

金蝶 K/3 ERP

销售管理应用指南

版权声明

本书著作权属于金蝶软件（中国）有限公司所有，在未经本公司许可的情况下，任何单位或个人不得以任何方式对本书的部分或全部内容擅自进行增删，改编，节录，翻译，翻印，改写。

金蝶软件（中国）有限公司

2007 年 12 月

前　　言

ERP(Enterprise Resource Planning)企业资源计划是一种先进的企业管理理念，由美国的Garter Group Inc公司于20世纪90年代初提出，是信息时代企业向国际化发展的更高层的管理模式。ERP致力于在企业管理的各个活动环节中，充分利用现代信息技术建立信息网络系统，对企业经营管理活动中的物流、信息流、资金流、工作流进行集成，实现企业各种资源的优化配置，加快企业对市场的反应速度，提高企业的管理效率和水平，并最终提高企业的经济效益和竞争能力。

几乎所有的企业都面临着这样的问题：进一步降低成本、提供更符合市场需求的商品、更迅速的获取准确的市场信息、生产信息。解决这些问题的重要途径就是进行企业信息化建设。自2005年以来，由于ERP概念、应用范围的普及以及ERP软件价格的降低，ERP已经成为越来越多的中国企业的管理工具。

金蝶国际软件集团有限公司始创于1993年8月，十多年来，一直专注于ERP在中国企业的普及和应用工作。在此过程中金蝶公司本身也得到了长足的发展：是亚太地区领先的企业管理软件及电子商务应用解决方案供应商，是全球软件市场中成长最快的独立软件厂商之一，是中国软件产业的领导厂商。金蝶公司于2005年7月20日在香港联合交易所主板成功上市，客户遍及亚太地区，包括中国大陆、香港、台湾、新加坡、马来西亚、印度尼西亚、泰国等国家和地区，总客户数量超过40万家。

在ERP实施服务支持过程中，我们经常听到这样的反馈：

- 用了一段时间ERP发现原来设的基础资料不适用了，改起来又实在麻烦，要是一开始就能设置好就省力多啦；
 - 我们需要更明确地界定各岗位的职责，所以业务流程想重新整理下，有没有更好的、可以借鉴流程？
 - 客户反馈有些业务需求软件无法满足！可是经过仔细分析原来系统已经提供可行的方案，可是我们的用户还不知道。
 - 金蝶公司用户手册的内容很丰富、描写很细致，但是要快速找到需要的东西还是有点难。
-

为了解决上述诸多疑问，我们有了这样的想法：是否可以把40万客户的经验进行总结提炼并传播给更多的企业呢？

本套丛书是金蝶的员工结合广大客户的应用实践经验而编写，目的在于以销售订单、采购订单、生产订单为业务源头，对企业实际业务中的工作流程进行分类，提炼出适用于大多数企业的基本流程、标准流程、常用流程、常用管理方法；以及这些业务需要准备的基础资料和初始数据；并结合金蝶ERP系统，描述这些流程和管理方法在金蝶K/3产品中如何实现。通俗的说，本套丛书就是要说明：企业的什么人在什么时候，以什么方式做什么事情，以及在金蝶K/3中如何应用。本套丛书讲述重点在于对业务应用流程、应用方案的介绍，对K/3系统的具体操作不做过于详细的说明，相关说明在金蝶K/3产品的用户手册有较为详尽的介绍。

本套丛书共包含七本应用指南，分别是：

《金蝶K/3 ERP—基础管理应用指南》以K/3 ERP系统的初始化和系统参数的设置为主线，详细介绍了基础系统的初始化流程、与应用场景结合的系统参数设置和业务系统的初始化，旨在帮助和指导用户进行金蝶K/3 ERP系统初始化和业务系统初始化的实施。

《金蝶K/3 ERP—销售管理应用指南》介绍了销售业务中的常用流程及应用，如面向订单生产模式下的销售业务、面向库存生产模式下的销售业务、出口销售业务等；还介绍了特殊

的销售业务流程及应用，如成套件销售、商品组合销售、销售退换货业务等。另外对销售环节中的企业内控专题如销售价格管理、信用管理、绩效等内容进行了深入探讨。

《金蝶 K/3 ERP—采购管理应用指南》介绍了一般采购业务、进口采购业务和委外加工采购业务三种常用业务流程和直运采购、长期合同采购、采购退货三种特殊业务流程的处理，并对供应管理和采购价格管理两个专题进行了较深入的探讨。

《金蝶 K/3 ERP—生产数据管理应用指南》介绍了 BOM、工艺路线、工程变更、工厂日历等生产数据的基本概念及如何结合 ERP 系统进行应用。

《金蝶 K/3 ERP—生产任务管理应用指南》分为两部分。第一部分内容为介绍了生产任务管理的目标和主要活动，以及生产组织方式和特点。第二部分包括：系统的介绍 K/3 系统提供的有关生产任务管理流程，生产任务的准备、执行、控制和结案的处理功能，联副产品、配置产品处理方案及生产绩效考核报表。

《金蝶 K/3 ERP—库存管理应用指南》介绍了仓库的基本设置及运作，仓库日常出入库、调拨、盘点业务处理的流程，以及库存控制的基本方法方面的内容。

《金蝶 K/3 ERP—存货核算应用指南》介绍了企业存货核算基本原理，企业日常经营活动中的外购入库、存货暂估、委外加工、自制入库、销售出库等业务核算处理方式，以及在核算过程中的账务处理。

本套丛书读者定位是：企业管理实践活动中信息化负责人、业务主管，可以了解如何利用信息化手段（主要是 K/3）来帮助企业提升效率，保持或改善企业的竞争优势；ERP 系统的实施人员也可以从中了解各类业务在 K/3 系统的实现方案。

欢迎读者对本书的不足之处多提宝贵意见，通过金蝶分支机构或直接来电 K/3 产品事业部需求反馈处理组(0755)26710145 反馈给我们，我们期待您给予我们好的建议和意见。

目 录

第 1 章 销售系统管理目标	1
1.1 管理目标	1
1.2 适用业务角色	1
1.3 系统主要功能	2
1.4 系统集成	4
1.4.1 本系统在整体ERP中的位置	4
1.4.2 与其他系统的接口图	5
1.5 标准业务流程	5
第 2 章 常用业务流程及应用	7
2.1 面向订单生产模式下的销售业务	8
2.1.1 模拟报价	9
2.1.2 销售报价	13
2.1.3 销售订单管理	13
2.1.4 销售发货环节	18
2.1.5 销售发票处理	22
2.1.6 销售环节费用处理	24
2.1.7 销售收款	25
2.1.8 销售业务分析	27
2.2 面向库存生产模式下的销售业务	27
2.2.1 销售订单管理	28
2.2.2 销售发货环节	31
2.2.3 销售开票与收款	31
2.2.4 销售业务分析	31
2.3 面向订单装配模式下的销售业务	32
2.3.1 模拟报价	34
2.3.2 订单产品的配置	34
2.3.3 订单监控及执行	43
2.4 国外销售业务	43
2.4.1 外销订单管理	44
2.4.2 出口信用证管理	44
2.4.3 出口单证与出运环节	47
2.4.4 出口收汇与退税	50
第 3 章 特殊业务类型及应用	53
3.1 委托代销业务	53
3.1.1 标准委托代销业务处理	53
3.1.2 通过调拨方式处理委托代销	55
3.2 成套件销售业务	55
3.2.1 成套件销售订单管理	57
3.2.2 成套件发货环节处理	57
3.2.3 销售开票与收款	58
3.3 商品组合销售业务	58
3.3.1 组合商品销售订单管理	59

3.3.2 组装件商品组合	59
3.3.3 组装件成本核算处理	60
3.3.4 组装件商品发货、开票与收款	61
3.4 直运销售业务	61
3.4.1 直运销售业务处理	62
3.4.2 直运销售业务利润分析	62
3.5 长期销售合同（协议）业务	63
3.5.1 合同（协议）业务处理	63
3.5.2 合同（协议）变更	63
3.5.3 合同（协议）执行监控	64
3.6 销售退换货业务	64
3.6.1 退货并退款	65
3.6.2 换货	65
3.6.3 退款不退货	65
3.6.4 销售退货统计	65
第 4 章 企业内部管控专题	67
4.1 销售价格策略及控制	67
4.1.1 统一定价策略	68
4.1.2 差别定价策略及控制	70
4.2 信用管理及控制	80
4.2.1 客户信用控制	81
4.2.2 业务员信用控制	83
4.2.3 客户和业务员两者结合控制	85
4.2.4 信用管理情况分析	85
4.3 销售环节绩效管理	86
4.3.1 销售环节绩效目标制定	86
4.3.2 销售环节绩效评估	87
附录A 术语表	89
附录B 销售系统系统参数清单	93
附录C 参考书目	95

第1章 销售系统管理目标

1.1 管理目标

如何快速满足市场和客户的需求、让客户满意是企业管理的核心。销售是企业生产经营成果的实现过程，是企业经营活动的中心，是企业的价值来源。随着经济的全球化，市场的国际化，满足客户多元化与个性化需求的趋势越来越强烈；高新技术不断创新，产品的更新更加快速，为适应市场与客户的需求，建立新的竞争优势已势在必行。

实现企业内外部供应链的信息化集成管理，建立先进的信息管理平台，优化和规范业务流程；加快信息流和物流速度，快速响应客户需求，全面提升企业运营效率；提高客户满意度，增强盈利能力，是打造企业核心竞争力的有力武器。

市场与客户的需求决定企业销售必须紧跟市场。在最短时间内按客户需求为客户提供商业咨询、产品技术介绍、报价，是留住客户、提高客户忠诚度的有效的竞争手段。

K/3ERP 销售系统提供通畅、完善的业务管理与控制流程：各业务前后环节互相衔接、形成了一个完整的运营体系，确保客户的需求能够及时满足实现。系统提供订单成本预测、订单交货期查询、订单 ATP 分析等，可以进行在线订单预评估、信用管控、价格管理、缺货预警，既快速响应客户的需求，提高客户满意度；又充分考虑企业控制机制，降低营运风险。

1.2 适用业务角色

角色名称：销售经理

职责：

- 1、制定销售计划和预算方案，完成既定销售目标；
- 2、销售价格政策管理和业务中的异常控制；
- 3、信用政策管理及在业务中的异常控制；
- 4、根据统计报表分析、预测、调整销售策略。

角色名称：销售业务员

职责：

- 1、与客户建立良好的合作关系，完成特定产品或地区的个人销售目标；
- 2、完成推销、报价、谈判、合同订单签订及合同订单执行等工作。
- 3、跟踪用户，收集客户反馈信息，及时为客户提供相关服务；
- 4、负责对账、应收款催收等工作

角色名称：**仓管员**

职责：

1. 根据指令，实施发货作业。

角色名称：**会计**

职责：

- 1、及时处理收付款账务，使财务信息快速更新。
- 2、监控销售过程，防范经营风险。

1.3 系统主要功能

► 销售报价管理

系统提供以模拟报价为核心的销售价格计算和报价功能，支持按产品的料、工、费和利润组成的销售价格计算，计算出的模拟报价可生成报价单，报价单还可以邮件附件形式发送给客户。帮助企业根据产品成本、目标利润率、以往价格等资料，快速制订准确的报价策略。

► 销售订单管理

系统提供完整的订单管理功能，支持订单变更、订单锁库、订单执行控制、订单评估等业务管理。订单执行支持严格执行、非严格执行和按比例出库三种控制力度；订单评估功能帮助企业在销售接单阶段，从成本、交期、可用量几方面进行事前分析，评估销售订单是否有利润、生产该如何安排等问题，判定销售订单是否可以接受。

► 销售发货管理

系统提供发货通知单，帮助企业销售部门控制发货。另外，在集团内部的分销业务中，发货通知单和退货通知单是处理集团内部购销、内部调拨的重要单据，可以在集团企业数据库间相互传递，完成业务处理。

► 销售结算管理

销售发票可通过销售合同、销售订单、销售出库单关联等多种途径生成，支持销售发票严格取销售订单的价格，实现企业灵活的开票处理及有效的发票管理。系统支持销售发票多种灵活的钩稽方式，实现成本和收入的匹配，如：支持销售发票与出库单据的部分钩稽、销售发票审核时自动钩稽、对以后期间单据的钩稽、费用发票参与钩稽等。

► 支持全面的销售模式

系统提供现销、赊销、直运销售、受托代销、委托代销、分期收款六种销售业务流程，同时支持组装销售等特殊销售业务，全面满足企业各类销售业务的处理。

► 价格与折扣管理

系统提供商品价格、折扣的多种组合方式，同时支持价格资料周期设置与最低价的控制功能，帮助企业有效执行销售政策，及时响应快速多变的市场需求。

► 信用管理

系统提供信用对象、信用控制强度、信用控制纬度及信用公式的灵活设置功能，同时支持在销售订单、发货通知、销售出库及销售发票等环节进行全面的信用管控，帮助企业有效管理应收款，规避销售资金回收风险。

► 销售订单全程跟踪

系统可跟踪销售订单的发退货、出退库、开退票、收退款、生产/委外任务、产品入库等环节；并可以追溯到生产/委外任务的领料、生产、检验、工序进度等环节；可以调出单据进行修改。通过全程跟踪，加强销售订单全过程监控，及时发现问题，采取措施，保证销售订单按期交货。

► 销售订单可视化管理

系统以甘特图方式管理展示销售订单的各任务计划和实际进度。通过销售订单可视化管理，企业可以管理大型复杂订单的产品开发、技术准备、采购、生产等全过程进度。

► 报表分析功能

系统提供丰富、灵活的业务分析报表，包括订单交货、订单销售订单执行分析报表、订单出库统计表、销售收入统计表等业务报表，以及毛利润表、销售增长分析、销售流向分析、销售结构分析、信用数量分析、信用额度分析、信用期限分析等管理报表，同时支持灵活设置报表查询分析条件，帮助企业快速、准确地获取支持销售决策和业务控制的相关信息。

1.4 系统集成

1.4.1 本系统在整体 ERP 中的位置

本系统在整体ERP中的位置如图 1-1 所示。

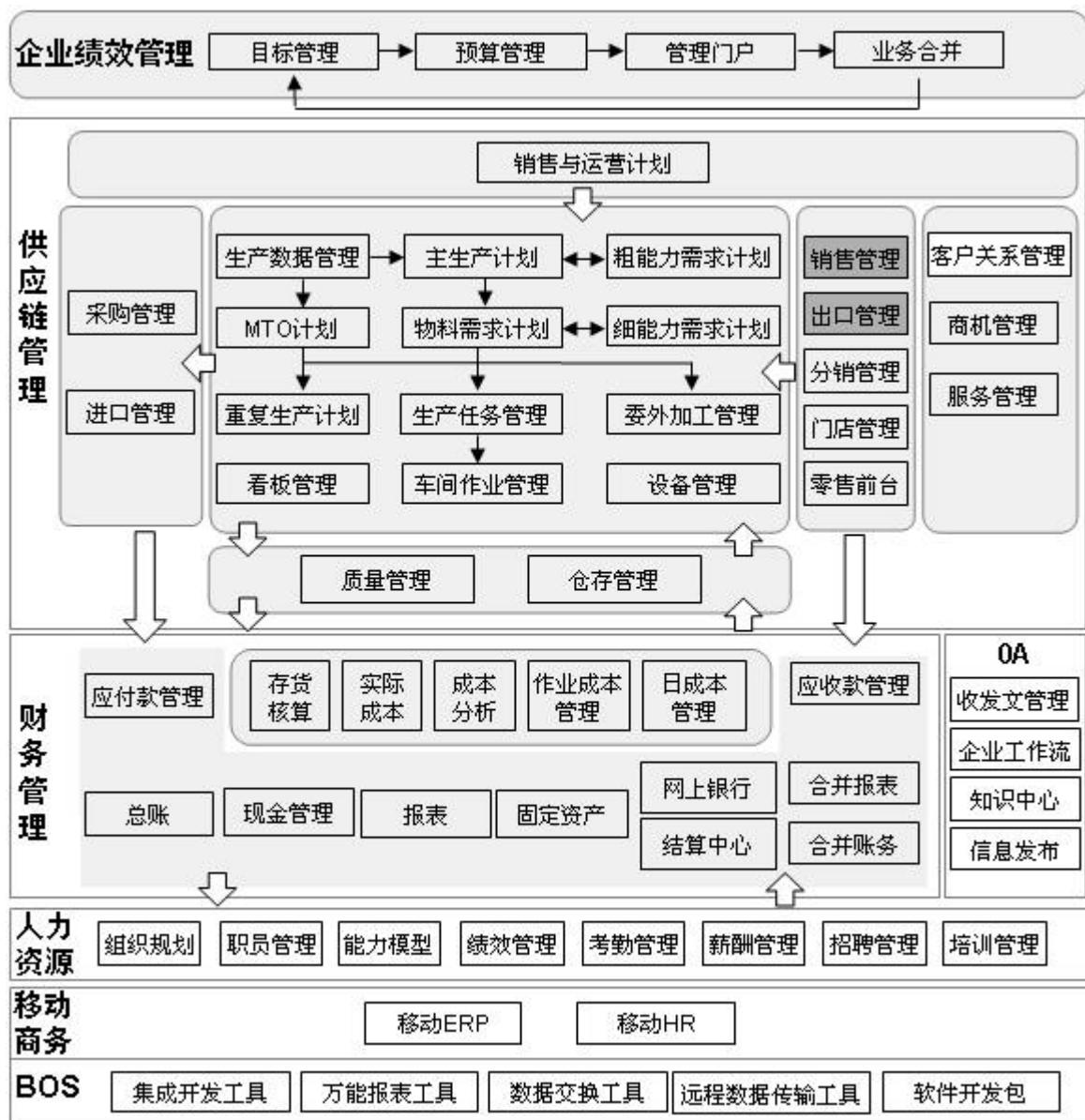


图 1-1

1.4.2 与其他系统的接口图

1、与主生产计划系统/物料需求计划系统的接口

销售订单是计划系统的主要需求来源之一。销售订单可以作为 MPS 和 MRP 的计算的输入。

2、与生产任务管理/委外加工管理系统的接口

生产任务单和委外加工生产任务单可以根据销售订单生成，可以处理以销定产的业务。

3、与采购系统的接口

采购系统可以根据销售订单生成采购订单从而处理以销定购的业务。

4、与商机管理系统的接口

销售系统的报价单、合同可以根据客户关系管理系统中的商机生成，从而实现由售前到售后的过程管理

5、与仓存系统的接口

销售系统的销售出库单也是仓存系统中的一种重要库存交易单据，它会更新相应仓库的即时库存。

6、与应收系统的接口

销售系统中的销售发票可以直接传递到应收系统作为确认应收的依据，应收类型的销售费用发票在保存时传递到应收系统转换为其他应收单；应付类型的销售费用发票在保存时传递到应付系统转换为其他应付单；现销的销售费用发票不传递到应收系统。

7、与存货核算系统的接口

销售系统中的销售出库单是进行产成品出库核算的原始依据之一，出库核算之后的出库成本将反填到销售出库单的成本字段中，核算完成的销售出库单将根据凭证模板生成相应的凭证；销售系统的销售发票也将作为确认收入的原始依据之一，可以按照凭证模板生成相应的销售收入凭证。

8、与服务管理系统接口

通过销售出库单可以生成服务请求，从而实现由售中到售后服务的过程管理。

1.5 标准业务流程

销售业务标准业务流程如图 1-2 所示。

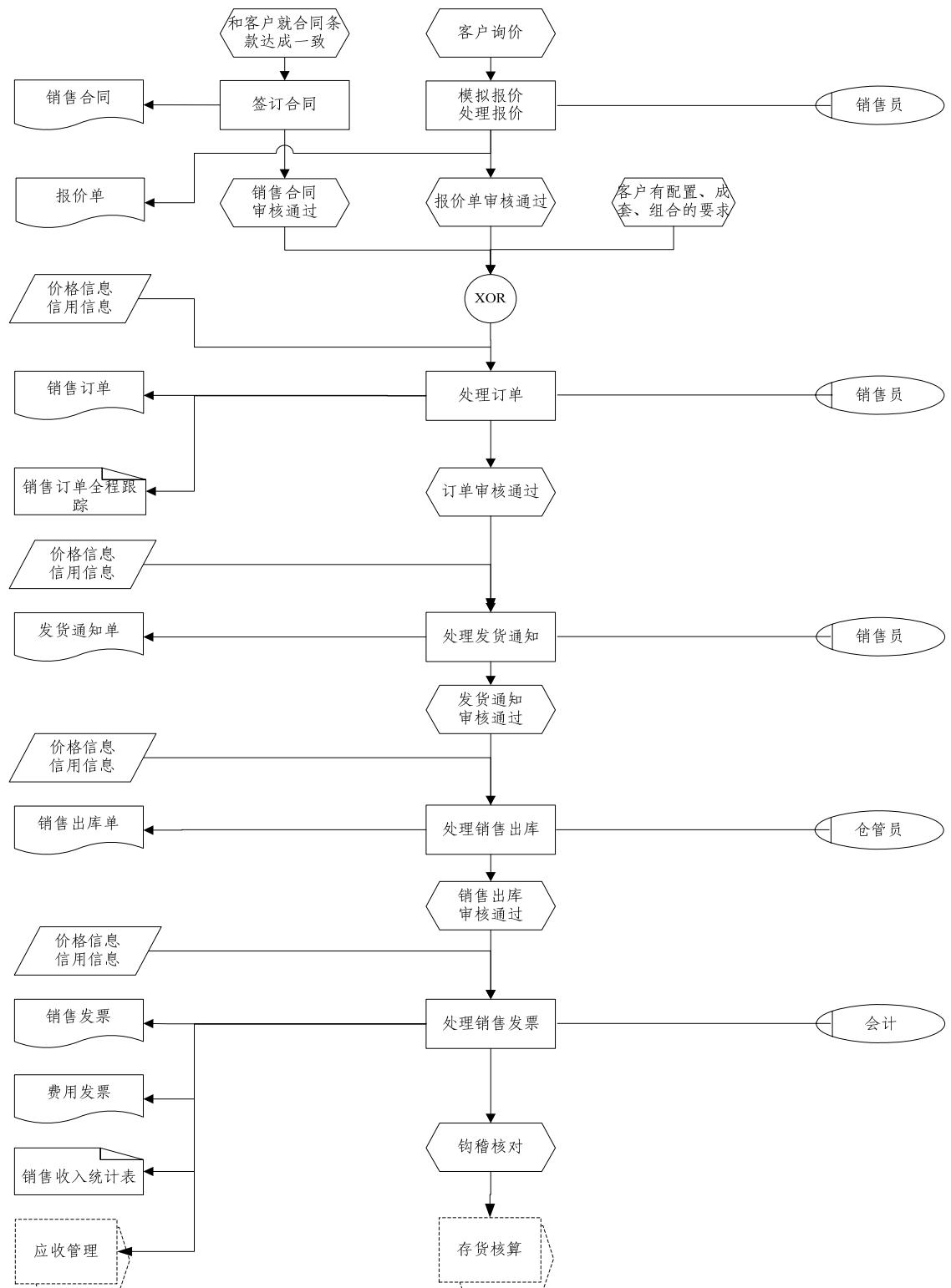


图 1-2

第2章 常用业务流程及应用

需求响应策略通常称为“销售与生产环境(sales and production environment)”，它受两种周期的制约。一种是从客户签订销售订单开始，到客户收到订购的产品或货物为止的时期，称之为需求周期(demand cycle)，也称客户交付提前期，也就是客户可以等待、接受和认可的交付周期。在当前经济全球化和买方市场的形势下，客户有更为广阔的选择空间，对需求周期要求越来越短。另一种是制造周期(production cycle)，指企业制造客户所需产品的周期，包括设计、生产准备、采购、加工、装配、发送到客户等几个阶段，实际上是一种供应周期。

产品品种的数量和客户群的数量是影响需求响应类型的主要因素。产品品种反映生产环境，有大批大量生产，多品种小批量生产，单件生产，大量客户化定制等类型。客户数量反映销售环境，依据客户数量的多少和消费数量，决定订单的类型。

需求响应策略通常分为四种类型，面向库存生产类型(Make to Stock, MTS)、面向订单生产类型(Make to Order, MTO)、面向订单装配类型(Assemble to Order, ATO)、面向订单设计类型(Engineer to Order, ETO)。

不同需求响应策略的需求周期如图 2-1 所示。

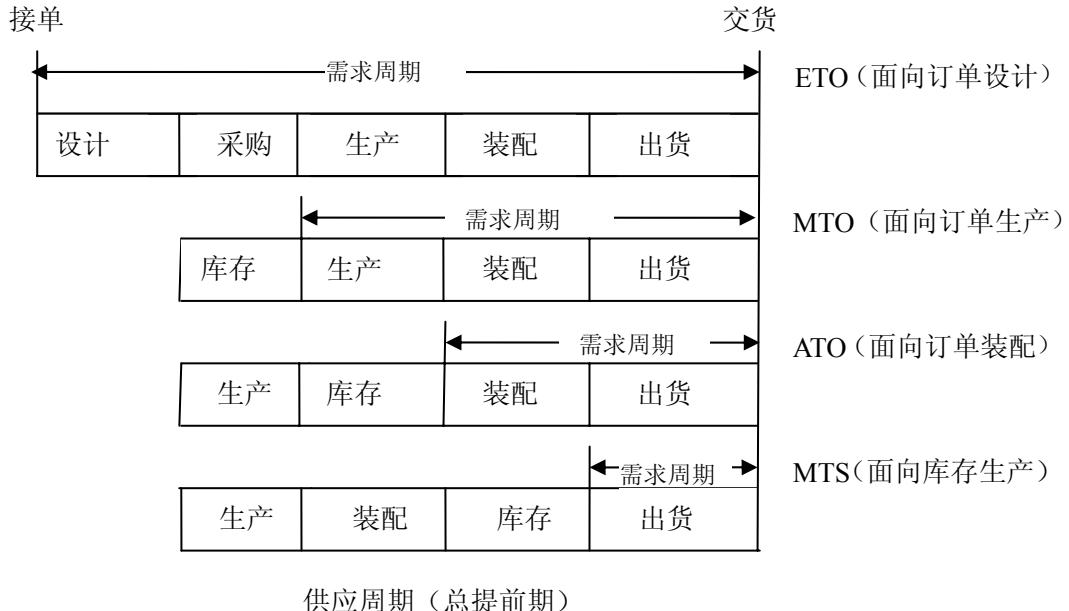


图 2-1

根据不同的需求响应策略，以及产品的流向，我们将分别介绍四种常用的销售流程，他们是：面向订单生产模式下的销售业务、面向库存生产模式下的销售业务、面向订单装配模式下的销售业务、国外销售业务。

