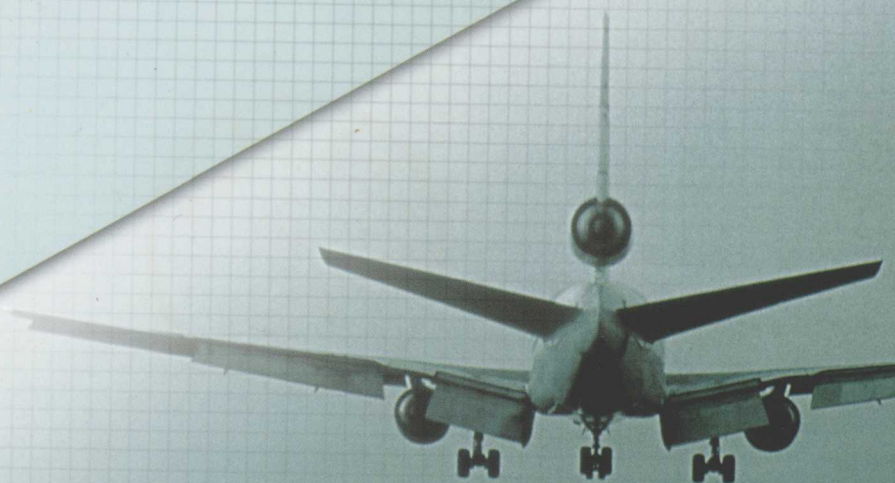


面向21世纪高等学校精品规划教材 · 物流管理专业

主 编 陈明蔚

副主编 陈贵华

国际物流实务



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

面向21世纪高等学校精品规划教材·物流管理专业

国际

物流实务

主 编 陈明蔚
副主编 陈贵华

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

内 容 简 介

本教材分国际物流业务运作、国际物流信息系统、国际海运物流业务、国际空运物流业务、国际陆运物流业务、国际多式联运与国际集装箱物流业务、跨国公司物流业务、进出口货物的报关、出入境商品的检验检疫及国际物流服务共10章内容。

本教材以国际物流的业务操作环节和操作技能为主线,突出重点,深入浅出,通俗易懂。每章之前都有“知识、技能目标”,让学生在未学之前就能对一章的主要内容有个大致的了解。同时,每章都安排了一个“先导案例”,让学生带着问题去学习,以提高学生的学习兴趣。本教材既可以作为高等院校物流管理专业的教学用书,也可供国际物流公司人员自学、提高素质之用。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

国际物流实务/陈明蔚主编. —北京:北京理工大学出版社, 2009. 8
ISBN 978 - 7 - 5640 - 2535 - 9

I. 国… II. 陈… III. 国际贸易 - 物流 - 高等学校 - 教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 131150 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京国马印刷厂

开 本 / 787 毫米 × 960 毫米 1/16

印 张 / 20.25

字 数 / 416 千字

版 次 / 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

印 数 / 1 ~ 2000 册

定 价 / 38.00 元

责任校对 / 陈玉梅

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题,本社负责调换

前言

PREFACE

随着科学技术的突飞猛进和全球经济的高速发展,国际物流作为现代经济的重要组成部分和工业化进程中最为合理的综合服务模式,正在全球范围内迅速发展。

国际物流业覆盖面极广、从业人员众多,现行各类企业甚至是军事部门几乎无一例外地涉及国际物流。物流行业的发展现状和可持续发展的目标,迫切需要建立一支庞大的懂经营、会管理、业务强、通理论的物流专业队伍。而与此相对应,目前我国物流人才缺口巨大,特别是缺少大量的专业型、技能型物流基层管理人员;我国物流企业经营管理水平亟待提高,以适应现代社会经济发展的需要,因此,加强国际物流理论及实务的学习意义重大、刻不容缓。

本教材以国际物流岗位工作实际需要为出发点和落脚点,从规范国际物流从业人员的职业行为,指导国际物流从业人员业务工作的科学化、合理化和标准化角度,较好地体现了当前最新的国际物流实用知识,主要涉及国际物流业务运作、国际物流信息系统、国际海运物流业务、国际空运物流业务、国际陆运物流业务、国际集装箱物流与国际多式联运业务、跨国公司物流业务、进出口货物的报关、出入境商品的检验检疫及国际物流服务等内容。为了便于学习和参考,书后还附录了相关案例和思考练习,对国际物流基层岗位的从业人员提高业务素质、掌握国际

