

总部财务管理制度

前言：为了适应市场发展的需要，提高科龙集团营销系统的快速反应能力，规范营销系统财务管理，特制定营销系统总部暂行财务制度。

本财务制度包括财务审批制度、预算管理制度、资金管理制度、费用报销制度、备用金管理制度、合同管理制度等，本制度自公司领导批准之日起实行，仅适用于科龙集团营销系统总部各部门，解释权及修订权属营销财务部。

第一章：财务审批制度

一、财务预算（项目立项）管理

1. 营销系统的一切收支均须纳入预算管理系统。
2. 营销系统各部门编制部门预算（立项），在部门预算的基础上编制营销系统总预算。
3. 预算审批权限：
 - 年度销售预算（收入、支出预算）由营销副总裁批准。
 - 调整年度预算销售量和营销政策由营销副总裁批准。
 - 在年度总预算范围内，销售量预算及销售费用预算月度调整由各部门正部长（总监）（无正部长由主管部长批准）及营销财务管理部部长批准。

二、价格审核及合同管理

1. 范围：总部发生的广告项目、固定资产购置、租赁合同、运输费用等，单项合同金额不论大小，均需事前进行审价。
2. 范围：总部发生的、经立项批准后的有总限额控制的项目，各单项价格必须事前审价。
3. 范围：分公司发生的广告项目、固定资产购置、租赁合同、运输费用等按分公司财务制度执行。
4. 凡应审价的项目，须进行招标或竞价（按营销系统审价管理办法）。
5. 在预算内，5万元（含5万元）以下的单项费用合同由付部长以上干部审批；5万元以上至10万元以下者，由正部长（副总监）（无正部长由主持工作部长）审批；10万以上（含10万）20万以下者，由总监审批；20万元（含20万元）以上由营销副总裁审批。预算外的一切费用由营销财务部部长和集团财务资源部部长同意、营销副总裁审批、财务副总裁审批、集团总裁批准才能开支。
6. 预算额度内，市场调研费、公关项目、咨询费、培训费等费用5万元（含5万元）以下由各职能部门审批，10万元（含10万元）以下，由正部长（总监）（无正部长由主管部长）审批，10万元以上由营销副总裁审批。

7、凡项目单项金额超过 5000 元以上者，都应在费用发生前签定经济合同。

三、资金计划管理

□ 所有的资金计划以营销部门提出的财务预算为依托，在月度、年度收支预算总额内控制。

1、资金计划的审批

- 年度资金计划由各部门编制，营销财务部审核平衡，并呈报营销副总裁批准。
- 每月营销财务管理部汇总各部门上月资金计划实际执行情况，上报营销副总裁，并报财务资源部。

1. 资金计划的编制

- 销售货款回笼计划：依据年度预算编制月度销售货款回笼计划，由营销本部归口管理。
- 营销费用资金计划：依据年度预算，编制月度计划。

四、支出审批权限

□ 费用内容：

宣传广告费，样机费用，专柜、店招、订货会、维修费（安装费），经销商奖励，储运装卸费（含仓租）、二次配送费用，营销人员工资，差旅费，保险费，各省办事处及维修中心、营销总部各项日常费用（办公费、水电费、邮电费、物业管理费、低值易耗品、房租、设施购置费、折旧等），会议费，培训费，出口销售费用等。

