第一篇　总　论

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第一章　军事采办的概念和分类

第一节　　军事采办概念及其与民用采办的比较

一、军事采办的定义

军事采办（包括军事物质产品采办和军事劳务采办两类），是指军事系统购置和租赁军用品的军事经济活动。它是继军事分配之后军事后勤业务活动的第一个环节，是军事系统物资供应的前提，对促进武装力量建设，增强国防威慑能力和赢得战争胜利具有重要意义。

军事采办不同于一般的市场采购，也不同于一般的订货。一般的市场采购，通常以市场现有商品为对象， 从现供商品中择优（质优价廉）购买，而军事采办的内涵则丰富的多，它不仅包括市场现供商品的选购，还包括武装力量所需新产品的设计、研制、试验、鉴定、批量生产，市场调查、招标、承包商选择、签订合同，产品质量监控、产品验收、产品运输组织和成本审查、价格审定、财务结算等内容，甚至还包括国家军事决策者对军事预算中专项工程的投资、拨款的审定等活动；一般订货，就中国而言，是工商双方按照人们消费需要签订合同，工业企业按合同规定的品种、规格、质量、数量进行生产，并按期交货，商业企业按合同规定的标准收购、验核商品和交付货款，这一过程具有浓厚的产品经济色彩，军事系统计划经济体制下的武器装备订货更具有产品经济色彩，军事采办则不同，它内涵着市场经济属性，更多地受市场经济规律的制约和规定。

军事采办是个“种”概念，其“属”概念是采办。采办，亦称采买，是中国封建社会“和买”的一种形式，产生于明初。明朝政府对矿业生产采取严格的统制政策，限定金银等贵重金属基本上只能由官府经营，负责开采经营金银矿的官员皆由朝廷委派，这种由朝廷委派官员负责开采经营金银等贵金属矿的活动，称采办。显而易见，采办的初始含义是开采办理经营事宜。那时，地方官府每年向朝廷进贡土产，称“岁办”。进贡不足或不合要求的部分，由官府出钱，令商人去购买，称“采办”。采办名义上由官府出钱，召商承办，但实际上官府往往给价很低，承办商常常亏损。加上官府又百般挑剔，敲诈勒索，因而承办商大多赔本破产。后来采办成为官府借端搜刮商贾者的名目，成为变相赋役，清初将采办并入田赋一总征收。在这里，采办是指官府出钱由商人办理购买事宜的活动。综上所述，在自然经济占统治地位的中国封建社会，采办具有为官府经办开采经营事宜和由官府出钱令商人购买置办物品这样两层含义。不论是前者含义还是后者含义，采办的深层次本质都包有政治强制力和经济剥削的内涵。

市场经济给采办赋予了新的含义——等价交换，即按等价交换原则置办所需物品和劳务。军事采办，除内含着等价交换意义之外，还保留着官家采办——政府采办和政治强制力的原有含义。

在美国，“采办”（Acquisition）一词是其国防部内使用频率较高的一个术语，是指研制、生产和向用户提供武器装备工作的总和。包括获取系统、装备和对现有库存项目进行改进的过程。《美国联邦采办条例》是这样定义采办的：“采办”系指利用联邦政府拨出的专款，以签订合同的方式为联邦政府购买或租赁所需产品服务项目（包括建筑）。而这些产品或服务项目有的是现成的，有的则需要经过研究、试制、试验和鉴定。部局一级的采办从确定所需的项目开始，其主要的工作是，规定满足部局所需项目的要求、征求与物色厂商、签订合同、支付合同费用、管理和执行合同以及开展与采购所需产品直接有关的各项技术与管理工作。在

有些时候，采办还前伸到国会对国防预算中一些项目的投资。拨款的审议、听证活动等。

在中国计划经济体制下，武器装备等军用品的采办，通常称“订货”，实行指令性计划下的合同制。其基本内涵是：军队向国防工业部门提出需求计划，国防工业部门依据需求计划编制年度研制生产计划上报国家，国家计委等政府部门综合平衡后给国防工业部门和军队使用部门下达指令性生产、采购计划，国防工业部门将指令性生产计划细化后下达给国防研制生产单位，并组织国防研制生产单位与军队使用部门签订研制生产合同，研制生产单位依据指令性计划下的合同，组织武器装备的研制生产，驻厂军代表负责验收、审价和付款结算。从上可见，“订货”是一种行政指令运行方式，它打上了深深的计划经济烙印。随着市场经济体制的建立和发展，“订货”已概括不了变化了的军品获取实践，因而，以“采办”替代“订货”是市场经济下军事工业企业生产经营的客观要求，是军事经济与市场经济接轨和加强军事经济管理的需求。

