

零距离上岗

高职高专连锁经营管理专业系列规划教材

连锁企业 采购管理

马丽涛 主 编
王炳瑛 副主编
阎宏毅 主 审
李 建

LIANSUO QIYE CAIGOU GUANLI



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

上岗

高职高专连锁经营管理专业系列规划教材

连锁企业 采购管理

马丽涛 主 编
王炳琪 副主编
阎宏毅
李 建 主 审

LIANSUO QIYE CAIGOU GUANLI

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书以连锁企业采购经营活动的运作流程为中心线索,对连锁企业的采购组织、采购计划与预算、采购决策、采购作业流程管理、供应商管理、采购谈判与合同管理、商品验收与退货、采购风险管理及绩效评估等内容进行了阐述。本书注重实用性,每章都有案例分析和实训项目,以使學生更好地理解连锁企业采购管理的知识,并在实践中加以灵活运用。本书配有职业指导,为学生提供岗位所需的知识、能力,以及职业素质培养、职业规划方向的指导。

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

连锁企业采购管理 / 马丽涛主编. —北京: 电子工业出版社, 2009.1
(零距离上岗·高职高专连锁经营管理专业系列规划教材)
ISBN 978-7-121-07765-4

I. 连… II. 马… III. 连锁商店—采购—商业管理—高等学校: 技术学校—教材 IV.F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 177443 号

策划编辑: 王慧丽

责任编辑: 王慧丽

印 刷: 北京市天竺颖华印刷厂

装 订: 三河市鑫金马印装有限公司

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: 787×980 1/16 印张: 16.75 字数: 407 千字

印 次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 27.00 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 zllts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

零距离上岗·高职高专连锁经营管理专业
系列规划教材
编委会名单

- 主任 裴亮（中国连锁经营协会秘书长）
副主任 李卫华（江苏经贸职业技术学院）
文志宏（和君咨询集团）
委员 （按汉语拼音排序）
陈新玲（太原大学）
杜春雷（山东商务职业学院）
李 建（江苏经贸职业技术学院）
马丽涛（哈尔滨职业技术学院）
任永珍（太原大学）
苏 霜（中国连锁经营协会行业政策、信息与研究部）
王 菱（四川商务职业学院）
王忆南（浙江经贸职业技术学院）
文金梅（江西工业工程职业技术学院）
张明明（哈尔滨职业技术学院）
赵 丽（浙江经贸职业技术学院）
周 蕾（浙江经贸职业技术学院）

总 序

连锁经营作为一种现代流通业的新的企业组织形式和经营方式,近几年来,在全世界都得到了快速的发展。中国也不例外。2001~2005年,是中国连锁业发展最快的几年,在这几年间,中国百强连锁企业的平均年店铺增长率达51%,年销售增长率达38%。2007年连锁行业调查显示,连锁经营继续保持快速发展的势头,2007年“中国连锁百强”销售规模突破一万亿元人民币,达到10022亿元,同比增长21%,高于社会消费品零售总额16.8%的增幅。门店总数达到105191个,同比增长58%。

随着连锁经营的快速发展,人才需求也急剧增加,尤其是对中高层管理人员、营销及策划人员、培训师的需求量更大。目前,北京市已将高级连锁经营管理作为紧缺人才岗位培训项目,有计划地培养连锁经营人才;上海市商业职业技术学院的连锁经营管理专业的毕业生供不应求,不少第二年的毕业生已纷纷被预订;而根据浙江连锁业今后3年到5年的发展目标,连锁业至少缺口30万人,为此,杭州特意举办大型的连锁经营人才交流大会,省连锁经营协会组织东西部高用工企业与高校对接,并进场招人。

人才需求的增加也促进了高等院校连锁经营管理专业的发展。从1997年上海商学院开设全国第一个连锁经营管理专业以来,到2007年,开设连锁经营管理专业的高职院校已有百余所,对连锁经营业的快速发展起到很大的促进和人才保障作用。

