行离职的，公司不予办理任何手续；不予发放工资，给公司造成损失的，应负赔偿责任。

离

职流程图



第二部分人事档案管理

一、电子档案管理

1. 电子信息录入：档案管理员必须在员工入职(含新入职人员)当天及时对其所有相关个人信息进行初始录入，部分暂未收集到位的资料信息需在员工入职后一个星期之内全部录入人事电子档案。

2. 电子信息更新：员工个人信息发生变动时，需及时对其电子信息进行更新。

二、纸质资料管理

收集：档案管理员在收集人事档案资料时，要仔细核对资料信息，保证资料完整、真实、有效，资料收集齐全后须及时整理归档。

整理：

1. 基本档案资料

(1) 管理人员基本档案资料主要包括：实习期资料（校园招聘大学生）、入职基本资料、试用期资料、转正资料、证件（书）资料共五类；

(2) 员工基本档案资料主要包括：入职基本资料、试用期资料、转正资料、证件（书）资料、体检资料等。

2. 其他档案资料

(1) 考评、出勤、在职期间工作履历（处罚、奖励、荣获荣誉

等)分档案资料会根据实际情况定期或不定期的更新。

(2) 其他档案资料分类

累积类资料：是指不可用新版替代旧版的其他档案资料，这一类资料需要累积存入人事档案中；

更新类资料：是指可用新版替代旧版的其他档案资料，这一类资料仅需用新版替代旧版存入人事档案中即可(旧版抽出，新版存入)。

3. 离职档案资料

离职档案资料是指在办理离职手续时需填写、上交、归档的档案资料。

三、档案组卷、存放规定

1. 设立专用的人事档案柜，档案存入箱柜时排列要系统，重要档案要专柜存放。

2. 每位员工的人事资料使用人事档案袋，档案袋一面贴上《基本档案目录》并注明档案内的资料，必要时可统一使用档案盒存储档案。

3. 档案盒背侧应当贴有统一的档案名称及档案号。

4. 档案盒内首页应当设置档案索引表。

5. 根据《制度》有关档案分类的规定，设置档案盒。档案子类别、文件数量较多的情况下，应当设立档案分类文件夹。

6. 归档的文件材料，必须用统一的报告纸、拟稿纸书写，一律使用碳素墨水、蓝黑墨水，禁止使用圆珠笔或铅笔。

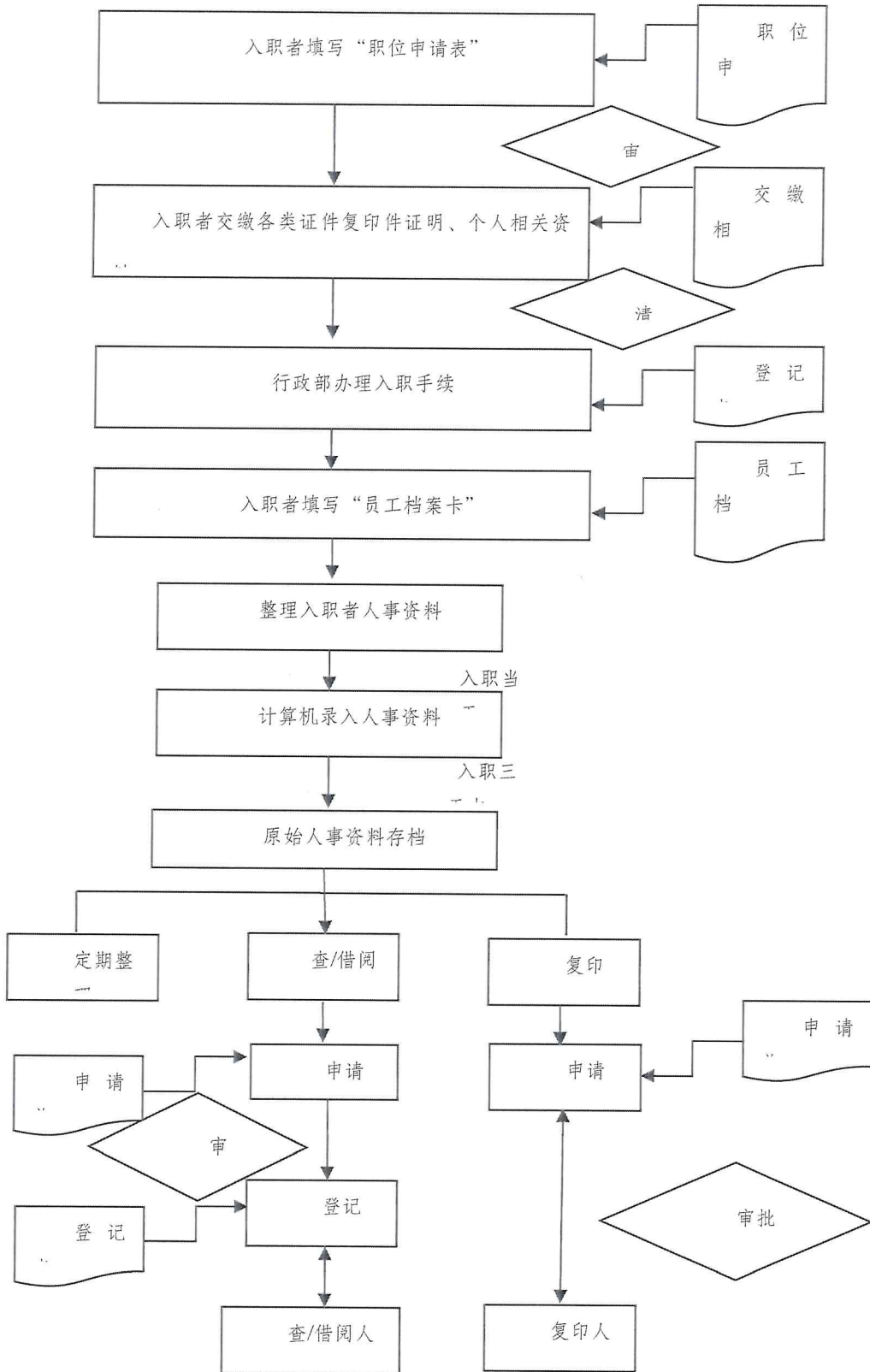
四、管理原则

1. 行政人事部设立档案管理员，对人事档案进行统一管理，原则上人员档案资料终身保存，但至少保留两年；

2. 员工调离原公司时，原公司档案管理员需对其档案资料进行检查，并抽出档案资料中的劳动合同资料存于原公司。员工调出时还需与原公司签订《劳动合同补充条款》一式两份：一份存入档案资料里一起邮寄至调入公司，一份由原公司连同其合同资料一起保存；

3. 严格借阅、调阅人事档案手续，严禁档案丢失。未经允许，任何部门不得借阅人事档案资料。严守机密，维护员工个人隐私权利。

人事档案管理流程



制度七：财务管理制度

第一章 总则

第一条 为了适应市场经济体制客观要求，建立新型公司财务制度，更好地贯彻《公司财务通则》、《公司会计准则》和《工业公司会计制度》，以确保国家财经法规的有效实施，结合本公司实际情况，特制定本公司财务管理制度。

第二条 认真建立健全公司内部财务管理办法的结构体系，财务部门负责财务预算的编制、执行、检查、分析，具体制定公司内部财务管理办法，组织实施公司的财务管理和经济核算，如实反映本单位经济状况和经营成果，监督财务收支，依法计算缴纳税收，参与公司经营管理及决策，统筹并处理财务工作中出现的问题，确保公司财务活动有序进行。

第三条 认真贯彻执行国家各项财经政策和会计制度，执行新的公司会计准则，规范公司成本管理，强化公司财务制度和经济核算，降低消耗，提高效益，为公司更好地发展，奠定坚实的管理基础。

第二章 财务管理的职能、任务

第四条 财务管理的职能

财务管理的职能概括起来讲是指资金的筹集、运用和分配三个方面。具体细分为：

1. 资产及负债管理：资产负债管理是财务管理的核心问题，具体包括固定资产、流动资产、无形资产、递延资产、其他资产、

长期投资的管理以及负债的计价、负债的比例和负债的形式管理。

2. 收入费用管理：包括收入的确定、核算的方法以及直接、间接、期间费用的核算和管理。

3. 利润的管理：包括利润核算和分配等方面内容。

4. 维护所有者权益：就是对公司的资本金、公积金和未分配利润加强管理,做好公司的资本运营,使公司的资产不断增值,经济效益显著提高。

第五条 财务管理的任务：

1. 选择筹资渠道，降低资金成本

正确、及时地筹集资金，保证公司经营活动持续发展，提高资金利用率，建立科学合理的资金结构。

2. 用好各项资产，提高资产的利用效果。

从不断提高公司的经济效益入手，正确地选择公司经营策略和资产投向，使各项资产得以科学运行。

3. 降低成本费用，增加公司盈利

根据公司的任务、消耗定额和其他条件，合理控制各种经营耗费，分析研究经营耗费水平和公司盈利水平，及时揭示经营中存在的问题，提出改进措施，促进公司改善经营管理。

4. 认真贯彻执行国家有关财务制度，不断完善及健全本公司财务制度，检查监督财务纪律。

第三章 会计人员职责范围

第六条 严格遵守财经纪律，执行会计制度，确保公司帐、

表、单证的各项数字真实可靠，及时、如实反映公司的经济活动情况，在工作中加强经济核算，保证公司资产不流失，遵守财政纪律。为了认真履行这一职责，工作中必须做好以下几项具体工作：

1. 切实做好记账、对帐、报账工作，认真填制和审核会计凭证，登记账簿，正确计算各项收入、成本、支出、费用和财务成果，按期核对、结算帐目，编制会计报表，保证帐目、帐证、帐表相符，数字真实可靠。

2. 按照规定的开支范围和开支标准支付各项费用和资金，按时上缴各种税金。

3. 严格执行国家规定的信贷、结算、现金管理等各项制度，正确使用银行借款，遵守借款协议，到期及时还款，及时清理债务、盘活资金，防止拖欠款项。

4. 监督有关人员各项财物进行计量、检查、收发、领退、调拨和报废工作，确保公司资产不受损失，参与财产物资的定期清查，核实库存，保证帐、实相符。

5. 按时检查、分析本单位的经济活动和财务收支情况，如实向股东方及公司领导汇报公司财务经济状况。

6. 向公司股东、审计、税务、财政等相关部门派来的检查人员负责会计资料的提供，配合各项财务调查，如实答复各项问题。

7. 会同公司有关部门，组织经济核算工作，健全公司经济

活动和分析制度，规范财务管理，促进降低消耗，实现各期利润目标。

8. 凡财务人员调动工作以及个人原因需要离开公司时，必须编制交接清单，接交清楚，经交接人员和财务监督人签字确认无误后，方可到新单位工作。

第四章 会计人员主要权限

第七条 会计人员有权要求公司各部门和人员正确执行国家规定的各项政策法令和财务制度，并按本公司制定的会计制度和规定办理业务。

第八条 会计人员有权参与公司各项有关计划、预算的制定、合同签订、工程招投标、固定资产、材料采购等一系列经济活动，有权参与公司的经营管理活动。

第九条 会计人员有权要求公司有关部门和人员提供同财务会计工作有关的各种情况和资料，有权审核检查各部门同财务会计工作相关的工作。

第十条 会计人员对不符合预算、计划、制度的开支，以及违反财税制度和财经纪律的事项有权拒绝执行、付款和报销，并向公司领导人报告。若公司领导有不同意见时，会计人员有权要求公司领导人写出书面指示。但属于明显违反国家政策法令的违法乱纪行为，会计人员必须坚决拒绝执行。

第十一条 会计人员既要坚持原则，执行制度，又要从有益于公司出发，实事求是地处理相关帐务。并经常向有关人员宣传、

解释财税、经济方面的法规制度，讲明道理，避免主观片面，防止滥用职权。

第十二条 为了正确履行职责，行使权限，完成任务。会计人员一切都要从大局出发，做好工作。为此，会计人员要不断地提高思想素质和业务素质，不断学习国家的各项政策法规和新会计制度，熟悉有关财税经济制度，积极钻研会计业务，精通专业知识，掌握会计技术，以便更好地工作。

