

商品采购

主 编 许宝良

执行主编 高 磊



核心课程 + 教学项目
电子商务专业课程改革成果教材

商品采购

Shangpin Caigou

主 编 许宝良

执行主编 高 磊



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

本书是浙江省中等职业教育电子商务专业课程改革成果教材。

本书共有 8 个项目, 包括商品采购基础知识、商品采购的市场调研、商品采购的货源开发、商品采购的定价、商品采购的交付与结算、供应商管理、商品采购库存管理、商品采购信息管理。

本书可作为中等职业学校电子商务专业教材, 也可以作为在职人员岗位培训教材或电子商务从业人员自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

商品采购/许宝良主编. —北京: 高等教育出版社,
2012.7 (2014.5 重印)

ISBN 978 - 7 - 04 - 035282 - 5

I . ①商… II . ①许… III . ①采购管理 - 中等专业
学校 - 教材 IV . ①F253.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 146365 号

策划编辑 杨成俊
插图绘制 宗小梅

责任编辑 杨成俊
责任校对 陈旭颖

封面设计 张楠
责任印制 毛斯璐

版式设计 范晓红

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
印刷 北京北苑印刷有限责任公司
开本 787mm × 1092mm 1/16
印张 10.25
字数 240 千字
购书热线 010 - 58581118

咨询电话 400 - 810 - 0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
版次 2012 年 7 月第 1 版
印次 2014 年 5 月第 3 次印刷
定价 17.70 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物料号 35282 - 00

浙江省中等职业教育电子商务
专业课改新教材编写委员会

主 任：方展画

副 主 任：程江平 崔 陵

委 员：许宝良 庞志康 张建国 郭耀邦
沈佳乐 王向东

主 编：许宝良

执行主编：高 磊

编写说明

2006年,浙江省政府召开全省职业教育工作会议并下发《省政府关于大力推进职业教育改革与发展的意见》。该意见指出,“为加大对职业教育的扶持力度,重点解决我省职业教育目前存在的突出问题”,决定实施“浙江省职业教育六项行动计划”。2007年初,作为“浙江省职业教育六项行动计划”项目的浙江省中等职业教育专业课程改革研究正式启动并成立了课题组,课题组用5年左右时间,分阶段对约30个专业的课程进行改革,初步形成能与现代产业和行业进步相适应的体现浙江特色的课程标准和课程结构,满足社会对中等职业教育的需要。

专业课程改革亟待改变原有以学科为主线的课程模式,尝试构建以岗位能力为本位的专业课程新体系,促进职业教育的内涵发展。基于此,课题组本着积极稳妥、科学谨慎、务实创新的原则,对相关行业企业的人才结构现状、专业发展趋势、人才需求状况、职业岗位群对知识技能要求等方面进行系统的调研,在庞大的数据中梳理出共性问题,在把握行业、企业的人才需求与职业学校的培养现状,掌握国内中等职业学校本专业人才培养动态的基础上,最终确立了“以核心技能培养为专业课程改革主旨、以核心课程开发为专业教材建设主体、以教学项目设计为专业教学改革重点”的浙江省中等职业教育专业课程改革新思路,并着力构建“核心课程+教学项目”的专业课程新模式。这项研究得到由教育部职业技术中心研究所、中央教育科学研究所和华东师范大学职业教育研究所等专家组成的鉴定组的高度肯定,认为课题研究“取得的成果创新性强,操作性强,已达到国内同类研究领先水平”。

依据本课题研究形成的课程理念及其“核心课程+教学项目”的专业课程新模式,课题组邀请了行业专家、高校专家以及一线骨干教师组成教材编写组,根据先期形成的教学指导方案着手编写本套教材,几经论证、修改,现付梓。