二、军事采办的内容

在市场经济下，军事采办是有偿获取军事消费品和军事劳务的过程，包含极其丰富的经济内容。这里从军事采办运行过程视角，选择那些关系采办效益的重要经济问题进行研究。

（一）确定需求。军事需求是军事采办的动因源泉，是军事采办过程的始点。从采办经济学角度研究军事需求，重点是揭示需求启动的根据和需求实现的经济可能性。

军事需求一般导源于两个方面：“军事用户的拉动”和“军事科学技术的推动”。“军事用户拉动”,是基于部队对现有装备系统缺陷的认识或对未来国防安全威胁的认识。“军事科技推动”,多导因于科技能够造就对潜在敌人的军事优势的认识。

军事需求能否转化为军事采办的根据，决定于社会生产力发展水平和国家的经济能力。如果生产力的科学技术含量高，技术

先进程度高，能满足新军事需求在科学技术方面的要求，那么，该项军事需求就有其诞生的现实土壤和可能性，剩余下来的就是经济能力问题。经济能力的首要问题是财政是否有能力支付新军事需求所需经费。其次是费用与军事价值比较，当该项军事需求的费用远远超过其实际的军事价值时，说明其在经济上是不可行的；当其费用低于军事价值时，说明其在经济上是可行的。军事价值的确定，应由军事部门负责，军事需求在经济上的可行性应由军事经济部门确定。因而，确定军事需求，军事部门应当与军事经济部门密切协同，紧密合作，避免片面性。

（二）制定项目预算。军事需求一旦确定，下一步工作便是制定获准研制装备系统的预算。在这项工作中，军队方面应尽可能取得参与研制厂家的大力帮助，应根据研制、交货周期，预测从研制到交货期间的价格走势和变化幅度，以使项目预算尽量贴近费用实际开支。

（三）选择供货厂家。即以招标投标方式选定装备系统的研制和生产者。招标投标是一种竞争。这种竞争的基础便是详细的系统设计说明。为了赢得竞争，承包商往往表示它将以最低的费用满足这种设计规定。如果某个厂家要求修改设计，这不仅得不到鼓励，而且可能丧失参加竞争的机会。招商过程往往只鼓励在设计规定范围内进行改进，它实际上排除了性能与费用的综合考虑，结局常常是为了赢得竞争，不得不低价投标，高价交货。为避免这种不经济的做法，招标期间应尽可能综合考虑装备的性能与费用，坚持“性能最佳，价格最佳”原则，而这正是科学采办的基本“内核”。它应贯彻于装备采办全过程。

（四）实行全过程生产质量监控和全面军检验收。军事装备采办一般实行驻厂军代表制度。在生产阶段，驻厂军代表的采办责任是：协助生产厂商，努力降低生产成本；实行生产全过程质量监控，全面开展军检验收和质量把关，确保入库产品 100%地达到质量标准。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

（五）审查价格和结算货款。审价是采办活动的重要内容，审价的基本依据是国家颁布的军品定价原则和装备研制生产合同。货款结算是购买阶段的终点，是购买活动的重要内容。

三、军事采办与民用采办比较

采办离不开市场。采办的性质往往集中地表现在市场的特性上。因而，军事采办与民用采办的比较，可转化为军品市场与民品市场的比较。

（一）市场主体比较

市场主体，是指参加市场活动的有关当事人或经济实体。包括决定市场供求量的两类既对立又统一的主体：生产经营者、消费采办者。生产经营者一般表现为企业（包括生产企业、流通企业、金融企业等）；消费采办者集中表现为商品购买者（当消费者自行购买所需消费品时，消费者本人就是市场主体，当消费者所需商品由他人购买供给时，购买者就是市场主体，购买者可以是个人、非企业性社团法人、企业、军队、政府等）。概言之，市场主体是供求双方的集合，通俗地说，是买卖双方的集合。

