



21世纪本科应用型经管规划教材
物流与供应链管理

采购管理

(第3版)

PURCHASING
MANAGEMENT

梁 军 王 刚 主 编
王金云 副主编
徐海峰 主 审



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



21世纪本科应用

采购管理

(第3版)

PURCHASING
MANAGEMENT

梁 军 王 刚 主 编

王金云 副主编

徐海峰 主 审

焦新龙 刘雪莲 韩 民 杨 铭 张向阳 参 编

电子工业出版社

Publishin

ustry

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

采购管理 / 梁军，王刚主编. —3 版. —北京：电子工业出版社，2015.9
21 世纪本科应用型经管规划教材. 物流与供应链管理
ISBN 978-7-121-25571-7

I. ①采… II. ①梁… ②王… III. ①采购管理—高等学校—教材 IV. ①F253.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 034571 号

策划编辑：刘露明

责任编辑：刘露明 文字编辑：杨振英

印 刷：涿州市京南印刷厂

装 订：涿州市京南印刷厂

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：787×1092 1/16 印张：18.5 字数：498 千字

版 次：2006 年 5 月第 1 版

2015 年 9 月第 3 版

印 次：2015 年 9 月第 1 次印刷

定 价：42.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。

出版说明

21 世纪既是一个竞争日益激烈的世纪,也是一个充满机遇的世纪。《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》指出:“当今世界,科学技术突飞猛进,知识经济已见端倪,国力竞争日趋激烈。教育在综合国力的形成中处于基础地位,国力的强弱越来越取决于劳动者的素质,取决于各类人才的质量和数量,这对培养和造就我国 21 世纪的一代新人提出了更加迫切的要求。”为了密切配合国务院及教育部对我国教育改革的部署,更好地满足社会经济发展的需求,适应大跨度的生产技术以及不同地区发展区域对多种类型的人才需求,解决传统人才培养层次单一化与社会需求多样化的矛盾,我国高等教育的人才培养与教学模式正在发生着巨大的变化,有相当数量的高等院校正在由传统的学术研究型“精英教育”向实践应用型的“大众教育”转变,它们以培养面向生产、建设、管理、服务第一线的高素质应用型人才为主要目标,积极主动为地方经济建设、区域社会 and 行业发展服务,以本科教学和学生基本素质与工程技术与管理应用能力的培养为主导,强调学用结合、学做结合、学创结合,产学研合作教育,培养多元化的实用型人才。

教材是教学的主要依据,也是教学改革的重要组成部分。教学改革的种种设想和试验,大多要通过教材建设来具体体现;教材建设反过来又推动和促进教学改革。面对高等教育对象的扩展、教学模式的变革、教材组织形式的变化和教学服务方式的转变,为了更好地适应当前我国高等教育这种大跨度发展的需要,满足我国高校从精英教育向大众化教育的重大转移阶段中对高校应用型人才培养的各类要求,电子工业出版社在 2003 年组织了全国近 100 所以培养应用型人才为主的高等院校进行深入的研讨,确立了一系列应用型本科教材出版规划,21 世纪本科应用型经管规划教材就是其中之一。其指导思想和目标是,新教材要体现教育思想和教育观念的转变,依据教学内容、教学方法和教学手段的现状和趋势精心策划,建设一批符合新型人才培养目标的、适应新型人才培养模式的应用型系列精品教材。其具体特点是:

(1) 强调教材为人才培养目标服务,与教学方法匹配。

(2) 有明确的具有高等教育水平的技术能力及反映这些技术能力内涵的理论知识的目标系统。

(3) 有完成理论教学、具有应用型教育特色的教学方法和达到一定运用能力的训练方法。

(4) 在保证理论知识达到本科教育水平的基础上,注意使读者掌握基本概念和结论的实际意义,掌握基本方法,把重点放在概念、方法和结论的实际应用上。

(5) 技术能力的掌握必须通过专门的实践训练,要有配合这类训练的案例或实训材料。

(6) 教材内容紧随技术、经济发展变化或区域经济的发展需求而调整。

(7) 教材内容具有一定的弹性,内容应尽量采用模块化组织。

(8) 以问题引出概念与知识,多用具有实际应用价值的示例、案例,促进对概念方法的理解。

（9）文、图、表有机结合，使教材具有很强的可读性，同时便于学生理解与记忆。

（10）充分利用现代信息网络技术平台，以教材为中心，提供一个全方位的教学服务体系。配备分别面向教师教学与学生学习的支撑性资源，为教师选书及购书提供便捷周到的服务（可在电子工业出版社华信教学资源网 www.hxedu.com.cn 查询下载和提出要求）。

