

对外贸易

国际货代物流培训教材

跨境电商亚马逊 空海运快递 销售和操作



TOBECAN
logistics solution

国际物流培训资料实务操作手册

(目 录)

- 一, 国际物流简介
- 二, 电商物流简介
- 三, 国际物流基本知识:
 - 3.1, 贸易条款
 - 3.2, 国际贸易运输方式及操作流程
 - 3.3, 各大航线及主要港口
 - 3.4, 各船公司简介
 - 3.5, 国际物流费用中英文
 - 3.6, 国际物流常用语中英文
- 四, 电商物流运输方式, 常见平台, 常用语, 发展行情, 与传统物流的区别
- 五, 电商物流中什么是 FBA, FBA 仓库分部。FBA 优势
 - 5.1, 亚马逊平台客户如何创建发货
 - 5.2, 亚马逊客户如何创建发货计划
 - 5.3, 亚马逊常用术语
 - 5.4, 亚马逊如何配货, 注意事项, 产品包装和外箱包装注意事项
 - 5.5, 亚马逊发货物流包装准备, 纸箱要求, 托盘要求, 外箱 LABEL 要求
 - 5.6, 外箱警示标, 卡板标签, 发货需要的文件
 - 5.7, 亚马逊送货车辆的安排, 送货时间的规定, 预约, 装货 (打托和不打托的注意事项)
- 六, 公司简介
- 七, 海运/空运货物操作流程
 - 7.1, 海运整柜: 打托及不打托操作
 - 7.2, 海运散货: 自拼及 CO-LOAD
 - 7.3, 收货注意事项, 敏感货物列表
 - 7.4, 和客户代理沟通注意事项
 - 7.5, 关税查询注意事项
 - 7.6, 文件及进口商注意事项
 - 7.7, 不同代理优势劣势对比及分析
 - 7.8, 国际进口公司简析
 - 7.9, 常用邮件及模板
 - 7.10, 空运货物知识
- 八, 快递货物操作流程
- 九, 销售部人员结构框架, 工作内容, 培训教材, 定期会议, 报价知识
- 十, 海外商务人员结构框架, 工作内容, 培训教材, 定期会议, 报价知识
- 十一, 国内商务部人员结构框架, 培训教材, 定期会议, 报价知识
- 十二, 财务部结构框架, 工作内容, 培训教材, 定期会议
- 十三, 推广部结构框架, 工作内容, 培训教材, 定期会议
- 十四, 电商部结构框架, 工作内容, 培训教材, 定期会议
- 十五, 技术部结构框架, 工作内容, 培训教材, 定期会议
- 十六, 行政部结构框架, 工作内容, 培训教材, 定期会议
- 十七, 仓储部结构框架, 工作内容, 培训教材, 定期会议

第一篇 国际物流简介

国际物流（international logistics）的概念源于 20 世纪 50 年代初，那个时候各国的物流业正处在迅猛发展的状态，各国对于国家之间的贸易需求越来越高，由此诞生了国际物流。国际物流是不同国家之间的物流，这种物流是国际间贸易的一个必然组成部分，各国之间的相互贸易最终通过国际物流来实现。

国际物流是现代物流系统中重要的物流领域，近十几年有很大发展，也是一种新的物流形态。

由于国际关系发展紧密，国际物流在各国的资源的互换中起到不可估量的作用。

第二篇 什么是电商物流

电商物流为电子商务和现在物流的结合，简单来讲，电子商务物流是电子商务这一新兴行业的配套，为电子商务客户提供的物流。分为国内电商物流和跨境电商物流

电子商务的迅猛发展给国际物流带来新的行业和机遇，也给行业中带来更多的拓展空间和机遇。

第三篇 国际物流基本知识

3.1: 贸易条款 TRADE TERMS

3.2: 国际贸易运输方式及常用语中英文

3.3: 各大航线及主要港口

3.4: 各船公司简介

3.5: 国际物流费用中英文

3.6: 国际物流操作流程

3.1 贸易条款

贸易条款是国际贸易关系中决定买卖双方的在该笔贸易中的定位角色，作用，及需承担的成本和风险。贸易条款也称之为贸易术语

通常买方和卖方合作作用的贸易术语有 EXW,FOB,CIF,FCA,DDU,DDP 等。以下是卖方在这些术语下应承担的相应责任。

3.1.1: EXW(EXW WORKS)工厂交货价格：如合同签的贸易术语是 EXW,卖方只负责将货物生产完后通知买方交货时间，不用在物流方面支付任何成本。买方负责将货物从卖方的工厂运到目的地，并承担一切风险。此种贸易术语对卖方最有保障

3.1.2: FOB (FREE ON BOARD) 卖方船边交货价格：即卖方负责将货物送到出口口岸至船舷旁边，即装船之前，承担货物在装船前引起的任何责任和损失，以及费用。物流成本包括：从工厂送货到码头的运费，报关费，港口杂费，海关查验等费用

3.1.3: CIF (COST ,INSURANCE ,FREIGHT) 到岸价。卖方负责将货物送到船舷，并承担运费和保险费。卖方应承担的物流成本包括从工厂到目的港港口的一切费用，如海运费，码头费，保险费，报关报检费等

3.1.4: DDU(未完税交货)，即卖方负责将货物送到最终客户的目的地，但不负责国外产生的关税。此种条款下卖方必须承担除了目的港关税之外所有的费用。

3.1.5: DDP (完税后交货)：卖方负责将货物送到最终客户的目的地，承担目的港的关税。此种条款下卖方需承担货物从工厂运送到买方手里的一切物流费用

目前国内的贸易公司大多采取 FOB 或者 EXW 条款，这两种条款下卖方承担的责任最低，并且不用为繁琐的物流程序和频繁变动的运费而苦恼。CIF 的贸易术语会多适用于中东，非洲及印度区域的买方。因为这些地方的买方可能更希望卖方能承担相应的海运费，并且买方更希望卖方能在出口地找到更好的货代和运费。DDU 和 DDP 适用于卖方和买方实际上属于同一家公司，不用为某其中一方多承担了成本而争持。也适用于收货人是个人，对所在国家的海关政策和货运不太了解，需要卖方全权负责。即 B2C。

3.2 国际贸易运输方式及常用语中英文

3.2.1: 国际贸易运输方式

根据买卖双方之间的约定及国家之间港口的地理位置,国际贸易运输方式分为:海运,陆运,空运,海空联运,海铁联运。与这些运输方式关联的工具及相关单位如下

运输工具:船舶,班轮,驳船,飞机,火车,货车,卡车,拖车

船舶(CARRIER,SHIPPING LINE),班轮(LINER),驳船(BARGE,FEEDER),飞机(AIR CRAFT,AIRLINE),火车(TRAIN)为承载货物的主要交通工具,

货车(HAULIER,VAN),卡车(TRUCKER,DRAYAGE COMPANY),拖车(TRUCK)一般是将货物从工厂送至码头,或从卸货码头将货物送至最终收货人的运输工具。

转载工具:常见的装载工具有干集装箱,冷冻箱(REEFER),开顶柜(OPEN TOP),框架柜(RACK CONTAINER)等

我们常用的集装箱是干柜集装箱(dry container),分为四种常用的柜型:20尺(20GP),40GP(40尺柜),40尺高柜(40HQ),45HQ(45尺高柜)

集装箱尺寸如下:

20GP:5.89*2.352*2.386m,门高:2.2m,容积:30cbm

(要看所装货物的规格,最少可以装28cbm)

40GP:12.02*2.34*2.39m,门高2.2m,容积:58cbm

40HQ:12.02*2.35*2.69m,门高2.58m,容积:68cbm

45HQ:13.6*2.35*2.69m,门高2.59m,容积:78cbm

与运输工具配合的相关单位,人员:卖方,买方,仓库,制造商,供应商,装柜工人。验货公司。验货人员。船公司,驳船公司,航空公司,拖车公司,卡车公司,报关公司,货代公司,报关员,报检员,海关,商检局,各个海关监管部门。目的港代理。订舱单位。保险公司。卡车司机。进口商。收货人

卖方(SELLER):将货物卖出获的利润的一方

买方(BUYER):买入货物支付费用给卖方的一方

仓库(WAREHOUSE)用于堆放存储货物的位置

制造商(MANUFACTURER,PRODUCER)产生生产商

供应商(SUPPLIER)产品提供商,不一定是制造商

装柜工人(WAREHOUSE STUFF)出口货柜装柜的工人

验货公司(INSPECTIN COMPANY)受委托去工厂验货出示验货报告的单位

验货人员(INSPECTIOR)验货公司派出验货的工作人员

船公司,驳船公司,航空公司,拖车公司,卡车公司上述已表明

报关公司(BROKERAGE COMPANY)为货物出口或进口向海关申报的公司

货代公司(FORWARDER,SHIPPING AGENT)受客户委托安排货物出口运输报关等服务的代理单位

报关员(Broker),在报关公司工作的向海关申报的工作人员。

报检员(CIQ STUFF)在工厂工作向检疫局申报工厂货物的工作人员

海关(CUSTOMS):管理货物的进出口及维护国际港口经济秩序的国家主体

商检局(CIQ BUREAU)管理海关规定的出口申报需检验建议的货物申报的国际主体

各个海关监管部门,根据产品的不同类型不同管制条件需专门监管而成立的部门

目的港代理(DESTINATION AGENT):货物到达目的港后安排货物处理的目的港公司

订舱单位(BOOKING PARTY)接受客户委托,放仓给客户的代理

保险公司(INSURANCE COMPANY)给承运货物提供保险的代理

卡车司机(TRUCKER,DRIVER)提货或送货的驾驶员

进口商(IMPORTER),货物进口时在海关申报的货权所有人

收货人(CONSIGNEE)货物最终收货人,一般和进口商一致,但不一定

3.2.2: 国际贸易常用语中英文

货代: FORWARDER
清关公司或报关公司: CUSTOMS BROKER
船公司: SHIPPING COMPANY/CARRIER
拖车公司: TRUCKING COMPANY
国外代理: OVERSEAS AGENT
预计开船时间: ETD
预计到港时间: ETA
截止放行时间: CUSTOMS CUT
船期: SCHEDULE
航程: TIME OF TRANSPORTATION
船名航次: VESSEL & VOYAGE
装运港: PORT OF LOADING
卸货港: PORT OF DISCHARGE
转运港: PORT OF TRANSIT
货物唛头: SHIPPING MARKS
包装: PACKAGE
重量: WEIGHT
体积: MEASUREMENT
柜货: FULL CONTAINER LOAD(FCL)
散货: LESS THAN CONTAINER LOAD(LCL)
船东单: MASTER BILL OF LADING
货代单: HOUSE BILL OF LADING
正本: ORIGINAL
电放: TELEX RELEASE
发货人: SHIPPER
收货人: CONSIGNEE
通知人: NOTIFY PARTY
海运费: OCEAN FREIGHT
码头操作费: THC
广东省本地收费: ORC
AMS:美国货物仓单提前申报费
DDC:美国目的港交货费
INSURANCE (FEE):保险(费)
TRUCKING FEE:送货费
MESSANGER:文件快递费
DOC:文件费
ISPS: 码头安全设施费
SEAL FEE:船公司封条费
CUSTOMS CLEARANCE/ENTRY:清关报关费
CAF:船公司燃油附加费
BAF:船公司货币贬值附加费
AIW WAY BILL/AWB:空运提单
ARRIVAL NOTICE/A/N:到货通知

BONDED WAREHOUSE:监管仓
BOOKING/BKG:订舱单
CERTIFICATE OF ORIGIN/C/O:产地证
CONTAINER FREIGHT STATION/CFS:集装箱货运站
CUSTOMS BROKER/CHB:报关行
DANGEROUS BOND/D.G:危险品
DEMURRAGE:滞期费
DESTINATION AUTHORIZED DELIVERY:DAD:授权送货文件
DIMENSIONAL WEIGHT:体积重量
DUTY DRAWBACK:退税
EXPORT LICENSE:出口许可, 出口报关资料
FREIGHT COLLECT/CC:运费倒付
FREIGHT PREPAID/PP:运费预付
FULL CONTAINER LOAD/FCL:整柜运输
LESS THAN CONTAINER LOAD:散货运输
GENERAL ORDER WAREHOUSE/GO:拍卖仓
HARBOR MAINTENANCE FEE: HMF 码头维护费
HARMONIZED TARIFF SCHEDULE NO. HTS:海关编码
HIGH CUBE CONTAINER:HC 高柜
IMPORT LICENSE:进口许可
IMPORTER OF RECORD:进口商
LETTER OF CREDIT/L/C:信用证
OPEN TOP CONTAINER:开顶柜
PRE-CARRIAGE:前段运输
PRO FORMA INVOICE:形式发票
REEFER CONTAINER: RFC 冷冻柜
ROLL-ON/ROLL-OFF VESSEL:吊上吊下
TRANSHIPMENT/T/S : 中转
LONG TON,长吨, 相当于 2240LBS/1016KGS
SHORT TON, 短吨, 相当于 2000LBS/907.2KGS
SINGLE ENTRY BOND 单票进口保证金
CONTINUOUS BOND:整年进口保证金
WAITING TIME:超时费
DUTY:进口关税
VAT: 增值税
CUBIC FEET/CFT:CFT=立方英尺
换算:
1 英尺=12 英寸=304.8mm=0.3048m
1CFT=1 立方英尺=(0.3048)³=0.02832 立方米
CUBIC Meter-CBM=立方米
AES: AUTOMATED EXPORT SYSTEM:出口报关系统
ABI: 进口报关系统
ENTRY SUMMARY:美国进口报关单 7501
FREE TIME:免费存放期
MINIMUM CHARGE:最低收费

LIQUIDATION NOTICE:海关核实日期通知

MERCHANDISE PROCESSING FEE:MPF:商品处理费

METRIC TON:M/T:公吨, 相当于 1000KGS,2204.6LBS

NON-VESSEL OPERATING COMMON CARRIER:NVOCC,无船承运人

NOTIFY PARTY:通知人

ON-Carriage:后段运输

POUND-LB:磅

PORT OF LOADING:装运港

PORT OF ENTRY:报关港

以上都是平时经常碰到的深圳, 广东地区走海运经常碰到术语。在实际业务中还会有别的术语出现。

3.3: 各大航线及主要港口

各大航线及主要港口参考附页, 国际物流常用港口, 如下是常见航空及对应的航线

北美: LOS ANGELES, LONG BEACH, SAN FRANCISCO, OAKLAND, SEATTLE, NEW YORK, NEWARK, VANCOUVER, MONTREAL

中美, 加勒比海: COLON, PANAMA CITY, MANZANILLO, MEXICO CITY, PORT-AU-PRINCE, SAN JOSE, SANTO DOMINGO, PORT OF

SPAIN

欧洲: ANTWERP, FOS, HAMBURG, BREMEI, FELIXSTOWE, GENOA, LA SPEZIA, NAPLES, ROTTERDAM

地中海, 中东, 黑海, 波斯湾: ALEXANDRIA, ASHDOD, BARCELONA, CASABLANCA, DUBAI, ISTANBUL, MERSIN, PIRAEUS, PORT

SAID, VALENCIA, JEDDAH, HAIFAI, THESSALONIKI

西伯利亚铁路: MOSCOW, ODESSA,

东南亚: BANGKOK, HOCHIMINH CITY, JAKARTA, MANILA, LAEM CHABANG, PENANG, PORT KELANG, SINGAPORE

印度, 巴基斯坦, 孟加拉湾: BOMBAY, CALCUTTA, COLOMBO

中国台湾: KAOHSIUNG, KEELUNG

南韩, 日本: BUSAN, NAGOYA, OSAKA, TOKYO.

非洲: CAPE TOWN, COTONOU, DURBAN, LAGOS/APAPA, PORT ELIZABETH

澳洲新西兰, 太平洋群岛: ADELAIH, BRISBANE, FREMANTLE, MELBOURNE, SYDNEY

3.4: 各船公司简介

MSC 地中海航运: 航线全面, 运价地, 船期不温

APL 美国总统: 优势在中东, 印巴, 欧地, 红海, 美国线

MAERSK 马士基: 运价高, 优势在非洲及偏点

NYK 日本邮船: 航线全面, 运价高, 中南美航线有优势

CMA-CGM 法国达飞: 欧地, 西北非, 黑海航线, 欧洲内陆航线价格好

OOCL, 欧地, 美国, 美国内陆点

COSCO/CSCL: 除非洲之外的航线都有,

HMM 现代商船: 非洲, 美国服务好价格贵

YML 阳明海运: 欧地, 美国, 中东, 中东目的港服务好

EMC 长荣: 美国, 中南美

PIL 太平船务: 中东, 印巴东南亚

Matson 美森 上海 义乌

ZIM 以星 盐田 上海

3.5: 国际物流费用中英文

OCEAN RATE 海运费
SEA FREIGHT 海运费
FREIGHT RATE 海运价
CHARGE/FEE:收费
DEAD FREIGHT:空舱费
DEAD SPACE:亏舱费
SURCHARGE/ADDITIONAL CHARGE 附加费
TOLL 桥/境费
CHARGES THAT ARE BELOW A JUST AND REASONABLE LEVEL 低于正当合理的收费
MARKET PRICE LEVEL 市场价水平
BEST OBTAINABLE PRICE 市场最好价格
CC FREIGHT to collect 到付运费
FREIGHT PAYABLE AT DESTINATION 运费倒付
BACK FREIGHT 退货运费
FIXED PRICE 固定价格
COMM.佣金
REBATE 回扣, 佣金
DRAYAGE CHARGE 拖运费
GRI 运价上调
GRD 运价下调
PSS 旺季附加费
WHARFAGE 码头附加费
THC 码头操作附加费
ORC 广东省码头操作附加费
CUC 拖车车架使用费 CHASIS USAGE CHARGE
IAC:INTER-MODAL ADMINISTRATIVE CHARGE 美国内陆运输附加费
DDC 目的地交货费 (美国)
OAC: ORIGIN ACCESSORY CHARGE 始发港杂费
MAF MANIFEST AMENDMENT FEE:舱单改单费
CUSTOMS CLEARANCE 清关费/报关费
AMS/ACI:北美仓单预报费
ISF:美国进口商安全预报费
LOADING:装货费
UNLOADING 卸货费
LABELING 贴标费
PACKING 包装费
PICKING UP 提货费
FULFILLMENT 配送费
DISCOUNT 打折费
DETENTION 柜租, 滞期费
PER DIEM 集装箱使用费
AGENCY FEE 代理费
PALLET 卡板费

PALLETIZATION 打托费
SHRINK WRAP 托盘裹塑料膜费
FORKLIFT 叉车费
FUEL 燃油费
DOC 文件费
WAR SURCHARGE 战争附加费
EDI 数据传输费
AMENDMENT 改单费
LATE FILING 晚申报费
PENALTY 罚款
ADVANCEMENT FEE 垫付手续费
COMPENSATION 赔款费
BOOKING 订舱费
SORTING 分货费
STORAGE 仓储费
RENT 租金费
PICK&PACK,订单处理打包费
POST/CHECK:邮费, 快递支票费
OVERNIGHT MAIL:隔天到的邮寄费
CLASSIFICATION ,品名分类费
3.5.5 国际物流常用单证英文
BOOKING:订舱单
EIR: 设备交接单
S/O SHIPPING ORDER , 托运单, 南方地区叫仓位确认书
B/L 提单
BL COPY 提单副本
OBL : OCEAN BILL OF LADING 海运提单
HBL :HOUSE BILL OF LADING : 无船承运人提单
MBL:MASTER BILL OF LADING:主单
TBL :THROUGH BILL OF LADING 全程提单
ADVANCED BL 预借提单
ANTI-DATED BL 倒签提单
BLANK BL 空白提单
TO ORDER BL 指示提单
SEPARATE BL 拆单
STRAIGHT BL 记名提单
ON BOARD BL 已装船提单
TRANSHIPMENT BL: 转船提单
THROUGH BL 联运提单
M/F:舱单
BATCH FILING 批量报备
MANIFEST DISCREPANCY 舱单数据不符
D/O:交货单, 小提单
SHIPPING ADVICE 装运通知
POD 签收单

RECEIPT 收据
DEBIT NOTE 账单
INVOICE 账单, 欧洲人使用
INVOICE,PACKING LIST,发票装箱单
ISF FORM ,美国进口商安全申报表
POA,清关委托书
STATEMENT 申明
VGM 重量确认书
AMS 北美实际发货人数据
INSURANCE POLICY 保单
DAD: 美国授权放货单
C88 ,英国清关后的报关单
C79 , 英国清关后海关发给进口商的交税证明
DELIVERY NOTE , 欧洲的派送单

3.6: 国际物流操作流程

3.6.1 海运操作流程

- 1, 得到公司销售或者别的同事的出货通知后, 确定出货的数量: 货物的箱数, 体积, 重量, 是否有危险品, 名牌产品, 确认货物是否在目的港紧缺
- 2, 将所得到的信息反馈给公司的货代公司或客户指定的货代公司。告知是否走整柜还是走散货。如果是国外客户要求的船期, 要看是否能配得上船。如果国外客户没有要求, 可以根据装货时间来配最合适的船期。可通过货代了解开船时间, 到港时间, 最迟装柜时间, 截止海关放行时间。以便确定最合适的装货时间。
- 3, 货代向船公司订舱之后, 会和工厂确定装柜时间。工厂的船务人员应及时将装箱单, 发票给到货代, 如果是出口退税报关, 要及时做报关资料寄给货代。
- 4, 货代接待装柜通知时会提供给到工厂装柜的司机资料, 车牌号码等
- 5, 拖车到工厂装柜时, 工厂应仔细核对集装箱的柜号和封条, 司机号码, 车牌号码是否与货代提供的一致, 确认一致的情况下方可装货, 装货完毕后如装箱单有变化, 应第一时间通知货代公司更改报关资料。并通知到客户。
- 6, 拖车离开工厂, 要将柜子还到码头堆场。货代的报关行才可进行报关。海关在收到报关数据后会进行审核, 如果没有问题的话, 半天到一天就会放行货物。如果海关需要查货, 会给报关行发查货通知。如果海关实行人工查验。码头就需要将柜子安排到查验场, 等候查验。海关实行查验时, 理论上需要报关行和货主都在场, 对货物进行解释分析。海关实行查验后, 会在半天到一天的时间内给予处理结果。如海关在船公司截止收柜之前放行, 那柜子就可以赶上所订的船期, 如果超过了船公司的截止时间, 柜子只能延到下一班船。由此会产生多余的码头堆存费, 柜租费。更改报关单费用等。
- 7, 集装箱放行后, 码头会在船公司的要求下将柜子吊上船舶上。柜子上船了就等待开船了。
- 8, 柜子吊上船舶之后, 货代需要将货物信息(我们叫“补料”), 如发货人, 收货人, 货物品名描述, 重量, 体积等数据及时发给船公司。此信息货代会提前找货主获得。注意美国的货物: 每个船公司对于美国货物的截止收补料的时间都会比的航线早。一般都在船开的当天提前 4-5 天, 或者更长, 所以美国的货物一般装柜的时间都要提前很早。
- 9, 船公司接收到货代的补料后, 会给货代签发提单。叫船东单。(MASTER BILL OF LANDING) 货代在收到货主的补料后, 也会给货主签发提单, 叫货代单(HOUSE BILL OF LANDING)。提单是货权的凭证, 即: 谁拿到了提单, 谁就是货主。提单有正本和复印件两种方式。这个需要看国外客户的要求是需要正本提单还是电放提单。
- 10, 货主拿到提单复印件时, 给货代付款。并安排放货给收货人, 告诉收货人船期。
- 11, 接下来的事情是收取外汇和外汇核销

12, 货主出口后, 进口人需将货款打入发货人的外汇账户。发货人凭提单, 报关用的报关单收汇联去银行办理收汇手续

13, 收汇后, 发货人需拿报关单核销联即核销单, 提单, 装箱单, 发票去外汇管理局办理外汇核销手续。

14, 外汇核销后, 货主的财务需要准备以上资料, 及增值税发票办理出口退税手续。

3.6.2. 空运操作流程

空运和海运货物区别在于运输方式由轮船改成航空, 订舱单位由船公司变成航空公司, 报关口岸为起运地机场, 其他操作方式和海运操作相同

3.6.3. 快递操作流程: 参考后续快递货物操作流程

第四篇: 电商物流运输方式, 常见平台, 常用语, 发展行情, 与传统物流的区别

电商物流源于互联网在人们生活中的广泛运用, 互联网给全球人类的购物带来无穷便利, 世界触手可及。电商物流服务于从事互联网买卖, 为网上沟通提供各种物流途径, 帮助买卖双方达成交易目标。

目前电商网上购物方式为人熟知的有国内京东, 淘宝, 天猫, 唯品会, 1 号店, 卓越亚马逊, 当当网, 苏宁易购等。国外的如亚马逊, EBAY,WISH,LAZADA,WALMART,各大商家自营网站等。

与这些电商平台配套的物流公司如国内的顺丰, 韵达, 天天快递, 速尔物流, 中国邮政, 等等。国外物流公司如 UPS,DHL,TNT,FEDEX,等等。电商的快速发展也衍生了一些新名词, 如剁手党, 双 11, 黑色星期五, CYBER HOLIDAY.电商物流货代, 亚马逊头程专家, 海外仓储公司, 海外代购, 海淘, 海带, 微商, 跨境小包等等。

互联网的广泛运用比较使网上电商在市场取得更多的份额, 与电商配套的电商物流也会随着快速发展并供不应求。与传统物流相比, 电商物流要求服务商提供的是更加精细及更专业的物流服务。对于跨境电商, 配套物流公司还要对国外海关, 货物配送等要求了解从而成功完成跨境电商物流。

第五篇: 电商物流中什么是 FBA, FBA 仓库分部。FBA 优势

跨境电商物流不得不提的是亚马逊及亚马逊提供的 FBA 服务, 亚马逊诞生于美国西雅图, 是美国最大的网站购物平台, 每天数以万计的货物在平台上面交易并通过亚马逊物流配送到买家手里。由于极高的流量和完善的客户体验, 亚马逊已经成为跨境电商首选创业销售平台。FBA 是亚马逊提供的货物配送物流服务, (FULLFILLMENT BY AMAZON),即买家通过亚马逊平台购物后, 亚马逊来配送。

亚马逊目前在美国, 加拿大, 欧洲, 日本, 墨西哥都有物流配送仓库, 在这些国家给买家提供物流配送服务。由于亚马逊丰富的物流经验, 使用 FBA 配送可以让买方获得完善的购物体验, 卖家也不用为配送货物操心, 并且使用 FBA 也是亚马逊鼓励的一种方式, 可以帮卖家提高产品曝光量。

亚马逊地址分部, 在 FBA 物流系统可以查询

5.1, 亚马逊平台客户如何创建发货

亚马逊卖家如果决定通过亚马逊物流来发货, 在 AMAZON 后台登陆自己的账号后, 选择 FBA 发货, 下面是一个视频培训, 告知卖家如何使用 FBA,另外亚马逊后台右上角有一个 SEARCH 和 HELP 里面可以查到 FBA 发货要求

http://v.youku.com/v_show/id_XNjMxMTQ0NDI4.html?mkt_tok=eyJpIjoiTkRJeFpEY3habUUwWmpZMClSnQiOjRanV3MmpMSEdLckhmTUhONmFnRGdOcW1DaWJyRFJNYUZYvSuhWTzI0dWpBaUVvSnZlWjZ0hGa2Fod01ZajhyvVwdGZmMGZSa3IHdTA4bmd3MHdtd2FKUjFjRfc2ZkxxaWlyeXJMv0IkSXM9In0%3D

5.2, 亚马逊客户如何创建发货计划,见如下:



How to create Amazon shipment:

1,Firstly, create a product listing, you can choose shipped by Amazon directly here. When creating a listing ,FNSKU can be available in the meanwhile.

