# 超市采购部三季度工作计划|超市采购部三季度工作计划

来源：网络 作者：玄霄绝艳 更新时间：2025-04-20

*在进行物品采购时要熟悉市场行情及进货渠道，坚持“货比三家，比质比价，择优选购”的采购原则，本站小编整理了以下内容“超市采购部三季度工作计划”，供大家参考！　　　　1、选择适当的供应商　　所谓“只有错买没有错卖”。采购最怕的就是选错供应商...*

　　在进行物品采购时要熟悉市场行情及进货渠道，坚持“货比三家，比质比价，择优选购”的采购原则，本站小编整理了以下内容“超市采购部三季度工作计划”，供大家参考！

　　1、选择适当的供应商

　　所谓“只有错买没有错卖”。采购最怕的就是选错供应商。因此，采购管理的工作原则之一，就是如何慎重选择合格的供应商，以建立平等互惠的买卖机会，维持长期合作的交易关系。

　　2、选择适当的品质

　　超市根据所处地段的消费群体的消费水平确定采购商品的档次与品质。一般而言，品质以适当可用为原则，因为品质不好，不但购入成本会偏高，甚至造成使用上的浪费。反之，品质太差，将无法达到使用的目的，增加使用上的困难与损失，如购买制冷量不够的空调机，购买损耗率太高的煤气灶等。

　　3、选择适当的时间

　　采购的时间不宜太早也不宜太晚。太早则造成堆积存货，占用仓储面积；太晚了则导致商品脱销，顾客流失，影响超市的形象。在“零库存”的观念下，适时采购、及时交货是最理想的采购模式。

　　4、选择适当的价格

　　价格应该以公平合理为原则，避免购入的成本太高或者太低。如果采购价格过高，将使超市负担额外的成本，丧失了商品的竞争能力。反过来，如果采购价格太低，所谓“一分价钱一分货”，供应商将被迫偷工减料，造成“价廉、质次”，超市将无法顺利销售出去。另外，如果供应商无利可图，其交易意愿就会低落，买方可能减少了一个供应来源。

　　5、选择适当的数量

　　采购的数量不宜太多或太少，应避免“过与不及”。因为采购量太大，一旦商品需求降低，将造成商品积压，如果商品推陈出新，则过时的商品难以卖出去。反过来说，如果采购数量太少，则增加作业次数，提高采购成本，或不利供应商送货，延误超市商机。

　　6、采购管理的重点

　　（1）定位管理

　　定位管理是使商品按照卖场配置及商品陈列表的规定“各就各位”，以创造最佳的业绩。商品的位置好比商品的住址，如果能确实掌握及执行，对进、销、存管理及分析将大有益处。否则，商品将“居无定所”，不但影响订货、进货，更容易造成缺货，使顾客不满，进而导致销售分析的失真，而影响商品决策。所以采购人员对商品在卖场中的实际陈列位置，应随时加以了解。

　　（2）数字管理

　　商品是用以创造业绩和利润，因此超市内的商品必须是易卖又易赚钱的畅销品。而衡量商品好坏的指标有以下几项：

　　①销售量。最容易判断商品销售好坏的指标是销售量，通常在一定时期内（一个月或三个月）没有销售交易的商品即为滞销，应优先考虑淘汰。

　　②回转率。回转率=平均销售额\*平均存货额，而平均存货额=（期初存货额+期末存货额）/2。商品回转率的高低，可判断其销售的快慢，并作为淘汰与否的参考。超市的商品回转率以每月或每季计算，正常的回转率为每月4次（即商品每周约回转一次）。不过，目前国内超市的商品回转水准约为1-2次，若商品回转率是在一次以下者，即可列为优先淘汰的商品。

　　③交叉比率。交叉比率=回转率\*毛利率，通常以每月或每季为计算期间。以交叉率衡量商品好坏，只是基于商品对店铺整体贡献的多寡，所以应同时考虑销售快慢及毛利高低等因素，才具有客观性。国外超市商品的标准交叉比率为100以上，而目前国内超市商品的交叉比率水准约为30-50之间，若交叉比率在30以下者，则列为优先淘汰的商品；反之，则应加强商品交叉比率高的商品采购，以扩大超市整体的利益。

　　（3）品质管理

　　目前超市的经营品种均有食品、生鲜、果蔬等，其中食品类占很大的比重，所以品质好坏将影响到顾客健康及超市形象。在食品采购方面，采购人员除应定期与不定期到分店或供应商处检查商品品质外，更应教育卖场人员了解商品知识，共同做好商品管理工作，以达到商品评估办法的规定。

　　>

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找