



用于国家职业技能鉴定
国家职业资格培训教程

YONGYU GUOJIA ZHIYE JINENG JIANDING • GUOJIA ZHIYE ZIGE PEIXUN JIAOCHENG

助理采购师

中国就业培训技术指导中心组织编写



用于国家职业技能鉴定
国家职业资格培训教程

YONGYU GUOJIA ZHIYE JINENG JIANDING • GUOJIA ZHIYE ZIGE PEIXUN JIAOCHENG

助理采购师

编审委员会

主任 刘 康

副主任 陈李翔 宋 建 刘恩专

委 员 崔玉成 郭孟津 刘 英 徐 强 康立红

陈 蕾 张 伟

本书编审人员

主 编 刘恩专

编 者 (以姓氏笔画为序)

王 莹 朱 昊 刘 英 刘恩专 张 丽

张 静 武 娜 罗定芳 赵立泉 崔玉成

裴凤萍 潘 蓉



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

助理采购师/中国就业培训技术指导中心组织编写. —北京:中国劳动社会保障出版社,
2006

国家职业资格培训教程

ISBN 978-7-5045-5734-6

I. 助… II. 中… III. 采购-技术培训-教材 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 068186 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出版人: 张梦欣

*

北京金明盛印刷有限公司印刷装订 新华书店经销
787 毫米×1092 毫米 16 开本 13 印张 204 千字
2007 年 3 月第 1 版 2007 年 3 月第 1 次印刷

定价: 25.00 元

读者服务部电话: 010-64929211

发行部电话: 010-64927085

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010-64911344

前 言

为推动采购师职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在采购师从业人员中推行国家职业资格证书制度，中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准——采购师（试行）》（以下简称《标准》）制定工作的基础上，组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家，编写了《国家职业资格培训教程——采购师》（以下简称《教程》）。

《教程》紧贴《标准》，内容上，力求体现“以职业活动为导向，以职业能力为核心”的指导思想，突出职业培训特色；结构上，针对采购师职业活动的领域，按照模块化的方式，分级别进行编写。《教程》的基础知识部分内容涵盖《标准》的“基本要求”；技能部分的章对应于《标准》的“职业功能”，节对应于《标准》的“工作内容”，节中阐述的内容对应于《标准》的“技能要求”和“相关知识”。

《国家职业资格培训教程——助理采购师》适用于对助理采购师的培训，是职业技能鉴定的推荐辅导用书。

本书在编写过程中得到了天津人力资源开发服务中心、天津财经大学、铁道部天津物资管理干部学院等单位的大力支持与协助，在此一并表示感谢。

由于时间仓促，不足之处在所难免，欢迎读者提出宝贵意见和建议。

中国就业培训技术指导中心

目 录

CONTENTS

《国家职业资格培训教程》

第一章 需求分析	(1)
第一节 市场调查	(1)
第二节 需求确定	(24)
第二章 采购计划制定	(43)
第一节 采购计划编制	(43)
第二节 采购计划分解	(54)
第三章 采购洽商	(59)
第一节 供应商选择	(59)
第二节 商务洽谈	(73)
第三节 采购合同签订	(85)
第四章 采购合同履行	(91)
第一节 订单管理	(91)
第二节 货款支付	(98)
第三节 进货与验收	(112)
第四节 商品质量管理	(128)
第五节 退换货	(141)
第五章 供应商管理	(147)
第一节 供应商关系管理	(147)
第二节 供应商绩效评估	(169)



第六章 采购信息管理	(175)
第一节 采购信息处理	(175)
第二节 采购管理信息系统应用	(193)
参考文献	(202)

第一章

需求分析

第一节 市场调查

◎ 鉴定要点

通过学习,了解市场调查的作用和问卷调查的技巧,掌握收集、整理、汇总商品信息和设计市场调查问卷的方法。

◎ 工作内容

一、市场调查问卷的设计

为获得市场信息、了解消费者的偏好,采购人员要同企划或营销部门一起进行问卷调查。问卷即调查表,它是一种以书面形式了解被调查对象的反应和看法,并以此获得资料 and 信息的载体。问卷的设计是依据调查目的来开列所需了解的项目,并且用一定的格式将其有序地排列出来,清楚地展示给被调查者。可见,调查的目的都体现在问卷的内容当中。问卷设计的目标是使问卷能够顺利、正确、圆满地实现调查工作,也是调查工作的基础。