第五章 财务部各岗位职责

第十三条 财务总监岗位职责：

1. 组织会计人员学习国家财经方针政策和法规，并认真贯彻执行各项政策和制度，维护财经纪律，规范公司会计核算和财务管理工作，确保公司财会工作的正常展开。

2. 根据国家法规和地方财政以及主管部门的有关规定，结合本单位具体情况，组织制定本单位各项财务制度和实施细则，并督促贯彻执行。

3. 负责对全公司经济活动、财务收支进行监督管理，并对存在问题提出整改意见和有关建议，供公司领导决策。

4. 组织管理公司的相关资产，积极做好公司的资本运营，在利润最大化原则下使资本在过程中实现保值和增值，使资本更有效率不断地实现资本扩张。

5. 参与公司经营决策，发挥财务、会计信息作用，统筹处理财务工作中出现的问题。

6. 积极协调公司与当地政府相关财税、财政、等部门的联系和沟通工作，维护公司的合法权益。

7. 审核公司各项财务收支，确保各项财务收支符合制度规定。

8. 做好公司的各项融资筹资工作，确保公司经营所需资金。

9. 审查对外报送的会计报表和其他会计资料，保证报表资料的真实可靠

第十四条 财务部部长岗位职责：

1. 负责组织公司的财务核算，负责公司财务工作的正常开展，做好本部门行政管理工作。

2. 负责本部门财务人员的业务技能培训，不断地提高财务人员的业务素质，和财务人员一道做好公司的财务工作。

3. 负责编制年、季、月流动资金收支计划，并组织实施。

4. 负责财务预算工作的组织和分析、确保年度预算的贯彻实施。

5. 审查和参与公司经济合同，协议及其他经济文件的签定。

6. 负责公司年度计划的编制组织工作，负责将计划指标分解落实到归口部门，同相关部门一道进行检查，保证计划的实施。

7. 每月根据经济指标的完成情况，及时进行书面分析并定期召开经济活动分析会，分析各种指标升降因素，提出改进意见和落实措施。

8. 参与公司内部的考评考核工作，不断完善考核的内容和

考评方法，总结经验，提高本单位经营管理水平。组织公司成本考核，实施成本核算。

9. 组织对固定资产的盘点及流动资金的管理，加强资金管理，提高资金使用效果，以确保公司正常运行。

10. 编制和审查对外报送的会计报表和其他会计资料，并保证报表资料的真实可靠。

11. 负责公司财务印鉴的保管和使用，会计凭证的复核工作。

12. 负责公司合同章的保管和使用，负责公司对外合同的审核工作。

第十五条 主办会计岗位职责

（一）工作内容：

1. 负责公司会计工作，原始凭证的审核、记账凭证的制单、登记账册、编制月度会计报表。

2. 负责每月银行存款及现金的盘点工作，并做好盘点记录，并送一份至财务部领导。

3. 负责公司月度各项税收的报表填写及进项税款的认证工作，并负责公司各项税款报表的申报编制工作。

4. 负责公司会计档案的装订及保管工作。

5. 负责审查公司付款凭证的规范及各级领导的签字是否齐全，发票是否符合要求、款项能否支付。

6. 负责公司差旅费的审核及计算工作。

7. 负责公司往来账款的核对工作，并将核对情况及时通知

部门领导和主管业务部门。

8. 正确计提有关费用，负责工资费用分配，合理计入成本，正确编制工资费用分配表。

9. 负责公司、月度、季度、年度财务报表的编制和上报工作。

10. 参与公司成本考核，实施成本核算。并将月度产品变动情况及时向相关领导报告。

11. 完成公司及部门领导交办的临时性工作。

(二) 会计工作责任范围：

1. 保证会计工作的准确性，所做会计凭证不得出现数据差错，不得出现会计科目用错的现象。

2. 各种税务报表及财务报表必须按时报出，无特殊情况不得拖延申报。

3. 每月必须对银行存款及库存现金进行核对和盘点。

4. 负责会计档案室内资料的安全、并摆放整齐，经常检查资料的保管情况，防止虫蛀鼠咬。

5. 付款凭证所附的原始凭证必须齐全规范，保证该凭证符合财务制度要求。

6. 遵守会计人员职业道德，不得向无关人员泄露公司财务状况和相关财务数据。

7. 每年至少一次做好往来账款的核对工作，应积极协助相关部门进行账务核对工作。

8. 每年至少组织二次以上存货及固定资产的盘点工作，并及时处理盘点结果。

第十六条 出纳岗位职责

(一) 出纳工作内容：

1. 负责公司银行存款的收付工作。

2. 负责公司现金的收付工作。

3. 负责公司银行承兑汇票和商业承兑汇票的收付、保管和到期的托收工作。

4. 每月 15、30 日负责将公司本期所收货款以书面形式通知销售部门。

5. 负责公司向股东和当地政府上报的统计报表填写和上报工作。

6. 负责公司增值税发票的购买和保管工作、负责公司增值税发票的开出和核对工作。

7. 负责公司税务报表的申报工作，确保纳税帐户资金能支付当月税金。

8. 负责公司营业执照、法人代码、税务登记证、出口资格证的年度检验工作。

9. 负责付款凭证的审核及会计凭证的装订工作。

10. 完成公司及部门领导交办的其它工作。

(二) 出纳工作责任范围：

1. 对银行存款的收款，确保每笔收款都能及时到账，最迟

应在一星期内入账，如未到达，应主动查找原因，并通知付款方和有关部门，并将未收到款项的原因书面报告部门领导。

2. 对银行存款的付款，认真核对填写银行付款凭证，做到数据准确。符合银行票据规范要求，杜绝任何差错发生。

3. 收取银行承兑汇票应按票据规范要求进行认真审核，凡不符合规范要求，退回开票单位和送票人，确保每笔汇票到期都能如期解付入账，并在每张汇票到期前交开户银行托收。

4. 银行承兑汇票的付出必须认真核对数据，并按规范要求加盖单位印鉴章。

5. 对所收现金超出 1 万元时应主动送存开户银行，不得保留超限额的现金。

6. 对现金付出应严格审查所收票据的规范，公司领导审批的签字是否齐全。

7. 各种报表的填写应按时间要求及时上报，不得超时上报。按时报税，避免因资金不足被处以罚款的现象发生。

8. 对购入的税务发票应专项保管，不得发生丢失税务发票现象。并严格核对所开增值税发票开出内容，不得出现多开、错开发票的现象。

9. 各种证照的年检必须按时完成，认真填写各种表格，不得发生超时而导致无法年检和被罚款现象。

10. 遵守会计人员职业道德，不得向无关人员泄露公司财务状况和相关财务指标。

第六章 财务用款审批制度

第十七条 为加强公司资金管理,最大限度地发挥资金效益,严格控制公司的各项支出,实行资金限额审批办法;

第十八条 资金限额审批的权限:财务部在核准支付款项时,应严格执行资金限额审批权限,当超过权限时,应当劝阻该款项的支付,留存按规定申报,待批准后执行;

资金使用

项目资金审批权限

总经理

正常费用单次支出额 200000 元以下 500000 元以下 500000 万以上

固定资产单次购置额 100000 元以下 200000 元以下 200000 元以上

年度对外投资额度 200000 元以下 200000 元以上

公司单次非正常支出 20000 元以下 20000 元以上

第十九条 采购费用的审批:

一、月度采购计划由营销部门及相关部门按照当月量编制,由财务总监审核,再报总经理审批,经审批同意后,交由资材部进行采购。除临时零星采购外,资材部必须遵照合同管理办法签订采购合同。采购事项按下列情况办理用款手续:

(一) 按合同要求,需要带现款提货的

1. 采购人员按合同采购金额填制《银行用款申请单》,由资

材部部长签字后，报公司财务总监审核，然后报总经理审批。上述手续办齐后到财务部办理付款事宜。

2. 财务部可根据情况分别办理，本市范围可以申领“转账支票”，其它地区可以办理“银行汇票或银行承兑汇票”，需要支付现汇的可以办理电汇。月度采购金额达到 10 万元以上的单位应首先使用 3-6 个月期限的银行承兑汇票。

3. 采购事项结束后，采购人员将增值税发票（或统一发票），将所购材料交仓库收货，需要品管部门检验的，待检验合格后办理产品入库单。将银行票据存根联、入库单、发票、合同（或订单）全部收集后交财务入账。

（二）先行采购，尔后支付款项的

1. 材料已先行验收合格，并办理了入库手续后。按照合同要求已到付款期的，经办人员应办理用款申请支付该合同项下的购货款。

2. 采购人员填写《银行用款申请表》，附齐入库单、合同、增值税发票（或统一发票），收款单位名称及账号，交资材部部长签字确认，报公司财务总监审核，然后报总经理审批。批准后送财务部核准并安排付款事宜。

（三）零星采购及计划外采购，申请空白支票

1. 填写《空白支票申请表》，附齐《材料临时采购申请单》，交资材部部长签字确认，报公司财务总监审核，然后报总经理审批。批准后送财务部核准，办理空白支票领用手续。

2. 采购事项结束后, 应将《材料临时采购申请单》、入库单、购货发票一同交回财务部入账。

(四) 现金采购事项

1. 采购结束后, 应将《材料临时采购申请单》、购货发票、入库单, 一同粘贴在《报销明细表》后, 由资材部部长签字确认, 报公司财务总监审核, 然后报总经理审批, 批准后交财务部核准、制单和付款。

2. 本市范围内超过结算起点 1000 元以上的采购, 不准使用现金。

第二十条 差旅费用的审批

一、严格按照公司《差旅费用管理办法》的规定, 严格控制超标准报销差旅费用。

二、因公出差时可以借备用金, 由出差人员填写《借款凭证》一式两份, 由本部门部长签字后, 报公司财务总监审核, 然后报总经理审批, 批准后交财务部核准、制单和付款。

三、员工因私需要借用公款时, 一般不得超过本人月工资的 50%, 因特殊情况需要借用公款时, 一般不得超出本人一个月工资总额。

四、员工出差回公司后, 应在十五天内报销出差费用, 超出 15 天, 每天扣罚报销总额的 1%。超过一个月的公司将不再给予报销, 所借款项从个人工资收入中扣回。

五、应按财务部要求将应报销的原始凭证粘贴在《出差旅费

报销明细单》上，对现金收据、白纸条、脏票、票据残缺的不得粘贴，已粘贴的财务不得给予报销。

六、票据粘贴整齐后，内有购物发票的，必须附齐入库单。《出差旅费报销明细单》首先由本部门部长签字确认后，报公司财务总监审核，然后报总经理审批，批准后交财务部核准、制单和付款。

第二十一条 运输费用的审批

一、公司营运接待车辆由行政部统一管理，未有行政部开出的《公务用车派车单》，所发生的油费、路桥费、停车费不得给予报销。

二、公司车辆因公发生的油费、路桥费、停车费、零星修理费用，按《公务用车派车单》逐次粘贴《出差旅费报销明细单》后，由本部门部长签字确认后，报公司财务总监审核，然后报总经理审批，批准后交财务部核准、制单和付款。

三、对外支付的运输费用，公司营销部、资材部门应同运输部门签订年度《运输大合同》，每次发运必须填制《运输协议》，并随同填制《收（发）货明细单》，由运输单位送货时到收货单位加盖收货章（或收货人签字）。

四、运费的结算，经办人员收齐《运输协议》，《收（发）货明细单》、运输单位所开的运输发票，填制《银行用款申请表》，由本部门部长签字确认，报公司财务总监审核，然后报总经理审批，批准后交财务部核准、制单和付款。

第二十二条 固定资产购置及维修费用的审批

一、固定资产的购置计划，按营销部年度产品供应计划，分析现有能力后向公司提出购置报告，由部门经理审核后报总经理审批，需要通过会议审议时，由公司产生提案，由公司会议审议批准。

二、凡固定资产购置必须签订合同（具体见经济合同管理），按照合同约定的付款时间，由资材部采购人员填制《银行用款申请表》，附齐合同、分期付款的供货单位开出《收款收据》，由资材部部长签字确认，报公司财务总监审核，然后报总经理审批，批准后交财务部核准、制单和付款。

三、固定资产购置按照合同约定支付尾款时，仍须附齐合同、固定资产验收报告，正规统一发票，固定资产出、入库单，采购人员填制《银行用款申请表》，资材部部长签字确认，报公司财务总监审核，然后报总经理审批，批准后交财务部核准、制单和付款。

四、固定资产修理费用，应附齐部门《设备修理报告单》、《外发修理合同》，《修理厂家报价单》，《设备使用验收单》，正规发票，由经办人员填制《银行用款申请表》，由本部门经理签字确认后，报公司财务总监审核，然后报总经理审批，批准后交财务部核准、制单和付款。

五、公司车辆的维修、配件购置由行政部填写《车辆修理报告单》，《厂家报价单》、维修发票、《修理（装配）明细表》等附

件，由行政部部长签字确认，报公司财务总监审核，然后报总经理审批，批准后交财务部核准、制单和付款。

第二十三条 业务费用的审批

一、各部门来客接待所发生的全部费用，应严格按照公司来客接待标准进行接待，不得超标准进行接待。需要超标准接待的应于事前向公司报告，本部门部长签字确认、总经理审批同意后方可办理。

二、外出需要发生业务费用和购物费用，应于事前向公司主管领导请示，同意后方可办理。购物发票必须是正规发票，现金收据和白纸条一律不给予报销。

三、来客陪同参观费用，应于事前向主管领导请示，同意后方可办理，报销时可以是发票或正规的门票，但不得报销现金（收款）收据和白条。报销时将票据粘贴在《费用报销单》后，由本部门部长签字确认，报公司财务总监审核，然后报总经理审批，批准后交财务部核准、制单和付款。

第二十四条 其它费用的审批

一、银行托收凭证，含社保费、各种税金的交纳，水电费、电话费，银行扣款后，正常范围内的会计直接制单，交由财务部部长审核。出现不正常情况时，应及时报告公司财务总监，以便得到及时处理。

二、领用的空白支票和银行转账支票应妥善保管，不得遗失，当天未使用的，应及时交回出纳处，因填写不当造成废票时，应

交回原领出票，方可更换新票。

三、收到的银行承兑汇票，一般不要在外过夜，应及时交给财务部门审核，凡票据要素不全时，财务部应通知业务人员进行退票。

四、由于外单位支付现款需要扣减我公司贴现利息时，营销部应及时报告公司财务总监，经同意后方可接受。收到票据后，应在发票背面由营销部经办人员签字，营销部部长签字确认，报公司总经理审批，然后交财务入账。

五、工资奖金的发放，由公司劳资人员编制《员工月度工资表》（具体编制方法见十四章工资管理办法）后，应由财务部审核，在确保无存在问题后。报公司财务总监审核，然后报总经理审批，批准后交财务部核准、制单和付款。

六、私车公用补贴、电话补助、其它福利支出由行政部按照公司相关规定，编制各项〈福利支出明细表〉，由行政部部长签字确认后，报公司财务总监审核，然后报总经理审批，批准后交财务部核准、制单和付款。

七、食堂员工中餐补贴、晚班津贴、公司客餐用、由行政部总务填制《员工中餐费拨款申请单》，由行政部部长签字确认，报公司财务总监审核，然后报总经理审批，批准后交财务部核准、制单和付款。

八、产品出库单的审批；营销部业务人员按照要货方月度合同及订单，开出发货申请单，经营销部部长签字同意后，业务人

员再到资材部开出〈产品出库单〉，由资材部部长签字确认，报财务部部长签字，业务人员据此方可组织对用户发货。月底所有出库单交会计入账时，必须附齐产品销售合同或产品订单。

第七章 现金管理制度

第二十五条 为加强公司的现金管理，维持公司经营，出纳处留存现金过夜时不得超过壹万元，超出部份应主动送存银行。

第二十六条 公司只能在一家银行开立基本帐户，必须依照中国人民银行颁布的现金管理条例的规定收支和使用现金，接受开户银行的监督。

第二十七条 在经济活动中尽量采取转帐方式进行结算，减少使用现金。开户单位之间的经济往来，除按银行规定的范围可以使用现金外，应当通过开户银行进行转帐结算。

第二十八条 所有对外支付现金事项，会计制作凭证并承担复核责任，未经复核时出纳员不得付出现金。出纳现金每月至少盘点一次，财务部部长与会计及出纳人员均需签字确认。

第二十九条 下列事项，可以使用现金；

1. 职工工资、津贴；公司每月发放的应在银行开设工资户，通过银行转账办理。个别员工辞职需要支工资时方可支付现金。

2. 个人劳务报酬；

3. 各种劳保、福利费用以及国家规定的对个人的其他支出；

4. 出差人员必须随身携带的差旅费；

5. 结算起点以下的零星支出；

6. 向不能转帐的单位和个人购买物资和支付报酬；

7. 前款结算起点为一千元，结算起点的调整，由中国人民银行确定。超过使用现金限额的部分，应当以支票或者银行本票支付；确需全额支付现金的经开户银行审核后，予以支付现金；