军品市场主体与民品市场主体不同。首先，军品市场的买主是国家或武装集团，民品市场的买主是众多的居民和单位。其次，军品市场的卖主是为数不多的大型生产经营厂商，在中国，国有制企业是武器装备唯一的生产经营者，民品市场的卖主是众多的小型的生产经营厂商，它们中，既有国有制企业，也有私有制企业，还有合作企业、外资企业等。再次，在军品市场运行环境中，采取以中央政府为中心的主体组合方式，在这种组合方式下，军事经济及军品市场的运行以中央政府意志为转移。军事消费者及军事企业的作用被限制到最低限度，中央政府成为军品市场扩张还是收缩的直接决定者，但在现代民品市场运行环境中，采取的是以消费者为中心的主体组合方式，在这种组合方式下，消费者与企业关系紧密，并直接控制着市场的变动，市场客体（商品、劳务、技术、信息）要素主要通过企业和消费者之间的耦合而得以

有效配置，这时消费者与中央政府、地方政府的关系处于松散状态，中央政府或地方政府以间接方式对市场进行宏观调控，很少与消费者在市场上发生直接的经济调控关系。

这里需要说明的是中央政府或地方政府的市场主体性。消费采办行为导源于消费需求，它的扩展或收缩直接决定着市场发展规模。在这个意义上，消费采办者是市场发生发展的第一原生主体。企业兼有供给和需求（包括生产性需求和生活性需求）双重身份，是市场上最经常、最大量的市场客体需求者和供给者，企业制度的建立是市场经济体制确立的保障和标志，因而企业是继消费采办者之后的市场第二原生主体。中央政府是市场第一派生主体，因为它对于现代市场经济具有组织管理职能，经常以消费者或经营者身份直接进行市场活动。地方政府是市场第二派生主体，这不仅由于地方政府是个消费采办者，更由于它对地方经济具有干预、调节的职能。

（二）采办项目和采办价格比较

采办项目这里主要指商品、劳务和工程建筑等。一般地说，民品市场上的采办项目规模小、价值低、购买分散，但购买总量大，如我国 1992 年社会商品零售总额 10894 亿元，1993 年为 12237 亿元，1994 年为 16053 亿元 军品市场的采办项目其价格昂贵,如一枚“爱国者”导弹 110 万美元，一枚“战斧”巡航导弹 130 万美元，一架 F－15 战斗机 5040万美元，一架 F－117A 隐形战斗轰炸机 1．06 亿美元，一艘航空母舰 35 亿美元，采购量常常很少，如日本 1993 年采购 90 式坦克回收车、91 式坦克桥、防化车各 1 辆，驱逐舰、运输舰各 1 艘。

在采办价格方面，首先，民品市场由供求力量自由决定。对于生产者来说，供给价格一般是根据生产一定量商品所支付的边际生产费用确定，或根据最后生产的那个单位商品的费用确定，即按边际生产成本确定供给价格；对于需求者来说，现今需求价格一般按边际效用确定。军品市场价格在国外，一般是军品生产垄

断组织凭借自己军品生产的垄断地位来操纵军品市场的价格，在我国则是根据“计划成本加 5% 的利润”的原则来制定军品市场价格。其次，民品市场价格受供求关系影响较大，一般地说，需求减少，价格下降，反之则亦然。军品市场价格一般与军品的军事性能关系密切，随军事性能的变化而变化价格以成本为基础，与总成本成正比例关系，因而需求减少，价格上升。第三，在民品市场，价格具有消费导向作用，需求受价格影响，人们的选购，常常以价格为重要根据之一。但在军品市场，价格往往不具有消费导向作用，需求受威胁影响，或者起源于新技术的应用，需求几乎从来不受价格影响，人们通常是根据军品可望达到的性能进行选购。第四，在民品市场，利润常常是对风险的补偿，风险大利润也大，风险小，利润则少；在军品市场，利润主要是作为成本的百分比而加以调整，风险补偿主要由军事预算负担。

（三） 产品诞生时限、购买者利益和市场调控比较

民品市场，一般随供求关系变化而迅速转向，许多产品，生也快，死也快，市场规模由买卖双方确定；在军品市场，产品诞生时限长，尤其是武器装备品，研制一种新武器系统一般要花 7—10 年时间，生产至少要花 3—5 年时间，市场规模一般决定于军事预算规模。

