

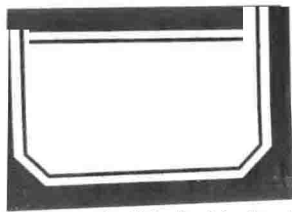
物流管理与工程类十二五规划系列教材  
省级特色专业、省级专业综合改革试点项目

# 采购管理

# Purchasing Management

● 梁 雯 叶春森 主编

合肥工业大学出版社



与工程类十二五规划系列教材  
安徽省特色专业、安徽省专业综合改革试点项目

# 采购管理

主 编 梁 雯 叶春森  
副主编 张晓林 张 萍 刘兰凤  
秦 浩 刘宏伟



合肥工业大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

采购管理/梁雯,叶春森主编. —合肥:合肥工业大学出版社,2013.8

ISBN 978-7-5650-1477-2

I. ①采… II. ①梁…②叶… III. ①采购管理 IV. ①F253.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 199317 号

## 采 购 管 理

主 编 梁 雯 叶春森

责任编辑 陆向军

|        |                      |     |                     |
|--------|----------------------|-----|---------------------|
| 出 版    | 合肥工业大学出版社            | 版 次 | 2013 年 8 月第 1 版     |
| 地 址    | 合肥市屯溪路 193 号         | 印 次 | 2013 年 8 月第 1 次印刷   |
| 邮 编    | 230009               | 开 本 | 710 毫米×1000 毫米 1/16 |
| 电 话    | 综合编辑部:0551-62903028  | 印 张 | 21.25               |
|        | 市场营销部:0551-62903198  | 字 数 | 381 千字              |
| 网 址    | www.hfutpress.com.cn | 印 刷 | 合肥现代印务有限公司          |
| E-mail | hfutpress@163.com    | 发 行 | 全国新华书店              |

ISBN 978-7-5650-1477-2

定价: 38.00 元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社市场营销部联系调换。

## 编 委 会

主任委员 汪传雷 安徽大学

副主任委员 (排名不分先后)

刘 庭 中国科学技术大学

胡小建 合肥工业大学

卓翔之 淮北师范大学

张友华 安徽农业大学

龚本刚 安徽工程大学

李道芳 合肥学院

李亦亮 安庆师范学院

魏 遥 阜阳师范学院

雷勋平 铜陵学院

程敏然 安徽外国语学院

梁 雯 安徽大学

张和平 合肥工业大学出版社

周保昌 中外运物流发展有限公司

蒋宗明 安徽省物流与采购联合会

**委 员** (排名不分先后)

|     |             |
|-----|-------------|
| 张学和 | 中国科学技术大学    |
| 李 凯 | 合肥工业大学      |
| 许 皓 | 安徽大学        |
| 张雯蕊 | 安徽大学        |
| 李德才 | 合肥学院        |
| 桂云苗 | 安徽工程大学      |
| 王 亮 | 铜陵学院        |
| 许正松 | 皖西学院        |
| 曹桂银 | 蚌埠学院        |
| 张 萍 | 安徽外国语学院     |
| 谢艳平 | 安徽三联学院      |
| 李晓翔 | 安徽大学        |
| 贾明伟 | 中外运合肥物流有限公司 |
| 罗玉霞 | 中外运合肥物流有限公司 |
| 汪齐虎 | 徽商金属物流有限公司  |
| 黄成松 | 徽商物流有限公司    |
| 隋勇军 | 安徽徽运物流有限公司  |
| 王 丹 | 合肥永春物流有限公司  |

# 前 言

采购管理是物流管理与工程大类的核心课程。全书内容主要包括十章：采购管理概述，采购管理基础理论，供应商管理，采购成本与控制，采购谈判与合同，采购绩效评估，专题采购，采购管理信息系统，采购库存控制与管理，采购相关法规解读。本书每章根据内容学习规律附有案例讨论和复习思考题。

