

ICS 03.100.01
A 10
备案号: 33690—2011



中华人民共和国国内贸易行业标准

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

2011-08-10 发布

2011-12-01 实施

中华人民共和国商务部 发布

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 |

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。

零售业自有品牌开发与经营管理规范

1 范围

本标准规定了零售企业自有品牌相关术语、总体要求及开发管理流程。

本标准适用于开发、经营及管理自有品牌的各零售业态。

2 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

2.1

自有品牌 private brand

公司品牌 corporate brand

商店品牌 store brand

零售商品品牌 retailer brand

以零售企业的商标、企业名称、零售企业另外独立注册或转授权的商标,作为产品商标或品牌的形式;并根据零售企业所订立的产品规格及质量要求,或根据零售企业许可使用的其他具有知识产权的配方、工艺、设计等技术手段,由生产加工厂商所生产的产品。

2.2

厂商品牌 factory brand

商标由生产商拥有的商品品牌,是与自有品牌相对应的一种商标所有形式。

2.3

版权 copyright

著作权

是指文学、艺术、科学作品的作者对其作品享有的权利(包括财产权、人身权)。本标准中所指版权是零售企业对自有品牌及其从属品牌进行注册,并由此拥有品牌名称(中文或其他文字)及其图形标识等的所有版权,并在商标被非法使用时受到保护。

2.4

商标 trade mark

商品的生产者或经营者在其生产、制造、加工或者经销的商品上采用的,或者服务的提供者在其提供的服务上采用的,用于区别商品或者服务来源的,由文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色等要素的组合而成的,具有显著特征的标志。

2.5

召回 recall

生产商或零售商将已卖给消费者的商品收回,其原因是发现所售出的产品存在缺陷或不符合相关安全标准,这是针对厂家原因造成的批量性问题而出现的处理办法。

3 总体要求

3.1 合法合规

3.1.1 自有品牌的开发及经营管理,应严格遵守、执行国家有关产品质量、安全、标签标识等相关法律、

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。

4.4 评估

- 4.4.1 质量评估:对自有品牌应进行常规抽查,建立完善的日常产品质量评估和管控制度。
- 4.4.2 供应商评估:对供应商的生产、质量、物流等进行全面评估。
- 4.4.3 绩效和效益评估:对自有品牌在所在品类创造的绩效和效益进行评估,并与厂商品牌进行销售份额、毛利率等方面的比较。
- 4.4.4 消费者反馈评估:了解消费者对自有品牌价格、质量的认知程度,宜采用第三方进行评估。

4.5 售后服务

- 4.5.1 退换货:消费者要求退换货的商品,门店必须严格按照退换货流程进行自有品牌的退换工作;属于厂商不负责退换货的商品,需进行店间调拨,及时消化库存。对于超出退换货要求的,由门店自行负责。
- 4.5.2 召回:对于可能会给消费者带来安全隐患的不合格产品,应进行产品召回。零售企业应制定产品召回计划、评估和顾客反馈程序。除了从消费者手中召回,产品召回也应包括从市场和其他分销渠道召回有安全隐患或不合格的产品。

5 供应商管理

5.1 审核

- 5.1.1 在对工厂审核之前,首先要告知既定的生产厂家审核程序和所需文件。国家级及地方性行业标准的检测人员应与质保人员全程合作进行工厂审核。
- 5.1.2 自有品牌加工生产厂商应具有:营业执照、生产许可证、卫生许可证、企业组织机构代码、技术指标书等,同时要预审工厂,宜请第三方审查工厂。

5.2 安全管理

生产加工厂商应建立严格的自有品牌生产流程、安全控制标准。

5.3 质量管理

- 5.3.1 生产加工厂商必须确保其指定的工厂有资格、有能力严格遵照相关法律法规,生产加工既定产品。
- 5.3.2 生产加工厂商必须确保工厂有适当设施设备、相关标准及管理程序(例如 HACCP 或 GMP 等),同时原材料的贮存应符合要求。
- 5.3.3 所有关于使用材料和物质的文件必须自始至终完备提供给零售商,以便于快捷检核产品的成分。

6 版权及渠道管理

- 6.1 零售企业有责任对自有品牌及其从属品牌进行注册,并由此拥有品牌名称(中文或其他文字)及其图形标识等的所有版权。版权可以使零售商在商标被非法使用时受到保护。
- 6.2 零售企业注册的品牌名称和标识都归其所有。生产加工厂商应该尊重零售企业提出的包装设计和标识规定,不能随意更改。任何必要的改动,首先要向零售企业的相关部门提出,并且最终的设计方案必须经过零售企业确认。
- 6.3 生产加工厂商对包装袋上文字和图形的使用权负责,未经授权的视觉资源、非法认证的图标不得

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。

参 考 文 献

- [1] GB 7718—2011 食品安全国家标准 预包装食品标签通则
 - [2] GB 14881—1994 食品企业通用卫生规范
 - [3] GB/T 19001—2008 质量管理体系 要求
 - [4] GB/T 19080—2003 食品与饮料行业 GB/T 19001—2000 应用指南
 - [5] 《零售商供应商公平交易管理办法》商务部、发展改革委、公安部、税务总局、工商总局,第17号令,2006年10月13日
-

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