编写高质量的教材是一项任重而道远的长期工作，我们希望全国高等院校的师生在教学实践中积极提出意见与建议，以便我们对已出版的教材不断修订，同时也欢迎工作在教学一线的老师积极给我们投稿，使我们不断完善整个教材体系，为社会奉献更新、更多、更好的高质量教材。

21 世纪本科应用型经管规划教材出版编委会

E-mail: lmliu@phei.com.cn

前言

《采购管理》(第2版)作为21世纪本科应用型经管规划教材,自2010年1月出版以来,受到国内高等院校师生和广大读者的欢迎。随着经济全球化、IT技术和物联网技术的迅速发展,采购管理必须满足企业发展进步的要求,目前制造类、流通类等各类企业都要求采购管理人员不仅要掌握先进的采购技术,还要有熟练的采购软件操作能力和沟通协调能力,对采购人员的综合素质要求越来越高。为使高校相关专业的学生能掌握采购管理的知识和技能,强化学生的实际操作和动手能力,更好地适应企业对采购管理人才的需求,本书第3版在修订中做了大幅度的删改和调整。

本书在修订中,删除了过于深奥的理论和过时的内容,对每章的学习目标和学习重点与难点提出了明确的要求,更新了各章的引导案例,在原有相关链接、职业技能、网上冲浪等栏目的基础上,增加了关键词、提示、前沿话题等内容,引入了采购管理实践中的新理念、新技术和新方法,强调知识和方法的实用性。同时,保留了每章后的本章小结和评估练习题,以开阔学生的视野,扩大学生的知识面,提高学生的实操能力,检验学生的学习效果。

本书分为14章,由宁波工程学院梁军教授编写第1、2、7、8章,并负责编写各章之前的学习目标、学习重点与难点、学习导航图和引导案例等内容,渤海大学王刚副教授编写第3、4章,宁波工程学院刘雪莲副教授编写第5、6章,北方民族大学王金云副教授、宁波工程学院韩民教授编写第9、12章,宁波工程学院焦新龙副教授编写第10章,宁波大学张向阳博士、宁波工程学院杨铭副教授编写第11、13、14章。本书由梁军教授、王刚副教授担任主编,王金云副教授担任副主编,徐海峰高级工程师担任主审。

在本书的修订过程中,得到电子工业出版社、编审人员所在的院校和使用本书的高等院校有关院系和教师的热情帮助,在此表示衷心的感谢。本书在修订中参考了国内外有关专家学者的资料、教材和论著,在此一并致谢。

同时,衷心希望各位读者对本书存在的问题和谬误之处,提出批评和建议。

编 者

目录

第1章 采购概述..... 1

1.1 采购与采购管理的概念及重要性.....3
1.2 采购的作用、特点和分类.....5
1.3 采购管理的内容和目标.....10
1.4 采购的流程.....18
本章小结.....19
评估练习题.....19

第2章 采购计划及预算管理..... 23

2.1 采购调查及订单信息管理.....24
2.2 采购需求.....35
2.3 采购计划的制定.....41
2.4 采购预算.....47
本章小结.....50
评估练习题.....51

第3章 供应商的选择..... 55

3.1 供应商选择的重要性和相关因素.....56
3.2 供应商选择的一般步骤与方法.....64
本章小结.....68
评估练习题.....69

第4章 采购谈判与合同管理..... 73

4.1 采购谈判.....76
4.2 采购合同.....86
本章小结.....93
评估练习题.....93

第5章 采购物品的验收、结算与库存管理..... 96

5.1 货物的验收.....97
5.2 采购货款的结算.....103
5.3 库存管理.....108
本章小结.....111
评估练习题.....111

第6章 采购方式选择.....114

6.1 定量采购模型.....115
6.2 定期采购模型.....118
6.3 定量采购模型与定期采购模型的比较.....121
6.4 经济批量采购.....122
本章小结.....125
评估练习题.....125

第7章 招标采购..... 129

7.1 招标采购概述.....130
7.2 招投标文件的制定.....133
7.3 招标采购的运作程序.....136
本章小结.....139
评估练习题.....139