由于时间紧、任务重,教材中定有不足之处,敬请提出宝贵的意见和建议,以求不断改进和完善。

浙江省教育厅职成教教研室

2009年4月

前 言

电子商务正在给世界贸易格局和经济增长方式带来巨大的变革,已经成为 21 世纪主要的经贸方式之一。电子商务的进一步深入发展需要大批量的复合型专业人才。按照“浙江省中等职业学校电子商务专业课程改革”的要求,浙江省教育厅组织中职一线教师、课改专家、企业人员在大量调研和前期工作成果基础上编写了中等职业学校电子商务专业的系列教材。商品采购是该系列教材中的一本。商品采购是企业经营的一个核心环节,是获取利润的重要来源,同时也是企业的形象窗口,是企业连接客户和供应商的桥梁。商品采购对于提高企业成本优势、供应链管理优势、客户满意度等方面的核心竞争力具有重要作用。本书吸收了现代采购管理的经验和先进技术,从商品采购基础知识入手,分别介绍了商品采购的市场调研、商品采购的货源开发、商品采购的定价、商品采购的交付与结算、供应商管理、商品采购库存控制、商品采购信息管理等内容。

本书的特点主要有以下几个方面:

(1) 岗位性。本书的编写以就业为导向,以学生为主体,按照岗位需求和课程目标选择教学内容,体现“四新”、必需和够用等职业教育的特点,且对接职业标准,易学易懂,并注重中职学生职业生涯发展,注重职业素养的培养,有利于课程教学改革。

(2) 操作性。为培养和提高中职学生的专业技能,本书把每一个项目分成若干个教学任务,包括任务描述、任务准备、知识储备、任务实施、任务评价、拓展活动等环节,让学生通过实践完成学习任务,实现“做中学”,并在实践中不断提高理论知识的运用能力和实际操作能力。

(3) 新颖性。本书以“项目教学法”为主导,将全书分为 8 个项目,每个项目又包括若干教学任务,体例新颖。除此之外,本书的案例均选自现实生活,尤其选取了近 3 年以来商品采购的典型事件,案例生动、鲜活,具有强烈的时代气息。

本书建议学时分配表如下:

项 目		学 时 教			
		讲授	实训	机动	合计
项目一	商品采购基础知识	2	4	1	7
项目二	商品采购的市场调研	6	6	1	13
项目三	商品采购的货源开发	6	6	1	13
项目四	商品采购的定价	4	4	1	9
项目五	商品采购的交付与结算	3	3	1	7
项目六	供应商管理	3	3	1	7
项目七	商品采购库存管理	4	4	1	9
项目八	商品采购信息管理	3	3	1	7
合 计		31	33	8	72

本书由浙江省教育厅职成教教研室许宝良任主编，由杭州市开元商贸职业学校高磊任执行主编，并承担全书的统稿和各项的协调工作。本书具体分工如下：项目一由高磊编写；项目二由杭州市开元商贸职业学校的吕琴编写；项目三由浙江金华第一职业学校黄晓琴编写；项目四由杭州市开元商贸职业学校方莉编写；项目五由杭州市开元商贸职业学校李敏编写；项目六由杭州市开元商贸职业学校刘莉编写；项目七由杭州市开元商贸职业学校戚东梅编写；项目八由吕映例编写。

本书在编写过程中，得到许多单位和老师的帮助。在此特别感谢杭州市开元商贸职业学校傅晖老师在前期所做的大量工作，也非常感谢书中所引用、参考的相关资料和书籍的作者。

中职教材的改革和创新是一个长期而艰难的过程，由于编者水平有限，本书难免存在一些不足之处，恳请专家和读者批评指正。读者意见反馈信箱 zz_dzyj@pub.hep.cn。

编 者

2012 年 5 月

目 录

项目一 商品采购基础知识	1	任务一 了解物料跟催管理	80
任务一 认识商品采购	2	任务二 认识采购交付验收过程	85
任务二 了解商品采购的分类	6	任务三 熟悉货款结算程序	91
任务三 认识商品采购流程	14	项目六 供应商管理	97
项目二 商品采购的市场调研	21	任务一 选择供应商	98
任务一 认识商品采购市场 调研	22	任务二 了解供应商管理	102
任务二 实施市场调研	27	任务三 熟悉供应商评估	108
项目三 商品采购的货源开发	35	项目七 商品采购库存管理	115
任务一 供应商开发	36	任务一 认识企业进销存系统	117
任务二 商品采购质量检验	42	任务二 认识商品分类储存	122
任务三 采购谈判	49	任务三 认识企业库存控制	127
任务四 签订商品采购合同	57	任务四 核算库存费用	132
项目四 商品采购的定价	63	项目八 商品采购信息管理	139
任务一 核算产品成本	65	任务一 认识商品采购信息管理	140
任务二 给产品定价	71	任务二 认识企业采购信息化 管理	145
项目五 商品采购的交付与结算	79	参考文献	152