物流的核心技能有直接的帮助和指导作用。

本教材以国际物流的业务操作环节和操作技能为主线，突出重点，深入浅出，通俗易懂。其是国际物流知识和技能教育的必备教材，还可供从事国际物流工作的有关人员参考。

本教材在编写上具有以下特点。

(1) 适合不同教学的需要。根据国际物流专业教学计划，直接体现理论与技能学习单元，在每章节的编排上尽可能照顾知识的相关性、连贯性以及技能操作的递进性，同时又保持其相对独立性，使教材既适合高等院校物流管理专业教学，还可以用于各类国际物流企业在职工岗位技能培训和自学。

(2) 坚持“三原则”编写，即实用、够用、管用原则。坚持“干什么，学什么”的编写原则，在内容取舍和技术深浅程度的把握上，以国际物流岗位工作实际需要为出发点和落脚点，最大限度地体现学以致用、学以致用的精神。在强调实用性的同时，充分重视内容的先进性，尽可能地反映相关专业理论知识。

《国际物流实务》由陈明蔚、吴慧君、陈贵华等编写，其中陈明蔚担任主编并编写第1、第2、第4、第5章；陈贵华担任副主编并编写第3、第6章；吴慧君编写第8、第9、第10章。在编书过程中，得到长安大学经济管理学院院长徐海城教授、福州大学公共管理学院院长陈福集教授和黄建华博士、福建交通厅运输管理局吴锦万同志及学院领导的大力支持和关注，使该教材得以顺利完成，在此深表感谢。

该教材的编写是一项探索性工作，不足之处在所难免，欢迎各使用单位及个人对教材批评指正，谢谢。

编者

目 录

CONTENTS

第 1 章 国际物流业务运作	(1)
第 1 节 国际商品与物料采购	(2)
第 2 节 国际商品仓储管理	(11)
第 3 节 国际商品与货物包装	(17)
第 4 节 国际货物的装卸搬运	(24)
第 5 节 国家贸易流通加工	(29)
第 2 章 国际物流信息系统	(33)
第 1 节 国际物流信息系统概述	(34)
第 2 节 国际物流信息系统及其建设	(38)
第 3 节 国际物流管理的网络化	(45)
第 4 节 国际物流信息技术	(51)
第 3 章 国际海运物流业务	(66)
第 1 节 国际海运物流概述	(67)
第 2 节 国际海运船舶基础知识	(77)
第 3 节 国际海运物流运输	(82)
第 4 节 国际海运业务	(92)
第 4 章 国际空运物流业务	(112)
第 1 节 国际空运物流概述	(113)
第 2 节 国际空运物流业务流程	(121)
第 3 节 国际空运物流基本要求	(127)
第 5 章 国际陆运物流业务	(137)
第 1 节 国际公路货物运输业务	(138)

第2节 国际铁路货物运输业务	(143)
第3节 陆路运费计算	(146)
第6章 国际集装箱物流与国际多式联运业务	(152)
第1节 国际集装箱运输概述	(153)
第2节 国际集装箱运输业务	(161)
第3节 国际多式联运概述	(169)
第4节 国际多式联运业务	(181)
第7章 跨国公司物流业务	(195)
第1节 跨国公司与国际物流	(196)
第2节 跨国公司的物流策略	(204)
第3节 国际物流的成本和定价	(210)
第8章 进出口货物的报关	(217)
第1节 主要贸易术语	(218)
第2节 进出口货物报关概述	(225)
第3节 报关程序	(231)
第4节 报关单的填制规范	(248)
第9章 出入境商品的检验检疫	(267)
第1节 进出口商品检验检疫的含义与作用	(268)
第2节 出入境检验检疫机构及其职责	(269)
第3节 进出口商品检验检疫的项目	(271)
第4节 进出口商品的检验检疫程序	(275)
第5节 出入境检验检疫时间和地点的规定	(280)
第6节 出入境运输工具、集装箱的检验检疫	(281)
第10章 国际物流服务	(292)
第1节 国际船舶代理业务	(293)
第2节 国际第三方物流	(299)
第3节 客户服务水平的确定与改进	(305)
第4节 国际物流保险业务的处理	(308)
参考文献	(318)

