

物料采购学

崔玉成 袁忠勤 主编

W

ULIAOCAIGAOXUE

·2

中国铁道出版社

(京)新登字 063 号

内 容 简 介

本书反映了市场经济条件下物资采购学的基本理论、运作规律和具体方法。

主要内容包括：物资采购概述；物资市场环境；物资采购计划与采购决策；物资采购策略与技巧；现货采购与期货市场；物资采购成本经济分析与控制；采购公关与采购人员素质；采购业务的计算机管理等部分。

本书可用作物资专业大专教材和中专教学参考书，并可供物资流通领域领导干部、科研人员、管理人员、采购业务人员工作、学习参考。

物资采购学

崔玉成 袁忠勤 主编

中国铁道出版社出版

(北京市东单三条 14 号)

责任编辑 潘茂林 封面设计 赵敬宇

铁道部天津物资管理干部学院印刷厂印

开本：787×1092 1/32 印张：9.5 字数：219 千

1995 年 9 月 第 1 版 第 1 次印刷

印数：1 1500 册

ISBN 7-113-02184-0/U·626 定价：10.00 元

序

根据形势发展的需要,铁道部天津物资管理干部学院部分教师勇于探索、大胆尝试,编著了《物料采购学》一书。这对于填补经贸类院校教材的空缺,完善物资管理专业学科体系,充实物料采购理论与实践,有着积极的现实意义。

现代市场营销的核心,是在社会允许条件下,企业通过满足消费者需求使自身得到利润。采购与营销,是市场主体介入市场的互为条件、相互制约的两个经营行为。营销以采购为基础,采购以营销为前提。物料采购,作为市场经济活动中的一种独立行为,有其自身的理论、策略、方法和技巧。《物料采购学》从介绍采购基本概念和分析我国社会主义市场经济条件下的市场环境入手,重点讲述了经贸活动中的采购计划、决策、策略和技巧,这对于人们充分认识采购工作的作用是十分有益的。同市场营销一样,经济效益是采购业务的出发点和归宿。书中以案例分析为主,对物料采购成本的控制作了介绍,以强化采购人员重视经济分析的意识。《物料采购学》又是一门与“市场营销”等多学科有关的综合学科。它在论述实现市场的基础上,讲解了现货采购与期货市场,并就采购中的公共关系和采购人员素质作了阐述。随着社会主义市场经济体制的逐步建立,企业购物者将具有越来越多的灵活性和选择权。这主要体现在购买方式的选择上,如直接购买或通过代理商购买;招标采购或定向购买、定渠道购买、定厂家购买;定价购买或定产品功能购买、定组合购买等。该书涉及的采购基础理论知识和采购策略、技巧等,对购物权的实施,无疑是十分重要的。

纵览全书,确有新意,犹如幼苗钻出大地。期盼阳光与

而露的滋润。值此作序，希得到更多的支持与帮助，望新苗茁壮地发育成长。

傅 中

1995 年 4 月

前 言

供求规律是市场经济的基本规律。供给制约着销售,需求决定了采购。经营销售的理论和实践业已为人们普遍关注,见诸于大量国内外著作和研究资料。可是,几乎包括1912年世界第一本《市场学》问世以来的所有市场学教科书都很少涉及采购理论和策略。这应视为市场不够发达和企业产品成本不尽合理的理论缺陷。

当今,不管企业规模的大小、技术水平的高低,也不论企业经营处于“卖方市场”还是“买方市场”,从事赋形产品生产及流通的企业均离不开物料采购。物料采购是企业经营活动的起点;是企业联系市场的桥梁。物料采购成本及效率的高低,在相当大程度上决定了企业的经营效益。

今天,我们将《物料采购学》这本《市场营销学》的姊妹篇奉献给读者,旨在向广大物资工作者介绍物料采购的基础知识和基本原理,向企业决策者、采购人员提供物料采购策略和技巧,为经贸类专业献上一本不成熟的教材。一句话,为企业赢得市场竞争增加筹码。

本书的主要内容包括了对物料市场环境的分析和物料采购计划、决策、策略、技巧以及采购成本的分析与控制等理论问题。我们希望通过这些问题的讲述,能对从事物料采购工作者进一步了解和掌握物料采购知识有所帮助;对参加这门年轻学科理论研究人员探索热情有所激励;对促进采购工作的科学化和不断提高管理水平有所启迪。