然而,连锁经营管理专业是在近几年内高校根据人才需求设立的新专业,在课程体系、内容建设、授课形式、与实际工作岗位的对接上,都还有待进一步提高。学生在校所学的知识与技能,与毕业后实际所从事的工作岗位所需技能,还存在着一定的差距。这一方面反映了教学与实践的结合度还不高;另一方面,反映了教材建设上存在着不足,大多教材还是以理论指导为主,对岗位技能的训练重视不够;而且,教学中普遍缺乏对学生的职业指导。比如,尽管连锁经营人才缺乏,尤其缺乏中高级管理人才,但学生刚毕业时,还不能直接走上管理岗位,而要从基层工作做起,很多学生常常接受不了自己受过高等教育仍然从基层岗位做起的现实,而失去了锻炼和提高的机会。事实上,学生们如果沉下心来做两三年,未来的发展将会有有一个很大的提升。

为此，电子工业出版社在广泛深入调查研究的基础上，从当前连锁经营业态对人才知识结构要求出发，根据教学实际需要和工学结合的教学改革方向，策划了本套教材。本套教材的一个重要的编写原则是职业能力导向，在理论够用的基础上，加强学生的岗位技能训练，力图使学生了解实务界的真实运作情况和最新发展，在学到连锁经营管理原理和方法的同时，掌握实际工作岗位必备的技能。

为了使理论与实务更好地结合起来，本套教材在编委会组成、作者选择上采用学校老师与实务界专业人士合作编写的模式，部分主编老师有着丰富的从业经验；在院校的选择上，也秉承开设时间较早、办学经验丰富的原则；在内容的规划上，每本书都配有实训内容，并设有职业指导栏目，为学生提供职业素质培养、职业规划等方面的指导。

虽然我们做了很多努力，但鉴于连锁经营业态及学科的快速发展，本套教材肯定还会有一些错漏和不尽如人意的地方，希望广大师生和从业人员提出宝贵意见和建议，以便我们在再版时改进。

非亮

前 言

随着经济全球化和信息技术的飞速发展,连锁企业采购管理工作越来越受到人们的关注和重视。商品采购是连锁企业获得利润的源头,降低商品采购成本对于连锁企业经营来说至关重要。本书从健全采购管理制度、合理进行采购分工、选择科学的采购方式等方面论述了加强连锁企业采购管理的重要性。本书遵循理论知识与实践紧密结合的原则,结合连锁企业经营管理专业的培养人才规格,吸纳当前行业先进的管理思想和理念,保证教材的先进性、前瞻性、实用性和科学性。本书采用国际上比较流行的教材编写结构,每章都有必要的说明和提示,并将课外的相关知识穿插在其中,达到理论联系实际的目的;注意吸取国内外有关连锁企业采购管理的最新知识和技能,体现了知识的应用性和可操作性;特别是加入了连锁企业采购管理实训的相关内容,以便于读者对连锁企业采购管理内容和流程的实际掌握;每章节开篇有引导案例、学习目标、学习导航,正文中加入了重要概念、相关链接,课后有复习思考题等内容,有助于读者对连锁企业采购管理理论知识的理解和在实践中的灵活运用。

本书主要介绍了连锁企业采购概论、采购组织、采购计划与预算编制、采购决策、采购作业流程管理、供应商的管理、采购谈判与合同管理、商品验收与退货、采购风险管理与绩效评估等知识内容。力争做到由浅入深、循序渐进,突出连锁企业采购管理的实践环节。

参加本书编写的有哈尔滨职业技术学院的马丽涛、阎宏毅,黑龙江司法警官职业学院的王炳瑛。具体分工如下:第1、2章由阎宏毅编写,第3、4章由王炳瑛编写,第5、6、7、8、9章由马丽涛编写。全书由马丽涛担任主编并总纂定稿。由于时间仓促加之编者水平有限,书中的错误和不足之处在所难免。希望大家在使用过程中提出宝贵意见,以便日后进行修订。

本书可以作为全国高职高专院校连锁企业经营管理专业教材用书、经济类其他专业教材用书或教学参考用书,还可以作为其他企业采购管理人员岗位培训教材及自学参考用书。本教材建议课时为56课时,安排如表0-1所示。