不同类型的企业采购市场调查的目的有所不同,问卷设计从内容到形式也有所不同。制造业企业采购市场调查的主要目的是获取市场供求

信息、掌握供应市场状况和采购环境及其容量；零售业采购市场调查与营销是一体的，因此其市场调查的主要目的是获取消费市场信息。

1. 问卷设计的目标

- (1) 访问员能够顺利发问、顺利记录，取得正确的、没有偏差的资料。
- (2) 被调查者能够充分地理解问句，能够顺利、不出偏差地回答问题，并愿意真实作答。
- (3) 不设计与取得资料无关的问句，不遗漏与取得资料有关的问句。
- (4) 问卷在调查完成后，能够方便检查（有没有虚假成分和错漏）和整理。
- (5) 取得的资料要方便统计分析。

为使一份问卷设计达到上述目标，对于问卷设计人员有很高的要求。设计人员必须具有丰富的与人交往的经验，必须具有清晰的思路与极大的工作耐心，必须懂得设计问卷的技巧。一份效果良好的问卷要求既透彻了解调查问卷的主题，又能从被调查者那里得到尽可能多的资料。

2. 问卷设计的程序

拟定问卷的过程必须遵循一个符合逻辑的顺序。

(1) 明确调查主题与所需的资料

市场调查项目委托人往往只给出一个大致的范围，需要调查机构为之明确调查的主题以及采用问卷调查时，需要收集哪些方面的材料。因为，在拟定问卷以前，调查人员往往首先着手于比较容易的第二手资料的收集，因此，问卷设计必须在掌握第二手资料的基础上，明确需要以书面形式得到的资料内容。而对于已掌握的第二手资料，除非需要进行证实，否则不必再出现在问卷之中，以保证整份问卷的严谨和篇幅的紧凑。

(2) 明确调查对象的类型

不同的调查对象具有不同的特点，问卷必须针对具体的调查对象的特点进行设计，才能保证问卷的合理性。为此，在正式进行问卷设计时应明确调查对象是企业还是个人、是生产商还是经销商、是现实消费者还是潜在消费者等，并掌握各种对象的特征。

【案例 1—1】和【案例 1—2】是某制造业企业集团针对采购市场准入所设计的问卷调查表，根据调查对象和目的的不同，这两个案例分别采取了不同的问卷形式，内容也有所不同。这种针对供应市场的调查实际上是一个对供应商的调查过程。

【案例 1—1】

某集团公司采购市场准入调查表（生产厂家）

单位：（公章）

候选供方名称				负责人姓名	
拟供产品名称					
1. 基本状况					
公司所在地				电话	
工厂所在地				电话	
公司成立年限	() 年			员工人数	() 人
企业性质	☐ 国营 ☐ 集体 ☐ 私营 ☐ 合资 ☐ 独资				
负责人资历	学历： ☐ 专科 ☐ 本科 ☐ 硕士 ☐ 博士 ☐ 其他				
	职称： ☐ 初级 ☐ 中级 ☐ 高级 ☐ 其他				
注册资金	() 万元			纳税规模	☐ 小型 ☐ 一般
厂地面积	() 平			厂房面积	() 平
加入协会	☐ 是 ☐ 否			协会名称	
资信等级	☐ AAA ☐ AA ☐ A ☐ 其他				
请提供附件	公司简介、组织机构图、营业执照、生产许可证、税务登记证（国、地税）、组织机构代码证、银行开户许可证、法人身份证（复印件）、近 3 年资产负债表和损益平衡表、银行资信等级证、工商系统“重合同、守信誉”证书				
2. 供应能力					
生产拟供产品设备情况	☐ 国产 ☐ 进口	使用年限	() 年	设计能力	
业务性质	☐ 专业 ☐ 兼业				
生产方式	☐ 计划生产 ☐ 订货生产 ☐ 混合				
拟供产品营业额	() 万元/月			平均月产量	
前三位主要客户名称	1.				
	2.				
	3.				
销售情形	自用： %	内销： %	外销： %		
合作意愿	☐ 高 ☐ 一般 ☐ 弱 ☐ 无				
3. 技术能力					
工艺技术	☐ 自行开发 ☐ 依赖外界 ☐ 合作			依赖方或合作方名称	
技术水平	☐ 国际领先 ☐ 国内领先 ☐ 省级领先 ☐ 其他				