第8章 政府采购..... 143

8.1 政府采购概述.....145
8.2 政府采购的原则和采购周期.....148

8.3 政府采购制度	150
8.4 政府采购类型	156
8.5 政府采购的经济效益分析	159
本章小结	161
评估练习题	161

第 9 章 国际采购 165

9.1 国际采购概述及供应商选择	167
9.2 国际采购货款的支付	169
9.3 国际采购单据	172
9.4 国际采购的保险与索赔	178
本章小结	183
评估练习题	183

第 10 章 现代采购 187

10.1 电子采购	189
10.2 JIT 采购	192
10.3 MRP 采购	196
本章小结	209
评估练习题	209

第 11 章 采购管理与供应商的关系 213

11.1 供应商管理的内容	214
11.2 供应商关系分类	217
11.3 供应商分类管理策略	218
本章小结	224
评估练习题	224

第 12 章 采购价格与成本管理 228

12.1 采购物流控制与成本分析	230
12.2 采购中的 ABC 管理法	233
12.3 采购数量和时间	235
12.4 数量折扣的应用	238
12.5 降低采购价格的策略	240
12.6 供应链下的采购成本控制	243
本章小结	246
评估练习题	246

第 13 章 采购绩效评价 251

13.1 采购绩效评价的意义与目的	252
13.2 采购绩效衡量指标	254
13.3 采购绩效评价与控制	258
13.4 改善采购绩效的措施	263
本章小结	266
评估练习题	266

第 14 章 采购与供应链管理 271

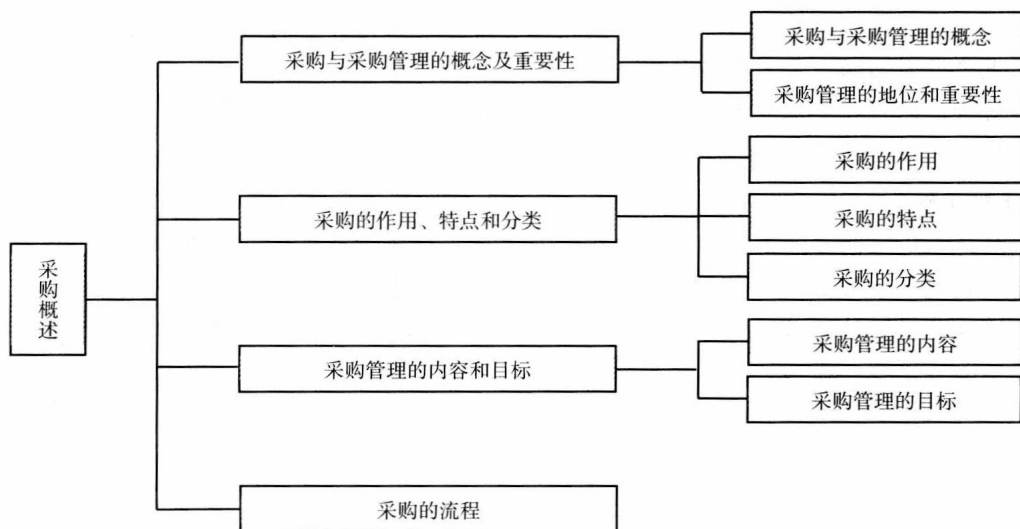
14.1 采购与供应链的关系	272
14.2 战略采购	275
本章小结	282
评估练习题	282

参考文献 286

第 1 章

采购概述

学习导航图



学习目标

知识目标:

- (1) 了解采购与采购管理的概念及重要性。
- (2) 了解采购的作用、特点和分类。
- (3) 掌握采购管理的内容。
- (4) 了解采购管理的目标。
- (5) 了解采购的流程。

能力目标:

- (1) 掌握采购与采购管理两个概念的区别。
- (2) 熟悉采购方式的分类与合理选择。

学习重点与难点

- (1) 根据企业特点,合理选择采购方式。
- (2) 采购管理的基本内容。
- (3) 采购的流程。

引导案例

沃尔玛采购管理

沃尔玛从一家普通零售企业发展成为今天连锁店遍布全球的世界性连锁企业，它的成功在很大程度上得益于物流体系的管理和信息系统的运用。优秀的企业都有自己完备的管理体系，沃尔玛的采购管理及其发展策略，都是值得我国企业借鉴和学习的。

1. 采购信息管理系统的使用

沃尔玛斥巨资建立了卫星通讯网络系统，大大提高了其供货系统的效率。虽然受国家相关政策的影响，这套系统不能被充分利用，但较其他大型零售超市而言，沃尔玛仍然能在较短时间内完成“填妥订单—各分店订单汇总—送出订单”的整个采购流程，这在一定程度上提高了其运营的高效性和准确性。

