

面向21世纪高等学校精品规划教材·物流管理专业

主编 李恒兴 鲍 钰

采购管理 (第2版)

 **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

采购管理

(第2版)

主 编 李恒兴 鲍 钰

副主编 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。

本书的另一特色是,在指出必须根据企业的实际情况选择正确的采购方式的基础上,加强了对采购管理工作的关注,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、产品质量管理等多方面的内容,从理论与实际相结合的角度作了详尽论述。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中具有重大影响的政府采购和国际采购。

本书虽为高等院校专用教材,但我们也深信,从事企业采购管理工作的同志读过此书,也定会获益匪浅。

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. —2 版. —北京:北京理工大学出版社,
2011. 9

ISBN 978 - 7 - 5640 - 4040 - 6

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 112169 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](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

字 数 / 406 千字

版 次 / 2011 年 9 月第 2 版 2011 年 9 月第 10 次印刷

印 数 / 22001 ~ 23500 册

定 价 / 44.00 元

责任校对 / 陈玉梅

责任印制 / 吴皓云

图书出现印装质量问题,本社负责调换

丛书编写委员会

主任委员 陈 岩

副主任委员 黄 浩 赵继新

委 员 (以汉语拼音为序)

鲍 钰	曹霁霞	陈 立	陈秀凤	陈云天	黄 静
黄均勇	黄立君	简柳明	姜 波	蒋 云	李承霖
李春燕	李恒兴	李 倩	李 旻	刘小玲	刘振兴
陆炳坚	罗卫国	罗维燕	罗 毅	罗振林	马 赛
牛国崎	秦 蓁	石小平	孙浩静	屠琳桓	万义国
王 峰	王海元	王清娟	王艳艳	王治洪	吴毅州
严石林	杨承新	杨国荣	杨 敏	杨素梅	应来喜
游金梅	袁青燕	张 樊	张 敏	张 宁	张香莎
张 艳	张援越	周敢飞	周景浦		

第2版前言

PREFACE

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，并得以生存和发展。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，必须制定科学的采购战略策略，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。它不仅是一本好教材，而且对于从事采购管理工作的同志也定会补益。

本书编写充分考虑应用型人才培养的特点，从应用型人才培养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人才培养的特色。

本书自2007年7月出版以来已有近4年时间。此次再版在使用实践

的基础上,考虑全书章节的逻辑关系,将原版第4章供应商的管理,移至第10章电子商务采购之后,并对其内容做了必要的增删重组。

全书共分15章。第1章采购管理概述、第2章采购组织、第3章需求与供应规划、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章政府采购、第15章国际采购。

本书由李恒兴、鲍钰担任主编,刘湛担任副主编,其中

第1、12、13章由李恒兴编写;

第2、8章由鲍钰编写;

第3、4章由姜波编写;

第5、6章由刘阳威编写;

第7章由牟燕妮编写;

第9章由于国庆编写;

第10章由唐振武编写;

第11章由潘晓玉编写;

第14章由刘常宝编写;

第15章由刘湛编写。

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

CONTENTS

第 1 章 采购管理概述	(1)
1.1 采购管理的概念	(1)
1.2 采购的分类	(5)
1.3 采购过程	(11)
第 2 章 采购组织	(13)
2.1 采购组织的组建及原则	(13)
2.2 采购组织类型	(16)
2.3 采购组织的团队建设	(20)
第 3 章 需求与供应规划	(28)
3.1 采购市场调查	(28)
3.2 采购需求预测	(34)
3.3 外包决策分析	(41)
3.4 采购战略的制定	(45)
第 4 章 订货点采购	(51)
4.1 订货点采购概述	(51)
4.2 定量订货法	(54)
4.3 定期订货法	(62)
第 5 章 JIT 采购	(66)
5.1 JIT 采购的基本原理	(66)
5.2 JIT 采购的特点与优点	(70)