8. 转帐结算凭证在经济往来中，具有同现金相同的支付能力。营销部在销售活动中，不得对现金结算给予转帐结算优惠待遇；不得拒收支票，银行汇票和银行本票。

第三十条 出纳员到银行提取现金时可以向行政部申请车辆随同前往，提取金额达到壹万元以上的现金时应有专人专车提、解款，中途不得停车另行办事。办公室的办公桌抽屉内一律不准存放单位或个人的现金、票证券等贵重物品，印鉴、空白票证应存放在保险柜内。

第八章 银行票据管理制度

第三十一条 公司所购入的银行票据属无价证券，出纳员应妥善保管，财务部长负有检查督促责任。公司印鉴章由财务部部长保管，银行票据由出纳员保管。

第三十二条 公司内部各银行帐户之间调动资金，活期定期之间进行转换，提取现金事项，只要上述资金仍存在公司的银行业务，财务部部长同意后即可办理，不需上报财务总监及公司领导。

第三十三条 银行支票（含其它银行票据）由出纳员按标准填制，并加填支票密码。使用银行存款时，经手人必须填写《银

行用款申请单》，注明领用事由，需用金额，报公司财务总监审核，然后报总经理审批，批准后财务部方可使用银行支票。

第三十四条 领取空白支票应予严格控制、非特殊情况一般不对外使用空白支票。万一需要使用时必须进行票面限额后才能发出。对外发出的银行支票、银行汇票出纳员必须办理登记手续。

第三十五条 非特殊情况银行转帐支票、空白支票每次只能领取一份，外出采购人员，每次也不得超过二份。五天内领取人必须到财务部办理凭证注销，以便财务部及时反映银行帐面余额。

第三十六条 所有领出之银行转帐支票、银行汇票、空白支票的领票人，必须妥善保管有关票据，只要条件许可，领出未使用的银行票据，应于当天送回财务部。领票人由于保管不善造成票据丢失或经济损失的，其经济损失由领票人承担。

第三十七条 收取银行承兑汇票及商业承兑汇票必须进行认真审核，不符合银行有关要求的应及时退回给送票人。所收承兑汇票由出纳员保管，并建立备查簿逐笔登记，特别注意到期托收，不得发生延期托收现象。对外付款使用承兑汇票，相关支付审批手续按使用银行存款的规定办理。

第三十八条 出纳员对外埠存款、银行质押存款、在途货币资金、信用证存款均由会计员分别设立台帐，按月对上述各项存款进行清理、对帐、及时办理核销登记手续，每个月盘点一次，确保帐款相符。

第九章 存货核算与管理

第三十九条 存货是指公司在日常活动中持有以备出售的产成品,处于采购过程中的在产品,在过程中耗用的材料和物料等。由于它们经常处于不断销售和重置之中,具有鲜明的流动性,因此,存货属于公司流动资产的范畴。

第四十条 存货包括以下三方面的有形资产:

1. 原材料,是指主要实体的各种材料、辅助材料、外购半成品(外购件)、修理用备件(备品备件)包装物、燃料等。为建造固定资产等项工程而储备的各种材料,虽说同属材料,但是由于用于建造固定资产等项工程,不符合存货的定义,因此不能作为公司存货进行核算。

2. 产成品,指公司已经完成全部过程并验收入库,可以按照合同规定的条件送交订货单位,或者可以作为商品对外销售的产品。

3. 周转材料,指公司能够多次使用,逐渐转移其价值但仍保持原有形态不确认为固定资产的材料,如包装物(纸箱、桶、瓶、坛、袋等)和低值易耗品(工具、管理用具、玻璃器皿、劳保用品等)。

第四十一条 按照新会计准则的行业规定,存货入帐价值的确定应当按取得时的实际成本记帐。其中;

1. 公司外购入的存货的成本是指采购到入库前所发生的全部支出,包括购买价款、相关税费、运输费、装卸费、保险费、整理费用等作为材料物资的实际采购成本。

2. 其他取得的存货成本，其成本由采购成本及加工成本构成。有些还包括其它成本，如产品的设计费用等。

3. 其它方式取得的存货，包括接受投资者投资、非货币性资产交换、债务重组、公司合并等方式取得存货。上述存货的成本应当按照合同或协议约定的价值确定。但合同或协议不公允的除外，如果出现不公允的情况，应当按照该存货公允的价值为其入帐价值。

4. 盘盈的存货应其重置成本作为入帐价值。并通过“待处理财产损益”科目进行会计处理，按管理权限报经批准后冲减当期限管理费用。

5. 下列相关费用不计入存货成本；

(1) 非正常消耗的直接材料、直接人工费用应计入当期损益，不得计入存货成本(如超定额的废品损失、自然灾害损失等)。

(2) 仓储费用指公司在采购入库后发生的储存费用，应该计入当期损益(特殊行业的仓储费用除外)。

6. 低值易耗品核算；领用低值易耗品，可采用一次摊销法，数额较大的可以通过“待摊费用”、“递延资产”科目进行核算。

第四十二条 产品的转出的实际成本计算方法，采用“移动加权平均法”。“移动加权平均法”即每次进货的成本加上月初原有库存存货的成本，除以每次进货的数量与原有库存存货的数量之和，据以计算加权平均单位成本，计算在下次进货前计算各次发出存货成本的依据。

第四十三条 公司存货建立盘点制度，会计与仓库保管人员每月应核对一次，每半年应组织人员实地盘点一次，年终组织相关部门全面盘点一次。盘点必须填制《存货盘点表》，盘点人员应签字认可。

第四十四条 每次盘点发生的存货溢损，会计人员应同仓库保管人员协查原因，查证确属溢损时，应及时作出书面报告，交财务总监审核，报总经理审批，按下列方法进行帐务处理；

1. 属于计量收发差错和管理不善等原因造成的存货短缺，应先扣回残料价值，可以收回的保险赔偿和过失人赔偿，将净损失计入管理费用。

2. 属于自然灾害等非常原因造成的存货毁损，应先扣除处置收入（如残料价值）、可以收回的保险赔偿和过失人赔偿，将净损失计入营业外支出。

第十章 成本核算与管理

第四十五条 按照公司会计制度的规定，成本是指公司购买各项产品等所发生的各项耗费。

第四十六条 财务应设“成本”科目，借方反映所发生的各项费用，贷方反映完工转出的各种产品、自制材料、自制工具及设备等的成本。期末借方余额反映尚未完工的各项在产品的成本。

为分别核算基本成本和辅助成本，在“成本”科目下，分别设置“基本成本”和“辅助成本”两个明细科目。

财务还应设立“其他采购费用”科目作为成本类科目。主要核

算公司产品发生的各项间接费用，月度终了，在各成本核算对象间进行分配。主要核算管理人工工资、差旅费、办公费、机物料消耗、固定资产折旧费、修理费、租赁费、保险费、照明费、取暖费、运输费、劳动保护费。

第四十七条 产品成本的计算办法公司实行按“品种法”计算，指成本的核算对象一般只是公司的最终完工产品。成本计算期与每月的会计报告期一致，费用全部由完工产品负担。

第四十八条 部门内部实行成本考核，不断强化核算的基础管理工作，保证数据准确，严格计量管理，原始记录必须健全真实，严格实施产品、成本、耗费定额管理制度，认真考核。

第四十九条 严格划分成本计算期，按月计算成本、月成本计算期内核算的产量入库，收入和消耗的起讫日期必须一致，不得随意提前或推后，人为地调节产品成本，以保证当期成本的真实性。

第五十条 必须按照月度实际产量、实际消耗、实际费用来计算成本，不得以估计成本、计划成本代替月度产品的实际成本。

第五十一条 公司实行“权责发生制”的原则计算成本。凡是本期应负担的费用，不论款项是否支付，均应计入本期成本，凡不属于本期成本负担的费用，即使款项已经支付，也不应计入本期成本。

第五十二条 必须划清本期成本与下期成本、在产品成本、可比产品成本与不可比产品成本的界限，防止成本计算混乱的现

象发生。

第五十三条 成本核算必须有帐有据，做到真实、准确、完整、及时。数据资料的来源必须真实可靠，一定要以审核无误，手续齐备的原始凭证为依据，同时根据内部管理和编制报表的需要，按照成本核算对象、成本项目、费用项目和各部门进行分类、归集、设置必要的费用帐册进行登记。

第五十四条 部门的定额标准只能作为考核数据，不能作为计算成本的依据。

第五十五条 成本核算中的处理方法，前后各期必须一致，年度内不得任意变更。

第十一章 固定资产核算与管理

第五十六条 固定资产是公司重要要素之一，是公司进行的主要物质基础和劳动手段。固定资产是使用期限较长，单位价值较高，并且在使用过程中保持原有实物形态的资产。

第五十七条 固定资产的标准：

1. 使用年限在 2 年以上；
2. 单位价值在 2000 元以上的房屋、建筑物、机器设备、工器具等资产应作固定资产，不属于经营主要设备的物品单位价值在 2000 元以上，并且使用期限超过两年的也应作固定资产。

第五十八条 固定资产价值的构成：应包括公司为购建某项固定资产达到可使用状态前所发生的一切合理的、必要的支出，这些支出既有直接发生的，如购买固定资产的价款、运杂费、包

装费和安装成本等，也有间接发生的，如应分摊利息等。

1. 公司购入固定资产的计价方法如下：

(1) 外购固定资产，包括购买价款、相关税费、运输费、装卸费、安装费和专业人员服务等作为财务入帐的原始价值。

(2) 自行建造的固定资产、由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生必要支出构成，包括工程用物资成本、人工成本、交纳的相关税费、应予资本化的借款费用以及应分摊的间接费用。

其中；

自营方式建造的固定资产，其成本按照直接材料、直接人工、直接机械施工费等作为固定资产入帐的原始价值。

出包方式建造的固定资产，其成本由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生必要支出构成，包括建筑工程支出、安装工程支出、其它辅助工程支出。

其他单位售出的固定资产，按出售单位的帐面原价，扣除原安装成本后，加上支付的运杂费、包装费和安装成本等作为财务入帐的原价。

(3) 购入其他单位旧的固定资产，按对方帐面净值或重新评估价值，加上支付的运杂费、包装费和安装成本等作为财务入帐的原价。

2. 投资者投入的固定资产，应按投资合同或协议约定的价值（或以评估确认的价值）加上应支付的相关税费作为固定资产的入帐价值。

3. 原有固定资产在使用过程中发生的更新改造支出、修理费用等符合固定资产确认条件的，应当计入固定资产价值，同时将被替换部分的帐面价值扣除。不符合固定资产确认条件的，应当计入当期损益。

4. 接受捐赠的固定资产，按同类资产的市场价值估计，或根据捐赠提供的有关凭据记帐。接受固定资产时发生的各项费用，应当计入固定资产的价值；

5. 盘盈的固定资产作为前期差错处理，通过“以前年度损益调整”科目核算，盘亏的固定资产，通过“待处理财产损溢—待处理固定资产损溢”盘亏的造成损失通过“营业外支出—盘亏损失”核算，应当计入当期损益。

6. 投入使用尚未办理移交手续的固定资产，可先按估计价值记帐，待确认实际价值后，再行调整。

第五十九条 固定资产折旧的管理：公司的固定资产因长期参加经营而仍保持其原有的实物形态，其价值将随固定资产的使用而逐渐转移到采购产品中，构成了公司的经营成本或费用。这部分随着固定资产的磨损而逐渐转移的价值即称为固定资产的折旧。

第六十条 折旧的基数：计算固定资产折旧的基数一般为取得固定资产的原始成本，即固定资产的帐面原价，已经入帐的固定资产，除发生下列情况外，不得任意变动；

1. 根据国家规定和集团要求对固定资产进行重新评估发生

的价值变动；

2. 增加补充设备或改良设备；
3. 将固定资产的一部分拆除；
4. 根据实际价值调整原来的暂估价值；
5. 发现原记固定资产价值有错误。

第六十一条 固定资产的净值：固定资产的净、残值是指固定资产原始价值或重置完全价值减去已提折旧后的净额。当月增加的固定资产当月不计提折旧，从下月起计提折旧。当月减少的固定资产当月仍计提折旧，从下月起不计提折旧，固定资产提足折旧后，不论是否继续使用，均不再计提折旧。提前报废的固定资产也不再补提折旧。

已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的固定资产，应当按照估计价值确定其成本，并计提折旧。待办理竣工决算后再按实际成本调整原来的暂估价值，但不需要调整原以计提的折旧额。

第六十二条 固定资产的使用年限：根据国家的最新规定，结合公司的具体情况，确认固定资产的折旧年限如下：

1. 房屋建筑物：20 年
2. 机器设备、运输设备：10 年
3. 电子设备及其他办公设备：5 年

第六十三条 公司实行固定资产折旧的方法为“年限平均法”，按月计提折旧。

第六十四条 固定资产修理的管理：固定资产发生的修理费直接在成本中列支，设备大修且修理费用数额较大时，可以采取先行预提逐月摊销的办法，对发生的修理费用特别大的，其摊销期限超过一年的，可通过“递延资产”科目核算。

第六十五条 固定资产的归口管理：固定资产的主管部门为财务部、研发部。

一、财务部职责：

1. 进行固定资产的核算工作，建立固定资产总帐、明细帐，做好变动纪录，做到帐帐相符。
2. 按规定程序审核记载固定资产增加、减少、转移等业务。
3. 按规定正确计提固定资产折旧，合理分摊各种修理费用。
4. 组织使用部门每年进行全面清查盘点工作，核对帐、卡、物，及时督促处理盘点中发生的问题，及时进行帐务处理。

二、研发部职责：

1. 建立固定资产台帐，建立健全固定资产档案，进行资产编号，定期清查核对，做到帐帐、帐物相符。
2. 根据使用部门提出的申请，对固定资产按规定程序实施考察、购置。
3. 对符合报废的固定资产，会同相关部门实施鉴定，按规定程序进行清理。
4. 做好固定资产日常维护保养工作，检查使用保养情况，保证固定资产的安全、完好，发挥其最大效益。

5. 定期编制维修计划，对于暂不使用的设备要办理封存手续，并按规定进行防尘、防锈等处理，定期检查保养，若要启用须办理启封手续。

第六十六条 固定资产对外租赁时，应签订租赁合同，并定期实地检查资产的使用情况，确保资产的安全完好。

第十二章 在建工程核算与管理

第六十七条 公司进行基建工程、安装工程、技术改造工程、大修理工程等实际发生的支出，购入的需安装的固定资产及在未转入固定资产科目之前，应通过“在建工程”科目进行核算。

第六十八条 财务人员应参与公司在建工程的有关合同签订工作，合同一经签订，财务人员必须严格控制工程预算，按照合同规定严格控制工程款的分期付款。

第六十九条 会计应将所有的在建工程的各项支出通过“在建工程”科目进行核算，并建立工程管理台账，逐项工程进行管理，每项工程必须有合同、报价单、每次付款记录，直至工程结束。