第1章

国际物流业务运作

知识目标

1. 国际商品与物料采购的程序
2. 包装、储存保管、流通加工、装卸搬运在国际物流中的作用
3. 国际物流仓储作业的各个环节
4. 加工贸易的含义及主要方式

技能目标

1. 掌握分析各种采购模式的利弊
2. 掌握国际运输包装合理化的要点
3. 掌握装卸搬运合理化的要点

先导案例

海尔去台湾设国际采购中心 大买液晶电视

据中国台湾工商时报 2004 年 4 月 12 日报道称,大陆家电大厂青岛海尔联手台湾进军欧美液晶电视市场。

报道引述海尔台湾分公司海崴创新营运长张澄聪表示,台湾 IT 的优势与资源,成为海尔进军欧美液晶电视与数字家庭市场的最重要后盾,也因此,海尔 2004 年初在台湾成立国际采购中心(IPO),对台湾采购项目以液晶电视为主,估计今年在台采购液晶电视 30 万~50 万台,采购金额可达 1 亿~5 亿美元。张澄聪指出,海尔各海外分公司所有液晶电视的销售量目标,今年起都交由海崴创新统筹规划,而海外分公司所有液晶电视的采购,更交由海

岁创新统筹向国内各大液晶电视厂采购,估计今年海岁创新对台湾采购液晶电视数量有望达到30万~50万台,以液晶电视今年全球需求量约千万台来推算,台湾的液晶电视产业,可让海尔在液晶电视全球占有率推升至3%~5%。工商时报指出,海尔液晶电视产品线从14寸至32寸,一应俱全,不过,目前海尔来自欧洲、美国市场的订单,还是以15寸、17寸、20寸液晶电视需求量较大,上述三个尺寸也是海尔在台湾采购的重点。

第1节 国际商品与物料采购

一、国际采购的含义与作用

1. 国际采购的含义

采购作为满足社会需求的一种重要手段,对整个社会的生产与生活产生了极其重要的影响。对企业来说,采购直接影响着生产经营过程、企业效益,并构成企业竞争力的重要方面。采购是一个组织从外部获取所需物资、服务、能力和知识的全过程。

国际采购(Purchasing)是指企业在一定的条件下从国际供应市场获取产品或服务作为企业资源,以保证企业生产及经营活动正常开展的一项企业经营活动。采购实践可分为战略采购(Sourcing)和日常采购(Procurement)两部分。战略采购是采购经理(Commodity Manager)根据企业的经营战略需求,制定和执行采购企业物料获得的规划,通过对内部客户需求分析及外部供应市场、竞争对手、供应基础等分析,在标杆比较的基础上设定物料长短期的采购目标、达成目标所需的采购策略及行动计划,并通过行动的实施寻找到合适的供应资源,满足企业在成本、质量、时间、技术等方面的综合指标。战略采购计划内容包含采用何种采购技术,与什么样的供应商打交道,建立何种关系,如何培养与建立对企业竞争优势具有贡献的供应商群体,日常采购执行与合同如何确立等。日常采购是采购人员(Buyer)根据确定的供应协议和条款,以及企业的物料需求时间计划,以采购订单的形式向供应方发出需求信息,并安排和跟踪整个物流过程,确保物料按时到达企业,以支持企业正常运营的过程。采购的对象分为直接物料(BOM material)和间接物料(MRO material),直接物料将用于构成采购企业向其客户提供的产品或服务的全部或部分,间接物料将在企业的内部生产和经营活动中被使用和消耗。

国际采购既是一个商流过程,也是一个国际物流过程。所有国际采购,都是指企业从国际市场获得资源的过程。从国际物流的角度分析,国际采购还被认为是从供应商到生产商的物流流动过程,采购引起各种物料向企业流动,该过程是企业与供应商相互联系的重要环节。

2. 国际采购的作用与功能

采购是将资源从资源市场的供应者手中转移到用户手中的过程。在这个过程中,一是要实现将资源的所有权从供应者手中转移到用户手中,二是要实现将资源的物质实体从供应者手中转移到用户手中。因此,采购过程实际上是商流过程与物流过程的统一。采购对于一个

企业而言不仅仅是购买物料满足需求,而且也是整个企业经营中的核心环节,企业采购的正确与及时在一定程度上影响着企业的竞争力。

国际采购的重要作用包括成本效率和企业运营效果。

(1) 国际采购的利润“杠杆效应”。任何企业都是以追求利润最大化为其经营目的的,而利润的基本影响因素之一销售收入是和采购效益紧密相连的,一个企业要实现利润目标就必须关注和优化采购活动,在采购成本降低的支持下实现利润目标,即通过合理的采购将直接增加企业的利润,有利于企业在市场竞争中保持优势,实现经营目标。长期的企业实践证明,制造企业购进的原材料等生产需要的物料的价值要占企业销售产品价格的40%~50%,采购成本的降低或增加都会对企业利润产生巨大的影响,形成所谓的“杠杆效应”,采购成本与企业利润的增长存在着倍增效应。