表 0-1 本教材教学内容及课时安排

理论教学内容	课 时	实训教学内容	课 时
第 1 章 连锁企业采购概论	2	实训	2
第 2 章 连锁企业采购组织	2	实训	2
第 3 章 连锁企业采购计划与预算编制	6	实训	2
第 4 章 连锁企业采购决策	8	实训	2
第 5 章 连锁企业采购作业流程管理	4	实训	2
第 6 章 连锁企业供应商的管理	4	实训	2
第 7 章 连锁企业采购谈判与合同管理	4	实训	2
第 8 章 商品验收与退货	4	实训	2
第 9 章 连锁企业采购风险管理与绩效评估	4	实训	2
合计	38	合 计	18

在本书的编写过程中，参考和借鉴了国内外一些论著和教材，在此谨致谢意。

编 者
2008 年 8 月

作者简介

马丽涛，女，生于 1964 年 11 月，现为哈尔滨职业技术学院经济贸易系副教授。自 1985 年至今一直从事经济管理类的教学工作。主要研究领域为：连锁企业采购管理、导游业务方向。编写了《现代企业管理》、《现代管理学》、《统计原理与工业统计》、《现代审计学》经济管理类教材 4 本，参与《高新技术产业政策管理的系统研究》等省级课题 3 个，并有公开发表的专业论文近 20 篇。作者邮箱：malitao888@yahoo.com.cn。

连锁企业配送管理

周蕾, 978-7-121-07195-9, 28元, 2008年9月

内容简介

本书从高等职业教育的培养目标出发,立足于连锁企业物流管理的实践,全面、系统地分析研究连锁企业物流管理的理论、思想和方法。本书以实务操作为主旨,突出可读性、知识性和实用性,体现了观念新、操作性强和创新性的特点,是一本适合高职高专连锁经营管理专业及其他相关专业的教材。

特许经营实务

文志宏, 978-7-121-07563-6, 29元, 2009年1月

内容简介

本书是在中国连锁经营协会的指导下,并由在特许经营领域拥有逾10年实战、研究、咨询和培训经验的专业人员担任主编。因此,本书的专业性真正地落实到了特许经营的具体运作策略、思路、方法等实务层面。本书共10章,分为基础篇、实务篇、法律篇三个部分。本书紧密结合职业要求,设计了职业指导、案例分析、实训题目等内容。

连锁经营管理原理

陈新玲, 978-7-121-07816-3, 28元(估), 2009年1月

内容简介

本书首先从连锁经营的主流——零售业谈起,系统地介绍了连锁经营管理体系、连锁经营战略管理等内容。本书理论联系实际,注重实用性,内容与体系的设计紧紧围绕高职高专培养岗位第一线所需要的高技能专业人才的目标,并基于岗位职业能力,为学生配备了职业指导。

连锁店铺开发与设计

李卫华, 978-7-121-07643-5, 27元, 2009年1月

内容简介

本书坚持“实践第一、能力为主”的原则,以全面提高读者的店铺开发与设计能力为

主要目的，精心设计了十个方面的内容。本书适用面较广，可作为高等院校，尤其是高等职业技术学院连锁经营管理、贸易经济、市场营销、物流管理等专业的教材或参考书，也可用于连锁企业管理人员的培训用书。

连锁企业门店营运与管理

张明明，978-7-121-07815-6，28元（估），2009年1月

内容简介

本书根据高职高专教育特点，注重教学内容的改进和完善，以培养学生技能为主线，充分反映国内外最新知识和研究成果，讲述了连锁企业门店营运与管理涉及的各个方面。本书图表、实例丰富，力求引导学生运用企业门店营运与管理的基本理论和方法分析实践工作中的问题，强化知识的应用性。本书还着眼于本专业所涉及岗位职业群的现实需要，为学生提供职业指导。

连锁企业采购管理

马丽涛，978-7-121-07765-4，27元，2009年1月

内容简介

本书遵循了理论知识与实践紧密结合的原则，结合连锁企业经营管理专业的培养人才规格，吸取国内外有关连锁企业采购管理的最新知识和技能，体现了知识的应用性和可操作性。特别是加入连锁企业采购管理实训的相关内容，便于对连锁企业采购管理内容和流程的实际掌握。