第七十条 在建工程完毕后，必须收齐全部工程款项的发票，经专职的验收机构或经公司组成的验收小组验收合格后，逐项转入固定资产。

第七十一条 公司对外发包的基建工程，按实际支付给承包公司的支出作为基建工程总造价。公司自营的基建工程，按实际发生的全部支出作为基建工程总造价。

第七十二条 每项工程开始之前，公司必须组织相关人员进行项目的可行性分析，应明确责任部门和有关人员，结合技术进步的要求，进行市场预测，分析项目的投资效益，投资回收期，利润增量等经济指标，确保科学决策。

第七十三条 在建工程领用本公司经营的商品及产品等，应视同对外销售，按商品及产品的售价计入工程成本。

第七十四条 对“在建工程”的付款，必须严格按照合同规定的时间段支付款项，不得发生提前支付工程款的现象，更不得发生超付的情况。所付工程款只能支付给合同签订单位，不得给合同签订单位代付其他款项。

第十三章 对外投资的核算与管理

第七十五条 对外投资是指公司依据国家法律、法规规定把本公司的货币、实物和无形资产，直接通过购买债券，购买股票及购买股权形式投入到其它单位营运活动中去的行为。

第七十六条 对外投资计价确认：

1. 以现金、存款等货币资金向其他单位投资的，按实际支付的金额计价。

2. 以实物和无形资产向其他单位投资的，按评估或合同、协议确定的价值计价。

3. 认购的债券按实际支付的价款计价，若实际支付的价款中含有应计利息，则按实际支付款扣除应计利息差后的金额进行计价，应计利息作为公司本期财务费用（或管理费用）。

4. 公司认购股票按实际支付的款项计价，若实际支付的款项中含有已宣布发放但尚未支付的股利，按实际支付的款项扣除应收股利差额计价，应收股利作为公司投资收益处理。

第七十七条 财务部要加强对外投资合法性的控制，公司所有的对外投资必须合法。严格审查对外投资协议和合同是否合法，对协议和合同存在风险要及时告知公司有关领导，避免投资风险。

财务部还要对投资的效益性进行控制，项目投资前要看有无专业技术人员和专业部门进行反复考察和论证，只有在确保公司的投资能得到相应的回报，才能对外进行投资。凡对外投资超过20万元以上必须报公司总经理批准。只有在得到总经理批准同意后，方可对外进行投资。

第七十八条 对外投资项目都必须签订经济合同，财务按照合同要求进行付款，并要取得对方有效票据。公司对外投资所签合同，必须遵守国家有关投资方面的法律规定，维护公司经济利益。

第七十九条 公司对外投资后，应正确行使股东的权利，关注投资的经营状况，应当区别不同投资项目，按照新的《公司会计准则》要求分别采用成本法及权益法进行核算。单户报表采用成本法核算，汇总报表采用权益法核算。

1. 应当采用成本法核算的一是公司持有的对子公司的投资，二是对被不具有共同控制或重大影响，且在活跃市场中没有报价，公允价值不能可靠计量的长期股权投资。

2. 应当采用权益法核算的一是对合营公司的投资、二是对联营公司的投资。

3. 及时收回应得的利益，每年按实际收到的股利分红款项作为公司年度投资收入。

第十四章 工资核算与管理

第八十条 公司的各项工资支出必须符合国家关于工资总额组成的规定，根据公司确定的工资标准，考勤规定、定额标准正确核算工资费用。

第八十一条 公司根据分工的不同及人员组成情况，在保主员工工资总额不低于当地政府规定的标准。公司所支付给员工的工资均通过应付工资核算。公司将实行如下工资计算形式；

1. 管理（后勤人员）人员均实行计时工资，即按月每个员工月度工资标准和工作时间支付给职工的劳动报酬，会计通过“管理费用”科目核算。

2. 员工实行月固定工资。

3. 营销部人员实行基本工资加按业务提成的工资形式，基本工资实行月度考核，业务提成按实现的产品销售收入及货款回收百分比进行计算。财务部计算到营销部，营销部再按每个业务员的业绩计算到人。上述工资通过“营业费用”科目进行核算。

4. 奖金：这是支付给职工的超额劳动报酬和增收节支的劳动报酬，支付对象为公司所有员工。

5. 津贴、补贴：这是为补偿职工特殊或额外劳动消耗和因

其他特殊原因支付给职工的津贴,以及为了保证职工工资水平不受物价影响支付给职工的物价补贴及中餐补贴。

6. 加班加点工资:这是按规定给部门业务主管以下的人员因加班或加点而支付的工资。

7. 特殊情况下支付的工资,如:工伤、产假、探亲假等情况下支付的工资。

8. 4-7项工资支付,财务应分清发放对象,分别计入相关科目,并在产成品和半成品之间进行合理分配。

9. 凡工资达到个人所得税纳税起点的应按国家税法规定,由公司实行代扣代缴。

第八十二条 根据公司的实际情况,凡实行计时工资的人员,必须按月实行考勤,月标准出勤天为26天,未达到月标准出勤天数的按天计发工资。

第八十三条 对人员均采用月工资制

第八十四条 公司行政部为工资编制部门,财务部为工资的审核部门。

第八十五条 员工的月工资实行银行代发制度,除临时辞退的员工外不得给员工发放现金。

第八十六条 每月5日为员工的发薪日期,行政部门每月3日前编制完工资表,报财务总监核准后,报总经理批准后,送财务部进行工资发放。

第十五章 应收款项的核算与管理

第八十七条 公司财务部应按照客户设置应收款项台帐，及时分析客户信用情况，反映应收款项发生、增减变动、余额及帐龄的信息。并编制应收款项明细表，向公司领导和有关责任部门反映应收款项的余额，提请公司营销部采取相应的措施。

第八十八条 公司建立应收款项的催收责任制度。

公司应收款项的催收责任部门为公司营销部，营销部应当建立定期提醒客户依约付款的制度，并按客户情况确定本部门责任人员，确保按时回收应收帐款。

第八十九条 对于半年内不再有业务往来客户的应收款项，应当查明原因，由营销部组织人力进行催收，金额较小的逾期应收款项，可以采取多种方式催收，可以委托专门收帐的机构或人员追讨。按与其签定的合同规定的劳务费用列入管理费用。无法收回的可以通过诉讼方式解决。

第九十条 对于金额较大、逾期时间较长的应收款项，对方需要公司进行债务重组时，营销部门应提交方案报公司总经理审议，经批准后实施。

第九十一条 公司每年必须在6月30日和12月31日前进行两次应收款项的定期清查，向全部债务人发出询证函，营销部应当及时回收询证函。

第九十二条 对于询证函余额与公司会计账面不一致时，营销部应当指定专人前去对账，需要财务部门协助时，财务部门应当派人同去查账。对于无法对平的差错，查账人员必须出具查账

报告，说明产生原因，提出处理办法。

第九十三条 定期清查时，公司财务部门应当编制应收款项清查明细表（列明债务人名称、事由、余额、帐龄）等资料，提交给公司营销部，由营销部与债务人核对清楚，做到债权明确、帐实相符、帐帐相符。

第九十四条 对既有债权又有债务的同一债务人，应付该债务人的款项，必须从应收款项中抵扣，以确认应收款项的真实数额。

第九十五条 公司营销部对确实不能收回的应收款项，应当定期向公司报告，经公司行政办公会议审批同意后可以作为坏帐损失，进行处理，坏帐损失视不同情况按以下方法确认：

1. 债务人被依法宣告破产、撤销的，应当取得破产宣告、注销工商登记或吊销执照的证明或者政府部门责令关闭的文件等资料，在扣除债务人清算财产清偿的部分后，对确不能收回的应收款项，作为坏帐损失。

2. 债务人死亡或者依法被宣告失踪、死亡，其财产或者遗产不足清偿且没有继承人的应收款项，应当取得相关法律文件后，列为坏帐损失；

3. 涉诉的应收款项，已生效的人民法院判决书、裁定书判定、裁定其败诉的，或者虽然胜诉但因无法执行被裁定终止执行的，作为坏帐损失；

4. 逾期 3 年的应收款项，具有公司依法催收磋商记录，并且

能够确认3年内没有任何业务往来的，在扣除应付该债务人的各种款项和有关责任人员赔偿后的余额，作为坏帐损失；

5.逾期3年的应收款项，债务人在境外及我国香港、澳门、台湾地区的，经依法催收仍未收回，且在3年内没有任何业务往来的，在取得境外中介机构出具的终止收款意见书，或者取得我国驻外使（领）馆商务机构出具的债务人逃亡、破产证明后，作为坏帐损失。

第九十六条 坏帐损失的处理程序及权限：

公司对于坏帐损失的处理要遵照如下程序办理：

1. 公司营销部门经过取证，提出报告、阐明坏帐损失的原因和事实。

2. 涉及诉讼的损失，应当委托律师出具法律意见书。

3. 公司财务部门经过初审后，提出初步财务处理意见，提交公司经理行政办公会议或总经理审议，按审批的结果办理。

4. 公司对于坏帐损失履行完以上程序后可经行政办公会或总经理决议审批处理。

第九十七条 公司已处理坏帐损失属于逾期3年应收款项的，应当实行帐销案存，继续保留追索权，由营销部继续追索。

第九十八条 公司在坏帐损失处理后，应当依据税法的有关规定向主管税务机关申报，按照会计制度规定的方法核算。

第九十九条 公司处理的坏帐损失，应当在财务会计报告中予以披露。

第一百条 对于年度内造成的应收帐款损失，公司将按下列办法实施奖惩：

1. 有关责任人员因工作失职，平时催收货款不力，且一年内没有催款记录的，将对有关责任人员实行经济处罚，赔偿损失额的 5—20%。

2. 营销部因不及时清查应收账款，未发出询证函，未及时向债务人询证，造成损失的，应当追究有关人员的责任，并赔偿损失额的 10—30%。

3. 对于以前留存的应收账款，有关人员经过努力予以回收的，可以奖励回收金额的 5%—10%。

4. 公司营销部、财务部未遵守本管理办法的有关规定，造成公司损失的，由公司对该部门领导给予扣发 1-3 个月的奖金处罚。

第十六章 材料采购管理

第一〇一条 公司的材料采购由公司资材部门组织实施，其他部门无特殊情况不得进行物料的采购，未经公司领导审批的采购事项财务部门不得支付款项。

第一〇二条 本章所指的物料采购包含机器设备、产品、辅料、备品备件、办公用品、低值易耗品的采购。

第一〇三条 每月采购的产品、辅料的采购计划编程序为：

1. 营销部每月 25 日前下达计划；
2. 每月 27 号前根据营销部下发的计划、资材部库房现有存

货、扣除合理储备量后编制物料需求计划、送财务总监审批，审批同意后交资材部实施采购。

第一〇四条 由于计划的临时增加，需要另行购置所需材料，由营销部填写《临时采购单》，送财务总监审批，经批准后交资材部实施采购。

第一〇五条 对备品备件、工量计具、低值易耗品、办公用品的采购，各所需部门应于当月 28 日前编制《月度采购计划表》，送财务总监审批，批准后由资材部实施采购。上述物品原则上每月采购一次（除设备抢修外），不得发生临时性采购。

第一〇六条 资材部对合格供应厂家年度应当签订基本合同，每月采购应当签订月度采购合同；资材部在进行以下采购活动时，必须签订书面合同：

1. 材料购进业务（零星采购即时结清者除外）付款金额 1000 元以上；
2. 低值易耗品、备品备件采购金额达到 1000 元以上的业务；
3. 工量计具、外协加工业务，付款金额在 2000 元以上的；
4. 固定资产购置。

第一〇七条 资材部因采购需要签订经济合同时，应坚持“多家比较，先内后外，先近后远”的原则，以质量、信誉、价格择优选定供应厂家。通用仪器设备、仪表、维修用备件、用主辅材料、大宗的劳保杂品等物品的采购，必须坚持“直接从生产厂家进货”。

第一〇八条 需求量较大的产品、辅料、包装物、备品备件、办公用品等必须采用招标的形式，确定价格及进货厂家，并将招标结果报送公司财务总监及公司总经理，经审查同意后签订供货合同。

第一〇九条 资材部负责建立合格供方档案，保存供方选择评价和重新评价的记录，以及评价引起的任何必要措施的记录。每年组织一次跟踪复评，供方经复评不合格时取消其合格供方资格。

第一一〇条 采购人员应从合格供方处实施采购，凡采购的各种原材料、辅助材料质量合格率必须达到 100%，经公司技术质量部门检验合格后，方可办理入库手续。

第一一一一条 随同产品入库时，需供应商提供“化验单、质保书”，发现购入原、辅材料存在质量问题，资材部应积极联系供应商，向供方发出纠正措施及报告要求，若二次发出报告没有明显改进的，取消其供货资格。

第一一二条 经品管部门检验认定为不合格产品时，资材部应及时通知供货厂家进行退、换货处理，不得造成公司资金损失，并确保需要。所有采购的材料物资必须按照计划约定时间交货。按时交付率达到 100%，不得发生影响公司发货时间。

第一一三条 对个别材料无法达到计划约定时间的，资材部应及时通知材料使用部门，以免影响，并由材料使用部门修改购入时间

第——四条 资材部所有采购需要支付的购货款，除现金支付的项目外，都必须在一个月后方能支付货款，无特殊情况不得提前申请支付购货款，财务部对未到时间的购货款应先行挂帐，不得支付购货款。

第——五条 资材部发生的采购事项，需要支付货款的，按财务用款审批制度有关规定处理。

第——六条 资材部门必须树立为服务的思想，按照科学有效、公开公正、比质比价的原则进行采购，实行节约有奖，超过受罚（减除市场原因）的原则进行奖惩；

1. 全年采购节约金额 5-10 万元，奖励节约额的 5%。
2. 年采购节约金额 10-20 万元，奖励节约额的 6%。
3. 年采购节约金额 20-30 万元，奖励节约额的 7%。
4. 年采购节约金额 30 万元以上，奖励节约额的 8%。

第——七条 资材部每年度按照采购物资品种，核实上年度采购平均单价和本年度实际平均采购单价，计算出本年度采购节约额，乘以当年采购量，得出全年节约总额。填报“原材料节约奖申报表”，交财务部核实。并附齐两年采购价格证明（或采购发票），送公司财务总监审核，报公司总经理审批同意后进行发放。

