

怎么才能当采购?

好问题，我来分享一下「采购」怎么花钱。

采购活动的目标主要是两个，一个是有料，一个是省钱。

一家餐馆，如果顾客点了份菜，你却没有料，这是多尴尬的事情。一家服装店，在错误的价格上买进了一批衣服，最后卖不出去，只好折价卖出，这是多么亏本的事情。从这两个目标出发，我们还会明确其他的一些目标，这些目标具体是什么，我会在后面告诉大家。后者，也就是消费活动的目标主要是一个，就是用尽可能少的钱获得尽可能大的效用。那什么是效用，我会在后面给大家介绍。除了这个目标以外，我还会提出消费的另外一个作用，就是带你以较小的成本了解一个行业里的经营门道。由于后者，也就是为了生活所做的消费活动更贴近大家的生活。

在考虑消费活动的时候，一定要搞清楚一个概念，那就是效用。 什么是效用？所谓效用，简单的解释便是情感上的满足程度。注意，因为是情感上的满足程度，所以效用是一个具有高度主观性的指标。同样一个消费品，在有的人眼中可能是高效用的，而在有的人眼里则可能是低效用的。同一个人，在不同的状况下对同一商品的效用评价也可能不同，有时是高的，有时是低的。

比如，男女对一些商品效用的评价就可能有很大的差距。其实，很多的生意是挂羊头卖狗肉的生意，比如，卖奢侈品包的，表面上是卖一个容器，但实际上卖的是一个身份的象征。我自己是懂这一点的。所以，女孩子去买，我不会觉得有什么不好。但你要我自己主动地去买这么个，我还是不会做的。主要是我个人没这方面的情感需要。但换过来，你要我买一个音质非常好的耳机，我是很愿意的，我觉得这很值。可我把这耳机给有的女孩子听，人家可能听不出有什么好的，就觉得买这么贵的没什么意义。

即便我们能从科学原理的层面上理解去对方，也不见得就能达到同样的效用评价，更不见的就能做出同样的消费行为。在我看来，这种评价和行为上的差异是必然的，也是很有必要的，不然我们的消费活动是不会这么丰富多彩。我特别反对用经济学或会计学的标准去粗暴地评判和干涉他人的私人消费行为的做法，把「智商税」或类似的概念扣在每一件产品之上。不要认为这种讲科学，讲数据的消费方法就很明智，实际上，这种思维造就的行为有时候也是很愚蠢的。

说到这，我就想到了吃自助餐这件事。自助餐这个模式其实挺好的。付上一笔钱，就可以进去畅饮畅吃，这对我这种不会点菜的人来讲是挺友好的。可总有些人在消费自助餐的时候总想着要把店家吃穷。他就觉得，只有把自助餐的本吃回来了这次消费才算是有意义的。为此，他们会仔细核算每种食材的市场单价，然后跟自己付出的自助餐费用做比较，找到吃什么才能吃回本。这就是一种会计思维的表现。但是，做自助餐的店家也不是傻子，早就料到会有这种人的。所以，自助餐的价格往往是很高的，还不准你浪费，想吃回本哪里容易。真要吃回本，你就要吃大量的高糖、高脂食品，比如海鲜、烤肉和冰激

凌等等。这样的食物吃多了，轻则腹胀，中则呕吐，重则肠胃炎，身体是很不舒服的。

当然了，既然我这里不建议大家拿自己的标准去评价别人的消费行为，那我也不好拿我的标准去评价这些人的消费行为了，所以我的话也只能说到这里。或许这背后的满足感也是我不能体会的吧。总之，从效用这个概念出发，我们要认识的一点是，消费行为的收获其实是一种情感上的感觉。这个感觉有多大，和你花了多少钱其实并没有直接的关系。

除了效用，消费在实现情感上的价值外，还可以帮助我们以较小的成本了解一个行业里的经营门道。

这套方法是我从审计的工作经历中学会的。在审计工作中，为了了解被审计单位及其环境，审计师会使用各种方法来达到目的。这些方法主要包括了询问、观察、检查和分析性程序。询问就是问人问题，这个很好理解。观察和检查都是用眼睛看，区别是什么呢？观察的对象主要是人、物品和环境，等等的。检查则是主要针对文件的，比如账单和合同之类的。

分析性程序是什么呢？分析性程序是指注册会计师通过研究不同财务数据之间以及财务数据与非财务数据之间的内在关系，对财务信息做出评价。说通俗点，就是把各种数据放在一起，对比一下，看看有没有不合逻辑的地方，从而在一定程度上鉴定数据的真伪。比如说，一家游乐场，给了我一年里每一天的收入数据，我怎么知道这数据的真假呢？有个办法。我们知道，刮风下雨的时候游乐园的游客一般是比较少的，这是常识。那我就把一年里的天气情况拿出来，看看，那些刮风下雨的日子里，是不是收入更少。如果不是，那我就怀疑这数据可

能是造假了，除非它能给我另外一个令我信服的解释。再比如，如果我要估算一个小区里的实际入住情况，其实是可以从停车位的饱和情况和物业的停车费收入来找到依据的。分析性程序的思路既简单又灵活，你只要能找到一些数据间的关联关系，然后就可以去验证和推测的工作了。

