

- 5.企业必须转变原有的采购观念,坚持以_____为中心,合理选择供应商,发挥创造性采购的作用。()
- A.质量控制 B.经济效益
C.销售业务 D.采购产品部门化
- 6.下列与采购有关的成本计算公式正确的是()
- A.物料成本=单位价格×数量+运输费
B.物料成本=单位价格×数量+运输费+通关手续费+贷款的利息
C.采购管理成本=人力成本+办公费用+差旅费用
D.存储成本=贷款的利息+仓库保管费用+存货损坏费用+其他费用
- 7._____是依据市场的情况、价格波动而从事的采购行为。()
- A.计划性采购 B.普通采购
C.特殊采购 D.市场性采购
- 8._____类合同采购中,采购方应当封存样品以备日后对照,必要时应在公证处封存。()
- A.凭样品采购的物资合同 B.试用物资的采购合同
C.分期付款的物资采购合同 D.招标投标的物资采购合同
- 9.政府采购中民事纠纷的解决办法有()
- A.民事仲裁 B.行政复议
C.行政诉讼 D.行政赔偿
- 10.政府采购的_____有助于防止采购机构及其上级主管做出随意性或不正当的行为或决定,从而增强潜在投标人的信心。()
- A.公开性原则 B.公平性原则
C.有效竞争原则 D.物有所值原则
- 11.网上中介市场由专门的在线采购公司建立,属于()
- A.卖方系统 B.买方系统
C.第三方系统 D.联盟采购
- 12._____代码的每一位都有一定的含义,从左到右可以分别表示大类、中类、小类。()
- A.顺序码 B.区间码
C.分组码 D.数字式文字码
- 13.下列属于单周期库存的订货的是()
- A.报纸 B.独立需求
C.相关需求 D.重复需求
- 14.某仓库每年出库商品业务量为 36000 箱,最大送货提前期为 10 天,考虑安全库存为 500 的情况下,订货点为_____箱。()
- A.3000 B.1500
C.1000 D.2000
- 15.供应链库存管理中,VMI 管理是指()
- A.定期订货管理库存方式 B.JIT 管理库存
C.供应商管理库存 D.联合库存方式
- 16.空气的绝对湿度是指空气中含水气的绝对数,一般用_____表示。()
- A.克/立方米 B.千克/立方米
C.克/立方毫米 D.克/立方厘米
- 17.下面是大数点收的是()
- A.大概清点一下数量 B.清点一下大部分货物的数量
C.按照人工计数法点收 D.按托盘进行点收

- 8.商品仓储技术作业过程,是以商品销售为活动中心的。()
- 9.仓装卸搬运物料过程中,要尽量避免垂直方向的无效做功。()
- 10.包装的运输是有效运输。()

四、简答题(本大题共 7 小题,每小题 5 分,共 35 分)

- 1.电子采购的基本原则有哪些?
- 2.物料编码的原则有哪些?
- 3.简要说明供应链环境下库存管理有哪些新技术?
- 4.简述 ABC 分类的库存管理的原理和标准。
- 5.商品保管的内容和原则是什么?
- 6.在备料出库中,备货工作有哪些?
- 7.自动化立体仓库由哪几部分构成?

五、案例题(本大题共 3 小题,每小题 5 分,共 15 分)

我们不用再去赘述集中采购或者大批量采购的好处,只需注意国美的大单采购已经成为国美电器的基本供销模式。在传统的供销模式下,下游的供货商从上游的供货商手中进货,同时承受上游供货商的加价,从而将较高的累计经销利润转嫁给最终消费者。国美针对这一特性,经过充分的调查与研究,提出了承诺经销的模式。即厂家给国美优惠政策和优惠价格,而国美则承担经销的责任,即在一定的时间段内,国美保证厂家一定的承诺经销量。承诺经销具有较高的市场风险,也具有较好的价格竞争优势,依据庞大的市场销售体系和低廉的价格,国美初步完成了对市场的扩张。

国美在采购上采取了统一采购和招标采购等先进的采购模式。统一采购可以凭借巨额的采购量来压低进货价格。国美的每家连锁店每天都要将存货、销售、补货等情况上报各分部,各分部再汇总上报总部,总部负责确定总的补货计划。采购的高度集中增加了国美的价格优势同时也使国美增加了和厂家谈判的筹码。厂家不但提供给国美较低的供货价格,而且也能够及时供货。此外国美还依靠自己雄厚的资金实力,通过互联网和组织招标会议,向生产厂家抛出巨额采购订单,产品涉及彩电、碟系列等。国美通过招标采购,不仅可以进一步压低价格,而且还可以增加国美对新品新厂的接触,提高社会美誉度。

在完成集中采购的同时,必须加大市场建设力度。市场,所有的企业价值实现的唯一途径。国美从创业开始,就坚持“坚持零售、薄利多销”的经营策略,低价入市,勤进快销。既确保了国美的利润,又树立了国美品牌,此策略 13 年从未改变,成为国美的根本策略。国美的市场战略眼光也可谓独到,在国美创业的时代,家电完全是买方市场,可是国美还是投入了一定的资金来进行企业广告宣传,国美通过广告宣传,彻底改变了一般家电经销企业坐商的形象,走出店堂,让广大顾客能够了解自己的商品,能够放心地去购买自己需求的产品。国美属于电器专卖店,其店面的社会定位就决定了其所销售商品的价格必须比大商场低下。因为顾客的心目中,电器专卖店就是价廉物美的形象。国美充分利用了这一低价的不利定位,进行了快速扩张,同时,国美也充分认识到,随着国民收入水平的提高和消费心理的成熟,顾客对于所购商品的质量、品牌、服务的要求会越来越高。国美适时调整经营策略,对于经销的各类家电全国排名前十位的品牌,都直接从厂家进货,从根本上保证了进货质量和服务质量。国美不仅重视进货,而且更注重服务,比如开通 800 电话,免费送货入户,建立顾客档案,电话回访等。国美目前正处于高速扩张阶段 2001 年 5 月,在西安、郑州地区设分部,开连锁店,2001 年年底又增加三四个地区,力争使门店数达到 80 家;到 2003 年,再新开辟 6 个地区分部,使门店数达到 150 家。届时国美将真正成为遍布全国、规模最大的家用电器连锁经营体系,市场占有率更高,竞争力更强。

请结合教材回答以下问题:

- 1.传统供销模式是如何进货的?有什么缺点?
- 2.文中提到国美电器的进货,结合课本理论说明国美电器进货管理的制胜之道,并说明其特点。
- 3.结合课本理论和案例说明集中采购的优点。