2. 全面压价，降低采购成本

沃尔玛提出“帮顾客节省每一分钱”的宗旨，就是要为每位进店购物的顾客省钱。进而从根本上降低商品的成本，每多省下一分钱，就多赢得顾客的一份信任。因此，沃尔玛一直坚持对价格的强硬要求，虽然某些方面会给予供应商相应的帮助和优惠，但仍要求每位采购人员，在采购产品时要态度坚决，全面降低采购成本。

3. 本地采购

沃尔玛的本地采购指的是店铺从本地供应商进货，这是沃尔玛公司采购部门的工作。这种采购方式需要公司在组织形式上做出与之相适应的安排。结合沃尔玛零售业务的特点，在设置本地采购组织时采用以地理布局为主的形式。例如，自2008年至今，沃尔玛相继在大连建立了绿色苹果、葡萄、蔬菜、鸡蛋、樱桃、油桃等直接采购基地，使大连成为沃尔玛在全国城市中建立农产品直接采购基地最多的城市。这就为沃尔玛的本地采购提供了便利。

4. “一站式”采购

沃尔玛的“一站式购物”，为顾客精选最佳的品类组合，商品陈列位置变化小，顾客能在熟悉的位置找到需要的商品，方便、满足顾客的日常生活所需。沃尔玛坚持所有品类的商品都保持长期稳定的较低价格，顾客不必费心研究价格，就可降低整体消费开支。这种策略可以减少商店理货、商品变价及应对需求波动的人力需求，有助于实现货流的高流量和稳定性，以及采购的规模经济。

（资料来源：《商业经济》2013年第4期，总第420期）

分析点评：

沃尔玛的成功很大程度上取决于先进的采购管理。通过信息管理系统的使用，沃尔玛提高了采购流程的准确性和高效性，在采购成本控制上具有很大的优势，在采购过程中做到快、准、狠，全面压低采购成本，帮助客户节省每一分钱。并且，沃尔玛运用供应链采购的形式不断及时、连续、小批量地补充库存，保证既满足自身需要又使总库存量最小。

辩证性思考：

- (1) 分析沃尔玛采购管理的优势和不足。
- (2) 与沃尔玛相比，国内的超市采购有哪些环节需要改进？

1.1 采购与采购管理的概念及重要性

1.1.1 采购与采购管理的概念

采购是一种常见的经济行为，从日常生活到企业运作，从民间到政府，无论是组织还是个人，要生存就要从其外部获取所需要的有形物品或无形服务，这就是采购。企业采购是指企业根据生产经营活动的需要，通过信息搜集、整理和评价，寻找、选择合适的供应商，并就价格和服务等相关条款进行谈判，达成协议，以确保需求得到满足的活动过程。采购方式除了以购买的方式占有物品之外，还可以用租赁、借贷、交换的方式取得物品的使用权，来达到满足需求的目的。

采购管理是指为保障企业物资供应而对企业的整个采购过程进行计划、组织、指挥、协调和控制的活动。

采购和采购管理是两个不同的概念。采购是一项具体的业务活动，是作业活动，一般由采购员承担具体的采购任务。采购管理是企业管理系统的一个重要子系统，是企业战略管理的重要组成部分，一般由企业的中高层管理人员担任。企业采购管理的目的是保证供应，满足生产经营需要，既包括对采购活动的管理，也包括对采购人员和采购资金的管理等。一般情况下，有采购就必然有采购管理。但是，不同的采购活动，由于其采购环境、数量、品种、规格的不同，管理过程的复杂程度也不同。个人采购、家庭采购尽管也需要计划决策，但毕竟相对简单，一般属于家庭理财方面的研究，这里重点研究的是面向企业的采购管理活动（组织、集团、政府等）。当然，在企业的采购中，工业、制造和商贸流通企业的采购目标、方式等还存在差异，但因为有共同的规律，所以一般也就不再进行过细的划分。

关键词

采购 狭义的采购是指买东西，也就是企业根据需求提出采购计划，并审核计划，然后选择供应商，经过商务谈判确定价格、交货及相关条件，最终签订合同并按要求收货付款的过程。广义的采购是指除了以购买的方式占有物品之外，还可以采用各种途径来取得物品的使用权，以达到满足需求的目的。