在民品市场，购买者为满足自身消费而买，购买者自得其利，现在买还是存钱以后再买，由买主自行择机而定；在军品市场，购买者是为国家安全而买，谋求的是国家利益或公众利益，在国外，武装力量常常要及时花掉军事预算拨款，否则过期作废。

在民品市场，政府一般不介入微观层次，微观层次的市场运行主要靠市场本身的机制。军品市场则不然。政府是军品市场的管制者、规范制定者、经费供给者和权利要求的判定者，微观层次的军品市场，无时不在政府统制之下。

第二节　　军事采办的分类

一、军事消费构成

军事采办以保障军事消费需要为目的，研究军事采办分类，不得不研究军事消费构成。

军事消费构成可以从不同角度进行考察和分析，这里从消费对象存在形态的角度，将军事消费划分为军用物资消费和军事劳务消费两类。

军用物资消费即军用物质形态的消费品的消费。按消费品性质和功用，可划分为军事装备、军用生活品两类。军事装备按使用管理部门划分，可分为海军装备、陆军装备、空军装备、第二炮兵装备、后勤装备。海军装备又可分为水面舰艇部队装备、潜艇部队装备、海军陆战队装备、海军航空兵装备、海军岸防兵装备等，陆军装备又可分为步兵装备、炮兵装备、装甲兵装备、空降兵装备、陆军航空兵装备、工程兵装备、通信兵装备、防化兵装备、基本建设工程兵装备等，空军装备又可分为航空兵装备、空军雷达兵装备、空军高射炮兵装备等，第二炮兵装备可分为作战部队装备、工程部队装备等；后勤装备又可分为海军后勤装备、陆军后勤装备、空军后勤装备、第二炮兵后勤装备等。

军用生活品按用途可分为给养、被服、装具、日用生活品等。给养又可分为主食、副食，被服可分为被褥、衣服、帽子、鞋（靴）、袜等，装具又可分为人装具，如雨衣、水壶、挂包、背囊等，马装具，如鞍具、挽具、驮具等，军械装具，如子弹袋、枪衣、炮衣等。

军事劳务消费，按其性质可划分为军事生活劳务消费、军事生产性劳务消费、军事流通性劳务消费等。

军事生活劳务指直接为武装力量的生活提供的服务。按其活动的特点，又可分为三个细别：1．加工性劳务，如食堂工作人员

的劳务。2. “活动”性劳务，如军队招待所、理发室、浴室的服务活动。3. 文化性劳务，如军队的作家、演员、音乐家、歌手、画家的演出创作活动。

军事生产性劳务，指直接与军事生产和再生产过程有关的劳务。需要指出的是，这里的军事生产是个广义概念，既包括军用物质资料的生产，也包括武装力量战斗力生产。按其性质，也可划分为四个细别：1. 军事运输劳务，指军事人员运输和军用物资运输。2. 装备维修劳务，指装备的修理服务活动。 3. 军事通信劳务，指军事通信服务活动，包括通信、无线电通信对抗、航空兵导航和军邮等活动。4. 军事人员的培养和“修理”，主要指军事教育训练、医疗卫生、军事科技等活动。

军事流通性劳务，主要指军事流通领域的服务活动。大致可分为三类：1. 仓储劳务，如军用物资的储存、保管等业务活动。2. 军事交换性劳务，如军用物资的采购和供应活动。 3. 军事财务劳务，如军队财务结算中心的存款、贷款、融资等业务活动。

上述军事消费构成可用图 1--1 表示：

二、军事采办类别

军事采办有多种分类办法，这里从实用角度选择三种分类办法予以研究。

（一）从采办对象存在形态角度分类

据此可将军事采办分为两大类：军用物资采办、军用劳务采办。

据前述，军用物资采办可分为军事装备采办、军用生活品采办。军事装备采办是武装力量战斗力的物的要素的采办。众所周知，战斗力是由人的要素与物的要素的有机结合而形成的。在现代，只有人而没有装备是形不成战斗力的。因此，装备采办是战斗力生死存亡的关键，装备采办质量，即是否能按军事需要的数质量进行采办，直接关系战斗力的强弱。为提高军队战斗力，各国用于军队装备采办的经费很多，从表 1—1 可见一斑。