本书系安徽省省级特色专业：物流管理（皖教高【2010】28号20100158），安徽省省级专业综合改革试点专业：物流管理（皖教高【2012】14号2012ZY015），安徽省教学研究项目：大学生实践创新能力多元化培养模式研究（[2012yxm079]），教育部青年基金项目（12YJC630268）、安徽省教育厅人文社科项目（SK2012B039）、安徽大学第一、第三批骨干教师项目（330100042、12333010304）等一系列项目的部分相关研究成果。全书观念新颖、体系科学、内容全面、信息丰富、结构严谨。本书可供高等本科教育采购管理、物流管理、物流工程以及管理科学与工程大类、工商管理大类、工业工程类、电子商务类、国际贸易等相关专业作为教材使用，也可供高等职业学院、企业界、学术界、政府相关人员等作为教材和参考书。

本书由安徽大学物流与供应链研究中心梁雯、叶春森策划、拟定大纲、组织、协调、统稿，参加编写人员的具体分工如下：第一章梁雯、庞为，第二章刘兰凤、张晓林，第三章叶春森，第四章刘宏伟、张晓林、叶锋华，第五章秦浩、张晓林、欧志明，第六章张萍、叶春森，第七章叶春森，第八章梁雯、周雷，第九章叶春森，第十章孙华、耿天霖。同时，张磊、岳佩资、张利沙、田会芳、刘晓慧等参与资料收集、录入、校对等工作，在此表示感谢。

感谢中国物流与采购联合会、中国物流学会、安徽省政府采购中心、安徽省发展与改革委员会、安徽省交通运输厅、安徽省商务厅、安徽省发展研究中心、安徽省物流与采购联合会、安徽省物流协会、安徽省招标中心、合肥高新技术开发区管委会、格力电器、凌达压缩机有限公司、中外运物流发展公司、淮矿现代物流有限公司、中外运合肥物流有限公司、皖新传媒集团有限公司、新宁物流有限公司、安徽江汽物流有限公司、安徽迅捷物流有限

公司、安徽春天有限流公司、安徽标准研究院、安徽徽运物流有限公司、合肥朝阳物流有限公司、合肥光太物流有限公司、徽商金属物流有限公司、徽商物流有限公司、安徽百路物流有限公司、中铁快运股份有限公司上海分公司、合肥高新创业园管理有限公司、上海达龙信息科技有限公司、安徽明信软件有限公司、安徽物流与采购考试服务中心、中国科学技术大学、安徽大学、淮北师范大学、安徽审计学院、安徽外国语学院等单位给予的调研配合和资料提供的方便。

在本书编写过程中，直接或间接参考和借鉴了国内外物流学、管理学、经济学、数学、计算机、工程学、法学等方面的大量素材，在此向有关作者表示由衷的谢意。

由于编者水平有限，加上时间仓促，书中难免会挂一漏万，不足之处敬请广大专家、学者、同行、读者和关心采购及教育的一切同仁的批评指正。

编 者

2013 年 8 月

# 目 录

|                            |      |
|----------------------------|------|
| 第 1 章 采购管理概述 .....         | (1)  |
| 1.1 采购的起源与发展 .....         | (1)  |
| 1.1.1 采购的概念 .....          | (1)  |
| 1.1.2 采购的地位、作用与目标 .....    | (9)  |
| 1.1.3 采购要素、程序(流程)和原则 ..... | (13) |
| 1.2 采购管理 .....             | (16) |
| 1.2.1 采购管理的定义 .....        | (16) |
| 1.2.2 采购管理的作用 .....        | (17) |
| 1.2.3 采购管理的内容 .....        | (17) |
| 1.2.4 采购管理的误区 .....        | (19) |
| 1.2.5 采购管理的发展趋势 .....      | (20) |
| 1.3 采购管理的学习方法 .....        | (21) |
| 1.3.1 采购管理的学习原则 .....      | (21) |
| 1.3.2 采购管理的学习策略 .....      | (23) |
| 案例分析 .....                 | (23) |
| 第 2 章 采购管理基础理论 .....       | (26) |
| 2.1 供应市场分析 .....           | (26) |
| 2.1.1 市场与市场结构 .....        | (26) |
| 2.1.2 供应市场分析的必要性 .....     | (30) |
| 2.1.3 供应市场分析的步骤 .....      | (30) |
| 2.2 采购商品与服务 .....          | (31) |
| 2.2.1 商品与服务细分 .....        | (31) |
| 2.2.2 商品与服务规格说明 .....      | (37) |
| 2.3 采购计划与预算 .....          | (44) |
| 2.3.1 采购计划 .....           | (44) |