2.1 面向订单生产模式下的销售业务

面向订单生产 (Make to Order, MTO)，在接到客户订单之后再开始生产产品。最终产品通常由某些标准项目和满足客户特定需求的定制项目组合而成。为了缩短向客户的交货期，对于具有较长提前期的子项要在订单到达之前进行预测。签订销售订单后再开始进行生产和加工产品，不需要重新设计和编制工艺，可以迅速报价和承诺交货期。

按单生产，表明企业标准的产品设计已经完成，只有当接到客户订单时，才开始进行制造、运输等几个阶段，就可以完成订单的交付。相比按单设计 (ETO) 的制造策略，省去了设计时间、材料备库周期。如电机、水泵制造就属于面向订单生产的模式。

小批量、多品种，面向订单生产，是当前越来越多的外资和民营企业的最典型最广泛的生产模式，这种类型的企业强调的是以销售订单驱动生产，从而实现最大限度地满足市场和客户的需求。对于现在市场快速变化的挑战上，如果继续采用传统按库存生产的模式，将会造成更多的库存和资金积压，它们需要一个支持面向订单生产模式的系统来管理日常运作来提高企业竞争力。

面向订单生产模式下需求响应策略的需求周期如图 2-2 所示。

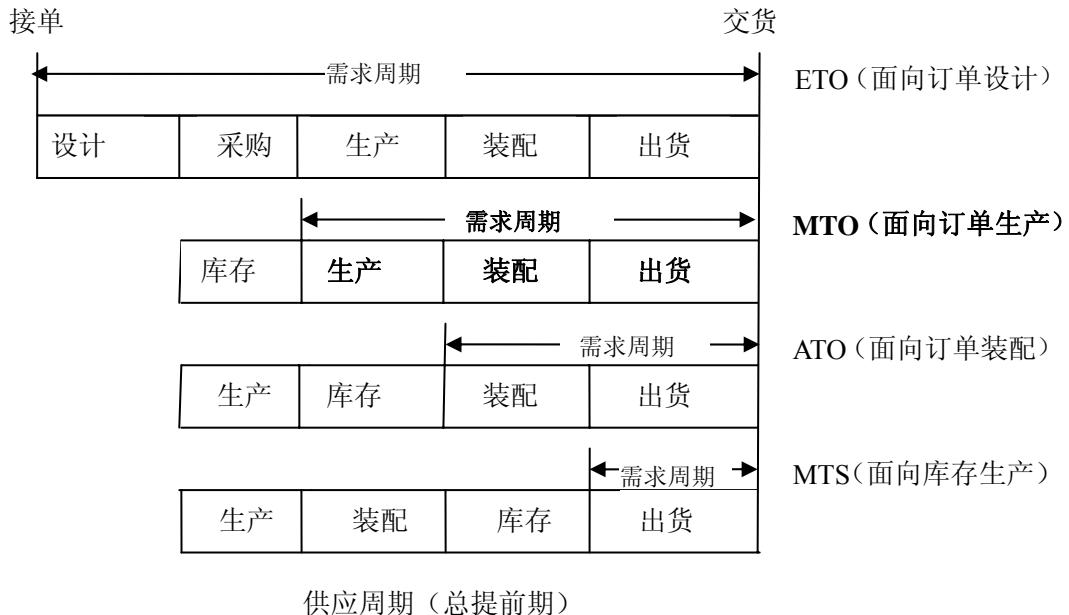


图 2-2

面向订单生产模式的业务处理是以销售订单为业务源头，通过销售订单这个“火车头”拉动整个企业的生产、仓储一直到出运整个流程，实现销售、生产、采购三大业务以订单为核心的全程跟踪；帮助企业建立以销售订单驱动的生产管理模式。适用于产品结构简单、产品工艺简单、生产周期较短的制造企业。面向订单生产模式的业务流程见图 1-2。

企业通过销售订单产生准确的生产需求，确保产供销的一致性；通过以销定产，以产定供，加快企业库存周转和资金流转；通过完整的物料编码、BOM 和工程变更管理，加强对企业产品基础数据的管理；通过业务操作与仓存数据的实时同步，提高库存数据的准确性。

2.1.1 模拟报价

面向订单生产，由于其从生产到发货，都是听从销售订单的指令，因此其料、工、费与大批量按库存生产模式下的成本不同。如何根据客户的个性化需求快速计算出成本，然后加上费用和利润给客户快速报价？

报价经常会存在很多问题：（1）报价慢。往往是用户提出的要求几天报不出价格，有时报价赶不上用户的变化，企业一直处于被动状态。（2）不准确。因产品加工过程复杂，人工作业多，用手工很难计算，往往是采用“拍脑袋”方式进行估算，再加上营销人员对产品的技术知道的不多，报价的准确性很难保证。产品报价不准，直接影响产品的竞争能力和企业生产利润的实现。（3）设计人员穷于对付。由于报价的工作量较大，厂里的设计人员有很大

一部分精力消耗在报价上，技术开发的力量受限，形成一种恶性循环。

众多面向订单生产 (MTO)、面向订单装配 (ATO)、或按订单设计 (ETO) 的接单生产的企业，客户会提供图纸或相关信息，要求报价；企业需要根据产品的构成，进行料、工、费的模拟计算，再加上合理利润给客户进行报价。

► 如何计算销售价格

在报价过程中，往往需要根据客户的询价资料，对询价产品进行料、工、费的计算，在计算的成本上加上利润及其他费用，得到销售价格。或者新产品与现有老产品结构相似，工艺相近，在原有工艺结构上作相应改动后形成一个新的 BOM，然后以这个为底价加上利润等给客户进行报价。

K/3 系统提供方便易用的模拟报价功能：

- A、二种报价方式：新建模拟 BOM 报价、选择已有模拟 BOM 报价。
- B、三种模拟 BOM 来源：新建模拟 BOM、复制已有产品 BOM、复制模拟 BOM。
- C、三项费用自动计算：委外加工费、制造费用、人工费用。
- D、四种自定义待摊费用：摊入报价中的费用类型，名称可自定义。
- E、四种自定义不计入成本费用：不计入成本费用类型，名称可自定义。
- F、六种材料价格来源：最新入库价、最新报价、月初平均单价、计划价、采购单价、本期平均入库价。
- G、计算出的模拟报价结果，可生成报价单，对客户进行报价。
- H、销售订单上应用模拟报价计算，验证销售价格合理性。

► 模拟报价步骤和方法

在K/3 销售管理下的提供模拟报价功能，具体操作步骤如图 2-3 所示。

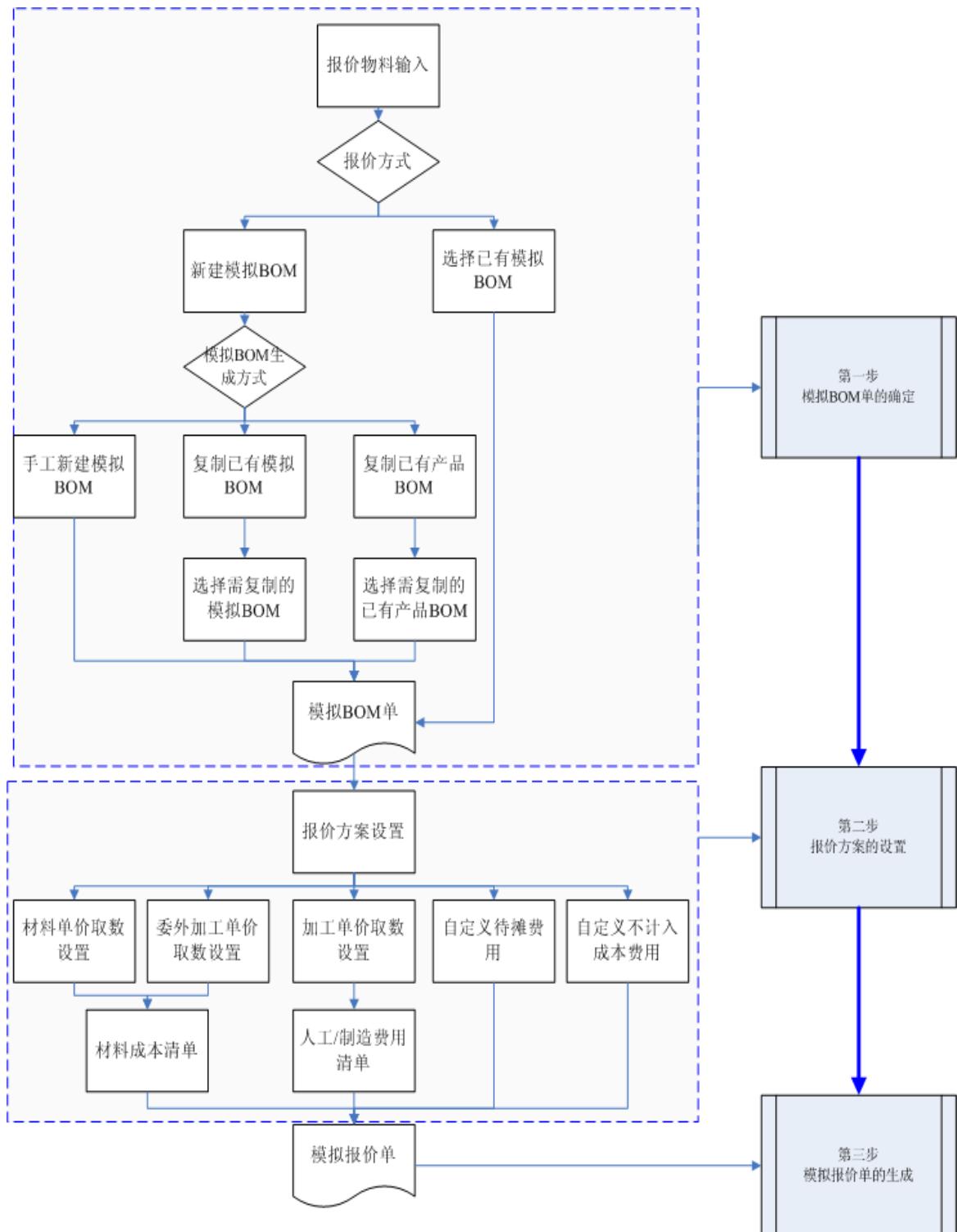


图 2-3

步骤一、工序资料维护

定义过程：在【供应链】→【销售管理】→【模拟报价】→【工序资料维护】，对各工序的标准工时、标准工资率、或计件单价进行维护，供模拟报价时调用。

步骤二、确定模拟报价产品的 BOM。

定义过程：

- 1、 模拟 BOM 建立，有二种方法：一种为“选择已有的模拟 BOM”，直接选择已有的模拟 BOM 进行模拟报价；另一种为“新建模拟 BOM”。
- 2、 对于“新建模拟 BOM”，提供三种快速新建的模拟 BOM 的途径：一种为“复制已有产品的 BOM”，即当前进行模拟报价产品的 BOM 与已有某产品的 BOM 相同或相拟，对复制出的模拟 BOM 进行相应修改形成当前模拟报价的产品 BOM；另一种为“复制已有模拟 BOM”，即当前模拟报价产品 BOM 与已有的模拟 BOM 相似，对原有模拟 BOM 进行相应修改形成当前模拟报价产品的 BOM；还有一种为“手工新建模拟 BOM”，则可通过手工录入模拟报价产品的 BOM。

步骤三、设置报价方案

确定模拟报价产品的料、工、费等的金额，如模拟报价产品下 BOM 子件价格的来源，加工费用的组成，待摊成本费用，不计入成本的费用，成本价上浮比率（即毛利润率）等。

定义过程：

- 1、 模拟报价产品 BOM 子件材料的单价来源，系统自动按用户选择的来源方式进行取数。系统提供六种材料单价来源：最新入库价、最新报价、月初平均单价、计划价、采购单价、本期平均入库价。方便用户快速准确计算模拟报价产品的材料价格。
- 2、 确定加工费用计算方式，系统提供两种加工单价计算方式：按标准工时或按计件单价。系统自动按用户设置的计算方式进行计算。
- 3、 待摊费用和不计入成本费用录入，针对当前报价的客户或数量等因素，确定待摊费用和不计入成本的费用。
- 4、 在现有料、工、费基础上，加上一定的成本价上浮比率（即毛利润率），对客户进行模拟报价。

步骤四、生成模拟报价单

系统自动按料、工、费、利润计算出报价，并在系统中生成对应的模拟报价单。

步骤五、可依据模拟报价单生成销售报价单。用户可依据模拟报价单对客户进行销售报

价。

2.1.2 销售报价

在签订销售合约之前，特别是在国际贸易中，有向客户进行报价的过程。它是卖方向买方提出各项交易条件，并愿意按照这些条件达成交易和订立合同的肯定意愿表示，清晰而准确的报价应包括对货物的名称和具体描述、价格、数量等内容。确保报价接受人对报价内容清晰无误，方才生效，当报价由于过期、被拒绝或还盘、被有效撤销或法律实施等原因而终止时，报价人不再受报价的约束。

K/3 系统销售报价单，提供报价所需的相关要素：客户、物料、币别、价格、数量、报价日期等。同时可将系统报价单作为邮件附件通过邮件发送给客户。

报价单来源可由用户手工建立，也可通过模拟报价单关联生成。报价单被确认后，销售订单可以关联报价单生成，则报价单信息会自动携带至销售订单上，保证了报价信息准确地传递至订单。

报价物料价格来源可由用户手工录入，也可通过[价格折扣资料查询录入]（快捷键 Ctrl+A）按报价单上的客户、物料、物料销售数量段、单位、币别、物料辅助属性、时间段匹配企业的价格政策，即按报价单上的条件获取销售价格。同时还提供[价格资料查询]、[基本价格查询]、[历史价格查询功能]，方便用户全面了解销售价格。

2.1.3 销售订单管理

销售订单是销售行为确认的标志，它在整个销售业务流程中起到了至关重要的作用，面向订单生产模式下的销售订单更是如此。企业较为关心订单的成交价格是否符合企业的价格策略？销售单价是否低于最低销售限价？客户的信用额度是否超过？向客户承诺的交货日期是否能按时交货？

下面从订单的价格管理、信用管理、ATP 分析、订单全程跟踪、订单变更等几方面进行阐述。

► 订单价格管理及控制

企业在已定制价格策略的情况下，订单上如何按价格政策执行或控制呢？K/3 系统提供：

自动按订单上的客户、物料、物料销售数量段、单位、币别、物料辅助属性、时间段匹配企业的价格政策，即按订单上的条件自动获取销售价格。

1、单价修改控制：订单上从价格策略中携带出来的单价，可控制订单制作人是否可对单价进行修改操作。

2、最低价格控制：当订单销售价格低于价格策略中规定的最低销售价格时，可控制销售订单是否继续签订。

3、订单上提供价格资料查询、基本价格查询、历史价格查询功能，方便用户全面了解客户的销售价格。

详细说明可参见 4.1 销售价格策略及控制。

► 订单信用检查及控制

当已启用信用管理对象（客户或业务员），在制作该客户或业务员订单时，如何知道该客户或业务员的信用余额是否超出？如果超出额度，是否可继续进行交易？K/3 系统提供：

1、信用额度超额时进行控制：当客户或业务员的信用可用余额小于订单金额时，可控制销售订单是否可签订。控制强度有四种，企业可选择其中一种来进行控制：A、接受订单 B、上级授权准予接受订单 C、预警提示订单信用额度超额 D、拒绝接受订单。

2、订单上提供信用额度的查询功能，可方便的查看信用对象（客户或业务员）的信用可用余额。

3、订单上提供客户应收款查询功能，可查询当前客户的应收款余额情况。

详细说明可参见 4.2 信用管理及控制。

► 订单 ATP(Available-to-Promise)可承诺量查询

面向订单生产模式下，与客户签单时，一般会查看是否有能力供货，决定对客户的可签约量是多少，什么时候可以交货。中国加入 WTO 后，业务交易规则与国际接轨，订单的交货准时率、履约率越来越成为客户关注的焦点，在与客户签订订单之前对订单的可承诺量和交货日期进行评估，是提升企业信誉，提高客户忠诚度的有效途径。同时可大大加快订单的运作效率，快速响应客户需求。

K/3 系统在销售订单上提供可签约量查询功能，查询订单中物料的可签约量。

步骤一：启用[计算可签约量]功能

在【系统设置】→【计划系统选项】中，对“在 MPS 计算时计算可签约量”参数进行钩

选。

[计划系统选项]:		
	参数名称	参数值
1	在MPS计算时计算可签约量	<input checked="" type="checkbox"/>

则在进行 MPS 计算时，计算物料的可签约量，供查询时参考。

步骤二：在销售订单上进行可签约量查询

在与客户确认订单之前，可通过订单的可签约量查询功能，查询当前交货期的订单物料数量是否可按时按量履约。

步骤三：已承诺的订单冲减可签约量

对于已承诺的新订单（已审核），应将订单数量冲减可签约量，避免重复承诺而无法兑现。

► 订单成本预测

面向订单生产，由于其生产、发货，都是听从销售订单的指令，为防范企业经营风险，如何在接单时预测订单的成本及利润情况？如何对销售订单盈亏进行分析？

K/3 系统提供销售订单成本预测功能，可以制定不同的成本计算方案，提供二种成本数据来源：历史期间实际成本数据、标准成本数据，计算结果展示订单号、订单物料、订单报价（数量、单位、金额）、订单实际成本（料、工、费、总成本、利润）、销售出库成本（单位、数量、金额、利润）。对订单的成本进行预测，从而协助管理者作出正确的决策。

销售订单也可以应用模拟报价来计算和验证销售价格合理性。

► 销售订单全程跟踪

销售订单的执行，涉及到企业的各个环节和职能部门，如生产计划、仓存管理、财务等。销售订单签订之后，各环节是否按计划在执行，是否能按时按量进行发货，是销售人员及企业管理人员甚为关心的问题。

K/3 系统提供如下订单执行报表、订单可视化图形跟踪，以订单为源头统计分析销售订单的执行情况。

A、销售订单全程跟踪

以订单为源头查询订单执行过程中所有相关环节，全方位地查看订单的执行情况。对销售订单上的每一行物料进行跟踪，反映订单物料的发货（退货）、出库、开票、收款、生产任务，还可关联跟踪查询到生产任务执行环节。

查询时需要哪些环节显示，哪些环节不显示，可由用户自行选择。

查询途径：【销售管理】→【销售订单】下，进入【销售订单全程跟踪】。也可直接在销售订单列表中，选择需要查询的订单进行跟踪查询。

B、销售订单执行情况明细表

反映订单的交货情况，展示至订单出库明细。展示销售订单明细物料的签订数量、交货日期，以及其对应的出库单号、出库数量、未出库数量。双击记录行可查看具体对应的明细单据。

查询途径：【销售管理】→【销售订单】下，进入【销售订单执行情况明细表】。

C、销售订单执行情况汇总表

可从不同维度统计分析订单的签订与发货情况。提供多个维度的汇总依据：客户、客户类别、物料类别、客户+物料类别、物料类别+客户等；客户类别、物料类别可以选择汇总至不同级次。双击记录行可查看当前汇总数的来源明细，直至追查到具体单据。按汇总依据（如客户）统计签订数量、发货数量、尚未出库数量。

查询途径：【销售管理】→【销售订单】下，进入【销售订单执行情况汇总表】。

D、销售订单统计表

可从不同维度统计分析订单的签订情况。提供多个维度的汇总依据：客户、客户类别、物料类别、客户+物料类别、物料类别+客户等；客户类别、物料类别可以选择汇总至不同级次。按汇总依据（如客户）统计订单的签订数量、签订金额。

查询途径：【销售管理】→【销售订单】下，进入【销售订单统计表】。

E、订单可视化图形跟踪

按日期将订单审核、BOM 输出、物料需求计划制定、材料订购、发料加工、备料生产等过程以图形化进行展示，展现方式如同“任务管理”的形式，订单的阶段（不是所有阶段）的执行时间可通过直接拖拽的方式进行时间调整。

查询途径：【销售管理】→【可视化管理】下，进入【订单图形观察】。

► 销售订单预警

在日常业务中，可能由于工作繁多。而遗忘了到时应处理的事务，如延误了订单交货，会造成客户满意度及忠诚度降低。

K/3【系统设置】→【业务预警】下提供多种预警方式：发送邮件、发送手机短信、发送K/3系统消息。用户可根据自己的需要进行预警设置，则系统会根据用户的需要按时通过以上（一种或多种）方式进行提醒。

A、销售订单提前预警

订单在交货期前X天进行预警提醒，用户设置提前X天提醒，并选择提醒方式（手机短信、邮件、K/3系统消息），则系统会按时提醒用户需要交货的订单信息。

B、拖期销售订单预警

订单在延迟交货后X天进行预警提醒，用户设置订单拖期后X天提醒，并选择提醒方式（手机短信、邮件、K/3系统消息），则系统会在订单拖期后提醒用户相应订单已经拖期。

C、销售订单或发票缺货预警

按所设置的预计量及预计量有效提前期计算出当前订单或发票是否可按时按量发货，如果出现不能满足订单或发票需求时，进行缺货预警提示。

► 订单变更

订单确立后，因市场变化、竞争状况等因素会引起订单的变更，如因客户方的原因引起款式更改、交货时间提前或者延后、追加数量等变更；或因自身因素引起的变更，如缺料导致延期交货，工艺更改导致的质量问题等。一般订单所有标的内容均有可能发生变更，但较为常见的是物料种类、数量、价格等。企业一般会对已备妥的货物已发出货通知，或已出库（在途）的订单需要控制不允许进行变更处理，否则会给企业带来严重的经济损失。

订单变更通常发生在订单已审核或已部分执行时，K/3系统提供订单审核或已执行后，通过订单的[变更]功能，变更订单的数量、含税单价、折扣率、税率等内容，并且控制，订单变更后的数量和金额不能超过合同已关联执行的数量和金额，控制不能删除已执行的订单分录；可以增加订单的物料种类、增加订单的执行数量等。

► 严格按订单生产模式

供应链系统支持严格按订单计划、采购、生产、发货的生产模式，在销售订单(外销订单)、采购订单(进口订单)、生产任务单 3 大订单的执行路线进行 MTO 标志的携带，以便 MTO 模式的物料流转过程始终与以销售订单为源头的单据关联，并且库存更新时按照 MTO 计划模式更新库存，并提供 MTO 的即时库存信息。

K/3 系统根据严格按订单生产企业的行业特点，提供了业务解决方案，在销售、生产计划、物料需求计划、采购、生产、委外、质量、库存系统中，通过 MTO 跟踪号贯穿企业的各个业务部门，实现面向订单管理的计划、采购、生产、发运和质量追踪。

严格按订单生产模式下，销售订单作为拉动整个企业的生产、采购、仓储一直到出运整个流程的“火车头”，销售订单是对下游各环节的一个指令，后续的业务活动均是围绕销售订单进行。在销售接单时，需要在销售订单上给出一个标识，该标识将从销售订单携带到生产计划、原料采购、质检、库存、发货等各个环节。则有该标识的原材料或货物可以识别是此订单专用的，不能被其它订单所挪用。

K/3 系统面向订单生产模式下的销售（外销）订单上，可以定义物料的计划模式（MTO 还是 MTS）、如为严格按订单生产模式（我们在系统中称之为 MTO 模式）则必须记录销售订单的 MTO 跟踪号，即确定订单是否严格按单方式(MTO) 来生产，如果按照订单生产，则此订单分录的 MTO 跟踪号携带到下游单据。一张销售订单上同时支持 MTO 和 MTS 两种计划模式物料的销售，也支持不同订单上有相同的 MTO 跟踪号。

在销售订单跟踪查询时，可以以 MTO 跟踪号来进行销售订单和生产任务单的全程跟踪和可视化管理功能，可随时查看订单执行情况、追踪对应生产任务执行情况，并可以追溯到生产任务的领料、生产、检验等各个环节，确保订单的交付。

2.1.4 销售发货环节

销售发货环节是货物物权转移的过程，是企业物流控制的重要环节。对于出库业务的处理，请参见《K/3 ERP-仓库管理应用指南》。

发货环节的发货通知、销售出库仍可对销售价格进行控制，对客户或业务员的信用进行检查和控制。详细说明可参见 4.1 销售价格策略及控制、4.2 信用管理及控制。

对于严格按订单生产的销售发货，仍然需要根据订单的 MTO 跟踪号来进行。销售订单上的 MTO 跟踪号，可以携带到发货通知单、销售出库单上，则发货时，应依据 MTO 跟踪号进行出货，防止窜货，以免给企业带来不必要的退换货处理。同时库存管理也严格按照 MTO 跟踪号更新库存，提供体现 MTO 跟踪号的即时库存和库存状态分析（供需情况的及时分析）。