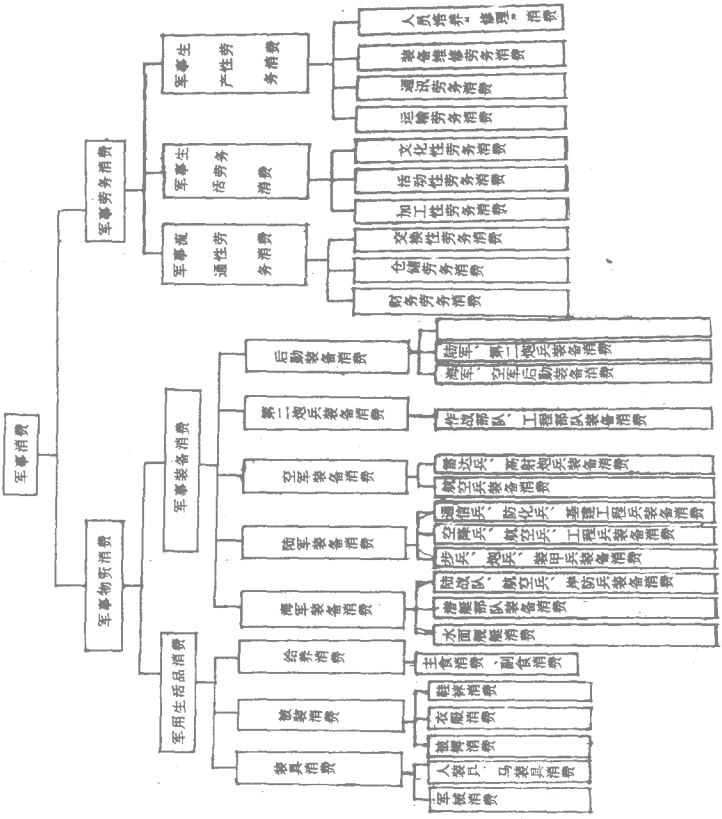


图 1—1 军事消费结构图

需要全本请访问 www.ertongbook.com

表 1－1　　几个国家军事装备采办经费表　　单位：亿美元

国别 / 项目 / 年份	美国		英国		法国	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
1986	1170	41.1	144	44.6	84.2	47.8
1987	802	27.9	142	45.5	139	50.8
1988	801	27.4	14.6	43.0	142.7	52.10
1989	794	26.5	14.5	41.0	153.9	53.7
1990	814	26.8	128.4	39.1	192.93	53.9
1991	717	23.8	143.5	38.59	193.56	51.9
1992	605	20.9	166.4	45.5	171.5	52.7
1993	544	19.4	140.26	38.75	171.5	52.0
1994	455	17.7	134.54	37.72	161.7	51.0

军用生活品采办是军事人员脑力、体力维持和再生的关键。人总是要消费的，不消费就不能生存。军事人员也无例外，生活消费是军事人员脑力、体力的源泉。因此，各国都十分重视军人的生活消费，用于生活消费品采购的经费在军费中占比重大。从表1—2可见一斑。

表 1－2　　几个国家军事人员生活费表　　单位：亿美元

国别 / 项目 / 年份	美国		英国		法国	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
1986	678	23.5	103.9	36.4	66.57	37.8
1987	741	25.8	110.33	38.0	103	39.04
1988	766	26.2	116.16	39.0	107.12	36.88
1989	785	26.2	116.16	39.0	107.12	36.88
1990	789	26.0	141.0	41.66	112.15	35.5
1991	842	27.7	152.66	41.3	117.35	36.19
1992	792	27.4	103.84	44.1	118.52	36.42
1993	771	27.4	152.02	42.0	121.92	36.96
1994	713.65	28.39	146.24	41	125.35	37.33