When fill out Offer, come to the bottom will find Fulfillment Channel, you can choose how to ship here.

When choose shipped by Amazon, FNSKU will be available automatically on the listing.

1.Secondly, find out the updated listing in INVENTORY.

3.Thirdly,find the product, click ✓ like below page,then click the Action on 1 selected.

Go to the next step here: send/replenish inventory

Click Continue to shipping plan:

Enter the units no that you wanna ship.

Click Continue, come to the next step:

Choose Continue as well.

When below page shows up, you can find Print labels for this page,click it, then you can print the FNSKU label(what usually called product label)

After finished printing labels, choose Continue again, come to the next step:

Then click Approve Shipment,

Choose work on shipment,

You will find below content:

Then choose the shipping method which you prefer:

(Tips:if shipped by air courier, select SPD

if shipped by sea(not a full container), choose LTL

Both for SPD and LTL, choose any of them or Other in Other carrier)

Select the box no and the actual box content information.

If select Everything in one box, you will come to below page,enter the box weight and dimensions, then come to the next step.

If select Multiple boxes,need to enter the corresponding box weight and dimensions,which will be shown on the FBA shipping label later.

Choose the printed paper type for shipping label(1), then click Complete Shipment(2).

When you find Shipment ID,reference ID and the Amazon warehouse address, then Amazon shipment finished creating.

Finally, enter the tracking no when it is available, till now the whole shipment create process finished.

5.3, 亚马逊常用术语

UPC:商品条码是用来表示 UCC-12 商品标识代码的条码符号,是由美国统一代码委员会(UCC)制定的一种条码码制,主要用于美国和加拿大地区,我们在美国进口的商品上可以看到

EAN :EAN 码是国际物品编码协会制定的一种商品用条码,通用于全世界。EAN 码符号有标准版(EAN-13)和缩短版(EAN-8)两种。标准版表示 13 位数字,又称为 EAN13 码,缩短版表示 8 位数字,又称 EAN8 EAN 码(英文全称: European Article Number)由前缀码、厂商识别码、商品项目代码和校验码组成。前缀码是国际 EAN 组织标识各会员组织的代码,我国为 690-695; 厂商代码是 EAN 编码组织在 EAN 分配的前缀码的基础上分配给厂商的代码; 商品项目代码由厂商自行编码; 校验码为了校验代码的正确性

ASIN:ASIN 码是亚马逊自己自家产品编的唯一编号,如果是书籍类的 ASIN 码就等同于全世界通用的 ISBN 号,其他产品的 ASIN 编号在产品上传提交、发布的时候,亚马逊会生成一串数字,那就是 ASIN 码

ISBN:(International Standard Book Number)简称 ISBN, 是国际通用的图书或独立的出版物(除定期出版的期刊)

代码。出版社可以通过国际标准书号清晰的辨认所有非期刊书籍。一个国际标准书号只有一个或一份相应的出版物与之对应。新版本如果在原来旧版的基础上没有内容上太大的变动，在出版时也不会得到新的国际标准书号码。当平装本改为精装本出版时，原来相应的国际标准书号号码也应当收回。

PO NO./PLAN NO.:发货计划在亚马逊的订单号码

SKU: 库存进出计量的基本单元，可以是以件，盒，托盘等为单位

MIXED SKU :不同 SKU 混装

HEAVY WEIGHT,TEAM LIFT : 超重货物，需要多人搬运

HEAVY WEIGHT,MECH LIFT: 超重货物，需要机器搬运

BOL: 派送单

APPOINTMENT: 预约

FNSKU: FBA 仓库为了管理所有卖家发过来的货物产品，自己对这些产品的编码 AN IDENTIFIER USED BY AMAZON FULFILLMENT CENTERS TO IDENTIFY INDIVIDUAL STOCK KEEPING UNITS OF A SPECIFIC RETAIL SELLABLE UNIT(ASIN)

SHIP FROM,SHIP TO :货物所在地和将要发往的地址

PRO NO. 物流公司追踪号码

SOLD AS A SET: 产品以整套销售

VENDOR NAME: 商家名字

SCAC : 美国交通部门授权的物流公司号码--申报 AMS 用

ISA NO. 预约号码

CARP SYSTEM : 亚马逊预约系统

5.4, 亚马逊如何配货

注意事项，产品包装和外箱包装注意事项

亚马逊卖家在后台的 HELP 里面可以查到 FBA REQUIREMENT。这里简单描述下

5.4.1,

以下商品在美国不可由亚马逊物流处理:

- 在美国境内不能进行销售和运输的商品包括但不限于:
 - o 在美国境内不允许销售的植物或者没有经过双重包装容易遭受害虫侵扰的植物
 - o 雷达探测器
 - o 鹅肝酱
 - o 婴儿床保险杠
 - o 仿真武器， 包括但不限于:
 - 玩具枪
 - 气枪
 - 非粉类武器（BB 枪，空气或弹簧枪）
 - o 武器， 包括但不限于:
 - 枪（不包括帽枪）枪件和枪包（不包括模型枪的枪，是不能够射击任何弹药）
 - 扔刀
 - o 弹药，包括但不限于弹药:
 - 包含枪粉或铅
 - 是 BB，气枪，空气有关的，或弹簧枪
 - o 胡椒喷雾
- 含酒精的饮料（含不含酒精的啤酒）
- 天空灯笼或浮动灯笼
- 车辆轮胎
- 礼品卡，礼品卡和其他存储的价值工具

•与未经授权的营销材料的产品（例如，小册子，价格标签，或其他非亚马逊贴纸）亚马逊将不接受预先定价的标签或产品

- 商品尺寸大于 365cm*244cm*244cm,或重量超过 68kg。
- 需要包装准备的商品并没有按照亚马逊物流的包装和准备要求进行包装
- 松散包装的电池
- 残损或有瑕疵的商品
- 不符合亚马逊和卖家之间协议的产品
- 已非法复制、转载或制造的产品
- 其它不适合在亚马逊销售的产品

5.4.2: 二、货物包装要求

5.4.2.1、商品包装

向亚马逊运营中心运输商品时，请遵循这些一般要求，某些商品有其他特殊要求。亚马逊可能会拒收、退还或重新包装任何发往亚马逊运营中心的包装不够充分或不符合要求的商品，

• 商品使用的 FNSKU 标签是唯一的，且必须对应一个唯一的商品。例如，每个分类类型（如尺码或颜色）将具有不同的 FNSKU (X00 条码)。

- 每个商品须具备易于查看的可扫描的条形码或标签。
- 移除或覆盖包含多件商品的纸箱外侧的可扫描条形码，仅纸箱内的单件商品可具有可扫描条形码。

5.4.2.2 成套销售

成套商品必须在其包装上标注套装标记。在商品上添加一个明确表明商品将作为一件商品接收和销售的标签。例如，“成套销售”、“准备发货”或“这是套装商品。请勿拆分。”每件商品，包括多件式套装图书，都必须单独、牢固地包装。

打包玻璃、陶瓷等易碎品

易碎商品应妥善包装，确保它们不会破损，且不会在储存、货件准备或发至买家期间造成安全隐患。易碎商品必须使用坚实的六边包装箱包装，或完全固定于气泡膜包装中，从而确保商品不会以任何方式暴露。

5.4.2.3 打包毛绒商品

妥善包装毛绒商品，如填充玩具、动物和木偶，确保它们不会在入库、仓储、货件准备或发至买家期间残损。商品必须放入密封塑料袋中或使用收缩包装。如何准备服装、织物、毛绒玩具和纺织品。

5.4.2.4 打包锋利商品

锋利商品具有锋利或锋利边缘，一旦暴露，会对接收商品的亚马逊员工和买家构成安全隐患。锋利商品必须正确包装，确保锋利或锋利边缘不会在入库、仓储、货件准备或发至买家期间暴露。

允许的包装材料：

- 箱子
- 填充物
- 标签

5.4.2.5 打包服装、面料和纺织品

纺织品由可能会因灰尘或湿气而发生残损的布料或织物制成。应妥善包装这些商品，以免它们在入库、仓储、货件准备或发至买家过程中残损。商品必须放入密封塑料袋中或使用收缩包装。

5.4.2.6 打包小件商品

最大侧小于 2-1/8 英寸（信用卡的宽度）的任何商品均需采用塑料袋包装，且需在塑料袋的外侧附上条形码，以免商品放错位置或丢失。这还可避免商品在配送过程中因撕裂、污垢、灰尘或液体原因而发生残损。有些商品的尺寸可能不足以容纳标签，用袋子包装商品可确保充分扫描到条形码，又不会折叠商品的边缘处

5.5, 亚马逊发物流包装准备, 纸箱要求, 托盘要求, 外箱 LABEL 要求

5.5.1、纸箱包装

- 纸箱包装的商品应只包含一个 PO 单，若一个纸箱要装包含多个 PO 单中的商品，那么要确保一个纸箱最多只

能涉及到 5 个 PO 单的商品；

- 纸箱包装的重量最多不超过 23kg,若单件销售的商品重量超过 23kg, 则需要在纸箱上张贴明确张贴 “Team Lift” 的标签, 表示需要团队来操作; 箱子重量若超过 45kg, 则需要在纸箱上张贴明确张贴 “Mech Lift” 的标签, 表示需要机器来操作

- 装有珠宝和手表的纸箱重量不能超过 18kg;

- 纸箱的任意一边尺寸不得超过 63.5cm, 除非单件销售的商品尺寸本来就超过 63.5cm。 纸箱的任意一边尺寸若超过 63.5cm,那么纸箱需要放置在 1mX1.25m 的托盘上, 除非单件销售的商品纸箱尺寸本身超出了标准托盘的尺寸。

- 纸箱和包装材质(如: 衬垫, 填充物)必须在运输中充分的保护货物。若用不被亚马逊运营中心接受的包装材料来包装货物, 则会导致商品被拒收或收取额外的包装费用;

- 用大型尺寸的衬垫, 例如空气枕, 整张纸张, 泡沫纸或者气泡膜, 不要用松散材质去填充。

- 选择纸箱的尺寸是确保在货物放入后纸箱最少空余空间。空间利用率也可以通过在一个纸箱中装多个商品来实现最大化(在商品不受损害情况下)。图示是一个纸箱包装不佳的例子。

- 纸箱不能用打包带, 松紧带, 胶带附加打包带来捆绑。不能用大型订书钉或尼龙纤维胶带, 因为它们有安全隐患。纸箱必须使用标准托盘堆叠要求;

- 多个纸箱被确定为一起销售的(比如: 套装)重量大于 45 kg 必须被放在一个单一的托盘上(一个出售商品对应一个托盘上)

- 单件出售的纸箱货商品(比如: 家具)重量大于 45 kg, 通常都需要打托盘。不要发送尺寸像托盘尺寸一样的纸箱(gaylords)。

5.5.2、托盘包装/打托盘

- 所有零担货运 LTL(less than truck load)和整车货运 TL (truck load) 货物鼓励打托盘, 但是地面卸货和小货件也是可以接受的。除了集装箱运输以外, 要建造牢固平坦的托盘顶部, 使托盘可以堆叠以提高卡车的利用率;

- 当对货物纸箱打托时, 托盘上的纸箱标签要面朝外, 这样允许每个纸箱上的条形码在不用拆开托盘的情况下可以直接被扫描;

- 用 GMA grade B 或者级别更高的托盘, 尺寸: 1m x1.25m (北美) 1M*1.2M(UK),0.8M*1.2M(EU), 4 面使用, 木质托盘, GMA 1A grade 托盘用于食品商品。如果一个单件大型商品在使用 1m x1.25m 的托盘时边缘会超出托盘, 则需要使用一个尺寸和类型更适合这个商品的托盘; 单个托盘高度不可超过 1.8 米(北美), 1.6 米(欧洲), 单个托盘重量不可超过 680.4KGS.两个矮托盘可以叠加成一个高托盘, 总高度不可超过 100’

- 不要使用损坏或者板条遗失的托盘; CHEP 托盘符合 GMA grade 1A 和 1B 的标准, 是可以接受的, 但是仅限于食品和个人护美容商品。亚马逊不支持 CHEP 托盘的交换和退还;

- 不要将货物放在用脆弱材质制成的托盘上, 比如说纸板箱或者颗粒板;

- 不要将出运货物放在 PECO 托盘上, 因为他们无法用标准托盘升降机进行移动;

- 一个托盘只能堆有一个 SKU, 无论数量允许是多少;

- 当一个托盘上有多个 SKUs 出运时, 将 SKUs 分开这样就不会在收货时造成错误。需要贴一张” Mixed SKU “警示标签在托盘上;

- 托盘上堆叠纸箱要它们所有面都堆叠的齐平, 只要有可能, 砖块堆叠, 建议将最重的商品堆叠在底部;

- 不要让纸箱超出托盘的边缘;

- 托盘的标准高度—托盘高度可以是 127cm (矮) 或 254cm (高), 2 个矮托盘可以双层堆叠在一起变成一个大的高托盘, 但是不是任意高度的托盘都是被允许的。为了让卡车空间利用的最大化, 双层堆叠托盘货运效率最大。打托盘的尺寸为 127cm (114cm 为存货,+13cm 为托盘高度)

- 打托盘必须接近标准高度, 可以允许托盘空隙和堆叠机会。当双层堆叠托盘因产品特性而不能堆叠时, 托盘的高度可以是 272cm (259cm 货物 +13cm 托盘高度),从托盘最上方到集装箱顶部留有最小空隙 8cm(标准拖车高度为 280cm)

- 所有托盘上的货物超过 183cm 必须通过挤压夹卡车(Squeeze Clamp truck)操作的批准,货物如果不能被挤压夹卡车操作将不能用这种托盘选择;

- 不管选择什么样的托盘, 托盘毛重都不能超过 1500 lbs/680 kg;

- 用缠绕膜对纸箱打托, 确保缠绕膜完全覆盖托盘上的商品, 这样能预防在运输中移动以及确保堆叠的托盘在运输中稳定。使用透明的伸展缠膜 (VS.黑色) 为优先选择。使用角板来帮助保护和维持纸箱在运输中的稳定性。货物应该以稳定的方式装在托盘上面这样当缠绕膜拆掉后, 货物将不会容易翻倒, 会稳定在托盘上;

- 安排双层堆叠托盘这样用铲车可以从同一面进入两个托盘中, 在托盘堆叠和集装箱 walls 之间维持至少 8cm, 不能把送入亚马逊的托盘货物与其他客人的货物托盘堆叠;

- 在美国库房不支持托盘交换或者借用归还;

TL (Truck Load) 货物的装运托盘应使用“Turned”构型。这是 2 行 48 英寸/122cm 拖车宽度尺寸和 40 英寸/102cm 长度尺寸的托盘 (如图)。这提供了最好的整体利用率和装运稳定性。

5.5.3 FBA 相关的标签

商品标签 (又叫 FNSKU, 是 X00 开头的标签, 须覆盖商品的原始条形码):

货件标签 (张贴在包裹外箱上的标签, 标注一个 shipment ID: FBAXXXXX, 一个货件编号可能有多箱, 会在货件编号的 U001, U002 体现出来。

Pallet 标签 (一个托盘的四面都要张贴下述的托盘标签, 共有 4 个托盘标签, 和上述货件标签相似)

5.5.4.亚马逊鼓励所有货物都按托盘方式运送, 但如果装货方式恰当, 亚马逊也接受 FLOOR LOADING 不打拖的送货方式, 货物最高不能超过 2.5M, 并与集装箱侧边保持 3' ' 距离。

5.6, 外箱警示标, 卡板标签, 发货需要的文件

外箱超重货物需贴 HEAVY WEIGHT,TEAM LIFE,卡板四周也要贴好标签。派送到亚马逊时, 卡车公司需提供派送文件 BOL 和预约号码 ISA NO.

BOL 如图, 需要派送公司填上货物的件数, 卡板数量, 亚马逊预约号码, 亚马逊 PO NO.另亚马逊要求司机准时到达仓库, 提前半个小时或迟到半个小时是被允许的, 过时亚马逊将拒绝货物, 卡车需重新预约递送。

第六篇：公司简介

中魏集团是一家受到广泛信赖的外贸周边服务解决方案提供商。

. 综合物流服务

. 国际货运服务

. 进口清关为主的供应链服务

. 对外贸易代理服务

主营海外货物的进出口贸易, 第三国贸易, 外汇代理, 境外中转, 离岸操作, 进口清关, 国际物流和国际货代等。坚守安全第一, 服务可靠的经营理念, 帮助您轻松应对复杂的国际贸易规程, 预估国际货物物流费用。

捷足先登, 快人一步, 抢滩中国和世界各大经济体的市场!

运用先进的信息技术, 整合资源, 搭建商流、物流、信息流、资金流四流于一体的贸易服务平台,

服务领域包括消费、电子、机电、石油、化工、煤炭、粮油、医疗设备、乐器等行业,

为全球客户提供专业、全方位、个性化的供应链和贸易解决方案服务。

业务范围包括,

供应链服务 (通关、检验、订舱、运输、仓储、运输保险),

外贸服务 (合同、单证、外汇、核销、退税、结算), 产品采购等。

相对全面的服贸产品, 如下

总部位于香港。在广州, 深圳, 上海, 北京, 成都, 石家庄设有分公司。另外佛山、厦门、宁波、大连、郑州、重

庆、喀什、南京、南昌、武汉、海口、合肥、长沙、青岛、乌鲁木齐、哈尔滨、西安和天津等口岸设立进口清关代理站。在美国纽约，英国伦敦，日本东京，澳大利亚悉尼，菲律宾，新加坡和马来西亚有出口联络点。

专注于进口清关，进口报关，进口运输，致力于为客户提供更加专业和优质的服务，公司领导层和核心人员专注于国际贸易进口十年到二十年，在进口清关行业建树颇多，公司拥有专业团队及丰富的操作经验，为客户提供可执行的实际优化方案实例。

主要业务:提供进口海运、进口空运、进口快递、进口清关、商检、保税物流、内贸海运、空运、陆运、仓储、堆场、金融物流等基础服务;为客户增值提供一体化解决方案及供应链管理方案;形成工业半成品、样品和返修品、木材石材、电子元器件、危险品、特种机械设备，医疗设备，乐器等产品的综合物流服务体系;在全国沿海各城市主要投资及合作运营报关行、拖车行、仓库、堆场等物流资源。

- 1, 前端服务包括: 物流咨询、方案设计、成本控制、全程客服;
- 2, 出口仓储包括: 理货仓储、配套作业、配载集装、监管服务、境内运输;
- 3, 离岸管理包括: 订舱管理、单证管理、关务服务、进港管理;
- 4, 国际运输包括: 空海集运、多式联运、工程物流;
- 5, 目的地服务则包括: 清关服务、进口仓储、转运、分拨派送。

一方红印，一步到位；一诺成金，一言九鼎。

国际货运代理有限公司成立于 2010 年，公司旨在为跨国电子商务运营商提供面向欧盟、北美、日本澳洲等物流配送服务。主营亚马逊 FBA 门到门运输(含海运空运)、FBA 快递及 FBA 相关配套服务等，数年来不断为电子商务运营商提供便捷式的物流方案，具有专业国际物流经验。公司总部在深圳，在美加英法德日澳等地均有优质清关公司及代理。

能提供几乎所有亚马逊 FBA 仓的到门服务，对于遍布在美国欧洲日本加拿大的 FBA 仓库，我们提供独家开发的路线给亚马逊卖家，有经济型，快捷型服务供客户选择。整箱，拼箱都是我们的强项，并根据客户自身需求定制个性化服务，专门客户专人跟进，专门处理，不会混箱，保证清关速度。另外我们与 Amazon 指定的拖车行合作，保证性价比最高的派送服务。我们提供海运、空运、快递直达 FBA 仓。

FBA 运输范围

美国 FBA 仓,美国是跨境电商发展最繁荣的市场，电商物流发展更是欣欣向荣。

英国 FBA 仓,可实现由英国中转至所有欧洲海外仓，也可以直发各个欧洲海外仓。

德国 FBA 仓,德国仓派送是我司继英国 FBA 仓派送后自行开发的另一门专项服务，我们的优势是直达德国 FBA 仓。

法国 FBA 仓,目前国内电商货运公司很少能提供直达法国 FBA 仓的服务，而我司提供直达法国 FBA 仓。

日本 FBA 仓,亚马逊于 2015 年对日本市场加大推广，有更多的卖家进入日本。日本海外仓海运派送。

加拿大 FBA 仓,加拿大的海外仓储于 2015 年才普遍被电商客户所接受。

西班牙 FBA 仓,是深圳货代市场唯一可以提供西班牙直发亚马逊的货代公司，我们拥有完善的强大的物流网络，能直接在西班牙清关。

意大利 FBA 仓,是深圳货代市场唯一能提供直达意大利 FBA 的货代公司，意大利空运货物无需经过第三方国家中转。

墨西哥 FBA 仓,墨西哥是亚马逊新开通市场，是早期传统物流处理娴熟的市场之一，目前墨西哥的海外仓市场并不是非常成熟。

第七篇：海运货物操作流程

7.1

海运操作流程

海运操作大概可以分为一下 8 个流程

u 订舱类型(整柜还是散货)

∅ 订舱前需要和客户确认清楚港口, 国家, 品名, 件重体, 及找哪个同行订舱

拿到 SO 后需仔细检查 SO 上的目的港, 柜型, 船期是否与订舱要求一致, 如不一致需立即通知订舱代理更改

∅ 报关方式: 需退税报关 & 买单报关

退税报关需要跟进是否收到客人的报关资料, 买单报关需要向客户索要买单清单 (普货&商检)

1. 整柜直接找同行订, 我们固定的合作同行订舱, 目前合作的美线有华威, 元泰, 富邦, 等, 欧线的有鹏城海, 华泓, 伟航, 钧灏等, 东南亚的, 有富海通, 华海鹏达, 海光等,

订柜之前请务必跟客户或者业务员确认港口, 国家, 避免订错港口导致产生额外费用,

2. 散货, 散货如果从深圳出的, 美东美西, 几乎是全部可以放进拼柜里面的, 不管是去 FBA 还是私人地址都可以的。

英国德国, 美西在福永拼, 请用福永的进仓单, 里面有寄报关资料地址, 美东的在盐田国储仓库拼, 请用盐田进仓单, 寄报关资料地址也是在进仓单里面的, 自己拼柜基本都是周三周四周五装柜, 请及时安排进仓及跟进报关资料, 如果是外地的, 上海出的, 找上海美设 (美线, 欧线) 上海华运 (欧线), 上海嘉林 (东南亚线)

宁波出的, 找宁波开源, 厦门的找厦门顺科, 厦门嘉林, 青岛和天津出的找青岛和天津维佳, 如果不知道同行订舱联系方式可以找市场部拿, 另外, 要注意, 关于宁波上海, 天津等外地亏舱费问题,

A, 要及时更进进仓和报关资料是否能及时到达,

B, 如果不确定货和资料能否及时到达, 可以通知同行延航次或者等货进了再配舱,

C, 尽量避免亏舱产生, 因查验或者其它原因产生亏舱, 要第一时间通知相关业务及客户,

D, 报关资料如果从深圳寄出的, 尽量提前几天寄,

E, 外地同行大多一般不主动提供账单, 请操作及文件单子开船后及时找同行索要账单并及时录系统,

所有费用应该及时核对, 如有错漏需要修改

u 放 S/O (如果是拼柜, 有固定进仓单, 放自拼文件夹的) 如果是找同行订的, 要去掉同行抬头再发给客户,

∅ 自送: S/O 放给工厂

∅ 提货/拖车: 把 S/O 给拖车公司, 并告知工厂司机资料

u 交仓

∅ 及时更进是否按时交仓, 并且向客人索要 CI&PL, 产品信息, 图片,

如果是走 FBA 需要及时提供

SHIPMENT ID

REFERENCE NO.

