



普通高等教育“十一·五”国家级规划教材

新世纪高职高专物流管理专业规划教材
机械工业出版社精品教材

物流采购管理

朱新民 林敏晖 主编

第2版



52
0
460



赠电子课件

 机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
新世纪高职高专物流管理专业规划教材
机械工业出版社精品教材

物流采购管理

第2版

主 编 朱新民 林敏晖

副主编 朱亮明 陈 文

参 编 万小芳 陆琪伟

主 审 柴 野

机械工业出版社

本书以采购物流、生产物流、销售物流三大物流系统中的采购物流系统为基础,根据采购与物流的内在关系,综合研究了物流与采购及采购全过程,介绍了采购管理的基本知识、采购计划与预算管理、采购质量管理、采购数量管理、采购价格与成本管理、供应商管理、采购过程与采购合同管理、准时化采购、采购谈判技巧、采购风险管理与绩效评估、其他采购管理等内容,使学生对采购的计划预算、组织管理、质量控制、操作过程与技巧、风险控制与绩效评估等有较系统的认识。同时,各章都配有知识目标、技能目标、案例、本章小结、复习思考题等内容,更有利于学生的理解和掌握。本教材充分体现了“基本理论知识够用,注重实际运用与操作及技能培养”的高等职业教育特征。

本书为高职高专物流管理专业规划教材之一,也适用于非物流专业的师生了解物流运输知识及从事物流产业人员和非物流产业相关人员作为参考书。

图书在版编目(CIP)数据

物流采购管理/朱新民,林敏晖主编. —2版. —北京:机械工业出版社, 2010.1

普通高等教育“十一五”国家级规划教材. 新世纪高职高专物流管理专业规划教材

ISBN 978-7-111-29068-1

I. 物... II. ①朱... ②林... III. 采购—物资管理—高等学校: 技术学校—教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 210902 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 孔文梅

责任编辑: 孔文梅 隋兰兰

责任校对: 张 薇

封面设计: 饶 薇

责任印制: 洪汉军

三河市国英印务有限公司印刷

2009 年 12 月第 2 版第 1 次印刷

169mm×239mm·19 印张·366 千字

0001—4000 册

标准书号: ISBN 978-7-111-29068-1

定价: 27.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066

门户网: <http://www.cmpbook.com>

销售一部: (010) 68326294

教材网: <http://www.cmpedu.com>

销售二部: (010) 88379649

读者服务部: (010) 68993821

封面无防伪标均为盗版

新世纪高职高专物流管理专业规划教材编审委员会

主任委员：阎子刚

副主任委员：朱伟生 袁炎清 仪玉莉 蓝伙金

委员：（排名不分先后）

曾 剑 武德春 江锦祥 邹 敏 黄 浩

黄君麟 李长霞 鲍吉龙 程世平 刘德武

王景峰 祁洪祥 王文仲 赵继新 朱新民

王 强 林敏晖 曹前锋 毛晓辉 孔文梅

第3版序

由全国 20 多所高职高专院校的物流管理专业的专家、学者和教师共同规划、编写的“新世纪高职高专物流管理专业规划教材”，于 2003 年 2 月由机械工业出版社出版发行第 1 版。这套教材内容体系较为完整，实用性和操作性较强，是适合高职高专物流管理专业人才培养定位和教学特点的第一套教材。为了适应我国物流行业业态变化快，管理模式和技术创新速度快的现实，我们在征求广大院校教师和读者的意见以及深入了解物流企业用人需要的基础上，于 2004 年 6 月完成了本套教材第 1 版的修订。

2006 年，教育部下发了教高[2006]16 号《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（简称“16 号文”）。“16 号文”对未来高等职业院校的工学结合人才培养模式改革，面向工作任务和内容的课程内容、教学方式改革、教材建设提出了新的要求。为了深入贯彻教育部对高等职业教育教学改革的要求，以职业能力培养为目标，以国家物流师职业资格标准为参照，以物流运营管理相关工作岗位过程和内容为主线，以适合“教、学、做”一体化教学为宗旨，我们组织了对第 2 版教材的修订，陆续推出第 3 版系列教材（其中部分教材是第 2 版系列教材中新增加的书目）。