军事劳务采办，是武装力量遂行进攻或防御任务不可或缺的。尤其是现代高技术局部战争，战争物资消耗巨大，军事劳务采办已经成为保障战争需要、夺取战争胜利的前提条件。海湾战争 42 天共消耗各种物质 3000 余万吨，55 万多人参加战争，美军地面作战人均日消耗物资 200 公斤左右。为保障战争需要和参战人员快速进入战场，美除动用军事运输司令部的 300 架战略运输机外,还动用了民航后备队 400 多架战略运输机和 30多家航空公司的各型客机，以及 123 艘商船；为保证装备的正常运输及其战损能力的再生，美军组织运用了大量的维修力量，提供了大量的维修劳务；在卫生医疗方面，美军海湾战区卫勤人员达 6.5 万人，其中预备役人员占 60％，美国退役军人事务所为战争准备了 80 个医疗中心。从上述可见，军事劳务采办对军队遂行作战任务是极其重要的，它从根本上影响着战争的进程和结局。

（二）从采办对象权属转移角度分类

据此，可将军事采办分为购买和租赁两大类。

购买，是指通过以货币为媒介的交换形式取得军事采办对象的所有权，包括对军事采办对象的占有权、使用权和处置权等。购买这种采办形式是军事采办的主要形式，尤其是平时军用物资的采办，一般都采用购买形式。

租赁，是指通过支付租金而取得采办对象一定时期内的使用权的活动。租赁业务最早起源于美国，后在西方国家获得迅速发展，现今，美军武器装备采办法规将租赁法定为一种采办形式。海湾战争中，美军借助“ 租赁 ”形式，有力地促进了后勤保障，战争期间，共租用国内商船 123 艘，外籍船 67 艘，租用国内 30 多个民间航空公司飞机 1900 余架次。在平时，国际上以租赁形式获取的军事装备也不乏其例，80 年代印度曾向苏联租赁两艘航空母舰，90年代初，印度为了壮大海军力量曾计划再向苏联租赁 3 艘核潜艇。

（三）从采办对象军种属性角度分类

据此，可将军事采办作如下分类：

陆军装备采办，主要包括步兵装备、装甲兵装备、炮兵装备和工程兵装备、通信兵装备的采办等。其中，步兵主要采办枪械、轻型火炮、反坦克火器和防空火器、步兵战车等；装甲兵主要采办坦克和其他装甲车辆；炮兵主要采办火炮、火箭炮、战术导弹等；工程兵主要采办筑路机械、建筑机械等；通信兵主要采办通信设备、航空兵导航装备等。

海军装备采办，主要包括水面舰艇部队装备、潜艇部队装备、航空兵装备、岸防兵装备和陆战队装备的采办等。水面舰艇部队主要采办航空母舰、战列舰、巡洋舰、护卫舰、布雷舰、扫雷舰艇、登陆舰艇、猎潜艇、导弹艇、鱼雷艇等；潜艇部队主要采办鱼雷潜艇、导弹潜艇等；航空兵主要采办轰炸机、歼击机、强击机、反潜机等；岸防兵主要采办大、中口径的海军炮和不同射程的岸舰导弹武器系统；陆战队主要采办步兵自动武器、水陆坦克、两栖装甲输送车、轻便自行火炮、气垫船和直升机等。

空军装备采办，主要是各种航空兵装备的采办。许多国家还包括地空导弹兵装备、高射炮兵装备的采办，有的还有地地战略导弹部队的采办。通常主要采办歼击机、轰炸机、歼击轰炸机、强击机、侦察机、运输机、直升机等。

地地战略导弹部队装备采办，主要是各种地地战略导弹武器系统的采办，包括中程、中远程、洲际导弹的采办。

后勤装备采办，就中国军队而言，主要是财务装备、军需装备、卫生装备、车船、油料装备、基建营房装备的采办。

思考题：

1. 什么叫军事采办？它包括哪些内容？
2. 军品市场与民品市场有哪些不同？

第二章　　军事采办的方式和方法

第一节　　军事采办方式

一、联合采办

联合采办，也称联购分供，指几个供应单位联合派出采办人员，进行军用品批量采办，然后给各供应单位分供。它适用于中小供应单位，目的是为了节省采办费用。

联合采办的优点是：（1）可以形成批量采办，争取到较低的采办价格，降低采办成本。（2）可以节省开支，节省采办人员，达到节省费用的目的。（3）可以促进军事供应单位纵横向联合，增加采办竞争力。