连锁企业促销策划

李建，978-7-121-07704-3，28元（估），2009年1月

内容简介

本书对连锁企业的促销策划做了系统而全面的阐述，形成了基本的理论体系。同时，本书的写作基于大量对连锁企业促销经营实例的分析，实践意义极强，以理论概述开篇，继之以促销战略和促销流程、促销计划书的撰写方式和实例，能够让读者迅速投入实战。

以上图书各大新华书店均有售，或按如下地址咨询：

北京世纪波文化发展有限公司（北京市万寿路南口金家村288号华信大厦）

邮编：100036 电话：010-88254199 E-mail:sjb@phei.com.cn

目 录

第 1 章 连锁企业采购概论	1	实训 采购计划与预算的编制	76
1.1 采购的含义与类型	4	第 4 章 连锁企业采购决策	77
1.2 连锁企业采购的原则与 基本要求	12	4.1 采购商品品种的确 定	79
1.3 连锁企业采购的任务与作用	16	4.2 采购质量决策	87
1.4 连锁企业的采购管理	17	4.3 采购数量决策	92
复习思考题	20	4.4 采购时机决策	93
案例分析	20	4.5 采购价格与成本决策	95
实训 了解连锁企业采购	21	4.6 新产品开发与滞销品淘汰	105
第 2 章 连锁企业采购组织	23	复习思考题	111
2.1 采购制度	25	案例分析	111
2.2 采购组织机构	31	实训 采购决策	113
2.3 采购部门及人员职责要求	36	第 5 章 连锁企业采购作业 流程管理	114
2.4 采购部门与其他部门的协调	48	5.1 采购流程概述	116
复习思考题	51	5.2 采购表单简介	131
案例分析	52	5.3 采购监管与控制	134
实训 采购组织的建立	53	复习思考题	139
第 3 章 连锁企业采购计划与 预算编制	54	案例分析	139
3.1 采购计划	56	实训 采购作业流程	140
3.2 采购预算	68	第 6 章 连锁企业供应商的管理	142
复习思考题	75	6.1 供应商管理概述	144
案例分析	75	6.2 供应商调查	146

6.3 供应商选择	149	实训 采购谈判技巧	206
6.4 供应商的审核与认证	155	第 8 章 商品验收与退货	207
6.5 供应商评价	161	8.1 商品验收	210
6.6 供应商关系管理	168	8.2 商品退货	224
复习思考题	172	复习思考题	228
案例分析	172	案例分析	228
实训 供应商及货源的确认	173	实训 商品验收与退货	229
第 7 章 连锁企业采购谈判与		第 9 章 连锁企业采购风险管理与	
 合同管理	175	 绩效评估	230
7.1 采购业务谈判	177	9.1 采购风险的概念和种类	232
7.2 采购谈判的进程与策略	182	9.2 采购风险的防范	235
7.3 采购谈判技巧	187	9.3 采购绩效评估	242
7.4 采购合同的签订与履行	194	复习思考题	252
7.5 采购合同纠纷的解决与		案例分析	252
索赔处理	200	实训 采购风险与采购绩效评价	253
复习思考题	203	参考文献	254
案例分析	204		

第1章

连锁企业采购概论

引导案例

日本卡美斯零售店的采购管理

日本卡美斯零售店目前拥有102家连锁零售店，年销售额约为1480亿日元，折合人民币123亿元，经营品种约为1.2万种。卡美斯零售店总部负责商品采购业务的部门被称为商品部，商品部以商品的进货、开发和管理为中心，其职能包括起草进货和销售计划，负责商品开发、制品开发、渠道开发等。卡美斯零售店商品部的采购管理工作主要包括以下几个方面。

1. 确定商品分类表

开办零售店，首先要做的工作就是决定卖什么商品，即把商品的大分类、中分类及小分类确定下来，这就需要根据当地的消费水平、消费习惯来确定商品分类。在商品的经营和管理上，卡美斯零售店有一套根据自家的理解而设定的分类框架，其通常的做法是，按照使用者的用途或TPOS（时间、场所、动机、生活方式）设定商品分类。分类框架设定好后，再筛选、找寻应备齐的具体商品品种，最后建立起自己的MD体系（商品体系）。