|                           |             |
|---------------------------|-------------|
| 2.3.2 采购预算 .....          | (53)        |
| 2.4 采购模式 .....            | (58)        |
| 2.4.1 集中与分散采购 .....       | (58)        |
| 2.4.2 联合采购 .....          | (62)        |
| 2.4.3 询价采购 .....          | (65)        |
| 2.5 采购组织 .....            | (66)        |
| 2.5.1 企业采购组织结构 .....      | (67)        |
| 2.5.2 采购团队组织 .....        | (73)        |
| 拓展阅读 .....                | (77)        |
| 案例分析: R 公司汽车零部件采购案例 ..... | (79)        |
| <b>第3章 供应商管理 .....</b>    | <b>(87)</b> |
| 3.1 供应商管理概述 .....         | (87)        |
| 3.1.1 概述 .....            | (87)        |
| 3.1.2 供应商管理的原则 .....      | (89)        |
| 3.1.3 供应商管理准备 .....       | (90)        |
| 3.2 供应商选择标准与方法 .....      | (91)        |
| 3.2.1 供应商选择标准 .....       | (91)        |
| 3.2.2 供应商选择方法 .....       | (95)        |
| 3.3 供应商审核与认证 .....        | (98)        |
| 3.3.1 供应商审核 .....         | (98)        |
| 3.3.2 供应商认证 .....         | (100)       |
| 3.4 供应商绩效考核 .....         | (104)       |
| 3.4.1 供应商绩效考核的目的 .....    | (104)       |
| 3.4.2 供应商绩效考核的基本原则 .....  | (105)       |
| 3.4.3 供应商绩效考核的范围 .....    | (105)       |
| 3.4.4 供应商绩效考核的准备工作 .....  | (105)       |
| 3.4.5 供应商考核指标体系 .....     | (105)       |
| 3.4.6 供应商评估考核程序 .....     | (108)       |
| 3.5 供应商关系管理 .....         | (112)       |
| 3.5.1 供应商细分 .....         | (112)       |
| 3.5.2 防止供应商控制 .....       | (115)       |

|                                     |              |
|-------------------------------------|--------------|
| 3.5.3 友好结束供应商关系 .....               | (118)        |
| 3.6 外包供应商 .....                     | (119)        |
| 3.6.1 外包的提出 .....                   | (119)        |
| 3.6.2 外包的特征 .....                   | (120)        |
| 3.6.3 业务外包与采购的区别 .....              | (121)        |
| 3.6.4 自制或业务外包决策 .....               | (122)        |
| 3.6.5 选择外包供应商的基本原则 .....            | (129)        |
| 3.6.6 基于信息技术的业务外包 .....             | (130)        |
| 案例分析 .....                          | (130)        |
| <b>第4章 采购成本与控制 .....</b>            | <b>(133)</b> |
| 4.1 供应价格分析 .....                    | (133)        |
| 4.1.1 供应价格影响因素 .....                | (133)        |
| 4.1.2 供应商的定价方法 .....                | (135)        |
| 4.1.3 价格折扣 .....                    | (136)        |
| 4.1.4 如何确定采购价格 .....                | (136)        |
| 4.2 采购成本 .....                      | (139)        |
| 4.2.1 采购成本构成 .....                  | (139)        |
| 4.2.2 基于价值的采购成本分析 .....             | (143)        |
| 4.3 采购成本控制方法 .....                  | (145)        |
| 4.3.1 采购成本管控流程 .....                | (145)        |
| 4.3.2 采购成本控制一般方法 .....              | (148)        |
| 4.4 典型案例实施 .....                    | (150)        |
| 4.4.1 其他企业管理借鉴 .....                | (150)        |
| 4.4.2 基于资产全程可视的采购成本控制—以电信企业为例 ..... | (155)        |
| 案例分析 .....                          | (158)        |
| <b>第5章 采购谈判与合同 .....</b>            | <b>(160)</b> |
| 5.1 采购谈判 .....                      | (160)        |
| 5.1.1 谈判与采购谈判概述 .....               | (160)        |
| 5.1.2 采购谈判程序 .....                  | (162)        |
| 5.1.3 采购谈判技巧 .....                  | (165)        |

