

# 最新超市蔬果采购工作计划 超市采购工作计划(通用6篇)

计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理的工具。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。下面是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 超市蔬果采购工作计划 超市采购工作计划篇一

### 二、基本规定事项

- 1、作为采购部的员工必须对公司绝对忠诚。不接受厂商的回扣、旅游招待、赠品、宴会，违者将按公司有关规定处理。
- 2、采购人员必须了解本部门的专业知识，避免采购假冒伪劣商品及被厂商蒙骗。
- 3、采购人员必须具备丰富的商品知识，慎重选择商品，建立商品组织，控制商品结构，清除滞销商品，经常引进新商品，维持商品的快速周转及新鲜度。
- 4、控制毛利，尽量达到目标毛利;创造销售业绩，完成目标值。
- 5、采购人员必须考虑新商品的陈列问题，对正常陈列的商品要画出商品陈列图(moduler)[]促销商品应注明其陈列方式。
- 6、采购人员应密切注意市场行情的变化，掌握市场信息，
- 7、采购人员应随时关注天气的变化，及时调节受影响的商品的库存。

8、采购人员应经常深入卖场，了解商情、客情，以期创造的销售业绩。

9、采购人员应建立稳定的采购渠道，寻找充足的货源，避免脱销。

10、采购人员必须适时开发新商品。

11、采购人员应经常做市场调查，掌握竞争对手的商品构成、价格策略、促销手段等。并采取相应对策。

12、采购人员应定期收集销售数据，分析销售状况，并及时做出整改措施。

13、采购人员应定期拟定促销计划，并策划实施。

14、采购应了解商品特性，并突显其特性。

### 三、专业知识

1、国家规定的商品检验标准；

2、商品安全期限；

3、商品品质的辨别方；

4、商标知识；

5、销售技巧；

6、商品功能；

7、商品的制作技术；

8、商品制造成本的构成；

- 9、商品价值的显现方法；
- 10、供应商的优缺点；
- 11、商品的季节变化规律；
- 12、供应商谈判技巧。

## 超市蔬果采购工作计划 超市采购工作计划篇二

乙方(购买方)： 住所地：

### 第一条 标的、数量、价款

以上共计：4,232,000元，大写(人民币)：肆佰贰拾叁万贰仟元整。

### 第二条 规格质量

- 1、果品质量按照国家规定的规格标准执行，所有水果有碰伤的不得超过2%，有虫的不得超过1%。
- 2、各种水果除香蕉外均要达到8成熟后采摘(香蕉须达到7成熟但不得超过8成熟)。
- 3、所有水果的规格必须是精品，若乙方在收货过程中发现规格、质量不符

合标准，应由甲方负责处理并承担损失。

### 第三条 包装要求和费用负担

## 超市蔬果采购工作计划 超市采购工作计划篇三

将被动采购改成主动采购；一公开透明的按采购制度程序办事，在采购前、采购中、采购后的各个环节中主动接受财务及其他部门监督□ 20xx年我们进一步强调采购工作透明，在采购工作中做到公开、公平、公正。不论是大宗材料、设备还是零星采购，都尽量货比三家。即使在时间紧，任务重的时候，也始终坚持这个原则，采购部相关人员一起询比议价，采购前、采购中、采购后的各个环节中主动接受财务监督。即确保工作的透明，同时保证了工作进度。

### 1、完善制度，职责明确，按章办事：

20xx年重新制定《采购管理程序书》和通过组织学习公司iso9000质量管理体系文件，通过换版之机完善了更具操作性的《采购控制流程》、《供应商管理程序书》等采购管理制度。制度清楚，操作有据可查，为日后的采购工作奠定了理论基础。

### 2、公开公正透明，实现公开寻价：

采购部按生产计划部下单，询比议价都在三家以上，真正做到降低成本、保护公司利益。

### 3、采购效益：

实施公开透明的采购策略后□xx年现有纸张原材料一直在上涨，我部门提议将现有常规产品纸箱不再用d555d□每平方价格为3.45元，只要能达到出口标准即可，现提议使用d=h材质，每平方价格为3.15元，公司可节约9%的成本；为了节约成本，彩盒也在材质方面做一点变动，将克数减少，现正在打样确认，于3/1前完成。