2. 确定大众品和实用品

根据业态理论，零售店经营居民日常生活需要的食品和日用品，即高消耗、高周转的大众品和实用品。大众品不是指便宜的商品，而是一般老百姓日常生活要吃或要用的东西。实用品是指用完了还要周而复始地去购买的东西。就具体的小分类来讲，适合居民日常生活消费的特定种类，例如酒类，假设市场上最便宜的酒是3元一瓶，二锅头酒是5元一瓶，最贵的酒是洋酒，根据中国目前的收入水平，15元一瓶的酒应当作为大众品，这样在安排商品备齐的时候，15元一瓶的酒品数目应当最大、品种最全。

3. 确定商品陈列面管理表，确定小分类的适当规模

在确定商品陈列面管理表时，卡美斯零售店首先从理论上认为，商品陈列的货架越多、展示越充分，所实现的销售额也就越大。但是摆放多少货架总有个度，什么是适当规模、

各个小类引进多少个名目、摆在多少个货架上最出效益呢？对此并没有现成的计算方法，需要采购员对每个小类的陈列面与销售额进行对比分析。确定各个小分类的适当规模的原则是：不低于一般老百姓生活必需品数量的80%；了解其他商场各个小分类的布局情况；容易陈列，方便顾客选择购买。在卡美斯零售店，陈列面管理表运用得非常广泛，几乎每家连锁店都有陈列面管理表，它是管理控制商品最基本的工具。

4. 新商品的导入

在导入新品的时候，先要把旧的商品砍掉。由于卡美斯零售店的计算机程序比较完备，采购员在商品底账上敲进一个记号即可。第一次导入新品时，为了避免风险，一般先选择标准店铺进行试销，做堆头陈列，统计每天的顾客量、销售额，计算PI（Proforma Invoice，形式发票）值。试销一星期，如果卖况较好，则可引进该商品，其陈列面数的安排可与老商品进行类比后作出，如卖况不好则不再引进。对在电视上做广告的新品，其导入应更快。

5. 老商品的淘汰

采购员根据计算机系统提供的小分类销售报表、商品销售额排序、商品销售量排序、ABC分析、部门管理表等资料，能够非常精确地淘汰掉那些销售差的品目。

卡美斯零售店的采购管理是现代零售业态和经营方式下的一种管理模式，是现代零售管理模式的重要标志之一。与传统的商业管理方式相比，这种操作方式使采购职能大大扩展，工作方法和手段的技术含量大大提高。