第 3 版系列教材具有如下特点：

- 1) 在内容上更能突出物流运营管理相关岗位的工作实际。
- 2) 在组织结构上更符合相关岗位群的业务流程。
- 3) 采用的案例更具时代性和实用性。
- 4) 例题和作业更能如实地反映企业实际。
- 5) 与教材配套的多媒体课件更有助于提高教学效率和效果。
- 6) 行业企业教学资料库更加充实。
- 7) 为方便教学，本套教材均配有电子课件等教学资源，凡用作教材的学校或教师均可索取，请发送邮件至 cmpgaozhi@sina.com，咨询电话：010-88379375。

本套教材既可作为高职高专院校物流类专业课程的教材，也可作为各类、各层次学历教育和短期培训教材，也适合广大物流业界人员作为学习参考用书。

由于物流行业发展变化快，我国高等职业教育改革日益深入，又由于编

写时间仓促等条件的限制，书中难免有不尽人意之处。恳请广大读者提出宝贵意见，以期保持这套教材的时效性和实用性，使其与物流管理高等职业教育的发展和谐共进。

新世纪高职高专物流管理专业
规划教材编审委员会

前言

随着经济全球化和信息技术的迅速发展,社会生产、物资流通、商品交易及其管理方式正在发生深刻的变革,作为国民经济和企业的“第三利润源”的现代物流业在世界范围内得到了广泛发展,它已成为我国国民经济体系中的重要产业。采购是物流系统中的一个重要组成部分,也是物流供应链中的一个重要环节。加强采购环节的研究,优化采购过程,提高采购组织和管理水平等,对提高整个物流运营质量和效率都具有重要意义。

作者在全面分析和总结我国物流业和采购业发展现状的基础上,大量吸收了国外先进的物流和采购理念、技术和管理思想,编写出版了《物流采购管理》教材(第1版)。随着物流业的发展和职业教育改革的不断深入,需要对教材进行修改完善,体现教材的针对性、实用性和高职教育特色,应该以高标准、高规格、高起点的全新面貌出现在读者面前,使其在同类教材中起到一定的引领作用。这也是《物流采购管理》作为国家“十一五”规划教材的需要。因此,我们在认真领会和消化国家“十一五”规划教材要求的基础上,广泛吸取多方专家、企业家和技术骨干的意见,对原教材(第1版)的知识体系作了整合和调整,部分内容进行了删减、补充和完善,进一步理顺了各章节之间的关系,使内容变得更加流畅,衔接更加紧密。本书充分体现了通俗易懂、简洁实用、针对性强、岗位特征明显的特征,具有一定的前瞻性和引领性。

本书第1版由朱新民、林敏晖任主编,朱亮明、陈文任副主编。由朱新民负责全书统编定稿。编写人员分工如下:第一章、第四章、第九章由湖北交通职业技术学院朱新民编写;第二章、第十章由广西交通职业技术学院陆琪伟编写;第三章、第七章由福建交通职业技术学院陈文编写;第五章由湖北交通职业技术学院万小芳编写;第六章、第八章由福建交通职业技术学院林敏晖编写;第十一章由中建三局第一建设股份有限公司朱亮明编写。本书第2版由朱新民进行整体策划和设计,与林敏晖共同协商确定。朱新民在征求作者和读者意见的基础上,对整本书进行了全面调整、修订和完善,朱亮明、万小芳等参与修改和完善部分章节内容。

在本书的编写过程中得到了兄弟院校、政府行业管理部门、企业和部分从业者、机械工业出版社等的大力支持和帮助。本书还借鉴了国内外许多专家学者的先进思想和研究成果。在此一并表示感谢!