项目一 商品采购基础知识



项目导入

小王中职毕业后，来到一家电子商务公司应聘。这家公司正在招聘的岗位中有采购助理，小王从字面上理解，认为自己适合采购工作，而且自己在校期间做过班级的生活委员，经常负责一些班级活动物品的采购工作，自己有这方面的经验，并且有兴趣从事这份工作。

但真正要做好企业的采购工作，小王还是有些忐忑不安。针对面试主考官的一系列的提问，小王回答得很谨慎：“我本身是学电子商务的，我在校期间做过生活委员，采购过一些商品。但我认为做采购工作对数字要相当敏感且工作要相当认真、仔细。虽然我在采购方面有待学习的还有很多，但我认为采购也需要专业的电子商务知识，所以我选择从采购助理做起，希望自己有一天能够做到真正的采购……”

没有实际工作经验的小王在经过笔试、计算机测试后，竟然赢得了这次机会，他很珍惜这次机会，从此在采购的路上一走就是多年……



学习目标

1. 掌握采购的概念与地位。
2. 认识商品采购的类型与方法。
3. 能够准确描述、分析并绘制采购的流程图。
4. 了解采购管理模式。

任务一 认识商品采购

任务描述

1. 学生单独查阅不少于三篇有关企业商品采购的文章(其中最少有一篇是关于电子商务企业的文章),记录这些文章的名称、出处、作者、时间,概括这些文章的内容,并写出400字以上的报告,阐述自己对商品采购概念、地位等的理解。
2. 小组交流讨论以上报告,做好交流记录,并制作简单的PPT演示文稿。
3. 全班范围内交流报告。

任务准备

1. 确定搜集资料的内容:围绕商品采购的概念、地位等主题。
2. 成立学习小组。一般4~6人组成一个学习小组,选出组长,并合理分工。
3. 掌握使用各种渠道(如报纸、杂志、网络和书籍等)搜集资料的技能。

知识储备

在市场经济条件下,企事业单位获取所需物资的主要途径就是市场采购。而采购行为合理与否,对保证生产和服务质量、降低成本、提高经济效益都会产生直接影响。作为采购人员首先应该掌握采购的基本知识。

一、采购的概念

采购是企业向供应商购买商品的一种商业行为,是企业物流活动的起点。低价格、高质量和良好的服务是商品采购的基本要求。通过有效的采购可以给企业提供稳定的材料、商品和服务,确保供应的连续性。

商品采购是指企业为实现销售目标,在充分了解市场要求的情况下,根据企业的经营能力,运用适当的采购策略和方法,通过等价交换,取得适销对路的商品的经济活动过程。俗话说“采购好商品等于卖出一半”,“只有错买,没有错卖”。企业如果想采购到适销对路、品质优良的商品,采购过程中就应遵循一定原则。企业要根据各类商品的进货渠道和来源的不同特点,结合本企业的实际情况,采用相应的商品采购方式。

商品采购包括两方面的内容,一方面采购人员必须主动地对用户需求作出反应,另一方面还要保持与供应商之间的互利关系。

对采购的含义,有狭义和广义两种理解。

狭义的采购是指单位或个人以购买的方式,按等价有偿的原则获取商品或劳务的行为,即所谓的“一手交钱,一手交货”或“银货两讫”。这种以货币换取商品的方式,可以说是最普通的采购途径。在狭义的采购中,买方一定要先具备支付能力,才能换取卖方的商品来满足自己的需求。

广义的采购是指除了可以用购买的方式占有商品的所有权之外，还可以通过交换、租赁、借贷、外包等方式获取所需要的商品，以达到满足需求的目的。

无论是狭义还是广义的理解，采购应当包含两个基本含义：“采”及“购”。“采”，指采摘、采集，是从众多的对象中选择若干个的意思；“购”，指购买，是通过交易手段把所选定的对象从对方手中转移到自己手中。