联合采办的缺点是：（1）几个单位联合采办，其组织工作量较大。虽然在价格和费用方面有一些便宜，但不足以调动起共同采办的积极性，所以适用范围较小。（2）可能引起库存量增大。联合采办有时不是适量采办而是超量采办，这样，使供应单位增加一定的库存保有量，势必增加保管费用支出，缓慢资金周转速度，增加贷款利息。所以，在参与联合采办之前，要认真权衡得失，以决定本单位行动。

对于部队来说，既可通过物资供应单位搞横向联合采办，也可通过上级搞纵向联合采办，生活日用品的采购，可通过生活服务中心进行联合采购。无论是横向联合采办，还是纵向联合采办，必须以“需要”为根据，“需要”则购，“不需要”则不购，以避免造成积压浪费。

二、集中采办

集中采办，是指设置专门机构或专职人员，根据采办计划和需求清单，统一组织采办，然后分配给各使用单位或供应单位。这种方式适用于制式装备、被服等用品的采办。集中的形式，既可以按系统、部门来组织，也可以在单位内部进行横向组织。军队武器装备的采办，就是一种典型的集中采办。武器装备采办计划由总参谋部统一制定，各军种和采办部门按采办计划组织采办。

集中采办的优点是：按总体的采办计划，对采办工作实行统一控制，有利于统一安排人力、物力、财力，节省开支，实现系统内部或部门内部的专业化，提高采办效率。

集中采办的缺点是：采办和供给分开会拉长进货时间，对于军队来说，有可能造成“缓供”或“短供”现象，从而贻误战机；进货缺乏灵活性，往往会由于采办人员不熟悉供给保障情况和军用品特点，而造成采办不准确或采办与供给脱节，影响消费。

克服上述缺点，一是严肃采办合同，严格按合同规范买卖行为；二是专职采办部门或专职采办人员，深入实际准确掌握消费需求状况；三是加强采办人员学习，提高采办人员业务素质，熟悉所采办物品的性能、规格和质量需求。

三、分散采办

分散采办，指各供应单位或消费者自行组织的采办。分散采办、有的规定一定的资金限额，在限额内，根据消费需要自行采办；有的规定采办的品种、规格和单价限额，消费者根据规定，自行采办；有的被限制在某项消费标准以内，在消费标准内，可自由采办自己所需的物品等等。分散采办适用于挑选性强和消费个性明显的商品。

分散采办的优点是：可以充分照顾消费个性，更好地满足消费需要；有利于供需结合，根据本单位供给保障特点，进行适量采办，从而减少采办流通费用，提高采办效益；有利于根据消费者需求特点，进行有针对性的采办，提高采办的目的性、有效性

和针对性，密切供求关系等等。

分散采办的缺点是：批量较小，价格较高，不利于节省采办经费等等。

四、集中采办与分散采办相结合

就武装力量而言，凡制式装备、被服、通用品采办以及外埠采办等，一般应实行集中采办，其余可实行分散采办。从采办指导思想来说，能集中而形成批量采办的，都应实行集中采办，以节省采办费用。

上述各种采办方式各有利弊，军事消费系统应据情况选择适宜的采办方式，注意扬各方式之长，避各方式之短，同时，加强采办组织管理，防止多头重复采办。

据有关研究报告：当今各军事强国均十分重视根据科学技术的发展和对未来战场环境的预测论证，提出某种作战方法，引导武器装备的发展，指导武器装备的采办，美军称此为“以理论为依据的需求采办模式”或“理论牵引采办模式”。根据未来信息战的需求，美陆军提出缩小规模，综合发展所有作战系统的功能，以求整体效益。为此，强调改变传统的“烟囱”式采办程序，实行“横向技术一体化”采办，以求提高多系统综合整体军事效益和经济效益。

“横向技术一体化”，是一项新的军事采办政策，也是一种新的采办思想。当武器装备沿着纵向一代代更替的路子发展，达到物理极限（精度、速度等达到了应有的物理指标）时，继续沿着老路走，只能事倍功半，花钱多，军事效益差。若改变一下采办路子，从横向串起来，综合发展采办安装在各作战平台上的共用技术，实现战场数字化、信息化，则可收到事半功倍的效果。启动美军装备发展采办的新思想的动力之一是战法需求，是战术呼唤技术的进步，呼唤新的采办方式。

需要全本请访问 www.ertongbook.com