CTNS/GW/CBM

∅ 及时向仓库索要体积单, 并交给客户确认 OK

∅ 如果是 FBA 的货, 需要问下工厂有没有贴 FBA 外箱标签

u 出提单

∅ 出 HBL 单给客户确认 OK, 并询问是否买保险

∅ 向供应商 (同行&船公司) 补料, 注意截补料时间, 超时会收晚补料费的,

(美国收货人补料需要补进口商): 我司 AMS & ENS 都是有同行申报, 我司自己申报 ISF

∅ 核对 MBL

u 确认放行&开船时间

及时了解货物开船情况，如发生甩柜，船期延误，及时通知客户及业务熟悉货物的 ETD,ETA 及船期，能及时快速告知客户

Ø 美国开船前 24 小时发 ISF 和出货通知

Ø 其他港口可以开船后发出货通知

u 确认代理收到出货通知

及时安排（COLOADER BL）和 HBL 电放给国外代理

u 录入成本（报价）

必须保证每份工作单都有报价或报价表，月结或长期合作的客户将固定报价表存在客户文件夹里。

u 到港查询 & 清关查询 & 发派送指令给代理，

Ø 更新信息给客户

Ø 出税单 & 开账单 & 收款送货

特别注意：操作需充分了解各个环节可能发生和遇到的问题，提前做好工作防止意外发生，避免货物不能及时上船，

如果不能及时开船，或者查验的，要第一时间通知业务和客户。

7.2,

海运整柜：打托及不打托操作

整柜到普通地址可以不要求打托，

如果是亚马逊的是要求打托派送的，如果不打托会有被拒收的风险，所以尽量要求客户安排打托，可以要求客户在国内打或者委托我们代理在国外拆柜打托派送，如果是因为客户不愿意打托要整柜派被亚马逊拒收所产生的额外费用全部由客户承担，额外费用一般有，二次送货费，拆柜费，打托费，进出仓费，等。

目前有部分仓库是可以不打托整柜派的，如下

TX 75241, KY 41048, CA 92551, PA~~~~

目前不打托整柜派，经常会被拒收的仓库如下：

CAE1 GSP1 EWR6 IND5, AZ 85338 US (PHX5)

另外，美国亚马逊打托要求，高度不超过 1.8 米，每托不超过 680KGS,含托盘底座，另外，装柜时不能装得太满，顶到柜顶也是会被拒收的，顶到柜顶亚马逊不好卸货，或者卸货时容易把货弄坏，所以亚马逊才不收的，同样，打托的柜子也是，也是不能顶到柜顶的，一定要注意。

顺便说下欧线打托要求，

The pallet specification:

UK , 120 x 100 x 170cm

Italy, 120 x 80 x 160cm

Germany, 120 x 80 x 160cm

Spain, 120 x 80 x 160cm

France, 120x80x180cm

美国：正常的 GMA 卡板，美式托盘尺寸：122x102x180cm

英国：长 1.2*宽 1*高 1.5，重量不能超过 1,000 kg

德国：长 1.2*宽 0.8*高 1.6，重量 500 kg

加拿大：长宽不超 1.2，高不超 1.7 米

7.3

海运散货：自拼及 CO-LOAD

散货，散货如果从深圳出的，美东美西，几乎是全部可以放进拼柜里面的，不管是去 FBA 还是私人地址都可以的。

英国德国，美西在福永拼，请用福永的进仓单，里面有寄报关资料地址，

美东的在盐田国储仓库拼，请用盐田进仓单，寄报关资料地址也是在进仓单里面的，自己拼柜基本都是周三周四周五装柜，请及时安排进仓及跟进报关资料，

如果是外地的，上海出的，找上海美设（美线，欧线）上海华运（欧线），上海嘉林（东南亚线）

宁波出的，找宁波开源，厦门的找厦门顺科，厦门嘉林，青岛和天津出的找青岛和天津维佳，如果不知道同行订舱联系方式可以找文件部拿。

另外，要注意，关于宁波上海，天津等外地亏舱费问题，

- A, 要及时更进进仓和报关资料是否能及时到达，
- B, 如果不确定货和资料能否及时到达，可以通知同行延航次或者等货进了再配舱，
- C, 尽量避免亏舱产生，因查验或者其它原因产生亏舱，要第一时间通知相关业务及客户，
- D, 报关资料如果从深圳寄出的，尽量提前几天寄，
- E, 外地同行大多一般不主动提供账单，请操作及文件单子开船后及时找同行索要账单并及时录系统，

所有费用应该及时核对，如有错漏需要修改

自拼柜地址及时间，

- 1. 美东，在盐田国储仓库装柜，一般周三周四周五装柜，如果货齐了，可以早些装，早些报关，
- 2. 美西，在福永仓库装柜，一般周四周五装柜，如果货齐了，可以早些装，早些报关，
- 3. 英国德国，在福永仓库装柜，一般周四周五装柜，如果货齐了，可以早些装，早些报关，

排柜：

1. 美国的，按专线和非专线来排柜，非专线按相近地址集中排，哪个港口货就订去哪，或者哪个港口代理拆柜送货便宜就排到哪个港口

2. 按货好时间安排装柜，指定一个工作单作为主单，确定清关代理，送货代理，

拼柜一般让 Anthony, UCS 清关，专线 FBA 让新 MATT 安排，其它港让其它代理拆柜安排，

3. 排柜顺序，按先装大货，先装 VIP 客户，小货和特价客户放后面装，

4. 排柜表安排好后，打印出来给相关操作核对留存，以免漏排，错排，

5. 美西和英国德国操作书需要提前一天给张霞点货核对，SO 也要提前一天发给东信车行打单并安排好拖车，

6. 美东的需要提前一天发 SO 给国储打单，装柜当天要发邮件给国储，附上操作书及 SO，让国储按操作做柜。

7. 装完柜后要询问仓库是否装完货，有没有装不下的，装不下要通知相关操作及通知报关行修改报关资料，并在取号表里面标明没装下，下个柜继续装，以免漏排，漏装，

报关，

1. 排柜表排好不变后，整理报关资料，核对箱数，退税的标出退税抬头及工作单号，买单的写明工作单号提供清单，

2. 所有资料全部整理好后打包发给报关行，如果资料不齐，可以标注什么时候给，找哪个操作要，

3. 打包给报关行资料包括，柜号，操作书，SO，买单清单，退税抬头，及相当工作单号，

4. 催促报关行尽快报关，如有申报要素要提前问好客户，

5. 跟进是否报关放行，如有查验，需要及时通知海运操作群及相应客户，

填 ID 及发送《送货指令》

1. 催促客户及早提供清关文件和 ID，填写好清关发票箱单及 ID，

2. 提前两周发送送货指令，送货指令包括，提单，BOL, 邮件里面要注明，开船时间到港时间，港口，柜号等

A, FBA 整柜派送的让新 MATT 安排，不管哪个港口都是，

B, 如果不是整柜派，需要拆柜的，到芝加哥的，让芝加哥 TIM 拆柜送货，

C, 到 LA 的让 TTC, 陆先生, 或者 APEX, 拆柜派送,

D, NY 和达拉斯非专线, 迈阿密, 诺福克, 及其它港口, 让 APEX 拆柜派送

E, 发到亚特兰大的让小练拆柜派送,

另外, 如果发到达拉斯非专线的, 也可以让 DYNASTY 安排拆柜送货, 只是成本稍高, 但是时效还算是比较快的, 服务还算蛮好的。

3.提前一周催促代理清关,

4.清关税单出来后, 按客户发票划分税费, 通知相应操作抄税及开账单,

5.跟进拆柜送货, 送货后如有超进等侯费需要按立方划分费用找相应客户回来,

6.如有查验及仓租, 会提前预收,

7.4

收货注意事项, 敏感货物列表

产品和外箱都要贴产地” Made in China”。如果没贴, 万一遇到国外海关查验, 不仅要求补贴, 还要收取贴标费和人工费, 耗费时间, 耽误货期。

出口报关: 深圳各海关继续严查, 严厉打击虚假贸易。严打虚报、高报、乱报、错报。海关近期将针对上述虚假贸易行为进行整顿, 具体的形式为:

审核单票货物每项品名的单价和总价, 如果申报的单价以及总价超过实际货物的正常价格范围, 此票货物将被查验。如果发现高报价格属实, 第一、二次经营单位被记过, 第三次将直接移送缉私处理。

单票报关总金额超过 10 万美金的, 将进入人工审核环节, 不在进行计算机快速审核通道。

对于单票价格过高的单子, 如果申报属实, 海关将要求经营单位提供此票货物相对应的增值税发票或银行往来货款证明。对于打击虚假贸易, 总署要求统一, 但是各个海关对于高报价格的金额不相同, 深圳海关审核要求 5 万美金以上的申报金额, 对于前期已经放行的有上述情况的货物, 海关统计科将进行 2 次核查, 如果核查结果有高报价格情况, 要做相应的处理。验发票要提供营业执照复印件盖公章, 增值税发票原件、出口专用发票原件、增值税发票复印件盖公章、外贸合同、银行的收款水单, 货物图片盖公章最好是彩色的。税务登记证也要给(备注: 上述 5 万美金说的是一个柜子申报超过 5 万美金就要提供发票和其它相关资料, 不是单票申报超过 5 万美金才提供发票, 所以通常一旦出货需要退税的就要准备发票及相关资料, 以备海关验票使用。

出货前一定要确认产品是否能正常出运, 以免出运后发现有问题退运产生巨大损失。出运前把所有要准备的资料都准备好, 出运前请和销售确认好付款条件以免影响后续放货, 送货。

国外清关注意产品是否需要认证, 是否侵权:

A: 商标、产权类, 像蓝牙、UL、蓝牙类产品要有蓝牙证书, UL 灯产品, 要有 UL 证书, FCC, DOT 等, FDA 管制的产品需要有 MEDICAL DEVICE ID B 证书是要真实的, 不能是虚假的, 如果是虚假, 万一查验, 有可能货物被没收, 或者扣留, 蓝牙证书有, BQB, LOI。

B: 申报金额不要太低, 太低容易导致海关查验率增加, 建议一般最少按真实价值的 65%以上去申报。

C: 品名申报真实无误, 如因申报和实际有违背, 发货人须承担一切责任。

D: 不接受客户为了逃税找低税率错的税号给我司报关。

FDA (美国) 跟人体接触类, 这类需要做 FDA 申报, 还有些产品要 FDA 证书和 FDA 号码, 如太阳镜、饭盒、急救包、陶瓷制品等, 像急救包类一定要 FDA 号码、FDA 证书, 陶瓷制品要 FDA 号码。需要 FDA 申报的品名还有: 骑行眼镜, 3D 眼镜, 碗, 勺子叉子, 化妆刷, 洗澡刷, 电动牙刷, 酒瓶, 按摩器 (不能收), 厨房用品, 蛋糕模型, 性用品, 温度计, 醒酒器, 丝瓜络 (冲凉用), VR 眼镜, 杯子, 游戏控制器, 激光灯类, 红外线类, 粉刺针, 不锈钢刀, 烟灰缸, 颜料,

EPA 类, 一定要有 EPA 证书, 不然不能出: 燃油的马达, 发动机, 苍蝇贴, 等

带磁性类, 冰箱贴, 磁铁

玩具类: 玩具到美国清关都需要提供 TESTING REPORT, 产品要贴玩具的 TRACKING LABEL, 另外还需要做 CPC 证书 (我司有模板), 资料备齐才能接货。如果没有, 货物可能将会被没收或退运, 请知悉!

欧洲电器类, 一定要有 CE 认证, 产品要贴 CE LABEL。否则有可能清不了关, 或者被退运。

禁止入仓货物: 《国际海运危险货物规则》和国家标准《危险货物物品名表》所列的危险品。目前, 我司仓库不接收

的货物品名如下（包括但不限于以下品名）：

爆炸品：炸药、雷管、火药、子弹、烟花、鞭炮等

易燃气体：打火机、打火机油、空气清新剂、摩丝(发胶、头发定型剂)、液化气，灭火器

易燃液体：油漆、酒精、白酒、胶黏剂、粘合剂、丙酮、汽油、柴油、天那水、胶水、粘合剂、油墨、定型水、指甲油、香水

易燃固体：火柴、硫磺、明胶、硝基、磷、镁、乒乓球、蜡烛

毒性物质：砷、尼古丁、氰化物、氰化钾、杀虫剂、农药

腐蚀品：硫酸、盐酸、氢氧化钠、氢氧化钾、水银、双氧水、电镀用溶液、蓄电池、清洗液、清洁水

杂类：安全气囊

其他限制入仓货物：不属于以上危险品目录范围的货物以及其它外包装上带有易燃、易爆、易腐蚀标示的货物等，请在交货时提供产品说明、MSDS 及保函（审批后确认是否可以入仓）。非危险品液体，易碎品，裸妆货物等需提供工厂，客户双方盖章的保函方可进仓。

唛头（注）：所有的货都要有唛头，亚马逊的货要自行贴好 FBA 标签，同一票货有不同唛头的，每个唛头都需提供清楚，以免搞混货物。

反倾销货物明细，

查询反倾销美国网址：https://www.usitc.gov/trade_remedy/731_ad_701_cvd/investigations.htm

美国对华反倾销产品

1、贱金属及其制品-----钢钉、钢管、碳合金钢丝条、金属硅、金刚石锯片、不锈钢加压机、定尺碳素钢板、石油专用管材、冷轴碳钢、薄壁矩形钢管、熨衣架及部件、螺纹钢筋、弹簧垫圈、非封闭内置弹簧部件、不锈钢拉制深水槽、冷轧钢板、无缝碳钢和合金钢标准管、管线管和压力管、圆锥滚子轴承、铸铁件、金属镁、镀锌板、重锻造手动工具（斧子、撬杠、锤子、镐头）、钢制高压气瓶

2、化学产品-----己内酰胺（又称碳酸锂）、聚对苯二甲酸乙二醇酯膜片和条、聚乙烯醇、高锰酸钾、三聚氰胺、天然猪鬃油漆刷及刷头

3、杂项制品-----木制卧室家具、复合木地板、非晶硅织物、晶体硅光伏电池、小直径石墨电极

4、机械电气设备及部件-----滚球轴承、汽车挡风玻璃、刹车鼓与刹车转子

5、纸及纸制品-----铜版纸、格记录纸、薄绵纸、折叠礼品盒、皱纹纸、无涂层纸

6、纺织制品-----聚酯人造纤维、画布、编织电热毯

7、预制食品与饮料-----淹渍蘑菇罐头、柠檬酸与柠檬酸盐、华糖醇、冷冻的和罐装的暖水虾

8、塑料与橡胶制品-----复合编织袋、聚乙烯手提袋、新充气工程机械轮胎

9、矿石及矿物燃料-----钻石锯条及部件

10、家用电器-----彩色电视机、家用大型洗衣机

11、车船运输设备及部件-----自行车、手推车

12、建材与玻璃制品-----铝型材、双轴土工格栅、镁碳砖

13、蔬菜产品-----蜂蜜

7.5

和客户代理沟通注意事项

1.与客户

提前问客户好清关资料，要了解是普货还是敏感货，提醒客户注意事项，发票金额过高或过低，我们也要提醒一下客户，65%左右可以了，低报会引起海关查验，入仓数据体积差异大的，及时让客户确认给我们，，船期也要通知客户，预计到港时间，税单也是尽快给客户确认，国外清关错误还可以及时修改，给晚了就无法更改了，及时开帐催款，注意扣货问题，

另外，对客户的需求要迅速回应，切勿拖延，平时积极主动反馈信息给客户,对客户要有耐心，要热心。

2.与代理

A.补料要清楚客户是否有自己的清口商，到美国的提单收货人都是进口商，除了进口商中国的，用哪个代理清关，截补料时间，如查验及时能知客户，因为会生仓租 / 查验费，船期也会延误

B.发出货通知跟代理，注明港口，开船时间 / 到港时间. 拼箱或整柜

C.送货地址信息要写清楚，由清关代理送还是其它代理，要有完整的信息，电话号码 / 联系人，到亚马逊的没经验的代理还要强调托盘的标准，以免拒收，我们经常合作的代理都不用强调

D. 清关问题，客户经常出的货要强调税率，资料提供品名的图片 / 材质 / 用途，

客户给的海关编码不对，代理也要解释一下，哪个是正确的归类？如代理归错类请及时更帮忙更改，不改也回复这些问题，这样也说服不了客户，他们认为是他的归类就是对的。

E.对客户的需求要迅速回应，切勿拖延，平时积极主动反馈信息给客户,对客户要有耐心，要热心。

7.6

关税查询注意事项，

英国税率查询网站：

<https://www.gov.uk/trade-tariff/sections>

关税在英镑币值下计算。当商业发票显示为其他币值时，需使用海关公布汇率兑换。系统自动处理，如需了解汇率情况，可查询海关网站：

http://customs.hmrc.gov.uk/channelsPortalWebApp/channelsPortalWebApp.portal?_nfpb=true&_pageLabel=pageImport_RatesCodesTools&id=EXRATES_2014

关于 iffec fee 是什么？

答：对于 DDP 的货物，国外的报关行垫付关税，VAT,GST 的时候都会收取手续费。国外的叫法一般叫 IFFEC FEE/DEFERMENT FEE/ADVANCEMENT FEE/DDP SURCHARGES

这个收费是在税费总和的基础上乘以固定的费率，市场上报关行一般收 3%-5%。还有最低收费。平时报关行都是直接和税费一起开给我司，我们将其认为是税费的一种，所以报价的时候一般不会给客户报，客户可能会问为什么收这个费用，这个是因为国外的报关行的银行账户是要存钱在里面给海关来扣款的，报关行给你交了税，不是白交，账号使用费要给。

另外由于客户的税费都是我司在清关后直接通过银行转账直接付给国外，为了保证国外费用全部到账，要支付付款方和收款方的手续费，所以我们给客户代付每票都要收 USD50 的代付手续费

查美国税率网站

<http://www.usitc.gov/>

这个地方来查，一般只输前 6 位就行了，多了查不出来，也没有完全一样的

加拿大税率网站，

<http://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/menu-eng.html>

这个官方网站，有不同模式可查询。（选最新的 2015 即可）

注意：客人提供的编码，仅供参考

7.7

文件及进口商注意事项

1. 德国，提单上要打进口商，发票收货人也是进口商，真实收货人写上送货地址处，

发票上也要加入进口商和税号（EORI NO）清关需要，德国清关发票箱单上要进口商盖章扫描给代理才可以清关。

2. 英国，提单上可以写进口商，也可以直接写亚马逊及普通收货人，但是要告知代理清关用哪个 EORI NO 号码，可以在发票里面备注或者邮件通知，如果客户有 EORI NO 号码就用客户的，如果没有就用我们公司的，如小石头的，务

必不能搞错，因为有些客户要在国外退税的。

目前欧洲税务局严查 VAT, 我司的 VAT 账户也在被海关审核当中，请贵司务必用自己的 VAT，如果你们没有 VAT, 需要用我们 VAT 产生的责任都由贵司承担，请知悉

深圳小石头的 EORI 号码如下：

Member State GB

VAT Number GB 245008727

Name SHENZHEN LITTLE STONE INTERNATIONAL TRADE CO LTD

Address 12 BIRCH ROW BROMLEY BR2 8DA

3. 美国, invoice 上面要有 importer, 及收货人(送货地址), 提单上打进口商, 提单上发货人及收货人要和 invoice 一致, 如果收货人是亚马逊, 进口商是中远航, 这样的情况提单上收货人可以打亚马逊, invoice 上要填写贸易条款和付款方式, ISF 表格需要填写进口商税号, 收货人税号, 收货人税号没有也可以不填, 有些客户或者单子有特殊操作要求的会单独说明,

如果客户有进口商并且客户要求客户自己的进口商, 那需要客户提供进口商税号证明, 及签清关委托书 (POA)

如果客户没有进口商, 就用我们的, 我们公司的有几个进口商可供客户使用,

如中远航, Forest yes inc,

还有一种是客户有美国公司, 但是没有买年磅, 如果客户要用自己的税号来清关也是可以, 这样就要和代理签 POA, 并把税号证明发给代理, 让代理帮客户买单次磅 (叫 single 磅)

日本, 日本也是需要进口商的, 如果客户有, 就用客户的, 如果客户没有就用我们的, 我们公司暂时日本没有进口商, 我们是借用日本英子的,

提单上收货人要打进口商, invoice 上也要写进口商及送货地址, 申报金额那档要备注是 C&F 金额, 代理经常也是这么要求我们写上去,

日本英子进口资料如下, 每次我们用英子进口商一次就要付 RMB120, 请各自打印付款申请给分公司经理申请款, 并把水单发给英子, 发水单时要注明提单号码,

2. 加拿大,

因 AM 的货物的特殊性, 对文件要求比较高, 以下问题:

1. 在预告中 (出货通知中), 邮件的预告, 请尽可能的提供完整的信息, 要说明这个货是纸箱包装, 还是托盘包装, 如果是托盘包装, 要告诉代理托盘尺寸, 代理要看下是否符合标准, 一般是按 1*1.2*1.7 高的要求,

2. 商业发票上, 很多是重复的品名, 如果这样给清关行, 至少会加收 USD50 额外的文件处理费。(之前都要求过: 合并相同的名品, 以减少文件处理和海关录入) 这个是代理要求的

3. 没打托的需要提供托盘标签给代理, 已打托不用提供, 但是要确保已经贴好托盘标签,

4. AMAZON 送货的信息要提供完整 (地址及 ID)

5. 加拿清关也是需要进口商和税号的, 一般情况客户有的就用客户的, 如果没有, 就用我们的, 的资料, 代理有的, 如果客户有进口商就在发票上填上进口商及税号并通知代理说用客户的来清关, 如果不是用客户的, 就不用填, 代理会墨认用我们的,

6. 一般提单上不用写进口商, 直接写亚马逊就可以的, 如果以后有要求再跟你们说, 但是 invoice 上是要填进口商和税号的。

还有一点, 提单上亚马逊公司名要写完整和正确的, 用以下这个, 谢谢。

AMAZON CANADA FULFILLMENT SERVICES INC

地址: 也按客户提供的正确地址,

7.8 操作部内部资料 (略)

7.9 常用邮件及模板,

美国

- 1.整柜单独订舱，散货一般找同行订舱，如果是深圳的散货，一般是可以自拼柜里面的，具体接收订单时看下港口和报价
- 2.如果是放自拼柜的货，要看下是否是普货，如果是要商检的货，要提前做商检，或者询问文件部是否有包柜的
- 3.进口商问题，如果客户有进口商并且客户要求客户自己的进口商，那需要客户提供进口商税号证明，及清关委托书（POA），POA 格式找法务部门索要。

如果客户没有进口商，就用我们的，我们公司的有几个进口商可供客户使用，如美国货物客户借用我司美国公司，或者进口号码进口，不可让客户看见税单上的公司名字，地址，税号。 我们进口商有，如中远航，NEW NEW INC, Forest yes inc, AMAZING TED TECHNOLOGY LLC, LITTLE STONE, NEW NEW INC, FOREST TRADING LLC, 等等，4. CTR No 是什么意思去美国的单子，要确认好由哪个代理清关，哪个代理送货，发出货通知时要交代好清关代理发送 D/O 给送货的代理，

- 5.快到港时，催下代理清关，及时叫代理发 D/O，并催促送货代理送货

美国出货通知要求，

- 1 装箱单发票，箱单发票包括进口商，生厂厂家信息，箱单发票上还要填，发票日期，发票号码，不能空着，invoice 上要填写贸易条款和付款方式
- 2 MBL 和 HBL,送货指令（送货要求）
- 3 ISF 表格，里面包括，发货人，收货人，进口商，收货地址，装柜地址，装箱人，10+2，生产厂家，进口人税号，收货人税号（有样板）
- 4 美国务必开船前 2-3 天申报 ISF（出货通知）

注意： 美国货物由于涉及到 ISF 申报，需在船开前 48 小时将出货通知发给国外代理，如不能在发货之前取得 POA(清关委托书)，需在处理订单的同时通知代理联系美国进口商签署 POA,以便及时申报 ISF，

美国 PREADVICE 发出后需观察是否都有代理回复，如无回复需及时了解是否邮件有发送成功

如代理对 PREADVICE,或者美国 ISF 申报遇到问题，需及时协助代理解决问题（如收货人一时无无法联系上，货物信息不详，发票不准确等。。）

DDP 的单需借用我司美国公司名义进口，需将 BL,INVOICE,PACKING LIST 上面的进口商改成我司美国公司（此资料仅供提供给代理清关用，绝不可给到客户或者任何第三方）美国, invoice 上面要有 importer，及收货人（送货地址），提单上打进口商，提单上发货人及收货人要 and invoice 一致，

如果收货人是亚马逊，进口商是中远航，这样的情况，提单上收货人可以打进口商公司名 C/O 亚马逊

有些客户或者单子有特殊操作要求的会单独说明，

出货通知发出前需仔细检查所有文件是否一致，齐全，再发送

出货通知基本模版，也可以按自己格式。

主题，preAdvice for new FCL shipment to LOS ANGELES ETD: AMY .22 .2015 CTR No: WHLU5623107, FSTLAX1505075

Dear xxx,

Pls see attached docs for shipment to Amazon via LOS ANGELES

POL: SHENZHEN

POD: LOS ANGELES

ETD:MAY.22.2015

ETA:JUN.6.2015

SHIPPER: WINIT CORPORATION

Consignee:WINIT CORPORATION

Importer:AMAZING TED TECHNOLOGY LLC

Container No: WHLU5623107

V/V: BROOKLYN BRIDGE/074E

TERMS: DDP/LCL

Please file ISF in time .

If any questions pls let me know, tks

英国，

- 1.整柜单独订舱，散货一般找同行订舱，如果是深圳的散货，一般是可以自拼柜里面的，具体接收订单时看下港口和报价

- 2.如果是放自拼柜的货，要看下是否是普货，如果是要商检的货，要提前做商检，或者询问文件部是否有包柜的
- 3.进口 VAT 问题，如果客户有 VAT 并且客户要求客户自己的 CAT，那需要客户提供 VAT 税号及对应该公司名和地址，
- 4.如果客户没有进口商，就暂时用我们的，目前可以借用我们中远航的，如果客户借用我司 VAT 进口，不可让客户看见税单上的公司名字，地址，税号。
- 5.英国，提单上可以写进口商(VAT)，也可以直接写亚马逊及普通收货人，并且要在提单上填上 EORI NO 号码（VAT 号码），也可以在发票里面备注或者邮件通知，

注意：如果客户有 EORI NO 号码就用客户的，如果没有就用我们中远航的，务必不能搞错，因为有些客户要在国外退税的。

英国出货通知要求，

- 1 装箱单发票，箱单发票上还要填，发票日期，发票号码，不能空着,invoice 上要填写贸易条款和付款方式，还要填上 EORI NO 号码（VAT 号码）及 VAT 对应该公司名和地址
- 2 MBL 和 HBL，提单上可以写进口商(VAT 公司)，也可以直接写亚马逊及普通收货人，并且要在提单上填上 EORI NO 号码（VAT 号码）
- 3 送货指令（送货要求）
欧洲出货通知模版，也可以按自己格式。
主题，Preadvice for LCL shipment to FELIXSTOWE CONTAINER No: CCLU4928231 ETD: APR.12.2015 , FSTFLX1504018

Dear xxx,

It is the preadvice for shipment to FELIXSTOWE,Please find the attached docs.

ETD:APR .12.2015

ETA:APR.27.2015

POL:SHENZHEN

POD:FELIXSTOWE

MBL:YTNFXT408916 (will Telex release)

HBL: FSTFLX1504018 (will Telex release)

CONTAINER NO:CCLU4928231

VESSEL/VOYAGE:CSCL ARCTIC OCEAN/0001W

TERM:DDP/LCL

德国，

- 1.整柜单独订舱，散货一般找同行订舱，如果是深圳的散货，一般是可以自拼柜里面的，具体接收订单时看下港口和报价，拼柜按英国要求，单独出按德国要求，
- 2.如果是放自拼柜的货，要看下是否是普货，如果是要商检的货，要提前做商检，或者询问文件部是否有包柜的
- 3.进口 VAT 问题，如果客户有 VAT 并且客户要求客户自己的 CAT，那需要客户提供 VAT 税号及对应该公司名和地址，
- 4.如果客户没有进口商，就暂时用我们的，目前可以借用我们德国代理 Michael 的，如果客户借用我司进口商进口，不可让客户看见税单上的公司名字，地址，税号。
- 5.德国，提单上收货人一定要写进口商，一定不能直接写亚马逊及普通收货人，装箱单发票上收货人也是写进口商，不能写真实收货人及亚马逊，这样做为方便清关，
- 6.发出货通知后也要通知一下德国代理 forest，是用他进口商，并把箱单发票和提单发一分给他，他邮箱如下：
350383848@qq.com, forestwei@gmail.com

德国出货通知要求，

- 1 装箱单发票，箱单发票上还要填，发票日期，发票号码，不能空着,invoice 上要填写贸易条款和付款方式，装箱单发票上收货人也是写进口商，不能写真实收货人及亚马逊
- 2 MBL 和 HBL，HBL 提单上收货人一定要写进口商，一定不能直接写亚马逊及普通收货人
- 3 送货指令（送货要求）

欧洲出货通知模版，也可以按自己格式。

主题，Preadvice for LCL shipment to Hamburg CONTAINER No: CCLU4928231 ETD: APR.12.2015 , FSTHAM1504018

Dear xxx,

It is the preadvice for shipment to Hamburg, Please find the attached docs.