|                         |              |
|-------------------------|--------------|
| 5.2 采购合同 .....          | (170)        |
| 5.2.1 采购合同概述 .....      | (170)        |
| 5.2.2 采购合同内容 .....      | (173)        |
| 5.2.3 采购合同管理 .....      | (176)        |
| 案例分析 .....              | (186)        |
| <b>第6章 采购绩效评估 .....</b> | <b>(189)</b> |
| 6.1 绩效评价 .....          | (189)        |
| 6.1.1 绩效评价的含义 .....     | (189)        |
| 6.1.2 绩效评价作用 .....      | (190)        |
| 6.1.3 绩效评价的主要影响因素 ..... | (191)        |
| 6.1.4 绩效评价原则 .....      | (191)        |
| 6.2 采购人员绩效评价 .....      | (192)        |
| 6.2.1 采购绩效评价组织 .....    | (192)        |
| 6.2.2 采购人员绩效评价方式 .....  | (193)        |
| 6.3 采购绩效评价 .....        | (194)        |
| 6.3.1 采购绩效评价的基本概念 ..... | (194)        |
| 6.3.2 采购绩效衡量指标体系 .....  | (196)        |
| 6.3.3 采购绩效评价体系 .....    | (202)        |
| 6.3.4 采购绩效的改进措施 .....   | (205)        |
| 案例分析 .....              | (209)        |
| <b>第7章 专题采购 .....</b>   | <b>(211)</b> |
| 7.1 电子采购 .....          | (211)        |
| 7.1.1 电子采购概述 .....      | (211)        |
| 7.1.2 电子采购的发展 .....     | (211)        |
| 7.1.3 电子采购的模式 .....     | (212)        |
| 7.1.4 电子采购的优缺点 .....    | (213)        |
| 7.1.5 电子采购的实施步骤 .....   | (215)        |
| 7.1.6 电子采购的平台 .....     | (215)        |
| 7.2 招标采购 .....          | (217)        |
| 7.2.1 招标采购概述 .....      | (217)        |