续表

相关技术人员 人数及资历	人数	专科	%	本科	%	硕士	%	博士	%	其他	%									
		初级	%	中级	%	高级	%	其他	%		%									
请提供附件	拟供产品技术评估或专利证书																			
4. 管理制度																				
物料管制流程 是否自动化	☐ 是 ☐ 否																			
是否接入 互联网	☐ 是 ☐ 否 网址:																			
是否有自己的网站	☐ 是 ☐ 否 网址:																			
采购制度是否能确实掌握材料来源及进度	☐ 是 ☐ 否																			
会计制度是否对成本计算提供良好的基础	☐ 是 ☐ 否																			
请提供附件	相关采购制度文本、相关会计制度文本																			
5. 质保能力																				
有无质量保证部门	☐ 有 ☐ 无		部门名称: 电话:																	
有无质量管理手册	☐ 有 ☐ 无																			
质量管理体系是否落实, 是否可靠	☐ 是 ☐ 否																			
是否有质量保证作业方案	☐ 是 ☐ 否																			
是否具备检验所供产品的检测能力	☐ 是 ☐ 否																			
有无政府机构的质量评鉴等级	☐ 是 ☐ 否																			
有无通过质量体系认证、产品认证	☐ 是 ☐ 否																			
售后服务体系是否完善	☐ 是 ☐ 否																			
服务网点设置	☐ 县级 ☐ 区级 ☐ 省级 ☐ 直接 ☐ 无																			
请提供附件	质量管理手册文本、质量保证作业方案文本、主要检验测量和试验设备明细表、质量体系认证证书、产品认证证书																			

注: 表中内容请结合本单位情况如实填写。

【案例 1—2】

某集团公司采购市场准入调查表（中介）

单位：（公章）

候选供方名称				负责人姓名	
拟供产品名称					
1. 基本状况					
公司所在地			电话		
公司成立年限	（ ）年		员工人数	（ ）人	
企业性质	☐ 国营 ☐ 集体 ☐ 私营 ☐ 合资 ☐ 独资				
负责人资历	学历： ☐ 专科 ☐ 本科 ☐ 硕士 ☐ 博士 ☐ 其他				
	职称： ☐ 初级 ☐ 中级 ☐ 高级 ☐ 其他				
注册资金	（ ）万元		纳税规模	☐ 小型 ☐ 一般	
资信等级	☐ AAA ☐ AA ☐ A ☐ 其他				
是否接入互联网	☐ 是 ☐ 否		网址：		
是否有网站	☐ 是 ☐ 否		网址：		
请提供附件	营业执照、税务登记证（国、地税）、组织机构代码证、银行开户许可证、法人身份证（复印件）、近 3 年资产负债表、损益平衡表、银行资信等级证、工商系统“重合同、守信誉”证书				
2. 供应能力					
代理或经销级别	☐ 一级 ☐ 二级 ☐ 三级 ☐ 其他				
拟供产品名称、品牌及生产厂	1.				
	2.				
	3.				
拟供产品经营性质	☐ 专营 ☐ 兼营				
仓库面积	（ ）平方米				
运输机具	☐ 自备 ☐ 租用		说明：		
拟供产品营业额	（ ）万元/月				
前三位主要客户	1.				
	2.				
	3.				
合作意愿	☐ 高 ☐ 一般 ☐ 弱 ☐ 无				
请提供附件	代理或经销拟供产品资格证书				
3. 质保能力					
进货厂家是否通过质量体系认证、产品认证	☐ 是 ☐ 否				
进货厂家售后服务体系是否完善	☐ 是 ☐ 否				
服务网点设置	☐ 县级 ☐ 区级 ☐ 省级 ☐ 直接 ☐ 无				
请提供附件	进货厂家的质量体系认证证书（产品认证证书）				