1.1.2 采购管理的地位和重要性

在现代企业的经营管理中，采购管理已变得越来越重要。一般情况下，企业的产品成本构成中采购占较大的比例，为60%~70%，因此外购条件与原材料的采购成功与否在一定程度上影响着企业的竞争力。采购管理是企业经营管理的核心内容，是企业获取经营利润的一个重要源泉，也是获取竞争优势的来源之一。随着全球经济一体化和信息时代的到来，采购及采购管理的工作将会被提升到一个新的高度。

1. 采购管理在成本控制中的地位

尽管企业的经济效益是在商品销售之后实现的，但效益高低却与物资购进的时间、地点、方式、数量、质量、品种等采购业务有着密切的关系。企业的经济效益是直接通过利润额来表示的，而采购过程中支付费用的多少同利润额成反比，因此购进物资的质量和价格对企业经营的效益有很大影响。采购工作能否做到快、准、好，对于企业能否生产适销对路的产品、增加销售收入至关重要。为了提高经济效益，必须重视对采购工作的计划、组织、指挥、协调和监控。

2. 采购管理在供应中的地位

从商品生产和交换的整体供应链中可以看出，每个企业既是顾客又是供应商，最终目的都是满足顾客的需求，以获得最大的利润。企业想要获取较高的利润，可以采取的措施很多，如降低管理费用，提高工作效率等。但是，企业一般采取的措施是加快物料和信息的流动，因为这样可以提高生产效率，缩短交货周期，从而使企业可以在相同的时间内创造更多的利润。同时，顾客也会因为企业及时、快速地供货而信心倍增，有可能因此增加订单。这样一来，企业就必须加强采购力量，选择恰当的供应商，并充分发挥其作用。

3. 采购管理在企业销售工作中的地位

采购作为企业销售经营业务的先导环节，只有使购进物资的品种、数量、质量符合市场需要，产品销售业务才能实现高质量、高效率、高效益，从而达到采购与销售的和谐统一；反之，则会导致购销之间产生矛盾，影响企业功能的发挥。因此，产品销售工作的质量，在很大程度上取决于采购的质量，而销售活动的拓展和创新也与采购的规模和构成有直接关联。

4. 采购管理在企业研发工作中的地位

从某种程度上讲，没有采购支持的研发，企业的成功率会大打折扣。一种情况是研发人员经常会感觉到，因为采购不到某种物料，或者受到某种加工工艺的限制，导致设计方案难以实现。另一种情况是，设计人员费尽心思所获得的研发样品在功能上与同行业的水平相去甚远，或者即使性能一样，但外观、体积、成本、制造方便性、销售竞争等许多方面都明显落后，这主要归结于研发人员信息的滞后性，对先进元器件了解甚少，表现为采购方面的支持力度不够。

5. 采购管理在企业经营中的地位

随着现代经济的快速发展，许多企业都将供应商看作自身企业的业务延伸，并与供应商建立战略合作伙伴关系，在企业不直接投资的前提下，充分利用供应商的资源为其开发、生产产品。这样，一方面可以节省资金，降低投资风险；另一方面又可以利用供应商的专业技术优势和现有的规模生产能力，以最快的速度形成生产能力，扩大产品生产规模。现在，很多企业将与供应商的合作范围逐渐扩大，由原来的原材料和零部件扩展到半成品，甚至产成品。

6. 采购管理在项目中的地位

任何项目的执行都离不开采购活动，如果采购工作准备不足，不仅会影响项目的顺利进行，而且还会影响项目的预期效益，甚至会导致项目的解体。采购工作是项目执行的关键环节，而且是构成项目执行的重要内容。采购工作能否经济、有效地进行，不仅会影响项目成本，而且还会影响到项目管理的充分发挥。一般来说，银行贷款是按照项目实施中实际发生的费用予以支付的。因此，采购延误会直接影响银行对贷款支付的进程，采购进度基本上决定了支付的快慢。从以往的项目管理经验可知，项目招标过程中贷款支付的滞后，大多数是由采购不及时造

成的。同时,采购一直是银行贷款项目检查中重点讨论的核心问题。总而言之,采购越来越受到企业的重视。

关键词

项目执行 项目执行是指正式开始为完成项目而进行的活动或努力的工作过程。

1.2 采购的作用、特点和分类

1.2.1 采购的作用

企业在生产经营过程中需要大量的物料,其中包括原材料、零部件。这些物料作为企业的生产手段或劳动对象,对企业的生产经营活动有极其重要的作用。组织好企业采购活动,不仅有助于优化企业采购管理,而且可以有效地推动企业其他各项工作的开展。通过实施科学的采购管理,可以合理地选择采购方式、采购品种、采购批量、采购频率、采购地点和采购时间,以有限的资金保证企业生产经营的需要,在企业降低成本、加速资金周转和提高产品质量等方面发挥重要作用。具体来讲,采购的作用主要体现在以下几个方面。