本书配有电子教案、课后练习与答案、期末模拟试卷及答案，凡选用作教材的教师均可登录机械工业出版社教材服务网 www.cmpedu.com 免费下载。如下载中出现问题，或对电子课件有宝贵建议，欢迎致电 010-88379375。

由于编写时间紧加上编者水平有限，书中难免会有不当和疏漏之处，敬请广大读者批评指正，多提宝贵意见。

编 者

目 录

第3版序

前言

第一章 采购管理概述1	第四章 采购数量管理77
第一节 采购和物流.....1	第一节 库存管理概述.....77
第二节 采购组织.....9	第二节 影响库存的因素.....78
第三节 采购监管与控制.....15	第三节 库存控制方法.....81
【案例】.....25	【案例】.....97
【本章小结】.....28	【本章小结】.....101
【复习思考题】.....28	【复习思考题】.....101
第二章 采购计划与预算管理29	第五章 采购价格与成本管理102
第一节 采购计划概述.....29	第一节 采购价格概述.....102
第二节 采购计划的主要环节.....32	第二节 市场经济条件下的定价.....105
第三节 采购需求分析.....40	第三节 采购成本分析.....120
第四节 影响采购计划的因素.....44	第四节 采购数量与价格变动对 成本的影响.....121
第五节 采购预算概述.....45	第五节 采购成本控制.....122
第六节 采购业务预算.....46	【案例】.....126
第七节 预算编制的方法与流程.....48	【本章小结】.....128
【案例】.....51	【复习思考题】.....129
【本章小结】.....53	第六章 供应商管理130
【复习思考题】.....54	第一节 供应商管理概述.....130
第三章 采购质量管理55	第二节 供应商调查.....131
第一节 采购质量概述.....55	第三节 供应商开发.....140
第二节 采购质量管理的内容和 原则.....59	第四节 供应商评估.....145
第三节 采购质量管理的基本方法.....63	第五节 供应商选择.....153
第四节 采购质量管理的保证体系.....67	第六节 供应商关系管理.....160
【案例】.....73	【案例】.....164
【本章小结】.....76	【本章小结】.....167
【复习思考题】.....76	【复习思考题】.....168

第七章 采购过程与采购合同管理169	第五节 采购谈判的策略与技巧231
第一节 采购程序与环节.....169	【案例】.....244
第二节 采购表格.....178	【本章小结】.....246
第三节 采购合同概述.....184	【复习思考题】.....246
第四节 采购合同的履行与检查.....189	第十章 采购风险管理 with 绩效评估247
第五节 采购合同纠纷的解决和索赔.....194	第一节 采购风险的概念和种类.....247
【案例 1】.....196	第二节 回避与防范采购风险的措施.....250
【案例 2】.....197	第三节 采购绩效的评估.....254
【本章小结】.....197	【案例 1】.....266
【复习思考题】.....198	【案例 2】.....267
第八章 准时化采购199	【本章小结】.....268
第一节 准时化采购概述.....199	【复习思考题】.....269
第二节 准时化采购的技术应用.....205	第十一章 其他采购管理270
第三节 准时化采购的实施.....209	第一节 政府采购.....270
【案例】.....216	第二节 全球采购.....274
【本章小结】.....218	第三节 采购外包.....282
【复习思考题】.....218	第四节 电子商务采购.....285
第九章 采购谈判技巧219	【案例】.....287
第一节 谈判概述.....219	【本章小结】.....293
第二节 采购谈判的原则.....221	【复习思考题】.....293
第三节 采购谈判的特点和内容.....225	参考文献294
第四节 采购谈判的程序.....227	

第一章 采购管理概述



【知识目标】

了解采购的定义和内容，物流及物流相关概念以及物流在采购中的地位和作用；熟悉采购组织的相关知识；掌握采购监管的内容和方法。



【技能目标】

能够根据采购的不同特点，选择合适的采购模式；能够正确履行采购业务的相关职责；能够正确执行采购制度；能够规范和约束自己的采购行为。

第一节 采购和物流

所谓采购，一般认为是指采购人员或者是单位基于各种目的和要求购买商品或劳务的一种行为，它具有明显的商业性。通俗地讲，采购是一种常见的活动，从日常生活到企业运作，都离不开采购。

