

采购师职业技能鉴定培训教程

采购师基础知识

王爱晶 王 刚◎编著



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

采购师职业技能鉴定培训教程

采购师·基础知识

符莎莉 主 审

王爱晶 王 刚 编 著

冯彬蔚 赖新英 参 编

龚 雪 陈雪鹏

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

《采购师基础知识》旨在帮助采购从业人员拓宽知识面，并在企业中展现出良好的职业综合素养。

本书以采购师职业技能鉴定标准为依据，内容主要包括采购师职业道德、商品学、商品流通学基础知识，物流基础知识，市场营销基础知识和商务谈判基础知识，相关法律法规知识，工商、税务和财务知识以及电子商务基础知识。

本书适用于采购师职业培训各个级别（采购员、助理采购师、采购师、高级采购师），包括商贸流通业、生活服务业、制造业、政府采购部门等所有涉及与物料的供给与管理有关的企事业单位、政府部门的在职工作人员；或有志于从事采购与供应链工作的下岗失业人员、就业前人员、转岗转业人员、农村劳动力和退役军人；以及研究生、本科、大中专院校的在校学生。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

采购师基础知识 / 王爱晶，王刚编著. —北京：电子工业出版社，2014.8

采购师职业技能鉴定培训教程

ISBN 978-7-121-23983-0

I. ①采… II. ①王… ②王… III. ①采购管理—职业培训—教材 IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2014）第 169480 号

策划编辑：张云怡

责任编辑：郝黎明

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司

装 订：三河市鑫金马印装有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：787×1 092 1/16 印张：17 字数：435.2 千字

版 次：2014 年 8 月第 1 版

印 次：2014 年 8 月第 1 次印刷

定 价：38.90 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

采购师职业技能鉴定教程

编审委员会

主 任：杨耀基

常务副主任：张 杰 高新和 王燕凌

副 主 任：朱志坚 肖 旭 余刚灵 胡延华 缪兴锋

委 员：舒迅鸿 魏祁蔚 陈玉芳 孟宪军 陈朝萌

胡 梅 智平华 眭灵慧 杨起生 朱腊云

张小彤 罗朝霞 陈海权 张学志



PREFACE

为了实现科学合理的采购管理，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职业资格认证制度。我们集聚行业内专家于 2013 年 6 月完成《采购师国家职业标准》修订工作（以下简称《标准》）。即以 2005 年劳动部颁布的《采购师国家职业标准》为基础，结合广东经济发展对采购从业人员岗位能力需求的实际，开展对《采购师国家职业标准》的修订工作。并组织参加《标准》修订和审定的专家与产业集群的有关专家对广东省采购行业进行广泛调研，细分高级采购师、采购师、助理采购师、采购员每一级别的工作岗位职责所对应的主要知识点，编著了《采购师职业技能鉴定系列教程》（以下简称《教程》）。

《教程》的大纲紧贴《标准》的基本要求，《教程》的内容紧贴《标准》的工作要求，围绕其工作内容、技能要求和相关知识展开。内容上力求体现“以职业能力为核心，以职业活动为导向”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。本《教程》以“必须、够用、实用”为度，从实际应用出发，理论联系实际，避免不必要的理论探讨和阐述，强化了实用性和实践能力的训练与培养。本《教程》编写中注重知识的科学性和先进性以及与企业实际的贴近，内容上吸收了企业先进的采购与供应管理的实践经验，以适应采购管理的快速发展。

《采购师基础知识》适用于采购师职业培训各个级别（采购员、助理采购师、采购师、高级采购师）基础知识的培训。包括商贸流通业、生活服务业、制造业、政府采购部门等所有涉及与物料的供给与管理有关的企事业单位、政府部门的在职工作人员；有志于从事采购与供应链工作的下岗失业人员、就业前人员、转岗转业人员、农村劳动力、退役军人；以及研究生、本科、大专和中职院校的在校学生。

其内容主要包括采购师职业道德、商品学以及商品流通学基础知识、物流基础知识、市场营销基础知识、商务谈判基础知识、相关法律法规知识，以及工商、税务和财务知识和电子商务基础知识。目的是使有意愿从事采购职业者能够拓宽相关采购知识面，并在企业中展现出良好的职业综合素养。

本书的编写得到编委会成员的很多宝贵意见和建议，在编写过程中得到广东省职业技能鉴定指导中心、广州物流职业教育集团、广东省采购与供应链协会等单位大力支持，在此一并表示感谢。

