提供放心的扬州保税区转厂报关服务

产品名称	提供放心的扬州保税区转厂报关服务
公司名称	深圳市一站通进出口物流有限公司
价格	11.00/单
规格参数	转厂:如何转厂 一日游:保税区一日游 转厂报关:转厂资料
公司地址	深圳市坪山新区坪山街道深圳出口加工区兰金十一路成城发工业园A栋602号（注册地址）
联系电话	18320877679

产品详情

提供放心的扬州保税区转厂报关服务 保税区一日游
是利用保税区入区退税政策，由国内卖方把货出口到保税区，再由国内买方报关进口的过程，
这个过程从车辆进到保税区到放行出区一般只需要两三个小时，。所以叫保税区一日游。
在“ 保税区一日游
”过程中，依托深圳出口加工区的区域特点和特有的政策，“ 一日游 ”业务优化了深加工结转（行业内俗称“ 转厂 ”）流程，实现了一日内完成转厂，突破了转厂的三大限制。 减税簿为民企信心加分减负力度大，民企有信心，发展动力足。大疆创新科技有限公司创始人CEO汪滔如是说。自今年初开始，更大规模减税降费就开始密集落地。，常务会议确定推出小微企业普惠性减税措施，将税小规模纳税人免税标准从3万元以下提高到1万元以下，放宽企业所得税小型微利企业标准并加大优惠力度。发展研究中心研究员冯俏彬认为，小微企业基本上都是民营企业，本次推出的小微企业普惠性减税新政是针对当前民营经济的情况和促进六稳的要求，作出的政策跟进，是减轻民营企业负担，创造更好发展条件的有效之举。

一日游 ”转厂 时间短

传统的转厂（深加工结转）转出、转入企业双方首先需要在各自的主管海关计划备案，其次按照经双方海关核准后的申请表进行实际收发货，*后转出、转入企业分别

在转出地、转入地海关办理结转报关手续。先备案，再发货，*后报关，完成整个过程需要的许多时间。

采用“一日游”转厂，转出、转入企业不需要先计划备案，发货和报关同时进行，当日便可完成转厂手续，因为其时间短，所以被成为“一日游”。如果配合好，转出企业装好货上午过来报关，上午就能完成报关手续，下午货物已经到达转入企业。

“一日游”转厂 突破企业限制

传统的转厂，是加工贸易企业将保税进口料件加工的产品转至另一加工贸易企业进一步加工后复出口的经营活动，它是海关备案手册之间的结转，要求转出、转入企业双方都是加工贸易企业。出口加工区是海关特殊的监管区域，这个区域相当于境外。“一日游”转厂是通过出口加工区来实现的，他的意义是转出企业把货物出口到境外，转入企业从境外进口料件。它能实现各种企业的之间的转厂，甚至对于没有进出口经营权的企业，可以通过代理进出口的方式，把自己变为转出企业或者转入企业。其主要的转出和转入关系可有以下四种，涵盖了所有对应关系：

a.一般贸易转出 ——————— 一般贸易转入

b.一般贸易转出 ——————— 加工贸易转入

c.加工贸易转出 ——————— 加工贸易转入

d.加工贸易转出 ——————— 一般贸易转入

“ 一日游 ” 转厂 可退税

传统的转厂不能退税。根据深圳出口加工区入区即退税的政策，“ 一日游 ” 转厂能够退税。“ 入区即退税 ” 是对于其他海关监管区域而言。其他区域必须实际离境才能退税，入区只是一个缓冲期。“ 入区即退税 ” 对于转出企业而言。转出企业在意义上是把货物出口到境外，货物入区后便能向海关申请打印出口“ 退税证明联 ”。获得退税的转出企业还可以取得价格上的优势。

出口加工区的特殊功能和政策优势不但为企业节省了大量的运费成本，而且增强了企业产品的价格竞争力出口加工区“ 一日游 ” 业务优势

(1)进出口加工区视同出口既可收汇核销、退税、核销手册。

(2) 报关，报检可以一批进，分批出“ 保税转厂一日游 ” 业务是出口复进口业务的俗称 具体咨询请找坪山保税区保税顾问陈

一日游有两种：

一种是去到香港，货物从国内去到香港，相当于从国内出国，虽然深圳和香港一河之隔，但是过去回来相当于出国了，出国了就享受国家退税，虽然物流费增加了，但是和货物的退税相比，还是赚了。

还有一种是去到保税区，保税区也相当于国外，进到保税区报关有个海关税单，有了那个税单，就有了出口的凭据

(3)取代货物境外游，香港游，节省物流成本，通关时间快(3小时--一天）无需卸货，只要是原车进出。

(4)加工贸易企业的产品可以供国内另外的加工贸易企业作为出品的料件，或者供国内可以享受该产品免税政策的企业使用。

(5)通关速度快；如进、出口货双方都是手册报关，则只需海关编码前四位相同即可，若是一般贸易方式报关则须海关编码十位都得相同。

(6)对于原材料提供厂商，可以享受到国家出口退税的优惠，以退税后的商品价格参与市场竞争；

(7)对于原材料接收厂商，可以将采购国内料件及中间品的退税时间提前，有效降低资金成本。

(8)不需要海关监管车，不需要中港车，不需要仓储。只要普通车一个小时就可，打退税联只需要一个星期。

今年5月，市场信息产业协会发布了《219年季度电气在线市场分析报告》，其中指出，在219年季度，京东家电的在线市场份额超过61%。根据更有权威的家用电器研究院和国家家用电器行业信息中心联合发布的《219家用电器行业季度报告》，京东在线渠道实际比例仅为39.8%。两者之所以不同，是因为先前的报告将在线家用电器和3C产品进行合算，而京东的财务报告也证实了这一点。这大大降低了所谓的“ ”信誉。