

采购管理

(第4版)

李恒兴 鲍 钰 © 主编



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

采 购 管 理

(第4版)

主 编 李恒兴 鲍 钰

副主编 姜 波 刘阳威 刘 湛



 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

本书在初步介绍采购功能作用的基础上,分析了传统采购与现代采购的特点和区别,并较为深入和系统地分析了订货点采购、JIT 采购、MRP 采购、供应链采购、招标采购、电子商务采购的基本原理、内涵、实施方式、优缺点及适用范围,为科学采购提供了一个可供选择的上佳途径。

本书不仅指出必须根据企业实际选择正确的采购方式,同时关注采购管理工作,对采购管理中的组织建设、需求与供应、供应商管理、成本管理、合同管理、产品质量管理、运输管理和信息管理等,从理论与实际结合的角度做了详尽论述。同时,本书还以一定篇幅,较为全面和系统地阐释了对国民经济和社会发展具有重大影响的政府采购和国际采购。本书虽为高职专用教材,但我们也深信,从事企业采购管理工作的人员读过此书,也定会受益匪浅。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

采购管理 / 李恒兴, 鲍钰主编. —4 版. —北京: 北京理工大学出版社, 2018. 9
ISBN 978-7-5682-5956-9

I. ①采… II. ①李… ②鲍… III. ①采购管理-高等学校-教材 IV. ①F253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 170007 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(总编室)
(010)82562903(教材售后服务热线)
(010)68948351(其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京地质印刷厂

开 本 / 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 / 18

字 数 / 414 千字

版 次 / 2018 年 9 月第 4 版 2018 年 9 月第 1 次印刷

定 价 / 69.00 元

责任编辑 / 徐春英

文案编辑 / 徐春英

责任校对 / 黄拾三

责任印制 / 李 洋

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

第4版前言

企业作为国民经济的细胞，承担着为社会提供产品或服务的功能。企业通过提供产品或服务获得社会中的存在价值，从而得到社会的回报，企业则得以生存和发展。然而，企业为了形成自己的产品或服务，就必须不断地从市场上获得各种资源，这就需要采购及采购管理。采购是企业供、产、销三大基本职能之一，是获取利润的重要手段，它在企业产品开发、质量保证和供应链系统运作中起着十分重要的作用。

采购是企业总体战略的重要组成部分。为了实现企业战略目标，制定科学的采购战略策略是非常必要的，而科学的采购战略策略的制定，必须对有关采购经营管理活动的方方面面具有全面系统的了解，认识和掌握采购工作的规律。本书正是从这一目的出发，较为全面系统地介绍了采购管理理论、采购实践方面的相关知识。本书不仅是一本高校教学的好教材，而且对于从事采购管理工作的人员也定会有所裨益。

本书编写充分考虑应用型本科教育的特点，从应用型本科教育要培养具有一定理论水平，更要具有较强实际技能的实用型人才的目标出发，精选了对学生实现就业和终生发展极具价值的相关知识和基本技能方面的有关资料，力求从理论与实践、现实需要与长远发展相结合上体现应用型本科教育的特色。

本书是2014年7月第3版的修订版，本版遵循与时俱进的原则，考虑到知识的全面性和系统性，在原书部分章节加以浓缩的基础上，补充了采购运输管理和采购信息管理两章，使全书更具完整性。

全书共分17章。第1章采购管理概述、第2章采购组织、第3章需求与供应规则、第4章订货点采购、第5章JIT采购、第6章MRP采购、第7章供应链采购、第8章招标采购、第9章电子商务采购、第10章供应商管理、第11章采购成本管理、第12章采购合同管理、第13章采购产品质量管理、第14章运输管理、第15章采购信息管理、第16章政府采购、第17章国际采购。

本书由李恒兴、鲍钰担任主编，其中第1、12、13、14、15章由大连商务职业学院李恒兴编写；第2、8章由天津对外经济贸易职业学院鲍钰编写；第3、4章由天津对外经济贸易职业学院姜波编写；第5、6章由东北大学大连职业技术学院刘阳威编写；第7章由东北大学大连职业技术学院牟燕妮编写；第9章由大连商务职业学院于国庆编写；第10章由江西职业技术学院唐振武编写；第11章由大连商务职业学院潘晓玉编写；第16章由大连商务职业学院刘常宝编写；第17章由东北大学大连职业技术学院刘湛编写。