因此，所谓采购，一般是指一个组织基于生产、销售、消费等目的，从外部资源获取所需要的全部商品和劳务的行为。

二、采购的地位

在传统思维里，采购就是拿钱买东西，目的就是用最少的钱买到最好的东西。但是，随着市场经济的发展、技术的进步、竞争的日益激烈，采购已经由单纯的商品买卖发展成为一种职能，一种可以为企业节省成本、增加利润、获取服务的职能。总体而言，采购由战术地位提高到了战略地位。

（一）采购的供应地位

从供应的角度来说，采购是整体供应链中上游控制的主导力量。

在企业中，利润是同制造及供应过程中的物流和信息流流动速度成正比的。在商品生产和交换的整体供应链中，每个企业既是客户又是供应商。为了满足最终客户的需求，企业都力求以最低的成本将最高质量的产品以最快的速度供应到最终客户那里，以获取最大利润。从整体供应链角度看，企业为了获得尽可能多的利润，都会想方设法加快物料和信息的流动，这样就必须依靠采购的力量，充分发挥供应商的作用，因为占成本 60% 的物料来自供应商。供应商提高其供应的可靠性和灵活性、缩短交货周期、增加送货频率，可以极大地改进企业的管理水平，如缩短生产总周期、提高生产率、减少库存、增强对市场需求的应变能力等。

（二）采购的价值地位

在能源价格飞速上涨、原材料成本居高不下的今天，企业要降低成本除了要降低生产与材料消耗成本外，很重要的途径就是降低采购成本。

（三）采购的质量地位

质量是产品的生命。采购物料不只是价格的问题，更多的是质量水平、质量保证能力、售后服务水平、综合实力等方面的问题。

由于产品中 60% 的价值是经采购由供应商提供的，毫无疑问，产品的质量很大程度上受采购品质量控制的影响。也就是说，保证企业产品质量不仅要靠企业内部的质量控制，更依赖于对供应商的质量控制。通过采购将质量管理延伸到供应商质量控制，是提高企业自身质量水平的基本保证。



任务实施

一、提出目标任务和要求

由教师提出目标任务和要求，并讲解相关的知识要点。

二、成立学习小组

可按随意组合、教师调整的方式成立学习小组，并按组员推荐、教师把关的方式，挑选出一名责任心强、有一定组织能力的小组长。

在一个小组中，考虑每个学生的性格和特长，作出合理分工，指定专人负责文字记录，制作 PPT 演示文稿，拍摄照片，其他同学配合。

三、查阅资料及分析汇总

(1) 资料查阅：在百度或搜狗等网站主页使用“采购的概念”、“采购的地位”等关键词搜索，进行资料查找，也可通过学校图书馆、阅览室及电子图书馆查阅相关资料，要求每个小组至少收集三篇以上的文章(其中至少有一篇是关于电子商务企业的文章)。