第——八条 资材部未按计划实施采购，造成超储积压、形成材料损失，按照损失金额处以资材部门 10-20% 罚款。

第——九条 由于资材部采购人员失职，未按照采购标准实

施采购，所购材料无法使用，又无法退换货的，给公司造成损失，按照损失金额处以损失额 20-30%的罚款。

第一二〇条 由于物料采购人员未按计划进行采购，造成公司损失的，半天之内行政警告，扣罚当月奖金。一天以上扣罚半年奖金。二天以上调离采购岗位，全年无奖金。

第十七章 产品销售的核算与管理

第一二一条 销售收入的确认：公司在发出产商品和提供劳务的同时，收讫或者取得索取价款的凭据时，确认为销售收入。即按权责发生制的原则，是指产品已经发出、劳务已经提供，同时收到价款或者取得收取价款的凭据时，确认收入的实现。

第一二二条 销售收入的组成范围：销售收入是指公司销售产品提供劳务等取得的收入，包括产品销售收入、废品及边角余料、废旧包装物和其他业务收入。

第一二三条 产品销售收入：包括销售产成品、自制半成品、委托代销商品。

第一二四条 其他业务收入指公司除产品销售以外的其他销售或者其他业务的收入，包括材料转让、固定资产出租、包装物出租、无形资产转让、废旧物资出售等提供非工业劳务取得的收入。

第一二五条 营销部应将当月发生的销售，向财务部申请开出增值税发票，其他有关部门也应将发生的其他销售开票给有关单位，并将所得款项交财务部门入账。

第一二六条 对产品销售发生的销售折让和销售折扣，营销部应及时将发生情况报告给财务部，由财务部上报相关领导，经领导批准后，及时将销售折让和销售折扣进行账务处理。

第一二七条 对新客户因试用需要发生的试用费用（包含产品），营销部门应在当月书面报告给公司相关领导，经同意后财务部进行账务处理。

第一二八条 公司发生销售退回或折让，需要调整收入时，无论是本年销售的，还是以前年度销售的产品，一律冲减当月销售收入。

第一二九条 公司产品发往各办事处及外租仓库、虽发往客户但客户并未使用，未通知开票时的产品不得作为当月产品销售。

第一三〇条 营销部应根据各月度订货计划，结合公司的能力，每年2月25号前编制的《年度计划》，呈公司总经理审批同意后送达营销部，由营销部向资材部下达月度《采购计划》。

第一三一条 客户月度销售总量及品种数量计划发生变更时，应于发货前七天通知营销部，以便营销部组织产品购买，确保销售计划完成。临时追加的销售量，营销部有解决方案，确保客户需要。

第一三二条 凡发生产品销售业务（除钱货两清的销售业务外），每一个客户都应签订月度《产品销售合同》，信誉度高的个别客户所发的月度订单同样可以作为合同管理。合同管理及合同签订权限以公司合同管理办法为准。

第一三三条 营销部应对客户库存公司产品的数量进行调查，按照其合同及月度订单组织供货，既要满足其需要，又要防止其超储积压，造成大批量退货的现象发生。

第一三四条 产品的发货程序

1. 产品发货前二天营销部应书面通知品管部和资材部，以便进行产品检验，未经检验的产品资材部不得出库发货。

2. 营销部依据《产品销售合同》或月度订单，填开产品《出库单》，由营销部经理签字确认后，送财务部部长审批。无供货合同及客户订单，财务部将不给予审批。

3. 销售部门应在发货启运时开出《产品发货单》随货同行，收货方在收货后应在《产品发货单》上签字确认并加盖收货章。营销部应在运输单位结算运费时，及时收回一联，交回资材部，资材部作为出库单的附件交财务入账。

4. 车辆发运时营销部应要求运输单位向保险公司投保“运输险”，办妥后方可启运。

5. 部份厂家要求收货时同时收取《增值税发票》的，营销部可以凭合同及订货单、出库单到财务部开取发票，营销部应作好收发登记，领票人必须签字确认，并交待妥善保管之责任。

6. 货物发运后，营销部应将货物到达时间通知收货方，并要求收货方及时将收货情况反馈回公司，出现数量短少或损毁时，应及时查处，并将查处情况向公司报告。

第一三五条 出现数量短少或损毁时，营销部应查明原因，

属于包装数量不足，应会同品管部进行调查，确认后补货，所补货数量不再开（出库单）、也不需要开出增值税发票。在入库时补足、所补数量不再补入库单。属于运输单位造成，应将损失确认书及与对方交涉情况一同交财务部开出发票或增值税发票，在应支付的运费中抵除。

第一三六条 产品退换货的帐务处理办法

1. 由于产品质量问题客户要求退货，营销部门出具客户要求退货的《书面报告》，标明退货理由，经品管部确认后，方可办理退货。

2. 货物到达后，仓库保管员应将此批退货列为不合格品存放。等待品管部的处理意见后再进行分项处理；

（1）该批产品公司已开增值税票，又不需要换货的，除收回产品外，还应收回所开出的增值税发票一式两联，随同退货报告、入库单一同交财务部入账。

（2）已开发票发生的退货，对方同意同类品种、同等数量换货，产品发出时不再重新开票，产品出入库不再重新开出、入库单。资材部可将该批退货退回库房，在同品种入库时直接递减退出的数量。

（3）已开发票发生的退货，对方不同意同类品种、同等数量换货，而是品种、数量都发生了变化，如发票不能使用时，应收回所开发票。退货办理入库。发货按发货程序办理。

（4）未开发票而发生的退货，重新办理出入库，重新发货

按发货程序办理。

(5) 因退货发生的运输费用，结算办法应按发货运输费用结算办法办理。

第一三七条 销售部门应当建立客户销售台账，详细记载客户收、发、存和开票、付款等明细情况，实行日记账。并将当天销售实绩输入电脑，实行电脑管理。

第一三八条 公司产品的定价权为公司价格管理委员会，该委员会确定的产品销售价格，营销部必须坚决执行，不得随意变更。财务部开增值税发票时，凡产品销售价格低于原定价格应杜绝开发票。

第一三九条 营销部门对公司产品的定价认为需要调整时，应当向价格管理委员会出具《产品销售价格调整申请报告表》，经批准后方可执行新的价格、财务部才能按新的价格进行开票。

第一四零条 财务部是应收贷款的行政部门，营销部是应收贷款的执行部门，负有收回应收贷款的责任。

第一四一条 财务部应于每月 15 和 30 日将本月贷款回收情况书面通知营销部，并将贷款回收列入公司月度考核，月度回款额度较上月下降 10% 时，营销部应就此向公司总经理书面报告阐述理由。

第一四二条 营销部年度内拓展新的客户，按照合同规定存在贷款结算周期，应当会同财务部填制《贷款结算周期资金额度申报表》，报公司财务总监审核，再交公司总经理审批。对于正

常供货的客户，每月均需回款，对连续三个月未能回款之客户，营销部应分析欠款原因，并书面报告公司总经理，采取相应措施进行妥善解决。

第一四三条 营销部每年至少两次与所有客户往来账款进行对账，并要求客户在《往来账款询征函》上签字确认，双方帐务发生差异需要财务部派人进行协助时，财务部应当派出人员协同对账，确保年度内双方帐面数不得存在差异。

第一四四条 客户支付货款的形式可采用银行汇款和银行承兑汇票，数量较少（金额低于1000元）的客户可以收取现金，其它支付方式如商业承兑汇票等原则上应于拒绝，以减少公司财务风险。

第一四五条 凡客户使用商业承兑汇票支付货款时，应于拒收。但对个别信用较好，金额数不大的公司，营销部门应当书面报给财务总监审核，报公司总经理审批同意后，送财务部门留档存查，方可收取客户商业承兑汇票。

第一四六条 客户用现款支付货款时，营销部应及时将货款送财务部，财务部收到款项后，开出增值税发票给营销部，营销部转交给客户。

第一四七条 客户用银行承兑汇票支付货款的，业务人员应当严格审查所收票据，凡不符合《中华人民共和国票据法》要求的票据应予拒收，其中；

1. 在外地收到票据时，业务人员审查把握不准时，应复印

此票据传回公司交财务部审验，由财务部送开户银行审查后决定是否收票。

2. 带回的银行承兑汇票，或收到客户寄回的银行承兑汇票，由于不符合〈票据法〉的要求时，财务部应予拒收并退回营销部，营销部应将原票退回客户，并要求开出新的银行承兑汇票。

3. 对第一次收到的商业承兑汇票，应当持票到其开户银行，确认票据及印鉴是否属实，不符的应当拒收。

4. 省外客户凡需要公司签出“同意邮寄”或“收到票据证明”的，营销部应派人前往取票，以减少公司财务风险。

第一四八条 营销部收到的货款和票据，业务人员回公司后应于当天交回财务部，非特殊情况不得留存票据过夜。营销部和财务部双方应办理票据交接登记，并签字确认

第一四九条 资材部仓库所存各类成品实行限额管理，合理库存量为该产品 1 个月供货量，超出此限，资材部应通知营销部，营销部应书面报告，经总经理批准后方可增加库存量。

第一五〇条 资材部于库存期限超过三个月以上的产品，应向品管部报告，由品管部检验鉴定，并将检验结果发至营销部，由营销部对质量不符合要求的成品出示书面报告，公司总经理批准后，营销部开出〈出库单〉，附齐审批报告和质检报告单，交财务进行账务处理。

第一五一条 当产品销售发生销售折扣和折让时，如有此类情况发生，营销部应出示书面报告，报公司财务总监审核后，报

公司总经理审批同意后可以作如下处理；

1. 销售折扣指销售价款损失，如有销售折扣发生时，最好在未开出增值税发票之前进行，如发票已开出应收回原增值税发票，重新开出增值税发票。

2. 销售折让指产品数量损失，如已开票必须收回所开增值税发票，重新开票。将原（出库单）重开，一份附在新开发票后作为附件，损失数量另开一份出库单连同经批准的书面报告送财务入账。

3. 客户发票已开出，欠款一直未付，年终结算时要求降价。但对方发票又无法收回，要公司补货达到其降价目的。将补货数量开出（出库单），连同书面报告送财务部入账。

4. 个别客户付款时由承兑汇票改付现款时，收取公司的贴现利息，发生此种情况应书面报告公司总经理，经同意后办理。但客户必须开具税务局监制的统一发票，不得接收现金收据及白纸条。批准后连书面报告一同交财务部入账。

第一五二条 销售产品发生的运费结算，必须要有《运输合同》、客户返还的《产品发货单》、规范的运费发票，收齐后由营销部办理〈银行用款申请单〉送公司财务总监审核后，报公司总经理审批同意后，由财务部安排付款。

第一五三条 公司营销部为产品销售价格的执行部门，公司财务部为产品价格的行政部门。营销部应建立动态价格管理体系，当有下列情况发生时，应书面报告提请公司行政办公会议审批；

1. 认为公司产品的价格需要变动时。
2. 认为产品目前销价对产品销量有影响时。
3. 当客户要求产品降价强烈，公司必须通过调整售价来保证其市场时。
4. 新客户寻求产品报价低于原定价格时。
5. 相关部门无法对新品进行报价时，以及无法确定新品价格时。

第一五四条 财务部对产品销售全过程实行价格控制，所开发票单价、所收货款低于公司开票价时，应通知营销部门查明原因，原因未查明之前暂时不再开出增值税发票。

第十八章 增值税发票使用规定

第一五五条 为强化内部的发票管理，堵塞增值税发票管理上的漏洞，提高相关人员管理意识，明确管理人员的职责。本规定所指增值税发票包含公司开出和取得的增值税发票。

第一五六条 财务部设立专职的增值税发票管理员。负责增值税发票的购买及保管。

第一五七条 发票管理员应根据月度发票的使用量，确定发票购买数量，并及时掌握发票的库存量，确保公司增值税发票的使用

第一五八条 发票管理员对发票负有保管责任，所购入发票必须妥善保管，不得随意搁置，不得丢失和毁损增值税发票。

第一五九条 公司出售自产产品、委托代销产品、让售原材

料等，可以开具增值税发票。

第一六〇条 凡需要对外开具增值税发票时，必须由申请用票单位填制《增值税发票领用申请表》，并由业务员签字、部门经理审核认可。

第一六一一条 《增值税发票领用申请表》必须列明产品名称、数量、含税(或不含税)单价、开票总金额，对第一次受票单位，还应提供单位名称、税号、账号、电话等相关开票资料。

第一六二条 财务部收到《增值税发票领用申请表》后，由发票管理员开出增值税发票，出现下列情况时，发票管理人员应停止开票；

- 1、产品品名非本公司委托代销产品；
- 2、产品销售价格出现大的波动；
- 3、同一单位第二次开票，未收到第一次开出发票的《对方收到发票签收单》；
- 4、重开发票时未收到原开所退回的发票。

第一六三条 发票管理员应建立《发票领用登记表》，将所开发票交给领用单位时，应有申请单位人员签收。

第一六四条 使用单位收到发票后，应送达受票单位，送达确有困难时，可以通过邮局进行寄发，送达和寄发时必须附上《增值税发票送达签收单》，对方收到发票后签字认可。

第一六五条 发生增值税发票寄发错误或开票内容错误，交回原开发票后，才能重新申请开票。

第一六六条 发票寄出后，领用单位要实行全程跟踪，直至对方《增值税发票送达签收单》返回。并将《增值税发票送达签收单》及时送回财务部。

第一六七条 如发生发票丢失，使用单位应立即报告给公司领导及财务部，提出工作报告，待审批后方可重新申请开票。

第一六八条 所收到的增值税发票必须是规范和真实的，凡向开票单位提供本公司开票信息时，必须由财务部提供准确的开票资料。

第一六九条 收到增值税发票后，应在第一时间送交财务入账，不得发生折叠和污秽发票的现象。

第一七〇条 发生所收发票不规范，发生折叠和污秽发票的现象时，财务人员应将发票退回给交票人员进行更换，交票人员收到上述退票后，必须及时更换。

第一七一条 发票管理人员由于主观原因，造成增值税发票无法按时开出，发票管理员由于保管不善、造成增值税发票丢失，发票交接未进行登记，造成发票遗失，领票人不认可。当申请的所开发票出现异常情况时，发票管理员未进行发现和制止，领票人未及时将票送出，邮寄出现差错，造成税款损失的，以上情况发生时追究有关责任人员的经济责任。

第一七二条 所收发票不规范，毁损和污秽无法使用，且又无法进行更换，使公司无法进行抵扣，造成公司税款损失，每发生一次追究有关责任人员赔偿税款损失的经济责任。

第十九章 经济合同管理有关规定

第一七三条 经济合同是公司在进行社会性经营活动中承担权利、义务、责任的法律依据。也是公司对内部经济活动进行管理和约束及财务付款的重要依据。必须加强公司的经济合同管理。