□ 已有合同的费用支出审批程序（如：宣传广告费、储运装卸费、租赁合同、固定资产购置）：

对于已列入预算的项目，并在当月资金计划中已批准同意的开支，付款申请单在附有发票和已经签批的合同申请单或专项报告（复印件）时，不再需原领导审批，由副部长批准即可。

程序简化为：

经办部门 → 主管（副）部长（或授权人） → 财务部门审核后安排付款

款

□ 未签定合同但纳入预算内的根据销售额提费用和经批准预算外的费用后按下列程序批准支付：

1. 进场费、送展样品机、展示用样板机、专柜货、店招：由正部长（总监）（无正部长由主管部长）审批。

2. 维修费（安装费）的支付：参照客户服务部的相关规定执行。

3. 日常费用开支审批权限

➢ 公司总部营销部门、科室日常费用

- ◆ 范围：办公费、差旅费、邮电费、水电费、运杂费、维修费（非产品）、会议费、物料消耗、福利费、其它杂费等。

- 审批权限：
- 差旅费：

出差人员申请 → 科室主管 → 主管（副）部长 → 部门登记台

帐

主管（副）部长、正部长（总监）的差旅费由其上一级领导（或其授权人）审批

- 其它日常费用由各科科长控制使用，发票由主管（副）部长审批。

- 上述费用由各部门、分公司在预算内开支，由营销财务管理部审核报销，超预算部份原则上不予报销。特殊情况须报请集团财务部同意，经营销副总裁批准后才给予报销。

4. 没有采购合同的办公设施、生活设施、低值易耗品购置的审批权限

- 购置时按下列程序审批：

- ◆ 固定资产购置

属预算范围内：

经办部门申请 → 审价 → 正部长（总监）审批 → 营销财务管理部设立台帐

（无正部长由主管部长）

属预算范围外，原则上不准开支。特殊情况报集团财务资源部同意、营销副总裁批准方可开支。

- ◆ 非固定资产购置，审批程序为：

经办部门申请 → 审价 → 主管（副）部长（或授权人）批准

- ◆ 营销系统基本配置（设备种类、价格、数量）专门规定的，可不经审价程序，其他程序不变。

- 其他没有提到的各项开支，属承包范围内的，由主管（副）部长审批；不属于承包范围内的，由部门申请，报营销副总裁批准。
- 分公司按《分公司财务管理制度》有关规定执行。

5. 经销商奖励

- 营销方案内的奖励（含返利）由销售部长和营销财务管理部部长批准；
- 根据营销方案赋予分公司经理的权限，由分公司经理批准；
- 营销方案外的奖励（含返利）方案，由集团总裁批准。支付时，由销售部长和营销财务管理部部长批准。

6. 营销人员工资

- 营销人员工资方案在年度预算中体现，由营销副总裁批准。
- 月度营销人员工资的计算与发放由各品牌总监批准。职能部门由各部部长批准。

7. 出口销售费用

由国际营销部部长根据年度出口预算批准支出，超出预算部分，由集团总裁批准。

- 8. 为加快以上费用结算速度，以上费用支出的审批报告可采用传真件作支付及入帐依据，（必要时通过电话确认）事后定期补回审批文件正本。

伍． 审批时间要求

在总部，各级干部审批时间不得超过 8 小时；在外地审批时间不得超过 24 小时。

六． 其他

1. **经销商退款** 由各分公司经理提出报告，营销财务管理部进行对帐、核实，销售部长和营销财务管理部部长批准执行。
2. **经销商冲差价** 由营销本部制定冲差价方案，组织商业库存盘点工作，盘点结果由分公司经理和公司派出人员、商业单位共同确认，营销本部总监和营销财务管理部部长批准。
3. **经销商退换货** 由分公司经理、中转仓库管理员、商业单位共同确认，经主管（副）部长审批。送营销财务管理部核实，办理相应帐务处理。
4. **赊销**：20 万元以下营销财务管理部部长审批；20 万元（含 20 万元）以上由营销副总裁审批。
5. **产品价格调整**：在不影响年度预算的情况下，由营销财务管理部部长同意，营销副总裁批准。若对年度预算产生不良影响需由营销财务管理部部长和集团财务资源部同意、营销副总裁和财务副总裁审批、集团总裁批准。

七、各部门必需建立与预算项目对口的台帐，营销财务管理部也建立按部门、项目的会计核算体系，定期与各部门核对相应帐目，并按预算和销售回笼情况严格控制。

八． 财务监督及审计

- 财务部门在预算审批、费用支付过程中行使监督权，并进行内部审计；
- 集团审计部在事后按审计程序对营销业务的合法性、合规性及合理性进行常规及突击审计检查；
- 若查证当事人违反本制度及相关制度，侵占公司财物，损害公司利益，影响业务正常运作，将视情况施以行政处分、经济处罚，直至追究法律责任。

第二章： 预算管理制度

一、总则

- 1、为了更好地贯彻本集团公司下达的营销系统长期目标及短期经营目标，强化预算的资源配置、综合平衡、评价监督职能，健全预算管理体制，保障营销系统发展的稳定与效率，特制定本制度。本制度适用于营销系统。
- 2、营销系统实行分级预算管理制度，在现行架构下是指以下预算单位：
 - 一级预算：指冰箱和空调营销系统的预算。
 - 二级预算：指营销系统各职能部门预算。
 - 三级预算：指二级预算单位下属的科室、分公司（其中分公司预算参照分公司财务制度）等。