做审计师的时候，由于具有身份上的优势，我可以搞到的文件和数据还是很多的，能问到的人还是很多的，所以对一套商业模式的了解相对是可以比较准确。做客户的时候，你虽然搞不到那么多的东西，做不到那么准确，但也不是一点办法都没有的。具体的做法也是一样，询问、观察、检查和分析性程序这四种。如果你是在消费某项服务，比如培训，再比如家政。那往往是可以跟提供服务的人直接沟通，能从中询问出的信息还是相当多的。要知道，在很多的服务业里，能力突出的服务者并不是跟老板一条心的，只要你会聊，他们真的是什么行业内幕都敢跟你说的。

如果你想了解某个产业的利润情况，其实也并不难。如果是上市公司，年报上就会有数据，这个就不说了。如果不是上市公司，比如就是一家商场里的餐馆，要搞清楚它的利润情况也不难。打个电话到这个商场的招商部，以客户的身份直接问他那个店铺位置的租金报价就好了，他肯定会告诉你的。如果你很会聊，他说不定还会给你很多你意想不到的信息。一般来讲，一个组织里，最不讲保密的就是销售了。为了拿到一个单子，他们有时候真的是什么都会说。各种菜品的销售情况，这个从外卖和团购平台上的菜品销售数据上就可以看到，把占大头的那几个菜品拿出来，算一下价格。进一步，把这些菜品的原材料给明确下来，给农产品批发商打电话，问他们价格，或者上2B的电商网站看价格。就这样，抓大放小，逐项拆分，一一估

算，你就可以把一家店大概的经营状况明确下来了。我相信，听到这里的你可能已经忍不住想试一试了。

你可以找一家你比较感兴趣的店，把它的成本和收入逐项拆分出来。为了估算出这些金额，你可以打电话给它的主要供应商，你可以到网上搜集数据，也可以实地观测它的客流状况，当然，别忘了进去消费一次，在消费的过程中掌握更确切的信息。这项工作很有意思，也很有意义。

除了消费活动，**我们再来看看采购活动中的注意事项。**

我在开始的时候说过了，采购活动的主要目标是有料和省钱，从这两个目标出发，我们可以明确出五个更具体的要求，分别是合适的价格，right price，合适的质量，right quality，合适的数量，right quantity，合适的时间，right time 和合适的地点，right place。我们把这五个 right 放在一起，可统称之为 5R 理论。这里的每个 R 都跟有料和省钱这两个目标有关系，我们来一个个看。

首先是合适的价格。

合适的价格跟省钱有关系，这个好理解，但为什么跟有料也有关系呢？你可以这样想，如果你买原材料的价格比较高，那你用同样一笔资金能买到的原材料数量是不是就更少？能做出来的产成品是不是就更少了？这样在单位时间里能满足的客户数量是不是就更少了。这其实是很简单的道理。为了从合适的价格买入原材料，你就要想办法提高自己相对于供应商的议价能力。提升议价能力的办法一般有这样几种。一是寻找尽可能多的供应商。当你手里的供应商不止一家时，你的议价能力就会

上升。因为卖家知道，如果你嫌贵，就可以去别人那里购买。二是增加采购数量。当你的采购数量大的时候，供应商是有可能给予大宗采购折扣的。即便你一次性没必要买那么多，你也可以口头承诺后面会再来购买，或者直接跟供应商签订长期采购协议，让他对你的采购量有一个积极的预期，以此作为条件换取折扣。

第二个是合适的质量。

有些原材料的质量不过关，直接在生产的过程中就会暴露出问题。假如你开的是一家餐馆，客人点了一盘水煮牛肉。但供应商给的牛肉变了质，在烹饪中途被掌勺发现了，于是就得联系供应商提供新的，这样一来就会导致交货的迟滞。或者说，掌勺没有发现，直接被端给客户吃了，吃完了客户不满意，拉肚子了。你还要给客户买单，甚至要接受监管部门的罚款，是不是省钱的目标达不到了？

第三个是合适的数量。

如果你的采购量大，是可以找供应商要大宗采购折扣的，这是一个省钱的途径。但还要注意另一个问题，如果你采购的量太大了，那就会带来进一步的仓储成本。对于那些需要用特殊手段来进行保存的原料，比如需要冷藏的原料，这方面的成本还是不容小觑的。另外，如果买了太多，还有可能引起滞销，导致存货减值损失。采购数量如果过少，便会可能造成物料短缺，进一步导致客户的要求难以被及时满足。为了找到相对经济和科学的订货数量和价格，我们就要记录和维护好历史上的采购数据和销售数据。

第四个是合适的时间。

很多原材料并不是随订随到的，装箱需要时间，运输需要时间，收拣需要时间。这些时间有时候还会因为特殊的原因而很不确定，比如物流高峰期，再比如不可抗拒的自然灾害，等等。所以，我们最好要在订货之前对一年里的重点事件进行考虑，同时要对可能影响收获时间的天气等自然因素进行考虑。

第五个是合适的地点。

经营地点的设置关系到了我们与供应商之间的距离。与供应商的距离越短，那在运输途中遇到的问题的可能性一般就越小，运输的费用一般也会越少。但要注意，经营地点的设置还关系到了我们与客户之间的距离。如果跟客户离得太远，那运输产成品时所要承担运输费就会比较高，运输风险也会比较高。设置经营地点的时候是要兼顾到客户和供应商这两个方面的，尽可能达到综合效率的最大化。在这里，你不妨思考一下，为什么椰树牌椰汁的厂要设置在海南岛，而可口可乐的厂一般都会设置在大城市的郊区？这种区别的原因大概是什么？

价格、质量、数量、时间和地点，这是我们在为了经营而做采购活动的时候需要去考虑的一些重点。

浏览器扩展 Circle 阅读模式排版，版权归 www.zhihu.com 所有