### 4、评估价格及品质要求：

做好价格和品质和职能定位工作，价格必须经总经理以上审

批，品质必须经工程部和工艺部确认。建立材料价格信息库和材料价格监管机制，提高采购人员的自身素质和业务水平，保证货比三家，质优价廉的购买材料，减少工程成本，提高采购效率，提高企业利润。

20xx年采供部继续围绕“控制成本、采购性价比最优的产品”的工作目标，要求采购人员在充分了解市场信息的基础上进行询比价，注重沟通技巧和谈判策略。要求各长期合作供应商在xx电器□xx电机、超力微等的原价位的基础上下浮3—5个百分点（当然针对部分价格较高而又不降价的供货商我们也做了局部调整，寻找新的供应商）。同时调整了部份工作程序，增加了采购复核环节，采取由采供部副经理在采购人员对材料、设备询比价的基础上进行复核，再由总经理以上进一步复核，实行了“采购部的两级价格复核机制”，然后再传送财务部。力求最大限度的控制成本，为公司节约每一分钱。采购人员也在每一项具体工作和每一个工作细节中得到煅练。

20xx年采购部进一步加强了对供应商管理，本着对每一位来访的供应商负责的态度，制定了《供应商管理体程序书》，对每一位来访的供应商进行分类登记，确保了每一个供应商资料不会流失。同时也利于采购对供应商信息的掌握，从而进一步扩大了市场信息空间。建立了合格供方名录，在进行报价之前，对商家进行评估、评价和分析，合格者才能进入合格供方名录、才具有报价资格。

根据公司管理层的最新思维，公司新一代的供应商也应建立在真正的战略伙伴关系上来，甚至拿他们当自己公司的部门来看待。因为公司的成本核心竞争力的体现最主要的来自于公司所有供应商的支持力度，供应商对每家客户不同的政策特别给予我司的竞争对手的政策的好坏将直接影响到我司的成本核心竞争力的高低。在20xx年人民币贬值加上国内政府对玩具行业要求的检测的项目也越来越严格，加上纸张原材料及辅料锡涨幅也在20——30%左右，今年的玩具行业如果没

有价格优势根本无法生存。因此采供部必须考虑怎样既能使供应商始终至终、一如既往的给予我们最优政策，又能更好的为公司营造良好的外部合作环境，使供应商能真正全心全意的为奔田服务，抛弃双方的短期利益，谋求共同长期的健康发展。从而抢占市场、节约成本、降低价格的制高点，为公司的持续健康发展奠定基础。

## 超市蔬果采购工作计划 超市采购工作计划篇四

随着冬天的到来，冬季保暖设备、食材等东西逐渐在各大商场上架。由于地理差异，南北在文化、民俗、习惯上存在差异。由于发展水平的加快，很多南方人北上发展自己在北方的生意，大量南方人要求南方的食品。

(1) 市场分析：由于南北地理位置的不同，两地人民文化、民俗习惯的差异导致生活方式的不同，对日用品等商品的需求也不同。但以北京一线城市为例，外国人多，其中南方人居多，北方南方商品空缺较大，缺乏正规专业的购买平台。

(2) 供应商分析：拥有优质商品和品牌，能够根据自身销售情况快速响应。同时在南方市场占据主导地位。

(3) 需求商品分析：需求商品是南方商品，可以有自己的品牌和良好的口碑。其他大部分商品都是用新产品进口，以满足南方人对北方南方商品的需求。

(4) 商品需求分析：本店面积11000平方米。可以覆盖大兴区57.6万人的购买需求。但是南方人的数量不到十分之一，所以对南方商品的需求只能占商品购买的20%。

(5) 商品需求日期：冬季。

优点：全国连锁超市各地都有自己的忠实客户，可以直接接触消费者，及时反馈消费需求的变化。

缺点：由于南北文化、民俗习惯的差异，很难确立消费者的需求。同时拥有一些强大的本土竞争对手京客隆，以及全球连锁巨头沃尔玛等一系列国外连锁超市。他们拥有先进的管理技术、成熟的管理经验、庞大的分销体系和先进的信息系统。优点：有自己的供应商和生产基地，国家采购可以降低采购成本。有国家平台，可以和很多优秀企业合作。有自己的配送体系，成熟的经营管理体系。