一、采购的含义

（一）基本概念

狭义的采购是指买东西。广义的采购是指企业根据需求提出采购计划、审核计划、选好供应商、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。因此，在狭义的采购情况之下，买方一定要先具备支付能力，也就是要有钱，才能换取他人的物品或劳务来满足自己的需求。广义的采购是指除了以购买的方式占有物品之外，还可以用下列各种途径取得物品的使用权，来达到满足需求的目的。广义的采购方式主要有租赁、借贷和交换。

（二）采购的分类

1. 按照采购物品用途的不同分类

根据采购物品用途的不同，采购可分为工业采购和消费采购。

（1）工业采购 工业采购通常是指企业为了经营或生产所需的产品和服务，而按一定代价同外部进行的业务活动。工业采购往往通过一次采购以后便同供应商建立长期合作关系，工业采购的动机是理性的，一般是多人参与

的程序化的过程,采购数量通常比较大,价格也比较稳定。

(2) 消费采购 消费采购的随意性比较大,主要为满足个人需求,采购动机带有个人喜好,采购量也比较小。消费采购活动是个人行为,而工业采购通常是机关、企业等机构的集体行为。

2. 按照采购输出的结果分类

根据采购输出的结果不同,可以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,或是参与某个系统运行的组成部分。例如,一只钢笔、一台电脑、一块电路板,像这样的采购称为有形采购。有形采购主要采购有形的物品,如原料、辅料、机具及设备、事务用品等。

1) 原料。原料主要是指直接用于生产的原材料,也是构成产品的最主要成分。

2) 辅料。在产品制造过程中,除了原材料之外所耗费的材料均属于辅料。

3) 机具及设备。机具及设备主要是指制造产品的主要工具或提供生产环境所不可缺少的设施。

4) 事务用品。事务用品主要是指办公室生产线人员在文书作业上所需的设施及文具、纸张以及任何其他杂项购置。

(2) 无形采购 采购输出的结果是无形的,如一项服务、一个软件、一项技术、保险及工程发包等,称其为无形采购。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。

1) 技术。技术是指取得能够正确操作或使用机器、设备、原料等所应具备的专业知识和技能。

2) 服务。在无形采购中,为了用于服务、维护、保养等目的的采购统称为服务采购。安装服务,如空调的免费安装、计算机的装机调试、贴片机的安装高度都属于供应商提供的安装服务的范畴。

3) 工程发包。工程发包包括厂房、办公室等建筑物的营造与修缮以及配管工程空调或保温工程动力配线及仪表安装等。

3. 按照采购范围分类

(1) 国内采购 所谓国内采购,是指企业以本币向国内供应商采购所需物资的一种行为。例如,机器制造企业,向国内供应商采购钢材、轴承等原材料、配件。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,也可以向国外企业设在国内的代理商采购所需物资,只是以本币支付货款,不需以外汇结算。

(2) 国外采购 所谓国外采购,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,主要采购对象为成套机器设备、生产线等,如我国进口的电视、计算机生产线,并与之相配套的仪器、仪表及配件。

4. 按照采购时间分类

(1) 长期合同采购 长期合同采购是指采购和供应商通过合同,稳定双方的交易关系,合同期一般在一年以上的采购行为。在合同期内,采购方承诺应该在供应方采购其所需产品,供应方承担保证采购方数量、品种、规格、型号等方面的需要。长期采购合同的优势为:①有利于增强双方的信任和理解,建立稳定的供需关系;②有利于减少双方多次谈判的费用;③有明确的法律保证,可维护双方各自的利益。但是,这种方式也存在如下不足:①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;②合同数量固定,采购数量调整有难度;③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,主要适合于采购方需求量大并需要连续不断的情况,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 短期合同采购是指采购商和供应商通过合同,实现一次性交易,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。短期采购适用于如下情况:①非经常消耗物品,如机器设备、车辆、计算机等;②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;③价格波动大的产品采购,因为这种产品,供应商和采购商都不希望签订长期合同,以免利益受损;④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。