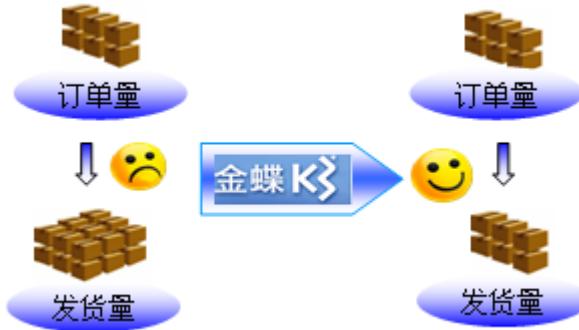
还可实现自由库存与某个 MTO 跟踪号的专用库存之间的转换。详细操作请参见《K/3 ERP-仓库管理应用指南》。

本章节重点阐述对出库环节的管理及控制。即企业内部在执行订单时，发货数量是否控制不允许超过订单数量；订单出库数量是否按一定比例出库等管理及控制。

▶ 订单发货数量控制

销售订单在执行过程中，如进行发货通知、销售出库时，是否允许发货数量超过订单数量？是否控制订单按物料不同允差范围进行出库？

A、订单执行数量允许超过订单数量



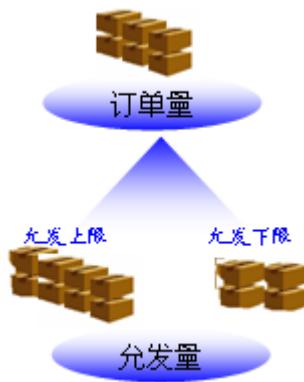
K/3 系统提供系统参数供用户选择，订单执行数量是否允许超过订单数量。在【系统设置】→【销售系统选项】中，对“订单执行数量允许超过订单数量”进行勾选。

【销售系统选项】:		
	参数名称	参数值
8	订单执行数量允许超过订单数量	<input type="checkbox"/>

勾选中，则表示订单在后续执行发货通知、销售出库时，发货数量可以超过订单数量。

不勾选，则表示订单在后续进行发货通知、销售出库时，发货数量不允许超过订单数量。

B、订单按比例出库



订单按比例出库的前提是“订单执行数量允许超过订单数量”，在此基础上控制订单出库数量的允许范围。

定义过程：

1、在【系统设置】→【销售系统选项】中，对“订单按比例出库”进行钩选。

【销售系统选项】:		
	参数名称	参数值
12	订单按比例出库	<input type="checkbox"/>

2、在【系统设置】→【基础资料】→【物料】中，【物流资料】下对“销售超交比例”和“销售欠交比例”进行设置，则在销售出库时，控制出库数量不能超过超交上限。

代码	1.2.2
名称	韩国半宾霸里布SA
全名	原材料_衬料垫料_韩国半宾霸里布SA
销售超交比例 (%)	33.33
销售欠交比例 (%)	33.33

当销售出库数量超过订单下限时，订单当前物料执行完毕系统自动进行行业务关闭，则当前订单物料不能再进行销售出库。

而此时，订单交货已达下限而未达上限，如果还需要出货，可将订单当前行进行【行业务反关闭】，则可继续进行销售出库（但其仍需要受到不超过上限的控制）。此操作需要将【系统设置】→【销售系统选项】 “按比例执行订单允许行业务反关闭” 钩选中。

▶ 销售出库收款管理

销售出库环节，除可以对客户的信用进行检查和控制外，还可对出库后的收款时间进行自动计算。



客户不同，收款方式可能不同。如信用较好的客户可能收款方式为月结；而信用不好的客户可能控制现金交易或预付货款交易。

对于现款交易可以一手交钱一手交货来完成，业务收款也随即结束。管理及操作较为简单。而对于赊销方式的应收款的管理来说则相对较为繁琐和复杂。

K/3 系统提供不同方式的收款条件设置，在出库及开票时，系统自动根据该客户的收款方式计算当前业务的收款日期。

步骤一：设置收款条件

在【系统设置】→【基础资料】→【销售管理】--【收款条件】中，可设置按信用天数收款、按月结方式收款。各种收款方式应收款计算方法见表 2-1

表 2-1

结算方式	起算日	yy-mm-dd 时间收款	应收款日期
信用天数	单据日期	+n 天	
	举例：出库单日期 2007-9-1	+45 天	2007-10-15
	单据月末日期	+n 天	
	举例：出库单日期 2007-9-1，则单据月末日期为 2007-9-30	+45 天	2007-11-14
月结方式	单据日期	+n 天逢 dd 日	
		+n 月逢 dd 日	

	 举例：出库单日期 2007-9-1	+45 天逢 20 日	2007-10-20
	单据月末日期	+n 天逢 dd 日	
		+n 月逢 dd 日	
	 举例：出库单日期 2007-9-1，则单据月末日期为 2007-9-30	+2 月逢 20 日	2007-12-20

步骤二：设置客户的收款条件

在【系统设置】→【基础资料】→【客户】 → 【收款条件】中，设置客户的收款条件，则在制作该客户的出库单、销售发票时，系统按该客户的收款条件自动计算当前销售业务的收款日期。

2.1.5 销售发票处理

发票是指在购销产品、提供或者接受服务以及从事其他经营活动中，开具、收取的收付款凭证。

在我国（除国际贸易中商业发票外），发票由国家税务总局统一负责全国发票管理工作。发票的印制由省、自治区、直辖市税务机关指定的企业印制；增值税专用发票由国家税务总局统一印制。禁止私自印制、伪造、变造发票。依法办理税务登记的单位和个人，在领取税务登记证件后，向主管税务机关 申请领购发票。

销售产品、提供服务以及从事其他经营活动的单位和个人，对外发生经营业务收取款项，收款方应当向付款方开具发票。开具发票应当按照规定的时限、顺序，逐栏、全部联次一次性如实开具，并加盖单位印章或者发票专用章。

▶ 开票处理

日常进行开票时，可能是多次出库一次开票，也有可能是多次出库多次开票。但手工开票时势必会造成开票数量难以控制。K/3 系统中的销售（专用、普通）发票，可以依据销售订单或出库单关联开票，系统自动记录和冲减已开票数量，避免错开、多开发票的情况发生。在我国，K/3 系统中的销售发票不同于税务纸质的发票，企业一般将 K/3 系统的发票作为企业申请开具税务纸质发票的依据，用户可通过 K/3 系统与税控金税系统接口进行纸质发票的开具。

先出库后开票：

由财务人员根据销售出库单据开具销售发票，可以根据红蓝销售出库单合并开票；销售发票支持冲红处理，可以由蓝字销售发票生成红字销售发票，同时支持红字出库单生成红字发票。

先开票后出库：

财务人员根据销售订单开具销售发票，然后销售人员根据未出库的发票开具发货通知下达到仓管部门，由仓管部门执行出库作业；或者仓管部门直接根据财务部开具的未出库的销售发票，执行出库作业。对于先开票后出库的业务，系统支持在发票环节进行可用量检查。

► 销售发票稽核

销售发票可以与对应的销售出库单进行钩稽处理，使销售收入与销售成本进行匹配，从而正确核算出销售毛利；另外，红蓝字销售发票也可以直接进行对等核销；同时，与此销售业务相关的费用发票，可以与出库单、发票一起进行三方钩稽，如果费用发票迟于已钩稽的发票及出库单发生，也可以单独进行补充钩稽。

开具销售发票时，可对发票价格进行控制，对客户或业务员的信用进行检查和控制。详细说明可参见 4.1 销售价格策略及控制、4.2 信用管理及控制。

当发票的源头有销售订单时，K/3 系统发票价格依据销售订单的单价进行开票。

严格按订单生产模式下的销售发票上，可体现 MTO 跟踪号，也可不体现，可以由用户自行决定。

► 收款日期确定

销售开票环节，除可以对客户的信用进行检查和控制外，还可对收款时间进行自动计算。若是依据出库单进行开票时，则销售发票收款日期与出库单的收款日期相同。若是先开票后出库时，则销售发票的收款日期按当前客户的收款条件设置自动进行计算。

计算方法与出库单的收款日期计算方式相同，详细操作请参见 2.1.4 销售发货环节中的销售出库收款管理章节。

► 防伪税控开票系统接口

二〇〇〇年二月十二日中国国家税务总局《关于全面推广应用增值税防伪税控系统意见》，开票设备统一采用航天金穗公司的防伪税控系统专用设备，2001年将增值税防伪税控系统推行到所有开具万元以上销售额增值税专用发票(以下简称专用发票)的企业。自2002年1月1日起，所有增值税一般纳税人必须通过增值税防伪税控系统开具销售额在万元以上的专用发票，同时全国统一废止手写万元版专用发票。自2002年4月1日起手写万元版专用发票不得作为增值税的扣税凭证。

二〇〇六年六月五日中国国家税务总局关于推行增值税防伪税控一机多票系统的通知：为加强增值税管理，堵塞税收漏洞，总局决定将增值税一般纳税人开具的普通发票纳入增值税防伪税控系统管理，自2006年6月中旬开始统一推行增值税防伪税控一机多票系统。

为方便我国企业在税控机中开票，K/3系统提供了与税控开票机的接口，用户可以将K/3系统中的销售发票（专用、普通）引出，再在税控机中进行引入，即可在税控机中直接进行开票，避免了重复录入，同时也保证了数据的准确性和一致性。

► 销售开票统计与查询

如果需要通过不同维度，如客户、物料、客户+物料、部门、业务员，查询发票的开票数量、单价、金额、税额，则您可以通过【销售管理】→【开票】下的【销售收入统计表】来进行统计、查询和分析。

如果需要以客户为主线来统计和查询客户的开票情况：发票号码、开票的物料、单价、数量、币别、金额等，则您可通过【销售管理】→【开票】下的【客户销售情况明细表】进行查询。

如果需要了解销售的毛利润情况，您可通过【销售管理】→【报表分析】下的【销售毛利润表】，可通过不同维度，如客户、物料、客户+物料、部门、业务员，根据出库成本和开票收入计算出销售毛利润和毛利润率。

2.1.6 销售环节费用处理

销售业务处理过程，会发生一些费用，比如装卸费、运输费、保险费等，在记账，可计入经营费用科目，或冲减销售收入。

► 销售费用统计查询

费用发票明细表：可按时间查询费用发票的明细情况，并可查询至费用发票的单据详细信息。

费用发票汇总表：可从不同维度反映费用的单位、数量、金额、可抵扣税额的情况。提供多个维度的汇总依据：客户（应付费用）或供应商（应收费用）类别、费用类别、客户（或供应商）+费用类别，可以选择汇总至不同级次。双击记录行可查看当前汇总数的来源明细，直至追查到具体单据。

2.1.7 销售收款

销售收款是销售业务中最为关键和重要的环节。一般销售业务要经过接受顾客订单、批准赊销信用、按销售单供货、按销售单装运货物、向顾客开具账单、记录销售、收回资金这样一个业务流程。从销售订单、发货、开票环节，均对销售价格、客户信用进行了管理和控制，这些都为销售收款打下了基础。

企业应建立应收账款的监控体系 包括赊销的发生、收账、逾期风险预警等各个环节。财务部门应定期对应收账款的回收情况、账龄等情况进行分析，而不能将所有责任都交给主要负责确定赊销授信额度和资信调查的信用管理部门，这是内控制度的重要环节。财务部门应编制一定期间的赊销客户的销售、赊销、收账、账龄分析表及分析资料。重点检查单位销售收入是否及时入账，应收账款的催收是否有效，坏账核销和应收票据的管理是否符合规定。分析逾期债权的坏账风险及对财务状况的影响，以便确定坏账处理、及时调整当前赊销策略。

► 销售回款

财务人员根据销售订单或销售发票及其它应收单编制收款单，业务流程如图 2-4 所示。

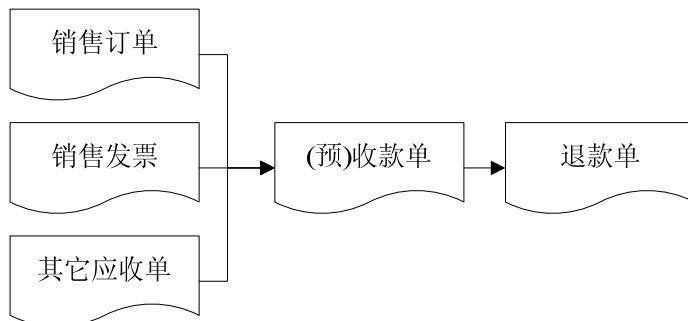


图 2-4

订金管理，当与客户签约后，企业可根据合同条款在发货前收取一定比例或一定金额的订金。系统中可以根据销售订单编制预收单，进行订金收取的业务处理；开票后预收单也可以与发票进行核销，从而正确核算账龄。

收款处理，财务人员直接根据开具的发票或其它应收单（比如代垫费用等）编制收款单，收款单与发票及其它应收单可以进行核销。

退款单，财务人员根据红字发票或原收款单编制退款单，退款单同样支持与发票进行核销。

► 超期应收款预警

超期应收款预警，在 K/3 【系统管理】→【业务预警】下对超期应收款预警进行设置，系统会将超期应收款的客户、金额、应收日期、超期天数通过手机短信、邮件、系统消息的方式给出提示。

► 销售应收款管理

K/3 系统在【财务会计】→【应收款管理】→【分析】和【账表】下提供多种表报表，从不同维度统计和分析应收账款的情况。

A、应收款明细表：按应收类单据（发票、其它应收单、预收单、收款单、退款单、全部）列示应收款的明细，可联查到详细单据。

B、应收款汇总表：可以客户、部门、业务员三种维度的组合来汇总应收账款，按期间统计期初、本期应收、本期实收、本年累计应收、本年累计实收、期末余额。

C、到期债权列表：可以客户、部门、业务员来列示已到期的债权明细单据。

D、应收款趋势分析表：可以客户、部门、业务员统计各个期间的应收和实收金额。

E、账龄分析：以客户或单据为对象，分析不同账龄（如 1-10 天、10-20 天、40 天以上等）未到期和逾期的金额。

F、欠款分析：可按客户、行业、区域分析欠款结构（所占比例）、基于某期间比较（各期增减金额和比例）、趋势（各期间欠款金额）。

2.1.8 销售业务分析

► 从客户角度

A、销售分析：销售分析主要是统计客户销售发票的发生额，以及各客户占全部销售额的比例。

B、产品销售流向分析：按客户所在区域统计物料销售数量及销售收入。

► 从利润角度

A、销售毛利润表：客户、客户类别、物料类别、客户+物料类别、物料类别+客户等；客户类别、物料类别可以选择汇总至不同级次。销售毛利润表是综合反映一定时间销售收入、销售成本以及销售利润、利润率的情况。

B、销售毛利润汇总表：客户、客户类别、物料类别、客户+物料类别、物料类别+客户等；客户类别、物料类别可以选择汇总至不同级次。销售毛利润汇总表是按期间反映已销售的产品的销售收入与销售成本、销售毛利、销售毛利率。

2.2 面向库存生产模式下的销售业务

面向库存生产(Make to Stock, MTS)，即按照预测进行生产，生产过程主要考虑如何优化产能，降低生成成本。品种少、批量大的生产方式。按库存组织生产的产品具有通用和快速消费的特点，不存在客户化需求，销售交货周期短，时直接根据库存进行发货。交付周期就是运输周期。如家用电器、日用消费品、药品、卷烟等商品。

面向库存生产模式下的销售业务，即产品在接到订单之前就已经生产出来，客户订购的商品直接从库存中发货，快速满足客户需求，交货期只是受运输条件的限制。面向库存生产模式下需求响应策略的需求周期如图 2-5 所示。

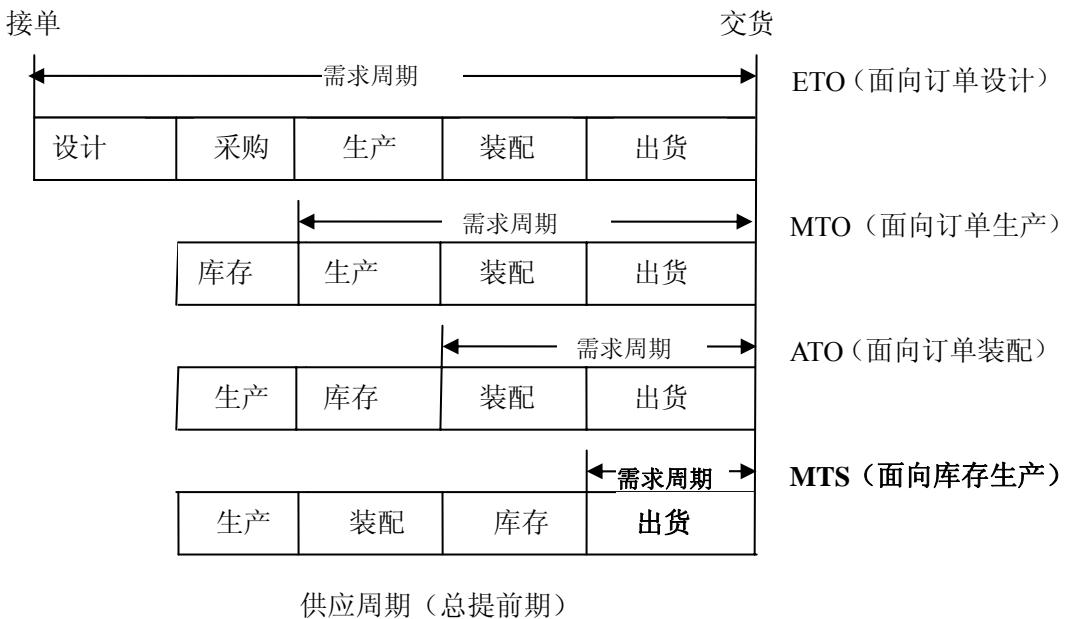


图 2-5

面向库存生产模式下的销售业务，一般都具有分销渠道网络，有些企业有统一的销售价格政策、发货时进行控制信用。

面向库存生产模式下的企业客户数量众多，价格体系和信用控制复杂，应收账款的管理难度很大。在手工状态下，经常出现不能及时对账和对账错误的问题，造成收款困难甚至损失。

K/3 系统提供销售全过程中对客户的销售价格进行管理、信用额度进行控制；全方位的信息显示及查询，物料库存信息时时跟随显示，方便快速的库存查询、库存状态查询、应收账款查询；系统还提供超期应收款预警、缺货预警等，以保证交货期的准确性、应收款的安全性。降低收款风险，增强客户忠诚度，使企业利润最大化。

面向库存生产模式下的业务流程图见图 1-2。本章节主要按销售的各个环节进行阐述：

2.2.1 销售订单管理

销售订单作为销售业务的源头，它在整个销售业务流程中起到了至关重要的作用。销售订单的成交价格是否符合企业的价格策略？销售单价是否低于最低销售限价？客户的信用额度是否够用？向客户承诺的交货日期是否能按时交货？

► 销售订单价格管理及控制

企业在已定制价格策略的情况下，订单上如何按价格政策执行或控制呢？K/3 系统提供：自动按订单上的客户、物料、物料销售数量段、单位、币别、物料辅助属性、时间段匹配企业的价格政策，即按订单上的条件自动获取销售价格。

- 1、单价修改控制：订单上从价格策略中携带出来的单价，可控制订单制作人是否可对单价进行修改操作。
- 2、最低价格控制：当订单销售价格低于价格策略中规定的最低销售价格时，可控制销售订单是否继续签订。
- 3、订单上提供价格资料查询、基本价格查询、历史价格查询功能，方便用户全面了解客户的销售价格。

详细说明可参见 4.1 销售价格策略及控制。

► 销售订单信用检查及控制

当已启用信用管理对象（客户或业务员），在制作该客户或业务员订单时，如何知道该客户或业务员的信用余额是否超出？如果超出额度，是否可继续进行交易？K/3 系统提供：

- 1、信用额度超额时进行控制：当客户或业务员的信用可用余额小于订单金额时，可控制销售订单是否可签订。控制强度有四种，企业可选择其中一种来进行控制：A、接受订单 B、上级授权准予接受订单 C、预警提示订单信用额度超额 D、拒绝接受订单。
- 2、订单上提供信用额度的查询功能，可方便的查看信用对象（客户或业务员）的信用可用余额。
- 3、订单上提供客户应收款查询功能，可查询当前客户的应收款余额情况。

详细说明可参见 4.2 信用管理及控制。

► 库存数量显示及查询

对于面向库存生产的企业来说，库存数据信息传递的及时性与准确性是用户最关注的。

A、K/3 系统在单据上录入物料时，单据上状态栏跟随显示当前物料的库存情况。

B、系统提供即时库存查询功能，用户通过单据上的【即时库存查询】菜单可查看物料的即时库存情况。

C、无处不在的【F12】库存查询功能。用户无论在单据界面或单据列表界面，还是主控台界面，都可使用快捷键 F12 对即时库存进行查询。

D、系统提供库存状态查询功能，用户通过单据上的【库存状态查询】功能，可以查看物料的库存量、预计入库量、已分配量、锁库量等信息。

▶ 销售订单预留库存

对于需要优先满足的销售订单，可以进行锁库管理，从而为该销售订单的优先出库提供保障。

将库存预先分配给需要优先满足的销售订单，在销售订单可以为优先级高的销售订单进行预留，称为销售订单锁库。

步骤一：启用锁库功能

在【系统设置】→【供应链整体选项】中，对“启用锁库功能”进行勾选。则在销售订单中可以使用锁库功能，保证特定销售订单的兑现。

[供应链整体选项]		
	参数名称	参数值
13	启用锁库功能	<input checked="" type="checkbox"/>

步骤二：在销售订单进行锁库

已审核通过还尚未执行的销售订单可以进行锁库，可针对不同仓库的现有库存数量进行锁库。

步骤三：销售订单解锁库

已进行锁库的销售订单，执行完后，应对锁库数量进行解锁，解锁有二种方式：A、系统自动解锁，当销售订单执行完毕关闭后，系统自动将该销售订单已锁库的数量释放出来。B、手工解锁，即在系统中通过【解锁】功能按钮将锁库数量释放出来。

2.2.2 销售发货环节

面向库存模式发货环节的发货通知、销售出库可对销售价格进行控制，对客户或业务员的信用进行检查和控制。详细说明可参见 4.1 销售价格策略及控制、4.2 信用管理及控制。

在销售出库环节，仍可控制发货数量是否与销售订单数量相同，销售订单出库数量是否按一定比例出库。详细说明可参见 2.1.4 销售发货环节。

销售出库环节提供出库情况统计分析报表，可从不同维度统计产品的出库情况。

A、销售出库汇总表：可从不同维度统计分析销售出库与开票的情况。

提供多个维度的汇总依据：客户、客户类别、物料类别、客户+物料类别、物料类别+客户等；客户类别、物料类别可以选择汇总至不同级次。双击记录行可查看当前汇总数的来源明细，直至追查到具体单据。

按汇总依据（如客户）统计出库数量、出库金额、开票数量、开票金额、未开票数量。

B、销售出库明细表：可按出库时间，查询出库明细情况。

反映每笔销售出库单的出库数量、出库金额、开票数量、开票金额、未开票数量。

2.2.3 销售开票与收款

面向库存生产模式下的销售开票和收款，与面向订单生产模式的开票与收款环节基本相同，细微差别仅是严格按销售订单生产模式下销售开票时，发票上可体现 MTO 跟踪号，而面向库存模式下的销售开票则不需要 MTO 跟踪号。详细说明可参见 2.1.5 销售发票处理-2.1.7 销售收款。

2.2.4 销售业务分析

▶ 从利润角度

A、销售毛利润表：客户、客户类别、物料类别、部门、业务员、客户+物料类别、物料类别+客户等；客户类别、物料类别可以选择汇总至不同级次。销售毛利润表是综合反映一定时间销售收入、销售成本以及销售利润、利润率的情况。

B、销售毛利润汇总表：客户、客户类别、物料类别、客户+物料类别、物料类别+客户等；客户类别、物料类别可以选择汇总至不同级次。销售毛利润汇总表是按期间反映已销售的产品的销售收入与销售成本、销售毛利、销售毛利率。

▶ 从产品销售角度

- A、产品销售增长分析：与去年同期比较销售数量、销售收入及其增长率。
- B、产品销售流向分析：按客户所在区域统计物料销售数量及销售收入。
- C、产品销售结构分析：统计物料销售量占所属产品类型的比例，并与去年同期进行对比。

2.3 面向订单装配模式下的销售业务

面向订单装配（Assemble to Order, ATO）在接到销售订单后再开始组装产品，这类产品具有一系列的标准基本组件和通用件，是模块化的产品结构，可以根据客户的要求进行选择装配。大量的基本组件和通用件都是在接到销售订单之前就已经根据预测生产出来，保持一定库存。一旦企业收到客户的订单，企业根据销售订单从存货中快速组装零部件。因为零部件储存在仓库，企业只需时间将其组装起来，产品即可交付客户使用。

按订单装配也称按订单配置，表明企业标准产品的设计已经完成，按照库存需求制造零部件的需求，只有在接到客户订单后，才开始进行装配和运输，实现快速的交付。相比较MTO 和ETO制造策略，该策略的交付周期仅包括装配和运输周期，有效地缩短了客户需求日期，提高了响应速度。如摩托、汽车、电脑是典型的面向订单装配的产品。面向订单装配模式下需求响应策略的需求周期如图 2-6 所示。