缺点：本地竞争对手更熟悉本地消费者。同时，强大的国外竞争对手有这个强大的信息系统。能够及时做出消费方式，有先进的物流系统。

(1) 需求商品结构：目前永辉超市生鲜和加工商品占比达到51%，比同行高出20%-30%，有效吸引旅客。新鲜食物是居民的日常必需品。永辉超市打造了以生鲜食品为主的商业模式，吸引了大众的眼球，增强了竞争力。所以要采购一些南方常见的生鲜加工品。同时，因为冬天要来了，我们应该买一些被子和其他暖和的东西。

(2) 商品采购

(3) 供应商分析：

1. 生鲜供应商质量强、品种全、价格低、供应商集中、运输方便。
2. 电器供应商信誉很高。大多是有实力、品牌形象好的知名企业，有自己的配送和物流中心。
3. 食品供应商太多，管理不便，但商品价格低，运输方便。

(4) 需求商品需求日期：12月、3月

(6) 进度计划：首先选择合适的供应商，然后通过多种渠道进

行询价、比价、议价。然后选货协商合同。最终交货结算。

(7) 运输方式的选择：永辉超市配送中心拥有先进的物流配送模式，将零散、重复的交易集中在一个部门，使得各分店众多供应商的复杂关系成为配送中心供应商的关系；分公司之间的外部关系也变成了连锁企业之间的业务关系。这样，永辉超市大大提高了每次交易的效率，降低了治理结构成本和市场易成本；并通过纵向整合将交易活动内部化，从而降低超市的交易成本，增强规模经济。永辉的超市每天都向配送中心收集商品计划，配送中心向供应商采购商品，将传统的制造商、经销商和零售商的长渠道改变为制造商和永辉消费者的短渠道，挤出了传统批发商或经销商的水分，降低了流通成本。

(8) 交割结算：

康货时间：

1. 货到付款：每次采购一批货物时与供应商结算。
2. 每月结算：固定供应商每月月底结算。
3. 零采购结算：对小供应商的付款达到一定金额进行结算。

(1) 供应商调查

1. 初步调查：主要调查供应商的名称、地址、产品、产能、产品价格、产品质量、市场份额、交货情况等。对供应商的能力进行预测，为理解和掌握整个资源市场奠定一定的基础。可以采用问卷调查、访谈、实地考察等方式对供应商进行考察。
2. 深入调查：深入供应商企业的生产线、各种生产工艺、质检环节乃至管理部门，对现有的设备工艺、生产技术和管



技术进行检查，看采购的产品是否能满足企业应有的生产工艺条件、质量保证体系和管理规模的要求。

## (2) 供应商发展评价内容

产品评估、供应商资质准备、供应商质量管理状况评估、供应商资质评估、样品认证评估、供应商信用政策评估、供应商风险评估、供应商财务状况分析。

## (3) 供应商评估

1. 供应商是否遵守连锁经营企业制定的供应商行为准则。
2. 供应商是否运营良好。越来越多的连锁企业已经意识到与供应商发展长期稳定的战略合作有利于自身的发展。
3. 供应商是否有发展潜力。随着市场竞争的加剧，企业的技术创新和商品创新层出不穷，产品更新换代的速度也在加快。连锁企业要想在竞争中保持优势，就必须不断发展和创新，企业的创新离不开供应商的支持。
4. 供应商评价体系：价格、产品质量、产品交付、付款结算、合作程度。

## (4) 供应商的选择

1. 证章齐全：所有与我合作的厂家，都要持有营业执照、税务登记证、相关证照等各种有效证章，并具有合法的经营资格。
2. 守法经营：与我合作的厂家要有良好的自律意识，能在国家法律允许的范围内自觉守法，没有违规经营的不良记录。
3. 良好的信誉：所有合作者(工厂)都应该有良好的企业形象，能够信守承诺，讲求信誉，愿意与我建立互信、互让、互相