(2) 国际采购对企业运营的影响。国际采购影响企业利润的大小,也影响企业的经营状况。国际采购的各种物品保质保量,可以减少企业生产环节不必要的停顿,降低企业的生产成本,增加客户的满意度,促进企业产品的销售或者提高产品的售价。因此,采购活动直接影响企业的运营效果。

国际采购的功能主要包括以下几方面。

(1) 采购制约企业销售工作的质量。商品采购作为向企业提供对象的先导环节,只有使购进商品的品种、数量符合市场需要,商品销售业务才能实现高质量、高效率、高效益,从而达到采购和销售的和谐统一;反之则会导致购销之间产生矛盾,造成销售呆滞,影响企业功能的发挥。因此,商品销售质量的高低很大程度上取决于商品采购的质量,销售活动的拓展和创新与商品采购有直接联系。

(2) 采购制约企业研发工作的质量。在某种程度上没有采购支持的研发方案其成功率会大打折扣。一方面,研发人员经常会因采购不到某种物料或者受到某种加工工艺的限制,而使设计难以实现;另一方面,设计人员费尽心思所获得的研发样品在功能上与同行业相比相差甚远,或者即使性能一样,但外观、体积、成本、制造方便性等许多方面都显得逊色。

(3) 采购制约商品周转速度。采购员必须解决好业务经营中的适时和适量问题。若采购工作运行的时点与把握的度同企业其他环节的活动达到了适度结合,就可以加快商品的周转速度,从而加快资金周转,为企业带来切实的利益。反之,就会造成商品积压,商品周转速度减缓,保管费用增加,造成浪费。

(4) 采购制约企业经济效益的实现程度。企业经济效益是直接通过利润额来表示的,而商品采购过程中及进货后待售阶段所支付费用的多少同利润额成反比,因此,购进商品的效率如何,对企业经营的数量有很大影响。企业经济效益的实现是同市场经营机会联系在一起的。确定商品采购的时间、地点、方式、数量、品种等是实现企业经济效益的保障。

(5) 采购可以提高物质资源利用率。采购工作须贯彻节约的方针,以提高物质资源利用率。第一,合理的采购,防止优料劣用,长材短用。第二,优化配置资源,防止优劣混

用。在采购中,要力求优化配置的最大综合效应和整体效应,防止局部优化损害整体优化、部分优化损害综合优化。第三,在采购工作中,应用价值工程分析,力求功能与消耗相匹配。第四,通过采购同时引进新技术、新工艺,提高物质资源的利用效率。第五,采购要贯彻执行有关资源合理利用的经济、技术政策和法规。例如,贯彻执行产业政策、节约综合利用等法规,防止被淘汰的产品进入流通领域,严禁违反各项政策、法规。

(6) 采购可以加强企业间的经济联系。企业间的经济联系,主要通过商品流通的购销渠道,组成四通八达、纵横交错的经济网络。采购工作在沟通企业之间的经济联系方面起着重要作用:第一,通过采购工作,可巩固现有的经济联系;第二,通过采购工作,可以开拓新的渠道、新的领域;第三,通过采购工作,丰富经济联系的内容,如开展除采购以外的技术、资金、科研等方面的合作工作。

(7) 采购可以洞察市场趋势。企业生产经营活动是以市场为导向,凭借市场展开的。通过采购,可以观察市场供求变化及其发展趋势,借以引导企业投资方向、调整产品结构、确定经营目标、经营方向和经营策略。

二、国际采购作业的一般流程

国际采购作业的一般流程包括确定国际采购需求、合理选择采购的供应商、签订国际采购合同、订货与接收以及国际采购的跟踪与评估。

1. 确定国际采购需求

确定采购需求就是要确定企业采购什么、何时采购、采购多少等。

采购需求的目的是对需求的收集过程进行控制,并可根据采购清单将收集需求汇总起来统一采购,以达到节约物资和降低成本的目的。

(1) 商品的采购需求统计。已知需采购的商品品名或类别名,可用“商品请购单”把需求信息输入系统,请购单审批后统一汇总生成相应的采购计划。适用范围如下:

① 销售商品的采购需求;