- 各级总预算由本级预算和下一级预算合并而成，各级预算单位必须严格遵守本制度。
- 预算年度自公历1月1日起，至12月31日止。
- 预算金额以人民币元为计算单位，涉外业务预算中的外币金额按财务资源部同意的汇率折算为人民币。
- 预算以变动成本法为基础编制。

式、 预算管理职权（审核和批准）

- 1、 财务管理部组织编制汇总一级预算、审核二级预算；二级预算由职能部门组织编制汇总本级预算、审核下级预算。
- 2、 各预算单位在上报本级预算前，必须由本级预算单位负责人签名确认。各项方案、计划等必须由预算单位负责人和营销财务部负责人签名确认。
- 3、 一级预算由营销总裁批准，财务管理部按批准后的一级预算批准各二级预算，依此类推，各级预算单位营销财务部逐级分解批准下级预算。
- 4、 营销财务部必须实事求是地审核预算的编制，对于不合理的部份或不符合集团整体利益要求的部份，营销财务部有权要求预算单位限期更改。
- 5、 营销财务部监督和检查各级预算单位的执行，并按月向营销付总裁汇报预算执行情况。
- 6、 各级预算由指定部门监督和检查本级预算和下级预算的执行，并按月向营销财务部和本级单位负责人汇报预算执行情况。
- 7、 营销财务部在检查各级预算编制及执行情况时，有关横向部门必须认真配合，不得隐瞒实情，不得拒绝提供相关资料。
- 8、 若下级预算单位变更不影响本级汇总预算，本级预算单位由财务部批准下级预算的变更，否则须报上级财务部门批准。一级预算的变更须经营销付总裁批准。各级预算一经批准，非经本条程序，不得改变。
- 9、 营销财务部门是预算的组织者，各级预算单位须按财务部门的要求编制、报送部门预算。

参、 预算范围与内容

- 1、 销售预算。包括以下方面：
- 2、 营销方案：包括整体方案、环境分析及对策方案、市场推广方案、价格方案、折扣及折让方案、客户激励方案、费用开支方案、新旧产品销售方案、客户开发与管理方案等，以及各方案预期要达到的目标。
- 3、 营销计划：包括分月的销售计划、订货计划、库存及应收帐控制计划等。
- 4、 损益预算：销售费用（含详细计算方法）、销售成本、销售利润等。
- 5、 资金预算：即现金收支计划，包括货款回笼及费用开支等。
- 6、 资本预算：即固定资产更新、改造、维修、购置计划等。
- 7、 总裁或集团财务资源部需要的其他相关资料。
- 8、

四、 预算编制

- 1、 各级预算单位应按营销财务部规定的时间、格式等要求编制和报送预算方

案。具体要求以营销财务部发布的通知为准。

- 2、 营销财务部应及时下发编制预算的通知及要求。
- 3、 各级预算单位应当参考上年实际情况和本年工作方案编制预算。
- 4、 各级预算单位在编制预算时应当贯彻顾全大局、实事求是、厉行节约、确保重点的原则，不得隐瞒收入、虚报支出，对于跨年度的收支应单独列示。
- 5、 各项开支预算必须详细列示计算依据、开支用途、预期效果等。
- 6、 各项计划、预算均须按月编制。

伍、 预算执行

- 1、 各级预算由其预算单位负责人组织执行。
- 2、 各预算单位必须严格按预算组织工作、安排开支。对预算中安排给下级预算单位开支的合理成本或费用，本级预算单位不得随意截留、占用、挪用。
- 3、 非经营营销财务管理部和集团财务资源部批准，严禁预算外支出。
- 4、 预算单位的各项收入必须按财务制度及时入帐，不得制造虚假收入，不得截留、占用、挪用各项收入。
- 5、 未经营销财务部批准，各预算单位的预算内费用明细项目不得串项目使用。
- 6、 各级预算单位应按月分析预算执行情况，定期向本预算单位负责人和营销财务部汇报，发现问题时应及时提请相关部门负责人采取措施予以解决。
- 7、 各二级预算单位须按营销财务管理部的规定于每月 5 日之前上报上月预算执行分析报告及表格。
- 8、 预算年度结束后，各二级预算单位须在 10 日之内对全年预算执行情况作出总结并上报营销财务管理部。
- 9、 营销财务管理部对报来的预算分析进行检查、审核，经核准后，作为对预算单位的考核评价依据。