尊重、互相理解的合作基础。

4. 产品的适销性：各厂家提供的产品要适销对路，有较强的市场竞争力，既符合国家质检标准，又能增加效率，为双方创造利润。

5. 前景好：无论是厂商还是商家，有意合作的人都要有强烈的社会责任感和使命感，强烈的创新意识，巨大的发展潜力和良好的合作共赢前景。

6. 合理的产品价格：大规模采购时，一般供应商都会提供一定的数量折扣，不同的支付方式下可能会出现不同的折扣。

7. 准确的交货期：超市缺货会导致客户流失。超市要合理计算交货期，更重要的是督促供应商在规定的交货期内交货。

8. 稳定的供货能力：选择综合素质较好的供应商作为合作伙伴，不断加强双方关系，进行长期合作。

## 超市蔬果采购工作计划 超市采购工作计划篇五

### 一、工作说明

### 二、基本规定事项

1、作为采购部的员工必须对公司绝对忠诚。不接受厂商的回扣、旅游招待、赠品、宴会，违者将按公司有关规定处理。

2、采购人员必须了解本部门的专业知识，避免采购假冒伪劣商品及被厂商蒙骗。

3、采购人员必须具备丰富的商品知识，慎重选择商品，建立商品组织，控制商品结构，清除滞销商品，经常引进新商品，维持商品的快速周转及新鲜度。

4、控制毛利，尽量达到目标毛利；创造销售业绩，完成目标值。

5、采购人员必须考虑新商品的陈列问题，对正常陈列的商品要画出商品陈列图(moduler)促销商品应注明其陈列方式。

6、采购人员应密切注意市场行情的变化，掌握市场信息，

7、采购人员应随时关注天气的变化，及时调节受影响的商品的库存。

8、采购人员应经常深入卖场，了解商情、客情，以期创造的销售业绩。

9、采购人员应建立稳定的采购渠道，寻找充足的货源，避免脱销。

10、采购人员必须适时开发新商品。

11、采购人员应经常做市场调查，掌握竞争对手的商品构成、价格策略、促销手段等。并采取相应对策。

12、采购人员应定期收集销售数据，分析销售状况，并及时做出整改措施。

13、采购人员应定期拟定促销计划，并策划实施。

14、采购应了解商品特性，并突显其特性。

### 三、专业知识

1、国家规定的商品检验标准；

2、商品安全期限；

- 3、商品品质的辨别方；
- 4、商标知识；
- 5、销售技巧；
- 6、商品功能；
- 7、商品的制作技术；
- 8、商品制造成本的构成；
- 9、商品价值的显现方法；
- 10、供应商的优缺点；
- 11、商品的季节变化规律；
- 12、供应商谈判技巧。

一、必须始终树立三个“一”思想。

- 1、坚持一个中心：一切工作必须以有利于经营、有利于管理、有利于提高企业效益为中心而展开。
- 2、打造一支团队：努力建设一支专业、务实、和谐、有责任感的年轻的台客隆管理团队。
- 3、营造一种氛围：努力营造一种既重过程更重结果，既紧张又快乐，既有压力又能进步的积极向上的台客隆企业工作氛围。

二、加强运营管理，创新求变，真正提高门店经营能力。

- 1、制定运营标准，加大检核力度，实实在在提高门店基础运

营质量。运营部要采取现场示范抓基础、蹲点协助抓经营。计划打造府山店、青阳店、繁昌店、西林店运营标准店4家。

2、拓展思路，大胆整改，解困门店经营。对达不到保本要求亏损严重的xx店、xx店、xx店、xx店必须有计划地逐一进行调整，通过整合经营品项、“外引”经营项目、扩大生鲜自营、放权经营甚至撤并等手段达到解困之目的。