注：表中内容请结合本单位实际情况如实填写。

(3) 设计问卷

按照调查对象的特点,对所需收集的资料运用问句形式将调查目标分成若干题目,以确保调查目的的实现。供应市场调查的主要目的是获得潜在供应商资料 and 了解采购市场容量。因此,供应商的基本状况、供应能力、质量保障能力和对供应市场的看法等,便自然成为了其问卷的核心内容。

(4) 对问卷进行小组试验

问卷设计出来后,还需要将问卷进行小范围的试验。首先,必须将问卷交委托单位过目,听取他们的意见,以求全面表达委托人的调查意向。其次,可以在同事中或经过挑选的普通用户当中进行试答。小组试验可以在这几方面产生作用。第一,鉴定问句是否能被调查对象充分理解;第二,鉴定问卷内容是否充分反映了所需资料的内容;第三,有助于提供多项选择问句的答案;最后,可以确定访问所需的平均时间。当然,小组试验也可以对第一次试验结果进行审定后再进行多次的试验。对问卷进行必要的试验次数越多,所产生的效果也就越好。

3. 确定调查方式

调查表设计好后,便需要确定调查方式。这对于调查质量至关重要。确定调查方式涉及两方面的选择,一是全查方式还是抽样方式;二是派员访问调查还是网络、邮寄或电话调查。选择适宜的调查方式,首先应了解不同调查方式各自的优、缺点和适用范围。

派员访问调查具有调查内容广泛、数据准确、成功率高等优点,因而使用较为普遍,但成本较高,调查周期也较长;邮寄调查的调查对象分布广泛,可适用于规模较大,内容不太复杂,总体推算精确度要求不太高,且总体成分构成比较单一的调查项目;电话调查则适用于对出题信息的收集,对特定群体的调查,以及作为其他调查的补充。

4. 调查问卷的构成

问卷根据不同的调查,会在题型、问句、栏目、措词、格式等方面有所不同,但在构成上,通常都是由起始部分、过滤部分、主体部分、背景部分四个部分组成。

(1) 起始部分

起始部分包括问候语、填表说明和调查表编号三部分内容。问候语的作用,一是体现调查者对被调查人的尊重和礼貌,二是引起被调查人

对问卷调查的重视。有利于消除顾虑,激发参与意识。问候语必须语言亲切、诚恳、礼貌、文字简明,并在结尾处表示谢意。

在自填式问卷中,必须有填表说明。告诉被调查者如何填表,怎样把填好的表格返回调查者手中。一般写在调查表之前,也可分散在各有关问题的前面。下面是一份问卷前面的填表说明:

填写要求:

- ① 请在所选答案题号上画圈。
- ② 对单选答案的题,只能画一个圈,对多选答案的题,请在您认为合适的题号上画圈。
- ③ 需要填数字的题目,请在横线上填写。
- ④ 对于在表格中选择答案的题目,请在所选栏目中画钩。
- ⑤ 对注明需要您自己填写的内容,请在规定的地方填上您的意见。

市场调查表编号。编号的作用在于:识别调查表、调查者和被调查者姓名和地址,以便校对、检查、更正错误和统计需要。

(2) 过滤部分

过滤部分的内容,主要是筛选,过滤掉不需要的被调查者,然后进行有针对性的调查。过滤的目的既可筛掉与调查项目直接有关的避嫌人员,又可以确定哪些人是合格的被调查者。下面是一份关于手机双向收费的市场调查表的过滤部分:

P1 请问:您和您家人有没有在下列行业工作的?