1. 采购是保证企业生产经营正常进行的必要前提

物资供应是生产经营的前提条件,生产经营所需要的原材料、零部件、设备和工具都要由采购环节来提供。没有采购,就没有生产经营条件;没有物资供应,就不可能进行正常的生产经营。

2. 采购是保证产品质量的重要环节

采购物资的质量好坏直接决定着企业产品质量的好坏。能否生产出合格的产品,取决于采购所提供的原材料、零部件以及所需的设备、工具的质量。

3. 采购是控制成本的主要手段之一

采购成本构成了生产成本的主要部分,其中包括采购费用、储运费用、资金费用以及管理费用等。高额的采购成本将大大降低生产的经济效益,甚至导致亏损。因此,加强采购的组织与管理,对节约占用资金、压缩存储成本和加快营运资本周转起着重要的作用。

4. 采购可以帮助企业洞察市场的变化趋势

采购人员虽然直接与资源市场打交道,但是资源市场和销售市场是交融混杂在一起的,都处在大市场之中。因此,采购人员也可以及时为企业提供各种各样的市场信息,供企业进行决策。市场对企业生产经营的导向作用是通过采购渠道观察市场供求变化及其发展趋势,借以引导企业投资方向,调整产品结构,确定经营目标、经营方向和经营策略。企业生产经营活动是以市场为导向,凭借市场这个舞台而展开的。

5. 采购是科学管理的开端

企业的采购直接与生产相联系,采购模式往往会在很大程度上影响生产模式。因此,如果企业采用一种科学的采购模式,就必然会要求生产方式、物料搬运方式都做相应的变动,从而共同构成一种科学管理模式。

6. 采购决定着企业产品周转的速度

采购是企业生产过程的起点。采购人员必须解决好采购中物资的适时和适量问题。如果采购工作运行的时点、把握的度量与企业其他环节的活动达到了高度的统一，企业就能获得适度的利益。反之，就会造成产品积压，产品周转速度减缓，产品保管费用增加，以致动用大量人力、物力去处理积压产品，从而造成极大的浪费。

7. 采购可以合理地利用物质资源

节约和合理地利用物质资源，是开发利用资源的前提。采购工作必须贯彻节约的方针，通过采购工作合理地利用物质资源。

- ① 通过合理地采购，企业可以防止优料劣用，长材短用。
- ② 优化配置物质资源，防止优劣混用，在采购中要力求优化配置和整体效应，防止局部优化损害整体优化、部分优化损害综合优化。
- ③ 在采购工作中，要应用价值工程分析，力求功能与消耗相匹配。
- ④ 通过采购，企业可以引进新技术、新工艺，提高物质资源利用效率。
- ⑤ 要贯彻执行有关的经济、技术政策和法律，如产业政策、综合利用等法规，防止被淘汰的产品进入流通领域，防止违反政策、法律的行为发生，做到资源的合理利用。

1.2.2 采购的特点

1. 采购是从资源市场获取资源的过程

无论是生活还是生产，采购对于它们的意义，在于能解决人们生产和生活所需要、但是自己又缺乏的资源问题。这些资源既包括生活资料，也包括生产资料；既包括物质资源（如原材料、设备、工具等），也包括非物质资源（如信息、软件、技术、文化用品等）。能够提供这些资源的供应商形成了一个资源市场，而从资源市场获取这些资源都是通过采购的方式。采购的基本功能就是帮助人们从资源市场获取他们所需要的各种资源。

2. 采购是商流过程和物流过程的统一

采购就是将资源从资源市场的供应者手中转移到用户手中的过程。在这个过程中，一是要实现将资源的所有权从供应者手中转移到用户手中，二是要实现将资源的物质实体从供应者手中转移到用户手中。前者是一个商流过程，主要通过商品交易、等价交换来实现商品所有权的转移。后者是一个物流过程，主要通过运输、储存、包装、装卸搬运、流通加工和配送等手段来实现商品空间位置和时间位置的转移，使商品真实地到达用户手中。采购过程实际上是商流和物流的完整结合，缺一不可。“两流”过程的实现标志着采购过程的结束。因此，采购过程实际上是商流过程与物流过程的统一。