本书在编写过程中参阅引用了国内外有关资料，由于篇幅所限，只列出了主要参考文献，在此向各位作者表示衷心感谢！

由于编者学识水平有限，书中不妥之处在所难免，敬请各位专家和读者不吝指正。

编 者

目 录

第 1 章 采购管理概述	(1)
1.1 采购管理的概念	(1)
1.1.1 购买与采购	(1)
1.1.2 采购管理	(2)
1.2 采购的分类	(3)
1.2.1 按采购的主体不同分类	(4)
1.2.2 按采购的科学化程度分类	(4)
1.2.3 按采购的范围分类	(5)
1.2.4 按采购的权限分类	(5)
1.2.5 按采购物资的形态分类	(7)
1.2.6 按采购的时间分类	(7)
1.3 采购的过程	(8)
思考题	(9)
第 2 章 采购组织	(10)
2.1 采购组织的组建及功能	(10)
2.1.1 采购组织的组建	(10)
2.1.2 采购组织的功能	(12)
2.2 采购组织的类型	(12)
2.2.1 分权式采购组织	(12)
2.2.2 集权式采购组织	(13)
2.2.3 混合式采购组织	(14)
2.2.4 跨职能采购小组	(15)
2.3 采购组织的团队建设	(15)
2.3.1 采购组织团队概念	(16)
2.3.2 采购组织团队建设主要措施	(16)
2.3.3 采购人员的工作职责	(17)

2.3.4 采购人员的基本素质	(18)
2.3.5 提高采购团队素质的途径	(19)
思考题	(21)
第3章 需求与供应规划	(22)
3.1 采购市场调查	(22)
3.1.1 采购市场调查概述	(22)
3.1.2 采购市场调查程序	(23)
3.1.3 采购市场调查技术	(25)
3.2 采购需求预测	(27)
3.2.1 需求预测的分类及步骤	(27)
3.2.2 采购需求预测技术	(29)
3.3 外包决策分析	(32)
3.3.1 资源外包的动因分析	(32)
3.3.2 资源外包的决策依据	(34)
3.3.3 外包的风险分析	(35)
3.4 采购战略的制定	(36)
3.4.1 采购战略概述	(36)
3.4.2 采购战略制定的依据	(37)
3.4.3 采购战略的内容	(38)
思考题	(40)
第4章 订货点采购	(41)
4.1 订货点采购概述	(41)
4.1.1 库存概述	(41)
4.1.2 订货点采购技术	(42)
4.2 定量订货法	(44)
4.2.1 定量订货法的原理	(44)
4.2.2 经济订货批量	(44)
4.2.3 定量订货法的适用范围	(50)
4.3 定期订货法	(50)
4.3.1 定期订货法的原理	(50)
4.3.2 定期订货法的应用	(51)
4.3.3 定期订货法的适用范围	(52)
思考题	(53)
第5章 JIT 采购	(54)
5.1 JIT 采购的基本原理	(54)
5.1.1 JIT 采购的产生	(54)
5.1.2 JIT 采购的原理	(55)
5.2 JIT 采购的特点与优点	(57)

5.2.1	JIT 采购的特点	(57)
5.2.2	JIT 采购的优点	(61)
5.2.3	JIT 采购对供应链管理的意义	(62)
5.3	看板管理	(62)
5.3.1	看板管理	(62)
5.3.2	对看板管理的分析	(66)
5.4	JIT 采购的实施	(67)
5.4.1	JIT 采购的实施条件	(67)
5.4.2	JIT 采购的实施步骤	(68)
5.4.3	JIT 采购实践分析	(69)
	思考题	(72)
第 6 章	MRP 采购	(73)
6.1	MRP 的原理	(73)
6.1.1	MRP 的提出	(73)
6.1.2	MRP 的原理	(74)
6.2	MRP 系统的构成	(78)
6.2.1	MRP 的输入	(78)
6.2.2	MRP 的输出	(80)
6.2.3	MRP 处理过程	(82)
6.3	MRP 采购的实施	(85)
6.3.1	采购计划的确定	(85)
6.3.2	MRP 采购的注意事项	(86)
	思考题	(86)
第 7 章	供应链采购	(87)
7.1	供应链概述	(87)
7.1.1	供应链	(87)
7.1.2	供应链管理	(88)
7.2	供应链采购的原理和特点	(90)
7.2.1	传统采购与供应链采购	(90)
7.2.2	供应链采购的特点	(92)
7.3	供应链采购的运营	(93)
7.3.1	供应商选择及管理	(93)
7.3.2	供应链采购管理的实施	(96)
	思考题	(99)
第 8 章	招标采购	(100)
8.1	招标采购概述	(100)
8.1.1	招标采购的概念	(100)
8.1.2	招标采购的特点	(101)