(1) 电信部门

(2) 电信下属部门

.....终止访问

P2 请问:您的年龄

(1) 18 岁以下.....终止访问

(2) 18~30 岁

(3) 30~40 岁

(4) 40~50 岁

(5) 50~60 岁

(6) 60 岁以上.....终止访问

(3) 主体部分

主体部分为调查表之核心内容,包括所调查的全部内容、主要问题

及答案。

(4) 背景部分

通常，这部分内容放在调查表最后，主要调查的是被调查者的个人背景材料。下面是一份市场调查表所包括的背景资料：

Q1 请问：您的职业是

- (1) 公务员
- (2) 教师
- (3) 军人
- (4) 学生
- (5) 职工
- (6) 其他

Q2 请问：您的受教育程度是

- (1) 小学、初中
- (2) 技校、职高、中专、高中
- (3) 大专、大本、研究生及以上
- (4) 其他

【案例 1—3】是《中国电脑教育报》就全国高校 IT 产品采购现状调查的一份问卷表。

【案例 1—3】

《中国电脑教育报》全国高校 IT 产品采购现状调查

贵校已购买了哪些品牌的 IT 产品？您对哪个品牌的服务最满意？请您投出神圣的一票，我们感谢您的参与！

调查目的

为了解您所在学校的教育信息化资金投入、硬件、软件建设状况，掌握贵校对教育信息化应用各方面的需求，把握教育信息化发展趋势，创新教育信息化应用，解决教育信息化建设与应用中的热点问题，以及更有针对性地开展教育信息化工作，《中国电脑教育报》特组织了本次问卷调查。请积极参加我们的问卷调查，您的参与将为教育信息化建设提供第一手资料，您的参与将为学校信息化建设提供最有价值的信息。衷心地感谢您的合作！

投票方式

认真填写问卷调查表, 问卷调查表的“读者个人资料”部分, 请务必如实填写, 以便奖品邮寄和确认。问卷调查表(网页版)也可以从网上直接填写直接提交, 网址为: <http://www.cce.com.cn/edupx>, 请于2005年10月20日前提交。

两种问卷调查表回收完毕后我们将通过抽签的方式, 抽选出中奖读者, 然后再在这些中奖读者中抽取具体的奖品。调查结果及获奖读者名单将公布在11月份出版的《中国教育信息化》以及 <http://www.cce.com.cn/edupx> 上面。

姓名		身份证号码	
邮编		通信地址	
联系电话		e-mail	
您的职业或身份	☐ 教育局管理人员 ☐ 计算机教师	☐ 学校行政管理人员 ☐ 学科教师	☐ 机房或信息中心网管 ☐ 其他

以下全部为单一选择:

1. 台式电脑最佳品牌	☐ 联想 ☐ 方正 ☐ Acer ☐ 海尔 ☐ 其他品牌	☐ 戴尔 ☐ 长城 ☐ 浪潮 ☐ 沐泽 ☐ 不清楚	☐ 清华同方 ☐ 实达 ☐ 神舟 ☐ 急先锋	☐ IBM ☐ 七喜 ☐ 新蓝 ☐ 德亚	☐ HP ☐ 清华紫光 ☐ 八亿时空 ☐ 易纬	☐ TCL ☐ 海信 ☐ 柏安 ☐ 苹果
2. 台式电脑服务最满意	☐ 联想 ☐ 方正 ☐ Acer ☐ 海尔 ☐ 其他品牌	☐ 戴尔 ☐ 长城 ☐ 浪潮 ☐ 沐泽 ☐ 不清楚	☐ 清华同方 ☐ 实达 ☐ 神舟 ☐ 急先锋	☐ IBM ☐ 七喜 ☐ 新蓝 ☐ 德亚	☐ HP ☐ 清华紫光 ☐ 八亿时空 ☐ 易纬	☐ TCL ☐ 海信 ☐ 柏安 ☐ 苹果
3. 笔记本电脑最佳品牌	☐ IBM ☐ 长城 ☐ NEC ☐ 海信 ☐ 八亿时空	☐ 戴尔 ☐ TCL ☐ 夏普 ☐ Acer ☐ 不清楚	☐ 联想 ☐ 富士通 ☐ 索尼 ☐ 夏新	☐ HP ☐ 七喜 ☐ 三星 ☐ 华硕	☐ 清华同方 ☐ 东芝 ☐ 优派 ☐ 清华紫光	☐ 方正 ☐ 松下 ☐ 海尔 ☐ 新蓝
4. 笔记本电脑服务最满意	☐ IBM ☐ 长城 ☐ NEC ☐ 海信 ☐ 八亿时空	☐ 戴尔 ☐ TCL ☐ 夏普 ☐ Acer ☐ 不清楚	☐ 联想 ☐ 富士通 ☐ 索尼 ☐ 夏新	☐ HP ☐ 七喜 ☐ 三星 ☐ 华硕	☐ 清华同方 ☐ 东芝 ☐ 优派 ☐ 清华紫光	☐ 方正 ☐ 松下 ☐ 海尔 ☐ 新蓝
5. IA 服务器最佳品牌	☐ HP ☐ 清华同方 ☐ 航天联志	☐ IBM ☐ 方正 ☐ 宝德	☐ Dell ☐ 曙光 ☐ 其他品牌	☐ 联想 ☐ 微星 ☐ 不清楚	☐ Sun ☐ 华硕	☐ 浪潮 ☐ 网新易得