ETD: APR .12.2015

ETA: APR.27.2015

POL: SHENZHEN

POD: Hamburg

MBL: YTNFXT408916 (will Telex release)

HBL: FSTFLX1504018 (will Telex release)

CONTAINER NO: CCLU4928231

VESSEL/VOYAGE: CSCL ARCTIC OCEAN/0001W

TERM: DDP/LCL

加拿大，

1. 整柜，散货找同行单独订舱，
2. 进口商问题，如果客户有进口商并且客户要求客户自己的进口商，那需要客户提供进口商税号证明，及签清关委托书（POA），POA 格式找文件部要
3. 如果客户没有进口商，就用我们的进口商给客户使用，需要在邮件上跟代理说明一下用我们的就可以了，
操作要求：

因 AMAZON 的货物的特殊性，对文件要求比较高，以下问题：

1. 在预告中（出货通知中），邮件的预告，请尽可能的提供完整的信息，要说明这个货是纸箱包装，还是托盘包装，如果是托盘包装，要告诉代理托盘尺寸，代理要看下是否符合标准，一般是按 1*1.2*1.7 高的要求，
2. 商业发票上，很多是重复的品名，如果这样给清关行，至少会加收 USD50 额外的文件处理费。（之前都要求过：合并相同的名品，以减少文件处理和海关录入）这个是代理要求的
3. 没打托的需要提供托盘标签给代理，已打托不用提供，但是要确保已经贴好托盘标签，
4. AMAZON 送货的信息要提供完整（地址及 ID）
5. 加拿大清关也是需要进口商和税号的，一般情况客户有的就用客户的，如果没有，就用我们的，的资料，代理有的，如果客户有进口商就在发票上填上进口商及税号并通知代理说用客户的来清关，如果不是用客户的，就不用填，代理会默认用我们的，
6. 一般提单上不用写进口商，直接写亚马逊就可以的，如果以后有要求再跟你们说，但是 invoice 上是要填进口商和税号的。还有一点，提单上亚马逊公司名要写完整和正确的，用以下这个，谢谢。

AMAZON CANADA FULFILLMENT SERVICES INC

地址：也按客户提供的正确地址，

7. 邮件上要说明送货地址和 ID 那些，出货通知上也需要写上箱重体，还有 ETD,ETA 也要写清楚，并注意中转港时间，
8. 如果是空运的，也需要在邮件主题上写上 MBL 号码，方便查询。

加拿大出货通知要求，

- 1 装箱单发票，装箱单发票包括进口商，装箱单发票上还要填，发票日期，发票号码，不能空着，invoice 上要填写贸易条款和付款方式
- 2 MBL 和 HBL, 送货指令（送货要求）

加拿大出货通知模版，也可以按自己格式。

Dear J.K:

Pls see attached docs for our new shipment from SHENZHEN to VANCOUVER

TTL: 16 CTNS, 165.97 KGS, 1.61CBM

SHENZHEN TO VANCOUVER



MBL: VCN21696425 (telex released)
HBL:FSTVAN16030039 (telex released)
CNTR#:TEMU8036284
ETD YANTIAN:12-MAR
ETA :29-MAR-2016
TERMS: DDP/LCL
FREIGHT PREPAID
If any questions pls let me know,tk

用我们公司的 税号清关

Deliver address:

A: JPG-CA1 : Amazon Canada Fulfillment Services Inc.,
450 DERWENT PL, DELTA, BC, CA, V3M 5Y9

JPG-CA1 : Shipment ID:FBA3D7GPKK (13 CTNS)

Amazon Reference ID: 7YKY9CPS

B: JPG-CA2: Amazon Canada Fulfillment Services, Inc.,
2750 Peddie Rd, Milton, ON, CA, L9T 6Y9

JPG-CA2: Shipment ID:FBA3D9P3QC (3 CTNS)

Amazon Reference ID: 19QTXW6W

日本,

- 1.整柜，散货找同行单独订舱，
- 2.进口商问题，如果客户有进口商并且客户要求客户自己的进口商
- 3.如果客户没有进口商，就用我们的进口商给客户使用，目前我们是借用日本英子的公司作进口商，如果客户借用我司进口商进口，不可让客户看见税单上的公司名字，地址，税号。
- 4.日本，提单上收货人一定要写进口商，一定不能直接写亚马逊及普通收货人，装箱单发票上收货人也是写进口商，不能写真实收货人及亚马逊，这样做为方便清关，
- 5.发出货通知后也要通知一下日本代理英子，是用他进口商，每次我们用英子进口商一次就要付 RMB150,请各自打印付款申请给财务申请款，并把水单发给英子，发水单时要注明提单号码，
- 6.Invoice 上也要写进口商及送货地址，申报金额那档要备注是 C&F 金额，代理经常也是这么要求我们写上去的，
- 7.日本有两个代理，同一个公司的，有分东京公司和大坂公司，做提单补料时要注意下。

日本英子进口资料如下，

日本出货通知要求，

- 1 装箱单发票，箱单发票上还要填，发票日期，发票号码，不能空着,invoice 上要填写贸易条款和付款方式，装箱单发票上收货人也是写进口商，不能写真实收货人及亚马逊
- 2 MBL 和 HBL, HBL 提单上收货人一定要写进口商，一定不能直接写亚马逊及普通收货人
- 3 送货指令（送货要求）

日本出货通知模版，也可以按自己格式。

Dear XXX

Pls see attached docs for our new shipment from SHENZHEN to TOKYO ,

Below is some information for your reference,

TTL: 25 CTNS,375 KGS 1.188CBM

SHIPPER: SHENZHEN GLOBALEGROW E-COMMERCE CO.,LTD

Cnee :

POL:SHENZHEN

POD: TOKYO



ETD:FEB 21 2016
ETA:FEB 24 2016
HBL:FSTKY16010228 (Telex release)
MBL: SZSTKY602049002 (will Telex release)
TERMS: DDP/LCL
Delivery adress :
Amazon.co.jp FSZ1 FBA,
4-5-1 Ogicho,
Odawara City,Kanagawa Prefecture,
Japan 250-8560
Shipment_ID: FBAFHGKFM
Reference ID: 1I89VJ4J
东南亚及其它港口

1.整柜，散货找同行单独订舱，

2.关于东南亚的，由于海上时间一般是 3-7 天，出货通知要提前发，提前电放，不然很容易生产仓租，整柜的，有些港口可以申请 14 天免柜期的，如果客户有需要可以帮他们申请下，

东南亚及其它港口出货通知要求，

- 1 装箱单发票，箱单发票上还要填，发票日期，发票号码，不能空着,invoice 上要填写贸易条款和付款方式，
- 2 MBL 和 HBL,
- 3 送货指令（送货要求）或者只到港

欧洲出货通知模版，也可以按自己格式。

主题，Preadvice for LCL shipment to xx CONTAINER No: CCLU4928231 ETD: APR.12.2015 , FSTFLX1504018

Dear xxx,

It is the preadvice for shipment to xx,Please find the attached docs.

ETD:APR .12.2015

ETA:APR.27.2015

POL:SHENZHEN

POD:xx

MBL:YTNFXT408916 (will Telex release)

HBL: FSTFLX1504018 (will Telex release)

CONTAINER NO:CCLU4928231

VESSEL/VOYAGE:CSCL ARCTIC OCEAN/0001W

TERM:DDP/LCL

7.9 .10 空运操作知识

- 一. 国际空运简介及运输特点
- 二. 国际空运运输基础知识
 - 2.1 国际空运代理
 - 2.2 国际空运地理 航线
 - 2.3 国际空运运输飞机 载量
 - 2.4 国际空运运输代码
- 三. 国际空运运输出口流程
 - 3.1 询价
 - 3.2 接受发货人委托, 预定仓位
 - 3.3 出口货物交接方式及单证审核
 - 3.4 货物进仓 (分不同起运地点)
 - 3.5 海关申报
 - 3.6 发货环节
 - 3.7 货物跟踪
 - 3.8 目的港清关 派送到门环节
- 四. 航空运价与运费
 - 4.1 运价类别
 - 4.2 重量的类别及运价运输的计算
- 五. 航空货运单
 - 5.1 航空货运单作用
 - 5.2 航空货运单的分类
 - 5.3 航空货运单的内容

一. 国际空运简介及运输特点

国际空运概念

国际航空货物运输, 系统根据各当事人所订的合同约定, 不论运输中有无间断或转运, 始发地和目的地点是在两个缔约国的领土内; 或者始发地和目的地都在一个缔约国的领土内而在另一个缔约国 (甚至非缔约国) 的领土内有一个约定的经停地点的任何货物和邮件的运输。

国际航空货物运输的特点

- 一、速度快
- 二、运输路程短
- 三、基础建设周期短, 投资较短
- 四、灵活性大
- 五、安全性好
- 六、成本高, 运价高

二. 国际空运运输基础知识

2.1 国际空运代理人

货运代理人提供给发货人有关出口货物方面的服务, 及收货人进口货物方面的服务:

- a 提供运输商有关进口国的各种信息;
- b 提供从货主那里收货及集中货物的各种设备;
- c 安排从货主处取货;

- d 准备运输文件，如：填制航空货运单，包括各种费用的收取。按照与运输有关的或家、海关、承运人的要求备好各种文件如：商业发票，装箱单等；
- e 检查进出口许可证是否完备符合有关政府规定；
- f 保证包装单及其他必要的文件如危险货物申报单，动物证明书等。以便其符合有关国家政府及 IATA 规定；
- g 为货主办理保险业务；
- h 安排货物运输，订舱及在机场的交付；
- l 追踪货物的运输过程；

2. 2 国际空运地理 航线

IATA 三个区域的定义

(一) IATA 一区：指南北美洲大陆及其邻近的岛屿，格陵兰、百慕大、西印度群岛及加勒比海群岛，夏威夷群岛（包括中途岛和棕榈岛）。

(二) IATA 二区：指欧洲（包括俄罗斯联邦的欧洲部分）和邻近的岛屿，冰岛，亚速尔群岛，非洲及其邻近的岛屿，阿松申岛以及亚洲的一部分，即伊朗以西（包括伊朗）。

(三) IATA 三区：指伊朗以东的亚洲部分及其邻近的岛屿，东印度群岛，澳大利亚，新西兰及其邻近的岛屿，太平洋岛屿中除去属于一区的部

航线

内陆（上海.北京.深圳.广州.郑州.厦门）到北美州，欧洲 旺季时候仓位难的那个 价格高淡季时候价格便宜
香港 韩国 到北美州，欧洲（特点可以接带内置电池的货 基本上敏感货也可以接）价格叫内陆贵 选择性较多

2. 3 国际空运运输飞机 载量

1.按照飞机的宽窄分类

A 窄体机 这类飞机一般只有下货仓装运货物

B 宽体机 这类飞机装载的货物较多 飞机的宽一般在 4.72 米以上 可装载集装箱货物和散货货物

2 按照飞机使用用途分类

A 全货机 主仓及下仓全部装货

B 全客机 只要下仓装货

C 客货机 主仓前面设有乘客座椅后舱后面及下仓全部装货。

重量限制 最大 最低

容积限制 最大 最低

舱门限制 最大 最低

地板承受力：货物压在机舱地板上的重量就是机舱地板所承受的重量。

计算公式如下：

货物毛重（公斤）/货物底部面积（平方米）=机舱地面每平方米面积所承受的货物重量；机舱的地面承受力为 732 公斤/平方米。

2. 4 国际空运运输代码

国家代码一般为二字代码 如 CN US GB (中美英)

机场代码为三字代码 如 JFK LAX FRA LHR

城市代码为三字代码 如 BJS NYC TYO

有些城市代码和机场代码一致 如 CAN 广州和白云机场 CAN

航空公司代码一般为二字代码 如 CA(国航) MU 东航

三. 国际空运运输出口流程

3. 1 询价（询价8要素）

- 1.品名（是否带电 带油 带磁性 带液体 是否是危险品 是否是禁运品）
- 2.重量（涉及到运价 收费 尺寸 大小是否是抛货）
- 3.包装（是木架 托盘 桶装 散件）
- 4.目的机场（是否是基本点 和报价）
- 5.要求时间（直飞 转飞 是否排仓）
- 6.要求航班（各个航班及价格差异）
- 7.提单类型（出主单还是分单）
- 8.所需要运输服务（报关方式 代办单证 是否清关 派送）

3. 2 接受发货人的委托 预定仓位

填写客户托运书 根据客户要求向航空公司 或者航空代理提交订舱申请
托运书填写要求

托运人（国内贸易商客户）

收货人（国外贸易商客户）

通知人（除收货人外的通知 代理 第三方）

始发地（起运港如 深圳 广州 北京）

目的地（国外具体 机场）

运费 *预付,到付)

货物描述（唛头 及箱号 包装类型 货物名称）

毛重（要求尽量准确，以便确定运价区间）

尺寸（要求尽量准并且有测量的余量）

报关 商检安排及单证文件交接（是否自办商检，单证资料是否齐全）

货物交接（起运地或者目的地的提送货方式）

备注（其它事项的表达）

签字盖章（订舱确认，该项必须要求客户签字确认）

3. 3 出口货物交接方式及单证审核

A 货物交接方式

主要确定上门提货还是通知档口,仓库收货安排、该环节要求仔细核对托运书查验货物，是否如客户要求描述一样，如有出口单证，最好和出口单证再次核对清楚。同时要求在承重毛重尺寸的时候，尽量按照航空货站的标准进行称量，以免承重产生的错误。

B 出口单证的审核

包括贸易合同,商业发票，装箱单，报关委托书，报检委托书，外汇核销单，出口许可证，报关单，商检通过产地证等

3. 4 货物进仓（各个目的港进的仓库不一样）

A 理货 制作主标签分标签

B 过磅 可收运书 加盖安检 以及签名确认

C 打单 货运代理根据货运的可收运书将全部货物数据 打进航空公司的运单上。

3. 5 海关申报

A 出口单证及时交给报关行

B 在海关验收完货物，在报关单上验收后航空运单（打单）

C 将收货人提供的货物随行单据订在运单后面

D 将制作好的运单标签贴在每一件货物上、

E 将制作完的航空运单到海关报关放行。

3. 6 发货拉货

- A 由于乘客行李过多，造成货运仓位不够，导致已经排载的货物被临时拉下
- B 由于海关调查部门对该票货物有质疑，而造成货物不能运输
- C 由于天气原因 飞机临时增加油料的载量而导致飞机起飞以及落地重量超载，而导致拉下货物，控制载量

3. 7 货物跟踪环节

- A 货物跟踪，可以上航空公司网站，根据航空主单号，查询货物状态
- B 以收货，以起运 正在转运
- C 如果是出我司的分单，需要整理相关的信息，提供给我公司的相关同事及客户手上到货物环节，目的地清关，派送到门的环节。
 - D 货物到达目的港后 涉及与航空公司解除，文件的交接，货物地面服务。

四. 航空运价与运费

4.1 运价类别

A 基础运价

基础运价为 4 5 公斤以下的普通货物运价

B 重量分界点运价

4 5 公斤 1 0 0 公斤 3 0 0 公斤 5 0 0 公斤 1 0 0 0 公斤以上 5 级重量分界点及运价。

4.2 重量的类别及运价运输的计算

A 体积重量=体积乘以 1 6 7 公斤

B 轻泡货物的衡量标准为：1 c b m 大于 1 6 7 公斤为泡货

$3 0 0 \text{ KG} > 1 \text{ CBM} > 1 6 7 \text{ KG}$ 为平货

$1 \text{ CBM} > 3 0 0 \text{ 公斤}$ 为重货

C 货物泡泡的计算公式（体积 X 1 6 7 - 实际重量） / 2 + 实际重量 = 计费重量

在实际运输中，往往一票货物中含有几件，且既有轻泡货物又有非轻泡货物。如果该票 货物全部使用相同的运价计算航空运费时，则该票货的计费重量应该为总的实际毛重或总的体积重量，两者比较取高者。

五. 航空货运单

5. 1 航空货运单的作用

航空货运单进行航空货物运输必不可少的单据，是一种运输合同，不可转让他不同海运提单，它并不代表所托运货物的所有权。航空货运单是由承运人或者授权的找代理人出具的，航空货物运输中的一个最重要的单据。

5. 2 航空货运单分类

A 航空主运单

B 航空分运单

5. 3 航空运单的内容

- A 出发地点和目的地。
- B 出发货地点和目的地均在中华人民共和国境内，而在境外有一个或者输给约定的就停地点的。

六. 主要航司及优势点

6.1 HU 海南航空公司(一般的代理天翼通，函文关系比较 NICE) 深圳起飞北京 长沙 重庆中转 主要飞北京直达欧洲点 BRU TXL MAN PRG FCO

HU 北京直达美线点 ORD BOS YYZ YYC SEA SJC LAS

HU 长沙直达点 LAX SYD MEL

HU 重庆直达点 CDG FCO LGW

SYD MEL

CA(中国国际航空) (大运, 安达顺, 函文价格比较好) 深圳直飞 LAX 时效要求快一点的到 LAX 可以选择 但是旺季会排仓 淡季不会

北京中转直达美线 LAX SFO HNL YVR YUL IAH IAD EWR JFK

北京中转直达欧线 FRA MUC DUS SVO LHR VIE MXP WAW ATH

MU(中国东方航空) (客顺, 天翼通, 中天关系价格还可以) 都是在上海中转的航司时效较慢点

上海中转直达美线 LAX ORD ATL YVR SFO HNL JFK YYZ

上海中转直达欧线点 AMS ZAZ CDG FRA MAD PRG FCO LHR SVO

KE(大韩航空) (天翼通 函文 NICE) 价格贵 时效好 主要是到美线 都是在韩国中转的

韩国中转直达欧洲点 MXP LHR FRA CDG AMS MAD BCN ALC VLC

韩国中转直达美洲点 YYZ YUL ATL CLT MCO MEM MSY TPA SDF

PO(博立航空) (天翼通) 价格好 时效快比 但是比 KE 便宜

直达日本东京 和直达美线 CVG 深圳直达 cvg 时效快价格相对好 其他转运点的价格就一般了

MF(厦门航空) (函文 中天关系较好) 时效不是好 一般从厦门走用这个航司比较多 在深圳有直飞的航班 深圳直飞 SEA

以上是我们走的比较多一点的去欧美线的航司 有时候也要根据货型 和但是各个代理当时的仓位情况选择 性价比比较好的航司。

第八篇:快递货物操作流程

目录

港前	
一、工作流程图	1
二、客户下单	1
三、发票与报关	1-3
四、信息查询	
1、个人信息登录	3
2、代理信息登录	3
3、货物、偏远、海关编码信息查询	3-4
4、常用地址	4
5、提货司机信息	4
五、附件明细表	5
港后	
六、快递单号的更新	5
七、货物提取、目的地中转的相关问题	5-8
八、递送之后的相关问题	8-9
清关及账单	
九、国内代理对账以及关税	9-12
十、协助清关以及国外代理账单的核对	12-13
十一、海外仓代发	13
制作日期: 2016-12-09	部门: 好又宜物流快递部

港前:

一、工作流程图: (略)

二、客户下单

2.1 提货：司机根据客户在系统下单所提供的地址、联系人、电话、件数、提货时间进行抢单，特殊情况就用微信、电话沟通。

2.1.1 当天未能提取货物，第二天需重新提醒司机并把提货信息发到微信，以免忘记。

2.1.2 提货地址太远并且数量少，可以与业务/客户协商发快递或第二天再拼单提货，正常 这种情况是顺路才安排提货/收运费。提货地址远而件数比较多，根据距离适当加些运费/免费提货。

2.1.3 截单时间：17 点前下单（除顺路提货外，可 17 点后安排），华强北、深南大道等货车限行路段必须错开提货（5-7PM 货车限行）。

2.2 快递：根据系统或仓库发出的信息，催促业务/客户预报发票，注意要问客户拿快递单号，以便登记或查询快件。

三、发票与报关

提货/快递（货到仓库）→业务/客户预报发票→根据信息生成发票→发 QQ 群到仓库并注明发票的详细信息→确认发票发送成功。

1、发票内容

1.1 发件方信息：

广东好又宜物流有限公司

GUANGDONG TOBECAN LOGISTICS LTD.

0755-27778520 MOB:[13798223525](tel:13798223525)

EMAIL: HYY@TOBECAN.COM

USCI CODE: [91440300MA5G3RTX5N](https://www.uscis.gov/91440300MA5G3RTX5N)

1.2 收件方联系信息（根据不同国家填上不同信息）：

2、发票注意事项：

2.1 私人地址做关税预付，需按发票模版做发票，但收件方信息必需写客户的信息；

2.2 品名是手表，需分开申报，按发票模版分开申报做；

2.3 敏感产品必需改品名，详请查看附件（一）；

2.4 法国、德国、英国不能低申报，很容易被扣货（申报约 50-100USD/件货）；

2.5 申报价值超过 USD5000，需要提供进口商信息（无论哪个国家）；

2.6 锦洋达出德国的货都需要提供 Shipment ID & Amazon Reference ID；

2.7 邮编偏远要与客户/业务确认好再出货；

2.8 根据客户要求使用有自己 VAT，详请查看附件（四）

3、报关信息与注意事项：

报关网址：<http://www.haiguan.info/OnLineSearch/Gateway/CompanyInfo.aspx>

百达报关行：深圳方圆报关有限公司 代码：4403180854

锦达报关行：深圳市辉元报关有限公司 代码：4403181278

OR：深圳正通报关有限公司 代码：4403180854

报关常出现的问题：品牌、型号不一致；出产地不要报省，申报小地方；

3.1 摄像机：品牌、型号、像素

3.2 音箱：有箱体/无箱体、单喇叭/双喇叭、品牌、型号、喇叭尺寸

单喇叭不需要提供尺寸，HS Code: 85182100

双喇叭一定要提供尺寸，HS Code: 85182200

3.3 超过 5 个品名需要收续页费，收客户 50 元/页。

四、信息：

1、个人信息登录

2、代理信息查询

3、货物查询网址：

网址：www.fbashipping.com / www.forestshipping.com ；

日本专线：<http://www.sgx-th.com/>

UPS：<https://www.ups.com/cn>

DHL：<http://www.cn.dhl.com/zh.html>

TNT：<http://www.tnt.com.cn/>

FEDEX：<http://www.fedex.com/cn/>

空运：<http://www.track-trace.com/aircargo>

全球查询网：http://www.yatrack.com/lang_zh/

偏远查询：

FEDEX：http://images.fedex.com/us/services/pdf/Zipcodes_OPA_ODA.pdf

DHL：<http://raslist.dhl.com/jsp/first.jsp>

UPS：<https://www.ups.com/cn>

海关编码查询：

大陆：<http://www.i5a6.com/hscode/>

香港：http://www.censtatd.gov.hk/trader/hscode/index_tc.jsp

4、常用地址：

深圳仓库地址：广东省深圳市宝安区福安路福安第三工业区第四栋 1 楼。收件人 陈先生 TEL
13798330844/13510231034/0755-23110229

深圳办公地址：广东省深圳市罗湖区文锦渡口岸商检大厦 24 楼 刘小姐
137255852559/13929444114/0755-83110355，

广州公司地址：

广州市白云区齐富路联富大厦 720-722 室 曹先生 18823340034

美国代理仓库地址：

11630 Pike Street

Santa Fe Springs , CA 90670

5、提货司机信息：

张叔 电话：13713593913/18098917295 /车牌：粤 B-8KG77

马怀林：15768256227 (兼司机) /车牌：粤 B-X68U6

司机孙玉镇：18118714346 /13538236606



车牌：粤 B0R4S0 (能装 1.5T 8 个方)

司机吴厚盛 18128723180

车牌：粤 B4L2L1 (能装 4T 13 个方)

司机谢煌潮：18198917195/15019487382

车牌：粤 B-4K2T6 (能装 2.5T 10 个方)

五、附件明细

附件一：敏感品名

附件二：客户出货产品资料

附件三：客户产品图片

附件四：客户自己税号

附件五：日本地址信息（中日对照）

附件六：提货信息

附件七：报关客户

附件八：代理联系表

港后：

六、快递单号

6.1.更新单号：正常交货后的半天到一天之内都可以出转单号，个别的特殊渠道或者特殊国家，单号比较晚，可能要 1-2 天左右。

6.2.更换单号：有的时候因为一些原因，比如代理给错或者一些其他问题需要重新打单，转单就会重新更新，我这边都会告知和更新系统。

6.3.单号信息：当天更新的转单，当时查网站是没有信息的，正常当天晚上或者次日上传信息，UPS 的类似这样，网站上面的重量是随机上传的，仅供参考，不是出货重量。

七、货物提取

7.1 提取问题：

上半年，不排仓的情况下，正常 1-2 天安排过港到香港，再交 UPS 仓库。

UPS 渠道，提取的意思就是货物已经扫描操作，网站界面类似这样。

下半年（大概 10 月之后），提取上网时间在正常时效上需要延迟 1-2 天左右，严重的需要更长，过港和航班安排都需要排仓，另外建议发快的渠道，慢的渠道比如 UPS 蓝单，时效是无法保证的。

7.2.航班问题

提取扫描之后，下一步就会安排航班飞往目的地，航班是 UPS 安排的，我们这边可以催促，但是不能保证航班时间，尤其是排仓期间。

一旦航班确定后，网上会显示启程扫描，意思就是要离开香港，飞往目的地了，可以留意更新。

没有显示启程扫描的，都是在香港等安排航班。

7.3 关税问题

飞离香港之前，很多时候网上会更新预清关信息，会这样显示，这个信息是不准的，实际货还在香港，等安排航班，只有显示启程扫描，才是确定更新，离开香港了。

7.4 目的地中转问题

货仓扣留

货物到达目的地之后，会显示货仓扣留，正常 1-2 天之内 UPS 或者其他快递是不会受理开查的，这个属于正常扣留，请留意更新。如果在一个地方超过 3 天左右没有更新或者还是显示扣留，这种会反馈开查，正常开查 1-2 个工作日回复。