(2) 阅读这些资料，思考和比较其中的概念和内容，理解同一问题的不同方面或不同阐述。

(3) 理解这些问题后，填写以下“认识商品采购任务记录单”。

认识商品采购任务记录单

一、采购的概念

文章一：

文章二：

文章三：

我们认可的理解是：

二、采购的地位

文章一：

文章二：

文章三：

我们认可的理解是：

三、我们收集到的其他知识及理解

四、我们碰到的问题及解决方案

四、学习交流表彰会

- (1) 组内学习经验交流(要求制作成 PPT 演示文稿并进行展示)。
- (2) 听取他组介绍经验，记录经验、作出评价并加以分析，填写下表。

组别	姓名	经验	分析

- (3) 填写以下学习体会表，在交流会上阅读并上交。

认识商品采购任务学习体会表

我完成了_____

我认识了_____

我最大的收获是_____

我遇到的问题有_____

我对小组的建议_____

我对老师的建议_____



任务评价

本任务评价采用学生自评、师生互评的方式，学生自评占 30%，组内评分占 30%，教师评分占 40%。具体分值见“认识商品采购评价表”。

认识商品采购评价表

姓名

组别

得分

评价内容	要求	评定分值(20、15、10、5、0)			
		自评	组评	师评	综合得分
1. 查找资料准确度	☐ 很准确 ☐ 基本吻合 ☐ 偏离较大 ☐ 完全偏离				
2. 复述内容情况	☐ 很准确 ☐ 基本一致 ☐ 偏离较大 ☐ 完全偏离				
3. 讨论交流情况	准备充分, 准确表述 ☐ 是 ☐ 否				
4. 学习报告质量	☐ 很好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 差				
5. 小组合作分工情况	承担_____工作, 合作程度 ☐ 很好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 差				
合计得分					

说明:

(1) 计分方法: 以5分为一个档次, 每项评价内容综合得分为自评、组评、师评得分之和。整个学习任务合计分值为各项评价内容的综合得分之和。

(2) 得分等级:

得分在85分(含85分)以上者, 可以做小组长, 课堂常规分加4分。

得分在70~85分(含70分)者, 学习任务完成良好, 课堂常规分加2分。

得分在60~70分(含60分)者, 本次学习任务合格但还需努力, 课堂常规分不加分。

得分在60分以下者, 本次学习任务尚未完成, 需请小组长重新帮教直到合格, 课堂常规分不加分。

(3) 填写内容: 在□中打“√”, 在_____中填写文字或数据。



拓展活动

1. 完成400字以上的学习报告, 阐述对采购的概念、地位等的理解。
2. 修改完善本组的PPT演示文稿。

任务二 了解商品采购的分类



任务描述

1. 学生单独查阅不少于三篇有关商品采购类型的文章(其中至少有一篇是关于电子商务企业商品采购的), 记录这些文章的名称、作者、出处、时间, 概括这些文章的内容,

并写出 400 字以上的报告，阐述自己对商品采购类型的理解。

- 2. 小组交流讨论以上报告，并做好交流记录。
- 3. 小组同学分工合作，通过家庭关系、网络或电话黄页查询五个以上本地企业，取得联系，并确定一家进行电话采访。



任务准备

- 1. 确定搜集资料的内容：围绕商品采购基本类型这一主题。
- 2. 成立学习小组。一般 4~6 人组成一个学习小组，选出组长，并合理分工。
- 3. 掌握相关的电话礼仪，并与企业取得联系。
- 4. 掌握电话采访的基本要求。



知识储备

采购分类的标准很多，依据不同的标准对采购进行分类(见表 1-1)，有助于企业依据每一种采购的特点，合理选择采购方式。

表 1-1 采购分类一览表

分类标准	内容
采购的用途	工业采购、消费采购
采购的对象	有形采购、无形采购
采购的范围	国内采购、国外采购
采购的时间	长期合同采购、短期合同采购
采购的方法	订货点采购、JIT 采购、MRP 采购、供应链采购、电子商务采购
采购的主体	个人采购、组织采购

一、按采购的用途分类

(一) 工业采购

工业采购指企业为了经营或生产所需产品和服务而按一定代价与外部进行的交易活动。

(二) 消费采购

消费采购是指对消费品的采购。消费采购一般是单一品种、单个决策、随机发生的，有很大的主观性和随意性。

二、按采购的对象分类

(一) 有形采购

有形采购是指对具有实物形态物品的采购。例如，原料、辅助材料、机械设备、工具、燃料、办公用品等的采购。

(二) 无形采购

无形采购是指对无形产品如技术、服务等采购。

三、按采购的范围分类

(一) 国内采购

国内采购是指企业以本币向国内供应商采购所需物资的一种行为。国内采购主要在国内市场采购，并不是指采购的物资一定是国内生产的，也可以向国外企业设在国内的代理商采购所需物资，只要是以本币支付货款，不需要外汇结算，就算国内采购。

国内采购优点：①国内采购不会遇到商业沟通的困难，双方都可以减少资源消耗。②国内采购不存在国际贸易运输、定价的问题，省却了在国际贸易中洽商运费、保险、交货付款条件等问题。③国内采购一般用时较短，面临的不确定性和风险较小。

