

财务第一教室

中小企业费用管控

财税e讲堂

主讲人：晓夏老师

Tel : 400-600-2148

Web : www.cfoclass.com

目录

01

管控迷局

02

案例分析

03

管控之道

01 管控迷局

财务第一教室
CFOCLASS.COM



02 案例分析

财务第一教室
CFOCLASS.COM





案例四



某公司差旅费管理制度中规定的不同职级不同的住宿费的标准，销售部张某对内实际上是主管级别，因对外业务需要，公司名片上印经理。报销时财务认为应该按照内部标准，李某则认为要按照对外职位的标准，两人发生争执。



建议公司的人事部门对员工的职级进行明确，并且与差旅费报销管理制度中的规定一致。

财务第一教室
CFOCLASS.COM

案例五



销售部员工王某8月10日出差是没有写出差申请，在8月15日出差回来之后，需要报销费用时，又后补了一份出差申请，王某此次出差的费用能不能报销？



视具体情况而定，后补申请增加审批难度

财务第一教室
CFOCLASS.COM

差旅费

出差申请样表								
申请人	姓名		同行人员	姓名				
	职务			职务				
	所属部门			所属部门				
申请时间			出差目的地					
出差事由								
计划出差时间	年	月	日至	年	月	日	共	天
主要交通工具	☐ 飞机 ☐ 火车 ☐ 动车 ☐ 汽车 ☐ 其他							
出差预算	交通费(元)		明细					
	住宿费(元)		明细					
	招待费(元)		明细					
	伙食补助费(元)		明细					
	其他(元)		明细					
	合计(元)		明细					
部门负责人审批:			财务审批:					
总经理审批:			行政人事审批:					



业务招待费

案例六

某总公司给其下属分公司的业务招待费的预算是定额制的，每年五万元，那财务还需要控制业务招待费吗？是不是不超过总额就可以吗？



预算不是要全部花掉，有节余的可以一定奖励；

日常管理很关键，总额内要节约

财务第一教室
CFOCLASS.COM

业务招待费

业务招待费申请样表

申请部门：

申请时间： 年 月 日

客人单位：		类别： 行政 ☐ 销售 ☐ 其他 ☐	
客人资料	主要客人姓名：	职务：	重要程度： 很重要 ☐ 一般 ☐ 人数：
招待方式： 礼品 ☐ 礼品券 ☐ 用餐 ☐ 其他 ☐		预计金额：	
招待事由：			
招待明细（例如：烟、酒等）：			
陪同人（最高职务者）：		人数：	地点：
招待时间：		申请人：	部门负责人审批：
财务审批：	行政负责人审批：		总经理审批：

财务第一教室
CFOCLASS.COM

业务招待费

案例七

某公司销售经理王总
节日期间以公司名义
赠送客户礼品，发生
的礼品费，如何报销？

可以被接受

带有公司Logo,且价值不高的
办公用品/纪念摆台/台历等；
合理的公司产品试用/品尝

不可被接受的

现金、购物卡



礼品费容易被误解为
商业贿赂



礼品费存在较大的
税务风险



建议不允许报销礼
品费

业务招待费

业务范围

正常的业务往来过程中发生的礼品收授行为；
出于合理合法的商业目的对有业务关联的第三
方进行招待；
出于合理合法的商业目的的出席有业务关联
的第三方提供的招待

报销单据

费用申请表、发票
礼品根据情况要求提供收取人的签收记录
(视情况而定)

报销方式

根据金额和性质的不同，取得事先的批准。
个人垫付后报销或者公司统一支付

关注重点

定额制与日常管理相结合，注意事前事中
事后的控制

通讯费

某公司按照员工不同的职级给予通讯费补贴，员工凭通讯费发票报销，在最高限额内实报实销。但是手机卡实名制之后，员工开的都是个人抬头的发票，如何报销呢？



员工是否缴纳个人所得税？

案例八



- ▶ 企业统一购买充值卡，可以开具公司抬头的发票；
- ▶ 公司与电信企业签订客户合作协议，争取优惠套餐，虽然也需要个人实名认证，但是可以对公付款，开具公司抬头的发票。

广告费

案例九

某榔头公司准备2017年5月份投放一款新手机，预测该新品可以产生5000万元的收入，批示市场费用预算500万元。并由公司市场部负责执行。具体明细：

事前科学预算

项目类型	展会费用	媒体广告	线上促销	门店促销	合计
5月	50	80	10	10	150
6月	45	60	10	10	125
7月	30	40	8	8	86
8月	15	30	2	6	53
9月	10	30	2	5	47
10月		10	4	5	19
11月			5	5	10
12月			5	5	10
合计	150	250	46	54	500

CFOCLASS.COM

广告费

接上页

2017年8月公司发现媒体广告高，但效果并不理想，提出调整策略，改变预算计划。减少媒体广告的投入，增加线上促销的费用。2017年9月，市场部又提出增加线上促销费用10万元，

→

事中执行、监督、修正

项目类型	展会费用	媒体广告	线上促销	门店促销	合计
5月	50	80	10	10	150
6月	45	60	10	10	125
7月	30	40	8	8	86
8月	15	30	2	6	53
9月	10	10	10	5	35
10月		10	10	5	25
11月			13	5	18
12月			13	5	18
合计	150	230	76	54	510

CFOCLASS.COM

广告费

接上页

最终该产品的市场费用实际花费510万元，超10万元，全年实际销售额5180万元，超预算180万元，总体拉动效应是积极的。

→

事后分析总结、考核

项目类型	展会费用	媒体广告	线上促销	门店促销	收入
实际	150	230	76	54	5180
预算	150	250	46	54	5000
差异	0	-20	30	0	180

财务第一教室
CFOCLASS.COM

广告费



01

落实责任 —— 明确归口管理部门、负责预算、执行、考核

02

明确范围 —— 范围内的走流程，范围外的一事一议、单独报批

03

事前预算
事中执行、监督、修正
事后分析总结、考核

会议费

会议费管控建议

会议费的财务监督职能弱化，财务人员通常只审核票据本身，而无法监督支出过程。

1

**减少会议数量
控制会议规模**

2

完善会议费制度，明确会议费范围及各明细费用标准

3

增加会议费的计划、预算、监控、绩效环节



管控之道



财税e讲堂

提升财务人职业价值

谢

谢

大

家

财务第一教室

2017年9月



微信搜索“财务第一教室”
关注我们，提升你的价值
新浪：@财务第一教室
Tel：400-600-2148