② 办公用低值易耗品的需求;

③ 资产设备采购需求。

(2) 产成品的采购需求。因为生产计划的对象是产成品,因此根据产成品对应的采购配套清单,生成相应配套材料的采购需求。系统解决办法如下:

① 根据产品 BOM 清单生成采购配套清单(可直接复制 BOM 清单,并在此基础上增加相关物料)。

② 输入“产成品请购单”,通过产品数量及产品的采购配套清单,可自动获得配套材料需求清单,审批后可汇总生成采购计划。

2. 合理选择采购的供应商

(1) 供应商的选择标准如下:

① 报价合理与真实,绝对不可违背商场诚信之原则者。

- ② 商品质量良好,并能对商品质量有所保证者。
- ③ 所提供的产品是本公司客户群所需要者。
- ④ 所提供的商品包装符合本公司采购及销售方式需要者。
- ⑤ 所提供的商品能在供货及配送作业上密切配合者。
- ⑥ 供应商内部组织管理完善,财务状况良好,可供货源稳定可靠者。
- ⑦ 不贪图近利与暴利,愿与本公司一起成长者。
- ⑧ 已进入但合作后又达不到公司选择标准的供应商将被淘汰。

(2) 选择供应商应该考虑的主要因素如下:

① 供应商的产品价格。供应商所提供产品的价格是选择供应商的重要因素之一。成本法、收益法和市场法是评估商品价值的常用方法。采购者应该充分考虑每项物品和资产的具体情况,从而确定使用的评估方法,以确定供应商的价格。通常可以选用市场同类物品最低价、最高平均价进行对比分析,由此计算并确定一个比较标准、合理的产品价格。

② 供应商产品的质量。供应商产品的质量水平对任何企业或任何一项购买活动都是至关重要的。选择供应商的工作很重要,是因为优秀供应商和合格物料是具有相关性。

评估供应商的产品质量,可以选择性地使用评价指标、批准率、平均合格率以及总合格率等指标。

③ 供应商的服务水平。供应商服务质量的高低直接关系到企业与供应商的后续合作与发展。供应商的服务内容包括供应商为需求方提供的安装、免费培训、维修、保养、系统升级、技术支持等各种无偿或有偿的服务。供应商能否提供完善的服务是识别供应商优劣的关键指标,另外,供应商的交货周期和交货的时效也是识别的关键指标。常用的量化指标有交货率和逾期率:

$$\text{交货率} = \frac{\text{送货数量}}{\text{订购数量}} \times 100\%$$

$$\text{逾期率} = \frac{\text{逾期批数}}{\text{交货批数}} \times 100\%$$

④ 供应商地理位置。供应商所处的地理位置对送货时间、运输成本、紧急订货与加急服务的快速响应时间等都有较大影响。本地或异地采购对采购需求企业而言意义、效益及效率不同,也是识别供应商优劣的关键指标。

⑤ 供应商的存货政策。如果供应商的存货政策要求采购企业随时持有备件存货以及拥有安全库存,则将有助于设备突发故障的解决。

⑥ 供应商的柔性。对企业采购计划能够适时调整的供应商具备现代企业的经营意识,是可以选择的正确合作伙伴。

3. 签订国际采购合同

选定供应商以后,采购方一般通过与供应商的谈判签订正式的采购合同。采购合同没有

标准的格式,根据采购商品的特点、合同双方的要求、采购政策等不同而不同。但是采购双方所签订的采购合同以及合同的相关条款必须符合相应的国家法律法规的规定、符合地方性法规、符合国际惯例及国际通用规则。

采购合同的格式可以分为以下三个部分。

(1) 有关采购双方的信息。主要包括双方的名称、地址、电话、传真以及联系人姓名等。

(2) 有关采购货物的条款。要体现货物的名称、品种、规格和质量、每个型号货物的采购数量、单价及总金额;采购的货物所要求的技术标准;货物的原产地和制造商的名称;对于货物的包装要求。采购合同要明确填写交货时间、交货地点以及货款结算方式。

(3) 有关的法律和法规规定。例如,货物的验收方式及交货方式;对不合格产品的赔偿方式;延迟交货的罚款规定以及对经济纠纷的处理方法等。规定保险和运费由谁支付,一般情况下在采购报价阶段,所报价格就应该包含保险费和运费,但是在合同中还应该写明,避免发生异议;单证的要求,一般在国际贸易中应该要求单证齐全,包括正式的商业发票,必须标明合同号;如果是国际海运,要求有海运提单,其他的运输方式需要提供装箱单,并标明采购货物的数量、重量、原产地证明以及数量、质量证明。