5.3	看板管理	(76)
5.4	JIT 采购的实施	(81)
第 6 章	MRP 采购	(86)
6.1	MRP 的原理	(86)
6.2	MRP 系统的构成	(96)
6.3	MRP 采购的实施	(106)
第 7 章	供应链采购	(109)
7.1	供应链概述	(109)
7.2	供应链采购的原理和特点	(112)
7.3	供应链采购的运营	(116)
第 8 章	招标采购	(125)
8.1	招标采购概述	(125)
8.2	招标采购的程序	(132)
第 9 章	电子商务采购	(143)
9.1	电子商务概述	(143)
9.2	电子商务采购概述	(149)
9.3	电子商务采购的实施	(154)
9.4	电子商务采购系统构成模型及案例	(156)
第 10 章	供应商管理	(163)
10.1	供应商管理概述	(163)
10.2	供应商调查	(165)
10.3	供应商开发	(169)
10.4	供应商的选择	(174)
10.5	供应商的评估与考核	(179)
10.6	供应商关系管理	(182)
第 11 章	采购成本管理	(187)
11.1	采购成本管理概述	(187)
11.2	采购成本分析	(190)

11.3	采购成本控制	(198)
第 12 章	采购合同管理	(206)
12.1	合同概述	(206)
12.2	合同的分类	(208)
12.3	合同的订立	(210)
12.4	采购合同的内容	(213)
12.5	采购合同的订立与履行	(219)
12.6	采购合同的争议与索赔处理	(223)
12.7	采购合同的变更、终止和解除	(225)
12.8	仲裁与仲裁裁决的执行	(226)
第 13 章	采购产品质量管理	(230)
13.1	产品与产品质量	(231)
13.2	产品品质定位标准	(234)
13.3	质量管理的实施	(235)
13.4	质量检验	(240)
第 14 章	政府采购	(250)
14.1	政府采购概述	(250)
14.2	政府采购制度和程序	(253)
14.3	政府采购中的法律制度	(258)
14.4	外国的集中采购机构	(261)
14.5	中国中央政府及香港特别行政区政府的集中采购	(262)
第 15 章	国际采购	(265)
15.1	国际采购概述	(265)
15.2	国际采购谈判	(267)
15.3	商品的名称、品质、数量与包装	(273)
15.4	国际采购价格	(280)
15.5	运输与保险	(289)
15.6	检验、索赔、不可抗力与仲裁	(300)
参考文献		(307)

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。而对采购管理的概念、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。在讨论采购管理之前，先将购买与采购的区别作简单分析。

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。购买有如下特点：

- (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, 另一层是“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、军队和其他社会团体;
- (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, 保证采购计划完成的活动。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。

采购管理和采购不完全一致, 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, 这是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, 这正是本书所要讨论的主题。

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、辅助材料等物料的需求计划; 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和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) 市场与供应商管理

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。采购人员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,必要时结束与供应商的合作等。

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料供应,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,通常情况下,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。

4. 采购管理的作用

采购管理是企业总体经营战略的重要组成部分,关系到企业的生存和发展,具有十分重要的作用。

1) 采购管理是企业正常生产的保证

任何企业的生产经营活动都由供、产、销三个环节组成,缺少了采购供应这个环节,就没有原材料、燃料、零部件、辅助材料及所需的一切物资,就无法组织生产。没有采购,企业的生产经营就成了无源之水,无本之木。

2) 采购管理是企业产品质量的基本保证

企业产品的质量当然与企业的生产加工过程有关,加工不当会影响产品质量,但是,没有合格的原材料,合格的设备和工具,就根本无法生产出合格产品,更不用说优质产品。

3) 采购成本是产品成本的主体部分

采购成本由订货费、保管费、购进费和进货费构成。采购成本,是产品成本的主体。采购成本的少许变化都会对产品的成本产生显著影响。过高的采购成本会降低企业的效益,削弱产品的市场竞争力。

4) 采购是企业与市场资源的接口

采购人员采购物资,主要和资源市场打交道。但是,资源市场与销售市场是混杂在一起的,采购人员在获取资源市场信息的同时,也能获取大量的销售市场信息,这些信息可为领导决策提供重要参考。

5) 采购是企业科学管理的开端

企业的物资供应是直接和生产发生联系的,采购方式决定和影响生产方式。科学的采购方式,必然要有与其相适应的科学的生产方式,并要求与供应和生产相关的整个企业管理模式发生根本性变革,实现企业管理的规范化、科学化和现代化。

6) 采购决定着企业产品周转速度

采购是企业生产的开端。采购不仅是企业生产的基本保证,而且在很大程度上决定了企

业产品的周转速度。采购人员必须解决采购物品的适时适量问题,必须实现与生产等环节的高度统一。这种统一,不但保证了生产而且节约了资金。否则,要么物料不到位,车间停工待料影响生产;要么到货物料超过需求,造成物料积压,使物料周转速度减缓,物料保管费用增加,甚至于花费大量的人力物力去处理积压,造成更大的浪费。