7.5.美国 FDA 扣留

有一些相对比较敏感的品名可能会涉及 FDA 检查，如果没有相关证书，只能等待放行，正常没有问题的话，过 1 段时间会自动放行。

如果有 FDA 证书，扣留之后我们会提交资料过去，只要证书和货物没有问题的话，正常提交一个星期左右放行。

网上信息显示类似这样

7.5.关税问题

美国关税

货物到达美国之后，有的时候会显示产生关税，建议做关税预付，会有手续费产生，以实际报价为准。后期补做关税预付的，有助于货物派送。

网上信息显示

欧洲关税

正常亚马逊的货物出货都是要做关税预付的，如果货物到达目的地还有显示关税的信息，有可能是关税预付没有做成功，会让香港跟当地 UPS 再说明下。

八、递送之后的相关问题

8.1.网上显示递送，实际货物没有收到

亚马逊地址的，需要先让客户和亚马逊沟通，我们这边可以尝试要签收单，要到之后，客户可以提交给亚马逊，正常有了签收单，都是没有问题的。

私人地址，我们这边也可以去问，不过建议发票收件人直接联系当地咨询，这样比较快。

8.2.单号只递送部分

亚马逊地址，先核实具体收到多少，然后提供资料反馈调查，资料包括 FBA ID 和 reference ID 和货物信息，未收到的品名 数量 图片之类的，丢件开查一般需要一个月左右。

以 UPS 为例，开查确定是 UPS 丢失的，可以进行索赔，索赔结果大概一个月下来，索赔金额不超过 100 美金/票私人地址，建议收件人联系当地，并投诉当地，这样我们这边好开查。

部分货物丢失

所有的丢失开查是以单票或者单箱为单位，如果货物都递送，但是反馈有个别数量缺少或损坏问题，这种情况不会受理开查和索赔。

8.3.其他工作事物

报关问题

电子档报关单正常报关放行之后一周内下来，如果没有，请反馈给我，我这边去要。

纸质的正常一个月左右下来，如果需要纸质的，请反馈给我，我这边再让仓库寄给客户。

8.4 英国代办申请 VAT

A 需要的文件：

1.营业执照

2.租赁合同，租赁合同是用来证明法人个人的住址，个人住房的租赁合同，或者信用卡纸质账单也可以

3.法人身份证 护照

4.以下的可选一个

(结婚证书驾照)

原件扫描提供

B 报价

备注：申请时间大概一个月左右，代办 VAT 需要先付款后处理。

清关及账单：

九、国内代理对账以及关税：

9.1.UPS 运费核算公式：

①重量大于且等于 21Kg 的（当前燃油*重量*折扣*UPS 公布价）+超值费+其它费；

②如遇到重量低于 21 公斤的，核算公式不用乘以重量，直接用（燃油*折扣*UPS 公布价）+超值费+其它费；

③此外个别小代理如果是按单价给你的，核算的时候不用乘以 UPS 公布价，公式：（燃油*单价*重量）+超值费+其它费，比如联成，浩通等小代理。

温馨提示：根据代理的价格是否含油，详情请查看价格表。

折扣（单价）：

好又宜一般在折扣上有优惠的，比如 UPS 红单特价，UPS 红单 6000 是折扣优惠最常见的两个渠道（折扣优惠，一般都是跟张叔谈好的），其他按照报价表（详情请查看最新价格表）。

百顺、联顺、浩通、、六洲等其他代理都是按照报价表实施。

重量：

以系统中代理账单的出货重量为准（如遇到代理重量高于系统重量，请马上跟仓库核实）

其他费：

①好又宜内置电配套电带液体之类不收取费用，只收取移动电源按 0.5 元/kg 算（部分按照 1 元/kg 跟 1.5 元/kg），手机按一元一个收取（如有其它特殊费用，请先跟 Jason 或者 Peter 核实）；报关费过港费：按 300 元/每票收取，过港费按 0.8 元/kg 收取，最低不低于 100 元/票（如遇到合并报关，只收取一票的 300 报关费，两票加起来最低不能低于 100 过港费）；续页费按 50/页收取；关税预付手续费按 125 元/票收取；偏远费是要等到官方账单下来才收取的，按照重量*4RMB/票来收取，最低不能低于 195RMB/票*当前燃油来收取；住宅费按照 26RMB*当月燃油/票收取，先跟客服核实好。

②百顺内置电配套电不收取费用，带液体、两种电、移动电源、纺织品、仿牌等按 1 元/KG 收取；报关费过港费：按 300 元/每票收取，过港费按 1 元/kg 收取，最低不低于 50 元/票；续页费按 50/页收取；关税预付手续费按 125 元/票收取；偏远费是要等到官方账单下来才收取的，按照重量*4RMB*当月燃油每票来收取，最低不能低于 195RMB/票*当前燃油来收取；住宅费按照 25-28 元/票收取，先跟客服核实好

③小代理的其他费按照各个代理的报价表来核算。

UPS 公布价：

请参照代理报价表。

燃油：UPS 燃油 11 月 30 日起：上调为 12.5%（注：此燃油每隔一段时间会有变化）

超值费：

锦达、百顺不收取超值费，其他小代理的超值费一般按照 25 元/票收取，注：超值费的收取前提是货物的申报价值要高于 120USD。

9.2.DHL 运费核算公式：

① (燃油*重量*价格)+其他费, 适用于重量高于且等于 21Kg 的。

② (燃油*价格)+其他费, 适用于重量低于 21Kg 的。

价格:

参照代理报价表, DHL 几乎没有优惠。

重量:

以系统中代理账单的出货重量为准 (如遇到代理重量高于系统重量, 必须跟仓库核实。)

燃油:

DHL 燃油 11 月 25 日起: 上调为 12.5% (注: 此燃油每隔一段时间会有变化)

其他费:

锦达关税手续费按 150 元/票收取。

百顺关税手续费按 130 元/票收取。

报关过港费: 锦达、百顺按照 300 元/票加上 1 元/kg 收取,

全运通关税预付手续费按 150 元/票收取, 其他各个小代理参照报价表或者张久留单独报给你的价格。

9.3.日本专线运费核算公式: 价格*重量+其他费用 (一般走利佳代理)

价格:

参照利佳最新报价表

重量:

以系统中代理账单的出货重量为准 (如遇到代理重量高于系统重量, 必须与仓库核实。)

其他费用:

利佳关税手续费按 80 元/票收取。

内置电池, 墨盒, 硒鼓加 1 元/KG.充电宝加 2 元/KG,最低消费 50RMB/票, 纯电池加 6/KG(不超 100W), 超功率的加收 10/KG,最低消费 100RMB/票。

报关过港费: 利佳按照 300 元/票加上 1 元/kg 收取, 最低不能低于 100 元/票。

9.4.联邦运费核算公式: 燃油*重量*价格+其他费 (一般走越运代理)

价格:

参照利佳报价表

重量:

以系统中代理账单的出货重量为准 (如遇到代理重量高于系统重量, 必须与仓库核实)

燃油:

FDX 燃油 11 月 30 日起: 上调为 8% (注: 此燃油每隔一段时间会有变化)

其他费用:

关税预付按照 120 元-130 元每票核算, 其他什么特殊费用客服有确认, 就按照报价上的报价进行支付。

以上总结的问题是 UPS、DHL、联邦、日本专线核算运费最常见的, 如遇到特殊的不能处理的请咨询张久留或者张叔。

9.5 国外退件的运费: 百顺现在都是要先支付国外退件运费, 半年后若官方账单未下达会把此款退给我们并进行销账, 锦达代理都是要等到官方账单下达后才来找我们收款, 其他小代理暂时还没有遇到此情况。

9.6.关税:

关于关税支付给代理的注意事项:

①拒绝支付国外退件, 已销毁, 已没收货物税金。

②核对关税账单下来时间是否超过一年, 如超过一年以上可以拒绝支付, 超过半年以上请先跟刘娟那边协调好, 如若可以把这笔收回来, 然后再进行支付。

③核对代理给的关税账单给真实性。

④核对关税账单的币种, 一般来说都是 HKD, 不过有时候也有 RMB 跟 USD 或者其他币种。

⑤核对此票货物是否之前做过关税预付, 如没有做关税预付可以等刘娟收完款后再进行支付给代理。

⑥利佳顺的关税按 0.068 的汇率折成人民币支付, 锦洋达百顺达越航全邮永联达等一些小代理支付关税按关税单币种支付, 如遇到代理没有外币账户的情况下可能会有汇率上的争议, 可以跟代理商量下汇率的, 协商后可以支付人民币。

⑦核对无误后发快递一本账安排此款。一般外币都是我核对好发群里, 李慧珉进行复核再发群里给滕梅支付或者吴先生支付(注: 外币的支付, 都要在我的日记账里登记)。人民币关税的支付是由李慧珉复核后直接支付给代理的。

注: 以上账单的核对都要在系统记录标注已付跟已付金额

十、协助清关以及国外代理账单的核对:

协助清关: 每天整理前一天做关税预付的发票通过邮件方式发给代理, 并检查未做的发票, 然后每天跟踪这些票件的进度以防卡关, 一旦卡关就及时跟国外代理沟通。如遇到美国被卡关的, 及时跟 JESS 联系沟通。

注: 发清关邮件的时候, 加拿大发票需要在发票里添加转单号; 德国按照德国版本格式适当修改发票; 中转需要提交三份资料, 一份 FBA 标签, 一份地址单号格式, 一份发票。(具体地址单号格式的填写有模板, 把客户给的 FBA 标签号跟 UPS 子单号还有此票货物的长宽高以及重量等等放到此模板)

美国: 美国一般遇到的卡关是 CBP 或者 FDA 扣留, 一般被 CBP 扣留的我司货物大部分是因为蓝牙原因, 一旦被 CBP 扣留, UPS 一般是问不出什么原因的, 大部分都是被没收; 被 FDA 扣留一般有 FDA 认证以及一些相关 FDA 信息就可以清出来。

其他国家一般是没什么卡关的问题的, 如遇到卡关请及时联系国外代理。

国外账单:

日本: 每周结算一次, 按 120RMB/票。

法国: 按 150RMB/票结算。

加拿大: 按 50USD/票结算, 代清关的按 100USD/票, 如遇到需要代交关税的, 加拿大支付关税手续费是很高的, 建议不要让加拿大代理帮忙支付关税。

英国: 按 10GBP/票收取, 入遇到需要代交关税的, 手续费需支付 25GBP/票收取, 手续费也很高, 建议不要让英国代理帮忙支付关税。

从英国中转: 法国中转: 10.87GBP/件收取; 德国中转: 8.92GBP/件收取; 西班牙中转: 13.02GBP/件收取; 意大利中转: 14.58GBP/件收取。

德国: 按 45EUR/票收取, 特殊处理按照 80EUR/票收取, 代清关按照 60EUR/票收取。

十一、海外仓代收货

美国: 目前有个纽约办公室, 地址: 地址, 15 Beaumont Dr, Plainview, NY 11803

收件人, Mr. Jason Lam

邮箱, info@glysnow.com

主要联系人: Jason

第九篇: 业务部培训

一、职场礼仪

1.1 职场礼仪的含义：

什么是礼仪？

礼仪是在人际交往中，以一定的约定俗成的程序方式来表现的律己敬人的过程，涉及穿着、交往、沟通、情商等方面的内容。礼仪是我们在生活中不可缺少的一种能力，也可以说是一个人内在修养和素质的外在表现。

在交际方面：礼仪可以说是人际交往中适用的一种艺术、一种交际方式，是人际交往中约定俗成的示人以尊重、友好的习惯做法，也是在人际交往中进行相互沟通的一种技巧。

1.2 职场礼仪的重要性

对于企业而言----

对外：礼仪是一个公司企业文化的重要组成部分，体现出整个公司的人文面貌，有助于塑造企业的良好形象，员工的形象代表着企业的形象，代表这公司的形象。

对内：有利于公司内部信息的传播沟通，提高员工的办事效率，有助于营造良好的工作氛围，提高公司的团结力、凝聚力。

对于个人而言----

了解、掌握并恰当地应用职场礼仪有助于完善和维护职场人的职业形象，会使我们在工作中左右逢源，使我们的事业蒸蒸日上，做一个成功职业人。

成功的职业生涯并不意味着你要才华横溢，更重要的是在工作中要有一定的职场技巧，用一种恰当合理方式与人沟通和交流，这样才能在职场中赢得别人的尊重，才能在职场中获胜。

1.3 职场礼仪有哪些？

1.3.1 握手礼仪和领导握手的礼节，领导是大家的上司，一般来说年纪比我们大，即使和大家一样大或者比大家年纪小的，只要是领导大家都要先伸出手，这表示大家对领导的尊重，也表示大家对于领导的起码礼节。握手的时候要注意距离，一般来说握手的时候要保持0.5米的距离，离得太近是很不礼貌的，同时互相靠那么近也不自然，尤其是和女士握手距离更是需要大家谨记的一点，这也是握手礼节里的是一个重要的习惯。另外在于别人握手前，需保证自己的手是干净清洁的，这是对对方一种礼貌。

1.3.2 名片礼仪 拜访客户的时候，递交名片给在场的人员，应该从职位从高到低，由近到远。名片双手递到对方手中，顺着对方的方向，同时念出自己的名字“您好，我是某某”以免有生僻字产生误会。无论什么场合接受对方的名片，都不要将名片遗忘在桌上，临走时一定要记得带上名片。作为业务人员，在收到重要客户名片的时候，可以在名片上备注见客户的时间地点以及客户的特点等等信息。

1.3.3 介绍礼仪 应把男士介绍给女士，把晚辈介绍给长辈，把客人介绍给主人，把未婚者介绍给已婚者，把职位低者介绍给职位高者，把本公司职务低的人介绍给职务高的客户，把个人介绍给团体，把晚到者介绍给早到者。

1.3.4 拜访礼仪 拜访又叫拜会，是指前往他人的工作单位或者住所，去会晤、探望对方，进行接触与沟通，是人们在社会交往中经常采用的一种社交方式。

拜访根据不同的目的可以分为事务性拜访和礼节性拜访。

所谓事务性拜访是指为了某一具体的事物而进行的有特定目的的拜访，这个事务可以是公务，也可以是私事。

礼节性拜访是指亲朋好友或者熟人之间为了巩固原有的关系，发展已有的情谊而进行的没有特定目的的拜访。

拜访准备：拜访目的 拜访时间 拜访准备物品 拜访人数 提前到达拜访地点。

1.3.4.1 拜访目的 在拜访前，需要明确拜访的目的是事务性拜访还是礼节性拜访，只能拜访目的明确后，才能安排拜访计划，如：确定拜访的主题、还有拜访时间。

1.3.4.2 拜访时间 正式工作性质拜访，事先预约，周一到周五。

礼节性拜访：可以安排在对方方便的时间内，拜访时间要事先约定，拜访时间要事先约定，拜访时间尽量避开被访者不方便的时间，被访者用餐、休息、节假日时间都是不合适。

1.3.4.3 拜访准备物品。 在拜访前，应根据访问的对象，目的，场所等，将自己的衣饰，容颜适当的修饰一番，女士应化淡妆，注意仪表仪容端庄，容光焕发。拜访者必须提前准备好相关的拜访资料，包括：公司宣传资料、个人名片、笔记本等，在有条件的情况下，拜访者还可以随身携带一些小礼物或者一些节日的礼品，赠送给客户。

1.3.4.4 拜访人数 对不同的客户，在不同的时间段内，根据客户不同的需求，拜访者的人数是不一样的；如果是

一般性质的拜访，或者是不需要太多技术含量的拜访，拜访者的人数一两人即可。

1.3.4.5 拜访时间 一定要提前到达拜访地点，拜访迟到的销售人员非常不受客户欢迎，而且很难成功，拜访者一定要先计算到达客户处的大致时间，并预留出一些机动时间。

1.3.5 面谈礼仪 进入办公室后，见面互致问候，不认识的要自我介绍，出示名片，自我介绍后，按对方指定的位置落座，坐时要端正，因为是谈公事，所以不可表现出懒散的样子，他人端茶递水敬烟时，要稍欠身表示谢意，交谈以公事为主，不要偏离主题，控制交谈时间。谈完公事，不要久坐，即可告辞，告辞时常以扬道别，对方送客户时，拜访人还要说“再见”“留步”等礼貌用语。

1.3.6 接待礼仪

1.3.6.1 安排接待时间 当客人要来拜访时，必然会提前向你约定时间，做为主人，在确认了见面时间后，必须提前调配好自己的工作时间，以便留出时间空间来接待来宾。

1.3.6.2 接待准备 落实上门拜访人数（多少人？什么人？）通知相应接待人做好面谈准备，整理接待地点（地点的清扫、茶水的准备、空调温度的控制），安排好面谈位置。

1.3.6.3 面谈 作为主方，在接待来访客户时，要做到主动、大气、大方的招待，如进入会谈时，主动调动谈话气氛，做好介绍双方参会人员的姓名、职务等。

1.3.6.4 礼貌相送

客户离开时，我们可以根据客户的安排礼貌的加以挽留，此时，若顺水推舟，是不太礼貌的。在来宾起身道别之后，主人才能起身，否则，会有逐客的意思，在客人离开时，主人应该相送一程，可以是门口、电梯口、楼下、车旁、停车场等。

1.3.7 送别礼

1.3.7.1 门口送客礼 客人离开时，我们应起身相送，最基本的送客礼节是送到门口，但我们需要注意的是：不能在客人前脚刚迈出房间门，就听到我们“啪”的关门声，至少等客人走远了，我们再轻轻关上门。

1.3.7.2 电梯送客礼 把客人送到电梯间，帮忙按一下电梯按钮，这也是我们送客人的时候得体的做法，但是不要出现客人转身进入电梯，回过头，我们已经不见了的情况，说不定会让客户觉得敷衍哦！

1.3.7.3 车旁送客礼 如果对方有开车，我们可以把他/她送到车旁，更加显出我们的诚意。同理，等到车子消失在我们的视线范围之外了，我们再转身。

1.3.8 接电话礼仪

接电话是我们工作和生活中必不可少的一个活动，在办公室，电话铃响两声接电话，“您好，”，当对方信号差或者听不到对方讲话的时候，切记用“喂 听得到吗”或“喂 喂 喂”应当说“你好，请问听得到吗”。

二、开发业务

公司的发展离不开业务的开发，需要不断开发客户资源，客户资源从哪里来，从各种渠道。

2.1 客户资源如何收集 线上和线下

2.1.1 线上

2.1.1.1 登录各大网站，在可以发表文章、帖子、评论、留言或者 blog 页面，发布业务推广信息，推广信息可以多样化，可详细介绍，也可精简内容，适应不同浏览者的需求、习惯、喜好。不管是哪个页面发布推广信息，记得附带自己的相关联系方式以便有兴趣的客户或潜在客户联系上。

2.1.1.2 可登录各大外贸论坛，比如阿里巴巴外贸圈、索诺亚马逊论坛、创蓝论坛、福步外贸论坛等了解相关物流板块的信息，在这些论坛上发帖要格外小心，广告打的太明显，很容易被禁言或删除，平时不太忙的时候，可浏览一下，了解一下市场情况，挖掘潜在客户，随时记得附带自己的相关联系方式。

2.1.1.3 主动申请多一些亚马逊卖家群，企业 QQ 被拒绝的时候，可以用私人 QQ（工作用的私人 QQ）申请，进群后看群里聊天的内容，对于大家谈论的内容知道的可与群里的成员互动，不了解的也可看大家的聊天内容学习，当发现有人在群里发布物流需求的消息时，主动私聊。群里发布推广信息时，可以公开发布，不过这种情况是很容易被踢的；也可使用临时会话单独和群成员介绍我司服务，有些成员可能收到消息没有任何反应，有些会回复暂时不需要，谢谢，当然也有比较有兴趣的会马上跟你了解更详细的信息，这个时候就主动加为好友，跟对方沟通时不要太心急，把你了解的，客户想了解的清楚明白地回复，很多情况下，客人问完他需要知道的信息以后，就没有下文了，不要急，礼貌地跟

人 say goodbye, 单子可能会在你不知道的某一天来了。

2.1.1.4 使用微信, 在朋友圈推广公司业务, 可以每天发一条朋友圈宣传公司业务, 切忌刷屏, 因为很有可能会被拉黑或者“没朋友”。微信除了推广我司服务, 平常也可以和客人联系, 很多客人不习惯用 QQ, 习惯用微信比邮件更方便、快捷。

2.1.1.5 通过互联网, 在招聘网上浏览电商公司的招聘信息, 发布招聘业务员信息的, 就是潜在客户

2.1.2 线下 最原始的方式, 到外贸物流园、工业园扫楼陌生拜访以及派发公司宣传资料, 主动向潜在客户介绍公司业务服务范围, 另外就是公司参展收集客户资料。

2.1.3 转介绍 通过合作的客户经转介绍的客户成交成功比例比陌生拜访要很多, 不断要求合作的客户进行转介绍, 当客户给介绍客户的时候, 要记得感谢客户, 当介绍的客户合作成功的时候, 也需要打电话或者当面告知他, 已经开始合作, 并再次感谢, 以后碰到合适的客户, 他还会介绍的。

2.2 如何成交客户

2.2.1 了解客户需求

对于主动联系我们的客户, 业务一定要弄清客户想要什么, 回答客户的问题要答到点上, 不要让客户觉得你在绕弯子、不专业。在回答客户问题的同时, 可适当跟客户提一些问题来更快了解到客户的需求。客户的问题不知道答案时, 及时跟身边的同事请教之后尽快回复客户; 不能马上回复客人的, 一定要给出解决办法, 比如, 坦白跟客户讲这方面的东西自己不是很清楚, 需要和相关同事或者代理确认之后再回复客人, 千万不要不懂装懂, 瞎跟客户忽悠。也切忌不懂的问题, 不想办法解决, 也不回复客户, 就那么不了了之。这给客户印象很不好, 同时自己也学习很慢甚至好多问题自己一直都不懂。

2.2.2 介绍推广公司业务

业务主动做推广联系上的客户, 抓住客户的需求点, 对应介绍我司的卖点, 同时尽可能让客户了解到我们其他的服务点。

2.2.3 如何报价 了解到客户的相关需求后, 客户一般都会关心价格问题, 根据客户需要的不同服务, 报出相应的价格。在报价之前, 业务自己要熟悉自己要推销的服务及相应的服务如何报价, 不要出现客户需要报价的时候, 什么都不知道, 也不知道从何报起。

2.2.3.1 很多没接触过货代物流的客户, 以前可能是做外贸销售或者其他工作, 询价的时候像平时买水果一样直接问“到美国 FBA 多少钱”或者“到 FBA 多少钱一个方”。。。。。不要觉得奇怪, 耐心地跟客户拿到报价需要的基本信息, 比如: 品名, 箱数, 重量, 体积, 单箱尺寸, 起运地, 到哪个 FBA 仓。。。。或者至少要知道是从哪里出货到哪个国家, 客人无法提供这些信息时, 跟你客户解释清楚我们的运输程序, 报价程序, 尽量拿到详细的信息报出价格。

2.2.3.2 货比三家的道理, 买卖双方都是了解的。当报价给到客户后, 有人说好高, 有人什么都不说, 觉得价格高的客户, 你要尽量弄明白客户为什么觉得我们的报价高, 高在哪里, 很多客户都会拿好几家的代理价格作对比, 知道原因之后, 想办法解决: 客户给的别家代理的价格有可能是假的, 尽量跟客户解释相应的价格会得到相应的服务, 各公司运营情况不同, 操作方式不一样, 报价自然也有不一样的; 如果对比几家代理价格我们的价格真的高很多的话, 跟自己的上司商量讨论看我们的报价是否有可让步的地方, 尽量满足客户的要求。对于报价之后什么都不说的客户, 你也不要急, 客户可能是想先了解一下价格, 回头要好好计算成本的, 跟客人说有问题随时联系你就行, 但是也要记得隔两天跟进一下, 看看客户到底是什么意思。

2.2.3.3 尽量争取跟每个有 FBA 物流需求的客户面谈。很多信息通过网络、文字表达的效果远低于面谈的, 跟客户约一下见面谈, 一方面表达我们的诚意, 另一方面也可顺便实地了解客户的公司情况, 最坏的结果: 哪天客户合作之后拖欠货款, 要账也知道去哪要找谁要。

2.2.3.4 对于客户的要求, 能做的我们争取满足客户, 暂时做不到的也不要一口回绝, 跟客户说会想想办法, 自己私下想想办法或者跟同事跟上司、老板商量, 一起想办法, 尽量去满足客户的每一个合理需求。

2.2.3.5 拜访了解客户, 分析客户的具体情况后, 把客户分为短期跟踪和长期跟踪。短期跟踪一般是经过一两次拜访后可以合作的客户; 长期跟踪是需要经过多次拜访, 与客户不断沟通, 才会合作的。进行客户分类可以更有效率的开发潜在客户。

2.3 如何维护客户

2.3.1 当客户开始下单后，从客户下单的那一刻起，知道清楚货物的动向，并且及时向客户反馈货物的状态，碰到问题后，要及时与客户沟通处理。走海运的，提前主动告知客户装柜、报关放行、开船、到达目的港、目的港清关放行、代理送货以及货物签收的时间。走快递的，及时告知客户跟踪单号，查询货物信息，了解货物状态签收信息。当货物签收后，可以向客户上架情况，让客户感觉很重视他。

2.3.2 当货物出现异常，比如货物丢失、破损以及延误，一定要及时处理，不能拖延，条件允许的情况下，登门道歉，让客户感觉我们很重视以及我们的诚意。

2.3.3 节假日的时候，跟客户发信息表示感谢，最好不要群发，重要客户单独发信息或者打电话。

2.3.4 定期上门回访客户，了解客户未来的计划和发展，对于客户反馈的问题，记录下来，回公司后，第一时间反馈给公司，及时帮助客户处理。

2.4 业务工作流程

2.4.1 了解各种运输方式的流程，报价

2.4.1.1 了解各国快递、海运、空运报价（常规报价+特殊情况）

2.4.1.2 解海运、空运、快递至各国的操作流程、路线

2.4.2 报价

2.4.2.1 对于询价客户，尽可能多的获取客户信息以及出运货物信息；a.客户公司名称，地址，电话，联系人，营业执照等；b.出运货物品名、件重尺、起运港、目的港、收货地址、贸易条款（到港？门到门？）、交货时间；