由于笔者的学识和能力所限，也由于采购管理正在快速发展，本书存在许多不足之处，敬请读者批评指正。

王爱晶

2014 年 6 月 30 日

目 录

CONTENTS

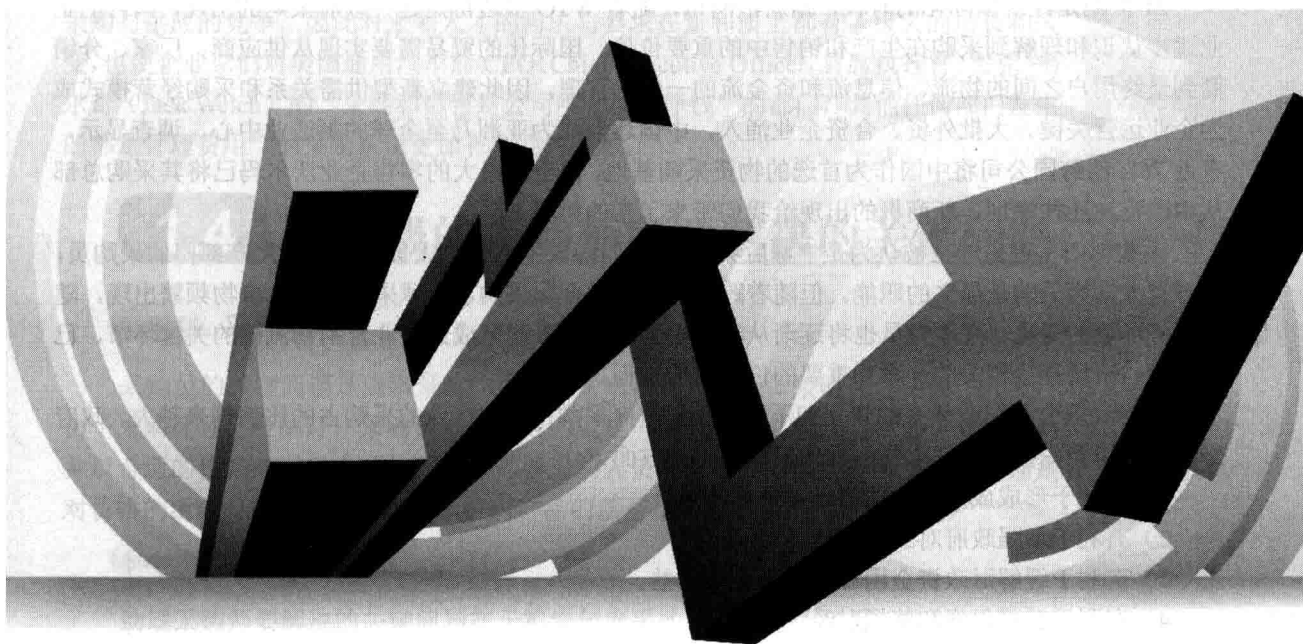
单元 1 采购师国家职业标准概述.....1	
1.1 采购及采购师.....2	
1.2 采购在政府和企业中的重要作用.....2	
1.3 采购师已成为我国目前非常紧缺的人才.....3	
1.4 不同级的采购师所要解决的关键问题.....3	
1.4.1 采购员.....3	
1.4.2 助理采购师.....3	
1.4.3 采购师.....4	
1.4.4 高级采购师.....4	
单元 2 采购基础知识.....5	
2.1 采购的概念、类型及管理.....8	
2.1.1 采购的概念.....8	
2.1.2 采购的类型.....8	
2.1.3 采购管理.....9	
2.2 采购业务流程.....13	
2.3 采购方式.....15	
2.3.1 现货采购、远期合同采购和期货采购.....15	
2.3.2 集中采购与分散采购.....16	
2.3.3 直接采购与间接采购.....17	
2.3.4 招标采购.....17	
2.3.5 网上采购.....18	
单元 3 商品学基础知识.....19	
3.1 商品分类.....22	
3.1.1 商品分类的概念和原则.....22	
3.1.2 商品分类的作用和方法.....23	
3.1.3 商品分类标志.....26	
3.1.4 商品代码、商品编码与商品条码.....28	
3.2 商品标准与标准化.....31	
3.2.1 商品标准.....31	
3.2.2 标准化及其形式与方法.....33	
3.3 商品质量与商品检验.....37	
3.3.1 商品质量管理.....37	
3.3.2 合格评定与质量监督.....41	
3.3.3 商品检验及检验方法.....43	
3.3.4 商品品级.....47	
3.4 商品包装.....48	
3.4.1 商品包装概述.....48	
3.4.2 包装材料.....52	
3.4.3 包装技术及标识.....53	
3.5 商品储存与养护.....56	
3.5.1 商品储存.....56	
3.5.2 商品养护.....61	
3.6 商品流通.....63	
3.6.1 商品流通组织.....63	
3.6.2 商品流通中介组织.....68	
3.6.3 商品流通政策.....72	
单元 4 物流基础知识.....75	
4.1 物流及其构成要素.....76	
4.1.1 物流概述.....76	
4.1.2 物流构成要素.....77	
4.2 物流系统及其规划.....79	
4.2.1 物流系统.....79	
4.2.2 物流系统规划.....80	
4.3 运输与配送管理.....81	
4.3.1 运输方式及其特点.....81	