我们认为:取“物料”替代“物资”、“材料”等词对于描述生产资料更为确切。但为了兼顾同义词的共存,书中除主体论述中选用“物料”一词外,尚保留了一些习惯用语。如:

“物资流通”、“物资信息”、“材料工程”等。

参加本书编著的人员有：杨传杰（第一章）、崔玉成（第二章）、刘赫忱（第三章）、刘景福（第三、第七章）、袁忠勤（第四、第五章）、张福宏（第六章）、胡仿民（第八章）。由崔玉成、袁忠勤担任主编。编写过程中，铁道部天津物资管理干部学院梅德富、李辑文同志提供了有益资料并提出了中肯意见。本书由中国铁路物资总公司傅中同志主审定稿。

该书问世，意在抛砖引玉，推陈出新。由于时间仓促，水平有限，书中定有疏漏和欠妥之处，恳请批评斧正，共促学科完善。

编 者

1995 年 3 月

目 录

第一章 物料采购概述.....	(1)
第一节 物料采购的基本功能及内容.....	(1)
第二节 物料采购的原则及分类.....	(6)
第三节 识料与采购	(11)
第四节 物料采购的经济效益	(27)
第二章 物料市场环境	(29)
第一节 市场概述	(29)
第二节 宏观调控与资源配置	(38)
第三节 双轨经济体制下的供给短缺	(46)
第四节 供求价格弹性与蛛网定理	(48)
第五节 物资流通渠道	(64)
第三章 物料采购计划与采购决策	(78)
第一节 采购计划	(78)
第二节 采购过程.....	(107)
第三节 采购决策.....	(110)
第四节 决策内容.....	(116)
第四章 物料采购策略与技巧.....	(133)
第一节 采购策略.....	(133)
第二节 采购技巧.....	(146)
第三节 采购方式.....	(152)
第四节 采购业务谈判策略.....	(158)
第五章 现货采购与期货市场.....	(177)
第一节 概述.....	(177)
第二节 我国期货市场的培育与发展.....	(179)
第三节 期货交易和期货合同.....	(182)

第四节	期货业务·····	(184)
第五节	期货交易所·····	(189)
第六节	交易所交易规则·····	(195)
第七节	期货经纪商管理规定·····	(205)
第六章	物料采购成本经济分析与控制·····	(212)
第一节	综述·····	(212)
第二节	几个不同的“成本”概念·····	(213)
第三节	物料采购成本·····	(216)
第四节	物料预算与存量控制·····	(220)
第五节	物料采购成本的经济分析与控制·····	(232)
第七章	采购公关及采购人员素质·····	(247)
第一节	采购中的公共关系·····	(247)
第二节	采购组织与人员素质·····	(263)
第八章	采购业务的计算机管理·····	(277)
第一节	采购作业系统研究·····	(278)
第二节	采购业务信息分析·····	(280)
第三节	采购业务计算机管理系统设计基础·····	(286)

第一章 物料采购概述

第一节 物料采购的基本功能及内容

一、采购的基本功能

物料采购从本质上说，是一种交易行为，是货币持有者用货币在市场上购买生活资料和生产资料的活动。

购买生活资料是为了维持和提高生活水平；购买生产资料则是为了维持简单再生产和实现扩大再生产。对于企业来说，采购活动是不可须臾离开的基本经济活动。因为，离开了生产资料供应，企业就不能生存。本书讨论的范畴是生产领域的采购活动，“物料”一词也是指生产资料。

从功能上看，物料采购有以下特征：

（一）物料采购是企业直接或间接获取生产资料的技术经济活动

采购虽然说是用货币换取商品的交易行为，但对于生产企业来说，这种交易从来都不是纯经济活动，不是纯粹的买卖，而是一种技术经济活动。

一个企业，尤其是大、中型企业，所消耗物料的数量是巨大的，品种、规格、型号是复杂的，涉及到的技术问题和经济问题也是多种多样的，而且技术问题往往和经济问题融合在一起。在过去计划经济体制下，企业消耗的物资大部分由国家分配，实行定点产需衔接。企业对物料和供应厂家的可选择余地很小。社会主义市场经济体制的确立，使得国家指令性分配的物资日趋减少。可以预见，随着市场体制的逐步发育和完善，生产资料全部投入市场只是个时间问题。届