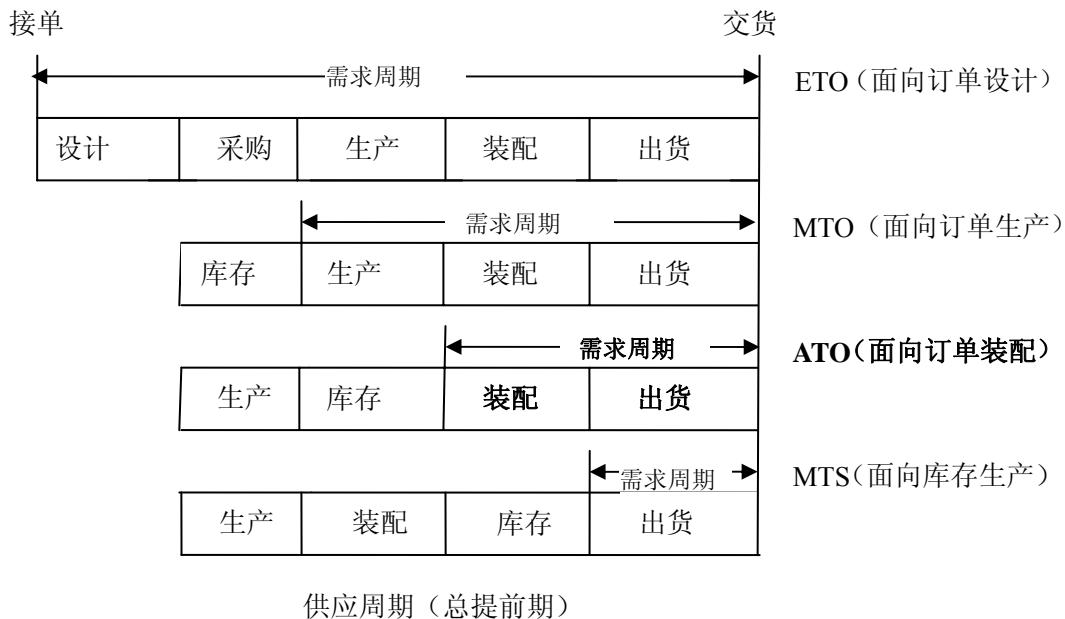


图 2-6

按订单装配产品的特点：

- A、大部分的组件相同。
- B、针对不同的客户可能有不同的要求。
- C、产品结构 X 型，基本组件和通用件较多，产品品种（变形品种）也很多。
- D、产品一般需要经过生产环节，配件等需要在车间生产，并在车间装配形成最终的产品。
- E、交付客户最终产品是已经配置形成的最终产品，在发货、开票、收款、成本、存货核算等环节也都以最终配置产品体现在单据上。



举例：MP3 播放器，产品结构如图 2-7 所示（仅显示主要子项）：

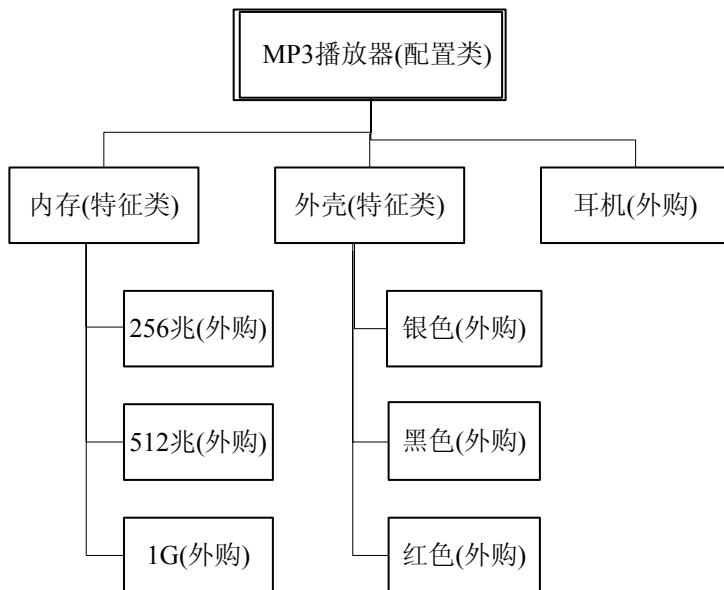


图 2-7

内存大小有三种（256 兆、512 兆、1G）可供客户选择、外壳颜色也有三种（银色、黑色、红色）供客户选择（见表 2-2），像这种部分子项物料可由用户自行选择的产品我们称之为“配置类”产品，用户在签订销售订单时，对订购产品子项的选择过程，我们称为“配置”过程。

表 2-2

子项	可选范围	用户选择
内存	256 兆	
	512 兆	√
	1G	
外壳	银色	
	黑色	
	红色	√

对于客户选择的子项不同，可能销售价格也不同，因此按订单装配，包括从对客户所选产品进行模拟报价计算，到对客户报价、签订订单、装配、交货、收款的业务处理过程。

2.3.1 模拟报价

众多面向订单生产 (MTO) 、面向订单装配 (ATO) 、或按订单设计 (ETO) 的接单生产的企业，客户会提供图纸或相关信息，要求报价；企业需要根据产品的构成，进行料、工、费的模拟计算，再加上合理利润给客户进行报价。

面向订单装配模式 (ATO)，可能因客户所选择子项不同，其成本或销售价格是不同的，因此面向订单装配模式下的销售，也会有模拟报价，向客户正式报价的过程。详细说明可参见 2.1.1 模拟报价。

2.3.2 订单产品的配置

面向订单装配的企业，产品变化大，产品规格多，一个产品系列往往拥有多样的可配置性。在生产过程中存在大量的 BOM 配置问题，销售订单根据客户的个性化需要，需要灵活多变的配置出满足客户需要的产品。面向订单装配模式决定了配置类产品与客户签单时，客户有对产品相关子项属性选择进行产品配置的过程。对于配置类产品的销售应满足复杂的产品配置要求，支持大规模客户定制的管理模式。

配置类产品可分为两种：一种是选择的子项不同，配置出的产品（代码和名称）是相同的，如子项不同，但成本是相同的，仅是相关属性不相同。如前面 举例中的 MP3 “外壳”，银色外壳与黑色、红色外壳的成本是相同的，外壳的颜色不同，不会影响产品的成本。另一种是选择的子项不同，配置出的产品（代码和名称）也不相同。如占成本比例较大，或关键的子项不同时，配置出的产品不同，如上面举例中的 MP3 “内存”，256 兆与 512 兆、1G 则

配置出不同的产品。

K/3 系统根据以上配置产品的不同特点，分别提供了二种配置产品的解决方案，下面我们分别进行介绍。

► 配置出的产品（代码和名称）是相同的

配置类物料在销售过程中，往往需要根据客户的要求，在标准的产品 BOM 结构上，提供可选件的选择、在车间进行装配，最后交付客户。我们简称为“配置 BOM”的方法，顾名思义为“按标准 BOM 来配置客户 BOM”。为了完成配置类物料的管理流程，在基础数据定义方面主要需要完成物料主数据的定义（包括配置类物料、特征类物料）、标准 BOM 的定义、客户 BOM 的配置；在销售下单时，需要为客户选购的具体配置情况进行记录，形成客户化的产品 BOM，提交生产，在生产环节与自制件的生产相同。

为了完成配置类物料的管理流程，在基础数据定义方面主要需要完成物料主数据的定义（包括配置类物料、虚拟类物料）、标准 BOM 的定义、客户 BOM 的配置。

K/3 配置BOM产品流程如图 2-8 所示。

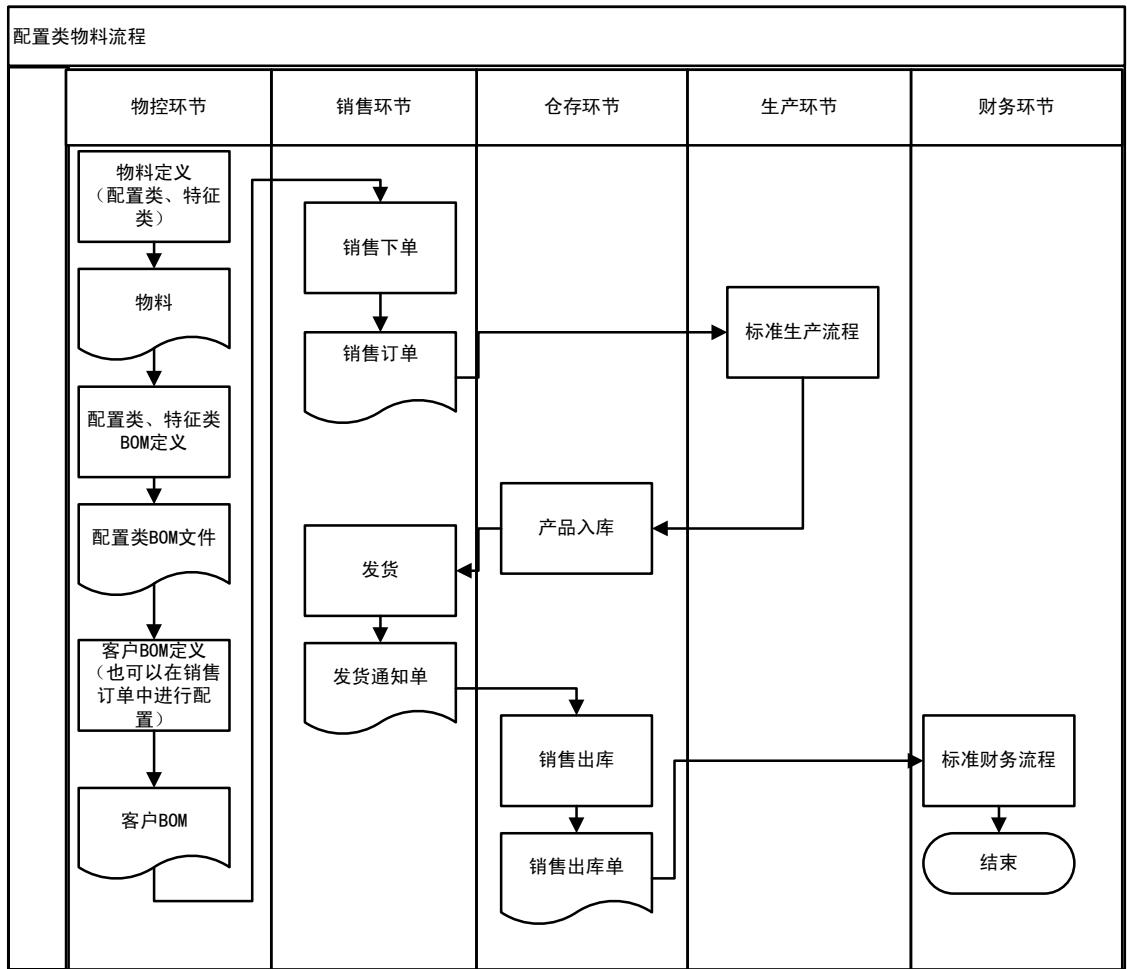


图 2-8

步骤一：定义物料主数据

在物料的管理过程中，由于每种物料所需要的处理流程存在不同，在 ERP 系统中定义物料主数据时往往需要指定物料属性，物料属性包括规划类、特征类、配置类、自制件、外购件等，与配置类相关的物料定义可能包括的物料类型有：配置类、特征类、外购物料：

配置类物料：表示该物料存在一些可以配置的子项，可配置表示可以由用户选择什么样的组件。如用户在购买 MP3 时可以选择内存的大小、外壳的颜色等。

特征类物料：与配置类物料配合使用，表示可配置项的特征，不是实际的物料，在 BOM 中只能是配置类物料下级。特征类物料的下级才是真正由用户选择的物料。如 MP3 的内存作为特征件，内存本身不是实际的物料，表示内存是可由用户选择的，其下级可能是 256 兆内存、512 兆内存、1G

内存，这才是实际的物料。

外购件： 从供应商购买的原材料。如 MP3 的耳机。

定义过程

1. 调用事务时使用：系统设置→基础资料→ 物料。
2. 在物料的物料属性字段需要选择“配置类”或“特征类”。
3. 对于配置类物料，K/3 系统强制性进行批号管理。

步骤二：物料 BOM 定义

对于配置类物料，需要定义配置类物料 BOM、特征类物料 BOM，配置类 BOM 指的是物料属性为配置类物料的 BOM；配置类的下级物料有很多种选择，如 MP3 是配置类物料，MP3 的内存，可以为 256 兆内存、512 兆内存、1G 内存等，但只能选择一种。在这种情况下，MP3 的下级物料内存为特征类物料。特征类物料类似于虚项的概念，表示一类物料的分组，如内存，可以定义为特征类物料。特征类物料的 BOM 为特征 BOM，表示该特征类物料的组成成员。如内存这个特征类物料，它的 BOM 由 256 兆内存、512 兆内存、1G 内存组成，其中 256 兆内存、512 兆内存、1G 内存为具体的物料，在客户进行产品配置时，只能选择其中一种。

配置类 BOM 和特征 BOM 经常是搭配使用的。事实上，特征类 BOM 只能用在配置类 BOM 中。下面用图例说明配置类 BOM 和特征类 BOM 的使用。



举例：如图 2-9 所示的产品结构，将会产生三个标准 BOM：

MP3（配置类）BOM

内存（特征类）BOM

外壳（特征类）BOM

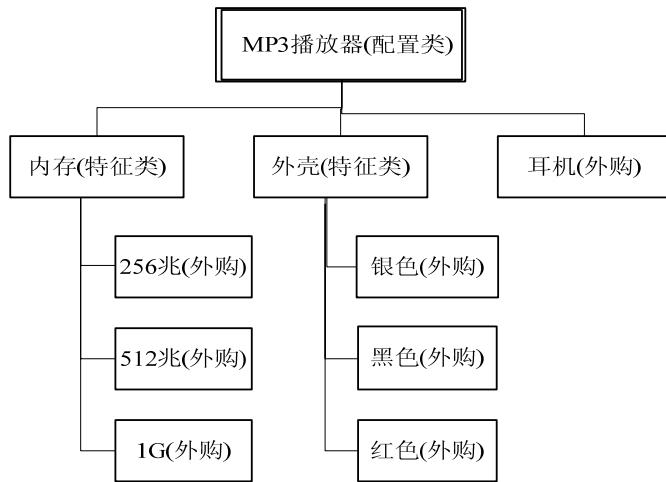


图 2-9

定义过程

1. 调用事务时使用：生产管理 → 生产数据管理 → BOM 维护 → BOM 维护
2. 输入必要的数据，表 2-3 是需要注意的数据。

表 2-3

字段名称	必需/选项/相关	用户操作和值	注释
BOM 主体			
物料代码	必须	F7 选择物料	BOM 的主物料，如上述的 MP3 (配置类)
数量			一般是 1
成品率			一般 100%
BOM 明细			
物料代码	必须	F7 选择物料	BOM 的子物料，可以有多个子件。
子件类型	必须	F7 选择	如果当前物料是特征件，则系统自动填为特征件，不能修改。一般还可以选择普通件，表示该物料作为主物料的子件，需要领料。
配置属性	必须	F7 选择	选择“通用”、“可选”。通用表示，所有产品都必须用到。可选则表示该物料是可选件，在配置客户 BOM 时可以不要。
用量	必须		相对于主物料代码的数量的子件用量
计划百分比	必须		在进行计划时分摊的 100%
损坏率	必须		损坏率。

3. 审核 BOM

4. 使用 BOM

步骤三：客户 BOM 定义

客户 BOM 反映了客户的真实需求，通过在标准 BOM 基础上结合特征类物料 BOM，经过配置形成客户 BOM，方便销售订单提交到生产环节后，生产主管能清楚的了解生产的预备投料情况。

在配置客户 BOM 之前，可以先制定 BOM 约束规则设置，约束设置是为了在配置客户 BOM 时：A、能够快速的将子件中的关联配件同时带出，减少输入，加快配置速度。B、能够将子件之间的互斥关系排除，防止在同一个配置物料中，存在两个或多个不允许的物料存在。

如上节中定义的标准 BOM 中，可以定义 1G 内存的互斥物料银色外壳，则在客户 BOM 配置中，如果选择 1G 内存的同时也选择了银色外壳保存时会提示，减少由此而产生的错误。

客户 BOM 配置过程

1. 调用事务时使用：生产管理 → 生产数据管理 → BOM 维护 → 客户 BOM 维护
2. 销售订单新增时，在销售订单明细的客户 BOM 字段按 F7 键；选择标准 BOM，通过配置按钮进行配置；
3. 对特征类物料选择一个确定物料，如上节的内存（特征类）BOM 中选择一种内存，如选 1G 内存，外壳黑色。
4. 对可选件进行选择，确定是否需要，不需要则删除。
5. 审核 BOM
6. 使用 BOM

步骤四：销售订单产品配置

销售订单是企业需求的来源，是生产的动力与依据，创建销售订单时，配置类物料必须输入客户 BOM，以便将产品的结构传递到计划、生产环节，指导生产主管进行生产任务的投料准备。

配置类物料的销售订单在录入时必须录入客户 BOM，在配置客户 BOM 时需要注意：在选择客户 BOM 时，如果在前面已经定义好了客户 BOM，可以直接返回客户 BOM，否则需要在标准 BOM 的基础上，对标准 BOM 进行配置，形成客户 BOM，才能返回到销售订单上。

步骤五：配置类产品销售订单跟踪查询

对于配置类物料，系统强制进行批号跟踪，所以可以通过批号跟踪表来查询物料的执行情况。

销售订单批次跟踪报表：这种查询主要是针对按销售订单进行生产的企业，可以综合反映处理销售订单的生产执行情况，反映销售订单的物料消耗的情况。

物料批次跟踪报表:这种查询主要是处理当某一供应商供应的某一批号的材料出现问题，但是原材料已经被生产或发货，这样需要知道该原材料生产的最终的产品，需要对产品进行追踪的过程，进而对出现问题的产品进行处理。

生产批次跟踪报表:这种查询主要是对产品的生产过程和原材料的来源进行追踪的过程，进而对出现问题的情况进行分析，最终找出原因。

► 配置出产品（代码和名称）是不相同的

前面介绍了选择的子项不同，配置出的产品（代码和名称）相同的情况。我们简称为“配置 BOM”，顾名思义为“按标准 BOM 来配置客户 BOM”，其特点是：

- A、客户 BOM 人工配置，系统产生数据库实际数据，配置工作效率低；
- B、配置灵活，客户 BOM 的可选物料可删除，可增加物料；
- C、配置物料必须采用批次管理，通过物料编码和批次区分不同特性；
- D、针对配置后的客户 BOM，可以进行客户化 BOM 的成本分析；
- E、适应于结构复杂的选配产品。

现在我们介绍选择的子项不同，配置出的产品（代码和名称）也不相同的情况。我们简称为“特性配置”，顾名思义为“按子项特性直接进行配置”，其特点是：

- A、通过特性配置方案、或在销售订单系统自动增加特性物料和特性配置方案，动态产生客户特性 BOM。
- B、客户特性 BOM 不能修改。
- C、每个特性物料有自己的物料编码。
- D、适用于结构不十分复杂、配置规则有规律的选配产品。

特性是指物料的属性，例如：物料的属性有颜色、容量、规格、尺寸、大小等，我们把这一类属性称之为特性。

通过特性配置快速建立客户配置 BOM 和建立特性物料。提高工作效率，加快客户订单交付时间。通过对特性配置功能的应用，业务员只要了解产成品的各项特性或是参数后就能快速产生动态 BOM. 提高了销售订单交货的速度和质量。

K/3 特性配置产品流程如图 2-10 所示

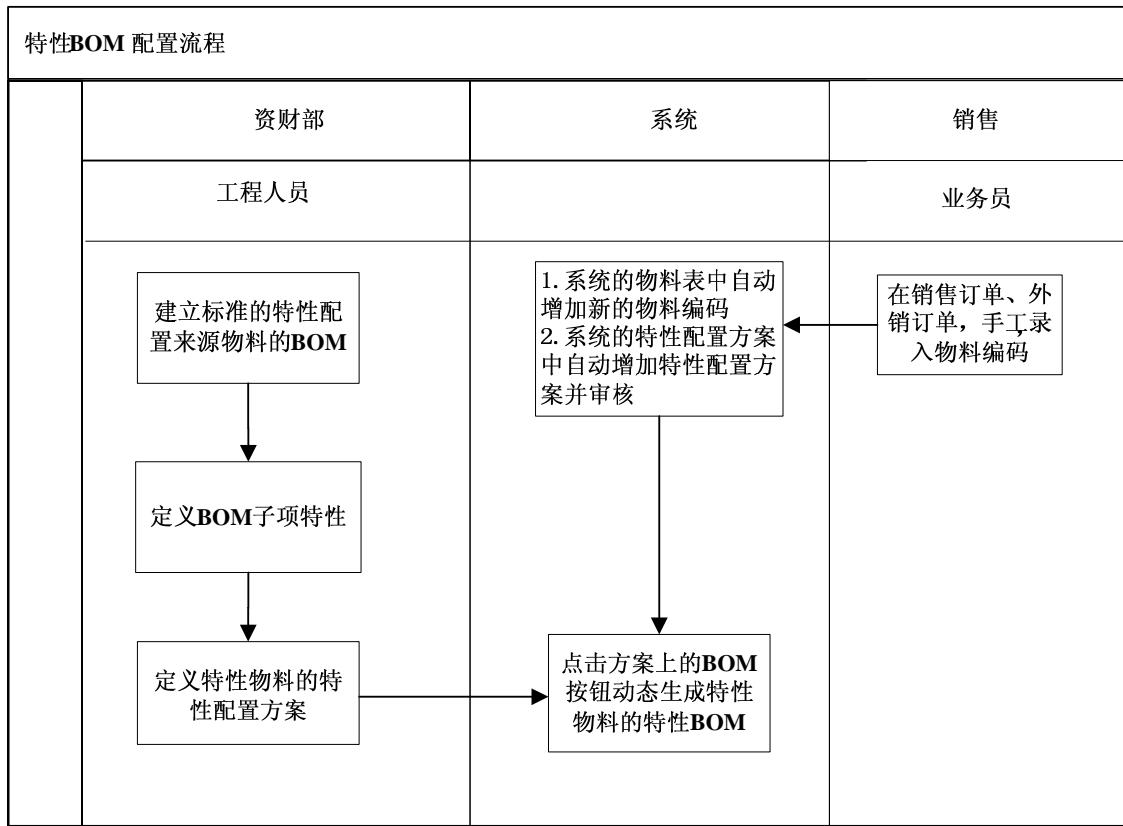


图 2-10

步骤一：基础资料定义

在物料的管理过程中，由于每种物料所需要的处理流程存在不同，在ERP系统中定义物料主数据时往往需要指定物料属性，物料属性包括规划类、特征类、配置类、自制件、外购件、自制（特性配置）等，其中“自制（特性配置）”即为我们提到的特性配置类物料。

定义过程

1. 调用事务时使用：系统设置→基础资料→ 物料。
2. 建立特性产品物料，并在物料的物料属性字段需要选择“自制（特性配置）”，如MP3的物料属性指定为“自制（特性配置）”。
3. 建立特性产品子项物料，如256兆内存、512兆内存、1G内存、银色外壳、黑色外壳、红色外壳、耳机等。
4. 建立“自制（特性配置）”物料的产品BOM，并将其所有子项物料建立在BOM中。如MP3下挂256兆内存、512兆内存、1G内存、银色外壳、黑色外壳、红色外壳、耳机等。

步骤二：定义特性属性

对配置产品的子项物料属性进行定义，如前面提到 MP3 的子项内存包括 256 兆内存、512 兆内存、1G 内存，外壳包括银色、黑色、红色外壳。

定义过程

1. 调用事务时使用：生产管理→生产数据管理→特性配置→特性-新增。
2. 建立每个特性所具有的属性，并指定“排位号”（即该属性在产品编码中所处的位置）。如外壳，排位号为 1，包括银色简码为 S、黑色简码为 B、红色简码为 R；内存，排位号为 2，包括 256 兆内存简码为 1；512 兆简码为 2；1G 简码为 3。

步骤三：定义物料与特性对应关系

建立物产与特性子项之间的关系，即特性产品有哪些特性子项。如 MP3 的特性子项有内存和外壳。

定义过程

1. 调用事务时使用：生产管理→生产数据管理→特性配置→物料和特性对应关系-新增。
2. 还可通过调用事务：系统设置→基础资料→ 物料。直接在物料中通过“物料对应特性”进行对应。

步骤四：销售订单产品录入

在销售接单时，客户按照企业给出的子项范围进行配置，客户选择的子项属性确定后，用户可以在销售（外销）订单上，直接按“物料编码-简码”的规则录入物料代码，则可产生一个具有对应子项属性的新的物料和其 BOM 方案。如 MP3，客户需要黑色外壳 512 内存的 MP3，按所设置的排位号和简码，在销售订单上直接录入物料代码“MP3-B2”，即完成客户的配置过程，快速与客户签单成交。

其特点是：

- A、针对特性产品只需要设定一个 BOM 资料；
- B、只要选择成品的特性就能自动产生新的产品，自动产生动态 BOM 方案；
- C、MPS、MRP、生产时依据动态 BOM 进行；
- E、可自定义产品特性；
- F、可自定义配置方式，支持多层；
- G、可以在接单时直接配置；

适用于结构不十分复杂、配置有规律的装配产品。

2.3.3 订单监控及执行

销售订单监控管理，销售价格管理及控制、信用检查及控制、销售订单预警、销售订单成本预测、销售订单全程跟踪等订单监控方面，与面向库存生产模式下的销售订单管理相同，在此不再重复介绍。详细说明可参见 2.1.3 销售订单管理。