六、 违规责任

- 1、 各预算单位在预算编制时若存在隐瞒收入、虚报开支的情况，由营销财务部责令纠正，并严肃处理，同时追究其负责人的行政责任。
- 2、 对违反预算规定，隐瞒收入，或将不应在预算内开支的费用以各种手段转为预算内支出的预算单位，追究其直接责任人的经济责任、行政责任，对违法者追究其法律责任。
- 3、 对违反会计核算规定，不按规定科目进行会计核算的，由上级财务部门责令纠正，同时扣罚其财务主管和直接责任人员当月工资，严重者追究其行政责任。
- 4、 未按规定程序擅自变更预算，造成原预算收入指标不能完成、或开支指标超额的，对负有责任的负责人和直接责任人追究行政责任。
- 5、 财务人员对未经营销财务管理部和集团财务资源部批准的预算外开支予以支付的，将追究其经济责任和行政责任。

七、 附则

- 1、各部门可参照本制度制订本部门预算管理制度。

第三章、营销系统资金管理制度

为了使资金信息及时全面地供领导决策参考，充分发挥资金在经营活动中的作用，保障营销系统资金合理地安排和管理，特制定本制度。本制度适应营销系统。

壹、 资金计划：营销系统实行资金分级计划管理制度具体如下：

- 1、一级计划：指营销系统各职能部门。
- 2、二级计划：指一级计划单位下属的各部室或分公司。
- 3、计划的分类：资金计划分为周计划、月计划，上报计划时一定要有相应的材料依据，例如：合同（或协议）、发票、已批开支报告（方案）、测算明细等。
- 4、资金计划时间要求：
 - 周计划：各部门每周四的下午报下周计划至营销财务部，并对各项开支事项的付款营销财务部每周五下午报集团财务部。
 - 月计划：各部门每月 26 日报下月资金计划至营销财务部，营销财务部在本月底报集团财务资源部。
- 5、资金计划的安排要与销售和回笼情况挂钩，保持基本平衡。营销财务部有权对各职能部门的计划进行调整和否决。

贰、 资金信息：

- 1、资金信息汇入《营销系统经营管理日报表》中，本日报表包含冰箱、空调的信息，内容主要有资金回笼、销售量、销售额、费用开支情况等。
- 2、经营日报表所需信息资料，营销系统各职能部门在每天上午 11：00 务必将资料报营销财务部，营销财务部经汇总整理后当天将日报表报公司领导。

参、 资金计划执行与监控

- 1、各职能部门的资金计划和实施必须严格按预算控制，超预算的项目未经集团财务资源部批准，一律不得在资金计划中列支，各部门必须设立台帐，对每一笔开支都要登记入帐，营销财务部每月将每月实际开支反馈至各部并与各部对帐。
- 2、各部门建立与完善各自系统的资金计划工作流程，明确下一级网络的责任人员、工作项目内容、完成时间等。
- 3、原则上营销系统的每一笔开支都必须有计划，对于无计划的开支只能在各部已做计划的总金额中调整，营销财务部有权优先安排紧急和重要的项目。
- 4、每一开支项目严格按审批权限和审批程序执行。营销财务部对每一项目进行审核，包括：项目计划审批、项目审价、项目领导审批以及其他财务手续，

审核符合要求后，报营销财务部部长审批后支付。

5、资金计划实行分级考核：营销财务部对各部门的各项工作进行检查和考核。

四、附表（附在本制度后）

- 1、附表 1、《营销系统资金动态管理体系流程示意图》
- 2、附表 2、《营销系统经营管理日报表》
- 3、附表 3、《科龙集团资金计划表》
- 4、附表 4、《 部门资金付款计划明细表》。

第四章、费用报销制度

为使费用报销更贴近市场，提高营销系统总部的工作积极性，加快市场反应速度，营销财务部制定新的总部（包括冰箱营销本部、空调营销本部、整合传播部、营销财务部、市场研究部、顾客服务部、营销行政人事部、物流部）费用报销制度如下：