时，所有生产企业必须到市场上去采购全部物资。要做好企业所需物料的采购工作，必须有一支既懂经济又懂技术，既善于把握市场动态，又联系广泛的采购队伍。

企业向供应厂商的采购属于直接采购，供应商向生产厂的采购则属于间接采购。

（二）物料采购是企业与市场相联系的主要纽带之一

市场经济中的企业，一方面要把自己的产品或劳务投入市场，另一方面，又要向市场采购所需的原材料、燃料（能源）、设备、工具等。一个善于在市场经济的“大海”中“游泳”的企业，不仅应善于把自己的产品推向市场，而且也应当能够及时、齐备、质量良好、经济合理地从市场取得所需的生产资料。

企业的采购活动不单是使企业获得生产资料。由于采购部门在社会上接触广泛，在采购活动的同时，还可以获得众多的技术、经济、科技信息和情报。这些信息和情报对于向企业提供新材料、新设备，报导市场动态、预测市场趋势，乃至开发新产品、促进企业业绩都是极大的帮助。

（三）采购是商流的关键环节

商流是指物资在社会流通过程中所有权的转移过程。商流是物流的先导和基础，而物流则是商流的目的。同时，物流又是社会流通的主体。在商流过程中，实现物资所有权的转移要借助许多环节。其中，最关键的是购销环节。它表现在对商品所有权转移的确认。没有这个环节，其它商流环节不是没有意义，就是不可能进行。而所谓购销环节，对于卖方来说称之为销售，对于买方来说，就是采购。

我国是一个发展中的社会主义国家。建国四十多年来，虽说经济上已有了突飞猛进的发展，但国家大、人口多、底子薄、摊子广的特点将长期制约着社会财富增长。这就从根本

上决定了，从物资供应这一点上讲，我国的经济在一个较长的历史时期内，仍将是短缺经济。换句话说，社会物资的极大丰富绝不会在短期内实现。这就决定了，我国的生产资料市场在很大程度上，在较长历史时期内就总体而言，仍将是卖方市场。在这种情况下，物资流通的购销环节，主要还是以买方的行动为标志的采购形式，而不是以卖方行为为标志的推销形式出现。

二、采购活动的内容

一项完整的采购活动，应包括以下内容：

（一）分析市场，寻找料源

寻找料源是采购活动的开始，也是重要的采购步骤。在计划经济体制下，对于国家分配的物资，料源渠道是相对固定的，企业基本上没有选择的自由。在市场经济条件下，一般的企业总是一方面希望有广阔的、灵活多样的渠道，同时，又希望有相对稳定的有保证的料源。这就存在一个主渠道的问题。在日益广泛的生产资料市场上，如何选准主渠道，如何开辟多渠道，是企业分析市场，寻找料源的主要内容。

（二）联系洽谈，获取资料

洽谈是采购的重要环节，也是采购活动的技巧所在。对于头一次打交道的供应厂商，应对其进行全面的了解，这必须依靠洽谈来进行。一般地说，洽谈过程大体上分为以下两个阶段（或称两个层次）：

第一阶段，洽谈的目的是对供应厂商进行一般性地了解。从口头上、书面上和实物上获取所采购物料在品质、数量、交货能力、交货及时程度、售后服务等方面的信息。如果供应方是物料生产厂，必要时还可以要求观看生产过程以判断其产品的质量。对于技术性较强或对本企业生产至关重要的物

料，可以进行购前抽样检验，以确认物料符合要求的程度。通过第一阶段的洽谈，认为该供应厂商的物料符合要求（主要是技术上的要求）时，洽谈就可转入第二阶段。

第二阶段洽谈的目的是议价和签约。

在以上两阶段的洽谈过程中，如发现有重大的或不容本企业忽视的技术上、经济上、法律上的问题，或在成交价格上没有达成协议的可能时，可终止或暂时终止洽谈。

（三）报价与议价

购销的成交价格是物料采购中最敏感的问题。由于价格问题是买卖双方利益的焦点。

所谓报价是买方在已具有购买动机的情况下，要求卖方提供的基础价格。

在卖方市场的背景下，对于某些短缺物资，卖方所报的价格常常就是成交价，换句话说，由于物资紧俏，卖方立场强硬，在价格上没有可谈判的余地；但是对某些社会资源充足的物资，卖方为了扩大销售，可以在批量大小、固定供应关系、同行业竞争等问题上考虑压低价格。