4.3.2 铁路货物运输	82	6.1.2 沟通过程	136
4.3.3 公路货物运输	83	6.2 客户关系管理知识	139
4.3.4 水路运输和航空运输	84	6.2.1 客户关系管理概述	139
4.3.5 配送	85	6.2.2 客户关系管理的内容	140
4.4 库存管理	87	6.2.3 客户关系管理的基本模式	141
4.4.1 库存的作用与类型	87	6.2.4 客户关系管理的实施	141
4.4.2 库存管理的目的	88	6.3 商务谈判策略	142
4.4.3 库存量的控制方法	89	6.3.1 商务谈判策略的含义	142
4.4.4 降低库存的措施	90	6.3.2 商务谈判策略的构成要素	143
4.5 物流与供应链管理	90	6.3.3 制定商务谈判策略的步骤	143
4.5.1 企业物流的概念	90	6.3.4 商务谈判策略的类型	144
4.5.2 企业采购与供应物流管理	91	6.4 商务谈判礼仪知识	147
4.5.3 企业生产物流管理	91	6.4.1 迎送礼仪	147
4.5.4 企业销售物流管理	92	6.4.2 会谈礼仪	148
4.6 第三方物流管理	93	6.4.3 签约礼仪	148
4.6.1 第三方物流的概念与特征	93	6.4.4 商务信函礼仪	149
4.6.2 第三方物流的服务内容	93	6.5 公共关系基础知识	149
4.6.3 第三方物流的合同管理	94	6.5.1 公共关系的概念和特征	149
4.7 物流信息化	94	6.5.2 公共关系的对象	151
4.7.1 物流信息化对现代物流发展的 影响及其目的	94	6.5.3 企业公共关系	156
4.7.2 物流信息化的要求	95	6.5.4 政府公共关系	158
4.7.3 综合物流信息系统的功能	95	单元7 相关法律、法规知识	161
单元5 市场营销基础知识	97	7.1 合同法律制度	163
5.1 市场营销概述	99	7.1.1 合同法律制度概述	163
5.1.1 市场和市场营销	99	7.1.2 合同的订立	164
5.1.2 市场营销相关概念	101	7.1.3 合同的效力	166
5.1.3 市场营销观念的演变	104	7.1.4 合同的履行	167
5.2 市场分析	106	7.1.5 合同的担保	169
5.2.1 营销环境分析	106	7.1.6 合同的变更、转让和终止	170
5.2.2 竞争对手分析	115	7.1.7 违约责任	171
5.2.3 消费者分析	117	7.2 政府采购法律制度	172
5.3 营销管理	121	7.2.1 政府采购与政府采购法概述	172
5.3.1 营销管理的任务	121	7.2.2 政府采购当事人	173
5.3.2 营销战略	122	7.2.3 政府采购的方式和程序	174
5.3.3 营销策略	127	7.2.4 政府采购合同	176
单元6 采购谈判基础知识	131	7.2.5 政府采购质疑与投诉	177
6.1 沟通基础知识	133	7.2.6 政府采购监督管理与法律责任	177
6.1.1 沟通的含义和类型	133	7.3 招投标法律制度	178
		7.3.1 招投标法概述	178
		7.3.2 招标	179