4 采购管理 (第4版)

8.1.3 招标采购的方式	(101)
8.1.4 招标采购的适用范围	(103)
8.1.5 招标采购的作用	(104)
8.2 招标采购的程序	(106)
8.2.1 招标程序及方法	(106)
8.2.2 投标、开标程序及方法	(110)
8.2.3 评标、决标程序及方法	(111)
思考题	(115)

第9章 电子商务采购

9.1 电子商务概述	(116)
9.1.1 电子商务的定义	(116)
9.1.2 电子商务的历史发展	(117)
9.1.3 电子商务的优势	(119)
9.1.4 电子商务的模式	(120)
9.2 电子商务采购概述	(121)
9.2.1 电子商务采购的概念与发展历史	(121)
9.2.2 电子商务采购的优势	(121)
9.2.3 电子商务采购模式	(124)
9.3 电子商务采购的实施	(126)
9.3.1 电子商务采购的系统程序	(126)
9.3.2 企业实施电子商务采购的步骤	(127)
9.4 电子商务采购系统构成模型及案例	(128)
9.4.1 电子商务采购的内部模型	(128)
思考题	(132)

第10章 供应商管理

10.1 供应商管理概述	(133)
10.1.1 供应商管理的重要性	(133)
10.1.2 供应商管理的内容	(134)
10.1.3 供应商管理的目标及战略	(134)
10.2 供应商调查	(135)
10.2.1 初步供应商调查	(135)
10.2.2 资源市场调查	(135)
10.2.3 深入供应商调查	(136)
10.3 供应商开发	(137)
10.3.1 供应商开发概论	(137)
10.3.2 供应商信息的来源	(137)
10.3.3 开发供应商的步骤	(137)
10.4 供应商的选择	(140)
10.4.1 供应商选择概述	(140)

10.4.2 集成化供应链管理环境下的供应商类型	(140)
10.4.3 供应商选择的标准	(141)
10.5 供应商的考核与激励	(143)
10.5.1 供应商评估	(143)
10.5.2 供应商考核	(144)
10.5.3 供应商激励与控制	(146)
思考题	(147)
第 11 章 采购成本管理	(148)
11.1 采购成本管理概述	(148)
11.1.1 采购成本管理的意义	(148)
11.1.2 采购成本的含义	(149)
11.1.3 采购成本的分类	(149)
11.2 采购成本分析	(151)
11.2.1 采购成本分析概述	(151)
11.2.2 采购成本分析的方法	(153)
11.2.3 采购价格调查	(154)
11.2.4 运输成本分析	(156)
11.2.5 储存成本分析	(157)
11.3 采购成本控制	(158)
11.3.1 采购成本控制的基础工作	(158)
11.3.2 采购成本控制的方法	(159)
思考题	(163)
第 12 章 采购合同管理	(164)
12.1 采购合同概述	(164)
12.1.1 合同的概念	(164)
12.1.2 合同的特征	(164)
12.1.3 合同活动的基本原则	(164)
12.1.4 合同的形式	(165)
12.2 合同的分类	(166)
12.2.1 有名合同与无名合同	(166)
12.2.2 双务合同与单务合同	(166)
12.2.3 有偿合同与无偿合同	(166)
12.2.4 诺成合同与实践合同	(167)
12.2.5 要式合同与不要式合同	(167)
12.3 合同的订立	(167)
12.3.1 合同订立的一般程序	(167)
12.3.2 合同成立的时间和地点	(169)
12.4 采购合同的内容	(170)
12.4.1 采购合同的概念和特征	(170)