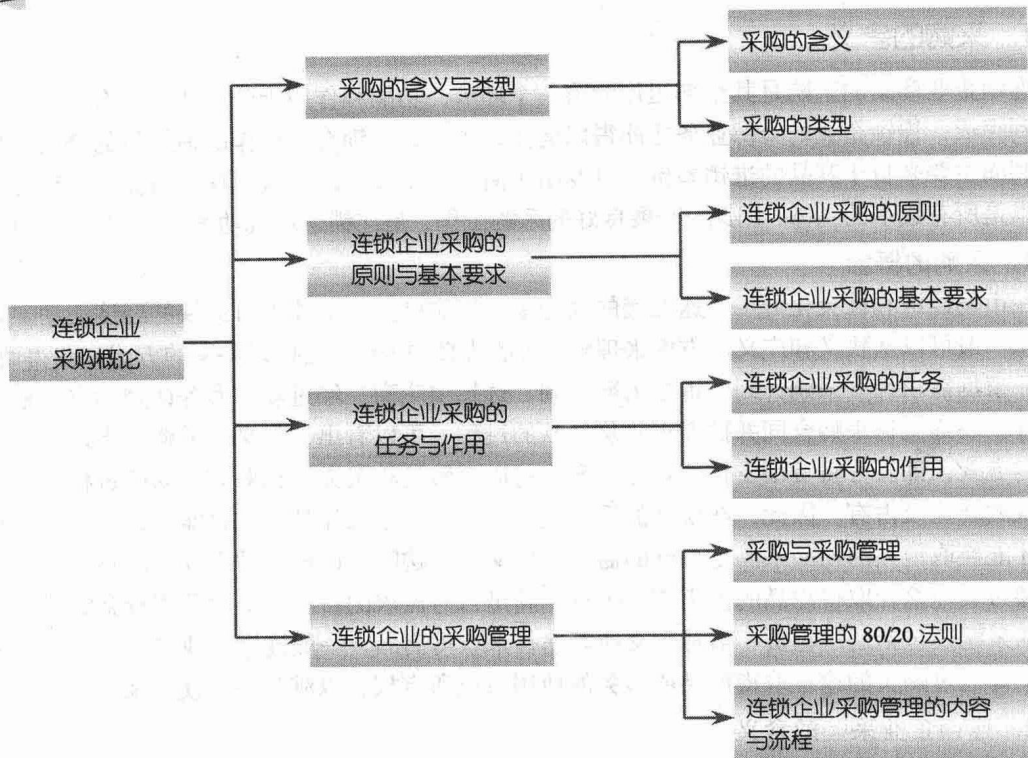
（资料来源：chaoshi168.com）

本章学习目标

1. 了解采购的含义与类型
2. 了解连锁企业采购的原则与基本要求
3. 熟悉连锁企业采购的任务与作用
4. 掌握连锁企业的采购管理
5. 重点掌握连锁企业采购管理的内容与流程



学习导航



职业指导

随着采购信息化、策略化的日益明显，专业采购人才需求极大。据统计，目前我国从事采购业的人员数量缺口很大，大约缺150万~180万人，而从事连锁企业采购业务的人员大多是半路出家，接受过专业培训的高素质管理人才更是屈指可数。从连锁企业采购管理岗位要成为连锁企业专业的采购管理师，必须具备合格的采购专业技术管理能力、实际采购技术能力、市场分析与判断能力、缔约与履约验收的能力、采购管理等多种能力，这样才能够从事下达采购计划、生成采购单、执行采购单、到货接收、检验入库、结算等采购活动，才能够对采购过程中物流运动的各个环节状态进行严密的跟踪、监督，实现对企业采购活动执行过程的科学管理。这些能力不是光靠经验就可以摸索出来的，它需要系统的学习和理论的支持。



重要概念

采购 采购管理 联合采购 询价采购 招标采购 准时化采购 电子商务采购
供应链采购

1.1 采购的含义与类型

1.1.1 采购的含义

连锁企业商品的采购是其全部运作的第一个环节，功能和作用十分重要。只有采购这一环节顺利完成，连锁企业的全部业务才能得以运作，此外，连锁企业运作的最终目的是要取得利润，利润主要来自于商品的进销差价，以及由于商品售出带来的利益。这一行业特点决定了采购成本是所有成本的主体，因此，开展良好的采购工作，是连锁企业成功的一个很重要的环节。

1. 采购的概念

在市场经济和社会化分工飞速发展的社会里，采购已变成一项不可或缺的经济活动。采购的概念一般可以从狭义和广义两方面来理解。所谓狭义的采购，是指以购买的方式来获得商品，即企业根据需求编制采购计划、审核采购计划、选择供应商、经过双方商务谈判确定价格和交货条件，最终签订采购合同并按要求收货付款的过程。可以看出，狭义的采购是指以货币换取物品的方式，即买方将货币支付给卖方，卖方将商品转让给买方，在双方交易的过程中发生了所有权的转让及占有。因此，在狭义的采购之下，买方一定要先具备支付能力，也就是要有资金，才能换取他人的物品来满足自己的需求。广义的采购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，来达到满足自身需求的目的。即除了用资金购买之外，广义的采购还包括通过租赁、借贷和交换等途径来获得商品。一般连锁企业的采购属于狭义的采购，即通过购买的途径取得商品或劳务的使用权或所有权，以满足自身使用要求。