三、扩大采购渠道，改变促销模式，提高核心竞争力。

1、逐步建立中央采购与区域采购体系，组织人员，合理分工，加快推进。

(1)、面对现实，推进地采保供应。增加门店当地区域供应商的合作，争取当地供应商资源，促进高效补货，增加单店促销活性，实实在在来降低门店的商品缺货和退货，提高门店竞争力。

(2)、调整促销模式，尝试总部统一促销与门店单店促销每月一期的新模式，促进采购能集中精力扩大单品促销力度与吸引力，实实在在来提高门店的促销效果，力争20xx年促销占比达到18%以上，有效降低促销商品退货率。

(3)、重抓生鲜自营，打造门店经营亮点□20xx年计划建立1000平米生鲜配送中心，设立生鲜经营公司，扩大门店生鲜自营的比重。推行生鲜早市与夜市的共性促销，增加经营活性。同时为公司实施“农超对接”提前做好准备。

四、创新思路，大胆尝试，建立制度，突破四大管理瓶颈。

1、建立新的可操作性强的门店经营考核责任制，行政副部长以上人员的绩效考核责任制，物流中心人员的考核责任制。

2、成立新品审核委员会，建立采购新品审核制度，防止“病

从口入”，加强商品管理。

3、设立“品类管理”小组，通过强化对商品贡献率的系统数据分析，精简单品经营数量，特别是经销供应商单品的精简，门店开业二个月后的商品结构分析与调整。推进门店商品配置的优化，提高货架动销率，降低商品退货率。

4、调整或完善软件应用功能，满足企业个性化管理需求。

(1)、单店的公司化运作支持系统，包括促销调价、费用录入，地采供应商的结算对帐等功能。

(2)、物流配送流程的改进支持。包括门店要货整箱商品与拆零商品自动配送分离、独立数据传输、门店独立验收，拆零商品的系统复检，减少物流发货差错，加快门店验收速度等。

五、健全标准，加强培训，完善人事考核，推进企业文化建设。

1、完善规范化、手册化的企业流程和制度。包括：采购、运营、人事、培训、信息、财务、维修、物资、物流等流程和制度。

2、建立“企业职工代表大会”制度，促进企业内部的民主管理和法制治理。

## 一、组织实施

将被动采购改成主动采购；一公开透明的按采购制度程序办事，在采购前、采购中、采购后的各个环节中主动接受财务及其他部门监督□20xx年我们进一步强调采购工作透明，在采购工作中做到公开、公平、公正。不论是大宗材料、设备还是零星采购，都尽量货比三家。即使在时间紧，任务重的时候，也始终坚持这个原则，采购部相关人员一起询比议价，采购

前、采购中、采购后的各个环节中主动接受财务监督。即确保工作的透明，同时保证了工作进度。

### 1、完善制度，职责明确，按章办事：

20xx年重新制定《采购管理程序书》和通过组织学习公司iso9000质量管理体系文件，通过换版之机完善了更具操作性的《采购控制流程》、《供应商管理程序书》等采购管理制度。制度清楚，操作有据可查，为日后的采购工作奠定了理论基础。

### 2、公开公正透明，实现公开寻价：

采购部按生产计划部下单，询比议价都在三家以上，真正做到降低成本、保护公司利益。

### 3、采购效益：

实施公开透明的采购策略后□xx年现有纸张原材料一直在上涨，我部门提议将现有常规产品纸箱不再用d555d□每平方价格为3.45元，只要能达到出口标准即可，现提议使用d=h材质，每平方价格为3.15元，公司可节约9%的成本；为了节约成本，彩盒也在材质方面做一点变动，将克数减少，现正在打样确认，于3/1前完成。

### 4、评估价格及品质要求：

做好价格和品质和职能定位工作，价格必须经总经理以上审批，品质必须经工程部和工艺部确认。建立材料价格信息库和材料价格监管机制，提高采购人员的自身素质和业务水平，保证货比三家，质优价廉的购买材料，减少工程成本，提高采购效率，提高企业利润。