面向订单装配模式下的销售发货、开票和收款，与面向库存生产模式的发货、开票与收款环节基本相同，详细说明可参见 2.1.4 销售发货环节-2.1.7 销售收款。

2.4 国外销售业务

国外销售与国内销售同属商品的买卖活动，两者并无实质差别，但是由于各国在语言文化、法律制度、风俗习惯与经济发展水平等方面不尽相同，两者之间还是存在很大差异。

国际贸易因各国对商品的要求不同、语言文字不同、使用的货币不同、贸易规章制度不同、货物运输及保险手续复杂、受国际贸易惯例及规则的约束等，使得国外销售业务在签单、货物通关、质检、运输、保险等方面较国内贸易复杂。

国外销售业务通常可分为：一般贸易出口（自营出口、代理出口）、加工贸易出口（进料加工出口、来料加工出口），两种贸易方式都需要经过签单、货物通关、运输、保险、收款的环节，而后者还需要进行保税物料备案和核销处理。

企业的出口流程一般是：与外商签订外销订单，生产（或采购）备货，备齐报关所需单证，经检验、通关后，将货物运往国外，并向国外客户收取货款。

金蝶 K/3 出口管理系统对企业的出口业务进行全面管理，包括从外销订单的签订、外销订单的多级审核，到出运通知、出口报关处理、单证制作及打印、装箱单制作及打印、销售出库、结算等业务处理。

K/3 出口销售业务流程图如图 2-11 所示。

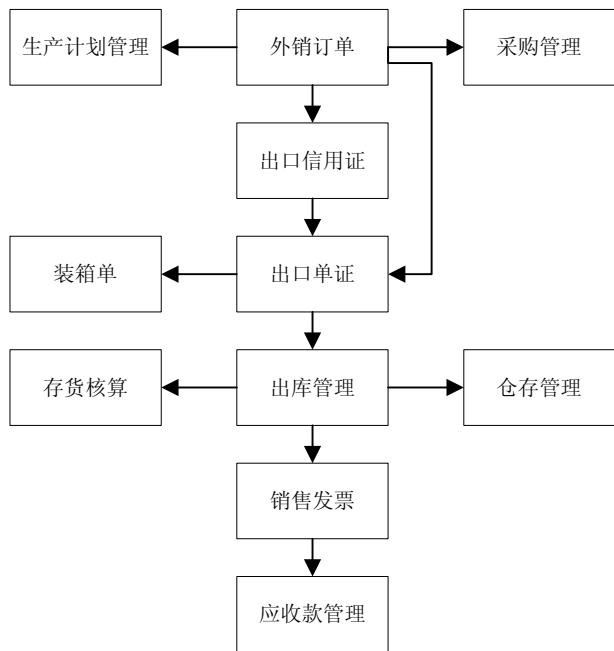


图 2-11

2.4.1 外销订单管理

为规避国外销售业务中的风险，一般与国外客户签订外销订单时，除列明商品的名称、单位、数量、包装、成交币别、价格、交货点、交货时间、支付方式等标准订单的要素外，还包括国际贸易价格术语、品质认定方式、运输方式、保险、索赔、不可抗力、仲裁等条款。

K/3 外销订单除具有标准订单属性外，还提供了出口销售订单所应具备的贸易方式、价格术语、运输方式、港口、装运期、唛头、订单条款、联系信息等。并且用户可以通过 K/3BOS 工具对外销订单上的字段进行增加或减少。

系统提供外销订单出运控制表，可查询外销订单的出运通知、出库情况。

外销订单与销售订单相同，提供销售订单执行情况明细表、销售订单执行情况汇总表，通过“事务类型”——外销、内销、全部反映外销、内销、内销+外销订单的执行情况；还提供外销订单的全程跟踪查询，详细说明参见 2.1.3 销售订单管理。

2.4.2 出口信用证管理

信用证 (L/C, Letter of Credit) 是国际贸易中的一种结算方式，目前国内也在逐渐采用这种结算方式，在台湾地区和日本也称为“信用状”。在贸易结算过程中，买卖双方都希望“一手交钱，一手交货”，以保证货物或资金安全、防范经营风险，任何一方都不愿先于

对方将“货”或“钱”交付给对方。随着国际贸易的发展，在19世纪后期开始出现了由银行保证付款的信用证，其特点是“一手交钱，一手交单”，其中“单”是货物的所有权凭据（如提货单），要取得货物所有权凭据，必须“付款赎单”。由于其收款的安全性，这种方式较易被买卖双方所接受，有利于交易的达成和国际贸易的发展。

信用证当事人及流程如图 2-12 所示。

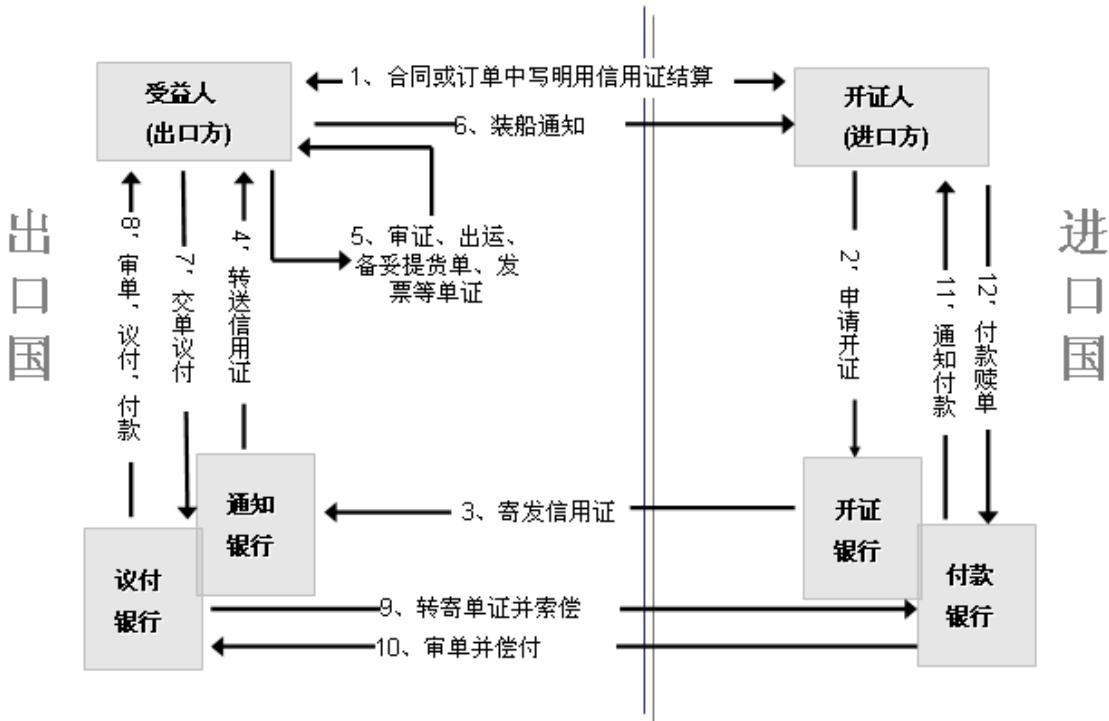


图 2-12

► 信用证的作用

采用信用证方式结算，各当事人有诸多好处：

对于出口人来说，只要按信用证规定发运货物，向指定银行提交与信用证相符的单据（如提货单、汇票），收取货款就有了保障。而且在货物装运前还可凭信用证向银行申请打包贷款（packing credit），有利加速资金周转。

对进口人来说，向银行申请开证只需缴纳少量押金（保证金），有些银行对信誉良好的进口人免收押金。大部分或全部货款等单据（如提货单）到达后再行支付，这就减少了资金的占用。

对于出口地议付银行来说，只要出口人交来的汇票、单据与信用证相符，就可以对出口人进行垫款，续做出口押汇，从中获得手续费和利息等收入。

对于进口地开证银行来说，开证行只承担保证付款责任，它贷出的只是信用而不是资金，出口人或议付行交来单据（如提货单），就掌握了具有货物所有权的单据（如提货单），加上开证人缴纳的押金，并无太大风险，从中获得开证费和手续费等收入。

信用证结算方式在降低收付风险的同时，较其它结算方式，如 D/P (Documents against Payment)、D/A (Documents against Acceptance)，银行费用相对较高。为了降低银行费用，企业一般与长期合作且信用较好的客户不采用信用证结算方式，采用何种方式结算需要企业对客户和市场有敏锐的判断能力，并在风险与收益之间作权衡。

► 如何管理出口信用证

出口业务中对于信用证的管理主要在于：

- A、妥善保管纸质信用证原件，防止遗失。
- B、审核信用证条款内容是否与订单（或合同）条款一致。
- C、对信用证风险进行评估，不可接受的信用证条款与开证人商议改证。
- D、严格按信用证条款规定的产品、数量、交货期等进行备货和出运，防止信用证过期失效而错失销售良机、影响企业信誉。

E、按信用证条款缮制银行议付单据，保证“单单相符，单证相符，单货相符”安全收汇。

F、当信用证进行打包贷款时，保证打包银行与议付行的一致性。

K/3 系统提供出口信用证管理功能，企业在收到国外客户开据的，由通知银行送达的信用证后，在 K/3 系统中：

A、关联外销订单进行信用证的登记，这时信用证可以将外销订单的信息携带到信用证上，信用证登记保存成功。

B、可以经过多级审核流程对信用证进行审证处理，可批注审核意见，审核通过后的信用证才能进行后续的发货处理。

C、如企业有不接受的条款需要客户改证时，客户修改证到达后，可通过【信用证变更】功能对信用证进行改证处理，则后续信用证业务，将按照变更后的信用证执行。

D、K/3 系统还提供信用证打包银行、日期、金额、利息等用信用证向银行贷款的信息记录功能。

E、当出运数量超过信用证溢短装下限（如信用证数量*（1-5%））时，系统自动关闭信

用证。

F、若对已关闭而未达溢短装上限数量（如信用证数量*（1+5%））的信用证继续执行以达到溢短装上限数量（如信用证数量*（1+5%））时，可以对信用证进行手工反关闭操作。

G、一份信用证可以多次出货，但多份信用证不可通过一笔单证来进行报关议付。

2.4.3 出口单证与出运环节

依《中华人民共和国海关法》规定，向国外销售货物，在货物出境时，必须受到国家海关的监管，由海关运用国家赋予的权力，通过报关注册登记、审核单证、查验放行、后续管理、违章处理等环节，要求进出境活动的当事人如实申报，交验单证，并接受检查、查验。因此企业在货物出运之前，必须向口岸海关如实申报反映出口货物的相关单证，接受海关的检查。这种提交给海关进行出口货物申报的单据，我们称为“报关单证”。

另一方面，企业需要制作作为买卖双方交接货物和结算货款的单据给客户或银行，用以确认或收取货款。我们称为“结汇单证”，当结算方式为信用证时，对于单证更是严格要求“单单相符，单证相符，单货相符”，如有任何不符点，银行可以拒绝付款，造成收汇风险。

单证业务是对外贸易业务重要的组成部分，覆盖了外贸交易的整个流程。正确、及时、完备地缮制各种单证，是顺利报关、结汇的前提条件。

► 出口单证处理

出口单证制作是出口业务的重要环节之一，能否及时、准确地制作单证，直接关系到能否及时安全地报关和结汇。而电脑制单能够保证单证的准确性和一致性，提高制单速度和效率，降低收汇风险。

K/3 出口系统单证数据一处输入，多处调用，免除重复录入，各类单证数据共享，保证数据的一致性；另外，用户可按企业所需格式制作多种单证模板，系统根据模板自动生成对应单证。

K/3 出口管理系统的出运通知单，不仅可以将外销出运信息传递给仓储、运输、保险等环节，它还集中了出口单证所需要的全部数据，减少了重复输入，保证了数据的一致性。虽然只是一张单据，但用户可以将“报关”“回填”的权限授予不同的操作人员，防止了传递过程中的信息失真现象，保证数据的正确性，提高了下游人员的工作效率。

K/3 出口管理系统出运通知单操作流程如图 2-13 所示。

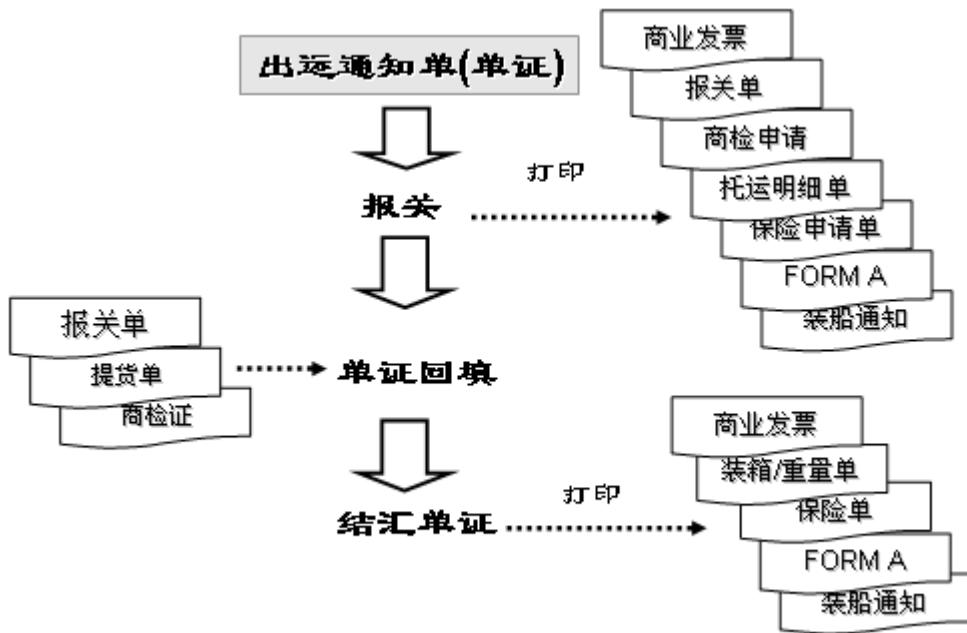


图 2-13

前期准备

A、套打格式设计。通过 K/3 系统工具→单据套打工具→供应链单据套打, 设计单证打印格式模板, 如商业发票、报关单、装船通知、托运明细单等单证的打印格式。并将套打文件在出运通知单上进行注册, 供出口单证制作时直接按模板格式打印单据。

B、报关合并依据设置。调用出运通知单→【选项】→【报关合并规则设置】, 可按出运明细物料所有属性(如海关编码等), 甚至自定义属性都可作为报关合并的依据, 并可将各种合并方式保存为合并方案, 供制单时选择使用。

C、物料包装资料定义。定义物料的包装单位、包装方式(包装单位与常用单位的换算关系)、单件毛、净重, 外包装长、宽、高、单箱体积等, 供出运通知、装箱单等出口单证制作时使用。

出口单证制作步骤:

步骤一: 已审核的外销订单或出口信用证可以生成出运通知单, 并将信息携带至出运通知单。审核出运通知单。

步骤二: 报关数据处理。(此步骤在出运通知单审核前后均可操作)。

在出运通知单上选择相应的物料报关合并方式, 调用出运通知单→【编辑】→【生成报关商品】，系统自动按报关合并方式生成报关商品，并自动换算为报关单位的数量、单价、

金额。

步骤三：打印报关单证。

调用出运通知单→【文件】→【套打设置】中，对与报关相关的单据模板进行选择，点击【打印】后，系统自动打印选中的多种报关单据（如商业发票、报关单、托运明细等）。

步骤四：明细装箱单制作（不需要时可省略）。

出运通知下达后，根据出运通知进行装箱单的制作，装箱单必须关联出运通知单生成，不可手工制作，一张出运通知单只能关联生成一张装箱单。生成装箱单时系统按出运通知的包装方式自动生成标准箱号，若有混箱包装（一个包装中装有两种物料）或需要手工编改箱号时，可通过装箱单的行复制功能来完成。若企业需要控制“装箱数量与出运通知数量完全一致”时，出口系统提供对应参数，由用户选择是否进行控制。

步骤五：单证回填（对货物出运后返回的“提货单”“报关单”“商检证”的信息进行记录）。

调用出运通知单→【编辑】→【单证回填】，则出运通知上报关、运输、商检等信息可以进行修改操作，用户可将最终返回的实际数据进行输入，一方面，保证数据的一致性，另一方面，方便后续结汇单证的制作。

步骤六：结汇单证打印

调用出运通知单→【文件】→【套打设置】中，对与结汇相关的单据模板进行选择，点击【打印】后，系统自动打印选中的多种结汇单据（如商业发票、装箱单、装船通知等）。

► 出口发货环节

发货环节可以依据出运通知的指令，将出运通知单下推生成销售出库单，对出口货物进行出库处理。销售出库仍可对销售价格进行控制，对客户或业务员的信用进行检查和控制。详细说明可参见 4.1 销售价格策略及控制、4.2 信用管理及控制。

在销售出库环节，仍可控制发货数量是否与外销订单数量相同，外销订单出库数量是否按一定比例出库。详细说明可参见 2.1.4 销售发货环节。

2.4.4 出口收汇与退税

▶ 商业发票与收款

在国际贸易中，作为买卖双方交接货物和结算货款的单据是商业发票，虽然出口商业发票的形式及管理法规与我国的税务普通发票不同，各企业可以自行设计和印制商业发票（可在出运通知单中直接打印），但它的作用和内容基本与我国普通销售发票相同。因此作为客户应收款管理的依据时，可在 K/3 系统中，关联销售出库单生成销售普通发票，从而达到增加客户应收账款的管理作用。则销售发票后续的收款与结算，与标准的收款流程相同，详细说明可参见 2.1.5 销售发票处理-2.1.7 销售收款。

▶ 出口退税处理

出口货物退（免）税是对报关出口货物退还在国内生产环节和流转环节按税法规定缴纳的增值税、消费税或免征应纳税额。是国际贸易中通常采用并为各国普遍接受的一种税收措施，其目的在于鼓励各国出口货物的公平竞争。

我国现行出口货物退（免）税管理办法规定：“有出口经营权的企业出口或代理出口的货物，除另有规定者外，可在货物报关出口并在财务上作销售后，凭有关凭证（报关单、发票、出口核销单等）按月报请税务机关批准退还或免征增值税和消费税。

我国现行出口货物增值税的出口退（免）税办法：

A、先征后退——适用于外贸企业

对于购进商品后直接出口，以购进金额和退税率计算退税额，并予以退税。

B、免、抵、退——适用于生产企业

“免”税：是指生产企业出口自产货物，免征本企业生产销售环节增值税；

“抵”税：是指生产企业出口自产货物所耗用的原材料、零部件、燃料、动力等所含应予退还的进项税额，抵顶内销货物的应纳税额；

“退”税：是指生产企业出口的自产货物在当月内应抵顶的进项税额大于应纳税额时，对未抵顶完的部分予以退税。

应退税额=出口发票上的离岸价（FOB 价）*汇率*退税率

不予退税额=出口发票上的离岸价（FOB 价）*汇率*（增值税率-退税率），进行

转销售成本处理

当期应纳税额=当期内销销项税额—（全部进项税额—不予退税额）—上期未抵扣完的进项税额

对于以上两种形式的退税，每月可在K/3总账系统中通过手工记账的方式直接进行账务处理。对于第一种适用于外贸企业先征后退的方式，主要关注退税单据的收集及匹配，目前K/3系统暂没有提供退税单据收集、配单、退税申报等管理功能，未来我们会逐步提供。

第3章 特殊业务类型及应用

销售业务过程中，因其销售结算方式、产品的特性等的特殊性，其销售流程的处理和应用不尽相同，下面我们介绍六种较为特殊的销售业务流程，他们是：委托代销业务、直运销售业务、成套件销售业务、商品组合销售业务、长期销售合同（协议）业务、销售退换货业务。

3.1 委托代销业务

委托代销又称为寄售，是委托方根据委托代销协议，向受托方发出产品，但产品所有权并没有转移给受托方，委托方不确认销售收入。当受托方将货物销售（或使用）后，向委托方开具委托代销清单，委托方开具销售发票或代销手续费发票给受托方并确认销售收入。受托方没有销售（或使用）出去的货物可以返退给企业。

K/3 系统提供二种方式处理委托代销业务：标准委托代销业务、通过调拨方式处理。

3.1.1 标准委托代销业务处理

▶ 委托代销流程及控制

标准委托代销流程为：委托代销订单（或合同协议）→委托代销发货通知→委托代销出库→（收到委托代销清单后）开具发票→结算。

委托代销流程中销售订单、出库、开票、收款等环节，提供如价格管理、信用管理、销售订单预警等业务控制，详细说明参见 2.1 面向订单生产模式下的销售业务。

在销售出库环节，仍可控制发货数量是否与销售订单数量相同，销售订单出库数量是否按一定比例出库。详细说明可参见 2.1.4 销售发货环节。

▶ 委托代销退回

委托代销商品发出后，进行退回时，因其尚未进行开票和收入确认，因此通过红字销售出库处理。

操作步骤为：将原蓝字出库单下推生成红字出库单，开具销售发票后，将此红蓝字出库单与销售发票一并钩稽，进行收入和成本的匹配确认。

▶ 委托代销业务监控

对于委托代销业务，定期对发出数、结算数、结存数进行账务核对是企业较为关注的。

K/3 销售系统提供报表分析--委托代销清单，可按多个维度汇总：客户、客户类别、物料类别、客户+物料类别、物料类别+客户等统计查询委托代销的未结算、发出、结算、结存的数量和金额。方便企业与受托方进行数据核对，及时了解委托代销业务动态。

▶ 委托代销利润分析

由于委托代销的成本结转必须与收入严格匹配（系统将这种出库与发票收入匹配的操作称为“钩稽”），委托代销的销售收入、销售成本是通过已匹配的销售发票和销售出库单来进行确认的。因此反映委托代销业务毛利润的前提是销售发票与出库单已经钩稽，已确认委托代销的销售收入所对应的销售成本。则产品的销售毛利润等于产品的销售收入减去与之匹配的产品的出库成本的差额。

K/3 系统在销售系统和存货核算系统中分别提供了销售毛利润表和销售毛利润汇总表，按客户、客户类别、物料类别、客户+物料类别等维度，汇总反映委托代销商品的销售收入、销售成本、销售毛利润、销售毛利率等。

销售系统中的销售毛利润表，则是按单据日期、单据状态（钩稽、审核、未审核、全部），还可按部门、业务员等维度反映毛利润情况。则当用户以钩稽状态查询委托代销毛利润时，需要注意查询的单据日期范围区间，应涵盖出库单单据日期与对应发票的单据日期，否则报表可能会只体现成本而没有收入，或只体现收入而没有成本。

核算系统中的销售毛利润汇总表，则是按钩稽期间依据不同维度来反映毛利润情况。因此发票与出库单的钩稽期间满足报表过滤条件查询期间范围的数据报表才会进行体现。

3.1.2 通过调拨方式处理委托代销

▶ 调拨方式流程

调拨方式处理委托代销的原理，是依据“委托方发出商品受托方，但产品所有权并没有转移给受托方。”因此可以在委托方的仓库中，为此客户设立仓库，则委托方将货物发给受托方，可以视作委托方将货物调拨至该客户在委托方企业内设立的仓库（此仓库不管实物只管数目）中，故货物的所有权仍在委托方。

可在K/3系统中设立各客户仓库，当委托代销调拨时，将货物调拨至对应客户的仓库中。

调拨方式处理委托代销业务流程为：委托代销订单→委托代销发货通知（调拨类型）→调拨单（调至客户仓）→（收到委托代销清单后）销售出库→开具发票→结算。

流程中销售订单、开票等环节，提供如价格管理、信用管理等业务控制，详细说明参见第4章企业内部管控专题。

相比标准委托代销流程，此操作流程相对较长。且只能通过“客户仓库”的数量了解代销商品情况，无法了解发出与结算而委托代销标准流程则提供了委托代销清单，可进行代销货物的发出与结算数据统计与查询。

▶ 委托代销退回

由于调拨方式的委托代销，其货物仍在委托方的“仓库”中，代销货物退回时，只需将货物从客户仓库调拨回本企业仓库即可，后续不需要制作红字销售出库。

调拨方式处理委托代销业务的优势就在于代销货物退回的处理比较方便快捷，对于代销退回业务较多的企业可以选择调拨方式处理委托代销业务。

3.2 成套件销售业务

我们经常碰到这样一类物料，如某些机械设备，它们是一种成套件，由于运输、存储、设计等方面的需求，在企业中此类物料是由一系列子件组成的套件。举例：如一种软化油料的设备，名称为软化锅，它是由锅体、自动料门、搅拌装置、排汽管、传动装置等部分组成。这类物料本身（如软化锅）不需要在生产车间中组装，不需要进行车间生产，往往组装的场所是在企业外部。

我们称这类物料（如软化锅）为成套件产品。在 K/3 系统中将成套件视作虚拟件，虚拟件产品可分为两种，一种为可销售的虚拟件即成套件物料（如软化锅），其名称一般只体现在销售环节中，即销售订单和销售发票上，到了发货环节，即发货通知和出库环节则会按其子件（如锅体、自动料门、搅拌装置、排汽管、传动装置等）进行发货。另一种为不可销售的虚拟类物料，它是一组物料的代表，通常出现在图纸上，以简化库存发料和计划处理的工作量，它仅在生产环节中应用和体现，在物流环节中不需要处理。