12.4.2 采购合同的内容	(170)
12.5 采购合同的订立与履行	(176)
12.5.1 采购合同资格审查	(176)
12.5.2 采购合同的订立	(177)
12.5.3 采购合同的履行	(177)
12.6 采购合同的争议与索赔处理	(179)
12.6.1 采购合同争议	(179)
12.6.2 索赔与理赔	(180)
12.7 采购合同的变更、终止和解除	(181)
12.7.1 合同的变更和终止	(181)
12.7.2 合同解除	(181)
12.8 仲裁与仲裁裁决的执行	(181)
12.8.1 仲裁	(181)
12.8.2 仲裁裁决的执行	(182)
思考题	(184)
第13章 采购产品质量管理	(185)
13.1 产品与产品质量	(185)
13.1.1 产品的定义和类别	(185)
13.1.2 产品质量与产品质量管理	(186)
13.2 产品品质定位标准	(188)
13.2.1 优良品质应具备的特性	(188)
13.2.2 品质的定位标准	(188)
13.3 质量管理的实施	(189)
13.3.1 质量管理的事前规划	(190)
13.3.2 质量管理的事中执行	(192)
13.3.3 质量管理的事后考核	(193)
13.4 质量检验	(193)
13.4.1 质量检验的基本概念	(193)
13.4.2 质量缺陷与不合格品管理	(198)
思考题	(201)
第14章 运输管理	(202)
14.1 铁路运输和公路运输	(202)
14.1.1 铁路运输	(202)
14.1.2 公路运输	(203)
14.2 水路运输和航空运输	(205)
14.2.1 水路运输	(205)
14.2.2 航空运输	(207)
14.3 多式联运和运输方式的选择	(210)
14.3.1 多式联运	(210)

14.3.2 运输方式的选择	(211)
思考题	(212)
第15章 采购信息管理	(213)
15.1 物流信息系统概述	(213)
15.1.1 物流信息系统的含义	(213)
15.1.2 物流信息系统分类	(213)
15.1.3 物流信息系统功能	(214)
15.1.4 物流信息系统的特征和发展前景	(215)
15.2 物流条形码系统	(216)
15.2.1 条形码的基本知识	(216)
15.2.2 条形码数字含义及条形码的分类	(216)
15.2.3 条形码扫描器的工作原理及应用	(217)
15.3 射频识别系统	(218)
15.3.1 基本概念	(218)
15.3.2 射频识别系统构成	(218)
15.3.3 工作原理	(219)
15.3.4 工作频率	(219)
15.3.5 系统优势	(219)
15.4 全球卫星定位系统	(219)
15.4.1 GPS系统的组成	(220)
15.4.2 GPS定位原理	(220)
15.4.3 GPS特点	(220)
15.4.4 GPS功能	(220)
15.5 地理信息系统	(221)
15.5.1 地理信息系统的定义	(221)
15.5.2 地理信息系统的发展历程	(221)
15.5.3 地理信息系统的组成	(222)
15.5.4 地理信息系统的应用	(222)
思考题	(224)
第16章 政府采购	(225)
16.1 政府采购概述	(225)
16.1.1 政府采购的概念和特征	(225)
16.1.2 政府采购制度的功能和作用	(226)
16.2 政府采购制度和程序	(228)
16.2.1 政府采购基本制度	(228)
16.2.2 政府采购方式	(229)
16.2.3 政府采购程序	(229)
16.3 政府采购的法律制度	(232)
16.3.1 政府采购合同管理	(232)

16.3.2 政府采购合同的违约责任约定	(232)
16.3.3 政府采购救济	(233)
16.4 国外的集中采购机构	(234)
16.4.1 美国联邦政府集中采购机构——联邦事务服务总局 (General Services Administration, 简称GSA)	(235)
16.4.2 加拿大联邦政府集中采购机构——加拿大公共工程政府服务部 (Public Works and Government Services Canada, 简称PWGSC)	(235)
16.4.3 韩国政府集中采购机构——采购厅	(236)
16.5 中国中央政府及香港特别行政区政府的集中采购	(236)
16.5.1 我国的集中采购机构	(236)
16.5.2 中国香港特别行政区政府集中采购机构——政府物流服务署	(236)
思考题	(237)
第17章 国际采购	(238)
17.1 国际采购概述	(238)
17.1.1 国际采购的背景及含义	(238)
17.1.2 国际采购的理由、优势及发展障碍	(238)
17.2 商品的名称、品质、数量与包装	(239)
17.2.1 商品的名称 (Name of Commodity)	(240)
17.2.2 商品的品质 (Quality of Commodity)	(240)
17.2.3 商品的数量	(242)
17.2.4 商品的包装	(243)
17.3 国际采购价格	(246)
17.3.1 国际采购中的价格术语及解释	(246)
17.3.2 国际采购商品的作价方法和币种选择	(251)
17.3.3 国际采购合同中的价格条款	(252)
17.4 运输与保险	(253)
17.4.1 运输方式和运输单据	(253)
17.4.2 国际货物运输保险	(257)
17.5 检验、索赔、不可抗力与仲裁	(263)
17.5.1 检验	(263)
17.5.2 索赔	(265)
17.5.3 不可抗力	(266)
17.5.4 仲裁	(267)
思考题	(268)
参考文献	(269)