7.3.3 投标	181	8.3.1 财务管理概述	218
7.3.4 开标、评标和中标	182	8.3.2 资金时间价值和风险分析	219
7.3.5 投诉与处理	185	8.3.3 筹资基本方式	221
7.3.6 法律责任	185	8.3.4 现金管理	222
7.4 其他相关法律	185	8.3.5 应收账款管理	223
7.4.1 产品与产品质量	185	8.3.6 采购成本管理	224
7.4.2 消费者权益保护法律制度	188	8.3.7 财务报表分析	226
7.4.3 商标法律制度	189		
7.4.4 反不正当竞争法律制度	192	单元9 电子商务	231
7.4.5 广告法律制度	194	9.1 电子商务的应用模式及发展	234
7.4.6 价格法律制度	196	9.1.1 电子商务模式	234
7.4.7 公司法律制度	198	9.1.2 电子商务的应用领域	234
7.4.8 《反海外贿赂法》相关知识	201	9.1.3 电子商务模式发展	237
单元8 工商、税务和财务知识	203	9.1.4 电子商务新兴平台	238
8.1 工商行政管理知识	205	9.2 电子商务支撑环境	240
8.1.1 工商行政管理的内容与作用	205	9.2.1 电子商务发展的技术环境	240
8.1.2 工商行政管理的法律体系	206	9.2.2 电子商务发展的社会环境	242
8.1.3 工商行政管理的行政行为	206	9.2.3 电子商务发展的经济环境	243
8.1.4 登记注册管理	207	9.3 电子商务安全	245
8.1.5 市场监督管理	208	9.3.1 电子商务安全的基本问题	245
8.2 税务知识	209	9.3.2 技术性攻击	246
8.2.1 税收的概念及特征	209	9.3.3 非技术性攻击	247
8.2.2 税收的分类	209	9.3.4 电子商务信息安全及防御策略	249
8.2.3 税法及构成要素	210	9.4 电子支付	250
8.2.4 流转税及其税种	212	9.4.1 支付方式的变革	250
8.2.5 税收征收管理	217	9.4.2 各种支付方式	254
8.3 财务知识	218	附录 采购师国家职业标准	257

单元1

采购师国家职业标准概述



1.1 采购及采购师

1. 采购

采购是指从执行组织以外获取货物或服务的过程。采购可以有多种分类方式,如果按照其形态分,采购可以分为有形采购和无形采购,其中有形采购包括货物采购和工程采购,无形采购包括服务采购;如果按照采购主体分,采购可以分为个人采购、家庭采购、企业采购和政府采购。采购专业资格与其他职称的职业一样,作为一名成功的采购专业技术人员也需要一套知识结构和各种技术和能力。其中主要知识结构包括法律知识、经济知识、财务会计知识、商品知识、计算机和外语知识、外语知识等;技术和能力包括实际采购技术能力、市场分析与判断能力、缔约与履约验收的能力、采购管理能力等。

2. 采购师

采购师是指从事商品和服务采购工作的人员。本职业共分为4个等级,分别为采购员(国家职业资格四级)、助理采购师(国家职业资格三级)、采购师(国家职业资格二级)、高级采购师(国家职业资格一级)。职业要求身体健康,具有较强的表达、沟通、判断、计算、信息处理和组织协调能力,视觉、听觉正常,色觉敏锐。

1.2 采购在政府和企业中的重要作用

21世纪是经济国际化的时代,据新浪网讯,随着WTO多边协定之一政府采购的出现,国内的企业逐步认识和理解到采购在生产和销售中的重要价值。国际化的贸易需要实现从供应商、厂家、分销商到最终用户之间的物流、信息流和资金流的一体化管理,因此建立新型供需关系和采购经营模式成为企业运营关键。大批外资、合资企业涌入,中国逐渐成为亚洲乃至全球的制造业中心,调查显示,有近76%的跨国公司将中国作为首选的物资采购基地,像全球最大的零售企业沃尔玛已将其采购总部从中国香港迁往深圳,新商机的出现给我们带来了新的挑战。

采购部门在过去一直被认为是“幕后英雄”。人们印象中的采购人员就是一些生产部门的采购员,甚至有人认为采购是孤立的职能。但随着跨国采购、联合国采购、全球采购等新生事物频繁出现,随着经济环境的变化,采购人员也将逐渐从幕后走向前台。采购已成为企业营销物流链的关键环节,已被视为与市场直接相关的一系列重要的价值增值过程。

由于我国公共财政体系的建立和不断完善,政府采购在公共事业的采购占的比例越来越大,政府采购制度将会变得越来越重要,具体表现在4个方面。

- 1) 有利于形成成熟完善的市场竞争体系。
- 2) 有利于增强政府对经济调控。
- 3) 有利于缓解财政资金困难和提高使用效益。
- 4) 有利于反腐倡廉和整顿财经秩序。

我国政府采购制度起步较晚,目前依然处于快速发展的初期阶段。采购规模小、覆盖面窄、制度不完善等问题不断呈现,大大降低了政府采购的有效性,无法充分体现政府采购的集中优势。在我国经济迅猛发展和城市群逐步形成的背景下,城市群内政府间联合采购应运而生,这是一种整合城市群内政府资源、强化城市群内各成员之间的合作与协同发展的新型采购模式。