4. 订货与接收

采购作业的第4个流程是订货与接收,采购首先要适时地发出订货单,之后就是准备检验和接收货物。在接收采购货物前要进行货物的检验,以检查供应商供货是否符合采购合同要求。

5. 国际采购的跟踪与评估

国际采购的跟踪是对采购合同执行、采购订单的状态、接收货物的数量、退货情况等等的动态跟踪。国际采购跟踪的目的在于促使合同正常执行、协调企业与供应商的合作,既满足企业的货物需求,同时又保持最低的库存水平。国际采购评估是在采购跟踪的基础上对整个采购过程各个环节工作绩效的评价。

三、国际物流采购模式的发展趋势

经济的全球化,使企业在一个快速变化的新世界和新经济程序中生存和发展,国际采购行为往往围绕一个核心企业,可以是一种或多种产品,形成上游和下游企业的战略联盟。国际供应链的理念与运作模式,使得国际采购成了供应链系统工程中不可分割的一部分,采购商、供应商不再是单纯的买卖关系,而是新型的战略合作伙伴关系。

1. 从传统采购到电子商务采购

传统采购模式的重点放在如何和供应商进行商业交易的活动上,特点是比较重视交易过程中供应商的价格比较,通过供应商的多头竞争,从中优选供应商,其采购过程是典型的信息不对称的博弈过程。

电子商务是指交易双方利用现代开放化的互联网络,按照一定的标准所进行的各类商业

活动,是商务活动的电子化。电子商务的产生使传统的采购模式发生了根本性的变革。这种采购制度与模式的变化,使企业采购成本和库存量得以降低、采购人员和供应商数量得以减少、资金流转速度得以加快。随着信息技术的发展,电子商务采购越来越受到青睐。

电子商务采购是在电子商务环境下的采购模式,也就是网上采购。通过建立电子商务交易平台,发布采购信息,或主动在网上寻找供应商、寻找产品,然后通过网上洽谈、比价、网上竞价实现网上订货,甚至网上支付货款,最后通过网下的物流过程进行货物的配送,完成整个交易过程。

电子商务采购为采购提供了一个全天候、全透明、超时空的采购环境,即 365×24 小时的采购环境。该方式实现了采购信息的公开化,扩大了采购市场的范围,缩短了供需距离,避免了人为因素的干扰,简化了采购流程,减少了采购时间,降低了采购成本,提高了采购效率,大大降低了库存,使采购交易双方易于形成战略伙伴关系。从某种角度来说,电子商务采购是企业的战略管理创新,是政府遏制腐败的一剂良药。

电子商务采购模式具有以下优势。

(1) 有利于扩大供应商范围,提高采购效率,降低采购成本,产生规模效益。由于电子商务面对的是全球市场,可以突破传统采购模式的局限,从货比三家到货比多家,在比比价的基础上找到满意的供应商,大幅度地降低采购成本。

(2) 有利于提高采购的透明度,实现采购过程的公开、公平、公正,杜绝采购过程中的腐败。由于电子商务是一种不谋面的交易,通过将采购信息在网站公开,采购流程公开,避免交易双方有关人员的私下接触,由计算机根据设定标准自动完成供应商的选择工作,有利于实现实时监控,避免采购中的黑洞,使采购更透明、更规范。

(3) 有利于实现采购业务程序标准化。电子商务采购是在对业务流程进行优化的基础上进行的,必须按软件规定的标准流程进行,可以规范采购行为,规范采购市场,有利于建立一种比较好的经济环境和社会环境,大大减少采购过程的随意性。

电子商务采购的实施步骤如下。

(1) 进行采购分析与策划,对现有采购流程进行优化,制定出适宜网上交易的标准采购流程。

(2) 建立网站。这是进行电子商务采购的基础平台,一定要按照采购标准流程来组织页面。可以通过虚拟主机、主机托管、自建主机等方式来建立网站,特别是加入一些有实力的采购网站,通过它们的专业服务,可以享受到非常丰富的供求信息,起到事半功倍的作用。

(3) 采购单位通过互联网发布招标采购信息(即发布招标书或招标公告),详细说明对物料的要求,包括质量、数量、时间、地点等,以及对供应商的资质要求等。也可以通过搜索引擎寻找供应商,主动向他们发送电子邮件,对所购物料进行询价,广泛收集报价信息。