第1章

采购管理概述

本章重点

本章主要介绍了采购管理的概念、采购的分类、采购管理的目标、采购的过程、采购的进货过程管理、采购的资金跟踪管理和采购控制。

1.1 采购管理的概念

采购活动是人类经济活动的基本环节，无论是生产领域还是流通领域，都离不开采购活动。生产领域离开采购活动，企业无法获得生产所需要的原材料、零部件和其他辅助材料，就无法组织生产；流通领域，没有采购活动，就无货可售，流通即告终止；其他部门，如科学、教育、文化、卫生、体育及一切社会部门运行的物资支持，同样都离不开采购活动，采购在整个经济和社会生活中，起着十分重要的作用，所以必须加强采购管理。而对采购管理、采购管理的目标、采购管理的作用、采购管理的规则、采购管理的实施等问题进行较深入的讨论，研究其内在规律，用于指导采购实践，则具有重要的现实意义。

1.1.1 购买与采购

购买与采购虽然词义相近，但还是有差别的。

1. 购买

与采购词义最接近的词汇是购买。购买通常是指需求的主体，用自身的劳动收益，通过货币交换，获取衣、食、住、行、用等生活资料。购买有以下四个特点：

- (1) 购买的主体通常是家庭或个人；
- (2) 购买的物品，就独立的购买个体而言，数量不多，品种有限；
- (3) 物品供应商到用户的距离一般不是很远；
- (4) 购买从筹划开始至实施到完成，相对比较简单易行；
- (5) 购买的风险，无论是自然风险还是社会风险都不是很大。

2. 采购

采购与购买的含义不同。采购是指需求的主体，从众多的备选客体中，有选择地通过合

同方式，有偿取得所需要的物资、工程或服务。不难看出，采购有两层含义：一层是“采”，就是要有选择；二层是“购”，就是通过商品交易的手段，将选中对象的所有权，从其所有者手中，转移到自己手中。采购区别于购买的不同点在于：

- (1) 采购的主体通常是企业、事业单位、政府部门、军队或其他社会团体；
- (2) 采购的客体不仅仅是生活资料，更多的是生产资料；
- (3) 采购的品种、规格繁多，金额巨大；
- (4) 采购从策划至实施到任务的完成，整个过程十分复杂；
- (5) 采购的过程实际是商流、物流、信息流、资金流综合运行的过程；
- (6) 采购，尤其是国际采购存在一定的社会风险和自然风险。

由于采购具有更大的社会意义，所以本书重点讨论采购的管理。

1.1.2 采购管理

1. 采购管理的概念

所谓采购管理，就是为保障企业物资供应，对采购活动进行计划、组织、协调和控制的活动，保证采购计划完成。它不仅面向全体采购人员，而且面向企业组织的其他人员（进行有关采购的协调配合工作），其任务是调动整个企业的资源，满足企业的物资供应，确保企业经营战略目标的实现。

采购管理和采购并不完全是一回事，两者之间既有区别又有联系。采购是按采购订单规定指标，去资源市场完成采购任务，它本身也有自己的管理工作，即采购的具体业务管理，如与供应商谈判、签订合同、组织进货等。如果对这些工作的管理称为采购管理的话，只能是狭义的采购管理。本书所讨论的采购管理，不仅包含了具体采购过程中的业务管理，而且涵盖了与采购业务有关的其他方面的管理，是广义的采购管理。

2. 采购管理的主要方面

采购管理的内容概括起来包括三个方面：一是与采购需求有关的企业内部管理；二是企业外部市场和供应商的管理；三是采购过程本身的管理。

1) 采购需求管理

企业采购计划的形成主要来自生产部门。生产部门根据年度生产计划，提出该年度的原材料、零部件、辅助材料等的需求计划；其次是销售部门根据年度销售情况，提出的本厂生产的成品需求计划；此外，还有固定资产管理部门提出的设备添置、维修需求计划及技术、科研开发部门提出的新产品开发需求计划、后勤保障等部门提出的物资保障需求计划。采购管理要对这些计划进行审查、汇总，并就采购的品种、规格、数量、质量、进货时间等，与各部门研究协商，综合平衡，编制出切实可行的采购计划。