一、通讯费用（手机费）报销标准

营销系统总部人员可按以下标准限额报销：

- 1、集团营销副总裁：3000 元/月。
- 2、营销本部总监、主管销售付总监、：2000 元/月。
- 3、本部其他付总监、销售区域总监、财务管理部部长、整合传播部部长：1500 元/月。
- 4、其他各部部长：1200 元/月。
- 5、其他各部副部长：800 元/月。
- 6、部长助理：600 元/月。
- 7、科级干部：400 元/月。
- 8、科员：凡出差按 10 元/天定额补助（免票），超出部分由自己负责，不予报销。
- 9、科级以上干部在出差报销时不再报销通讯费。
- 10、分公司各类人员通讯费报销标准见《分公司财务管理方案》。

二、差旅费报销标准

- 1、科级以上干部：出差可搭乘飞机、若购买商务仓或头等仓必须经集团总裁或主管副总裁批准后方可报销。
- 2、科员：除出差新疆、内蒙、宁夏、甘肃、青海、哈尔滨、吉林、辽宁、沈阳外，一律不得搭乘飞机。特殊情况经本部部长（总监）批准并经营销财务部部长同意后，才可搭乘飞机。
- 3、飞机票、机场建设、火车票、长途汽车票（车站售出）凭有效票据实报实销。
- 4、住宿费凭票限额报销标准按集团相关规定执行（单位：元/天）：
 - 从机场到出差地市区确需搭乘出租车的，可凭票并附书面报告，经本部门部长同意并经营销财务部部长批准后可以报销。到每个城市出差最多可报销两次，每次按 100 元上限报销，超额部分不予报销。
- 5、出差补助报销标准：
 - 省内：市内交通补助 20 元/天（免票），伙食补贴 20 元/天（免票）。

➤ 省外：市内交通补助 50 元/天（免票），伙食补贴 50 元/天（免票）。

6、差旅费报销审批程序

出差人报销申请---所在科室审批---部门主管审批---营销财务部会计科专人复核---出纳报销

参、 业务费报销

业务费以部门为单位下达额度，在额度内开支时，凭票经本部门部长审批后，营销财务部予以报销。超额的业务费财务部一律不予报销。

四、 办公费报销

1、以部门为单位按定编每月 50 元/人滚动使用，直至年度结束，超额的办公费用原则上不予报销，特殊情况由部门申请，经营销财务部部长批准后可予报销。

2、办公设施由人事行政部统一规划及购买，不属于办公费开支范畴。

五、凡在报销时财务认定的假发票或收据财务可不予报销。

六、各部门的费用在预算内开支，超预算部分不予报销，请各部按预算严格控制费用开支。营销财务部将不定期对所报销的费用进行抽查审计，一经发现违反本规定的，将对相关责任人视情节予以经济处罚、报请通报、开除等。

第五章、备用金管理制度

为了更好地控制和管理营销系统备用金，健全备用金管理体制，保障本公司发展的稳定与效率，特制定本制度。

壹、 借款标准：

1、 营销系统科室人员（含科长）备用金借款最高限额为 1 万元（含 1 万元），副部长级以上（含副部长）备用金借款最高限额为 2 万元（含 2 万元）。所有的借款各部必须登记台帐。

二、 审批程序：

- 1、营销系统科室人员因工出差的员工需借用备用金时，由本人填写"借款申请单"一式二份，借款单据上必须注明个人厂编。
- 2、 营销系统总部人员备用金借款金额在 1 万元以下（含 1 万元）的，由各部门主管部长审批。
- 3、 各类人员的备用金超标准借款必须经营销财务部部长加具意见，营销副总裁批准后，提交营销财务部会计核算科出纳支付。

伍、 返纳要求及扣罚标准：

- 1、备用金借款原则上应于因工出差返回总部后及时返纳，若未及时返纳，累计借款金额少于各级别标准的，到当年 12 月 26 日前要返纳，如超过此时间仍未返纳的，则按应返纳全额逐月在该员工当月工资中扣除，直至扣清，另按应反纳额的 5% 予以扣罚。
- 2、副部长级以下人员借款 1 万元以上的，由借款当月起，会计期超过 2 个月，单据还未返纳的，则平均分期扣罚该员工工资，直至当年 12 月 26 日仍未返纳完的，则按应返纳全额扣罚该员工当月工资。
- 3、营销系统员工借用公款后而申请离职者，应自觉清还借款，行政部凭财务部门签发的清债确认单才给予办理离职手续，若借款人未清还借款而离职的，其债务由所在部门负责，全额在部门工资中扣除。
- 4、扣罚通知单在当年 12 月份的 26 日前由营销财务部财务人员填写并交被扣罚部门主管部长，被扣罚部门在当月 28 日前反馈意见给营销财务部，如不按时反馈的则视同认罚。
- 5、营销财务部财务人员如不据实扣罚，一经集团财务部或集团审计部发现，则对责任会计按应返纳备用金总额的 1% 扣罚。
- 6、如有特殊情况需要免除扣罚或跨年度不返纳的，由责任部门申请并说明原因和提供担保人同意书，经营销财务部部长批准并备案方可。