|                                  |              |
|----------------------------------|--------------|
| 7.2.2 招标采购分类 .....               | (217)        |
| 7.2.3 招标采购作业流程及其优缺点分析 .....      | (218)        |
| 7.3 国际采购与全球化采购 .....             | (220)        |
| 7.3.1 国际采购概述 .....               | (220)        |
| 7.3.2 全球化采购的概念 .....             | (225)        |
| 7.4 政府采购 .....                   | (228)        |
| 7.4.1 政府采购概述 .....               | (228)        |
| 7.4.2 我国政府采购的现状 .....            | (237)        |
| 7.5 战略采购与供应链采购 .....             | (240)        |
| 7.5.1 战略采购 .....                 | (240)        |
| 7.5.2 供应链采购 .....                | (247)        |
| <b>第8章 采购管理信息系统 .....</b>        | <b>(250)</b> |
| 8.1 采购信息管理 .....                 | (250)        |
| 8.1.1 物流信息概念 .....               | (250)        |
| 8.1.2 物流信息对采购的支持 .....           | (251)        |
| 8.1.3 采购信息内容及采集方法 .....          | (252)        |
| 8.2 采购管理信息化方案评估 .....            | (252)        |
| 8.2.1 采购信息分析报告编制 .....           | (252)        |
| 8.2.2 采购信息分析报告的撰写 .....          | (257)        |
| 8.3 采购管理系统案例分析 .....             | (257)        |
| 8.3.1 珍奥集团采购管理系统的实现之旅 .....      | (258)        |
| 8.3.2 沃尔玛全球采购案例分析 .....          | (259)        |
| 8.3.3 OPEN 中国实施采购管理系统的成功案例 ..... | (264)        |
| 8.3.4 惠普采购经典案例 .....             | (267)        |
| <b>第9章 采购库存控制与管理 .....</b>       | <b>(268)</b> |
| 9.1 采购库存模型 .....                 | (268)        |
| 9.1.1 确定性需求采购库存 .....            | (268)        |
| 9.1.2 随机性需求采购库存 .....            | (280)        |
| 9.2 供应链采购与库存控制策略 .....           | (287)        |
| 9.2.1 供应链采购 .....                | (287)        |

|                       |       |
|-----------------------|-------|
| 9.2.2 供应链库存控制策略 ..... | (290) |
|-----------------------|-------|

|                       |       |
|-----------------------|-------|
| 第 10 章 采购相关法规解读 ..... | (308) |
|-----------------------|-------|

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 10.1 经济法与合同法概述 ..... | (308) |
|----------------------|-------|

|                    |       |
|--------------------|-------|
| 10.1.1 经济法概述 ..... | (308) |
|--------------------|-------|

|                    |       |
|--------------------|-------|
| 10.1.2 合同法概述 ..... | (310) |
|--------------------|-------|

|                  |       |
|------------------|-------|
| 10.2 政府采购法 ..... | (312) |
|------------------|-------|

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 10.2.1 政府采购法的立法意义 ..... | (312) |
|-------------------------|-------|

|                        |       |
|------------------------|-------|
| 10.2.2 政府采购法内容解读 ..... | (313) |
|------------------------|-------|

|                |       |
|----------------|-------|
| 10.3 招标法 ..... | (317) |
|----------------|-------|

|                    |       |
|--------------------|-------|
| 10.3.1 招标法简介 ..... | (317) |
|--------------------|-------|

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| 10.3.2 招标法的立法宗旨和适用范围 ..... | (317) |
|----------------------------|-------|

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 10.3.3 强制招标的范围 ..... | (318) |
|----------------------|-------|

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 10.3.4 招标投标的原则 ..... | (320) |
|----------------------|-------|

|                  |       |
|------------------|-------|
| 10.4 电子签名法 ..... | (321) |
|------------------|-------|

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 10.4.1 电子签名法的立法意义 ..... | (321) |
|-------------------------|-------|

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 10.4.2 电子签名法的基本内容 ..... | (321) |
|-------------------------|-------|

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 10.4.3 电子签名法解读 ..... | (321) |
|----------------------|-------|

|            |       |
|------------|-------|
| 参考文献 ..... | (325) |
|------------|-------|

# 第1章 采购管理概述

## 1.1 采购的起源与发展

随着经济全球化的深入发展，我国企业面临着更为严峻的挑战，如何使企业立于不败之地，不仅要在生产制造、市场营销等方面寻找突破口，也要在采购上挖掘潜力。树立现代采购理念，利用科学的采购理论和方法指导采购，将会形成企业采购优势，提高企业市场竞争力。

### 1.1.1 采购的概念

#### 1.1.1.1 采购的定义

在任何群居的社会中，无论是为满足个人的生活需要，还是为企业产销活动所需，都会面临许多交易机会，经历无数次的采购。因此，采购是一种频繁的日常经济活动，从人们日常生活到企业运作，从民间到政府，都离不开采购。一个组织只要存在，就要从外界获得所需的有形和无形资源，这种行为便可称为“采购”。