2) 市场和供应商管理

市场是提供资源的外部环境。采购管理要了解外部资源市场是买方市场还是卖方市场，是垄断市场还是竞争市场，是卖方完全垄断的市场还是垄断竞争的市场，又或是寡头垄断的竞争市场。不但要了解地区市场、国内市场，还要了解国际市场，针对不同的市场采取不同的应对策略。

毫无疑问，良好的供应商群体，是实现采购目标的基础。为此，必须下大力气做好供应商管理工作。其中的必要环节，包括供应商调查、供应商的审核认证、供应商的选择、供应

商的使用、供应商的考核、供应商的激励与控制，必要时终止与供应商的合作等。

3) 具体采购业务的管理

采购管理系统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。管理群体一般由中层管理人员组成。这些管理人员，当然对采购有关的事务负有管理责任，更重要的是要对具体的采购业务实施管理。具体采购业务，包括采购谈判、签订合同、安排催货、组织运输、验收入库、支付货款等一系列工作。管理人员除了指挥业务人员尽职尽责做好本职工作外，还要取得企业内部各部门、外部供应商等有关部门的支持与配合。唯有如此，才能确保采购任务的完成。

3. 采购管理的目标

采购管理的总目标是确保企业生产经营中的物资供应，具体有以下四点：

1) 确保供应物资的质量

质量是产品的生命。唯有质量合格的原材料、外协件，才能生产出合格的产品。如果原材料、外协件不合格，入库前作退货处理，将造成采购过程中的人力、财力的浪费；如果制造出成品以后推向市场，因质量问题造成退货，会进一步增加生产过程中各种资源的浪费。此外，由于产品的质量问题的，会损害消费者的利益，进而影响企业的声誉，不利于企业的长远发展。当然，外购产品的质量也不可要求过高，只要合格、够用就可以了。否则，会增加产品的质量成本。

2) 确保供应物资的供货时间

目前，企业为了加速资金周转，减少资金占用时间，备料的提前期大大缩短。通常根据市场的需求组织生产，安排原材料供应，对于到货准时性的要求越来越高。时间上的延误，将影响企业的生产经营，产生不利的经济后果。

3) 确保供应物资的数量

企业生产经营中总需要准备一定的原材料、产成品。但是，这种准备不是愈多愈好，也不是愈少愈好，应维持在适当的水平上。库存量过大，一段时间内生产消耗用不完的话，必然会造成原材料的积压，不仅占用了资金，减缓了流动资金的周转速度，而且长期积压还会导致物资报废。当然，库存量亦不能过低。库存量过低，往往发生原材料供不应求，停工待料，影响企业生产经营，这也是必须避免的。

4) 采购应实现合理的价格

采购价格是影响采购成本的重要因素。因此，采购中能以适当的价格完成采购任务，是采购管理的主要目标之一。在全球范围内的工业产品成本构成中，采购的原材料及零部件成本占企业总成本的30%~90%，平均在60%左右。因此，采购物资的价格在总成本中的地位举足轻重。价格高了，增加了产品的总成本，产品在市场上就失去了竞争力；价格低了，供应商利润空间太小，缺乏合作热情，或无利可图而停止供货。两者都是不可取的。

1.2 采购的分类

依据不同的划分标准可以对采购进行不同的分类。针对不同的类别，实施不同的采购策略。

1.2.1 按采购的主体不同分类

- (1) 企业采购；
- (2) 政府采购；
- (3) 事业单位采购；
- (4) 军队采购；
- (5) 其他社会团体采购。

在这些采购主体中，需要进行深入研究的是企业采购和政府采购，因为这两类采购占了全社会采购总额的绝大部分，对社会经济生活影响巨大。

1.2.2 按采购的科学化程度分类

1. 传统采购

所谓传统采购就是议价采购。即采购者根据采购品种、数量、质量等方面的要求，货比三家，通过谈判，最后达成一致，得以成交的采购形式。传统采购方式主要包括询价采购、比价采购、议价采购。