四、本制度适用于营销系统总部编内人员，分公司备用金制度参照《分公司管理手册》。

第六章、营销系统总部合同管理制度

- 1、为强化营销系统合同管理制度，维护公司合法权益，避免合同风险，制定本管理制度。
- 2、本管理制度只对营销系统签订、履行各类合同的原则性问题作出规定，具体合同的管理办法另行制定。
- 3、营销系统各部门对外进行销售、劳动人事、采购、广告、租赁等业务活动，除涉及金额小，可以即时清结的情况外，都应当以书面形式签订合同。
 - 即时清结是指合同的协商、签订、履行、终止都在同一时间完成。
 - 书面形式是指合同书、信件或数据电文（包括电报、电传、传真、电子数据交换和电子邮件）等可以有形表现所载的形式。
- 4、合同的签订必须依照国家的有关法律，主要有：《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国民法通则》、《中华人民共和国仲裁法》、《中华人民共和国民事诉讼法》等，营销系统各部门、分公司与合同管理相关的人员须积极学习有关的法律法规。
- 5、合同的签订程序必须严格遵照相应的审核审批程序，经有职权的领导签字同意后签署，并须加盖公司的公章。
- 6、对外签订合同必须按照自愿、合法的原则，合同的条款应当尽量完善、齐备，并应以本公司的标准格式签订，如没有标准格式的，一般应当必须具有以下条款：

- 合同对方的全称、地址、法定代表人、开户银行及帐号等；
 - 合同的标的，应当具体、清楚地写明合同所指向的实物或劳务，以及数量、质量、包装等，避免歧义，有特殊要求的，应当写明；
 - 合同的价款及结算条款，包括标的物的单价及合同的总价款，及采取种方式、何时付款；
 - 合同的履行时间、地点和方式，一般以交货的时间、地点为合同的履行时间和地点，以明确双方的风险及法律责任的承担，履行方式的描述应当准确、明白、无歧义；
 - 合同的违约责任条款，明确的违约责任将有利于保护公司的合法权益，督促对方严格按合同的约定履行合同，同时严禁在合同中约定公司承担明显过高的违约责任，保护公司利益；
 - 解决纠纷的约定，纠纷的最终解决方式有诉讼和仲裁两种，采取仲裁方式解决纠纷的，则排除了法院的诉讼管辖权（劳动合同除外），应在合同中写明要求提交仲裁的事项，仲裁机构的名称，否则将被视为无效条款，选择诉讼解决纠纷的，一般情况下应当写明是由本公司所在地的法院受理，以避免外地法院的地方保护。
- 7、 我公司对外签订的合同，应当加盖公司公章，并有经办人员的签名，以便管理。
 - 8、 对于已签订的合同必须有专人建档保存，对合同进行编号、统计，并妥善保管合同及相关文件的原件，以备必要时提供，对于因保管不善造成文件遗失，而导致公司损失的，将予以严厉的处罚。
 - 9、 合同的相关文件是指与合同有关联的各类法律文书，包括合同附件、各种确认书、对帐函、变更合同的文书等，这些法律文书与合同具有相同的法律效力，或对合同的效力作出补充或修正。
 - 10、 合同签订后，合同的相关文件的签订程序应参照合同的签订程序，经有职权的领导批准或取得其授权，并应加盖公司公章。
 - 11、 合同签订后，相关的职能部门须有专人对合同的履行情况进行跟踪，发现对方或自身不能完全履行合同或出现其他情况时，应及时向有关领导汇报，以便公司快速、积极地采取措施，避免损失。
 - 12、 财务管理部是营销系统的合同管理的职能部门，负责草拟各类合同管理制度，发布各类合同的标准格式，提供法律意见，以法律手段解决合同纠纷，并对各部门、分公司执行合同管理制度的情况进行监督等，其他部门及各公司依照自身的职权对本部门发生的合同进行管理，并协助财务管理部进行合同管理工作。