7) 做好采购工作可以合理利用物质资源

节约和合理利用物质资源,是开发利用物质资源的头等大事。采购工作须贯彻节约的方针,通过采购工作合理利用物质资源。第一,通过合理采购,企业可以防止优料劣用,长材短用;第二,优化配置物质资源,防止优劣混用。在采购中要力求优化配置和整体效应,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,要应用价值工程分析,力求功能与消耗匹配;第四,通过采购,企业可以引进新技术、新工艺,提高物质资源利用率;第五,要贯彻执行有关的经济、技术政策法律法规,如产业政策、综合利用和节能降耗等政策法律法规,拒购被淘汰的产品,防止违反政策法律法规的行为发生,做到资源的合理利用。

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。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,讨价还价,最后达成一致,得以成交的采购形式。

1) 传统采购的特点

传统采购中企业考虑最多的是产品的价格。虽然采购物资的数量、质量和交货期也是采

购企业关心的问题,但这些都不是首要的。而且这些问题都是通过事后验证的方法实现,及时性很差,经常给企业造成很大损失。

2) 传统采购的方式

(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(见第5章)采购、MRP(见第6章)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和定期订货法。订货点采购在现实中有广泛应用。

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合于标准或不太复杂产品的采购。

1.2.3 依据采购的范围划分

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。

当国内材料价格、品质、性能与国外材料相差无几时,通常选择国内采购。国内采购机动性强,手续简单方便。国内市场采购又分本地市场采购和外地市场采购两种。通常情况下,首先考虑本地市场,这样可以节约采购成本,减少运输时间,保障供应。在本地市场不能满足供应时,再考虑外地市场。

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。

国际采购的优点是: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问题;二是某些产品,我国虽然能够生产,但质量上还存在一定不足,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。

国际采购也有一些不足:一是交易过程复杂,影响交易效率;二是需要较高库存,加大了储存费用;三是路途遥远,无法满足急需;四是发生纠纷时,追索困难。

我国准许货物的自由进出口,但是这自由不是绝对的,属于下列情形之一的,国家禁止进口:

- (1) 危害国家安全和公共利益的;
- (2) 为保护人民的生命或者健康禁止进口的;
- (3) 破坏生态环境的;
- (4) 根据中华人民共和国所缔结或参加的国际条约、协定的规定,禁止进口的。

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。

2) 集中采购的不足

(1) 采购过程复杂,时效性差。要将下属各单位的需求集中起来,到实地采购,再将采购到的物资,分发到需求单位,要增加多道手续,往往还要增加多道运输环节,费时、费力,增加采购成本。

(2) 非共用性的物资,实行集中采购,难以获得价格优惠。对于一个大的企业,通常生产多种产品,需要许多种不同的原材料和零部件,勉强实行集中采购,往往不能达到批量优惠的目的。

(3) 采购与使用分离,缺乏激励因素,采购绩效差。由于实行集中采购,采购者与使用者相分离,导致采购成本的高低、质量的好坏、对未来生产经营带来何种影响,不与采购者产生直接的经济利害关系,采购者从而对采购绩效关心度下降。从采购的实践看,集中采购更容易出现品种规格不对路、价格偏高、供货不及时等问题,影响企业效益。

3) 集中采购的适用范围

(1) 集团实施的采购活动。作为大的企业集团,生产的产品多为系列产品,虽然产品规格型号多达千百种,但许多原材料、零部件是通用的。实行集中采购,可以充分享用集中采购带来的好处。

(2) 跨国公司的采购。随着经济的发展,企业经济实力的增强,不少企业走出国门,纷纷在国外不同地域投资建厂。由于区域经济发展的不平衡,原材料、零部件,在价格上会产生不同程度的差异。实行跨国跨地区集中采购,不仅可以享受批量采购带来的优惠,更能获得价差所带来的产品成本优势。

(3) 不同企业之间的联合采购。同城企业或邻近地区的企业,在产品相同或相近的情况下,在采购相同原材料或零部件时,为了共同的利益,可以实施联合采购。尤其在企业规模比较小的情况下,更有必要。

(4) 商贸企业的联合采购。随着经济的发展,人们生活水平的提高,连锁零售企业蓬勃发展。不仅美国的沃尔玛、法国的家乐福等零售连锁企业登陆我国,迅速拓展,就是本土的连锁零售企业,也在以每年百分之二十左右的速度增长。毫无疑问,这些为数众多的企业