(1) 询价采购。询价采购是采购人员询问信用可靠的厂商，将采购条件讲明，通过电话或寄发询价单的方式，询问价格，经过比较后，现价采购。

(2) 比价采购。采购人员请数家厂商报价，经过比较后，决定向哪家采购。

(3) 议价采购。采购人员与厂家谈判，讨价还价，谈定价格后决定购货。

实际采购中，很少是以一种方式单独进行的，通常是几种方式结合起来进行采购。

2. 科学采购

所谓科学采购，就是在科学理论的指导下，采用科学的方法和现代科技手段实施的采购。科学采购根据指导理论和采取的方式方法的不同，可划分为订货点采购、JIT 采购、MRP 采购、供应链采购、招标采购和电子商务采购。

1) 订货点采购

订货点采购已有半个世纪的历史，无论从理论上还是实践上都比较成熟。订货点采购的原理是，当库存降低到一定水平时，按规定的量组织订货。订货点采购还可细分为定量订货法、定期订货法。订货点采购在现实中有着广泛应用。

2) JIT 采购

JIT 采购是由 JIT 生产发展而来的，有时又把它称为准时制供应、零库存供应。JIT 采购的基本思想是：追求零库存，彻底“杜绝一切浪费”。具体做法是：在需要的时候，将合适的品种、合适的数量、合适的质量的物料送达合适的地点。这种即时送达，要做到既不早又不晚，既不多又不少，既保证需要又不增加库存。

3) MRP 采购

MRP 采购是一种解决相关需求的采购方式，主要应用于生产企业的物料采购。生产企业的主产品，有时又被称为主机，是由许多部件构成的，部件是由组件构成的，而组件又是由零件构成的。这种从主机到零件的树形图构成了主产品结构文件。在 MRP 计算机系统中，输入主产品数量、主产品结构文件和载明库存量的库存文件，系统就可输出何时采购，采购多少原材料、零部件的指导文件。按此文件采购，既可满足生产需求，又能实现最小量

库存。

4) 供应链采购

供应链采购就是在供应链条件下的采购。这是供应方积极主动向采购方提供其所需物料的采购。在供应链的条件下,供应方遵循供应链的宗旨,在利益共享原则的基础上,依据采购方提供的信息,及时满足采购方对原材料和产成品的需求。

5) 招标采购

招标采购一般是大宗物品和工程的采购。采购方为了寻求最好的供应商,通过发布标书的形式,向特定或非特定的潜在供应商提出采购物资或工程的条件。由于众多的供应商参与竞标,采购方可以在更广泛的范围内寻求最优合作伙伴,达到价格最低、服务最优。

6) 电子商务采购

电子商务采购是在计算机技术、通信技术和网络技术高度发展条件下的科学采购方式。这种采购方式,可以在全球范围内,寻求最好的供应商,而且速度快、费用低、操作简单,效率高。这种采购方式通常适于标准或不太复杂产品的采购。

1.2.3 按采购的范围分类

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活动。例如,国内机械制造企业向国内钢铁企业采购钢材;国内服装厂向国内纺织厂采购布料等。国内采购主要指在国内市场采购,但采购的物资并不一定是本国生产的。例如,外资企业在中国境内生产的产品,国外企业生产在中国市场上销售的产品。这些产品的采购都是以本币支付货款。

2. 国际采购

所谓国际采购,是指国内企业直接向国外企业采购。当国外材料价格低,品质高,性能好,综合成本低时,可考虑国际采购。国际采购一般直接向国外企业咨询,同国外企业谈判采购,或者向国外生产企业设在本地或国内的代理商咨询采购。国际采购的范围很广,包括高新技术产品、成套技术设备、必须进口的原材料等。

国际采购的优点:一是可以弥补国内资源的不足,解决我国不能生产的高新技术产品和原材料;二是某些产品,我国虽然能够生产,但质量上还有一定不足,而进口产品在性能、质量上更有保证;三是进口一些物资,利用汇率的变动,可以获利。

国际采购的不足:一是交易过程复杂,影响交易效率;二是需要较高库存,加大了存储的费用;三是路途遥远,无法满足急需;四是发生纠纷时,追索困难。

1.2.4 按采购的权限分类

1. 集中采购

所谓集中采购,是指由企业的采购部门全权负责企业的采购工作。即企业生产所需的物资,都由一个部门负责,其他部门,包括分厂、分公司均无采购职权。

1) 集中采购的优点

- (1) 降低订货费用。集中采购,可以减少订货次数,从而减少订货费用;
- (2) 获得供应商的批量价格优惠;
- (3) 可统一组织供应,合理配置资源,最大限度降低库存。