

ICS 03.100.01
A 10
备案号: 33690—2011

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 10619—2011

SB/T 10619—2011

零售业自有品牌开发与经营管理规范

Requirements for retailers private brand development and operation

中华人民共和国国内贸易
行业标准
零售业自有品牌开发与经营管理规范
SB/T 10619—2011

*

中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100013)
北京市西城区三里河北街16号(100045)
网址 www.spc.net.cn
总编室:(010)64275323 发行中心:(010)51780235
读者服务部:(010)68523946
中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

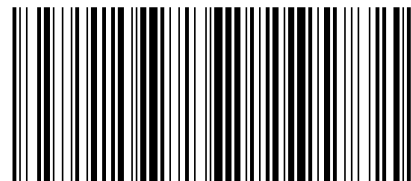
*

开本 880×1230 1/16 印张 0.75 字数 12 千字
2012年3月第一版 2012年3月第一次印刷

*

书号: 155066·2-23208 定价 16.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68510107



SB/T 10619-2011

2011-08-10 发布

2011-12-01 实施

中华人民共和国商务部 发布

用于产品的包装设计。

6.4 自有品牌的市场范围由拥有品牌版权的零售企业规定,未经零售企业允许,生产加工厂商不能将产品卖给其他零售企业。

7 公平交易

7.1 零售企业和供应商应严格遵守公平贸易原则,相关要求需遵守《零售商供应商公平交易管理办法》。

7.2 在某些特殊情况下,如市场价剧烈波动,进口产品的原材料价格或汇率变动,零售企业应和生产加工厂商相互沟通,及时调整价格。

目次

前言 III

1 范围 1

2 术语和定义 1

3 总体要求 1

4 自有品牌的开发与经营管理 2

5 供应商管理 3

6 版权及渠道管理 3

7 公平交易 4

参考文献 5

法规、规章、制度和强制标准的要求。

3.1.2 应建立完善的自有品牌开发、经营、管理制度,设立专职人员管理、监督自有品牌的发展和经营。

3.2 质量安全

3.2.1 自有品牌的生产、加工资质应符合相关法规对相关商品的要求。

3.2.2 自有品牌的生产过程要符合国家相关要求,并定期检测生产厂家是否按照既定的标准和要求生产。

3.2.3 零售商对自有品牌应建立全程安全管理体系,建立商品下架和召回机制。

4 自有品牌的开发与经营管理

4.1 计划

4.1.1 市场研究:在开发自有品牌前,应进行充分的市场调查研究,特别是对消费者消费倾向及喜好的研究。

4.1.2 产品定位:零售商应确立自有品牌市场定位和经营策略。

4.1.3 品项选择:根据公司决策需要以及市场需求,按照开发计划,在规定的时间内,选择并确定需要开发的品类,进行加工生产厂商的考察。

4.1.4 价格研究:初步确定生产加工厂商后,进行进一步合作意向的洽谈,确定商品成本,核算投入市场的价格及毛利,如价格定位与开发策略不符,需重新计划。

4.1.5 营销计划:确定营销策略及计划,制定完整的营销方案。

4.2 开发

4.2.1 商标注册:设计并确定自有品牌的商标并办理所有注册手续。

4.2.2 合同文本:与厂商洽谈后,应及时整理出相应合同文本,报送批阅。

4.2.3 合同签订:确定需要开发品项的价位和毛利水平后,及时与生产加工厂商进行合同洽谈,并签定合同。

4.2.4 包装设计:根据需要开发的商品,联系相关部门进行外观包装的设计,提报并确定后,进行包装的生产、加工。

4.2.5 价格制定:根据已经开发出的商品,同类商品参考厂商品牌的价格,进行价格的制定。应限定合理的毛利空间,实现品牌开发的优势。

4.2.6 量产前检测:要对自有品牌的口味/感官等进行测试,制定技术指标书和质量计划书,以及包装开发管控流程。

4.2.7 生产监控:根据商品的加工时间,进行实地监控,并随时抽查开发的商品质量。商品加工完成后,要及时向厂商索取质检报告,随货发到各门店,以便进行报检。

4.3 销售

4.3.1 计划生产:根据开发计划,确定订货量,开始批量生产。

4.3.2 商品上市:在生产加工厂商将商品生产加工完成后,应立即进行商品的门店分配,并下达订单。

4.3.3 库存调控:要合理掌握自有品牌的库存,及时协调配送中心进行库存的调控,加快库存的周转,确保库存的良性周转。

4.3.4 品牌营销:根据商品上市销售情况,确定临时性、月度、季度性、年度性促销计划。根据促销计划的档期设置,协调订货部门调控库存,以减少促销商品的缺货率。

4.3.5 门店陈列:根据开发出的自有品牌,尽快进行商品陈列规划,并由相应部门对门店下达陈列图。

前 言

本标准按 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准是由中华人民共和国商务部提出并归口。

本标准起草单位:中国连锁经营协会、华润万家有限公司、达曼国际咨询(上海)有限公司、乐购 TESCO 有限公司。

本标准主要起草人:杨青松、马中星、许锦龙、张智强、董雅娟、李满。