2.4.2.2 根据客户需要报价 a.按照公司常规报价信息报价给客户

b.针对讨价还价客户，根据实际情况，跟直属上司申请折扣、优惠给到客户，尽量签下单

2.4.3 客户下单出货

2.4.3.1 海运订舱，提交箱单发票等文件 a.客户接受报价后，根据交货日期选择合适的船期，将 booking 和工作表给到操作部安排订舱、拖车 b.客户提交相关的买单装箱清单、发票装箱清单、货物递送信息；c.货物按照预定的时间按时入仓，操作部安排报关、跟单、目的港进口清关、账单收款、派送；（业务要跟海运部保持沟通，时刻了解客户货物情况）

2.4.3.2 快递提货，收款，出货 a.确认客户货物可出运，价格无异议后，让客户尽快在系统预报下单；b.货至仓库入系统后，业务及时将尺寸给到客户确认，并通知快递财务开账单收款，付款后安排出货；c.及时提供追踪号给到客户，并追踪货物运转情况，若出现运输异常情况，尽量做到先于客户发现问题，及时想办法解决；

2.4.4 货物追踪

2.4.4.1 海运货物追踪

a.海运货物开船后，业务跟操作要相关柜号、工作号、封条号在系统里面查询货物转运情况，

b.预计到港时间前后，业务和操作要保持紧密联系，全面掌握货物清关、分货打托、账单收款、预约派送的情况；

c.合作中若出现意外、异常情况，业务和操作至少有一方及时通知到客户，并积极想办法解决；

d.业务和操作互相沟通、相互协助完成整个运输过程；

2.4.4.2. 快递货物追踪

a.追踪号提供给客户后，业务自己做好追踪工作，至少每天查询一次运输情况；

b.若出现运输异常情况，尽量做到先于客户发现问题，及时想办法解决；

c.对于客户反映的问题，及时确认并解决；

d.查询追踪号发现货物运输异常，及时将追踪号提交给快递部相关同事查询，并找到解决办法，需要其他同事协助的，积极主动寻求帮助；

2.4.5 收款销帐

2.4.5.1. 海运、空运收款

a.所有空运、海运新客户在发货前要和客户说明付款情况：货到目的国港口、机场清关后，账单和税单会及时给到客户，客户付款后，我司方可安排派送；

b.对于老客户票与票之间重叠的情况，至少保证有一票货押在手上，方可派送未付款的货物；

2.4.5.2. 快递收款

a.快递新客户在发货前要和客户说明款到出货，并交待快递部相关同事收到款后才可放货；

b.新客户出货至少 3 票后方可考虑延迟 2-3 天付款，但还是需要尽快将款收回；

c.对于信用度差的客户，若经提醒催促后仍然不付或者拖延付款的，即刻取消延迟付款实行款到出货；

d.对于老客户而非月结的信用客户，尽量不要拖延太久，保证在 2 周左右结清所有未付款，收款异常的尽量面谈解决，保证既收到款又不会丢失客户；

e.对于月结客户，实行月结前双方签署协议，尽量保证在每月 5 号前收回上月未付款，若拖延频率高、时间久的，业务及时跟客户沟通，若情况还是没有好转，将取消月结资格；

f.业务和财务保持良好沟通，时刻掌握自己客户的付款情况，财务催款不到时，业务要协助财务收款；

2.4.6 运输结束

2.4.6.1.海运、空运货物顺利到达收货人，客户付清所有款项，运输过程方算结束。否则，针对不同问题，及时、积极商讨方案解决问题至运输结束。

2.4.6.2.快递货物顺利递送、客户未提出异议、货款及时收回后，运输过程结束。否则，针对不同问题，及时、积极商讨方案解决问题至运输结束。

2.5 业务工作内容

2.5.1.积极主动开发海运，快递，空运客户。

2.5.2.了解各国快递、海运、空运报价（常规报价+特殊情况），以及发货至各国的操作流程、路线；

2.5.3.尽可能多的获取客户信息以及出运货物信息对应报价给客户；针对讨价还价客户，根据实际情况，跟直属上司申请折扣、优惠给到客户，尽量签下单；

2.5.4.海运客户接受报价后，根据交货日期选择合适的船期，将 booking 和工作表给到操作部安排订舱、拖车；

2.5.5.业务要跟海运部保持沟通，时刻了解自己客户货物情况；

2.5.6.快递确认客户货物可出运，价格无异议后，让客户及时在快递系统做预报，下单；

2.5.7.货到仓库催促仓库及时量材积录系统，业务及时将尺寸给到客户确认，若客户对材积有异议要及时沟通处理，在客户对材积无异议后业务通知快递财务开账单收款，付款后安排出货；

2.5.8.及时提供追踪号给到客户，并追踪货物运转情况，若出现运输异常情况，尽量做到先于客户发现问题，及时想办法解决；

2.5.9. 快递查询追踪号发现货物运输异常，及时将追踪号提交给快递部相关同事查询，并找到解决办法，需要其他同事协助的，积极主动寻求帮助；

2.5.10. 海运货物开船后，业务跟操作要相关柜号、工作号、封条号在系统里面查询货物转运情况；

2.5.11. 预计到港时间前后，业务和操作要保持紧密联系，全面掌握货物清关、分货打托、账单收款、预约派送的情况；

2.5.12. 与客户合作中若出现意外、异常情况，业务和操作至少有一方及时通知到客户，并积极想办法解决；

2.5.13. 协助快递、海运财务催款，收款；

2.5.14. 对于客户反映的问题，及时确认并解决；

2.5.15. 定期约见拜访客户，将客户反应的问题带回公司解决。

第十篇：海外商务部培训

（一）海外商务人员应具备的基本岗位知识

10.1, 基本的国际货运知识功底: 包括海空快的基本常识, 报关业务的基本流程, 海空快的报价算法, 目的港清关流程以及清关常预见的问题; (具体内容见第三篇)

10.2, 基本的国际物流英语知识: 包括书面邮件阅读能力, 书写邮件能力, 口语沟通能力等; (具体内容见第三篇)

10.3, 电商物流的基本知识: 包括什么是电商物流, 电商物流和传统物流有什么区别; (具体内容见第四篇)

10.4, 成为亚马逊卖家的基本流程: (具体内容见第五篇)

10.4.1 申请一个亚马逊账号;

10.4.2 采购目标产品, 清楚亚马逊对产品的包装要求, 卖这个产品的特殊认证要求等;

10.4.3 在亚马逊账号里创建产品 LISTING;

10.4.4 创建发货, 找货代发;

10.4.5 货物到达亚马逊仓库, 亚马逊入库上架销售;

10.5, 要成为 FBA 货代需要知道的基本常识: (具体内容在第三篇和第五篇都有涉及)

10.5.1 什么是 FBA

10.5.2 海空运 DDP 的完整操作知识和流程;

10.5.3 亚马逊对纸箱和卡板的 SIZE 和 WEIGHT 的要求;

10.5.4 亚马逊收货方式快递送和卡车送(散货和整柜);

亚马逊收货流程快递不用预约直接送, 卡车送先预约后送货;

10.5.4 送货去亚马逊可能产生的意外情况:

10.5.4.1, 卸货慢, 导致卡车公司收我们超时费, 尤其是整柜送去亚马逊的;

10.5.4.2, 送货到 A 仓库, 但是亚马逊对送货司机说 A 仓库已经爆仓, 让你们送到 B 仓库去, 导致多了一个送货费;

10.5.4.3, 临时改变了预约送货时间, 卡车公司又得重新跟亚马逊预约送货时间; 导致二次送货费;

(二) 海外商务人员应有的岗位素养

1, 表达与沟通能力, 团队合作意识;

2, 善于识别问题, 分析解决问题, 善于引导客户, 共同寻求解决问题的方法;

3, 出现问题, 首先是解决问题, 如果是自己的失责, 勇于承担, 而不是互相推脱; 解决问题以后, 要善于总结;

4, 较强的抗压能力, 面对客户的催促和投诉, 不能当面硬碰硬, 跟客户大吵大闹, 先安抚好客户的情绪, 然后自己背后再来做事;

(三) 海外商务基本工作流程

1, 收到客户的询盘, 当天负责回复询价的客服负责跟进, 或派给另外客服跟进。客户的询价要做到当天快速准确回复。如果不能当天回复客户的, 也要回复客户的邮件说明原因, 这样客户就可以知道我们是有在跟进他的询盘;

2, 报价时, 确定货物品名、数量、包装规格、起运地址, 目的地址, 出货条款, 套入报价模板, 给客户做正式报价。

3, 客户收到我司报价, 问了什么问题, 或者有其他服务需求, 逐一解答;

4, 如果客户还价, 再跟客户解释原因, 例如, 货物特殊性, 多地址, 我司服务水平等, 尽可能先不减价给客户, 看客户的反馈如何, 再来申请价格;

5, 给客户报价后需持续跟进, 切勿每次报价石沉大海。最大化提高出单率。

6, 一旦客户确认订单, 按如下流程:

6.1 首先发“客户联系表模板”给客户, 让他提供完整的信息, 然后自己先跟他的供应商沟通一下货物情况: 货名, 货量, 出货条款, 出货方式等是不是都跟客户之前的询价一样, 如果都 OK, 可以填写“业务联系单”给操作或者自己跟进; 如果有不一致的地方, 就要跟客户重新确认价格等;

6.2 该提醒供应商的也做一下提醒。(具体可以参考“出货须知”);

6.3 海运和空运的单子, 应该写“业务联系单”给操作, 单子上要求写的信息都尽量写详细明白; 由操作跟客户的供应商一起合作出货, 需要协助的就协助操作; 船开以后, 把 ETD,ETA,CNTR NO.,CARRIER 都告知客户; 一直到船到港清关以后才有消息更新给客户; 发账单收款放货送货到亚马逊;

6.4 快递的单子, 由客服人员自己跟进, 联系供应商, 在深圳本地的, 我司可以上门提货, 在系统预报上门提货, 做订单管理, 仓库收到货以后, 就会量材积, 我们根据材积做账单给客户, 客户付款后, 通知快递部出货, 我们给单号给客户; 在深圳以外的, 需要供应商用物流发过来, 在我司系统预报物流单号, 做订单管理, 后面流程跟深圳提货一样;

7.每个订单，有任何进展或者意外情况，都应该及时反馈给客户；
8，出货后及时开出账单，收款，如客户要账期，需要考核，并让客户找人担保。
9，要善于总结每个客户的性格，找到最合适的方法跟客户沟通，协调，这样才能提高自己的工作效率，也能给客户好的印象；

10，每个成交的询盘，都成了我们的客户，都要特别珍惜，维护好，跟进好这些老客户，让他们对我们一直信任下去，

（四）海外商务定期会议安排

每周一下午 2:30 由海外商务主管主持会议，记录每个客服人员反映的问题，集中给公司经理，然后共同寻找解决问题的方法，在工作中不断总结，不断进步，不断学习。

第十一篇：国内商务部人员培训

Ting---主要负责跟进 BENNY 与公司客户

Maggie----主要负责跟进业务员客户

Anna----主要负责营销 Q2

（一）国内商务人员应具备的基本岗位知识

11.1，基本的国际货运知识：海运、空运、快递的基本常识（包含计费重的算法与报价、起运、目的机场与港口等），报关的基本流程与需要的资料，特殊货物国外清关需要提供的证书与文件，敏感货物申报等问题。

11.2，电商物流和传统物流区别

11.3，要成为 FBA 货代需要知道的基本常识：

11.3.1 什么是 FBA

11.3.2 了解在亚马逊后台产生的产品贴与外箱贴，SHIPMENT ID 与 REFERENCE ID 等

11.3.2 亚马逊对纸箱的重量和卡板尺寸要求；

11.3.3 亚马逊收货方式快递送和卡车送（散货和整柜）；

亚马逊收货流程快递不用预约直接送，卡车送先预约后送货；

11.3.4 海运送货去亚马逊可能产生的意外情况：

11.3.4.1，卸货慢，导致卡车公司收我们超时费，尤其是整柜送去亚马逊的，旺季不管整柜还是打托基本都有超时候费。

11.3.4.2，送货到 A 仓库，但是亚马逊对送货司机说 A 仓库已经爆仓，让你们送到 B 仓库去，导致多了一个送货费；

10.3.4.3，临时改变了预约送货时间，卡车公司又得重新跟亚马逊预约送货时间；导致二次送货费；

（二）国内商务人员应有的岗位素养

1，较强的沟通表达能力，做事认真负责；

2，善于提前一步发现问题，沟通解决问题，遇到问题件，善于安抚客户情绪，催相关人员及时解决。

3，专业知识强，能站在客户角度为客户提供合理的出货方案；

4，性格好，有较强的抗压能力，面对客户的催促和投诉，态度好，不能急躁动粗口，耐心给客户解释，争取得到客户的理解与原谅。

（三）国内商务基本工作流程

1,营销 QQ 收到客户的询盘，及时有礼貌地回复，尽量想办法要到客户联系方式与公司名，对于报价回复不了的，可以询问其它详细信息稳住客户，添加客户为好友，方便以后群发特价，每天统计有效询价客户量，邮件发出来，跟进不了的和需要当面拜访的反馈给到业务主管安排人员跟进。

2，公司与业务员给的客户及时加客户 Q，出新报价发给客户，对于客户询价，根据最近走货形势给客户推荐最优渠道，及时跟进客户走货时效与账单付款等。

3，报价时，先问清楚货物品名、件数、重量、体积、起运地址，目的地址、是否带电、特殊货物要到图片，给客户有针对性的报价。

4，海运散货报价，本地客户先看货物品名是否敏感，涉证，如是不能报特价，按正常报价走金运达仓，提前告知风

险，普货按特价报，按关件注意客户申报价值，提前让客户准备好增值税发票等以备查验，申报价值特高的建议按正常报价走金运达仓。外地客户提供两个报价方案：1、按正常报价从最近起运港出，2、按特价，发到深圳来。报价时说清楚不确定可能产生的费用，如查验、仓租、柜租、超时等候费等，按正常报价的后续记得告诉操作报价目的港。

5，海运整柜报价，先问清楚货物品名、柜型、起运港、大概出货时间，再查询海运费，根据最近目的港套用相应模版来报价，按二种价格：1 整柜派送，2、卸柜后打托派送，一般这两个价格相差比较大，跟客户解释清楚，另外亚马逊可能会拒收或临时让派送到另外仓库，这些风险都提前跟客户说清楚。

6，如果客户还价，先跟客户解释价格组成与我们的优势等（如清关能力强、服务好等），尽可能先不减价给客户，看客户的反馈如何，如还是不行，按公司规定给予客户相应优惠，如客户还是不同意，单独向领导申请优惠，尽量把客户挽留下来。

7，给客户报价后需持续跟进，切勿每次报价石沉大海。最大化提高出单率，对于未出货客户，保持联系，时不时问候下。

8，一旦客户确认订单，按如下流程：

8.1 业务员与公司给的老客户，提醒客户在系统预报与填订单管理，客户忙时，帮客户填好，填好了的先审核下客户填的是否有问题，品名不具体等及时让客户改正过来，以免延误发货时效。

8.2 新客户先发“客户联系表模板”给客户填，要到营业执照，如果是个人，要到身份证扫描件，后发给财务录系统，快递的给客户在系统建立账号与密码。

8.3 引导新客户用快递系统下单与填订单管理。

8.4 海运的写工作单给到相应操作，交待出货事宜。

8.5 海运的跟进入仓体积，与客户核对入仓体积，催清关与报关资料，检查客户资料后再发给对应操作安排报关、清关事项。

8.6 海运的跟进装柜、报关放行情况，开船后给到客户柜号，预计开船与到港时间，到港后跟进清关事项，及时催操作开账单，催客户付款后，让操作催国外预约派送，有了派送时间及时通知到客户。

9，客户发货后及时通知财务开账单，协助催款，跟进货物运输情况，发现异常联系国内或国外代理处理，处理结果反馈给客户，快递货物时效快的，及时告知货物派送时间。

10，要善于总结每个客户的性格，找到最合适的方法跟客户沟通，协调，给客户好的印象，维护好每个客户，让他们对我们一直信任下去。

（四）国内商务定期会议安排

每周五下午 5:00 开会，回顾一周工作情况，反馈异常问题，国内商务主管记录每个客服人员反映的问题，集中给到商务中心经理和公司经理，然后共同寻找解决问题的方法，在工作中不断总结，不断学习，不断进步。

第十二篇：财务部结构框架，工作内容，培训教材，定期会议

十二、财务部结构框架、工作内容、培训教材、定期会议

12.1 财务部结构框架

12.1.1 财务部成员任职资格及工作内容（职责）

一、财务主管

任职资格

学历：会计、财务管理等经济类相关专业本科以上学历。

经验：会计中级以上职称，3 年以上物流财务会计主管以上工作经验。

能力：熟知会计、税收等财经法律法规，熟知本行业知识、本企业知识，文字组织能力强，具有会计制度设计、财务分析综合评价能力。

工作内容（职责）：主持财务部全面工作，具体履行以下职责：

1. 负责财务部组织架构的设计并制定各岗位的职责。力求架构设计与公司业务类型和规模相适应，内部分工明确

具体，有利于提高工作效率。

2. 统筹安排财务部员工岗位调配工作，对部门员工岗位职责履行情况，通过量化进行绩效考核。
3. 统筹完善公司财务管理、会计核算制度和相关管理工作规程。
4. 指导管理完成公司管理会计体系建设，服务于内部管理需要。
5. 关注公司经营管理的全过程，参与公司员工纠纷法律诉讼，审核合同中涉及财务的相关条款。
6. 遵守国家税收法律法规，监督各项税收按时申报，并用足用好税收优惠政策，合理做好税收筹划。
7. 对公司日常财务收支实施监督，对公司所有款项支出进行审核签字。督促各项收入及时收回入账；监督各项费用报销单据和付款的合规性；监督物资服务采购、验收入库和付款等相关管理规程的执行情况。
8. 监控每日资金收支情况，做好一周资金收支汇总和下周资金收支预测工作，统筹公司资金的筹集、管理和使用。
9. 审核工资表，监督考勤制度执行情况，做好相关统计分析工作。
10. 审核对外财务报表和内部管理报表。做好财务决算报告和企业所得税汇算清缴的审核工作。
11. 接受领导和相关政府部门对公司财务状况、经营成果、现金流量的问询解释工作。
12. 协调沟通财务部与各部门之间的内部关系；负责审计、税务、银行等外联工作。
13. 合理安排好休假期间的工作。
14. 接受上级指派的其他工作。

二、海运财务人员

任职资格：

学历：会计、财务管理等相关专业大专以上学历。

经验：持有会计从业资格证书，2年以上会计从业经验。

能力：能熟练操作全盘账务并熟悉会计、税收法律法规，熟知国际货代海运账务的操作。

工作内容（职责）：

1.查账:根据操作客服发来的水单登记到查账列表表格；登记的时候注意付款日期、付款人、金额及哪个银行的，如有不明确的可问操作客服，每天下班前整理好截图发吴先生查账（查账列表在我的电脑E盘/海运/海运/查账列表）

（1）银行查收到账：到海运系统/结算管理/收付款处销账即可

（2）银行已支付：到海运系统/结算管理/收付款处销账即可

2.开票：根据操作或其他人员发来的开票资料登记到开票登记表格；登记时把通知开票人、时间、抬头、金额、单号登记上，到时候统一安排开票（人民币发票给客户2、3联，美金发票给客户2、3、4联），第一次开票的抬头需打一份开票合同，一式两份，到时复印一份交税局（开票登记表在我的桌面；合同在我的电脑E盘/海运/其他/多票合同）

3.月结客户：根据海运操作主管给过来的月结单（蓝博/四维除外），分别把每票的账单打印出来，核对下然后分别做个汇总表，都整理好后把单据给到张女士审核，审核无误后再发给相应的客户核对。注：记得后续跟踪及收款事宜（月结客户在我的电脑E盘/海运/海运/月结客户/富高盈、联昶、纵腾、菲特斯等）

（1）四维的佣金:佣金费是等四维的月结单付了款后，我们根据账单汇总表上的工作单号去系统里边打付款申请（佣金费操作会录入进去的，如有金额觉得有异议的话，可找操作确认）

（2）叶司机:叶司机的每月初会把司机纸寄给梁小姐，梁小姐收到后会给到这边来，我们先确认系统是否有录入及金额，如有没录入的或不对的话给到相应的操作确认，最后自己根据司机纸做一个汇总表，打付款申请。

4.代理对账单：代理账单会发送到邮件上，如有收到的话，打印出来核对即可，跟核对供应商账单是一样的做法，只不过代理账单是尽快核对好后，就申请付款（不用等到每月初10号），付款后把水单发代理并附上付款明细。

5.月结供应商：每月初供应商会发对账单过来核对（四维佣金、叶司机的除外）；把他们发来的对账单打印出来跟系统里面的核对，如有对不上或是系统没录入的，在对账单上面标注出来（单号以及是哪个操作的都写上，也以便她们核对），等操作她们都核对无误后，就根据对账单去系统里边打付款申请。（注：每月初10号前这样子给他们申请付款即可，有水单后分别发送给他们）

1）四维的佣金:佣金费是等四维的月结单付了款后，我们根据账单汇总表上的工作单号去系统里边打付款申请（佣金费操作会录入进去的，如有金额觉得有异议的话，可找操作确认）

（2）司机:司机的每月初会把司机纸寄给 peter，海运操作主管收到后会给到这边来，先确认系统是否有录入及金额，

如有没录入的或不对的话给到相应的操作确认，最后自己根据司机纸做一个汇总表，打付款申请。

6.海运应收表：根据操作开的账单来登记客户应收、已收、尚欠，可先从系统里边导出来，然后根据自己的需求删除或增加；每月初5号整理好发邮件给财务主管，并告知本月海运应收多少、已收多少、尚欠多少、回款率达到百分之多少。（海运应收表在我的电脑E盘/海运/海运/海运应收）。

7.银行日记账：日记账表里边有中行公账（人民币/美金）、汇丰、张小姐招行及其他行。中行公账的自己用U盾来查询及登记（人民币/美金）；汇丰的日记账收入根据查账列表的来登记，支出则根据公共盘里边的付款水单来登记；张小姐招行及其他行的日记账根据查账列表的来登记即可。注：每周一做好了发财务主管一份（银行日记账表在我的电脑E盘/海运/海运/银行日记账）。

8.银行日记账汇总表：这个表是根据日记账表来做的，把几个银行的日记账汇总在一起，核算出整个月的总收入和总支出以及最后的利润，每月初做好后发财务主管一份即可。

9.自拼利润表：每月梁小姐会给到一些拼柜的单过来，在自拼利润表里边新增一个表格命名为几周到的拼柜；根据自拼单来录入（主单放第一个），每票的数据分别到系统里边去查询来登记，若是碰到还有没开账单的，就找相应操作；最后算出整柜的利润及需要的单票利润（收入占比=单票收入/整柜收入，单票利润=收入占比*整柜利润）注：自拼利润表在我的电脑E盘/海运/海运。

10.申请付款汇总表：不急付款的申请单，操作都会给到这边来，这边收存好，到周二的时候统一整理，也审核下操作申请的付款单跟对方给过来的账单是否相符，核对好后就到公共盘/水单/相应年份/月份/日份 新建一个Word的文档做一个汇总表（注：人民币公账/人民币美金/香港汇丰/私账 分别分开来录入）。公账人民币用网银支付，公账美金是需要填单子去中行对公窗口支付的，如账户上的美金足够支付时就现汇，不够支付再购汇。

11.与会计事务所对接：每月初整理好上月的收入发票及成本发票寄出给到外面的会计事务所、发送上月的公账银行流水导出来发给她、还有需把每月的银行回单导出来打印给她、有时间后找她远程报税，没有发票了也找她让安排时间过来帮忙买票等（目前会计事务所联系人是刘小姐）

12.入账申请：有的老外客户会把款付到中行公司账户，到时候张小姐那边会收到银行的信息，就会告诉你让你去银行入这笔账，就填一份入账单，盖上私账财务章拿去银行即可（入账申请在我的电脑E盘/海运/其他/入账申请）

13.其他：需时刻关注下每票的利润亏损情况及客户的回款情况，如有客户多票或时间过久或金额较大的没付款，要及时向操作了解情况，是什么原因还没付款，这边也要帮忙催下，如还是无果或客户纯属就是赖的，开会时要提出，让大家一起想办法去把款收回来。老外客户的款通常不会拖欠很久的，付款都会比较及时，如果你觉得不正常的可向操作那边；老客户很多有的付款也都是还可以的，催下就会付了，通常有的不付的话，后面还有货的，操作都会采取扣货先把款收的。如有确认收不回来的，就登记到坏账表里边，到时候发财务主管。有的老客户通常会是一票一起支付的，操作那边有时候会让这边统计下这个客户的欠款，到时候去系统查下，做个汇总表发她们即可。

14.合理安排好休假期间的工作。

15.接受上级指派的其他工作。

二、快递财务人员

任职资格：

学历：会计、财务管理等相关专业大专以上学历。

经验：持有会计从业资格证书，2年以上会计从业经验。

能力：能熟练操作全盘账务并熟悉会计、税收法律法规，熟知国际货代快递账务的操作。

工作内容（职责）：

1.根据快递操作发过来的税单选取跟踪号在出货表中选取相对应的客户 登记在快递出货表中-补退税记录里，以此开出账单给客户。

2.开账单：

1)：核对材积，公司客户启华跟客户核对材积，其他客户业务跟客户核对。

2)：找业务员要报价，有VIP报价的，在桌面“VIP客户单独报价表”中；公司其他客户全部按照生效报价表，在桌面“报价表”中。

3)：把相关的数据登记到出货表中（重量，报价，附加费用），再在出货表补退税记录那选取客户，看是否需要找客户补退关税。

4)：公司客户账单做好之后直接发给客户，业务的客户账单需同时发给客户和业务；（做好的账单全部保存在桌面上“快递账单”文件夹中，老客户的模板可以直接在此文件夹中复制出来，新客户的模板在桌面左下角的“常用文件模板”中）

5)：需要发邮件客户：联创，广州海葳特&JVICE,凌云胜达科技，易达云，utechsmart, thomas, 万威商务，拔超科技，言起行科技，阿克斯，浩方，UES, 金润实业，颖峻，大熊电子，广讯，廖清华，纽尔科技，浩方（其他客户基本都是发 QQ 文件，如客户要求发邮件再发）

6) 月结客户及定期开账单客户，月结客户月初一定要把账单开完给客户付款。

3、开票客户：开完账单，客户核对账单金额无误后，有些客户会要求开票（增票需要收取 6%的税点，普票免收），需要客户提供开票资料，发给海运财务开票（开票资料，金额），寄发票需要在桌面上“快递资料”登记明细