与此同时,采购在企业地位也日趋重要。

企业采购管理作为生产经营管理过程的一个重要环节,已经越来越受到国内各类大型企业的广泛重视。采购管理从业务职能逐渐演变成为战略活动,企业中的高级管理层已认识到采购和供应的各项费用及带来的相关机会和影响对企业非常重要,把采购管理纳入企业发展的整体战略之中。采购的速度、效率、订单的执行情况,会直接影响到企业是否能够快速灵活地满足下游客户的需求。采购成本的高低会直接影响到企业最终产品的定价情况和整个供应链的最终获利情况,只有通过企业内部之间及与外部的采购协同作业,供应链系统方可准时响应用户的需求,同时降低库存成本。采购师可以在企业中充当一个杠杆的作用,其展示的能力大小将会直接影响企业的衰败。

1.3 采购师已成为我国目前非常紧缺的人才

自我国加入 WTO 十几年来,随着中国的国际贸易也逐渐成为影响全球经济的重要因素,中国作为国际大都市正在成为全球重要的采购中心。

据对近年来人才培养的统计和企业现状的有关资料的调查,长三角地区作为全球最为关注的采购、制造与供应地区,各级各类采购人才缺口近 20 万。

目前现有从业人员绝大多数未经过系统化、专业化和国际化的岗位或技能训练,相当从业人员文化水平不高,观念意识落后,操作技能低下,适应能力欠缺。在这种大趋势下,我国众多的公司企业将面临真正训练有素的国际化、专业化高级采购人才的紧缺,相关的专业培训跟不上人才需求发展的局面。

随着市场化的日益成熟,产品与营销的日益同质化,企业间的竞争逐渐演变成为采购与供应的竞争,因此对采购人才的需求与要求在量和质上都有了极大的增长和改变,也使企业家们对美国通用汽车前 CEO(Chief Executive Officer,首席执行官)杰克·韦尔奇(Jack Welch)的“采购和销售是公司唯一能‘挣钱’的部门,其他任何部门发生的都是管理费用”的采购认识更加有不同的感触。

1.4 不同级的采购师所要解决的关键问题

1.4.1 采购员

采购员的关键问题是清晰采购的内容。采购员是公司整体采购计划的操作人员,由于采购计划已经制订,采购员需要完成的就是辨识采购的内容,寻找合适的采购商并以合适的价格购买到合适的产品。需要采购人员对所采购的项目有所了解,特别是对价格的组成有所了解,同时要掌握对产品的质量检验标准和相关专业知识。

1.4.2 助理采购师

助理采购师要解决的关键问题在于拟定年度采购计划和采购预算,建立并不断调整改善采购制度和流程。助理采购师是为保障机构正常运行,制定作业流程、管理作业过程、具体完成采购作业行为而存在的。因此,首要问题就是通过针对生产的需要,制定出采购的作业流程,保证生产运作的正常运作,同时使得公司内部部门能正常运转,助理采购师的计划一定要根据多方面的需要而综合规划,使得整体的采购计划有条不紊地进行。