续表

6. IA 服务器服 务最满意	☐ HP ☐ 清华同方 ☐ 航天联志	☐ IBM ☐ 方正 ☐ 宝德	☐ Dell ☐ 曙光 ☐ 其他品牌	☐ 联想 ☐ 微星 ☐ 不清楚	☐ Sun ☐ 华硕	☐ 浪潮 ☐ 网新易得
7. RISC 服务器最 佳品牌	☐ IBM ☐ 其他品牌	☐ HP ☐ 不清楚	☐ Sun ☐ 曙光	☐ SGI	☐ 创新中电	
8. RISC 服务器服 务最满意	☐ IBM ☐ 其他品牌	☐ HP ☐ 不清楚	☐ Sun ☐ 曙光	☐ SGI	☐ 创新中电	
9. 多 功能一体 机最佳品 牌	☐ EPSON ☐ 联想	☐ 方正 ☐ 三星	☐ 富士施乐 ☐ 其他品牌	☐ HP ☐ 不清楚	☐ 佳能	☐ 利盟
10. 多 功能一体 机服务最 满意	☐ EPSON ☐ 联想	☐ 方正 ☐ 三星	☐ 富士施乐 ☐ 其他品牌	☐ HP ☐ 不清楚	☐ 佳能	☐ 利盟
11. 投 影机最佳 品牌	☐ EPSON ☐ 夏普 ☐ 松下 ☐ 联想 ☐ 其他品牌	☐ 索尼 ☐ ASK ☐ IBM ☐ 三洋 ☐ 不清楚	☐ NEC ☐ 普乐士 ☐ 澳视 ☐ 三菱	☐ 东芝 ☐ 丽讯 ☐ HP ☐ 卡西欧	☐ 富可视 ☐ 晨星 ☐ DELL ☐ LG	☐ 日立 ☐ 明基 ☐ 优派 ☐ Optoma
12. 投 影机服务 最满意	☐ EPSON ☐ 夏普 ☐ 松下 ☐ 联想 ☐ 其他品牌	☐ 索尼 ☐ ASK ☐ IBM ☐ 三洋 ☐ 不清楚	☐ NEC ☐ 普乐士 ☐ 澳视 ☐ 三菱	☐ 东芝 ☐ 丽讯 ☐ HP ☐ 卡西欧	☐ 富可视 ☐ 晨星 ☐ DELL ☐ LG	☐ 日立 ☐ 明基 ☐ 优派 ☐ Optoma
13. 打 印机最佳 品牌	☐ EPSON ☐ 联想 ☐ 理光 ☐ 其他品牌	☐ 方正 ☐ 利盟 ☐ 三星 ☐ 不清楚	☐ 富士施乐 ☐ 柯尼卡美能达 ☐ 兄弟	☐ HP ☐ OKI ☐ 南京富士通	☐ 佳能 ☐ 松下	
14. 打 印机服务 最满意	☐ EPSON ☐ 联想 ☐ 理光 ☐ 其他品牌	☐ 方正 ☐ 利盟 ☐ 三星 ☐ 不清楚	☐ 富士施乐 ☐ 柯尼卡美能达 ☐ 兄弟	☐ HP ☐ OKI ☐ 南京富士通	☐ 佳能 ☐ 松下	
15. 显 示器最佳 品牌	☐ 飞利浦 ☐ 索尼 ☐ 大水牛 ☐ 不清楚	☐ 三星 ☐ 爱国者 ☐ 丽讯	☐ LG ☐ 现代 ☐ 纯境界	☐ 优派 ☐ 明基 ☐ Acer	☐ AOC ☐ 美齐 ☐ 其他品牌	☐ NESO ☐ EIZO
16. 显 示器服务 最满意	☐ 飞利浦 ☐ 索尼 ☐ 大水牛 ☐ 不清楚	☐ 三星 ☐ 爱国者 ☐ 丽讯	☐ LG ☐ 现代 ☐ 纯境界	☐ 优派 ☐ 明基 ☐ Acer	☐ AOC ☐ 美齐 ☐ 其他品牌	☐ NESO ☐ EIZO

