

## 采购价格分析与估算技术

### **课程目标**

在当今时代，供应商提供的产品或服务已经成为公司成本的主要方面。如何在第一次就能准确估算供应商的报价是否合理，如何在合作中不断创造和挖掘供应商价值，已经成了专业的采购人员最核心的价值所在。通过本课程的学习，使参加者可以充分地了解并掌握如下知识，快速获得并提高供应商管理和降低总成本的能力：

- 1、了解价格和采购成本的奥秘
- 2、掌握价格和成本分析的主要方法
- 3、如何利用产品生命周期成本的概念，指导日常的采购工作
- 4、估算产品的成本的方法
- 5、估算服务的成本的方法
- 6、评估供应商涨价以及涨价幅度的合理性
- 7、如何建立价格调整机制
- 8、如何提高供应商可持续发展的能力

### **课程对象**

采购新任经理、储备经理、采购助理、供应商管理员、行政采购人员等采购供应链相关人员

### **课程大纲**

#### **一、价格和成本的组成因素**

1. 定价的类型及解析
2. 常见的供应商定价方式
3. 组成价格的要素
4. 盈亏平衡点和利润的合理空间
5. 采购量与成本和采购价格的关系
6. 讨论：供应商会在哪些部分要求涨价
7. 发现“看不见的成本”
8. 熟悉 Incoterms 2000（案例分析）
9. 理解供应市场——大宗商品的价格及指数
10. 讨论：面包的价格为什么差距这么大？
11. 生命周期成本

#### **二、价格和成本的分析技术**

1. 价格分析技术
2. 价格数量折扣法
3. 盈亏平衡分析
4. 案例：饮水费用
5. 生命周期成本及分析
6. 供应商的成本细分
7. 如何得到供应商的成本细分

### 三、如何进行产品成本估算

1. 产品的物理组成
2. 产品采购的特点
3. 产品成本的构成因素
4. 产品成本的估算方法
5. 案例：铸件成本
6. 案例：机加工费用
7. 案例：LED 灯项目
8. 为什么供应商总强调 Total Solution?

### 四、如何进行服务成本估算

1. 服务的性质
2. 服务采购的特点
3. 产品成本的构成因素
4. 服务成本的估算方法
5. 案例：IT 系统项目
6. 案例：采购咨询项目
7. 讨论：如何进行 Event 采购?

### 五、供应商涨价的要求是否合理

1. 供应商为什么会提出要涨价
2. 供应商的涨价要求是否有时间特点
3. 供应商的涨价幅度是否合理
4. 如何转移供应商的涨价压力
5. 价格调整机制的建立

### 六、培养并提高供应商自身创新和可持续发展的能力

1. 供应商的可持续发展能力的重要性
2. 供应商的可持续发展能力包含哪些内容
3. VAVE 的价值
4. 培养供应商的创新能力
5. 选择供应商的创新成果，优化产品和供应链

### 七、课程总结与答疑

#### **讲师介绍: David 老师**

#### **David Yao**

行业资质:

- 同济大学机械工程博士
- 采购与供应链资深培训师
- ITC 特聘专家级培训讲师
- 采购与供应管理高级采购论坛首席讲师
- 现任某著名世界 500 强企业亚太区采购经理

**工作经历:** 先后在国际知名咨询公司供应链项目经理, 负责为跨国工业公司在亚太提供战略采购和国产化咨询服务。曾多次协助公司及客户建立和完善采购政策和程序, 实施或监督采购流程的执行, 对战略采购及供应商管理有着丰富的理论知识和实践经验。熟悉欧美工业客户如 Demag Crane & Components, Demag Plastic Group, RWE 等及医疗业客户 Tecan Systems Inc.等在中国地区提供相应采购咨询和技术服务。

**风格与特点:** 独特睿智的授课风格深受学员欢迎, 其辅导的研讨班气氛活跃, 直面问题, 深邃透彻, 效果甚佳; 讲课概念超前, 但又注重实际应用; 案例丰富并且主要来自本人的多年实践经验。具有技术, 质量和采购的跨部门交叉管理经验, 善于帮助听众换位思考。

**主讲课程:** 《采购人员核心技能提升训练》《采购问题分析与解决》《采购人员沟通与演讲技巧》《采购人员 PPT 的应用》《专业演讲成就采购人生》

**曾经培训过的公司:**

艾欧史密斯、耐普罗 (中国)、格兰富 (中国)、泰山光电 (苏州)、丹佛斯 (中国)、一汽大众、丰田汽车、美标、健特生物、联邦快递、爱立信、贝尔阿尔卡特、正大集团、万科、复星集团、携程网、百度、大亚湾核电站、永达集团、中国移动、中国电信、青岛啤酒、杜邦、壳牌石油、舍弗勒 (中国)、高丝化妆品等等。

**授课形式:**

知识讲解、案例演示讲解、实战演练、小组讨论、互动交流、游戏感悟、头脑风暴、强调学员参与。