3. 采购是一种经济活动

采购活动是企业经济活动的重要组成部分。经济活动既要遵循经济规律，又要追求经济效益。在整个采购过程中，一方面，通过采购获取了资源，保证了企业正常生产经营的顺利进行，这是采购效益；另一方面，在采购过程中也会发生各种费用，这就是采购成本。要追求采购经济效益的最大化，就要不断降低采购成本，以最少的成本获取最大的效益。科学采购是实现企业经济利益最大化的基本利润源泉。

1.2.3 采购的分类

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
采购的主体	个人采购、组织采购
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	JIT 采购、MRP 采购、供应链采购、电子商务采购
采购的对象	有形采购、无形采购
采购的实践	招标采购、议价采购、比价采购

1. 按采购的主体分类

按采购的主体分类，其结构如图 1.1 所示。

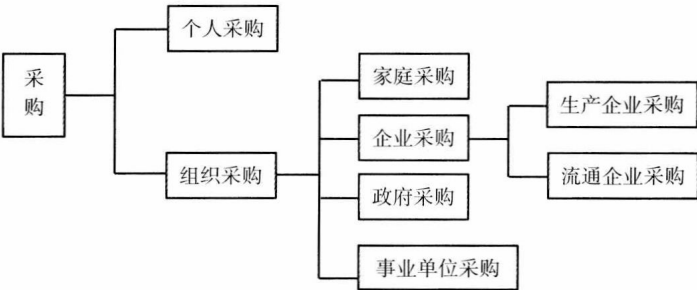


图 1.1 按采购的主体分类的结构

2. 按采购的范围分类

（1）国内采购。国内采购主要是指在国内市场采购，并不是指采购的物资都一定是国内生产的，也可以是从国外企业设在国内的代理商采购所需物资，只是以本国货币支付货款，不需以外汇结算。国内采购又分为本地市场采购和外地市场采购两种。通常，采购人员应首先考虑本地市场采购，以节省采购成本和时间，减少运输距离，保障供应的及时性；在本地市场不能满足需要时，再考虑从外地市场采购。

（2）国外采购。国外采购是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。这种采购方式一般通过直接向国外厂方咨询，或者向国外厂方设在国内的代理商咨询采购事宜，主要采购对象为成套机器设备、生产线等。国外采购的优点主要有质量相对有保证、低价、可以利用汇率变动获利，但也存在一些不足，包括：交易过程复杂，影响交易效率；需要较高的库存，加大了储存费用；催货、纠纷索赔困难，无法满足紧急交货。

国外采购的对象为：国内无法生产的产品，如电脑制造商需要的 CPU、汽车制造商需要的光电控制系统等；无代理商经销的产品；在价格上占据优势的国外产品，如进口汽车、农产品等。

3. 按采购的时间分类

企业的采购，按照采购商与供应商之间交易时间的长短，一般分为如下两类。

（1）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。长期采购合同的优势为：有利于加强双方的信任和理解，建立稳定的供需关系；有利于降低双方用于价格洽谈的费用；有明确的法律保证，能够维护双方各自的利益。但是，这种方式也存在如下不足：价格调整困难，如市场供求关系变化，采购方要求供应方调整价格有一定难度；合同数量固定，采购数量调整有难度；采购人员形成了对供应商的依赖，缺乏创新意识，如果在合同期内，采购商有了更好的供货渠道，也将影响采购商的选择。

长期合同采购，使供需关系稳定，主要适合采购方需求量大且需求连续不断的情况。例如，企业的主要原材料、燃料、动力；主要设备及配套设备，如空调生产企业需长期采购压缩机、发电厂需签订供煤长期合同等。

（2）短期合同采购。短期合同采购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，对采购方来讲有较大的灵活性，能够依据变化的市场环境，调整供货量或选择供应商。但是，由于这种关系的不稳定性，也将出现价格洽谈、交易及服务等方面的不足。短期采购适用于如下情况：非经常消耗物品，如机器设备、车辆、电脑等；补缺产品，由于供求关系变化，为弥补长期合同造成的供货中断，以签订短期合同补充；价格波动大的产品采购，因为这种产品的供应商和采购商都不希望签订长期合同，以免利益受损；质量不稳定产品，如农产品、新试制产品等一般也是一次性采购。