第一七四条 签订经济合同前，必须认真调查对方的资信情况、履约能力和代表权限，未对对方资信进行调查的，不得签订合同。不准签订超出对方履行能力和代理权限的合同。

第一七五条 经济合同应采用书面形式及国家规定的统一标准合同文本、正式合同签订前，有关的意向书、协议、来往传真都必须保留，作为合同的组成部分存档。

第一七六条 签订经济合同时，必须遵守《合同法》及公司的有关规定，必须贯彻平等、自愿、公平、诚信、遵纪守法，不损害社会公共利益的原则。合同应具备的条款必须齐全，不得漏项，维护公司的合法权益。

第一七七条 各部门在进行以下经济活动时，必须签订书面合同：

1. 产品、燃料、辅助材料、包装物等材料购进(零星采购即时结清者除外)，付款金额 2000 元以上的业务；

2. 低值易耗品、备品备件购进，付款金额在 2000 元以上的业务；

3. 房屋、建筑物、仪器仪表、机械设备、运输设备的维修，付款金额在 2000 元以上的业务；

4. 装璜、装修，付款金额在 1000 元以上的业务；
5. 广告宣传、固定资产租赁付款金额在 1000 元以上的业务；
6. 技改、技措、技术合作付款金额在 1000 元以上的业务；
7. 固定资产的购置付款金额在 1000 元以上的业务；
8. 产品货物运输金额在 1000 元以上的业务。

第一七八条 签订经济合同时，除工程进度款、大型设备购进外，原则上不给预付款，可比照合同法中定金的办法处理，但定金给付的最高限额不得超过合同总金额的 20%。

第一七九条 凡属新签合同，金额超过授权额度以上时，必须要有二人以上参与谈判，一般情况下要有财务人员参加，重大经济合同要有公司副总经理参与谈判。

第一八〇条 经济合同的洽谈与签订应坚持“对外公开招标，货比、价比多家，优质低价，先内后外，先近后远”的原则，以守信、质优、价低择优选定。通用仪器设备、仪表、维修用备件、用主辅材料、大宗的劳保用品等物品的采购，还必须坚持“直接从生产厂家”进货的原则。不允许同无生产、无经营能力的厂家、商家签订订货合同。

第一八一条 营销部可以续签产品销售合同和产品运输合同。

1. 产品销售合同；当产品销售价格高于上期或平于上期时，营销部门可以续签合同，总经理授权营销部部长合同签订额度为 50000 元。

2. 产品运输合同,运价低于或平于上期时,营销部门可以续签合同,总经理授权营销部部长合同签订额度为 50000 元。

第一八二条 资材部主管产品、各种辅料、燃料、包装物、劳保用品、清洁用品、低值易耗品、工具用具、计量器具的采购及合同签订。当上述材料购进价低于或平于上期价格时,可以续签,其授权额度为 20000 元。

第一八三条 资材部主管机器设备、检验设备、仪器仪表的采购,上述合同的签订均需公司总经理签发。

第一八四条 行政部主管家具用具、办公用品、汽车维修、固定资产修缮及装修,固定资产租赁等采购及合同签订、当上述材料购进价低于或平于上期价格时,行政部门可以续签合同,总经理授权行政部部长合同签订额度为 10000 元。

第一八五条 财务部是公司经济合同的主管部门,负责合同的审查和合同章的管理。其主要职责为;

1. 参与对外经济合同的洽谈和签订。
2. 负责合同文本合法性、准确性、规范的审查。
3. 负责合同文本的收集与存档。

第一八六条 财务部与行政部同时对公司合同的文本负有管理责任。财务部主要保管经济类合同作为入帐附件,其它合同由行政部进行保管。

第一八七条 合同行政部门的主要职责有:

1. 负责公司经济合同管理制度的制订和修改;

- 2.参与公司重大经济合同的招标、审查与谈判工作；
- 3.检查各部门经济合同的签订和履行情况；
- 4.参与对外合同纠纷的处理；
- 5.负责合同的审查工作，审查内容为：

(1) 合同的签定过程是否公开、公正，是否符合本管理办法的规定；

(2) 合同条款是否合法、合理、规范、严密；

(3) 合同的价格是否合理；

(4) 合同审批、签发是否符合制度规定。

第一八八条 经济合同洽谈达成协议后，由经办人员负责起草合同书，合同书主要条款必须详尽、具体、明确，授权范围内的合同由部门部长签字，也可委托经办人签字。

第一八九条 超过授权限度的合同必须由公司总经理签字，其它人不得代签。

第一九〇条 所有对外签订的合同，必须填写《合同审批单》，由参加谈判人员签字，送本部门部长加签后，报公司总经理审批，后送财务部审查，加盖合同专用章。

第一九一条 凡超越授权范围的合同均属无效合同，部长代签的合同未办理《合同审批单》的合同，财务部门不得加盖合同专用章，由此而引起的经济纠纷和法律费用由签订合同的业务人员和部门自负。

第一九二条 各部门所签合同发至对方盖章后，应及时将正

本一份送达按照管理权限所规定的部门进行存档。

第一九三条 除即时结清的零星采购外，财务部未收到合同正本的一律不办理款项支付。凡为了应付财务付款需要，经济业务已完结，而后补签经济合同的，未经合同审查部门审查而执行的合同，一经发现，财务付款延期六个月，并且对具体经办人员追究经济责任。

第一九四条 经济合同发生纠纷后，合同经办人员应及时向本部门领导反映，本部门应主动先与对方协商解决。本部门与对方协商而不能解决的合同纠纷，应向公司领导汇报，寻求解决之办法。

第一九五条 经双方协商解决的合同纠纷，必须形成文字材料，包括解决合同纠纷的协议备忘录、信函、电报等都应作为合同的组成部分并归档。

第一九六条 合同纠纷协商无效时，向国家规定的合同管理机关申请调解和仲裁，也可向法院申请诉讼解决。

第二十章 差旅费报销规定

第一九七条 为了合理使用资金、加强公司差旅费管理，降低公司成本费用，本着方便工作又节约费用的原则进行差旅费用报销。

第一九八条 公司所有出差人员（副总以下人员）均实行费用包干办法，包干内容包含出差期间的住宿费、市内交通费、伙食补助、邮电费、行李费、行李托运手续费等各种杂费。

第一九九条 费用包干的原则为结余归己，超过自负。

第二〇〇条 员工因公出差审批权限及借款；

1. 公司员工需要出差时，均应填制《出差事项报告单》，部门部长级人员出差，由公司总经理审批。其它人员出差时间超过二天以上或需要乘飞机的由部门部长签字确认后，送公司总经理审批。二天以内的临时出差，由本部门部长审批。

2. 员工出差需要申请借差旅费用的，由出差人员填写《现金借款单》，由财务总监审核，经公司总经理批准后，财务部办理相关借款手续。

第二〇一条 出差使用交通工具及有关交通费用；

1. 公司总经理、副总经理、财务总监及享受副总级待遇人员出差：可乘飞机、火车软卧、轮船二等舱。

2. 各部门部长和副部长级人员出差，如有紧急任务、特殊情况经公司总经理批准后可乘坐飞机，火车硬卧、轮船三等舱。

3. 其余职工出差可乘坐火车硬卧、轮船四等舱，如有紧急、特殊情况或与领导同行时，经公司总经理批准方可乘坐飞机。

4. 乘坐飞机按实际票价含燃油税、机场建设费、保险费、民航班车费给予报销。

5. 乘火车硬座或陆路班车（超过十二小时以上或过夜六小时以上），每次补助所购车票面额 30%，乘车时间超过 24 小时，每次补助所购车票面额的 50%。乘坐轮船 5 等舱的可按轮船 4 等舱票价进行报销，乘火车硬座或陆路班车的订票费用按实报

销，报销最高限额不得超过票价的 15%，超过部分自理。

6.除公司总经理、副总经理外，其余人员乘坐飞机报销时须经公司总经理在机票背面签字确认。

第二〇二条 差旅费用包干标准；

地区承包标准(元/日)

公司正副总经理级 部门部长级 其他人员

省内其它地区、省会城市实报实销

省外一般地区 150

特殊地区 250~200

第二〇三条 外出开会包干费用标准；

会议接待标准 补助标准(元/日)

公司正副总经理级 部门部长级 其他人员

会议举办方安排食宿、费用实报实销，只补助市内交通及出差补助。

会议举办方不安排食宿、费用自理的所交费用实报实销。

第二〇四条 内部出差费用标准如下；

内部接待标准 补助标准（元/日）

公司正副总经理级 部门部长级 其他人员

家在出差地，不需内部公司安排住宿，在内部食堂用膳。内部公司接待。

家不在出差地需要在外安排食宿，费用自行结账的。住宿费用实报，只给生活补助费用。

第二〇五条 包干费用报销时必须附有住宿发票，无住宿发票时按其承包标准 30% 给予补助，无往返车船票时，按实际票价的 30% 进行补助。

第二〇六条 员工出差玉溪市附近区县当日往返，由公司内派的，当日中午返回公司就餐或午餐后出发于下午下班前返回公司的，不发任何补助。当天往返需要在外吃中饭或晚饭的每人每天伙食补助 10 元。对于乘公交车辆出差者，往返车费全额报销(出租车不予以报销)，每日按 30 元予以补助，同时报销市内公交车费用，对于当日不能返回者，按差旅费用包干费用标准执行。

第二〇七条 司机出车补助费用标准如下；

出车地区开车时间补助标准元/天说明

玉溪市 2 小时内无补助回公司用餐

玉溪市周边城市 4 小时内 15 元在外用膳

云南省内 8 小时 20 元当天往返

云南省外 10 小时按公司差旅费用包干费用标准执行

第二〇八条 员工因工作需要，外出培训和学习者、学习时间超过一个月以上的，学习期间的学杂费、报名费、住宿费凭票报销。学习期间伙食费、市内交通费 15 元/日，学习时间超过一年者，每学期报销往返路费一次。所有费用学习者先行垫付，未按要求取得毕业证、结业证者所有费用自理，公司不予报销。

第二〇九条 员工报销的票据，应严格按国家发票管理制度办理，票据必须是统一发票和定额发票，并加盖有税务监制章，

发票专用章或财务专用章，发票单位名称必须填写公司全称。住宿发票非出差所在地的酒店、饭店和招待所开出的发票、票据残缺不全或字迹无法辨认时不得给予报销。

第二一〇条 出差期间业务费用、陪客游览参观开支、购物送礼费用必须坚持请示审批制度，未经总经理批准的一律不给予报销。经过批准的报销时也应由总经理在发票后加签，方可给予报销。

第二一一一条 员工出差回公司后，应及时填好报销单据，由部门文员统一到财务部报销，每星期二、五为报销日，其它时间财务不办理报销。若跨月仍未报销，每迟报一天，按报销总额的1%处罚。

第二一二条 员工差旅费报销时应将车船票、住宿费、业务费用等票据粘贴在《出差旅费报销明细表》后，要求粘贴整齐，不得超出《出差旅费报销明细表》，否则不予报销。

第二一三条 凡出差前预借过差旅费用的，财务部会计出纳必须先收加原所借款项，不足时要用现金补足。还完借款后出纳方可支付报销款项。会计、出纳未履行扣款责任时，要扣发会计、出纳的月度或季度奖金。

第二十一章 会计核算基础管理制度

第二一四条 会计凭证的填制：会计凭证是经济业务的书面证明，是记账的主要依据，也是明确经济责任的有力证明。它和会计账簿、会计报表同属一个公司的重要档案，因会计凭证涉及

到经济责任，为此填制时必须正确慎重，不得轻率从事，填制会计凭证必须注意如下事项：

1. 会计凭证填制时，必须根据凭证内容要求逐项填制，不得遗漏。

2. 填制会计凭证要求科目使用正确。

3. 凡对外的会计凭证，如发票、收款收据、支票等，其总额必须大写，大写数字要顶格，防止添改。

4. 会计凭证摘要填写既要简单扼要，又要语句通顺，主题突出。

5. 填制记账凭证时的会计分录，采用借贷记账。

6. 凡有大小写金额的凭证，大小写必须相符。

7. 凡须审核批准的经济业务，应当将批准文件作为原始凭证。所有会计凭证必须附齐有关附件。

第二一五条 会计凭证必须有财务部长稽核，出纳和有关人员在执行收付或报账以后，应有经办人员签字，现金付出必须由会计进行复核，未经复核的不许支出现金。出纳还应在凭证上加盖“收讫”、“付讫”戳记，防止重复报账。

第二一六条 记账凭证填制业务事项后，如有空行，应当自金额最后一笔金额数字下的空行处至合计数上的空行处划线注销。

第二一七条 会计凭证的事前审核

1. 对外来凭证要注意审查凭证是否真实、合法，有无税务

机关监制章和单位公章，尤其是增值税发票，还应审核对方单位信息是否齐全，本方单位信息是否正确。

2. 对凭证上所列示的内容和金额是否和合同内容、领导的审批额度、计划等相一致。

3. 凭证金额计算是否正确，除对本凭证进行审核外，更重要的还应审核这一项所代表的经济业务，是否合法合理，是否违反财经纪律。

第二一八条 会计凭证的保管：

1. 会计资料的保管应遵守《会计档案管理办法》，其中保管期限为：会计凭证类、会计账簿类保管期限为 15 年，年度财务报告、会计档案保管清册为永久保存，银行余额调节表、银行对账单保存期限为 5 年。

2. 会计凭证应及时传递，不得积压。

3. 会计凭证登记完毕后，应当按照分类和编号顺序保存，不得散乱丢失。

4. 记账凭证应当连同所附的原始凭证及附件，按照编号顺序，折叠整齐，按期装订成册，并加具凭证封面，注明单位名称、年度、月份、起讫日期、凭证种类、起讫号码，由装订人在装订线处签名或盖章。

5. 原始凭证不得外借，其他单位如因特殊情况需要使用原始凭证时，经财务部部长同意方可外借。需要凭证复印件的需经公司领导批准，方可进行复制。向外提供的原始凭证复印件，应