5. 按照采购主体分类

采购主体即承担具体采购的人员,按照采购主体的不同,将采购可分为如下两类。

(1) 个人采购 个人采购是指消费者为满足自身需要而发生的购买消费品的行为,如购买生活必需品、耐用品等,实质上是一种购买(习惯上)活动,购买对象主要为生活资料,其特点为单次、单品种、单一决策,购买过

程相对简单。

(2) 组织采购 所谓组织采购,是指“事物特定的结构形式”,即人和事物按照一定的任务和形式所进行的有效组合,是实现既定目标的手段。因此,组织采购是为实现组织目标而发生的采购行为。

企业采购是一种组织采购行为。企业采购一般分为生产企业采购和流通企业采购。生产企业采购是为了生产而采购,是一种生产性消费,因而,采购对象以生产资料为主;流通企业采购是为了销售而采购,是一种生活消费,采购对象为生活资料。当然流通企业除了商业流通企业,还有物流流通企业、粮食流通企业、外贸流通企业等。

6. 按照采购方式分类

所谓采购方式,是指企业在采购中运用的方法和形式的总称。从企业采购的实践来看,经常采用的主要有议价采购、比价采购和招标采购三种方式。

(1) 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,就可签订采购合同,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。

议价采购的优点为:①节省采购费用;②节省采购时间;③采购中心灵活性大,可依据环境变化,对采购规格、数量及价格灵活地作出调整;④有利于和供应商建立互惠关系,稳定供需关系。

议价采购的缺点为:①议价往往价格较高;②缺乏公开性,信息不对称;③容易形成不公平竞争等。

(2) 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为企业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。

比价采购的优点为:①节省采购的时间和费用;②公开性和透明度较高,能够防止采购“黑洞”;③采购过程有规范的制度。

比价采购的缺点为:①供应商在有限的情况下,可能出现轮流坐庄,或是可能出现恶性抢标,使供应品种规格出现差异;②可能影响生产效率的提高,并加大消耗。

(3) 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中的基本方式之一。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。

招标采购主要可分为政府招标采购和企业招标采购。在我国，政府招标采购应贯彻执行《中华人民共和国政府采购法》（已于 2003 年 1 月 1 日起正式实施）的相关规定，依法招标采购。

公开招标采购的优点为：①有利于做到采购工作的“公开、公平、公正”；②有利于形成符合市场的真实价格；③有利于提高采购物品的质量；④有利于采购方建立供应商的信息资源库，增大选择范围；⑤有利于降低采购成本。

公开招标采购的缺点为：①采购费用较高；②容易出现供应商合谋或者“抢标”——过度压低价格而中标，出现偷工减料，以次充好，影响产品质量；③采购程序复杂，应变性差；④如果底价被泄密，易带来巨大风险。

公开招标采购主要适用于需求量大且为标准化产品，或者技术含量高的产品。

（三）采购模式

企业的采购模式一般可以分为集中采购模式、分散采购模式和混合采购模式。

1. 集中采购模式

集中采购模式是指整个公司所有的或几乎所有的采购活动在某一处集中处理。集中采购具有许多分散采购所无法比拟的优点，企业采用集中化采购的优势如下：

1) 所购物料比较容易达到标准化。

2) 减少了管理上的重复设置。

3) 由于合并了多个部门的需求，采购部门寻找供应商时，其手上的订单数量就足以引起供应商的兴趣。通过这一方法，采购部门就可以说服供应商尽快发送或给予价格折扣。

4) 在物资短缺的时候，不同部门之间不会为了得到物资而相互竞争从而引起价格的上涨。

5) 对于供应商而言，这也可以推动其有限管理。他们不必同时与企业的几个人打交道，只需和采购经理联系即可。

6) 有利于对采购活动进行更有效的控制。由于企业现金流出量的大部分是用于物料采购，因而对于任何一个时点交易总量的集中控制就显得有必要。如果所有采购决策都经过集中控制，这样，需要加大控制的就仅仅是采购部门，而不必对分散于整个企业的不同部门的采购决策加以监督，那些非法或不道德的行为也就容易避免。