在议价的过程中，买卖双方除了要尽力达成一个与自身有利的价格外，还要考虑对方承受此价格的意愿和能力，双方都知己知彼，成交的可能性才大。

（四）办理采购手续

成交价格议订以后，就可以正式办理购销手续。购销手续可以是签订购销合同。对于现货采购的卖方可以开具发货票或调拨单。同时，买方办理支付货款手续。

（五）发（送）货或提运

根据双方的议定，供需双方须共同确认交货方式。由供方承担的交货，同地可以实行送货，异地可以实行代运；由需方承担的交货，同地可实行自提，异地可实行自提运。

（六）验收

验收是企业仓库里的一项作业，同时又是采购活动的一个重要环节。其共同目的是检验进入本企业物资的数量和质量，也是对所采购物料可用性的最终确认。在验收中发现物料的质量和数量问题，也应由有关采购人员向供方交涉。

一般地说验收合格以后，作为一项业务工作，采购的任务已经完成。但作为一项经济活动，采购的环节并未结束。

（七）采购成本的分析与比较

采购成本可用三种方式核算。第一种是将物资的采购价格（成交价格）算做采购成本。这种方式很粗略，完全不考虑采购工作所必然要发生的各种附加费用。在实际工作当中，如果每次采购所发生的附加费用基本相同，则可以粗略地用这种方式来估计采购成本；另一种方式是将每次（批）采购所发生的附加费用（包括订货费、包装费、运费、差旅费、通讯费等）均摊在单位物料金额上，以做采购成本；第三种方式是将每次（批）所采购物料的总金额加上附加费总额，然后再均摊到单位物料或单位物料金额上以做采购成本。

以上三种核算方式各有利弊，但第三种方式的综合性较强。

采购成本是一种可比性的技术经济指标，通过对采购成本的核算、分析和比较，一方面可以纵向地比较本企业不同时期物料采购的经济代价，另一方面也可以横向地比较各个企业在物料采购方面所付出的不同的经济代价。

（八）建立有关物料采购的技术经济档案

从事市场经济活动，最重要的是把握市场动态，及时了解某种带有趋势性的影响因素。要做到这一点，必须依靠大量的历史统计资料。所以，建立有关采购工作的技术经济档案，把每次交易活动的情况和有关数据累积记录在案，加以

必要的整理，这不仅仅是对过去工作的总结和单纯的数字统计，同时也是指导我们把握市场规律，促进今后采购工作的利器。

（九）积极处理积压报废物资

积压报废物资在每个企业或多或少都有一些。造成积压报废的因素常常是多方面的。也可能是由于采购不当造成的，但不管怎么说，做好这项工作，不但可以解放本企业的流动资金，还可以为社会提供资源。有些非技术原因报废的物资，还可供其它单位使用。总之，这项工作可以看作是“逆向”采购工作，它对提高企业本身的经济效益和社会经济效益都是十分有利的。

第二节 物料采购的原则及分类

一、物料采购的原则

物料采购工作应遵循“四适”的原则。所谓“四适”是指：适量、适质、适时、适价。

（一）适量

适量，就是在一定的条件下，控制好每次采购的批量。批量过大，会造成库存量加大，不但占用大量的流动资金，还要支出不少的保管保养费用；批量过小，又会造成进货过于频繁，加大了进货费的支出。

要准确解决这个问题，可以应用存储论中的经济批量数学模型（EOQ 模型）来进行求解。求解的结果是最佳进货批量或对应的最佳进货周期。当然还可以计算出最低总费用，有关方面的阐述，可参阅本书第六章，在此不再赘述。

在不具备应用经济批量数学模型的条件，也可以根据

经验来确定采购批量，此时，虽不能得到最优化的结果，但一般可使采购批量处于较为合理的可控状态。

（二）适质

适质就是所采购物料的质量适宜。在产品的设计和制造中，对于所使用的各种材料的材质的选择是以满足产品的功能为目的的。满足了某功能就达到了目的。不能满足功能当然不行，超过了这种功能也没有用，其结果就会加大生产成本。例如，为了解决某种产品外壳的防锈蚀问题，可以采取普通钢材镀覆或涂漆的方法，也可以使用不锈钢（耐蚀钢）。而不锈钢的价格比普通钢贵得多。使用普通钢成本较低，使用不锈钢成本就高。