(4) 供应商登录采购单位网站,进行网上资料填写和报价。

(5) 对供应商进行初步筛选,收集投标书或进行贸易洽谈。

(6) 网上评标, 由程序按设定的标准进行自动选择或由评标小组进行分析评比选择。

(7) 在网上公布中标单位和价格, 如有必要可对供应商进行实地考察后再签订采购合同。

(8) 采购实施。中标单位按采购订单通过运输交付货物, 采购单位支付货款, 处理有关善后事宜。按照供应链管理思想, 供需双方需要进行战略合作, 以实现信息的共享。采购单位可以通过网络了解供应单位的物料质量及供应情况, 供应单位可以随时掌握所供物料在采购单位中的库存情况及采购单位的生产变化需求, 以便及时补货, 实现准时化生产和采购。

目前电子商务采购系统主要有三种在线采购模式, 它们分别是卖方系统、买方系统和第三方系统。

(1) 卖方系统 (Sell-Side Systems)。供应商为增加市场份额, 以计算机网络作为销售渠道而实施的电子商务系统即为卖方系统。它包括一个或多个供应商的产品和服务。

(2) 买方系统 (Buy-Side Systems)。买方系统是企业自己控制的电子商务系统, 它通常链接到企业的内部网络或企业与其他贸易伙伴形成的企业外部网络。这种系统通常由一个或多个企业联合建立, 目的是把市场的权利和价值转向买方。该系统的优势在于具有快速响应的功能, 节省采购时间和容易对采购开支进行控制和跟踪; 缺点是需要大量资金投入系统的建设和维护。

(3) 第三方系统 (Third-Party Systems/Portals)。门户 (Portals) 是描述在互联网 (Internet) 上形成的各种市场的术语, 建立买/卖方门户的目的是为了改进市场中买卖交易的效率。在互联网上有垂直门户 (Vertical Portals) 和水平门户 (Horizontal Portals) 两类基本门户。垂直门户是经营专门产品的市场, 如钢材、化工、能源等, 而水平门户则是集中了种类繁多的产品供不同行业的买方采购, 其主要经营领域包括维修和生产用的零配件、办公用品等。

电子商务采购是一种非常有前途的采购模式, 它主要依赖于电子商务技术的发展和物流技术的提高, 依赖于人们思想观念和管理理念的改变。

2. 从以库存而采购到为订单而采购

在商品短缺的情况下, 为了保障生产, 必然需要以库存为目的进行采购, 但是在现在的供大于求的市场状态下, 为订单而采购是企业选择的合理方案。采购工作应该在形成订单以后进行, 否则采购的物品就形成新的库存。日本丰田公司就提出了“库存是万恶之源”的观点。美国的 Dell 公司也曾经强调公司对库存的态度, Dell 的老总凯文·罗林斯说: “我们没有库存, 如果我们有库存的话, 那库存的只是信息, 我们不库存具体某个东西, 而是库存某个信息, 把信息库存起来。”

以订单采购和以库存采购存在整个流程上的不同, 图 1-1 完整反映了整个采购流程。

订单驱动的采购流程及采购特点如下。

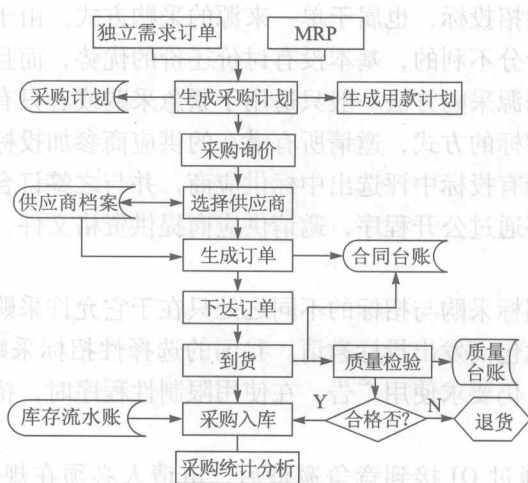


图 1-1 订单采购流程

(1) 供应商与采购方建立战略合作伙伴关系，双方基于事前签订的长期协议进行订单的下达和跟踪，不需要新的寻价及报价。

(2) 在同步化供应链计划的协调下，制造计划、采购计划、供应计划能够同步进行，缩短了用户响应时间。

(3) 采购物资直接进入制造部门，减少了采购部门的库存占用和相关费用。

(4) 进行了企业与供应商的外部协同，提高了供应商的应变能力。

3. 从对采购商品的管理到对供应商的有效管理

传统的采购管理主要是对采购商品的有效管理。通常是采购部门汇总各个部门的采购清单，制订统一的采购计划实施采购。采购回来的物资存放在企业的仓库内，满足各个部门的物资需要。这样的采购，管理方法简单，市场观察能力较差，库存量极大，库存成本高，资金积压多，库存风险增大。传统采购管理的弊端就是与供应商之间缺乏合作，缺乏柔性，缺乏对市场需求的快速响应能力。