4. 按采购的方法分类

（1）JIT 采购。JIT（Just In Time）采购也称准时化采购，是一种完全以满足需求为依据的采购方法。它对采购的要求，就是要求供应商恰好在用户需要的时候，将合适的品种以合适的数量送到用户需求的地点。它以需求为依据，改造采购过程和采购方式，使它们完全适合需求的品种、时间和数量，做到既灵敏响应需求的变化，又使得库存向零趋近。这是一种比较科学、理想的采购模式。

（2）MRP 采购。物料需求计划（Materials Requirements Planning, MRP）主要应用于生产企业，是生产企业根据主生产计划（Main Production Schedule, MPS）和主产品结构以及库存情况，逐步推导出生产主产品所需要的零部件、原材料等的生产计划和采购计划的过程。这个采购计划规定了采购的品种、数量、采购时间和到货时间，计划比较精细、严格。它也是以需求分析为依据、以满足库存为目的。它的市场响应灵敏度及库存水平都比以前的方法有所进步。

（3）供应链采购。准确地说，这是一种供应链（Supply Chain）机制下的采购模式。在供应链机制下，采购不再由采购者操作，而是由供应商操作。采购者只需要把自己的需求规律信息即库存信息向供应商连续、及时传递，供应商则根据采购商产品的消耗变化情况，不断及时、连续、小批量地补充库存，保证采购商既满足需要又使总库存量最小。供应链采购对信息系统、供应商的操作要求都比较高，它也是一种科学、理想的采购模式。

（4）电子商务采购。电子商务（Electronic Commerce, EC）采购就是网上采购，是在电子商务环境下的采购模式。企业间电子商务（B2B）是指在组织间通过电子商务达成交易，电子采购是中心功能，成功的 B2B 有助于企业节约大量成本，并极大地提高生产效率。电子采购在降低成本、提高商业效率方面比在线零售和企业资源计划（Enterprise Resources Planning, ERP）

更具潜力,将来会永久地改变传统的商业模式。



相关链接

网络对采购的影响

互联网帮助企业迅速与分布在世界各地的物资供应商进行沟通,提高了企业的运作效率,降低了采购成本。企业的内部网络系统及时发布各种物资库存信息,避免库存积压和断货。

辩证性思考:

- (1) 当代采购人员应该具备什么样的思维?
- (2) 电子商务采购有哪些优点,存在哪些问题?

5. 按采购的对象分类

商品采购按采购对象输出形态的不同分为有形采购和无形采购。

(1) 有形采购。采购输出的结果是有形的物品,例如汽车、电脑、矿石、机床等,这样的采购称为有形采购。有形采购主要是指采购具有实物形态的物品,例如原料、辅料、机具及设备、事务用品等。

(2) 无形采购。无形采购是相对于有形采购而言的,其采购输出结果是不具有实物形态的技术和服务等,例如服务、软件、技术、保险及工程发包等,这样的采购称为无形采购。无形采购主要是咨询服务采购和技术采购,或是采购设备时附带的服务。

6. 按采购的实践分类

按采购的实践划分,采购主要有招标采购、议价采购和比价采购三种方式。

(1) 招标采购。所谓招标采购,是指通过公开招标的方式进行物资和服务采购的一种行为。它是政府及企业采购的基本方式之一。在招标采购中,其最大的特征是公开性,凡是符合资质规定的供应商都有权参加投标。

(2) 议价采购。所谓议价采购,是指由买卖双方直接讨价还价实现交易的一种采购行为。议价采购一般不进行公开竞标,仅向固定的供应商直接采购。议价采购分两步进行:第一步,由采购商向供应商分发询价表,邀请供应商报价;第二步,如果供应商报价基本达到预期的价格标准,即可签订采购合同,完成采购活动。议价采购主要适用于需要量大、质量稳定、定期供应的大宗物资的采购。

议价采购的优点是:节省采购费用与时间;采购灵活性大,可依据环境变化,对采购规格、数量及价格做灵活地调整;有利于与供应商建立互惠双赢关系,稳定供需关系。缺点是:往往价格较高;缺乏公开性,信息不对称;容易形成不公平竞争等。

(3) 比价采购。所谓比价采购,是指在买方市场条件下,在选定两家以上供应商的基础上,由供应商公开报价,最后选择报价最低的供应商的一种采购方式。实质上,这是一种供应商有限条件下的一种招标采购。

这种采购方式优点是:节省采购的时间和费用;公开性和透明度较高,能够防止采购“黑洞”;采购过程有规范的制度。缺点是:在供应商有限的情况下,可能出现“轮流坐庄”或“恶性抢标”的现象,使供应品种、规格出现差异;可能影响生产效率的提高,并增加消耗。