所以，在采购物料时，一定要兼顾满足功能和降低成本，使物料具有适当的能够满足生产要求的材质。

（三）适时

适时就是要求采购的时间要符合企业生产作业的拍节。为了保证生产，采购进料的时间必须超前于生产的需求。但是超前得太多，又会影响资金的周转而且会加重仓库的负担。对于一次性的需求，进料时间究竟应超前于生产需求多少？不同的企业、不同的生产、不同的物料，这段时间是不相同的。另外，对于补足生产中日常消耗的物料，也存在一个采购周期的问题。

解决这两个问题，前者需要由投料所需的整備时间（备料时间等）来定；后者，如果没有其它的要求，一般可取经济批量数学模型中的最佳进料周期。

另外，直接采购和间接采购的超前期是不相同的。间接采购的超前期长一些，因为还要考虑到对用户的备料和发运时间。

（四）适价

毋庸置疑廉价是购物的基本原则。正常情况下，同一种物资，优质优价是市场价格的一般规律。价廉物美固然是每个采购者都追求的目标，但“一分价钱一分货”也是采购者必须顾及到的现实问题。从这个意义讲，单纯追求低价往往使所采购物料的质量没有保证。只有在做到“适质”的条件下力争价廉才是采购工作的原则。

除了“四适”以外，要力争本企业的进料主渠道（如主要原材料、燃料的进料渠道）相对固定，使本企业与供应单位保持密切的联系，这也是采购工作必须遵循的一个原则。

二、物料采购的分类

物料采购是一项广泛的社会性活动。按照其进行的方式、方法和特征可分为如下种类：

（一）按供方的交货时间分

按供方的交货时间可分为现货采购和期货采购。

我国的采购人员比较熟悉现货市场，而对期货交易尤其是期货市场比较陌生。期货交易在西方国家已经经历了一百多年的历史，有一套较成熟的做法。近年来我国建立了若干粮食、有色金属、石油产品等期货交易市场。随着社会主义市场经济的确立和完善，我国的期货交易和期货市场正在蓬勃地发展。

（二）按采购的权限分

按采购的权限，可分为集中采购和分散采购。

有些企业规模比较大或者是企业集团，有的企业比较分散，组成企业的各部分相距较远。为适应这种情况，必然提出采购权限的划分问题。集中采购一般指企业一级的物资部门为企业进行的采购；分散采购是指企业的组成部分（下属部门、子企业）、基层单位等按授予的采购权限为本部

门、本单位进行的采购。

恰当组织好集中采购和分散采购，是加强企业物料管理和优化企业与市场衔接的一个重要方面。

（三）按供需双方之间的关系分

按供需双方之间的关系，可分为直接采购、间接采购（委托采购）和调拨采购。

直接采购是指企业直接向生产厂商的采购；间接采购是指通过代理机构进行的采购，因而也叫委托采购，调拨采购是企业间带有调剂余缺性质的采购。

（四）按采购的地区分

按采购地区，可分为国内采购和国外采购。

改革开放以来，企业与国际经济环境的接触日渐密切，从国外引进技术、设备乃至成套生产线的企业越来越多。应注意的，除了中外合资或独资企业以外，国内企业一般不宜从国外采购原材料。引进技术设备时也应慎重从事，在引进前要作周密的考察。既要考察其实际的先进性，又要结合我国的国情和本企业的情况综合研究其可行性，避免盲目采购、盲目引进。

（五）按采购的计划程度分

按采购的计划程度，可分为计划性采购和市场性采购

计划性采购是根据企业的生产资料采购计划进行的采购。生产资料采购计划是在精确计算各项物料的需要量和储备量的基础之上编制的；市场性采购是指采购计划数字以外（通常是大于计划数量）的采购。市场性采购的物资都是企业经常需要而资源又较紧缺的物料，这些物料在市场上很不稳定，不是随时都能采购到。所以，应该适当加大实际的保险储备量，只要市场上有，就可以多采购一些，以保证生产所需。