续表

17. 交换机与路由器等网络设备最佳品牌	○华为 3com ○华为 ○艾泰科技 ○Avaya ○HP ○网新易尚	○思科 ○神州数码 ○ECom ○清华同方 ○TCL ○其他品牌	○锐捷网络（原实达网络） ○D-link ○TP-Link ○顶联网络 ○安奈特 ○不清楚	○港湾 ○联想 ○阿尔法 ○SMC ○NetGEAR		
18. 交换机与路由器等网络设备服务最满意	○华为 3com ○华为 ○艾泰科技 ○Avaya ○HP ○网新易尚	○思科 ○神州数码 ○ECom ○清华同方 ○TCL ○其他品牌	○锐捷网络（原实达网络） ○D-link ○TP-Link ○顶联网络 ○安奈特 ○不清楚	○港湾 ○联想 ○阿尔法 ○SMC ○NetGEAR		
19. 存储系统最佳品牌	○EMC ○思科 ○网虎 ○索尼	○IBM ○威达电 ○研华 ○日立	○HP ○清华同方 ○Anex TEK ○其他品牌	○DELL ○英捷思 ○昆腾 ○不清楚	○博科 ○Maxtor ○ADIC	
20. 存储系统服务最满意	○EMC ○思科 ○网虎 ○索尼	○IBM ○威达电 ○研华 ○日立	○HP ○清华同方 ○Anex TEK ○其他品牌	○DELL ○英捷思 ○昆腾 ○不清楚	○博科 ○Maxtor ○ADIC	
21. UPS最佳品牌	○APC ○台达	○山特 ○艾默生	○爱克赛 ○山顿	○梅兰日兰 ○科华	○EAST ○其他品牌	○科士达 ○不清楚
22. UPS服务最满意	○APC ○台达	○山特 ○艾默生	○爱克赛 ○山顿	○梅兰日兰 ○科华	○EAST ○其他品牌	○科士达 ○不清楚
23. 系统集成最佳品牌	○方正奥德 ○清华同方	○赛迪时代 ○赛尔网络	○神州数码 ○金山顶尖	○大恒创新 ○其他品牌	○联想 ○不清楚	
24. 系统集成服务最满意	○方正奥德 ○清华同方	○赛迪时代 ○赛尔网络	○神州数码 ○金山顶尖	○大恒创新 ○其他品牌	○联想 ○不清楚	
25. 网络安全最佳品牌	○瑞星 ○熊猫 ○东软 ○朝华	○江民 ○天融信 ○清华得实 ○其他品牌	○趋势科技 ○CA ○启明星辰 ○不清楚	○冠群金辰 ○赛门铁克 ○SafeNet	○安氏 ○金山 ○McAfee	
26. 网络安全服务最满意	○瑞星 ○熊猫 ○东软 ○朝华	○江民 ○天融信 ○清华得实 ○其他品牌	○趋势科技 ○CA ○启明星辰 ○不清楚	○冠群金辰 ○赛门铁克 ○SafeNet	○安氏 ○金山 ○McAfee	
27. 教育相关软件系统最佳品牌	○哲大网络 ○联想传奇 ○不清楚	○K12 ○翰林汇	○中基教育软件 ○腾图	○清华同方 ○金山	○中教育新 ○其他品牌	