

## 提供放心的嘉兴保税区转厂报关服务

产品名称	提供放心的嘉兴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

提供放心的嘉兴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。以往很多城市重视解决中欧班列从无到有的问题，先不过多考虑成本和效率等，但在市场规律面前，以往被忽略的问题还是需要去面对和解决。中欧班列进入精耕细作期，将是重点解决返程空驶率较高、运费较高、较多依赖补贴、提速、稳定班次等问题的好时机。这一过程中，重视规模数量较为粗放的考核机制将逐渐转变为更为重视高质量和效率的考核机制。与此同时，不同线路、不同区域\*适宜运输的货物、的出境线路都将在竞争中进一步清晰化、合理化。

#### 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  
通过深圳出口加工区转厂、可实现出口核销、退税、转进口的操作  
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。

下沉市场为京东打开了新局面。月15日晚，京东集团发布了219年第三季度财报。本季度，京东在营收、现金流及用户数等关键指标上均实现了增长。现阶段，物流这项基础设施以及家电、电子等优势品类成了京东在下沉市场的扩张器。刚上线不足一月的京喜尚未显露明显的成绩，但京东正在考虑将京喜上部分商品、商家在京东主站上露出以适应用户习惯。短期内，由于京东要为下沉市场搭建更为完整的物流网络，导致履约费用率的优化速度放缓，如何将单量提升摊薄成本变得尤为关键。