由于不可销售的虚拟类物料与销售业务无关，因此下面介绍的是可销售的虚拟类物料即成套件在销售环节中的业务处理。虚拟类物料的销售流程主要是销售报价、销售订单签订、销售发货、销售开票与结算。但其不同之处在于，各个业务环节中虚拟类物料体现的形式不同，如虚拟类物料在销售订单及发票上以虚拟物料（如软化锅）出现，而在发货环节是以其子件展现。

K/3 虚拟件销售流程如图 3-1 所示。

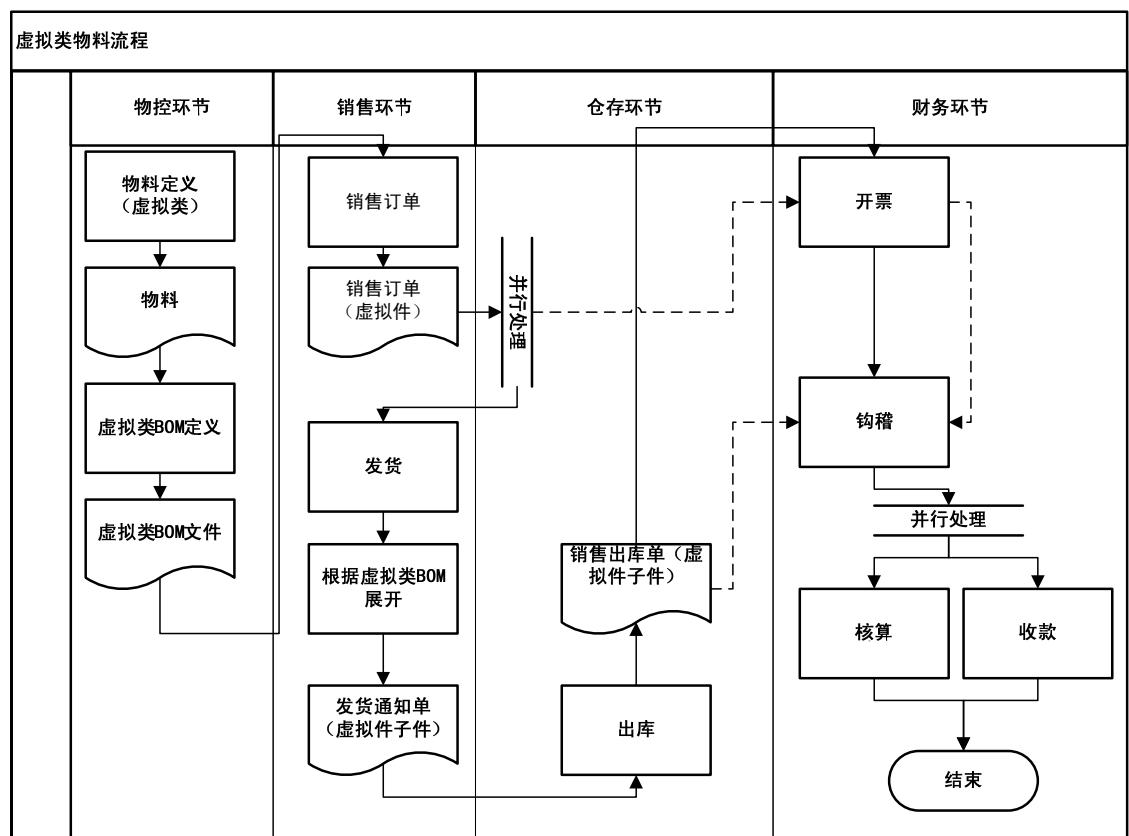


图 3-1



举例：如下图的软化锅，由于运输、仓存、设计等方便性考虑，在企业的销售、财务等环节，软化锅是虚拟的，企业在生产、存储、运输中都是以锅体、自动料门、搅拌装置、排汽管、传动装置等进行存储、核算、记账。结构如图 3-2 所示。

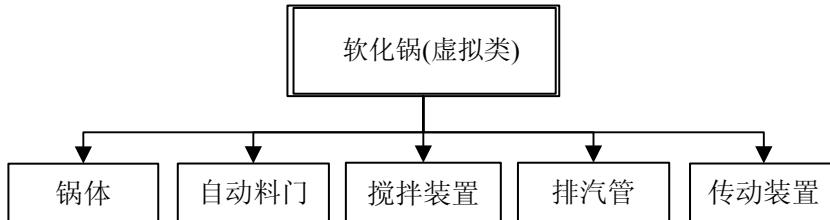


图 3-2

3.2.1 成套件销售订单管理

在与客户签订销售订单时，虚拟类物料（如软化锅）是以其虚拟物料体现的。如客户订购软化锅 3 套，则销售订单中的物料为软化锅，数量 3 套。并同时确认单价、交货期及交货地点等。

成套件的销售订单与标准销售订单管理相同，可进行销售价格管理及控制、信用检查及控制、订单预警、订单成本预测等订单监控方面，与面向库存生产模式下的销售订单管理相同，在此不再重复介绍。详细说明可参见 2.1.3 销售订单管理。

3.2.2 成套件发货环节处理

虚拟成套件销售的前提，是必须先建立虚拟类物料的 BOM，由于成套件在实际生产和库存中是不存在的，到发货环节，成套件是以其子件进行存储和移动的，因此虚拟件由销售订单到发货通知单或销售出库单环节时，销售订单的虚拟类物料会根据定义好的虚拟物料 BOM 进行展开，以展开的子件进行发货、出库处理。

由于发货环节是以成套件 BOM 展开的子件进行发货，因此其销售订单执行数量控制也是按 BOM 中各子件的数量进行控制。当发出的子件数量超过按 BOM 展开的标准子件数量时，自动对销售订单执行关闭，则不能再以此销售订单进行发货。同时，请注意，虚拟类物料的销售不受销售系统参数“订单执行数量允许超过订单数量”、“订单按比例出库”的控制。

对于虚拟成套件物料的销售订单，如何跟踪其发货情况，如何了解其应发数与实发数的差异？

K/3 系统提供虚拟物料订单统计表，统计销售订单的虚拟物料签订数量，其子件的应发数量、实际发货数量、发货差异。方便用户跟踪虚拟物料订单的订货数和实际出库数量，并

进行比较并显示其中差异。

3.2.3 销售开票与收款

成套件的开票可以针对虚拟类物料（如软化锅）开票，也可以针对其子件（如锅体、自动料门、搅拌装置、排汽管、传动装置等）来进行开票。用户可以根据客户的实际需要选择。

如果根据销售订单来开发票，则发票显示的是销售订单的虚拟类物料（如软化锅），不会根据虚拟件 BOM 展开子件，这样由于发票的物料和销售出库单的物料不同，在结算时发票与出库单物料匹配不上，会影响到出库与开票的核对。

如果根据销售出库单来开发票，则发票显示的物料和销售出库单物料完全相同。但又存在开票与销售订单不对应的问题。

因此两种开票方式，企业可依据自己的实际需求选择使用。

3.3 商品组合销售业务

我们经常在超市会看到这样的情景，商家进行促销活动，“买一赠一”，“花一样钱买二样”等，企业营销过程中，特别是商业企业，为了有效促进销售提升或者消化积压库存，加快商品的流通速度，提高商品与资金周转率，商家会经常进行商品的捆绑销售或将商品进行物理组合后再进行销售。 举例：如牙膏捆绑牙刷的促销包装。其过程一般会先将要组合的商品按比例进行配装形成一个新的组合件商品。

我们将这种捆绑组合在一起的商品为“组装件”，如前面 举例提到的牙膏捆绑牙刷的促销包装，我们可以起个名称叫做“快乐家庭组合”，这个“快乐家庭组合”即为组装件商品，其子件为“成人牙膏 1 支、儿童牙膏 1 支和成人牙刷 2 个、儿童牙刷 1 个”。

组装件有如下特点：

- A 组装件与子件的关系相对比较独立，一般组装件和子件都可以独立销售。
- B 组装件在企业的仓库或销售现场即可进行捆绑、组装，一般不需要进入生产环节。
- C 组装件是实际的物料，参与物料的各个环节的业务，包括销售、发货、入库、出库、核算等。

K/3 系统组合商品处理流程如图 3-3 所示。

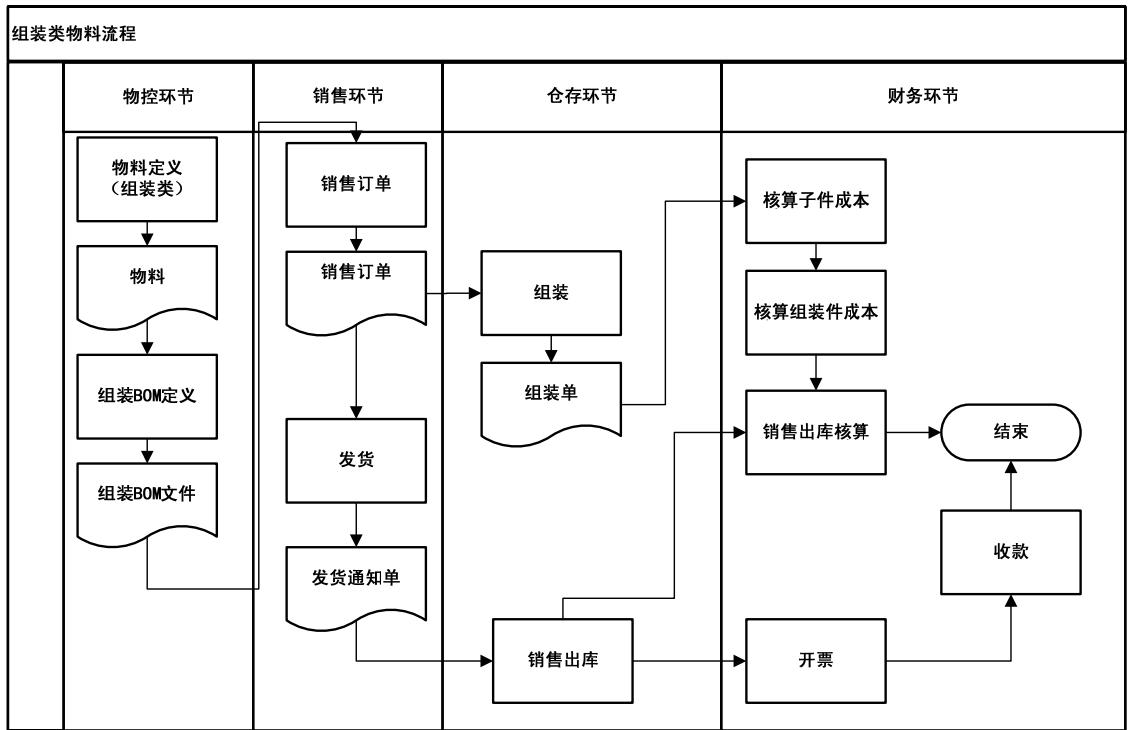


图 3-3

3.3.1 组合商品销售订单管理

在与客户签订销售订单时，直接以组合（组件）商品进行销售，以组合商品计销售价格和数量，组合商品的销售订单与标准销售订单管理相同，可进行销售价格管理及控制、信用检查及控制、订单预警等订单监控方面，与面向库存生产模式下的销售订单管理相同，在此不再重复介绍。详细说明可参见 2.1.3 销售订单管理。

3.3.2 组件商品组合

组件商品一般不需要进入生产环节，其子件均是库存中存在的商品，只需要将其子件捆绑为一个新的商品。组合流程如下：

步骤一：组件及其 BOM 定义

设置组件商品是进行组合业务处理的基础性工作。对于组合商品的设置处理，主要包括物料主文件的定义、组装 BOM 的定义。

定义过程

1. 调用事务时使用：系统设置→基础资料→ 物料。
2. 在物料的物料属性字段需要选择“组装件”。
3. 调用事务时使用：供应链管理→仓存管理→组装作业→组装 BOM 维护，进行组装 BOM 定义。

步骤二：组装过程处理

组装业务通过组装单完成，组装单第一条分录为组装件(如“快乐家庭组合”),从第二条分行以下的分录为组装件的下级子件(如牙膏和牙刷),如果组装过程中产生费用，则可以记录在组装单上，在进行存货核算时会将该笔费用分摊到组装件的成本中。

组装单制作过程

调用事务：供应链管理→仓存管理→组装作业→组装单-新增，可以关联销售订单组装件生成。

表体录入组装件(如“快乐家庭组合”),系统自动按组装 BOM 将子件(如牙膏和牙刷)展现在组装件以下的分录。

可在表头录入组装费用。

保存、审核。

系统实现原理及方法

我们将组装业务可以看作是将子件(如牙膏和牙刷)从仓库领出,然后将子件(如牙膏和牙刷)组合为组装件(如“快乐家庭组合”)再入库。因此组装单审核后,系统会自动生成子件(如牙膏和牙刷)的其它出库单,组装件(如“快乐家庭组合”)的其他入库单,以增加组装件(如“快乐家庭组合”)的库存,同时减少子件(如牙膏和牙刷)的库存。



注意事项：

一张组装单只能对一个组装件的子件进行展开、组合，不能同时对多个组装件进行其子件的组合。

只支持单层组装，且组装件本身不能作为另一组装件的子件。

3.3.3 组装件成本核算处理

组装件在进行商品组合过程中，需要将子件进行人工组合和整理，这样就会发生相关的人工或运输、包装等费用，因此组装件的成本不仅仅只是其子件成本的简单累加，而应该加上其组合过程中所发生的人工或运输、包装等费用。

组装件核算过程

调用事务：供应链管理→存货核算→材料出库核算，对组合商品的子件进行出库核算，即

子件已经有出库成本。

调用事务：供应链管理→存货核算→其它入库核算→其它入库核算（组装核算），根据已有的子件出库成本和组装单中的组装费用来计算组合商品的入库成本。

组装件成本核算举例，见表 3-1。

1 组“快乐家庭组合”由“成人牙膏 1 支、儿童牙膏 1 支和成人牙刷 2 个、儿童牙刷 1 个”组成，对于下面列表中的业务发生，系统自动计算物料“快乐家庭组合”的入库成本为： $500 + 300 + 1600 + 50 = 2950$ ，入库单价为 $2950 \div 100 = 29.5$ 。

表 3-1

物料代码	组装件物料	单位	数量		组装费
03.001	快乐家庭组合	组	100		50
物料代码	子件物料	单位	数量	单价	金额
01.001	成人牙膏	支	100	5	500
02.001	儿童牙膏	支	100	3	300
01.002	成人牙刷	个	200	8	1600
02.002	儿童牙刷	个	100	5	500

3.3.4 组装件商品发货、开票与收款

组装件商品的销售发货、开票和收款，与面向库存生产模式的发货、开票与收款环节基本相同，详细说明可参见 2.1.4 销售发货环节-2.1.7 销售收款。

组装件销售环节可对销售价格进行控制，对客户或业务员的信用进行检查和控制。详细说明可参见 4.1 销售价格策略及控制、4.2 信用管理及控制。

在销售出库环节，仍可控制发货数量是否与销售订单数量相同，销售订单出库数量是否按一定比例出库。详细说明可参见 2.1.4 销售发货环节。

3.4 直运销售业务

直运销售是指企业接到客户的订单后，向供应商进行采购，并指定供应商直接将商品交运至本企业的客户处。对于本企业而言，无需进行实物收发，即完成购销业务。结算包括两部分：企业和供应商之间的发票及付款；企业和客户之间的发票及付款。

K/3 系统直运销售业务流程如图 3-4 所示。

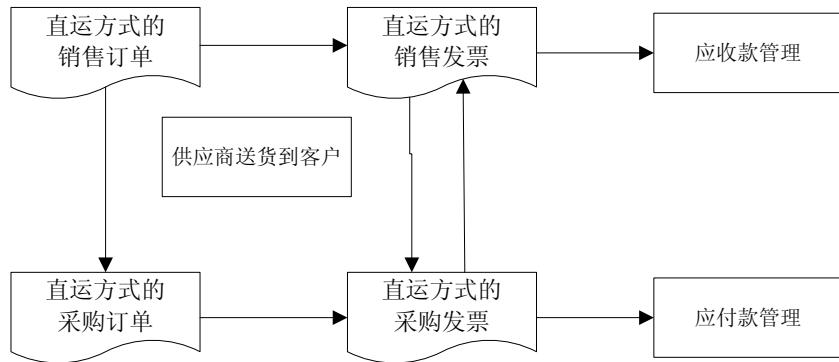


图 3-4

3.4.1 直运销售业务处理

直运销售业务，由于其无需进行实物收发，因此企业内主要是订单与发票的处理。其流程可以是：直运销售订单→直运采购订单→直运采购发票→直运销售发票，销售发票还可直接依据销售订单来开具发票。

直运销售业务中销售订单、开票、收款等环节的处理，以及各环节的价格管理、信用管理、销售订单预警等业务控制说明参见 2.1 面向订单生产模式下的销售业务。

3.4.2 直运销售业务利润分析

由于直运销售业务的成本即为对应的直运采购发票金额，K/3 系统在销售系统和存货核算系统中分别提供了销售毛利润表和销售毛利润汇总表，可按物料类别等维度，汇总反映直运销售业务的销售收入、销售成本、销售毛利润、销售毛利率等。

销售系统中的销售毛利润表，则是按单据日期，还可以部门、业务员等维度反映毛利润情况。则当用户查询直运销售毛利润时，需要注意查询的单据日期范围区间，应涵盖采购发票单据日期和销售发票单据日期，否则报表可能会只体现成本而没有收入，或只体现收入而没有成本。

核算系统中的销售毛利润汇总表，则是以满足报表过滤条件查询期间范围内的销售发票的数量和金额作为销售数量和销售收入，以与此发票相关联的采购发票的不含税金额作为销售成本，来计算直运销售业务的毛利润情况。如果直运方式的销售发票没有与其关联的采购发票时，则其销售成本为 0。

3.5 长期销售合同（协议）业务

对于长期合作的客户，企业一般与客户签订一个长期（如3年）的销售合同（协议），该合同（协议）标的可能有具体的交易商品，也可能无具体的商品，仅仅只对一定时间内的交易额、交易方式、结算方式等进行界定，具体执行时，则以销售订单来进行分解和执行。

3.5.1 合同（协议）业务处理

K/3系统，在销售管理系统和应收款管理系统均提供了合同资料的维护，也可称之为协议，它可以有产品明细，也可以无产品明细，但必须有合同客户、币别、金额等关键信息。长期销售合同（协议），在进行业务执行时，可以下游的销售订单为源头来进行计划排产、发货、开票、结算。

财务人员也可根据合同来进行预收款、开票及收付款等处理。同时财务人员还可依据合同条款进行合同收款计划的维护，加强企业的资金计划管理。

合同信用管理。当已启用信用管理对象（客户或业务员），在制作该客户或业务员合同时，如何知道该客户或业务员的信用余额是否超出？如果超出额度，是否可继续进行交易？K/3系统提供：

信用额度超额时进行控制：当客户或业务员的信用可用余额小于订单金额时，可控制销售订单是否可签订。控制强度有四种，企业可选择其中一种来进行控制：A、接受订单 B、上级授权准予接受订单 C、预警提示订单信用额度超额 D、拒绝接受订单。

订单上提供信用额度的查询功能，可方便的查看信用对象（客户或业务员）的信用可用余额。

订单上提供客户应收款查询功能，可查询当前客户的应收款余额情况。

详细说明可参见4.2信用管理及控制。

3.5.2 合同（协议）变更

合同签署后，如因市场变化、竞争状况等因素会引起合同的变更，如因客户方的原因引起款式更改、交货时间提前或者延后、追加数量等变更；或因自身因素引起的变更，如缺料导致延期交货，工艺更改导致的质量问题等。一般情况下，合同所有标的內容均可能发生变更，但较为常见的是物料种类、数量、价格等。企业一般会对已备妥的货物已发出货通知，或已出库（在途）的合同需要控制不允许进行变更处理，否则会给企业带来严重的经济损失。

合同变更通常发生在合同已审核或已部分执行时，K/3系统提供合同审核或已执行后，

通过合同的[变更]功能，变更合同的数量、含税单价、折扣率、税率等内容，并且控制，合同变更后的数量和金额不能超过合同已关联执行的数量和金额，控制不能删除已执行的合同分录；可以增加合同的物料种类、增加合同的执行数量等。

3.5.3 合同（协议）执行监控

合同签署后，各企业对合同严肃性的要求不同，有些企业需要严格控制合同执行数量或金额不允许超过合同数量或金额，而有些企业则不需要进行控制。K/3 系统在应收款管理系统下提供合同控制参数可由企业自行选择是否进行严格执行控制，加强对合同履约的监控。

合同项下到期应收而未收的债权，也是企业甚为关注的，K/3 系统预警平台提供“合同到期债权列表预警”功能，用户可通过多种方式（系统消息、手机短信、邮件）对已超期的合同债权进行提醒，以防范企业经营风险。

K/3【应收款管理系统】→【合同】下，提供【合同金额执行明细表】，反映每一合同下已执行的销售订单、出库、开票、收款金额，未执行的开票、收款金额。方便用户了解每一笔合同的明细执行情况。

合同执行情况汇报表：按合同执行的不同阶段，销售订单阶段、出库阶段、开票阶段和收款阶段，合同对应的已执行金额、未执行金额。合同执行到哪个阶段便一目了然。

合同金额执行汇总表：则是以客户为主线来汇总统计客户合同已执行的销售订单、出库、开票金额、开票金额百分比、收款金额、收款金额百分比，及未执行的开票金额、开票金额百分比、收款金额、收款金额百分比。

合同到期款项列表：以客户为主线，反映客户合同的应收金额、已收金额、未收金额、过期天数、未过期天数。了解客户合同的到期债权情况，防范企业的收款风险。

3.6 销售退换货业务

在实际业务中，一般在签订订单（或合同）时，需要对货物退换货的原则及方式进行界定，如货品质常为买方甚为关心的问题，也是引起退换货的主要原因之一。货品质条款应对货物的主要特征进行完整说明和严格限定，避免因说明不准确或不完整而产生歧义，引起不必要的退换货处理。

在实际进行退换货时，还会依据退货数量、交货地点、市场紧缺性等情况，而采用退货并退款、退款不退货（直接赔偿）、换货等方式。

下面我们将分别对退货并退款、退款不退货、换货三种退换货方式进行介绍：

3.6.1 退货并退款

退货并退款表示客户在已支付货款后，发生退货，并需要进行退款的处理。

在 K/3 系统中，可以通过退货通知来进行退货，流程为：发货通知→退货通知单→红字出库→红字发票→退款，一般企业，退货需要进行退货检验，经检验确定为因卖方质量问题，才予以退货处理，其流程为：销售订单→退货检验申请单→红字销售出库→红字开票→退款。还可以由原蓝字出库单直接退货，流程为：蓝字出库→红字出库→红字发票→退款。

其特点是货、票、款都完全结清，易于往来货物及账款的核对。

3.6.2 换货

由于退货并退款业务，退货后还需要进行红字开票及退款处理，因此手续较为繁琐，对于长期往来的客户一般不采用此种方式处理退货业务，而是采用换货的方式。

在 K/3 系统中，可以先进行退货处理：发货通知→退货通知单→红字出库；或原蓝字销售出库→红字出库，如需要进行退货检验，则为：销售订单→退货检验申请单→红字销售出库；红字销售出库后销售订单的执行数量会相应减少，后续可再依据销售订单进行换货处理：销售订单→发货通知单→蓝字出库单。因此换货情况下仍以订单为源头控制订单是否进行严格执行，以及信用等的控制。

其特点是退货后直接进行换货处理，无需要重新开票和结算。较多企业应用此种处理方式进行退货处理。

3.6.3 退款不退货

当企业对所售货物已界定为卖方负责，应予退货处理，而综合考虑货物退回带来的运输、人力等成本的增加，采用直接进行折让或赔偿处理。

在 K/3 系统中，如销售已开票，则可依据蓝字发票→红字发票→退款；如未开票已收款，可直接进行退款处理，这部分退款金额则会增加至销售成本中。

3.6.4 销售退货统计

对于退货，企业较为关心段时间内，货物的退货情况，以便随时把握退货情况和趋势，并实施改进措施。

K/3 系统在【销售管理】→【结算】下，提供【销售退货统计表】，可以统计一定时间

范围内的不同单据状态、销售方式的红字销售发票的号码、数量、销售收入。

第4章 企业内部管控专题

4.1 销售价格策略及控制

企业由于客户数量众多，同时价格会因市场变化经常调整。在手工模式下，销售价格主要靠业务人员自行管理，管理人员审核决定。由于缺乏有效的分类控制手段；没有形成有效的价格管理流程，难以对销售价格进行及时更新维护，控制不严谨，不规范，资料杂乱，随意性大，出错频繁，价格管理混乱。另一方面，因产品结构复杂，价格资料的收集困难，在手工状态下很难及时给客户报价，或者报价不合理，导致对客户报价及响应速度慢，对决策造成不必要的麻烦及延误，错失市场良机。

所以制定一个相对均衡平稳，具有前瞻性的产品价格显得尤为重要。建立销售定价控制制度，制定价目表、折扣政策、付款政策等，并在各业务环节予以执行和控制。

如何制定正确的价格政策，如何在日常销售过程中严格执行，是维护厂家利益、调动经销商积极性、吸引顾客购买、战胜竞争对手、提升赢利能力、开发和巩固市场的关键。

销售价格管理是企业业务管理中较为复杂、繁琐、细致的一项工作，同时还会依据不同时段市场及竞争情况需要快速调整价格，以适应市场竞争和保证企业利润的最大化。

K/3 系统提供完善的定价策略、价格维护、价格控制及限价控制功能，对企业销货信息和销售政策进行了比较完善的管理，为企业适应瞬间万变的市场环境提供弹性支持。

K/3 系统提供完善的价格管理，在合同、订单、发货、开票流程中，可以从不同的纬度如业务员、客户、物料等角度进行价格控制授权，处理不同的报价方案，还可以对客户配置的产品进行模拟报价计算。K/3 价格管理系统提供：