当在专设的登记簿上登记，并由提供人员和收取人员共同签名或盖章。

6. 记账凭证及所有原始附件应同账簿分年度妥善保管，经管人员如有调动应办理交接手续。

7. 会计凭证及会计档案的存放有条件的应当设立会计资料档案室，会计档案存放处应防潮、防鼠、防蛀、防火，并定期通风检查。

第二一九条 财务报表的编制：

1. 财务报表包括会计报表及其说明，会计报表包括会计报表主表、会计报表附表、会计报表附注。

2. 会计报表对外报送的格式应遵守国家相关部门的统一格式和要求，内部报表根据单位要求自行规定。

3. 会计报表应做到数字真实、计算准确、内容完整、说明清楚。任何人不得篡改或者授意、指使、强令他人篡改报表的数字和说明。

4. 会计报表之间、会计报表项目之间，凡有对应关系的数字，应当互相一致。本期会计报表与上期会计报表之间数字应相互衔接，若有变动，应在年度报表中予以说明。

5. 应按会计制度的规定认真编写报表附注及其说明，做到项目齐全、内容完整。

6. 按规定需要对外报送会计报表时。必须由财务总监审核同意后方可报出，如发现对外报送的财务报告有误，应及时办理

更正手续。

第二十二章 财产管理规定

第二二〇条 流动资金的清查

1. 银行存款余额每月终了必须正确结算各个银行存款余额，出纳员必须在3号前收齐各个银行的对账单进行核对，如有差异做好银行存款余额调节表，使银企账面余额一致。调节后仍有差异应向财务部部长报告，并即时同银行联系，找出差错原因后进行调整。财务部部长每月核对银行存款余额与账面余额。

2. 库存现金要做到日清月结，不准白条抵库。财务部长每月至少对库存现金进行一至二次现场盘点。

3. 银行承兑汇票及商业承兑汇票每月财务部部长进行盘点一次，提醒出纳员要按时托收防止超期无法托收的现象发生。

4. 应收账款每月底由会计员将应收账款余额，送交给营销部部长，同时向财务总监报送一份。报告当月应收账款的回笼情况和各客户的欠款余额。

5. 财务部年终时要对抗应有帐款进行帐龄分析，年度应收账款的增长及减少的情况及客户。对一些一年以上的欠款指定专人进行核对和清收，对确实无法收回的要向公司总经理报告确定处理办法。

第二二一条 存货清查

1. 财务部对实物进行金额的控制和管理，资材部对实物的数量进行管理。公司对存货的计价为实物的不含税价。

2. 财务部每月与资材部进行原材料、辅助材料、包装物、备品备件、工量器具的对账，首先两个部门必须账账相符。每月终了财务部部长及会计员还应进行实物现场抽查，并与账面数进行金额核对，确保帐实相符。

3. 财务部每半年组织相关部门对公司所有资产进行盘点，每次盘点必须填写盘点表，如有差异要查明原因，必须要达到帐实相符。

4. 产成品仓库、半成品库、每月终了财务部和资材部必须要进行实物清查，然后与账面进行核对，使产成品、半成品账单、账实相符。

5. 产成品仓库不得以白条或借条抵库。所有通过仓库进出的产成品、半成品都要履行出入库手续，达到手续齐全、数量准确。

第二二二条 固定资产的清查，对公司的固定资产的清查由财务部牵头每半年组织有关部门实地盘点一次，督促相关部门建立和健全固定资产台账和固定资产管理档案。

第二二三条 上述资产实地盘点发生短少和报废资产时，要查明原固，由相关部门作出书面《请示报告》，逐级审批后，及时进行账务处理。

制度八：资产管理制度

在整个项目服务期内，我司将严格遵守《新平县国家电子商务进农村综合示范项目国有资产管理办法（暂行）》等相关规定

和《固定资产使用协议》的约定，妥善保管。

新平县农村电子商务公共服务中心 固定资产管理办法 (试行)

第一章 总 则

第一条 为了规范和加强国家电子商务进农村综合示范项目国有资产管理,维护国有资产的安全和完整,合理配置国有资产,提高国有资产使用效益,保障使用监督单位履行职能,根据省、市、县有关财务管理规定,制定本办法。

第二条 本办法适用于新平县商务和电商公共服务中心及项目实施企业的国有资产管理行为。

第三条 本办法所称的国有资产,是指县乡村三级服务中心、站点配备设备、县级物流配送体系配备设备设施。

第四条 新平县商务局和电商公共服务中心国有资产管理的
主要任务是:

(一)负责县级服务中心配备设备、县级物流配送中心配备设备等登记入账。项目实施企业对配备的设备有使用权,所有权

归新平县人民政府。

(二)负责各项目实施企业国有资产的监督管理,防止国有资产流失。

(三)保障国有资产的安全和完整;

(四)监管尚未脱钩的国有资产,实现国有资产的保值增值。

第五条 各乡村电商服务站点国有资产管理的任务是:

(一)乡村两级服务站点国有资产由电商公共服务中心登记入账。与电商公共服务中心签定管理使用协议,乡村站点对配备的设备有使用权,所有权归新平县人民政府。

(二)乡村站点自行负责各乡村站点国有资产的管理使用,防止国有资产流失。

(三)保障国有资产的安全和完整;

(四)监管尚未脱钩的国有资产,实现国有资产的保值增值。

第六条 新平县商务局和电商公共服务中心的管理内容包括:资产配置、资产使用、资产处置、资产评估、产权界定、产权纠纷调处、产权登记、资产清查、资产统计报告和监督检查等。

第七条 新平县商务局和电商公共服务中心的国有资产管理活动,应当遵循以下原则:

(一)资产管理与预算管理相结合;

(二)资产管理与财务管理相结合;

(三)实物管理与价值管理相结合。

第八条 新平县商务局和电商公共服务中心的国有资产管理,

实行国家统一所有，政府分级监管，项目实施企业使用的管理体制。

第二章 管理机构及职责

第九条 新平县商务局和电商公共服务中心是政府负责国有资产管理的职能部门，对国有资产实行综合管理。其主要职责是：

（一）贯彻执行国家有关国有资产管理的法律、法规和政策；

（二）根据国家国有资产管理的有关规定，制定国有资产管理的规章制度，并对执行情况进行监督检查；

（三）负责会同有关部门研究制定国有资产配置标准，负责资产配置事项的审批，按规定进行资产处置和产权变动事项的审批，负责组织产权界定、产权纠纷调处、资产统计报告、资产评估、资产清查等工作；

（四）负责本级出租、出借国有资产的审批，负责与行政单位尚未脱钩的经济实体的国有资产的监督管理；

（五）负责国有资产收益的监督、管理；

（六）对国有资产管理工作进行监督、检查；

（七）向本级政府和上级财政部门报告有关国有资产管理工作。

第十条 新平县商务局和电商公共服务中心对本单位使用的国有资产实施具体管理。其主要职责是：

（一）根据国有资产管理的规定，负责制定本单位国有资产管理具体办法并组织实施；

(二)负责本单位国有资产的账卡管理、清查登记、统计报告及日常监督检查等工作；

(三)负责本单位国有资产的采购、验收、维修和保养等日常管理工作，保障国有资产的安全完整；

(四)负责办理本单位国有资产的配置、处置、出租、出借等事项的报批手续；

(五)负责与行政单位尚未脱钩的经济实体的国有资产的具体监督管理工作并承担保值增值的责任；

(六)接受财政部门的指导和监督，报告本单位国有资产管理情况。

第十一条 财政部门根据工作需要，可以将国有资产管理的部分工作交由有关单位完成。有关单位应当完成所交给的国有资产管理工作，向财政部门负责，并报告工作的完成情况。

第十二条 各级财政部门和行政单位应当明确国有资产管理的机构和人员，加强行政单位国有资产管理工作。

第三章 资产配置

第十三条 新平县商务局和电商公共服务中心国有资产配置应当遵循以下原则：

(一)严格执行法律、法规和有关规章制度；

(二)与行政单位履行职能需要相适应；

(三)科学合理，优化资产结构；

(四)勤俭节约，从严控制。

第十四条 对有规定配备标准的资产，应当按照标准进行配备；对没有规定配备标准的资产，应当从实际需要出发，从严控制，合理配备。

财政部门对要求配置的资产，能通过调剂解决的，原则上不重新购置。

第十五条 购置有规定配备标准的资产，除国家另有规定外，应当按照下列程序报批：

（一）行政单位的资产管理部门会同财务部门审核资产存量，提出拟购置资产的品目、数量，测算经费额度，经单位负责人审核同意后报同级财政部门审批，并按照同级财政部门要求提交相关材料；

（二）同级财政部门根据单位资产状况对行政单位提出的资产购置项目进行审批；

（三）经同级财政部门审批同意，各单位可以将资产购置项目列入单位年度部门预算，并在编制年度部门预算时将批复文件和相关材料一并报同级财政部门，作为审批部门预算的依据。未经批准，不得列入部门预算，也不得列入单位经费支出。

第十六条 行政单位购置纳入政府采购范围的资产，依法实施政府采购。

第十七条 行政单位资产管理部门应当对购置的资产进行验收、登记，并及时进行账务处理。

第四章 资产使用

第十八条 项目实施企业应当认真做好国有资产的使用管理工作，做到物尽其用，充分发挥国有资产的使用效益；保障国有资产的安全完整，防止国有资产使用中的不当损失和浪费。

第十九条 项目实施企业对所占有、使用的国有资产应当定期清查盘点，做到家底清楚，账、卡、实相符，防止国有资产流失。

第二十条 项目实施企业不得用国有资产对外担保，法律另有规定的除外。

第二十一条 项目实施企业不得以任何形式用占有、使用的国有资产举办经济实体。在本办法颁布前已经用占有、使用的国有资产举办经济实体的，应当按照国家关于党政机关与所办经济实体脱钩的规定进行脱钩。脱钩之前，行政单位应当按照国家有关规定对其经济实体的经济效益、收益分配及使用情况等进行严格监管。

财政部门应当对其经济效益、收益分配及使用情况进行检查。

第二十二条 项目实施企业拟将占有、使用的国有资产对外出租、出借的，必须事先上报同级财政部门审核批准。未经批准，不得对外出租、出借。

同级财政部门应当根据实际情况对行政单位国有资产对外出租、出借事项严格控制，从严审批。

第二十三条 项目实施企业出租、出借的国有资产，其所有

权性质不变，仍归国家所有；所形成的收入，按照政府非税收入管理的规定，实行“收支两条线”管理。

第二十四条 对项目实施企业中低效运转或者长期闲置的国有资产，同级财政部门有权调剂使用或者处置。

第五章 资产处置

第二十五条 国有资产处置，是指新平县商务局和电商公共服务中心国有资产产权的转移及核销，包括各类国有资产的无偿转让、出售、置换、报损、报废等。

第二十六条 需处置的国有资产范围包括：

- （一）闲置资产；
- （二）因技术原因并经过科学论证，确需报废、淘汰的资产；
- （三）因单位分立、撤销、合并、改制、隶属关系改变等原因发生的产权或者使用权转移的资产；
- （四）盘亏、呆账及非正常损失的资产；
- （五）已超过使用年限无法使用的资产；
- （六）依照国家有关规定需要进行资产处置的其他情形。

第二十七条 处置国有资产应当严格履行审批手续，未经批准不得处置。

第二十八条 资产处置应当由资产管理部门会同财务部门、技术部门审核鉴定，提出意见，按审批权限报送审批。

第二十九条 行政单位国有资产处置的审批权限和处置办法，除国家另有规定外，由财政部门根据本办法规定。

第三十条 国有资产处置应当按照公开、公正、公平的原则进行。资产的出售与置换应当采取拍卖、招投标、协议转让及国家法律、行政法规规定的其他方式进行。

第三十一条 国有资产处置的变价收入和残值收入，按照政府非税收入管理的规定，实行“收支两条线”管理。

第三十二条 分立、撤销、合并、改制及隶属关系发生改变时，应当对其占有、使用的国有资产进行清查登记，编制清册，报送财政部门审核、处置，并及时办理资产转移手续。

第六章 资产评估

第三十三条 有下列情形之一的，应当对相关资产进行评估：

- （一）行政单位取得的没有原始价格凭证的资产；
- （二）拍卖、有偿转让、置换国有资产；
- （三）依照国家有关规定需要进行资产评估的其他情形。

第三十四条 国有资产评估项目实行核准制和备案制。实行核准制和备案制的项目范围、权限由财政部门另行规定。

第三十五条 国有资产评估工作应当委托具有资产评估资质的资产评估机构进行。

第三十六条 进行资产评估的，应当如实提供有关情况和资料，并对所提供的情况和资料的客观性、真实性和合法性负责，不得以任何形式干预评估机构独立执业。

第七章 产权纠纷调处

第三十七条 产权纠纷是指由于财产所有权、经营权、使用

权等产权归属不清而发生的争议。

第三十八条 产权纠纷，由当事人协商解决。协商不能解决的，由财政部门或者同级政府调解、裁定。

第三十九条 行政单位与非行政单位、组织或者个人之间发生产权纠纷，由行政单位提出处理意见，并报经财政部门同意后，与对方当事人协商解决。协商不能解决的，依照司法程序处理。

第八章 资产统计报告

第四十条 应当建立资产登记档案，并严格按照财政部门的要求做出报告。

财政部门、新平县商务局和电商公共服务中心应当建立和完善资产管理信息系统，对国有资产实行动态管理。

第四十一条 报送资产统计报告，应当做到真实、准确、及时、完整，并对国有资产占有、使用、变动、处置等情况做出文字分析说明。

财政部门与新平县商务局和电商公共服务中心应当对国有资产实行绩效管理，监督资产使用的有效性。

第四十二条 财政部门应当对行政单位资产统计报告进行审核批复，必要时可以委托有关单位进行审计。

经财政部门审核批复的统计报告，应当作为预算管理和资产管理的依据和基础。

第四十三条 财政部门可以根据工作需要，组织开展资产清查工作。进行资产清查的实施办法，由县级以上人民政府财政部

门另行制定。

第四十四条 财政部门可以根据国有资产统计工作的需要，开展行政单位国有资产产权登记工作。产权登记办法，由开展产权登记的财政部门制定并负责组织实施。

第九章 监督检查和法律责任

第四十五条 财政部门、新平县商务局和电商公共服务中心及其工作人员，应当认真履行国有资产管理职责，依法维护国有资产的安全、完整。

第四十六条 财政部门、新平县商务局和电商公共服务中心应当加强国有资产管理和监督，坚持单位内部监督与财政监督、审计监督、社会监督相结合，事前监督、事中监督、事后监督相结合，日常监督与专项检查相结合。

第四十七条 财政部门、新平县商务局和电商公共服务中心及其工作人员违反本办法的规定，擅自占有、使用、处置国有资产的，按照《财政违法行为处罚处分条例》处理。

违反国家国有资产管理规定的其他行为，按国家有关法律法规处理。

第十章 附 则

第四十八条 本办法自公布之日起施行，试行期为两年。

第四十九条 本办法由新平县商务局和电商公共服务中心会同财政局解释。

六、保障措施

（一）加强组织领导

在由县委、县政府主要领导任组长的新平县 2021 年电子商务进农村工作领导小组统筹领导和指挥下，由新平县商务局直接领导和协调各级政府部门，我司在各项工作推进前，及时根据综合示范要求和新平县实际情况，提出建设方案或工作方案，经工作领导小组或商务局审议决定后组织实施，并按周、按月进行定期总结，及时汇报协调解决遇到的重大问题，接受县委、县人民政府和财政局、乡村振兴局、商务局等各级单位的督促和检查。