4.催款-查账：

1)：开完账单之后就可催客户付款，

2)：客户付完款后付款金额都需要登记在桌面“2015.07.22 开始快递收款登记表”中，每天统一发给财务中心查账

3)：水单凭证全部保存在桌面“付款水单”相应的文件夹中；

5.销账流程：

1) :财务中心查到账之后在快递系统里销账（对应客户 对应工作号）

6.查看邮件：

1):一般易菁发的邮件可以不用处理，都是发给国外的清关邮件。

2):客户主送的邮件，一般是关系到账单和水单的要及时回复。

7.处理企业 QQ 上的问题：

1):客户如果询价，可以把当时生效的报价表发给客户；如果是敏感货或者移动电环之类的，可以找快递部报价

2):其他的事情都是账单、水单和税单，按照正常程序处理即可。

7.注意事项：

1) 出货表中白色部分都是未销账的客户，请及时开账单催款

2) 部分老外客户，及时跟客服部同事沟通处理，有些已经付款未到账，有些客服部未及时开出账单 这些都需要及时跟进处理。

8.快递应收表：月初 5-6 号前整理出上月的应收，并告知本月应收，实收，尚欠多少，回款率达到百分之多少然后抄送给财务主管及上级部门领导。

9.合理安排好休假期间的工作。

10.接受上级指派的其他任务。

三、兼职出纳人员

任职资格：

学历：财务管理、会计等相关专业大专以上学历。

经验：持有会计从业资格证书，两年以上财务工作经验。

力：熟练运用 Excel 制表，熟悉银行办事流程和银行结算制度，熟练地完成出纳工作。

工作内容（职责）：

1. 每天办理货币资金收支业务（包括网上查询银行账户，打印账单），并及时登记现金、银行日记账。做到认真、仔细、准确办理款项收支业务，避免差错。

2. 每天将各种付款单据按顺序逐月做好出纳编号，及时传递给相关人员签收。做好签收记录，防止丢失。

3. 每天编制《资金日报表》并做好日常库存现金盘点工作；每周五下午下班前接受会计主管监盘库存现金，月末接受财务主管监盘库存现金；接受财务主管或 FOREST,吴先生的不定期抽查盘点；每周一和月末编制对应《资金日报表》的银行存款余额调节表、协助配合会计主管完成已批待付款项统计、尚在审批过程中款项统计工作。

4. 执行公司《付款管理工作规程》，履行相关职责。根据手续完备、审核无误的付款凭证支付款项。

5. 每天核对收款日报表与现金交款单是否一致，同时做好序时记录。

6. 合理安排好休假期间的工作。

7.完成上级指派的其他工作。

12.2 培训教材

一、物流企业的会计账务处理方法

物流企业利用先进的管理技术和组织形式，通过计划、实施、控制和协调等手段对运输、仓储、装卸、包装、配送、流通加工、信息处理各环节进行系统整合，以最低的费用和最少的资金占用，安全、及时和高质量地为客户提供多功能、一体化的综合物流服务。由于经营业务的特殊性，物流企业物流业务运作部门的组织结构不同于一般的工商企业与运输企业，对其发生的费用难以直接根据《企业会计制度》或企业会计准则的统一规定进行会计处理，同时成本费用信息在物流企业的经营管理中具有十分重要的作用，因此对其成本费用的归集与核算成为目前一个亟待解决的问题。

1) 、物流业务管理职能部门的费用处理

物流业务管理职能部门主要负责物流业务的承揽工作和客户服务工作。其中，承揽工作主要包括物流业务的询价、方案设计、投标、合同签订等，客户服务工作主要包括维护客户关系、处理客户投诉等。

物流业务的承揽工作实质上就是物流业务的前期开发工作。物流业务的前期开发工作会发生相应的资源耗费，如办公场所相关费用、人员薪金相关费用、物流方案设计费用、承揽过程的业务费用等。从理论上说，如果物流业务投标成功，则表明物流业务前期开发成功，从而相关费用应该计入物流业务的成本中。但是，根据谨慎性原则以及《企业会计制度》有关研发费用的会计处理原则，无论物流业务前期开发成功与否，其所发生的费用都应在发生时一次性计入期间费用。并且，物流业务的前期开发费用中有很大一部分是间接费用，很难界定不同的物流业务究竟应承担多少前期开发费用，难以选择合适的分配标准将这些间接费用分配于不同的物流业务。物流业务前期开发费用的间接费用属性也反映了将其作为期间费用处理的现实可行性。

如果物流业务前期开发工作产生的费用适宜于作为期间费用处理的话，将其作为管理费用归集还是作为营业费用归集是另一个值得研究的问题。《企业会计制度》将有关研发费用列入管理费用，但笔者认为将物流企业物流业务的前期开发费用列为营业费用则更为合适。《企业会计制度》明确规定，营业费用是指企业在销售商品过程中发生的费用，包括企业在销售商品过程中发生的运输费、装卸费、包装费、保险费、展览费和广告费，以及为销售本企业商品而专设的销售机构(含销售网点、售后服务网点等)的职工工资及福利费、类似工资性质的费用、业务费等。根据营业费用这一概念的界定，物流企业物流业务的前期开发费用符合营业费用的本质属性。物流业务管理职能部门所承担的物流业务的承揽工作，也就是物流企业的市场营销工作，其发生的费用与一般工商企业的营业费用属性相同。

物流业务的客户服务工作实质上是物流企业提供物流服务的延续，是物流业务的“售后服务”，所以开展客户服务工作所发生的费用也应作为营业费用处理。

2) 物流业务作业职能部门的费用处理

根据物流企业物流业务的运作现状，物流业务作业职能部门主要是专设的物流业务运作中心及其下属分支机构，负责物流业务合同签订后的各个业务环节的具体运作。

无论是物流业务运作中心还是其下属分支机构发生的机构设置费用与管理人员相关费用等都是因运作物流业务而发生的，应该将它们分别计入不同物流业务的物流业务成本。在制造业，将这一类费用归集为制造费用，而后通过一定的方法分配计入被生产产品的成本中。从与物流业关系密切的交通运输业成本核算的现行制度与实务看，运输业务成本包括运输业务运作职能部门的相关费用。现行的《交通运输企业成本费用管理核算办法》将运输业务运作职能部门的相关费用先归集为营运间接费用，再采用合适的分配方法分配计入相关的运输业务成本中。《交通运输企业成本费用管理核算办法》明确规定，营运间接费用作为运输业务成本项目，是指运输企业在营运过程中所发生的不能直接计入运输成本核算对象的各种间接费用，包括企业各个生产单位（车队、船队、装卸队等）为组织和管理运输生产所发生的运输生产管理人员工资、职工福利费、折旧费、修理费、租赁费、保险费、物料消耗、低值易耗品、取暖费、水电费、办公费、差旅费、劳动保护费以及其他营运间接费用。显然，物流企业应设置“营运间接费用”科目用于归集与核算物流业务作业职能部门发生的机构设置费用与管理人员相关费用。

但需注意，由于物流企业所运作的物流业务的不同，在实际工作中对于物流业务作业职能部门发生的机构设置费用与管理人员相关费用还应根据具体情况进行归集和处理。物流业务作业职能部门所发生的费用根据能否直接计入某一物流业务成本可以区分为直接费用和间接费用。例如，物流企业在承接较大的物流业务时会考虑设置分拨中心这一作业职能部门，根据物流业务运作方案的设计，分拨中心通常可以分为两类：一类为总分拨中心，负责接收客户方的货物并安

排货物从该分拨中心至区域分拨中心或至货物接受方的发送;另一类为区域分拨中心,负责接收总分拨中心分拨的货物并安排货物的配送。如果分拨中心仅服务于某项物流业务,则该中心发生的机构设置费用与管理人员相关费用应作,为直接费用计入物流业务成本;如果分拨中心服务于不同的物流业务,此时该分拨中心发生的机构设置费用与管理人员相关费用应先在“营运间接费用”科目进行归集,然后选择合适的分配标准分配计入不同的物流业务成本。除了分拨中心以外,物流企业的运输、装卸、仓储、加工作业等分支机构发生的机构设置费用和管理人员相关费用也需先判别其与某项物流业务的关系,然后作为直接费用或间接费用计入物流业务成本。

3) 物流业务费用处理的特殊考虑

以上探讨的对物流企业物流业务管理职能部门、作业职能部门相关费用的处理符合外部报告会计的要求,但从物流企业的经营管理角度看,仅作这样的会计处理尚不能满足企业经营管理的需要。为了反映物流企业提供某一项物流业务的实际成本水平与盈利能力,需要完整的成本信息,这时不仅要把物流业务作业职能部门业务机构相关费用包括在内,而且应将归集在“营业费用”科目中的可以区别归属于某一项物流业务的物流业务管理职能部门的业务机构相关费用包括在内。例如,物流企业对某一项物流业务的投标成功了,即前期开发成功了,此时从物流企业物流业务经营管理的需要出发,应将能够明确界定的前期开发费用即物流业务承揽费用作为该项物流业务的盈利分析的构成因素之一,即在考评该项物流业务的实际成本水平及其盈利能力时应将承揽费用考虑在内。

同样,对于物流企业在投标过程中发生的物流方案设计费用,在投标成功之前作为前期开发费用列为营业费用,在投标成功之后,应将后续发生的物流方案设计(调整、优化)费用直接计入所投标的物流业务成本中。根据企业经营管理的需要,还应将投标成功之前发生的能够与其他物流业务区别开来的物流方案设计费用计入该项物流业务成本中。对于物流管理信息系统发生的费用,根据《企业会计制度》的规定,在自行开发的情况下,因能否开发成功具有不确定性,而将开发费用作为期间费用列为管理费用;在外部购入情况下,作为无形资产最后摊销列为管理费用。但从物流企业的经营管理角度出发,对于开发成功且能区分不同物流业务的物流管理系统开发费用、专门为某一项物流业务运作而购置的管理信息系统的摊销费用,应该计入该项物流业务成本之中。

二、应收账款

1) 应收账款是指企业对外销售商品、材料以及提供劳务而应向购货方或接受劳务方收取的款项。包括企业在销售过程中代购货方垫付的包装费用、运杂费用以及应向购货方收取的增值税款。

2) 公司的应收账款在流动资产中具有举足轻重的地位。公司的应收账款如能及时收回,公司的资金使用效率便能大幅提高。应收账款周转率就是反映公司应收账款周转速度的比率。它说明一定期间内公司应收账款转为现金的平均次数。用时间表示的应收账款周转速度为应收账款周转天数,也称平均应收账款回收期或平均收现期。它表示公司从获得应收账款的权利到收回款项、变成现金所需要的时间。

应收账款周转率公式有理论和运用之分:

1.理论公式:

$$\text{应收账款周转率} = \frac{\text{赊销收入净额}}{\text{应收账款平均余额}} \times 100\%$$

应收账款平均余额

$$= \frac{\text{当期销售净收入} - \text{当期现销收入}}{\text{当期销售净收入} + \text{当期现销收入}} \times 100\%$$

$$= \frac{(\text{期初应收账款余额} + \text{期末应收账款余额})}{2}$$

$$\text{应收账款周转天数} = \frac{360}{\text{应收账款周转率}}$$

应收账款周转率

2.运用公式:

$$\text{应收账款周转率} = \frac{\text{当期销售净收入}}{\text{应收账款平均余额}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{当期销售净收入}}{(\text{期初应收账款余额} + \text{期末应收账款余额}) / 2} \times 100\%$$

$$\text{应收账款周转天数} = \frac{360}{\text{应收账款周转率}}$$

应收账款周转率

两者的区别仅在于销售收入是否包括现销收入。我们可以把现销业务理解为赊销的同时收回货款，这样，销售收入包括现销收入的运用公式，同样符合应收账款周转率指标的含义。

销售净收入=销售收入-销售退回

赊销收入净额=销售收入-销售退回-现销收入

一般情况下，应收账款周转率越高越好，周转率高，表明收账迅速，账龄较短；资产流动性强，短期偿债能力强；可以减少坏账损失等。

定义：指定的分析期间内应收账款转为现金的平均次数。

公式：应收账款周转率=赊销收入净额/[（期初应收账款+期末应收账款）/2]

企业设置的标准值：

意义：应收账款周转率越高，说明其收回越快。反之，说明营运资金过多呆滞在应收账款上，影响正常资金周转及偿债能力。

分析提示：应收账款周转率，要与企业的经营方式结合考虑。以下几种情况使用该指标不能反映实际情况：第一，季节性经营的企业；第二，大量使用分期收款结算方式；第三，大量使用现金结算的销售；第四，年末大量销售或年末销售大幅度下降。

3) 应收账款周转率解析

1.应收账款周转次数，表明应收账款一年中周转的次数，或者说明1元应收账款投资支持的销售收入。

2.应收账款周转天数，也称为应收账款的收现期，表明从销售开始到回收现金平均需要的天数。

3.应收账款与收入比，可以表明1元销售收入需要的应收账款投资。

4) 应收账款周转率问题

1.销售收入的赊销比例问题。

从理论上说应收账款是赊销引起的，计算时应使用赊销额取代销售收入。但是，外部分析人无法取得赊销的数据，只好直接使用销售收入计算。

2.应收账款年末余额的可靠性问题。

应收账款是特定时点的存量，容易受季节性、偶然性和人为因素影响。在应收账款周转率用于业绩评价时，最好使用多个时点的平均数，以减少这些因素的影响。

3.应收账款的减值准备问题。

统一财务报表上列示的应收账款是已经提取减值准备后的净额，而销售收入并没有相应减少。其结果是，提取的减值准备越多，应收账款周转天数越少。这种周转天数的减少不是好的业绩，反而说明应收账款管理欠佳。如果减值准备的数额较大，就应进行调整，使用未提取坏账准备的应收账款计算周转天数。报表附注中应披露应收账款减值的信息，可作为调整的依据。

4.应收票据是否计入应收账款周转率。

大部分应收票据是销售形成的。只不过是应收账款的另一种形式，应将其纳入应收账款周转天数的计算，称为“应收账款及应收票据周转天数”。

5.应收账款周转天数是否越少越好。

应收账款是赊销引起的，如果赊销有可能比现金销售更有利，周转天数就不会越少越好。收现时间的长短与企业的信用政策有关。

例如，甲企业的应收账款周转天数是18天，信用期是20天；乙企业的应收账款周转天是15天信用期是10天。前者的收款业绩优于后者，尽管其周转天数较多。改变信用政策，通常会引起企业应收账款周转天数的变化。

6.应收账款分析应与销售额分析、现金分析联系起来。

应收账款的起点是销售，终点是现金。正常的情况是销售增加引起应收账款增加，现金的存量和经营现金流量也会随之增加。[1]

6) 应收账款周转率缺陷

应收账款周转率是企业一定时期内主营业务收入净额同应收账款平均余额的比率。公式为：应收账款周转率=主营业务收入净额÷应收账款平均余额。其中，主营业务收入净额是指企业当期主要经营活动所取得的收入减去折扣与折让后的数额，数据可取自利润及利润分配表。应收账款平均余额=(应收账款余额年初数+应收账款余额年末数)÷2；应收账

款余额=应收账款账面净值+坏账准备，数据可取自资产负债表及资产减值准备明细表。

1、分子的缺陷。应收账款周转率反映的是本年度应收账款转为现金的次数，那么上述公式中的分子应该是本年应收账款不断收回现金所形成的周转额，而把主营业务收入净额作为分子有失偏颇。笔者认为，主营业务收入净额既包括赊销额也包括现销额，实质上现销额与应收账款毫不相干，但企业为保守商业机密，会计报表上通常不提供现销、赊销金额。因此，为方便取数，把整个主营业务收入净额（不管是现销、赊销）列为分子未尝不可。但关键是主营业务收入净额（即便全是赊销）也仅仅是一年（一定时期）的经营成果，而一般很难在同一年（同一时期）全部收回现金。而且把主营业务收入净额列为分子还暗含一种前提假设，即本年（本期）的销售，无论哪家企业、无论何种经营状况、无论销售何时发生，本年（本期）都必须全部收回现金，只有这样应收账款周转率才能反映本年度或一定时期应收账款转为现金的次数。这种前提假设与实际不相符，因此，主营业务收入净额绝不是应收账款收回现金的周转额，其不能作为应收账款周转率的分子。

2、分母的缺陷。应收账款周转率的分母是应收账款平均余额，即（上期数+本期数）÷2，这里同样存在着一种假设，计算结果实际意义不大。如某企业上年底应收账款 100 万元，至本期应收账款余额仍为 100 万元，（且不说主营业务收入多少，分子越大越失真），能说明什么情况呢，假设第一应收账款根本就没有发生额，这是很有可能的；第二应收账款发生多次周转，恰好于年初数相同；如第一种假设成立的话，应收账款作为分母计算的结果就根本没有意义，所以采用上期数+本期数÷2 的计算方式是不严谨的。

6) 应收账款周转率改进

根据应收账款的周转过程，赊销形成应收账款（记“应收账款”科目借方），收回现金形成应收账款周转额又使应收账款减少（记“应收账款”科目贷方），那么应收账款累计贷方发生额可以说是非常准确的应收账款周转额了，所以应收账款周转率的分子应为年度（一定时期）应收账款累计贷方发生额。考虑到取数的方便，可作相应的变通处理。由“期初余额+本期借方发生额-本期贷方发生额=期末余额”等式可推出：应收账款（含应收票据）回收额=本期贷方发生额=期初余额+本期借方发生额-期末余额。其中：应收账款（含坏账准备）期初余额和期末余额可取值于资产负债表及资产减值准备明细表；应收账款本期借方发生额即本期赊销额在报表中不能取得，但可仿照《细则》的处理以主营业务收入净额代之，这样便可取值于利润及利润分配表。

因此，应收账款周转率公式应改进为：应收账款周转率=应收账款回收额÷应收账款平均余额。其中：应收账款回收额=应收账款期初余额+主营业务收入净额-应收账款期末余额。应收账款平均余额的计算同《细则》，应收账款含应收票据及坏账准备。

改进公式的问题：

为讨论公式，可以只考虑赊销收入，所有回收金额也都是赊销后的回款。

应收账款回收额=应收账款贷方发生额，企业在一个期间的回收金额是各期回款金额的总和，用 T1 回款表示第一期回款，则回款金额为（T1 回款+T2 回款+……+Tn 回款），收入金额也可以表示为（T1 收入+T2 收入+……+Tn 收入）。

应收账款余额=T1 收入-T1 回款+T2 收入-T2 回款+……+Tn 收入-Tn 回款

应收账款平均余额=(T1 收入-T1 回款) + (T1 收入-T1 回款+T2 收入-T2 回款+……+Tn 收入-Tn 回款) /n

一般公式：应收账款周转率=收入/应收账款平均余额=nT 收入 / ((T1 收入-T1 回款+Tn 收入-Tn 回款) /n)

改进公式：应收账款周转率=回款/应收账款平均余额=nT 回款 / ((T1 收入-T1 回款+Tn 收入-Tn 回款) /n)

两个公式对比一下，改变的仅仅是分子，而且回款金额不容易统计。

通过上面分析可以知道，该比率只是对收入、回款及关系的总体考量。分子用收入更便捷直观，数据更容易获得。

在会计报表上，我们可以看到，收入是损益表的代表，应收账款是资产负债表主要科目，回款是现金流量表经营活动的主要指标。因此可以说应收账款周转率连接了三大会计报表。并能够对企业的经营情况进行有效的分析。合理利用该指标并作为一项考核内容，还能够有效管理公司的销售业绩，并及时督促回款。因此，可以说应收账款周转率是一项“财务黄金指标”。

7) 应收账款周转率意义

一般来说，应收账款周转率越高越好，表明公司收账速度快，平均收账期短，坏账损失少，资产流动快，偿债能力强。与之相对应，应收账款周转天数则是越短越好。如果公司实际收回账款的天数超过了公司规定的应收账款天数，则说明债务人拖欠时间长，资信度低，增大了发生坏账损失的风险；同时也说明公司催收账款不力，使资产形成了呆账甚至坏账，造成了流动资产不流动，这对公司正常的生产经营是很不利的。但从另一方面说，如果公司的应收账款周转天数太

短，则表明公司奉行较紧的信用政策，付款条件过于苛刻，这样会限制企业销售量的扩大，特别是当这种限制的代价（机会收益）大于赊销成本时，会影响企业的盈利水平。

有一些因素会影响应收账款周转率和周转天数计算的正确性。首先，由于公司生产经营的季节性原因，使应收账款周转率不能正确反映公司销售的实际情况。其次，某些上市公司在产品销售过程中大量使用分期付款方式。再次，有些公司采取大量收取现金方式进行销售。最后，有些公司年末销售量大量增加或年末销售量大量下降。这些因素都会对应收账款周转率或周转天数造成很大的影响。投资者在分析这两个指标时应将公司本期指标和公司前期指标、行业平均水平或其他类似公司的指标相比较，判断该指标的高低。

8) 应收账款催收方式及技巧

1. 应收账款催收方式：

- 1). 直接上门催收：针对电话不接，总是以“出差，以不在公司”为借口，总找不到人的客户。
- 2). 电话催收：用语“您，您好，早上好，等），保持微笑。
- 3). 发催款函：对于拖欠严重并没有触及底线后期继续合作的客户。
- 4). 发律师函：针对拖欠款给公司造成不良影响，客户信誉评估极差，无法继续合作的客户。

2. 应收账款催收技巧：

由于当前商业信用普遍不高，企业的风险很多是由销货后客户不能及时回款造成的，货、款无归已成为困扰企业正常经营的“老大难”问题。笔者根据以往的亲身经历和体会，提出以下几条对策供参考。

一、对新客户或没有把握的老客户，无论是代销或赊销，交易的金额都不宜过大宁可自己多跑几趟路，多结几次账，多磨几次嘴皮，也不能图方便省事，把大批货物交给对方代销或赊销。须知欠款越多越难收回，这一点非常重要很多销售人员都有这样的经验：有些新客户，一开口就要大量进货，并且不问质量，不问价格，不提任何附加条件，对卖方提出的所有要求都满口应承，这样的客户风险最大。

二、货、款无归的风险有时是由推销人员造成的。有些推销人员惟恐产品卖不出去（特别是在市场上处于弱势的产品），因此在对客户信用状况没有把握的情况下，就采用代销或赊销方式，结果给企业造成重大损失。

为避免发生这种情况，可以在企业与销售人员之间实行“买卖制”，即企业

按照 100% 的回款标准向销售人员收取货款，客户的货款由销售人员负责收取。

这种办法把货、款无归的风险责任落实到销售人员身上，销售人员在向有一定风险的客户供货时就会三思而后行。一旦发生货、款不能回收的情况，也会千方百计、竭尽全力去追讨，否则将直接损害其自身经济利益。这是最能调动销售人员

责任心和工作积极性的办法，比上级主管人员的催促督导要有效、简单得多。

三、一些销售人员在催款中会表现出某种程度的怯弱，这里一个很重要的问题是必须要有坚定的信念。一个人在催收货款时，若能信心满怀，遇事有主见，往往能出奇制胜，把本来已经没有希望的欠款追回。反之，则会被对方牵着鼻子走，本来能够收回的货款也有可能收不回来。因此，催款人员的精神状态是非重要的。还有的收款人员认为催收太紧会使对方不愉快，影响以后的交易。如果这样认为，你不但永远收不到货款，而且也保不住以后的交易。客户所欠货款越多，支付越困难，越容易转向他方（第三方）购买，你就越不能稳住这一客户，所以还是加紧催收才是上策。

四、为预防客户拖欠货款，在交易当时就要规定清楚交易条件，尤其是对收款日期要作没有任何弹性的规定。例如，有的代销合同或收据上写着“售完后付款”，只要客户还有一件货物没有卖完，他就可以名正言顺地不付货款；还有的合同或收据上写着“10 月以后付款”，这样的规定今后也容易扯皮。另外，交易条件不能由双方口头约定，必须使用书面形式（合同、契约、据等），并加盖客户单位的合同专用章。有些客户在合同或收据上仅盖上经手人的私章，几个月或半年之后再去看账时，对方有可能说，这个人早就走了，他签的合同不能代表我们单位；有的甚至说我们单位根本没有这个人。如果加盖的是单位的合同专用章，无论经手人在与不在，对方都无法推脱或抵赖。

五、交易达成之后，要经常观察客户的经营状况，及时察觉其异动。如果客户出现异常的变化，一般事先会有一些征兆出现，如进货额突然减少，处理并不滞销的库存商品，拖延付款，客户单位的员工辞职者突然增多，老板插手毫不相干的事业或整天沉溺于声色之中。还有些外部环境的变化也要及时察觉，例如客户附近的房子上用红漆写下了“拆迁”字样，说明客户商店近期内就要关门拆迁。如果发现这些情况，要立刻结账，防止客户不知去向。

2) 增值税制度要素

1. 纳税人：一般纳税人和小规模纳税人
2. 税率征收率：17%和 13%
3. 征收范围：销售业、视同销售、混合销售、兼营业务
4. 应纳税额：
 - 1) 一般纳税人应纳税额=销项税-进项税（根据购进业务确定）
销项税=销项税额*税率
 - 2) 小规模纳税人应纳税额=销售额*征收率
 - 3) 进口货物应纳税额=组成计税价格*税率
 - 4) 出口免退税
 - A. 退税基本政策
 - B. 退税政策适用范围
 - C. 应退税额计算（免抵退税，先征后退）
5. 纳税义务发生时间和地点
- 1) 增值税一般纳税人和小规模纳税人的认定标准

一、划分 标准：

- 1) 定性标准———会计核算是否健全
 - 2) 定量标准———50 万元或 80 万元为分界线
- 增值税纳税人认定标准总结
- | 纳税人 | 认定标准 | 生产货物或提供应税劳务的纳税人或以其为主的纳税人 | 批发或零售货物的纳税人 |
|--------|--------------------|--------------------------|-------------|
| 一般纳税人 | 年应税销售额在 50 万元（含）以上 | 年应销售额在 80 万元（含）以上 | |
| 小规模纳税人 | 年应税销售额在 50 万元（含）以下 | 年应销售额在 80 万元（含）以下 | |

4) 税率与征收率

- | 纳税人 | 税率或征收率 | 适用范围 |
|--------|-------------|------------------|
| 一般纳税人 | 17%（基本税率） | 销售或进口货物、提供应税劳务 |
| | 13%（低税率） | 销售或进口规定的适用低税率的货物 |
| | 零税率 | 出口免税并退税 |
| | 4%或 6%（征收率） | 一般纳税人简易征收 |
| 小规模纳税人 | 3%（基本税率） | 销售货物、提供应税劳务 |
| | 2% | 销售自己使用过的固定资产 |