多样的价格设置方式；

灵活的价格调整策略；

严密的价格控制体系；

敏捷商务差异化营销。

在价格维护及控制方面，系统提供物料销售价格、基本价格、多种特价方案（区分优先级），提供五种价格组合及十种折扣组合：客户、客户类别、业务员、业务员类别、VIP 组+物料（类别），可以分辅助属性、分计量单位、分币别、分数量段、分金额段等条件设置价格及折扣，并支持周期设置，可进行价格有效期管理、限价（最低价）管理、优先级管理、允销管理。

销售价格管理，按定价策略，可分为：统一定价策略和差别定价策略；按促销方式可分为：价格减让（折扣）和赠品促销。

4.1.1 统一定价策略

统一定价企业的定价非常简单，物料针对所有客户全部统一价格，则只需维护物料的销售价格即可。

如肯德基、麦当劳在全国所有快餐店的价格都是一样的，也就是说采取了统一定价的做法。

统一定价有以下几个好处，第一，有利于厂商树立鲜明的品牌形象，体现厂商的实力；第二，可以保证各方收益的稳定，避免区别定价和讨价还价影响经销商和零售商的收益水平；第三，便于厂家制定渠道价格；第四，统一定价带来的价格透明，使消费者减少了上当的机会，可以增强用户的购买信心，不会产生对价格的不信任和降价预期，能够增加用户的忠诚度。

但是统一定价的弊端也是明显的，第一，由于区域市场的差异性，同样的定价在各个区域市场所对应的目标客户群会有所差别，第二，低收入地区的市场潜力会受到遏制，因为在高收入地区适当的价格，在低收入地区显得偏高。

统一定价对厂家提出了很高的要求，厂家必须有非常好的渠道管理能力，否则，统一定价政策就不会得到贯彻，各地零售店会采取各种方法降价销售来扩大销量。厂家在渠道内必须有很强的发言权，所以，一般只有名牌企业才有可能采取统一定价。

在连锁经营的情况下，采取统一定价就比较容易管理。统一定价带来的价格透明，使消费者减少了上当的机会，在信息不对称的情况下，消费者也很乐于接受统一定价。

► 如何设置统一定价

在【系统设置】→【基础资料】→【物料】中，对物料销售单价进行设置



► 统一定价的应用

在销售系统新增销售订单、发货通知单、退货通知单、销售出库单、销售发票时自动携带此价格。

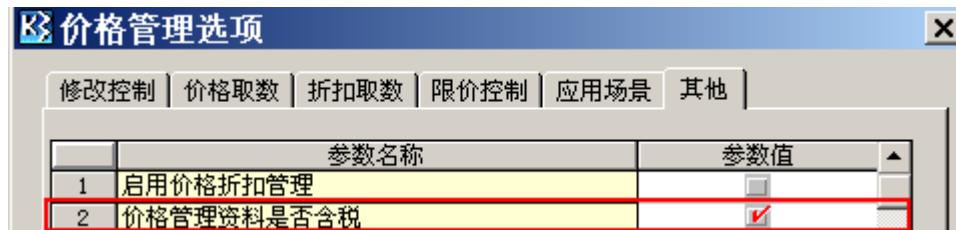
► 注意事项

A、不需启用价格折扣管理，即以下参数不选中。



B、物料销售单价的币别默认为本位币，数量单位为基本计量单位。

C、物料销售单价是否含税，受“价格管理参数”控制。



当此参数选中，则单价为含税价，携带至销售订单、销售专用发票的含税单价中。

当此参数未选中，则单价为不含税价，携带至销售订单、销售专用发票的单价中。

发货通知单、退货通知单、销售出库单上只提供“单价”字段，则此“单价”是否含税也受此选项的控制。当此参数选中时，以上三种单据上的“单价”则为含税单价。当此参数未选中时，以上三种单据上的“单价”则为不含税单价。

E、物料销售单价自动更新

物料设置统一销售定价后，随着市场及业务的不断变化与发展，价格会有所变化。

系统提供按成交价格自动更新的功能，无需用户手工进行维护。



当此参数选中时，则最新的蓝字发票保存后，会用蓝字发票的单价更新物料中的销售单价。

当此参数不选中时，则最新的销售订单保存后，会用销售订单的单价更新物料中的销售单价。

4.1.2 差别定价策略及控制

差别定价策略是实际中应用较为典型的定价策略之一，也称为歧视性定价，是对企业生产的同一种产品根据市场的不同、客户的不同、客户购买的数量不同、客户购买时间区段不同而采用不同的价格。

差别定价最有利的一面就是有利于开发市场，增强客户的“忠诚”度。最不利的一面则是可能会出现窜货。

差别定价策略的运用可以体现出经营者高度的智慧，差别定价策略更是一门艺术，能够掌握并灵活应用此种定价策略必定对企业经营大有裨益。

K/3 系统提供比统一定价策略更深入的应用

A、基本价格，基本价格介于物料价格及特价方案之间，一方面它并不区分价格组合，不会区分客户、客户类别、业务员等进行定价，也就是说它还是一个统一的价格。另一方面，它也支持按不同的币别、不同计量单位、不同批量进行定价。基本价支持生效、失效日期管

理。

B、特价方案是在基本价的基础上，提供五种价格组合：客户+物料、客户类别+物料、业务员+物料、业务员类别+物料、VIP组+物料，具体可以根据企业的管理要求进行配置。特价方案相比基本价还提供了周期设置及优先级管理。

优先级管理主要分为两方面，一是不同的组合价格可以设置优先级，同时相同组合不同方案也可以设置优先级。K/3每种组合的价格方案可以支持999条，通过优先级管理可以提供非常灵活的特价维护。

折扣方案共提供十种组合：客户+物料、客户+物料类别、客户类别+物料、客户类别+物料类别、业务员+物料、业务员+物料类别、业务员类别+物料、业务员类别+物料类别、VIP组+物料、VIP+物料类别，K/3提供四种折扣应用：数量、金额、数量或金额、数量且金额，同时提供两种折扣类型：折扣率、单位折扣额。折扣方案同时支持分币别、分计量单位、分批量进行设置，此外还支持分金额段进行设置；也存在生效日期、周期管理及优先级管理。

► 如何进行差别定价

步骤一：制定价格政策方案

- 1、不区分客户，只区分客户购买数量、销售的单位、物料辅助属性、结算币别、生失效日期。

系统默认提供价格政策方案为：基本价格方案（Base Price），价格组合类型为：客户组+物料。

说明：除此基本价格方案（Base Price）以外的其它价格方案系统称为：特价价格政策。

- 2、按不同的客户类别，区分数量段、销售单位、物料辅助属性、结算币别、生失效日期。

可在系统中建立价格组合类型为：客户类别+物料，或物料+客户类别。

客户类别指客户基础资料中“客户分类”，客户分类可由用户自行按一定规则进行划分，如一级代理商、二级代理商等。

- 3、按不同的客户，区分数量段、销售单位、物料辅助属性、结算币别、生失效日期。

可在系统中建立价格组合类型为：客户+物料，或物料+客户。

- 4、按不同的业务员类别，区分数量段、销售单位、物料辅助属性、结算币别、生失效日期。

可在系统中建立价格组合类型为：业务员类别+物料，或物料+业务员类别。

业务员类别指职员基础资料中“职员分类”，业务员分类可由用户自行按一定规则进行划分，如高级业务员、中级业务员、初级业务员等。

- 5、按不同的业务员，区分数量段、销售单位、物料辅助属性、结算币别、生失效日期。

可在系统中建立价格组合类型为：业务员+物料，或物料+业务员。

- 6、按客户所执的 VIP 卡类型不同，区分数量段、销售单位、物料辅助属性、结算币别、生失效日期。

可在系统中建立价格组合类型为：VIP 组+物料，或物料+VIP 组。

步骤二：维护价格资料

在【供应链系统】→【销售系统】→【价格资料】→【价格政策】下，可采用以下方式进行维护：

- 1、手工录入；
- 2、基本价引入：在系统中引出一个基本价作为 EXCEL 标准格式，按标准格式 EXCEL 表格维护好基本价，然后通过【基本价引入】功能，直接将数据引入到系统。
- 3、依据销售订单成交价格自动更新；



可选择在销售订单保存时或审核时进行更新，也可选择销售订单不更新价格资料。

- 4、价格调整，即调价。在价格政策中通过[调价]功能按钮可进行价格调整。

调价范围：可针对整个价格政策方案；也可对所选择的记录批量进行价格调整。

调价方法：在原价格基础上，按一定比例或一定金额进行上调或下调；也可直接输入调整后的新价格，将调整后的价格替换原价格。

5、最低限价设置：

在销售定价时，对于某种物料，一般会有一个最低的销售价格，即保本价。低于最低价格，则企业无利可图。

设置方法：在价格政策中通过[价控]功能按钮可进行最低价格设置。

步骤三：维护折扣资料（如果没有折扣，可跳过此步骤）

客户购买产品达到一定数量或金额，企业给予一定的优惠或价格减让，以激励和促进客户的重复购买。

在【销售系统】→【折扣资料】→【折扣方案维护】下，建立不同价格折扣方案下的折扣。

一方面，客户购买的数量不同、金额不同，给予的价格减让会不同；

系统提供四种折扣应用范围：数量、金额、数量且金额、数量或金额。

比如：数量且金额，当单据上的数量条件和金额条件同时匹配满足折扣资料记录时，才取出对应折扣到单据上。

另一方面，计算折扣的方式有按一定比例的折扣率方式，还会有按单位折扣额的方式

系统提供二种折扣方式：折扣率、单位折扣额。

步骤四：价格、折扣资料的审核及生效

价格、折扣资料数据维护好了以后，可以对价格、折扣进行审核，只有审核了的价格、折扣才能在制作业务单据时进行应用。

只有在生效日期范围内价格、折扣记录才是生效的，才能被业务单据所引用。

如果对价格、折扣进行了周期设置（表示只在周期时间内允许以该价格或折扣进行销售，如五一黄金周期间，或每周日），则只有生效日期范围内且在周期设置时间内的价格记录才能在制作业务单据时进行应用。

► 差别定价策略的应用

价格传递是价格管理体系的核心，如何在正确的时间将正确的价格及折扣传递到正确的单据（业务环节）上？如何保证公司灵活而统一的价格政策得到有效的执行？

在具体业务环节中，价格传递的顺序为：关联、特价方案（折扣方案）、基本价格、物料销售价格。举例：当编制销售出库单时，如果它是根据销售订单生成的，则优先取来源单据（销售订单）的价格折扣信息，如果取不到，则再取特价或基本价，最后都取不到价格时，才会取到物料的销售价格。

同时系统将根据企业的参数设置，分别匹配价格（折扣）组合的优先级、相同价格（折扣）组合的方案优先级、周期及有效期，匹配类别、物料、辅助属性、币别、计量单位、数量段、金额段等，最后取到合适的价格传递到业务单据上。

在业务单据上，价格传递还包括以下范畴：

- A、在报价单直接通过 CTRL+A 快捷键获取特价
- B、在业务单据上通过 F9 快捷键查询特价并返回
- C、在业务单据上通过 SHIFT+F9 快捷键查询基本价
- D、在业务单据上通过 SHIFT+F11 快捷键查询蓝字销售发票历史价格

应用范围：

用户可根据自身企业的需要，选择在如下业务环节进行价格应用，同时可选择应用基本价格方案或特价价格方案。

在【销售系统】→【价格资料】→【价格参数设置】下，对[应用场景]进行设置



注意：单位折扣额只能在订单进行应用，同时在使用折扣率分级控制时不起作用

定义过程：

1、首先启用价格折扣管理

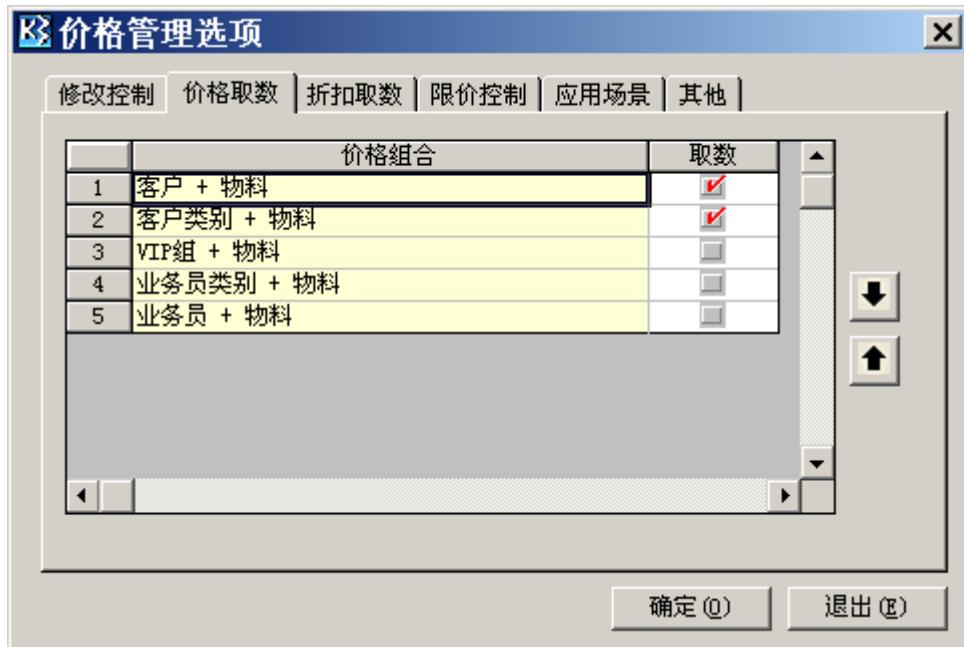
在【销售系统】→【价格资料】→【价格参数设置】下，对【其它】页签下的“启用价格折扣管理”进行勾选。



2、设置价格取数优先级

价格资料中可建立多种价格方案，则多种方案之间存在取数的优先级别。方案优先级数值越小，取数越优先；当方案优先级序号相同时，则按以下方式进行取数。

在【销售系统】→【价格资料】→【价格参数设置】下，对【价格取数】页签下各种价格组合进行优先级设置，则单据上会按此顺序进行价格取数。序号越小的取数越优先。



举例：价格资料中，“客户+物料”方案下，客户“流行力有限公司”，物料“塑料纽扣”的销售价格为人民币 99.00 元，如下图所示：

价格政策编号	价格政策名称	优先级	周期设置	组合类型	客户	物料
01.55(流行力有限公司)	[01.55(流行力有限公司)] 的内容 -- 共计：4条记录					
客户						
01 (国外客户)						
01.55(流行力有限公司)	塑料纽扣 塑料纽扣	00 PCS	销货量(从) 0	销货量(到) 0	币别代码 RMB	币别 人民币
			最低限价			
			币别	金额	生效日期	失效日期
			人民币	99.00	2007-07-16	2100-01-01

同时，“流行力有限公司”的客户类别为“一级经销商”，在“客户类别+物料”方案下，还有一条销售价格为人民币 100.00 元，如下图所示：

价格政策编号	价格政策名称	优先级	周期设置	组合类型	客户类别	物料
01 (一级经销商)	[01 (一级经销商)] 的内容 -- 共计：1条记录					
客户类别						
01 (一级经销商)	塑料纽扣 塑料纽扣	PCS	销货量(从) 0	销货量(到) 0	币别 人民币	价格类型 100.00
			最低限价		生效日期	失效日期
			币别	金额	2007-07-03	2100-01-01
			人民币	100.00		0

当制作客户为“流行力有限公司”，物料为“塑料纽扣”的销售业务单据时，价格取哪一个呢？

此时，则按所设置的优先级进行取数；

当序号 1 的价格组合为“客户+物料”时，则单据上自动携带销售单价 99.00 元。

当序号 1 的价格组合为“客户类别+物料”时，则单据上自动携带销售单价 100.00 元。

3、设置折扣取数优先级

折扣资料中可建立多种折扣方案，则多种方案之间存在取数的优先级别。

在【销售系统】→【价格资料】→【价格参数设置】下，对【折扣取数】页签下各种价格组合进行优先级设置，则单据上会按此顺序进行折扣取数。序号越小的取数越优先。



4、注意事项：



系统默认的取数优先级

在单据上进行价格取数时，首先按特价方案取数；若取不到，则取基本价；再取不到，则取物料中的销售单价。



单据取价格资料价格的默认规则

系统会依据单据上的客户、币别、物料、数量、单位、物料辅助属性与价格资料中的对应属性进行匹配，对应属性完全满足的直接进行取数。

如没有相同币别的记录，则系统自动匹配本位币记录（系统会将价格转化为单据上的币别）；若没有本位币记录，则不取数。

如没有相同单位的记录，则系统自动匹配基本计量单位记录（系统会将价格转换为单据上的单位价格）；若没有基本计量单位记录，则不取数。



单据上折扣资料取数默认规则

如果单据上当前折扣的方式为单位折扣额的方式，则携带时只考虑取设成单位折扣额的记录，如果单据上当前折扣的方式为折扣率的方式，则携带时只考虑取设成折扣率的方式。不提供将单位折扣额和折扣率互相转换再携带的处理方式。

▶ 如何进行差别定价的控制

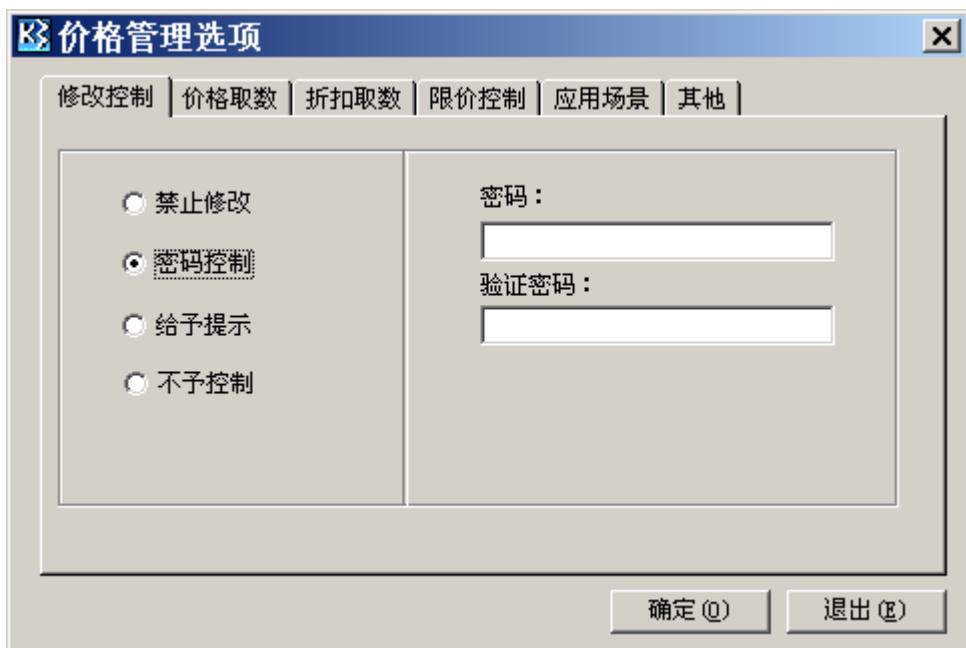
差别定价方案及价格建立好了以后，在进行业务单据制作时，单据上从价格方案中取出的单价，是否允许单据制作人修改为其它价格进行成交？是否允许单据制作人以低于最低限价的价格进行成交？

K/3 价格控制包括以下两个方面：

A、价格、折扣修改控制

价格修改控制，提供禁止修改、密码控制、给予提示、不予控制四种控制强度。选择禁止修改，则当价格传递到业务单据上不允许进行修改；如果选择密码控制，则被授予权限的人可以进行修改；如果选择给予提示，则当进行修改时系统给出提示，但并不作硬性控制。

在【销售系统】→【价格资料】→【价格参数设置】下，对【修改控制】页签下提供的四种控制强度进行选择：

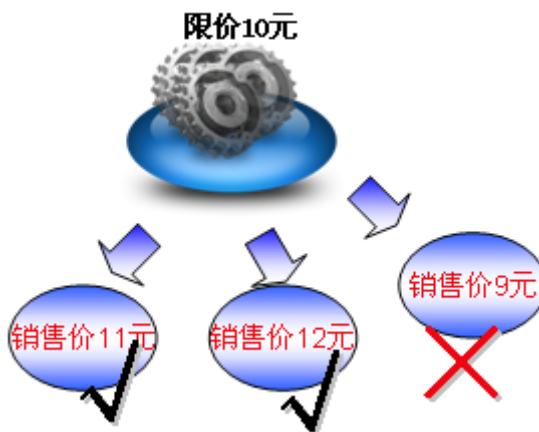


比如：密码控制，当单据制作人将单据上的单价修改为与销售定价中不一样时，需要相

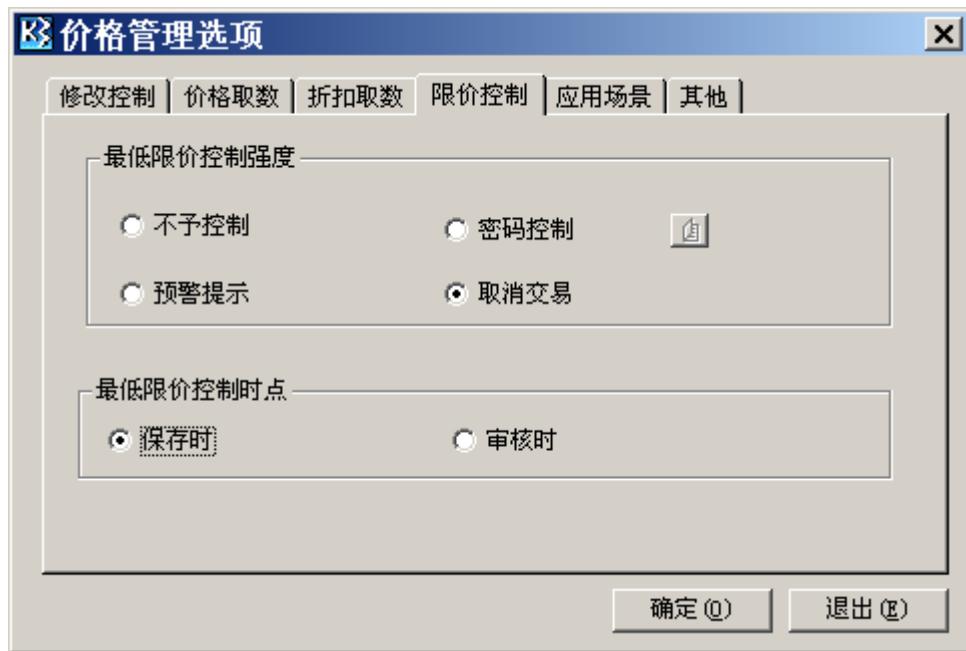
关人员输入密码，密码校验通过单据才能保存成功，否则，单据无法进行保存。

B、销售最低限价控制

最低限价控制，每条价格明细资料都可以设置最低限价，当价格传递到业务单据上时，同时会将最低限价传递过来。如果选择限价控制，则当折后价格低于最低限价时，系统进行控制。最低限价控制可以在单据保存或审核时进行，同样提供不予控制、密码控制、预警提示、取消交易四种控制强度。当同时存在价格修改及最低限价控制时，最低限价控制优先于修改控制。



在【销售系统】→【价格资料】→【价格参数设置】下，对【限价控制】页签下提供的四种控制强度及控制时点（在单据保存时还是审核时进行控制）进行选择：



比如：控制强度为“取消交易”，控制时点为单据“保存时”，则当单据上的单价低于最低限价时，直接取消交易，单据无法进行保存。

4.2 信用管理及控制

客户既是企业最大的财富来源，也是风险的最大来源。在大多数企业，以赊账形式销售产品已成为企业保持市场竞争力和增加销售额的重要条件。企业销售产品的最终目的是实现利润，而有效的信用控制是保证企业实现这一最终目标的重要条件。为了避免或减少赊销所带来的风险，企业必须首先做好客户的资信管理工作，在交易之前对客户信用信息的收集调查和风险评估，具有非常重要的作用，是企业实现其经营目标的重要因素。

企业必须实行严格的内部授信制度，这方面的制度化管理应包括三个方面：信用政策的制订；信用限额的合理运用；销售风险控制。建立相关制度后，首先要确定信用对象，确定时必须根据企业具体的业务及管理情况，均衡风险，选择合适的控制对象。企业信用管理可从外部和内部两方面来进行控制，外部即指对客户的信用管理；内部即指对内部销售部门或业务员的信用控制。企业可采用其中的一种方式进行管理；也可将两个方面结合起来运用。

大多数企业以客户为信用控制对象，但如果客户比较分散，交易金额也不大，按客户控制管理成本太高，可以按客户类型或销售员、销售部门进行控制。当然，按业务员或销售部门控制信用，这种将外部风险转移到内部的控制方式，会给予业务人员较为灵活的自主支配权。企业信用对象也可采用外部客户和内部业务员结合的方式进行管理；也可将客户和业务

员两个方面结合起来运用。

下面从信用控制的不同对象、信用余额计算方法、信用风险控制以及信用状况分析等几方面来进行介绍。

4.2.1 客户信用控制

企业应当充分了解和考虑客户的信誉、财务状况等有关情况，降低账款回收中的风险。超出销售政策和信用政策规定的赊销业务，应当实行集体决策审批。首先企业要做好客户的资信管理工作，在交易之前要对客户信用信息进行收集调查和风险评估。对于客户资信管理，可以通过下列指标评估客户资信：