1.4.3 采购师

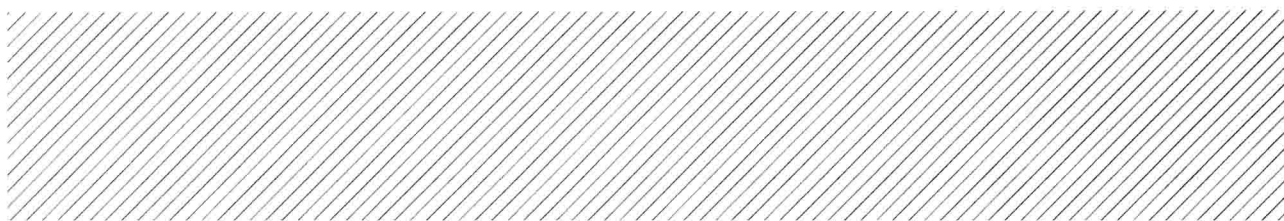
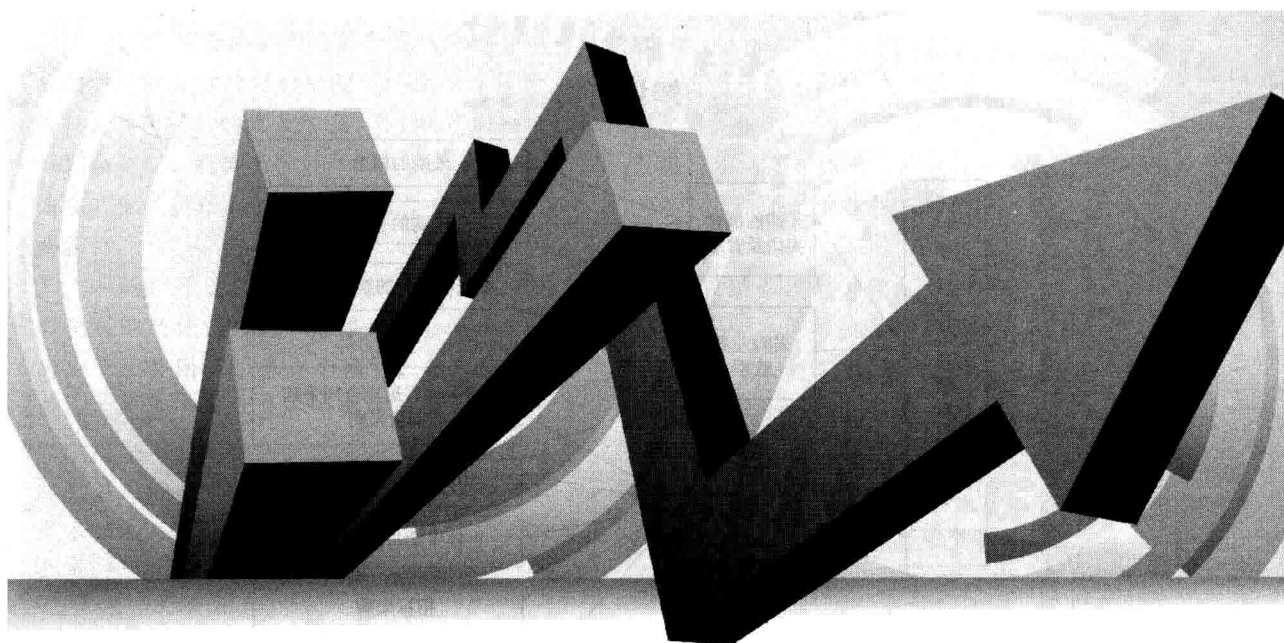
采购师的关注点在于采购项目的决策。获得采购师认证的企业人员一般都已经是公司的中高级管理人员，关注的重点已经不在于采购计划，而在于与公司其他部门进行协调，针对公司开发的产品或项目进行采购的决策了。因此，采购师要决定的问题在于大宗货物的采购与内部部门申购项目的整合，优化公司内部采购成本，保证公司的生产计划不受影响，并对公司采购和供应管理的政策和程序进行有益的宣传并提出建设性的改良建议，同时对员工进行培训和制定考核标准等。

1.4.4 高级采购师

高级采购师的目标不能只局限于自家企业，而要放眼到供应链优化方面。通过与上下游企业达到战略合作伙伴关系等行为，降低整个企业供应链的成本，提高反应速度和信息共享程度。优化的对象不局限于自家企业，运用横向或纵向联盟的方法，达到整条供应链上的所有企业都能得到供应链优化的好处的目标。