目前国际物流采用的是简易征收方式：

增值税普通发票 0 税率（免税的优惠政策）

增值税专用发票 6%税率（一般纳税人企业拿回公司可以作为进项税，抵扣 6%的增值税），所以客户如若需开增值税专用发票需要对方在运费基础上加 6%的税金

12.3 定期会议

- 1) 每周一下午 15:00 财务主管主持财务会议。
- 2) 反应上周海运与快递应收账款达标情况。
- 3) 如何应对拖欠严重的客户，讨论采取催收应对措施等。
- 4) 会议结束，财务主管需向上级部门汇报会议内容（邮件发送并抄送相关人员）。

第十三篇：推广部结构框架，工作内容，培训教材，定期会议

目录操作手册

(1) SEO 推广篇

1.1 SEO 站内站外实际操作明确

1.1.1 网站在搜索引擎的状态

1.1.2 查看友情链接

1.1.3 查看网站流量来源

1.2 用户需求分析

1.3 用户浏览文章体验

1.4 网站数据的监控

(2) SEM 推广篇

1.1 账户日常管理工作

1.2 日常工作内容出现问题和建议

1.3 提高自己的工作能力

1.4 总结补充

(3) 线下推广篇

1.1 简单了解线下推广

SEO 推广：

一、站内与站外优化工作：

第一步：网站在搜索引擎的状态

早上打开自己的电脑，用站长工具查看当日的网站数据，文章收录，各大平台外链变化以及关键词排名变化，（目前百度已经弱化外链推广，注：可以去 B2B、论坛、流量大平台发软文推广自身的品牌），通过每天的分析对比，你就能通过一些微小的变化来发现问题。

比如：为什么发了 3 篇原创文章，百度只收录了 1 篇，为什么外链昨天增加了，今天又减少了，哪个关键词又掉了，原因到底在哪里。通过这些原因找问题，在回忆前几天做的工作就能大概知道原因，不至于网站突然被 K，病急乱投医。

多总结多分析，久而久之你就能大概摸到百度的天气变化了，至少不会犯小错，通过 CMS 完成大部分的内部链接、增加锚文本添加。还有就是站内持有的主关键字加粗特等方便用户第一眼就能看到我们是做这行业的，还有就是挖掘更好的长尾关键字，提高内容被搜索引擎的收录几率，这样就能有效的给关键词在百度首页上增长排名。

第二步：查看友情链接

友情链接做好了，可以帮助自身网站迅速提高排名，相反，劣质的友情链接会给网站带来一些负面的影响，有的会被搜索引擎降权，严重的会被拉入“黑名单”。

所以在做友情交换之前，一定要注意以下几个方面：

1、网站内容的相关性不要以为友情链接做得越多越好，如果没有针对性做交换的话，一来，会影响到高质量网站对你的信任。二来，访问者会觉得你的网站不够专业。

2、对方网站的友情链接数量如果对方的网站权重不是很高，而友情链接却有一百多个的话，再跟他做交换就没有多大意思了。

3、对方网站在搜索引擎的收录量通过 site:可以知道对方网站的收录量，如果收录只有首页的话，有两大原因，一，可能是新站，二，可能被降权了。新站初期，可以跟百度收录的站交换链接即可。

4、对方网站的全球排名新手站长可以结合对方网站的全球排名，来衡量对方网站的质量。排名越低，说明网站质量越高。要注意：现在有很多站长为了吸引更多广告商，来刷网站排名。

5、总之友情链接不能让自身的网站做亏本买卖，最好找一些比自己高一点的站点来做交换。当然，自身的网站流量和对方的网站流量要相当，才可以进行交换，切记。

然后：通过每天查看友情链接的情况，你就能知道链接方网站运营的大概状态，及时删除首页不在第一的连接，比

如：对方网站权重不稳定，更新慢和外链过多的链接，在一般情况下友情链接在 32 个以下是最好的，超过的话要看他自身本站是不是有流量大的平台，就可以交换链接。

第三步：查看网站流量来源情况

做推广和营销一定要明白你的客户群在哪里，通过查看流量来源再加上站内流量转化率，你就能大概知道你的用户群和适合的营销方式。你可以结合关键词排名情况判断出哪些词能带来流量，你可以通过长尾词带来的流量情况发现哪些长尾词可以加固和扩展。甚至有时候你会惊奇的发现一个友情链接有时候也能给你带来十个 IP，这些对于自己以后的推广策略是很重要的线索。

站内与站外引流量结束了哦，你都看得明白吗？不懂没关系，实践中一步一步找到答案就好了。

二、用户需求分析：

下面就来和大家简单探讨一下小威哥的经验 and 总结出来的关于用户在哪方面需求的一些技巧吧。

第一：为用户提供方便浏览的锚文本链接

锚文本链接是一度被站长们拿来盲目优化关键词的工具，但是如今的百度算法已经重重打击了锚文本对网站排名的作用，因此，笔者认为，如今的站内优化拿锚文本来做关键词排名已经不再值得了。那么，锚文本对于站内优化有能有什么作用呢？

小威哥个人建议就是，利用锚文本来方便用户浏览我们的网站内容才是真正的王道。比如我们可以在一些文章内容上添加引导用户浏览网站的链接，如下图的“红色方框”这个锚文本：

尽管这个锚文本对网站排名是毫无作用的，但是它为用户提供了一个方便的、引导性的入口，这样做能够大大提高用户对网站的粘性，也是我们站内优化的最终目的之一。

第二：用提问型语句作为文章题目吸引用户浏览

其实用户来到一个网站最大的需求就是解决自己心中的疑问，从而满足自己的好奇心。笔者看过很多网站，他们展示在网站首页都是一系列使用陈述语句式作为文章标题的文章题目，这样对用户是毫无吸引力的，因为用户根本不知道，哪一篇文章才能满足他们的需求和疑问。所以，我们可以选择恰当使用提问型的语句作为文章的题目来吸引用户，如下图的网站一样：

此项举措也通过笔者的多次实践和证明，发现其点击率远远高于那些使用陈述语气作为标题的文章的点击率，是值得站长们去亲自试验和学习的。

第三：用户浏览文章体验

现在的生活节奏是很快的，用户来到网站无非就是为了能够迅速满足自己的各种需求，但是我们的网站文章的质量必然是良莠不齐的，如果我们不去把精华内容优先呈现出来给用户浏览，用户很可能会无法继续保持耐心去浏览我们的网站。就像我们的网站也是如此，质量高的内容页会把每一天点击率最高的投稿软文呈现在首页，让用户第一时间能看到当天最优秀文章，从而迅速满足用户的需求，同时也为用户烙下了一个良好的网站印象，回头率也会变得越来越高。

三、网站数据的监控分析：

网站有很多数据需要我们每天进行监控和分析，才能做到及时发现问题，及时解决；

网站日志：可以了解搜索引擎蜘蛛抓取了哪些内容、哪些需要 301 重定向以及 404 错误页面，方便我们进行 301 重定向以及 404 页面的及时提交，都是对百度友好的做法；

流量监控：通过流量的监控找出流量下降的原因，以便应对和调整。

关键词排名监测：通过 SEO 工具监测网站关键词的排名，找出关键词排名下降的原因，及时作出相应的调整；

数据分析是我们对网站进行微调的重要依据，这是我们 SEO 优化人员必须每天坚持的一项重要工作。

SEM 推广：

一、账户日常管理工作的

1. 账户每天的消费情况及成本等统计。
2. 检查每天的重点关键词的排名。
3. 网站能否打开和营销 QQ 是否能正常聊天对话。
4. 账户的基本维护和调整(出价、撰写创意、结构优化等)。
5. 根据点击量、消费和咨询量,判断是否有差别,是否有无效点击。
6. 对每天的消费统计分析,做账户一周或一段时间的消费预算。
7. 熟悉 SEM 推广中的注意事项,如查看是不是有竞争同行恶意换 IP 点击关键词创意数据等。

二、日常工作内容出现的问题和建议

1.账户日预算设计和计划预算设置,要和自己的账户每天消费情况做出合理的设置,而不是随便设置,例如:账户每天消费 150,账户预算可以设置成 150——180 左右,每个计划的预算也各不相同,如 FBA 计划消费多,每天消费 50,可以设置成预算 80 左右,欧洲的消费少 70 左右,就少设置点预算,不要和 FBA 计划的预算一样。这样就算出现问题也可以避免消费过高或浪费预算,可以及时处理。

2.用完推广助手要检查一遍,修改的时候,尤其是大量批量的修改出价和匹配方式,有时候不小心修改关键词出价,把关键词匹配方式也改了,或把访问 URL 改了。要及时的检查,出价排序,计划关键词匹配排序,复制访问 URL 看看能否打开等等步骤。

3.百度账户的优化建议,如关键词出价移动出价等等,只能作参考,要根据自己账户的实际情况作出合理的操作,不会的或不懂得及时提问。

4.间隔 2—3 个小时的时候就检查检查网站或营销 QQ 对话等,出了问题及时解决,点点网站里的按键看看能打开吗,或按键链接等是否都对。下班之前点点网站看看能打开不在下班,在回去,网站打不开了,就不回了(0.0),找技术解决问题。

5.查看数据报告,出现关键词异常的点击,第一和第二或前几的关键词点击数相差太多,就必须马上查看关键词排名,是否关键词有歧义、还是无效点击和出价匹配等等问题。出现歧义的关键词马上处理,都加成否定关键词。

6.各个账户推广要及时和上级的负责人联系,如及时的咨询数据,停电,休假或续费等,及时沟通。

7.相比去年的数据与今年的对比,同行的竞争也很强势,但是相对的转化率却不太高,是因为账户的推广人群定向和关键词的删选有一定的拓展,这样就准确率不太高了。应适当的降低一些无关关键词的消费,例如欧洲计划不要每个账户都有或匹配都一样等。

8.除对自己的账户有一定的了解以外,还要分析同行的推广状况,以及关键词的出价、位置顺序、排名和创意撰写是否一样等等,这样才能“知己知彼,百战不殆;不知彼而知己,一胜一负;不知彼,不知己,每战必殆。”

首先了解自己,熟悉账户的大体情况,质量度,出价,创意等等,在了解对手也的情况下,才能战胜对手。细节决定成败,账户的一切都是有每个小的细节组成,每天数据也是有咨询网站的推广和各部门努力组成。熟悉各自的工作了解他人的情况,在放眼整体布局。

三.提高自己工作能力

加强好学习,拓宽知识面,不局限于百度和现有的知识,努力学习 SEM 推广各种渠道的专业知识,加强对搜索营销发展走向的了解,全面的了解搜索营销的新概念新方法,同时去了解市场的发展,对账户及推广的情况做到心中有数。做好自己的本职工作,注重本部门和相关部门的沟通团结,相辅相成,形成良好的工作氛围。许多工作的上细节需要进一步的完善,经过不断的学习不断的积累,如账户管理能力、数据分析能力、相关之间的沟通能力。才能够从容的处理日常工作出现的各种问题。

四.总结补充

- 1.每天查看账户灰星关键词,是重新添加还是删除或根据关键词写创意。
- 2.可以看看别人的账户,看看对手的网站,和同行竞争对手套套路子,取长补短。
- 3.不要频繁的大量或批量修改账户,也不要经常修改 URL,会影响账户。
- 4.注意工作沟通方法方式语气,创造良好的工作环境氛围。
- 5.精确计划和短语计划中创意在精,不在多。

好了，SEM推广技巧也学习玩了。你真的能看不懂了吗？看不懂没关系上机实操吧，相信你每一步都能找到感觉的，加油哦。

线下推广：

在这里就简单的介绍一下线下推广：

- 1、广告宣传推广;以海报的形式进行推广，出现在公共场所，交通工具等地方;
- 2、活动宣传;线下活动推广，通过举办一些活动的形式进行推广;
- 3、名片推广，通过线下发名片的形式推广;
- 4、宣传单推广，通过请人发宣传单形式推广;
- 5、赠品推广，通过在赠品上印刷品牌信息，然后寄给客户进行推广;
- 6、二维码推广;在实体店，或者是名片二维码推广;

如：下图

第十四篇： 电商部结构框架，工作内容，培训教材，定期会议

准备中

第十五篇： 技术部结构框架，工作内容，培训教材，定期会议

技术部资料另存。

第十六篇： 行政部结构框架，工作内容，培训教材，定期会议

一. 结构框架：

16.1.1 行政成员任职资格及工作内容（职责）

办公室文员任职资格：

学历：行政管理类中专以上学历。

经验：一年以上行政管理工作经验。

能力：精通各种办公软件操作，性格随和沟通能力强，责任心强，为人诚恳吃苦耐劳做事踏实。

工作内容（职责）：

- 1.拟定公司行政方面的各项规章制度，督促所属人员严格执行公司行政方面的有关规定，做到依章办事，有章可循，规划公司的各项行政运营管理。
- 2.做好公司日常行政后勤事务处理，公司员工招聘工作，应聘人员的预约、初试接待、面试记录及筛选推荐工作，协助各部门进行人员招聘。
- 3.负责人力资源管理工作，员工入职手续办理、员工劳动合同的签订、续签与管理，员工考勤及绩效考核，员工培训，社会保险等工作。
- 4.对新进员工进行公司制度与文化的培训工作，建立公司企业形象。
- 5.公司内部员工档案的建立与管理。
- 6.负责离职员工的善后处理工作，包括办公用品、钥匙、出勤核算、离职办理，合同解除等。
- 7.公司员工福利制度的安排执行工作。
- 8.管理劳动合同、保密协议、房屋租赁协议以及各类人事行政文档；公司合同协议书等文档的修订与管理。
- 9.负责企业资产配置（包括办公设备、办公用品）的管理工作，包括清点、维护、登记等；日常办公用品的采购与管理。
- 10.负责公司快递收发工作，与其他部门的协调工作，做好信息的上传下达。
- 11.制定公司奖惩激励制度，员工岗位晋升、下调策略，报批通过后加以监督执行。
- 12.公司环境卫生管理以及办公、生活设施、用品等的管理工作，配合相关安全部门做好公司的安保护工作。
- 13.协助各部门做好节假日期间工作安排，包括值班安排、检查门窗、关闭电源电脑等工作，责任到人。

14.负责组织企业文化和建设工作，公司组织的各项活动安排等。

15.定期组织做好办公职能检查，及时发现问题、解决问题，同时督促做好纠正和预防措施工作；组织召集公司各部门职员收集建议，对合理化建议进行评审及采纳。

16.合理安排好休假期间的工作。

17.完成上级指派的其他工作。

二、培训教材

1) 时间安排：行政部每季度一次培训

3)、内容安排：

模块一：学习企业文化

1.企业的发展方向

2.企业的组织构架

3.企业的管理模式

4.企业文化的建设

讨论：公司管理制度如何更加完善？

模块二：行政人员的职业素养和职

1.行政人员职业发展方向

2.行政人员的专业技能

3.行政人员的工作职责

4.优秀行政人员的职业素养

理清职责，提高工作效率

讨论：女性从事行政工作的优势是什么？

模块三：行政人员的职场沟通技巧

1.了解什么是沟通

2.如何提升听、说、问的能力

3.了解你所沟通对象的特点

4.领会对方的说话意图，把握弦外之音

5.通过非语言行为了解沟通对象

6.对方若有情绪，如何应对沟通

7.平行沟通技巧

8.垂直沟通技巧

讨论：领导有错误你该怎么办？

模块四：办公用品的管理

1.电话事务的传达与管理

2.邮件的收发管理与文件处理流程管理

3.传真的管理

4.报销流程与零用钱的管理

5.办公设备维护管理

讨论：如何有效控制办公成本？

模块五：会议组织与管理

1.加强会议前期的准备

2.如何在会后跟进会议内容的工作

3.高效传达并落实会议主要内容并落实

模块六：行政人员的职业形象的塑造

1.仪容仪表规范

2. 问候的礼仪
3. 见面介绍的礼仪
4. 建立最具亲和力的形象

讨论：行政人员应具备什么样的职业形象

三、定期会议：

1. 每周五下午主管主持 17:00 行政会议。
2. 汇报本周行政管理工作的。
3. 招聘情况与办公室员工情况反馈。
4. 办公用品采购，安全安防等情况反馈。
5. 会议结束，办公室文员需向上级部门汇报会议内容（邮件发送并抄送相关人员）

第十七篇：仓储部结构框架，工作内容，培训教材，定期会议。

一，仓库快递工作流程图

（略）

二，提货，收货，查货/量货，出货，退货

2.1 提货：司机按照 APP 软件订单进行抢单，收件。

2.2 收货：客户快递过的的货物进行签收，在系统《货物预报》中收货（填写件数/到付费用）。并且登记好（系统订单号，客户名称，快递单号，件数及到付费用）方便查询。

2.3 查货/量货

录单员按照客户做的订单与操作一起对货物进行分票（有问题件向对应的业务反馈）；操作对货物进行查验（是否带电，带磁，带液体，仿牌等）；操作量好材积，录单员录入系统并把查到货物带电，带磁等情况备注好。

2.4 出货：仓库主管按照客户要求定好渠道发给代理。

2.5 退货：由录单员，仓库主管通知退件，操作按照单号到代理进行问题件退件。

三，打印资料

上门取件/物流递送/供应商送货（货到仓库）→录单员录入材积（按客户做的订单对货物的外箱标签进行核对，并写好单号）→向快递部催促发票→录单员打印发票（一式三份）、报关的要打印报关资料并核对资料信息（最少五要素：报关委托书，装箱单，合同，发票，货物报关单）

四，处理货物

4.1 处理纸箱：操作对一些包装不合格的箱子就行更换/裁剪

4.2 处理产品

4.2.1 重新包装：按照客户的要求对其货物进行拆箱/合并，根据型号重新包装（换包装袋，纸箱）

4.2.2 贴标签

1) 要求：根据客户提供的标签文件打印好标签，贴在对应的货物上面（有的货物需要覆盖之前的标签）

2) 标签（用 BarTender UltraLite 软件打印的）

小标签（45mm*25mm）：产品标、MADE IN CHINA、警示标等等。

也可以打印其他的，例如长短不一的 SKU 条码

参考图片：产品标签模板

大标签（100mm*100mm）：主要是打印 FBA 标签，也可以打印多种合成的产品标。如图：

另：45mm*25mm 不干胶：100mm*100mm 不干胶。

五，仓库海运工作流程图（略）

附页 1 一般进口所需单证

普通货物进口（芯片、布料、塑料制品、服装类（除贴身内衣，T恤）、不锈钢装饰品等）

自有单证：发票，箱单，合同，申报要素 代理进口：发票，箱单，申报要素，代理协议

适用：陆运，空运，海运

木制品（包括纤维板，复合板）

自有单证：发票，箱单，合同，申报要素，植检证（可提供加工证明）

代理进口：发票，箱单，申报要素，植检证（可提供加工证明），代理协议 适用：陆运，空运，海运

化工品 非危（液体，粉末，膏状物）

自有单证：发票，箱单，合同，申报要素，中文 MSDS 代理进口：发票，箱单，申报要素，中文 MSDS，代理协议

适用：空运，海运 注意中港陆运需要提前预审中文 msds 和标签

化工品 危险品（液体，粉末，膏状物）

自有单证：发票，箱单，合同，申报要素，中文 MSDS，危险品标签代理进口：发票，箱单，申报要素，中文 MSDS，危

险品标签，代理协议 适用：空运，海运 注意中港陆运需要提前预审中文 msds 和危险品标签

旧设备进口

前提条件：询问具体品名和功能用途（归类 HS CODE），新旧程度，判断是否准入。

自有单证：发票，箱单，合同，申报要素，中检报告

代理进口：原始发票，箱单，购买合同，申报要素，中检报告，代理协议 适用：陆运，空运，海运

化妆品进口（暂无法代理进口）

自有单证：发票，箱单，合同，原产地证，中文标签（含包装图+中文标签样张），化妆品备案凭证，安全性承诺书，危

害识别表，日期证明（货物清单），成分表 适用：陆运，空运，海运

红酒，啤酒进口

自有单证进口：合同，发票，装箱单，申报要素，境外发货人备案，经营单位收货人备案截图，酒标（原文标签样张彩图、贴标样张，原文标签中文翻译件、中文标签样张），原产地证正本，卫生证书正本（或者健康证，或者自由销售证书），成分分析证明，装瓶证明

代理进口：发票，箱单，合同，申报要素，酒标（原文标签样张彩图、贴标样张，原文标签中文翻译件、中文标签样张），原产地证正本，卫生证书正本（或者健康证，或者自由销售证书），成分分析证明，装瓶证明，代理进口协议

适用：陆运（经香港需要多一个中转确认书），空运，海运

冻肉进口：

自有单证进口：合同，发票，箱单，原产地证，卫生证，生产日期证明，中文标签，厂商注册号，运费证明，保费证明，提单，中转的提供中转确认书，木质包装熏蒸证明（或是无木证明），自动进口许可证，商检核销单

代理进口：合同，发票，箱单，原产地证，卫生证，生产日期证明，中文标签，厂商注册号，运费证明，保费证明，提单，中转的提供中转确认书，木质包装熏蒸证明（或是无木证明），代理协议 适用：空运，海运 不适用中港陆运

新料塑胶粒进口（包装统一，颜色统一）

自由单证进口：发票，箱单，合同，申报要素 代理进口：发票，箱单，合同，申报要素，代理进口协议

适用：陆运，空运，海运

水果进口：

自有单证进口：合同，发票，箱单，原产地证，植检证，生产日期证明，中文标签，厂商注册号，运费证明，保费证明，提单，中转的提供中转确认书，木质包装熏蒸证明（或是无木证明），自动进口许可证，商检核销单

代理进口：合同，发票，箱单，原产地证，植检证，生产日期证明，中文标签，厂商注册号，运费证明，保费证明，提单，中转的提供中转确认书，木质包装熏蒸证明（或是无木证明），代理协议

适用：空运，海运，陆运。

1, 讲一个 tobegan 怎么来的故事。u can, i can, to be can.

这是 tobegan 来源的根本, 来自于 2008 年的我做的一个标语。当时的标语是, i see, i can, i do.

另外, 那是在 2016 年。也是源自超能力的英文名字 topcan, 那一朵小红花。这名字被用在了对超能力贸易的英语诠释上, 当我想对一个新的微信号启用这个名字时候, 发现没机会。已经被占用。可是我又不想距离 topcan 太远, 也就是字母变化太多。于是按照发音, 把 P 改为了 b, tobegan 可是这个完全不容易记住, 也没有任何意思, 太生搬硬造, 于是再次变化按照音节改为了 tobegan. 用作了吴婷婷现在用的微信的微信号。当 2019 年我们启用新域名和邮箱的时候, 开创好又宜物流, 很自然的把二者关联到一起。为了国际物流的新域名。才有了后面的海外部, 海外代理, 域外营销的出师之名。

Topcan, 超能力。
tobegan, 好又宜。
P 字 180 度反转, 翻了个身。詹天佑的人字火车, 亦或是一字长蛇阵, 变阵。

2, mesowe 这个词组的由来。

汉语翻译

【化】 内消旋; 中; 中间; 中(位)(即蕙环核的 9,10 位); 介; 新
【医】 正中, 中间, 中位, 内消旋, 新(化学)

词型变化:

异体字:mes-

详细解释:

Meso n. 中位;消旋;细观;中间的;内消旋
meso- 或 mes- pref. (前缀)
In the middle; middle: 在中间的; 中间的:
例句: mesoderm. 中胚层 Intermediate:中等的:
例句: mesophyte. 中生植物
来源: Greek 希腊语
from mesos [middle] * see medhyo- 源自 mesos [中间的] *参见 medhyo-
: 采用小词讲大义。喜欢用助词。
: 对呀, 比如 mesowe, 其实是, meso-we, 实际为 meso-wei. 音译自 Mr. Wei。
meso 是字根 用语化学和空间物理的名词前缀。是细微, 微粒子, 中位数。
于是最终出现了, mesowe。
因为 i 在最后面, 很难看, 而且, wei 外国人也不懂是啥意思。就采用了, me so we 三个词语组在一起。诠释了, 中国魏先生, 以及中位数的 we, (我们), 居中, 等等。
最终定为 mesowe。

附页 3，关于公司 LOGO 的来源，简单说明。

A. 红魏印章：来自于魏碑，取自古代的国家名号，非传统的篆刻法，让人印象深刻。正直，正统，正方。简洁直接的表达了公司源自一个魏先生。一方红印，秉承中国五千年的传统理念，行天地之名，坐不改姓行不改名。诠释出这家公司的底蕴和信仰，追求卓越的契约精神，遵守信用。按照崇高且伟大的信念，一直前行，留下痕迹。决不食言。

B. 九一印章：来自于魏能的签名，进一步艺术化，简化成一个龙形的中文数字九和阿拉伯数字 1，也是九和 1 的完美融合。也代表中魏团队的人员都遵循一言九鼎，一步到位的信仰。矢志不渝，不忘使命。

C. 红蜗牛图标：来自于魏能的汉语拼音的首字母 WN,Wei Neng，逆向音译的 Wo Niu，蜗牛。通过艺术化的卡通设计，让中魏的红蜗牛，具备了急速，乐观，爱笑。并且头带安全帽，积极，阳光，正能量的 LOGO 形象。

蜗牛是一个非常神奇的小动物，几乎遍布了你所能想到和想不到的很多环境下。甚至你办公桌上喝茶的茶杯上都会有前一晚努力攀爬至此的小精灵。

同时，围绕红魏印章向外旋转的图形，是魏字那一撇的延伸和扩张，不断向外，向外，伸展。代表着不断进取，勇攀高峰，箭头位置的美缝表明不断突破，前进，前进，前进。

D. 小红花图标：来自于植物的藤蔓，傲娇，旺盛的生命力，和动物版的红蜗牛形成对照，化身植物的精灵，如果红蜗牛是小蜗牛侧面照片，小红花图标是为小蜗牛的俯视图。同时也是魏字那一撇的延伸很长大，从一撇长出了一簇，而且不断向上，向上，生长，生长，生长。

E. 四瓣花图标：来自于红蜗牛图标的帽子，二顶帽子结合起来，组成了一个开放式的 X 圆形，同时形成内部一朵四瓣花，洁白无瑕，充满着跳跃，也如翻开的一个宝藏，充满着 X 元宇宙的奥秘。

F. 风火轮图标：来自于中国的传统太极图，进行了简化，中间的折弯如同闪电的光芒，分开的两边如哪吒脚下的风火轮带出来的焰火，也是和极速红蜗牛的一骑绝尘的痕迹，异曲同工之妙。



ALL IN ONE SERVICE, TO BE CAN SOLUTION, MESOWE; EASY LIVE, EASY LOVE, EASY WORK, TOBECAN.

一方红印，一诺成金，一言九鼎，一步到位，愿你的灵魂得到滋养，真的爱你。

----- Mr.Weï , 中国魏先生。



mesowe