- A、客户的经营性质、历史、经营规模、营销能力
- B、客户的资本实力、资金运作情况尤其是流动资金周转情况
- C、客户的品质、商业信誉、经营作风
- D、客户的经济效益、资产、负债比率
- E、公司业务往来历史

K/3 系统提供以客户为信用管理和控制对象的信用管理体系，具体操作步骤如下：

步骤一：对客户启用信用管理。

对需要进行信用管理和控制的客户，启用信用管理。

定义过程：

1、【系统设置】→【基础资料】→【客户】下，对客户“是否进行信用管理”进行勾选，选中，则该客户需要进行信用管理。

2、再在【供应链系统】→【销售管理】→【信用管理维护】→【选项】下对“信用管理对象”进行选择，选中“客户”作为信用管理对象。

3、在【供应链系统】→【销售管理】→【信用管理维护】下，分别对客户授予信用额度。可设置客户信用额度的币别、金额、期限，还可授予可销售给客户的物料信用数量。

4、最后，对已设置好的客户信用额度进行【启用】。

步骤二：设置信用检查和控制的环节

对于客户的信用检查和控制可以说在销售的各个环节无处不在，合同签订环节，销售订单确立、发货通知、出库、开票环节都有可能对客户的信用进行检查和控制，不同的行业、不同的企业对信用控制的关注点和要求不同。

用户可根据自身企业对客户信用的控制需要，在 K/3 系统【供应链系统】→【销售管理】→【信用管理维护】→【工具】→【公式】的信用公式设置中对“销售合同”、“销售订单”、“发货通知”、“销售出库”、“销售发票”进行选择，可选择其中一个或几个业务环节进行信用管理及控制。并可以选择金额、期限、数量三项指标进行控制。实时控制，在线预警。

步骤三：设置信用控制时点

各销售业务环节，业务员在与客户签订合同或订单、发货、开票时，一般是先申请然后经过领导审核同意后才能进行相关业务的开展。因此对各业务环节的信用检查和控制点是放在业务员制作单据[保存]时还是领导[审核]时，企业应根据具体情况灵活安排，一般较大的企业，部门分工比较明确，信用管理由财务部门或专门的信用部门负责，可与控制强度结合应用，如果采用[预警提示]或[密码控制]，则建议采用审核时点较好；如果采用[取消交易]，则采用保存时点较好。

用户可根据自身企业对客户信用的控制需要，在 K/3 系统【供应链系统】→【销售管理】→【信用管理维护】→【工具】菜单下的【公式】中对各业务环节的控制时点（保存时、审核时）进行设置。不同的单据可以设置不同的控制时点。

步骤四：设置客户信用占用计算公式

客户的信用占用金额，通常为客户的应收账款余额。但如何界定哪些属于客户的应收账款呢？未审核的销售发票是否为应收账款，已审核的现销发票是否为应收账款，等等各种不同状态、不同种类的单据金额是否增加或扣减客户信用占用额度，不同企业对于应收账款余额的计算是不相同的。

K/3 系统对不同的单据可设置不同的信用占用额度的计算公式，企业可以自由定义哪些状态的单据参与信用占用的计算，哪些状态的单据参与信用释放的计算。我们根据知名和优秀企业的信用管理经验，总结出最佳计算公式，并以此作为系统默认计算公式。



注意：如果在应用过程中出现数据问题，并且涉及到信用公式里的单据，则修复数据后须重新启用信用管理（先禁用后启用），这样才能同步保证信用余额的正确性！

步骤五：设置客户信用期限

客户信用期限，即为客户应收款的时间期限，客户应在应收款时间期限内进行付款，否则即作为超期应收款，需要开展相应的货款催收工作。

K/3 系统在【系统设置】→【基础资料】→【公共资料】→【客户】中，可对客户的收款方式进行设置，如单据日期+30 天、单据日期+1 个月逢 10 日等。同时在【供应链系统】→【销售管理】→【信用管理维护】中也可对客户的信用期限天数进行设置。当在销售出库单或销售发票中计算应收款日期时，优先按前者设置的方式进行计算，若前者没有设置收款方式，则再按后者中设置的期限计算应收款日期。

步骤六：设置信用控制强度

企业在交易过程中产生的信用风险主要是由于销售部门或相关的业务管理部门在销售业务管理上缺少规范和控制造成的。其中较为突出的问题是对客户或业务的赊销额度和期限超出时，如何进行管理和控制。

K/3 系统在【供应链】→【销售管理】→【信用管理维护】→【选项】下提供了四种控制方法，使各业务环节的信用额度超出时，系统予以相应的控制。

四种方法中只能选择其中一种方式进行控制。

不予控制：信用额度或期限超出时，不进行控制，可以继续进行业务交易。

预警提示：信用额度或期限超出时，给出信用超额的提示。但还可以继续进行业务交易。

密码控制：信用额度或期限超出时，先给出信用超额的提示，如果仍需要进行交易，则需要有密码权限的人员，输入授权人及密码，校验通过后，方可继续进行业务交易。

取消交易：信用额度或期限超出时，给出信用超额的提示并不允许进行业务交易。

4.2.2 业务员信用控制

按业务员进行信用控制，是一种将外部风险转移到内部的控制方式，会给予业务人员较为灵活的自主支配权。按客户控制管理成本太高，如果客户比较分散，交易金额也不大，则可采用业务员信用控制方式。

K/3 系统提供以业务员为信用管理和控制对象的信用管理体系，具体操作步骤如下：

步骤一：对业务员启用信用管理。

对需要进行信用管理和控制的业务员，启用信用管理。

定义过程：

1、【系统设置】→【基础资料】→【公共资料】→【职员】下，对客户“是否进行信用管理”进行勾选，选中，则该业务员需要进行信用管理。

2、再在【供应链系统】→【销售管理】→【信用管理维护】→【选项】下对“信用管理对象”进行选择。选中“业务员”作为信用管理对象。

3、在【供应链系统】→【销售管理】→【信用管理维护】下，分别对业务员授予信用额度。可设置业务员信用额度的币别、金额、期限，还可授予可业务员销售物料的信用数量。

4、最后，对已设置好的业务员信用额度进行【启用】。

步骤二：设置信用检查和控制的环节。

其设置和控制与客户信用控制相同，详细说明参见 4.2.1 客户信用控制。

步骤三：设置信用控制时点。

其设置和控制与客户信用控制相同，详细说明参见 4.2.1 客户信用控制。

步骤四：设置业务员信用占用计算公式。

业务员的信用占用金额，为业务员名下的应收款余额。其计算公式与客户的计算公式相同，只是对象由客户变为业务员。详细说明参见 4.2.1 客户信用控制。

步骤五：设置业务员信用期限。

业务员信用期限，即为业务员应收款的时间期限，业务员名下的应收款应在时间期限内进行付款，否则即作为超期应收款，业务员应采取相应措施催收货款。

在【供应链系统】→【销售管理】→【信用管理维护】中也可对业务员的信用期限天数进行设置。当在销售出库单或销售发票中计算应收款日期时，依据单据上业务员来计算应收

款日期。

步骤六：设置信用控制强度。

其设置和控制与客户信用控制相同，详细说明参见 4.2.1 客户信用控制。

4.2.3 客户和业务员两者结合控制

以上介绍的是以客户或业务员两者单独进行控制的方式，实际业务中，还会有客户和业务员两个对象同时控制的情况，那么，两者同时控制时，如何进行控制呢？当客户余额大于业务员余额是，当前发生的业务金额介于两个金额之间时，信用是超了还是未超呢？此时则需要企业给出一定的规则，是按两者的大值来计算还是按小值来计算。

客户和业务员两者结合控制方式的信用设置，与客户、业务员信用控制的设置相同，不同之处在于，需要确定，当客户与业务员信用额度不相同时，按两者信用余额的较大值计算还是按小值来进行计算。

在【供应链系统】→【销售管理】→【信用管理维护】→【选项】下对“信用管理对象”进行选择。将“客户”和“业务员”都选中作为信用管理对象，并对其按“较大值”和“较小值”的设置控制进行。此设置同时控制信用额度和信用期限，即当设置为“较大值”时，信用金额取较大者，信用期限也是取期限较长者。

以信用额度举例：当前客户 A 的信用余额为人民币 10000.00 元，业务员小张的信用余额为人民币 15000.00 元。

业务员小张欲与客户 A 签订的销售订单金额为人民币 12000.00 元，则此时，如果信用对象设置为取客户和业务的较小值，则该笔业务人民币 12000.00 大于信用可用余额（人民币 10000.00），系统会给予相应控制；如果信用对象设置为取客户和业务的较大值，则该笔业务人民币 12000.00 小于信用可用余额（人民币 15000.00），可以进行业务交易，系统不予控制。

4.2.4 信用管理情况分析

企业进行信用管理后，各信用管理对象的信用占用情况如何？可用信用余额是多少？占用信用期限多少天？

日常业务管理中，需要及时了解企业信用控制对象的信用余额状况，并加以分析和调整。

K/3 系统在销售系统及应收应付系统提供了信用报表，可以让你随时掌握整个企业信用的即时信息。

系统在【供应链】→【销售管理】→【报表分析】下提供信用使用情况分析报表：信用额度分析表、信用期限分析表，从不同维度分析信用对象的信用状况。企业可对统计数据进行分析，根据实际发生数据，及时对信用额度进行调整，使企业在把握销售机会的同时，控制销售风险。

4.3 销售环节绩效管理

绩效管理是连接个人目标和公司目标的纽带。公司将目标分解成为每个人的目标，如果员工达到了自己的目标，就可以得到更好的发展机会和福利待遇，这样就将员工的利益与公司的利益捆绑在了一起，这个过程就是绩效管理。

下面介绍销售环节绩效目标制定和销售环节绩效评估。

4.3.1 销售环节绩效目标制定

制定绩效目标，是在公司战略规划明晰的基础上，做好公司及各部门的计划目标。如对销售团队的绩效考核中，绩效目标也可以称为销售任务、销售目标或者考核指标。同时所制定的计划必须得到公司管理层组建的相关组织的严格审核与确认。绩效目标来自于公司的战略，一层一层分解下来，公司内部的每位员工都应该有考核指标，为了便于评估，这些考核指标应该是明确、具体的和可以衡量的。

销售环节绩效目标可以设定三级层次的目标，即公司目标、部门目标和人员目标、每级目标再按照年度、季度、月度划分。同时销售环节绩效目标制定，是根据公司战略制订总体目标并进行自上而下的逐层分解的过程，最终成为可执行的细化工作任务。即首先是公司销售目标的制定，然后一层一层分解到销售部门和业务员。

建立公司销售计划，在 K/3 系统【企业绩效】→【销售与运作计划】→【计划编制】→【公司销售计划-编制】或在【供应链管理】→【销售管理】→【销售计划】→【公司销售计划-编制】下，按产品组，编制公司全年 1-12 月的销售计划目标。制定公司销售计划目标后，还可通过[目标检查]功能，检查该计划与企业战略目标是否相符，如不一致，系统会告知两者的差异之处，以便调整公司销售计划。

将公司计划目标分解至各销售部门，在【供应链管理】→【销售管理】→【销售计划】→【部门销售计划-编制】下，可将公司销售计划分解至各销售部门，可按数量、金额、数量和金额三种方式编制全年 1-12 月各部门的销售计划目标。

将部门计划目标分解至业务员，在【供应链管理】→【销售管理】→【销售计划】→【业务员销售计划-编制】下，可将部门销售计划分解至业务员，同样可按数量、金额、数量和金额三种方式编制全年1-12月各业务员的销售计划目标。

4.3.2 销售环节绩效评估

确定绩效目标后，需要对绩效完成情况定期进行评估，可按考核频率，如月、季、年，统计员工目标的完成数、完成率、实际与目标的差异，通过统计数据，对绩效进行分析评估，是考核评分的依据。

K/3系统提供销售计划目标值与实际完成值的统计及分析报表：公司销售计划完成情况分析表、部门销售计划完成情况分析表、业务员销售计划完成情况分析表，实际完成值可来源于销售订单，合同，销售发票，销售出库单，报表展现各月份和全年累计的计划值、实际值、差异值、完成率情况。

同时在K/3企业绩效平台上，展现报表本年客户TOP10、本年业务员TOP10、销售排名表—按部门、销售排名表—按业务员、销售排名表—按客户、最近12个月销售趋势表，为企业绩效评估提供依据。

附录 A 术语表

面向订单设计 (Engineer-To-Order)

客户的特殊要求需要独特的工程设计或特别的量身定做。通常，客户高度地参与产品的设计。正常情况下，只有客户需求确定时才开始采购原材料。产品的制造周期长，包括设计周期、采购周期、生产周期。

面向订单生产(Make-To-Order)

制造商在收到客户订单后才开始进行生产，最终产品通常由标准件构成，但也可能包括根据客户需求设计的零件。产品制造周期比面向订单设计短，因为它只需要部分的设计改动，原材料需预先采购储存。

面向订单装配(Assemble-To-Order)

产品是由标准组件组成，制造商可以先生产基本组件并储存，根据客户订单进行组装。制造周期更加短，因为不需要设计时间，而且库存组件随时可以组装。客户对产品的需求限于对部件的选择。

面向库存生产(Make-To-Stock)

供应商生产产品，然后销售现成的库存产品。这种形式的生产配送周期最短。客户对产品设计几乎没有什么直接的参与。

离散生产方式 (Intermittent Production) :

离散生产方式是指生产任务按批次经过所需的加工部门。每个批次有不同的工艺路线，需要经过不同的加工部门。同种或类似加工设备组成一个加工部门。采用通用设备，以提供足够的柔性，适应产品种类、加工流程和订单数量存在多种变化的情况。生产任务是生产计划和控制的主要形式。

连续生产方式 (Continuous Production)

连续生产方式中，生产设备按所生产的产品的加工步骤组织排列，物料在整个生产过程中是连续流动的。其产品的工艺路线也是固定的，设备一旦安装设置完成就很少改变。生产的产品通常是不可拆解的。通常流程工业采用这种生产方式。比如石油冶炼企业。

重复生产方式 (Repetitive Production)

重复生产方式是指重复性的生产一种产品或同类产品。重复生产方式通过应用生产线、装配线或生产单元以使设备准备时间、库存和生产提前期最小化。生产线按产品的加工顺序布置。生产计划和控制不再采用任务单的形式，而是按生产线的生产率。生产的产品通常是标准产品或由标准模块装配而成。产品通常都可拆解。比如汽车装配，电视机生产。

产品布局 (Product Layout)

产品布局是一种设施布局的方式，按所加工的一种或多种产品所组成的产品族的加工顺序依次配置设备、人员和物料。比如汽车装配线、电视机生产线等。

功能布局 (Process Layout)

功能布局是将同种类型的设备和工人集中布置在一个地方，成为一个班组或部门，如车床、磨床、铣床车间

项目布局(Project Layout)

项目布局用于大型复杂的项目。产品保留在同一地点，在项目地点组织设备和物料进行生产的布局方式。这种布局可避免成品的移动成本。

可承诺量 ATP(Available-to-Promise)

也称为可供销售量，指在某个计划产出时段范围内，计划产出量超出下一次出现计划产出量之前各时段合同量之和的数量，是一种多余的库存，可以随时向客户出售，这部分数量称之为可承诺量。

MRP (Material Requirements Planning)

MRP 是物料需求计划的缩写，是生产计划体系中的中间级计划，它根据主生产计划中规定的产品/部件品种规格、交货日期、数量，编制出构成产品/部件所需要的装配件、部件、零件的生产计划，以及需要对外采购的原材料采购计划。

虚拟件 (Phantom)

是指由一组具体物料（元件）组成的、以虚拟形式存在的成套件。以虚拟属性存在的物料不是一个具体物料，不进行成本核算。当记载有虚拟件的销售订单关联以生成销售出库单时，虚拟件在销售出库单上展开、以子项的形式出库。

配置类(Configuration)

一般表示子项有配置选项的产品，它是指客户对外形或某个部件有特殊要求的产品，其某部分结构由用户指定，即只有这类物料才能定义产品的配置属性，其他类型物料均不能定义配置属性；另外，“配置类”的物料只能作为规划类物料的子项，而不能作为其他物料属性物料的子项进行定义。如果某物料被定义为“配置类”物料属性，则将其强制进行业务批次管理，并在销售订单上确定客户的产品配置。

规划类 (Planning Type)

是针对一类产品定义的、为预测方便而设的、需要在预测时按类进行计划的一类物料。规划类物料也不是指具体的物料，而只是在产品预测时使用的物料虚拟类别。在 BOM 中，它可以是父项，也可以是子项，但它只能作为其他规划类物料的子项，而不能作为其他物料属性物料的子项进行定义。

特征类 (Features)

是客户有特殊要求的产品外形或某种属性的多个选择物料，标识一组必选物料的总称，体现为一种虚项，但又有别于虚项，此类物料不在任何单据上进行业务处理。此外，特征类物料需要定义其下属特征件组及其用量、百分比关系；并只能作为配置类物料的子项进行定义。

物料清单 BOM (Bill of Material)

是物料清单（在流程型行业中称为配方）的英文缩写，描述了物料（包括成品、半成品）的组成情况，即该物料是由哪些原材料、半成品组成的，每一组成成分的用量是多少及成分之间的层次关系。

ABC 分类法 (Activity Based Classification)

ABC 分类法，即 Activity Based Classification，又称为帕雷托规则（Pareto's Law），平常我们也称之为“80-20”规则。它是根据事物在技术或经济方面的主要特征，进行分类排队，分清重点和一般，从而有区别地确定管理方式的一种分析方法。由于它常把被分析的对象分成 A、B、C 三类，所以又称为 ABC 分析法。ABC 分析法目前被广泛应用于管理的各个方面。

周期盘点(Cycle counting)

按照周期对库存中的物料进行盘点，是保持库存记录准确的一种库存盘点方法。对一项物料进行盘点的时间间隔称为该物料的盘点周期。一年中对某项物料进行盘点的次数，称为该物料的盘点频率

定期盘点(Periodic counting)

定期盘点法，为核对库存记录和库存价值与实际一致，对所有物料进行盘点的方法。一般在会计年度的期末进行盘点，因此也叫期末盘点法。

海关编码 (HS-Code)

海关编码即 HS 编码，为编码协调制度的简称。编码协调制度由国际海关理事会制定，

英文名称为 The Harmonization Code System (HS-Code)。HS 编码可以将进出口商品进行分类，并归入税则中适合的税目，以便进行报关和计征关税。自 1992 年起，中国海关正式采用 HS 编码体系。

锁库（Lock Stock）

指在按订单生产的企业或按项目管理物料的企业，为保证具有较高优先级的订单及时出库，为这些订单预分配库存。

钩稽（Articulate）

有两种含义，一是指单据之间的紧密的关联关系，即源单据通过上拉式、下推式关联生成目标单据的情形下，除了必要资料的补充外，不进行任何关联数据、如数量、金额等改变的关联，称之为单据钩稽；二是指发票在审核的同时，直接与出库单执行核销的操作，是确定销售成本和销售收入实现的标志。

对等核销（Parity Write-off）

特指发票与发票、销售出库单与销售出库单、外购入库单与外购入库单红、蓝字单据之间建立的一种相互抵销的关系。

计价方法（Pricing Method）

依据《企业会计准则》，企业存货的计价方法包括个别计价法、先进先出法、加权平均法、移动加权平均法。

估价入账（Estimated Stock-in）

也称名“暂估”，是指企业在外购业务过程中，对于没有获得购货发票的外购物资进行成本估算，并已估算的物资成本入账的过程。

产品数据管理 PDM（Product Data Management）

Product Data Management，中文名称是产品数据管理，是帮助管理人员、工程师以及其它人员对产品开发过程中的产品数据进行管理的一种软件系统。

EPC 方法（Event-driven-Process Chain）

本套丛书中的主要业务流程均采用 EPC 图进行描述。EPC 全称 Event-driven-Process Chain，即事件驱动的流程链方法，通过连接事件和任务，用户可以明确地建立复杂的业务流程的模型，并开展分析。EPC 方法不仅使用易于理解的符号和语言帮助用户、咨询顾问描述业务信息系统，而且还集成了组织结构、功能、数据和信息流等重要特性。EPC 图中涉及到的元素说明如下：

 表示事件，事件描述了状态的发生，它反过来又充当了一个触发器。如收到订单。

 表示功能，功能描述了初始状态向最终状态的转换。如验证订单。

 表示组织单元，组织单元描述了企业的大体结构。如销售部门。

 表示信息、物料、资源对象，描述了现实世界中的对象（比如业务对象、实体）。

 表示流程路径，流程路径显示了流程之间的前后连接关系（可以辅助导航）。

 表示逻辑操作符，描述了时间和功能之间的逻辑关系。“XOR”：表示从多个流程中，必须并且只能选择其一；“V”：表示“或”的关系；“A”：表示“且”的关系。

 表示信息流、物流。信息流/物流定义了某个功能是否被读取、变更或者写入。

 表示资源、组织单元分配，描述了哪个单元（员工）或资源来处理某个功能或者流程。



表示控制流，描述了时间和功能之间的先后和逻辑依赖关系。

附录 B 销售系统系统参数清单

系统参数	简要说明
在销售系统中应用物料对应表	在销售系统单据中使用客户物料对应代码、对应名称 单据包括：报价单、销售订单、发货通知单、销售出库单、销售发票、退货通知单
启用缺货预警	在签订销售订单、开具销售发票发生销售业务时，若当前交易会发生缺货时，则需要进行预警提示。
缺货预警参数设置	各企业对于“缺货”的计算是不相同的，如预计来源是否包括未审核的采购订单、是否包括已审核的采购申请单等。用户可自行对已分配量和预计来源量进行设置。
已关闭的销售订单可以变更物料	在订单的实际执行过程中，很多情况下执行完毕的订单条目会因为业务需要进行数量、价格等的变更；或者在原有订单上追加新的物料进行销售，而有些企业对于已执行关闭的订单不允许再进行变更，系统为了满足不同企业对已关闭订单是否允许变更的控制，特提供此选项。
与出库单相关联的销售发票钩稽时自动钩稽	当发票与出库单生成是关联时，则出库单与发票两者已有了一定的关系，系统通过这种已知的出库单与销售发票的关系，自动完成钩稽，免除用户繁琐、易错的手工操作。
销售出库单审核后自动生成收料通知单	为分次提货的客户建立代管仓，该仓只进行数量核算，销售出库后，自动生成待检仓收料通知单，进入客户仓库进行发运管理。
订单执行数量允许超过订单数量	在日常销售订单执行时，在发货、出库环节是否严格按订单数量执行，不同的企业控制是不相同的，有的企业需要控制订单后续执行环节严格按订单执行，不允许超订单数量执行；有的企业订单在执行过程中允许超订单数量执行。K/3 系统提供此选项可以满足不同企业对订单执行控制的需要。
销售发票与出库单数量不一致不允许钩稽	在将出库数据与销售开票数据进行收入和成本的匹配确认时，会存在出库数量与开票数量不相同的情况。如出库单上有部分物料为赠品，不进行开票，但需要将赠品的费用增加到成本中，因此就需要在开票数量与出库数量不相同的情况下进行钩稽。则企业可视是否有类似情况发生而选择使用。
合计数为 0 的物料钩稽时不参物料匹配判断	在将出库数据与销售开票数据进行收入和成本的匹配确认时，可能会出现，发票只有金额没有数量的情况，或红蓝字出库单数量相互抵消的情况，

	则这时，在钩稽时，这些合计数为 0 的物料是否参与物料匹配的判断，则用户可通过此选项根据自身企业的实际情况选择应用。
销售系统支持部分钩稽	实际业务中，可能是一次出库多次开票，或一次开票多次出库，还有可能两者是多对多的关系，因此在出库单与发票进行钩稽时，需要分多次进行匹配确认。因此用户可能通过此选项控制是否可分次进行部分钩稽。
订单按比例出库	企业内部订单执行时，订单出库数量是否按一定超交或欠交比例出库？如定义物料 A 允许超交的范围为 10%，欠交的范围为 5%，当订单数量为 100 时，此订单的累计出库数量不得超过 110，当出库数量超过 95 时，订单行自动执行关闭。此选项的前提是“订单执行数量允许超过订单数量”选中的情况下，进一步对超过的数量范围进行控制。
发票审核时自动调用钩稽	这是一个提供方便性操作的选项，即在发票审核动作完成并成功后，是否由系统自动调用钩稽的动作。以免用户审核完成后，再手工调用钩稽功能，简化了操作步骤。
销售系统税率来源	实际业务中，在制作订单或发票时，单据上的税率有的企业是依据客户的税率来制作单据，有的企业是依据物料的税率来制作单据。K/3 提供此选项，以满足不同企业对不同税率来源的需求。
按比例执行订单允许行业务反关闭	当控制订单按物料允许超交或欠交范围出库，当出库数量超过下限时，订单行自动执行行业务关闭。如订单数量为 100，物料超交比例为 10%，欠交比例为 5%，当订单交货已达下限（95）而未达上限（110），订单行自动执行关闭。但如果仍需要继续出货以达到上限（110）时，可将订单当前行进行【行业务反关闭】，则可继续进行销售出库。此选项控制按比例执行的订单自动关闭后是否允许进行反行业务关闭操作。

附录 C 参考书目

书名	作者	出版社
ERP—从内部集成起步	陈启申	电子工业出版社
物料管理入门	J.R.Tony Arnold/Stephen N.Chapman	清华大学出版社