（二）营造电商发展氛围

在项目启动开始，即开始建设新平县电子商务公共服务中心、物流仓储配送中心以及农村电商服务站点等基础建设工作，同时开设微信公众号，开展进社区、进村入户等落地宣传和人流密集的商场、农贸市场和交通枢纽等地点开展电子商务宣传。

充分利用县政府和融媒体的资源，充分发挥县内主流媒体舆论导向作用，开辟专题专栏，推介电子商务进农村综合示范项目和典型案例，加大宣传和普及电子商务知识力度，让群众知道电商发展带来的便利和实惠，让各部门知道发展电子商务是经济转型升级和结构优化的迫切需要，让企业知道发展电子商务是企业发展壮大 的必由之路，形成人人参与、全民触网的社会氛围。

（三）加大政策配套和支持力度

根据新平县实际情况及国内县域电商发展的经验模式，及时

汇总新平县电子商务发展的各方面问题和短板，向人民政府提出发展建议，弥补基础设施、电商发展政策等方面的短板，充分调动新平县本土企业和个人参与电商产品链的积极性，加速本地电商发展。

通过综合示范项目的运营，积极对接外部资源，通过引进电子商务企业投资，争取上级商贸流通、科技信息、服务业发展等专项资金，多形式、宽渠道加大对电子商务产业的投资力度。

（四）加强农村电子商务行业监管

积极配合工作领导小组、商务局等政府部门，建立健全具有新平县特色的电子商务进农村行业标准、质量监管、产品认证体系、电商诚信体系和数据统计分析体系，推动电子商务快速发展。充分发挥公安、工商、税务、商务、农业、畜牧、质检等部门在农特产品和电子商务活动中的监管职能，促进网络交易主体守法经营，大力打击网络售假和网络诈骗等违法行为，完善电子商务消费者权益保护机制，促进新平县电商健康发展，树立新平县电商及其产品的品牌形象。

（五）开展本地化服务

若我司中标承建新平县 2021 年电子商务进农村综合示范项目，我司将组建项目团队开展工作，以服务本地化、人才本地化的原则，广泛开展与本地种植户、农户、合作社等本地机构合作，同时借助我公司成熟的网店，发挥我公司在本地农产品上行的优势。

按照我司统一的日常运作规范，新平县项目将每日总结，按月、按周制定计划并进行总结，按季度进行 KPI 考核。项目部按月和不定期进行现场检查，保证各项措施落实到位。

公司除定期统计和及时汇总项目进度、资金使用情况和各类数据报送商务局，还应及时上报项目交易和活动信息相关数据，并及时填报“商务部业务系统统一平台”各项报表。

按月进行项目资金盘点和总结，确保资金按照综合示范项目和合同要求支出，程序合规，手续等资料齐备。

产品中心和渠道中心负责统筹相关具体工作，积极对接外部资源，开展全国性和区域性线上和线下营销活动、产品对接和农产品展览展示会等活动。

（六）盘活电商服务站站点

采用“基地+站点+电商”的模式，一方面培养站长成为公司合伙人，享受电商孵化培育政策，让站点成为盘活本地产业的枢纽，培养站长成为创业带头人，解决目前大部分示范地区站点存活率低的问题。另一方面开展农村商贸流通转型升级的措施，建立工业消费品采购管理平台（公司自筹资金建设），充分整合各大品牌供应商、代理商入驻，以低于农村目前消费品进货价的供应价格，面向服务站站长进行线上采购，由县级物流仓储中心配货，并进行统一配送，减少工业消费品中间流通环节，以低廉的价格让农村群众享受惠民服务，同时通过线上采购能力收集到农村消费大数据，便于政府部门对内贸的数据统计。

七、重点领域长期规划

（一）整合新平特色优势资源，建设文旅电商新模式

1. 推动文化旅游产业高质量发展

围绕全域旅游发展战略，充分挖掘各乡镇特色旅游资源，做深做细“文化+旅游+电商”，努力把新平打造成国家全域旅游电商发展示范地区。完善和提升景点的互联网基础设施、互动终端、物联网设施、智慧旅游公共服务体系建设。积极培育本土旅游电商企业及平台，为游客提供订票、导览、交通、气象、WIFI、购物等全方位服务。依托丰富旅游资源，推动旅游工艺品、特色农产品的包装设计、产品开发和销售，支持本土企业开展线上品牌推广，促进电商发展新的增长点。同时，依托宣纸文化产品特色产业，通过延伸文化产业产品链条，加强创新研发，强化示范引领，做大做强新平文化特色，推动新平文化旅游产业高质量发展。

2. 形成文化旅游电商品牌

创新文化旅游电商营销模式，深入挖掘新平独特的生态资源和丰富的旅游资源，以生态旅游为主线，以红色旅游为特色，以历史文化遗存为内涵，扩大旅游品牌知名度，鼓励各旅游公司进行电商转型升级，利用互联网开展旅游营销信息发布、旅游产品在线预订和交易支付。鼓励旅游企业加强与门户网站、搜索引擎、UGC旅游网站等的合作，进行特色产品和服务营销。整合今日头条、大数据精准推送、原创主题设计、抖音原创短视频拍摄制作、

抖音官方话题创建、抖音旅游类网红达人实地采风等多种传播渠道，深度挖掘特色文旅资源。面向目标城市、目标人群等维度进行精准推广，形成线上多维度、精准化的传播矩阵，促进生态旅游发展。

3. 完善智慧旅游建设

运用互联网和移动互联网，全面提升乡村旅游的管理、服务、营销水平，建设与升级主流电商平台“新平特色馆”、地方自建电商平台特色馆等销售平台，推动更多优质农特产品实现网络销售，形成“特产+旅游”的O2O综合平台。有效利用百度搜索引擎、网络媒体、新闻媒体和平面媒体进行推广。建设集咨询、展示、预订、交易于一体的智慧旅游乡村服务平台。

（二）培育电商服务主体，布局跨境电商双向循环

1. 发展农村电商服务业

巩固提升商贸流通和全域旅游两大传统服务业，加快培育电子商务领域内文化创意和公共服务等特色服务业。支持组建区域性农村电商协会等行业组织，成立专业服务机构，为农村电商发展提供咨询、培训、技术支持、网店建设、品牌培育、营销推广、物流解决、代理运营等专业化服务；培育一批本地跨境电商服务企业并扶持企业做大做强，不断提升优化新平企业的跨境电商服务水平；增加农村电子商务综合服务功能，在完善农民网络购物功能的基础上，叠加手机充值、票务代购、水电气费缴纳、农产品网络销售、小额取现、信用贷款等。

2. 推进“六大产业”产业电商应用

立足资源优势打造以农业、工业、旅游业、服务业、餐饮业、信息产业“六大产业”的全产业链，建立健全农民分享产业链增值收益机制，通过电商平台带动，促进网络销售，形成有竞争力的产业集群，推动农村一二三产业融合发展。一是加快建设国家现代农业产业园和“一县一业”的持续推进应用，支持农村产业融合发展示范园建设，做好国家农村“双创”园区。二是重点培育家庭农场、农民合作社等新型农业经营主体，培育农业产业化联合体，通过订单农业、入股分红、托管服务等方式，将小农户融入农业产业链。继续调整优化农业结构，加强绿色食品、有机农产品、地理标志农产品认证和管理，打造地方知名农产品品牌，增加优质绿色农产品供给。三是有效开发农村市场，扩大电子商务进农村覆盖面，支持邮政快递、顺丰、圆通等企业延伸乡村物流服务网络，加强村级电商服务站点建设，推动农产品进城、工业品下乡双向流通。四是强化全过程农产品质量安全和食品安全监管，建立健全追溯体系，确保人民群众“舌尖上的安全”。五是引导和鼓励工商资本下乡，切实保护好企业家合法权益。制定农业及相关产业统计分类并加强统计核算，全面准确反映农业生产、加工、物流、营销、服务等全产业链价值。

3. 开展跨境电商业务试点

依托部分工业、农业产业，开展跨境电商，推动内销企业转型出口，外贸企业转变出口渠道。鼓励传统产业和优势行业的本

土企业成立跨境电商业务部门，依托专业的跨境电商平台开拓国际市场，积极开展跨境电商业务。加大招商引资力度，积极引进跨境电商生态链上龙头企业落户，配套一批围绕核心产业的代理通关、信息咨询、物流增值、金融服务等周边企业，形成产业集聚效应。以“特色农业产业集群+跨境电商”试点为契机，鼓励新平企业积极探索与行业发展趋势相吻合的跨境电商发展业务模式，鼓励发展 B2B2C、B2B、B2C、C2M 等模式，形成多模式齐头并进、个别模式重点突破的跨境电商模式发展格局。积极研究和推动新平跨境电商监管机制和服务模式创新，探索跨境电商纠纷处置和消费争议解决机制，为新平跨境电商的发展提供支持。

（三）畅通农特产品上行渠道，激发脱贫攻坚新动力

1. 推进农产品电商应用及培育

积极发展农产品电子商务，以“特色农产品上行”为核心，引导新平特色产业、市场经营主体开展信息化、电商化改造。创新商业发展模式，优化业务流程，实现线上线下融合发展。创新网购促销手段，鼓励农业龙头企业、专业合作社等借助第三方电子商务平台开辟特色农产品专区或网店，大力扶持全县名优农产品、农制品和旅游文化产品的本土电商平台建设，推进产、供、销一体化联营。积极组织本地电商企业参加好网货大赛，培育地域特色鲜明、品质优良的网货品牌和产品，支持品牌产品与电商平台对接合作。同时，支持有实力的电商企业和平台参与整合新平农产品、品牌和企业资源，开展农产品产地直采，扩大优质特色农

产品上行。

2. 健全农产品网销体系

支持乡镇立足区位特点和产业优势，重点培育一批适合网销的特色农产品。引导优势产业与农产品电子商务、县级公共服务中心融合，建设网销农产品集中产业带，促进农产品规模化生产。推进实现农产品电商的标准化、规模化、溯源化、品牌化，推广“电商企业+基地+专业合作社+农户”模式，指导并协助农业经纪人、专业种植（养殖）户等对接网络资源，逐步形成不同特色产品的网络专业市场，提升农业生产的商品化程度。建立健全农产品网络营销标准化体系，加强农业生产技术规程和农产品保鲜、加工、包装、储存等标准制定，提高网上交易农产品的信任度。

3. 建设农产品电商平台

支持农产品交易中心电商化转型，鼓励建设一体化的涉农企业间电子商务交易平台和企业与消费者间电子商务交易平台。大力推广应用新平电子商务公共服务中心、直播中心、电商仓储物流配送中心等平台，推动农产品网上购销对接。加快农产品电子商务平台与农业产业化基地、农产品营销大户、超市、餐饮企业对接，实现电商从业主体与传统经济的无缝对接，提高农村电子商务整合产业链资源的能力。

（四）聚焦内容+直播带货，丰富数字化消费场景

1. 推动交易市场数字化转型

引导企业开发更多数字化产品和服务，引导现有制造业专业

市场开展数字化升级改造。利用互联网技术建设供应链协同平台，做强交易撮合、商品集散、价格发现和信息交互等传统功能，拓展物流配送、质量把控、金融服务、研发设计、展览展示、咨询服务等业务功能，推进商品交付标准化、交易透明化和管理规范。支持农副产品交易市场搭建线上线下融合的产销对接平台，通过发展订单农业、产销一体、股权合作等方式，构建长期稳定的农产品流通模式。

2. 开启直播电商“云”经营

鼓励实体企业通过直播电子商务、短视频电商、内容营销开启线上“云”经营。通过农旅结合的方式融合网红带货、电商直播、社群营销等业态发展，深度融合直播+内容营销，营造更专业化、品质化的直播内容，带动县域电商提质增效、转型升级。鼓励采用“县长+直播+助农”模式，政府背书为产品代言，县长做网络主播，亲自“带货”、助力农产品产销对接，促进消费和销售；并从打造直播电商产业集群、构建电商人才支撑体系等多方面予以政策支持。

3. 培育电商主播人才队伍

依托新平县电商直播基地，邀请电商直播大赛获奖选手组成师资团队，定期举办电商直播实操培训，提高主播的专业素养及带货直销水平。助力孵化新平自有网红品牌，同时启动培训空间及食品、日用品以及农特产品的专业直播间，供直播带货团队进驻使用，为年轻的创新创业者营造“万物皆可播、随时随地播”

的良好环境，加大力度储备电商产业发展急需的创新型人才。

（五）完善配套支撑体系，推动电商产业集聚发展

1. 加强信息基础设施建设

加强“智慧新平”建设，加快基础通信设施、光纤宽带网和移动通信网建设，实现有线无线网络全覆盖。全面推进光纤到楼、入户、进村；推进已建住宅区光纤到户改造，实现新建小区光纤网络全覆盖；推进农村地区和边远地区的宽带信息网络基础设施建设。

2. 优化物流体系建设

积极整合物流资源，合理规划和布局物流基础设施，规划建设电子商务物流园区。培育和引进一批效益良好、服务优质、运作高效的快递物流企业，支持乡镇、农村、社区的物流（快递）投送服务网点建设，构建覆盖全市的电商物流配送体系。着重开发地方特色产品，线上线下同时规划，建设集购物、电商体验、展示、宣传、物流配送为一体的综合性电子商务物流产业园，促进新平的电商发展。

3. 推进电商产业园区建设

按照电商集聚、服务集中、资源集约、功能集成的要求，通过基础设施建设和优惠政策引导，推动电子商务聚集发展和布局，实现电子商务平台和电子商务企业快速发展。以实施新平县2021年电子商务进农村综合示范项目为契机，整合场地资源、业务资源、产品资源、企业资源建设县级电子商务公共服务中心，除中

央专项资金以外，后续整合乡镇振兴、农业农村、文旅项目等资金进行提升建设，重点推进建设集电商办公、创新创业孵化、技术服务、培训支持、仓储中心、物流快递及综合性服务为一体的电子商务功能区。鼓励园区强化服务，大力发展特色园区，支持天使投资、专业孵化器、加速器、众创空间发展和市场化运作。着力吸引一批省内知名创客主体、培育一批具有行业影响力的创业主体、形成一批领先的电子商务创业孵化载体，注重草根创业、中小微创业的环境与培育，形成电商发展的良好生态。

灼见电子商务（云南）有限公司

2022年5月20日



报送：新平县商务局

抄送：新平县电子商务进农村综合示范项目工作领导小组办公室

灼见电子商务（云南）有限公司

2022年05月20日印发