单元2

采购基础知识



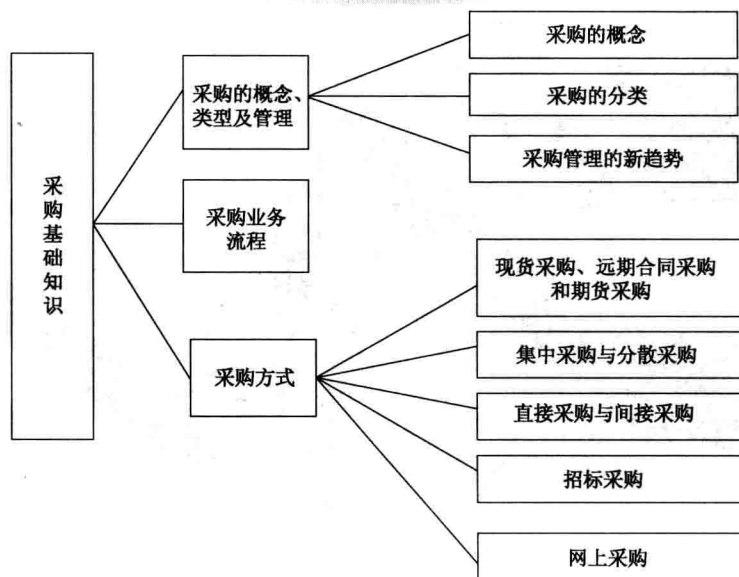
知识目标

1. 了解采购的概念和趋势。
2. 熟悉采购的业务流程。
3. 掌握采购管理目标。
4. 了解采购的各种方式。
5. 掌握各种采购方式的适用范围。

能力目标

1. 能够从采购部门的角度与企业其他部门协调关系。
2. 能够设计出采购的一般业务工作流程。
3. 能够操作简单的网上采购。

知识结构



西门子的全球统一采购制度

导入案例

知识重点

西门子是一家大型国际公司，其业务遍及全球 190 多个国家，在全世界拥有大约 600 家工厂、研发中心和销售办事处。公司的业务主要集中于六大领域：信息和通信、自动化和控制、电力、交通、医疗系统和照明。西门子的全球业务运营分别由 13 个业务集团负责，其中包括西门子财务服务有限公司和西门子房地产资产管理集团。此外，西门子还拥有两家合资企业——博世—西门子家用电器集团和富士通西门子计算机（控股）公司。

西门子采取的是全球统一采购制度。过去，西门子的通信、能源、交通、医疗、照明、自动化与控制等各个产业部门（Division）根据各自的需求独立采购。随着西门子公司的逐渐扩大和发展，采购部门发现不少元部件需求是重叠的，即通信产业需要订购液晶显示元件，而自动化和控制分部也需要购买相同的元件。由于购买数额有多有少，选择的供应商、产品质量、产品价格与服务差异非常大。

精明的西门子人很快就看到了沉淀在这里的“采购成本”。于是，西门子设立了一个采购委员会，来协调全球的采购需求，把六大产业部门所有公司的采购需求汇总起来，这样，西门子可以用一个声音同供应商进行沟通。大订单在手，就可以吸引全球供应商进行角逐，西门子在谈判桌上的声音就可以响很多。

对于供应商来说，这也是一个好事情。以前一个供应商，可能要与西门子的 6 个不同产业部门打交道，而现在只需要与一个“全球大老板”谈判，只要产品、价格和服务过硬，就可以拿到全球的订单，当然也省下不少时间和精力。

西门子的全球采购委员会直接管理全球材料经理（Commodity Manager），每位材料经理负责特定材料领域的全球性采购，寻找合适的供应商，达到节约成本的目标，确保材料的充足供应。“手机市场的增长很快，材料经理的一项重要职责就是找到合适的、能够与西门子一起快速成长的供应商。”西门子认为，供应商的成长潜力在其他成熟产业可能并不重要，但是在手机产业，100%可得性是选择供应商的重要指标。

对西门子这样的跨国企业来说，把采购管理看作供应链管理的关键环节，中心化采购又使供应链管理在更广、更大、更深的空间内实施，使跨地区、跨行业的企业业务团队联系更加频繁，互通有无，信息共享，供应链更加顺畅，更加高效。正是基于全球经济一体化加速发展的背景，以及跨国公司寻求全球扩张和最大限度利用全球优势资源的内在要求，全球中心化采购就成为许多国际企业和国际化供应链非常重要的战略选择和策略手段。采购活动是企业经营活动中最大的成本领域，采购质量与效率的高低在很大程度上决定着企业最终产品的价值和竞争力。

启示 西门子采取的是全球统一采购制度，全球中心化采购策略有利于采购资源整合，从战略上或更高的层面上调整供应商结构，谋求从更广泛的市场范围内调控资源渠道，提高资源的保障度。

全球中心化采购就成为许多国际企业和国际化供应链非常重要的战略选择和策略手段。

2.1 采购的概念、类型及管理

2.1.1 采购的概念

采购(Purchasing)是指企业在一定的条件下从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。

战略采购是一种有别于日常采购的思考方法,它与普通意义上的采购区别是前者注重的要素是“最低总成本”,而后者注重的要素是“单一最低采购价格”。所谓战略采购,是一种系统性的、以数据分析为基础的采购方法。内容包括采用何种采购技术、与何种供应商打交道,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,以支持企业的正常运营的过程。