7) 有利于采购决策中专业化分工和专业技能的发展,同时也是对时间的一种更好的利用。进行专业知识方面的开发正是大部分公司都会采用集中化采购的原因。

2. 分散化采购模式

分散化采购模式是指将采购工作分散给各需用部门分别办理。这一模式通常适用于企业规模较大,分散于较广区域的企业。

3. 混合采购模式

混合采购模式又称分散集中化采购模式。分散集中化采购模式是指有些采购活动在企业总部进行,同时主要的运作部门也进行采购。混合采购模式综合采用集中化与分散化采购模式,以发挥它们的优点,避免其缺点。

在国际上比较先进的采购战略有:同步采购、全球采购、平台采购、系统、模块化供货、战略性外购和外包、集中采购。

二、物流及相关概念

与采购相关的概念主要有物流、供应、供应链、战略采购、前期采购和后期采购、采购环境、采购管理等。

1. 物流

最初的物流概念主要侧重于商品物质移动的各项机能,即发生在商品流通领域中的、在一定劳动条件下凭借载体从供应方向需求方的商品实体的定向移动。1984年,美国物流管理协会将现代物流定义为“为了符合顾客的需要,将原材料、半成品、完成品以及相关的信息从发生地向消费地流动的过程,以及为使保管能有效、低成本地进行而从事的计划、实施和控制行为。”本书定义的现代物流是指为了实现顾客满意,连接供给主体,克服空间和时间阻碍的有效的、快速的商品、服务流动的经济活动过程。

GB/T 18354—2006《物流术语》中,物流的定义为物品从供应地向接收地实体流动过程。根据实际需要,将运输、储存、装卸、包装、流动、加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。

2. 供应

供应是指供应商或卖方向买方提供产品和服务的全过程。

3. 供应链

关于供应链目前还没有统一的定义,以前的观点认为供应链是制造企业的一个内部过程,后来供应链的概念注意了与其他企业的联系、外部环境,认为它应该是一个“通过链中不同企业的制造、组装、分销、零售等过程,

将原材料转换成产品，再到最终用户的转换过程”。这是更大范围、更为系统的概念。GB/T 18354—2006《物流术语》中，将供应链定义为生产及流通过程中，涉及将产品或服务提供给最终用户所形成的网络结构。最近，供应链的概念更加注重围绕核心企业建立的网链关系。在此基础上，本书给出一个供应链的概念：供应链是围绕核心企业，通过对信息流、物流、资金流的控制，从采购原材料开始，制成中间产品以及最终产品，最后由销售网络把产品送到消费者手中的，将供应商、制造商、分销商、直到最终用户连成一个整体的功能网络结构模式。这样有利于我们更好地理解供应商的内涵。

4. 战略采购

战略采购是指从宏观范围内确定采购资源、建立最优的供应商体系及战略伙伴关系。

5. 前期采购和后期采购

前期采购是指采购过程中下订单之前的相关工作。后期采购则是指采购过程中下订单以后开始的相关工作。

6. 采购环境

采购环境是指经过买家认可的、信得过的采购资源，由一些供应商组成。采购环境的好坏对企业的采购会产生很大影响，因此，企业都应努力创造良好的采购环境。

7. 采购管理

采购管理是指管理采购业务单元，包括支持、审核、优化、批准、实施五个步骤。管理的对象是计划、认证、订单、合同四个环节。

三、采购在物流系统中的地位

在现代企业的经营管理中，采购已变得越来越重要。一般情况下，企业产品的成本中外购部分占比较大的比例，约为 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，采购与采购管理往往是竞争优势的来源之一。随着全球市场一体化和信息时代的到来，专业生产能够发挥更加巨大的作用，导致企业采购的比重大大增加，即战略性地决定企业运作环节，战略性地决定产品组成件的来源及区域分布，也使采购及其管理的作用提升到一个新的高度。

1. 采购在成本控制中的地位

由于信息发达与世界经济高度自由化的结果，过去企业借助技术领先、