2. 连锁企业采购的含义

连锁企业采购的含义可以从以下几个方面来理解。

(1) 所有连锁企业采购都是从资源市场获取资源的过程

采购能提供给人们在生产或生活中需要，但是自己又缺乏的资源。在连锁企业采购中，这些资源就是能保证企业正常经营活动所需要的各种商品。能够提供这些资源的供应商共同组成了资源市场，从资源市场获取这些资源都是通过采购的方式来进行的。可以这样说，连锁企业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商品。

(2) 连锁企业采购既是一个商流过程，也是一个物流过程

连锁企业采购的基本内容，就是将各种所需要的商品从资源市场的供应商手中转移到仓库或货架上的过程。在这个过程中，一是要实现将商品的所有权从供应商手中转移到连锁企业，二是要实现将商品的物质实体从供应商手中转移到连锁企业中。前者是个商流过程，主要通过商品交易、等价交换来实现；后者是个物流过程，通过运输、储存、包装、装卸、流通加工等手段来实现。连锁企业采购过程实际上是这两个方面的完整结合，缺一不可；只有这两个方面都完全实现了，连锁企业采购过程才完成了。因此，连锁企业的采购过程实际是商流过程与物流过程的统一。

(3) 连锁企业采购是一种经济活动

连锁企业采购是连锁企业经营活动的主要组成部分，是连锁企业经营活动的起点。既然是经营活动，就要遵循经济规律，追求经济效益。在整个连锁企业采购活动中，一方面，通过采购获取了资源，保证了连锁企业销售活动的顺利进行，这是连锁企业采购的效益；另一方面，在连锁企业采购过程中也会发生各种费用，这就是采购成本。连锁企业采购人员要追求采购经济效益的最大化，就要不断降低采购成本，以最少的成本去获取最大的效益。而要做到这一点，关键是要做到科学采购。科学采购是实现连锁企业经营者经济利益最大化的基本利润源泉，要实现科学采购，就要科学地进行采购管理。

1.1.2 采购的类型

采购按照不同的标准可以划分为不同的类型。

1. 按采购进行的方式分类

(1) 直接采购

直接采购指直接向制造商进行采购，这是连锁企业最主要的采购方式。这种采购方式可以免去中间商的加价环节，也可以防止中途调包的发生。供应商通常有生产日程，交货日期比较确定；为维护产品信誉，一般都比较重视售后服务。况且制造商因投资规模庞大，不会因业绩下降或无利可图而停业，所以与其来往可以建立长期的供需关系。不过，制造商通常只接受数额可观的大额订单，直接采购者如果采购的数量有限则无法进行采购；而且由于直接采购的量值很大，有时制造商会要求预付定金或担保人担保等手续，交易过程复杂。如沃尔玛在中国的经营始终坚持本地采购，目前，沃尔玛中国销售的产品中本地产品达到95%以上，与近2万家供应商建立了合作关系。沃尔玛每年直接采购中国商品出口金额约为90亿美元，估计间接采购金额也超过90亿美元。

(2) 间接采购

间接采购指连锁企业通过中间商采购商品，如批发商、代理商以及经纪人等。换句话说，连锁企业并非直接向商品的制造者购买。连锁企业间接采购有时也是必需的，因为许多中小制造商大多会选择一个总代理商销售其产品，而且许多国外产品进入他国市场也大多靠代理商进行推销。间接采购的优、缺点基本上与直接采购相反，因此比较适合于与中小制造商的零星交易，而且要以标准化商品为限，因为中间商没有能力接受连锁企业的指令，定制、修改经销商品的外观或功能。

(3) 委托采购

委托采购指连锁企业委托中间商进行的采购，如委托代理商采购等。这种采购方式可以更经济和更有效率，因为执行采购操作的机构都具有很专业化的水平，并且由于同时替若干家连锁企业完成采购，因而采购量可以集中起来形成采购的优势。因此，对中小型连锁企业而言，采用委托采购组织来完成企业的采购职能，也不失为一种可行的好方法。

(4) 联合采购

联合采购目前在国内还不盛行，而在国外则非常流行。连锁企业联合采购，一般是指中小