２０００年，中国加入世界贸易组织的进程加快，外贸经营环境面临新变化。网络营销作为经济贸易财会领域的重要内容，汇集日常业务中的操作要点与注意事项。本资料结合当时的行业环境与工作实际，围绕网络营销的基本情况、主要做法、存在问题和对策建议进行梳理归纳，供有关单位和从业人员参考。

从网络营销的实际运行情况看，内部审计与专项检查已经成为日常工作中较为常见的环节，进出口业务、税务申报等基础性内容受到普遍关注。在国有企业改革与脱困工作深入推进，企业财务管理受到重视的背景下，各单位对成本管理的重视程度明显提高，资产负债与损益表编制逐步走向规范。总体而言，这一阶段的工作呈现出由经验型向制度型转变的特点。

受制于当时的技术条件和管理水平，网络营销在推进过程中仍存在一些突出问题：一是财务人员对新税制与外汇结算规则掌握不足；二是手工记账工作量大，月末结账周期偏长；三是内控制度不健全，不相容岗位未有效分离。这些问题在不同单位的表现程度不一，但都不同程度地影响了工作的整体质量与效率。

针对上述情况，建议从以下几个方面着手改进：坚持定期对账与盘点，做到账实相符；推行会计电算化，提高核算效率与准确性；健全内控制度，落实岗位分离与授权审批。同时，应把制度建设和人员培训放在重要位置，坚持边实践、边总结、边完善，逐步形成适合本单位实际的工作路子。

从具体做法上看，增值税与所得税的申报缴纳是检验工作成效的重要环节。围绕审计监督与财务报表两项内容，不少单位在实践中已经摸索出一些行之有效的做法：把责任落实到岗到人，把标准细化到每一道工序，把检查贯穿到工作全过程，并注意把检查结果与日常考核结合起来。这些

做法所需投入不大，但对提高工作质量的作用比较实在，值得在同类单位中加以推广。

在操作层面，还应当注意把握节奏与方法。经费和人力都相对紧张，应分清轻重缓急，集中力量先把基础环节做扎实。需要注意的是，各项措施应结合本单位实际条件量力而行，不宜脱离基础盲目铺开。

另外，在资料管理方面，建议按类别建立目录与索引，做到一查即得，避免临时翻找。

另外，同时要重视资料的积累与保管，为后续的分析研究和决策提供可靠依据。

另外，相关标准的执行需要一定过渡期，建议先行试点，取得经验后再全面推开。

另外，从实际效果看，凡是制度健全、责任明确的地方，工作推进就相对顺利，反之则容易反复。

另外，经验的总结要有数据、有事例，避免停留在一般性的表态上。

另外，对反复出现的老问题，应从制度和流程上找原因，而不是简单依靠加班补救。

另外，条件成熟时，可通过简报、通报等形式通报情况，便于相互借鉴。

另外，遇到跨部门事项，宜事先明确牵头单位与配合单位，避免互相推诿。

另外，把工作成效与考核挂钩，可以较好地调动人员的积极性与责任心。

另外，此外，还应加强部门之间的沟通协作，减少重复劳动，形成工作合力。

另外，对于新入职人员，应由有经验的同志带教一段时间，熟悉流程后再独立承担任务。