现代企业通常采用以订单驱动的采购管理模式，这是对传统采购流程及采购管理的挑战。由于供需双方建立了一种长期的、互利互惠的战略合作伙伴关系，因此供需双方可以及时把生产、质量、服务、交易期间的信息共享，使供方严格按照要求提供产品与服务，并根据生产需求协调供应商的计划，以实现准时化采购，最终使供应商进入生产过程与销售过程，实现双赢，因此要对供应商进行有效的管理。

4. 从单一来源采购到招投标采购

单一来源采购是一种没有市场竞争的采购方式。采购实体在适当的条件下向单一的供应方征求建议或报价来采购货物。在企业实践中，直接与单一的供应商签订合同的采购方法就

是单一来源采购。限制性招投标,也属于单一来源的采购方式。由于单一来源采购只有唯一的供应商,对采购方是十分不利的,基本没有讨价还价的优势,而且还有可能出现采购腐败现象。所以,这种单一来源采购方法一般只适用于紧急采购或者只有唯一供货渠道的采购。

招标采购是指通过招标的方式,邀请所有潜在的供应商参加投标,采购单位通过某种事先确定并公布的标准从所有投标中评选出中标供应商,并与之签订合同的一种采购形式。由于单一来源招标采购需要通过公开程序,邀请供应商提供资格文件,只有通过资格审查的供应商才能参加后续招标。

在国际上,选择性招标采购与招标的不同之处只在于它允许采购机构不通过广告而直接向有限数目的供应商或承包商发出投标邀请。我国的选择性招标采购与国际上的略有不同,即在使用限制性程序时,仍要求使用广告。在使用限制性程序时,招标过程分为以下两个明显的阶段。

(1) 投标申请。在通过 OJ 接到竞争邀请后,申请人必须在规定的时间内提出投标申请。签约机构经过审查并排除那些不符合技术规格要求以及不符合资格标准的申请人后,向其余申请人(此时称为“候选人”)发出书面投标邀请和合同文本。

(2) 正式投标。接到投标邀请的候选人必须在规定的第二个截止日期前呈递其标书(此时,候选人成为真正的“投标人”)。

招标所具有的程序规范、透明度高、竞争公平、一次成交等优点,决定了这种采购方式的合理性。招标采购对于创造最大限度的竞争,使参与投标的供应商和承包商获得公平、公正的待遇,以及提高采购的透明度和客观性,促进采购资金的节约和采购效益的最大化,杜绝采购腐败和滥用职权等,都具有极为重要的作用。因此,越来越多的采购业务会使用招标采购的方式,既降低采购成本又优化企业的采购管理,提高企业的经济效益。

5. 从单一化采购方式到多样化采购方式

传统的采购方式与采购渠道都比较单一,但是现在企业的采购工作正在向多样化方向发展。主要表现在以下几个方面:全球化采购与本地化采购相结合;集中采购与分散采购相结合;多供应商与单一供应商相结合;制造商采购与分销商采购相结合。

(1) 全球化采购与本地化采购相结合。由于全球化采购下供需双方建立起了一种长期的、互利的合作关系,所以采购方可以及时把质量、服务、交易期的信息传送给对方,使供方严格按照要求来提供产品与服务,并根据生产需求协调供应商计划,实现准时化采购,特别是采用电子商务采购,为采购提供了一个全天候超时空的采购环境,降低了采购费用,简化了采购过程,大大降低了企业的库存,使采购交易双方形成战略伙伴的关系。

本地化采购的优势集中体现在:可以缩短交货时间及其变化幅度;满足频繁的小批量交货条件,易于获得价格优势及培养密切合作关系;信息的反馈和交流及时便利。

(2) 集中采购与分散采购相结合。分散采购就是企业将采购权分散到各个分支机构,由各个分支机构在核定的商品资金定额范围内,直接向供应商采购商品。