狭义的采购（purchase）是指“一手交钱，一手交货”，以货币换取物品的方式。这种以货币换取物品的方式，无论对于个人还是企业机构都是最普遍的采购途径。因此，在狭义的采购之下，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，还可以通过其他途径取得物品的使用权，以达到满足需求的目的。现代意义的采购大多和供应商联系在一起，并随着企业和社会经济的发展而被不断地赋予新的内涵。

随着市场经济的发展，企业经营管理理念、运营方式的改变和信息技术的广泛应用，采购的作用日益突出。它不但是保证生产正常运转的必要条件，而且为企业降低成本、增加盈利创造了条件。正确理解采购、创新采购模式是现代企业在全球化、信息化的市场经济竞争中赖以生存的一个保障，也是现代企业谋求发展壮大的一个必然途径。

不同行业、不同企业，由于它们所处的企业环境不同，对采购有不同的理解。一般而言，采购就是从系统外部获得货物、土建工程和服务的完整采购过程。货物采购就是根据需要购买项目建设所需的投入物及与之相关的服

务；土建工程采购是指通过招标或其他商定方式选择工程承包单位及其相关的服务；服务采购主要指聘请咨询公司或咨询专家。

综上，采购（purchasing）包含两层基本含义：一层为“采”，即选择，指从许多对象中选择若干个的意思；另一层为“购”，即购买，是通过商品交易的手段把所选对象从对方手中转移到自己手中的一种行为。因此，采购就是指在一定的时间和地点条件下通过交易手段，实现从多个备选对象中选择购买能够满足自身需求的物品的企业活动过程。采购包含如下要点：

- （1）采购是从资源市场获得资源的过程；
- （2）采购的实现需具备一定的条件；
- （3）采购的过程是一个选择的过程；
- （4）采购是商流和物流以及信息流过程的统一，离开任何一个流程，采购工作都无法正常开展；
- （5）采购是一种经济活动。

#### 1.1.1.2 采购的相关延伸

##### （1）采购的相关概念

1) 购买。购买（buying）实际上就是狭义的采购，通常指消费者为了满足需要而发生的一种经济行为，如为了居住而购买房屋，为了防寒而购买棉衣等。

2) 订购。订购是采购下订单的过程，它是指按照事先约定的条件向供应商发出采购订单，或者在没有询问供应商的条件下直接发出采购订单。电话订购就属于这个范畴，虽然没有事先询问，但电话订购的产品已经列在供应商的产品目录中。

3) 购置。购置包括从供应商处获取的产品送至最终目的地所经历的所有活动。其意义稍微广泛点，一般用于固定资产和设备的采购。

4) 前、后期采购。前期采购指采购过程中下订单之前的相关工作；后期采购指采购过程中自下订单开始以后的相关工作。

5) 战略采购。战略采购是指宏观范围内确立采购资源、建立最优供应商体系及战略伙伴关系等。

6) 供应。采购与供应具有密切的关系，但二者在概念上并不是一致的，供应的含义大于采购的含义。供应包括内部供应和外部供应，内部供应如生产自用、车间之间的供应等；外部供应是从外部寻找供应商、组织货源、对企业进行供应，采购就属于此类。此外，采购与供应的区别还包括：供应是保证需要的意思，而采购的功能远远多于供应，它还具有降低成本、减少资金占用等功能。

## （2）采购的基本特征

1) 采购是从资源市场获取资源的过程。采购对于生活或生产的意义,在于它能够提供生活或生产所需要而自己又缺乏的资源。这些资源,包括生活资料,如粮食、服装等,也包括生产资料,如机床、矿石等;包括物质资源(如原材料、设备、工具等),也包括非物质资源如产销信息、办公软件、生产技术等。能够提供这些资源的供应商,形成了一个资源市场。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) 采购是商流和物流过程的统一。在采购过程中,一是要将资源的所有权从供应商转移到购买方,这是商流过程,主要通过商品交易、等价交换等方式来实现商品所有权的转移;二是要实现将资源的物质实体从供应商转移到购买方,这是物流过程,主要通过运输、储存、包装、装卸等手段来实现商品空间位置的转移。只有这两个过程都完全实现了,采购过程才算完成。