2.1.2 采购的类型

(1) 按采购方式分类

- 1) 直接采购。指直接向物料生产厂商进行采购。
- 2) 委托采购。指委托某代理商或贸易公司向物料生产厂商进行采购。

(2) 按采购政策分类

- 1) 集中采购。由公司总部采购部门统一进行采购。
- 2) 分散采购。由各分厂的采购部门独立进行采购。

企业可以根据自己的采购政策选择以上两种采购方式的其中一种,或者是两种方式都存在的混合采购。

(3) 按采购对象分类

- 1) 原材料采购。原材料是指生产某种产品的基本原料,以及用于生产过程起点的产品。
- 2) 半成品采购。企业采购半成品以生产公司最终产品。
- 3) 零配件采购。企业采购装配产品所需的各种零部件。
- 4) 主要资本设备采购。主要资本设备是指保证企业进行某种生产的基本设备。
- 5) 附属资本设备采购。附属资本设备是指机械工具、办公设备等。

(4) 按采购价格方式分类

1) 招标采购。指采购方作为招标方,事先提出采购的条件和要求,邀请众多企业参加投标,然后由采购方式按照规定的程序 and 标准一次性地从中择优选择交易对象,并与提出最有利条件的投标方签订协议的过程。整个过程要求公开、公正和择优。

2) 询价采购。指采购人员选取信用可靠的厂商并讲明采购条件,之后询问价格或寄询价单并促请对方报价,比较后现价采购的过程。

3) 比价采购。指采购人员请数家厂商提供价格后,通过比较分析再决定厂商进行采购的方式。

4) 议价采购。指采购人员与厂商通过讨价还价,之后按一定价格进行采购的方式。一般来说,询价、比价、议价是结合使用的。

5) 定价收购:购买物料数量巨大,非几家厂商所能全部提供的,如纺织厂订购棉花、糖厂订购甘蔗等,或当市场上该物品匮乏时,则订定价格现价收购。

(5) 按采购方法分类

1) 传统采购。企业传统采购的一般模式是, 每个月的月末, 企业各单位报下个月的采购申请单, 报下个月需要采购的物资的品种数量, 然后采购部门把这些表进行汇总, 制订出统一的采购计划, 并于下个月实行采购实施。采购回来的物资存放于企业的仓库中, 满足下个月对各个单位的物资供应。

2) 科学采购。大致分为以下 5 种采购方式。

① 订货点采购。这种采购方法有两种, 一种是根据库存量的多少来制订采购策略, 称为定量订货点法; 另一种是根据预先确定的订货间隔期进行订货补充的采购方法, 称为定期订货点法。其特点是, 订货间隔期不变, 订购货物量不定。

② MRP (Material Requirement Planning, 物质需求计划) 采购。主要应用于生产企业。企业预期将来的主产品数量, 然后根据主产品和各个零部件的数量关系确定零部件的需求量, 再根据目前库存量的多少确定需要采购的零部件的数量。

③ JIT (Just in Time, 及时化采购)。也称准时化采购, 是一种完全以满足需求为依据的采购方法。它对采购的要求就是, 供应商企业将恰好在用户需要的时候, 将合适的品种、合适的数量送到用户需求的地点。

④ 供应链采购。指供应链内部企业之间的采购。供应链内部的需求企业向供应商企业采购订货, 供应商企业将货物供应给需求企业。供应链采购与传统的采购相比, 物资供需关系没变, 采购的概念没变, 但是, 由于供应链各个企业之间是一种战略合作伙伴关系, 采购是在一种非常友好合作的环境中进行的, 因此采购的观念和采购的操作都发生了很大变化。

⑤ 电子商务采购。也就是网上采购, 是在电子商务环境下的采购模式。它的基本特点是, 在网上寻找供应商、网上寻找品种、网上洽谈贸易、网上订货甚至在网下支付货款, 在网下送货进货。

(6) 按采购主体分类

1) 个人采购。指消费者为满足自身需要而发生的购买消费品的行为, 如买生活必需品、耐用品等。个人采购实质上是一种购买(习惯上)活动, 购买对象主要是生活资料, 其特点为单次、单品种、单一决策, 购买过程相对简单。

2) 企业采购。企业采购是现今市场经济下最主要最主流的一种采购。企业是大批量商品生产的主体, 为了实现大批量产品的生产, 也就需要大批量商品的采购。

3) 政府采购。指各级国家机关、事业单位和团体组织, 使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为。政府采购不仅指具体的采购过程, 而且是采购政策、采购程序、采购过程及采购管理的总称, 是一种公共采购管理的制度, 是一种政府行为。

2.1.3 采购管理

1. 采购管理的概念及职能

(1) 采购管理的概念

采购管理是企业为了完成生产和销售计划, 在确保可靠质量的前提下, 从适当的工业厂商, 以适当的价格, 适时购入必须数量的物品或服务的一切管理活动。

要想做好采购管理工作, 采购部门必须要和企业内部的各个部门进行密切合作, 具体如表 2-1 所示。