## 二、围绕控制成本、采购性价比的产品等方面开展工作

20xx年采供部继续围绕“控制成本、采购性价比的产品”的工作目标，要求采购人员在充分了解市场信息的基础上进行询比价，注重沟通技巧和谈判策略。要求各长期合作供应商在xx电器□xx电机、超力微等的原价位的基础上下浮3-5个百分点(当然针对部分价格较高而又不降价的供货商我们也做了局部调整，寻找新的供应商)。同时调整了部份工作程序，增加了采购复核环节，采取由采供部副经理在采购人员对材料、设备询比价的基础上进行复核，再由总经理以上进一步复核，实行了“采购部的两级价格复核机制”，然后再传送财务部。力求限度的控制成本，为公司节约每一分钱。采购人员也在每一项具体工作和每一个工作细节中得到煅练。

### 三、进一步加强对供应商的管理协调

20xx年采购部进一步加强了对供应商管理，本着对每一位来访的供应商负责的态度，制定了《供应商管理体程序书》，对每一位来访的供应商进行分类登记，确保了每一个供应商资料不会流失。同时也利于采购对供应商信息的掌握，从而进一步扩大大市场信息空间。建立了合格供方名录，在进行报价之前，对商家进行评估、评价和分析，合格者才能进入合格供方名录、才具有报价资格。

根据公司管理层的最新思维，公司新一代的供应商也应建立在真正的战略伙伴关系上来，甚至拿他们当自己公司的部门来看待。因为公司的成本核心竞争力的体现最主要的来自于公司所有供应商的支持力度，供应商对每家客户不同的政策特别给予我司的竞争对手的政策的好坏将直接影响到我司的成本核心竞争力的高低。在20xx年人民币贬值加上国内政府对玩具行业要求的检测的项目也越来越严格，加上纸张原材料及辅料锡涨幅也在20--30%左右，今年的玩具行业如果没有价格优势根本无法生存。因此采供部必须考虑怎样既能使供应商始终至终、一如既往的给予我们政策，又能更好的为公司营造良好的外部合作环境，使供应商能真正全心全意的为



奔田服务，抛弃双方的短期利益，谋求共同长期的健康发展。从而抢占市场、节约成本、降低价格的制高点，为公司的持续健康发展奠定基础。

## 超市蔬果采购工作计划 超市采购工作计划篇六

公司采购员的职责是尽可能选择和保持丰富的商品品种，为公司的顾客提供商品的价值。

- 1、作为采购部的员工必须对公司绝对忠诚。不接受厂商的回扣、旅游招待、赠品、宴会，违者将按公司有关规定处理。
- 2、采购人员必须了解本部门的专业知识，避免采购假冒伪劣商品及被厂商蒙骗。
- 3、采购人员必须具备丰富的商品知识，慎重选择商品，建立商品组织，控制商品结构，清除滞销商品，经常引进新商品，维持商品的快速周转及新鲜度。
- 4、控制毛利，尽量达到目标毛利；创造销售业绩，完成目标值。
- 5、采购人员必须考虑新商品的陈列问题，对正常陈列的商品要画出商品陈列图，促销商品应注明其陈列方式。
- 6、采购人员应密切注意市场行情的变化，掌握市场信息，
- 7、采购人员应随时关注天气的变化，及时调节受影响的商品的库存。
- 8、采购人员应经常深入卖场，了解商情、客情，以期创造的销售业绩。

9、采购人员应建立稳定的采购渠道，寻找充足的货源，避免脱销。

10、采购人员必须适时开发新商品。

11、采购人员应经常做市场调查，掌握竞争对手的商品构成、价格策略、促销手段等。并采取相应对策。

12、采购人员应定期收集销售数据，分析销售状况，并及时做出整改措施。

13、采购人员应定期拟定促销计划，并策划实施。

14、采购应了解商品特性，并突显其特性。

1、国家规定的商品检验标准；

2、商品安全期限；

3、商品品质的辨别方；

4、商标知识；

5、销售技巧；

6、商品功能；

7、商品的制作技术；

8、商品制造成本的构成；

9、商品价值的显现方法；

10、供应商的优缺点；

11、商品的季节变化规律；

12、供应商谈判技巧。