3) 采购是一种经济活动。采购是企业经济活动的主要组成部分。所谓经济活动,就是要遵循经济规律,追求经济效益。在采购活动整个过程中,一方面,通过采购,获取了资源,保证了企业生产的顺利进行,这是采购的效益;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。我们要追求采购经济效益的最大化,就要不断降低采购成本,以最少的成本换取最大的效益。而要做到这一点,最关键的就是要努力追求科学采购,科学采购是实现企业经济利益最大化的基本利润源泉。

### 1.1.1.3 采购分类

人类采购活动的出现,是社会分工及生产力发展的必然结果。依据不同的标志对采购进行分类,有助于企业依据每一种采购的特点,合理选择采购方式。

#### （1）按采购范围分类

##### 1) 国内采购

所谓国内采购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,机械制造企业,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。国内采购又分为本地市场采购和外地市场采购两种。通常情况下,采购人员首先应考虑在本地市场采购,这样可以节省采购成本,减少运输,节约时间,同时保障供应;在本地市场不能满足需要时,再考虑从外地市场采购。



## 2) 国际采购

所谓国际采购,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。国际采购也称跨国采购、全球采购,是利用全球的资源,在全球范围内去寻找供应商,寻找质量最好、价格合理的产品、工程和服务。企业采购着眼于全球市场,就会涉及国际采购。从事国际采购,不仅要制定战略性和实效性策略,熟悉《2000年国际贸易术语解释通则》,掌握国际采购理论、方法和手段,又要熟悉国际采购规则、条例、惯例的实际运作过程,在掌握采购理论的同时了解系统的实务过程,从而更好地把握国际采购理论与实务的全貌。

国际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本地的代理商咨询采购。其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、电脑生产线等,并与之相配套的仪器、仪表及配件。国际采购的优点主要有:①质量有保证;②影响国内价格;③利用“汇率”变动获利。但也存在一些不足,主要有:①交易过程复杂,影响交易效率;②需要较高的库存,加大了储存费用;③纠纷追索困难,无法满足急需交货。尽管国外采购存在一定的风险,但由于我国在新型材料、设备等方面技术相对落后,国际采购仍然是我国企业采购的一种重要途径。

国际采购的对象为:①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;②无代理商经销的产品,通常直接进行国外采购;③国外产品价格上有优势的产品,如进口汽车、农产品等。

一般跨国公司在进行全球采购活动中有以下4种方式:

①以制造企业为核心的全球采购活动。例如通用电气、通用汽车等一些技术密集型的,或者品牌非常响亮、具有国际品牌的,又或者是具有很大资金优势的跨国公司,它们作为采购龙头来主导采购体系和采购市场。而对于中国企业来讲,很多只是为这类企业提供一些配套性的产品,如汽车配件。

②以贸易企业为核心的全球采购体系。在国际上很多大的企业或者是有竞争力的企业,为了把自身的资源集中于一些核心的领域,通常对企业的很多采购活动采用外包的方式,而承担这种采购外包的市场主体,往往是那些在国际市场上非常活跃的贸易企业。

③以大型零售集团为核心的采购活动。一些大型的跨国零售巨头近几年来在中国市场上的表现是非常引人注目的,他们采购时更关注国内非常有优势的快速消费品和劳动密集型产品,如服装、鞋帽、食品等商品。这些商品通过跨国零售巨头进入国际市场的主流渠道,特别是进入主流的零售渠道中去,这对中国出口有非常重要的影响。过去,中国很多产品出口是依托原来