国内采购缺点：对购买商的选择余地较窄，不易获得国际先进水准的产品。

(二) 国外采购

国外采购指国内采购企业直接向国外厂商采购所需物资的一种行为。

国外采购的优点：①国外采购扩大了供应商的范围，采购商有很大的选择余地，有可能获得高质量的产品，同时国外的一些有竞争力的供应商可以提供具有更低价格的产品。②参与国际采购可以锻炼企业适应经济全球化的能力，有利于企业的长远发展。③通过国际采购还可以获取一些在国内无法得到的商品，尤其是高科技产品。

国外采购的缺点：不确定性高，风险大，手续比较复杂，同时因运输、关税等方面的原因也会抬高采购成本。

四、按采购的时间分类

(一) 长期合同采购

长期合同采购是指采购商和供应商通过合同，稳定双方的交易关系，合同期一般以一年为限。

长期采购合同的优点：①有利于增强双方的信任和理解，建立稳定的供需关系。②有利于降低双方的价格洽谈费用。③由于有十分明确的法律保证，可以通过法律来维护各自的利益。

长期采购合同的缺点：①其价格调整困难，一旦将来市场价格下降，采购方将会由于不能随之调整采购价格而造成价差损失。②合同对采购数量作了规定，不能根据实际情况的变化来调整。③由于有了合同的限制，即使出现了更好的采购渠道，采购商也不能随意调整。

(二) 短期合同采购

短期合同采购是指采购商和供应商通过合同实现一次交易，以满足生产经营活动的需要。

短期合同采购双方之间关系不稳定，采购产品的数量、品种随时变化，对采购方有较大的灵活性，能够依据变化的市场环境，调整供应商。但由于这种不稳定性，也将出现价格洽谈、交易及服务等方面的不足。

五、按照采购的方法分类

(一) 订货点采购

订货点采购就是通过控制订货点和订货批量来有效控制订货、进货，达到既满足需要又使库存量最小的一种采购行为。

订货点，就是仓库必须发出订货的警戒点。到了订货点，就必须发出订货，否则就会出现缺货。因此，订货点也就是订货的启动控制点，是仓库发出订货的时机。

控制订货，就是控制订货参数。最主要的订货参数有两个：一是订货时机，二是订货数量。订货时机，就是订货点；订货数量，就是订货的批量。

(二) JIT 采购

JIT 采购又称为准时化采购，是一种很理想的采购模式，它是由准时化生产(Just In Time)管理思想演变而来的。它的基本思想是制造商与供应商签订“在需要的时候，向需要的地点提供能保证质量的所需要的物料”的协议，把合适的数量、合适质量的物品、在合适的时间供应到合适的地点，最好地满足用户需要。

由于实施 JIT 采购对企业的基础工作、人员素质、管理水平等要求较高，因此在我国实施 JIT 采购的企业还不太多，但是作为一种先进的物资采购模式和管理方法，它的应用可以说是大势所趋。

(三) MRP 采购

MRP(Material Requirement Planning, 物料需求计划)采购主要应用于生产企业。它是由企业采购人员采用 MRP 应用软件，制定采购计划而进行的采购。

(四) 供应链采购

供应链采购是指供应链内部企业之间的采购。供应链内部的需求企业向供应商企业采购订货，供应商企业将货物供应给需求企业。

(五) 电子商务采购

电子商务采购就是通过网络支持完成采购的一种采购方式，是一种不见面的网上交易。它不仅仅完成采购行为，而且利用信息和网络技术对采购全程的各个环节进行管理，有效地整合了企业的资源，从而帮助供求双方降低成本，提高企业的核心竞争力。

六、按照采购的主体分类

按采购的主体分类，采购类型结构如图 1-1 所示。

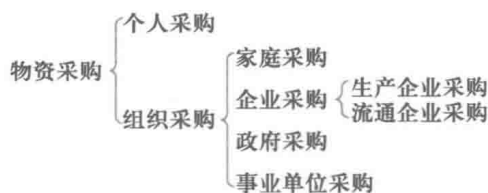


图 1-1 不同采购主体的采购结构