



中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 10664—2012

采购经理岗位要求

Qualification requirement for procurement manager

2012-03-15 发布

2012-06-01 实施



中华人民共和国商务部 发布

目 次

前言 Ⅲ

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 任职条件 1

5 岗位职能 2

前 言

本标准按照 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、北京超市发连锁股份有限公司、TESCO 乐购(中国)、SPAR 中国。

本标准主要起草人：杨青松、李燕川、许锦龙、张智强、赵萌、李满。

采购经理岗位要求

1 范围

本标准规定了零售采购相关的术语和定义、采购经理的任职条件、岗位要求等。
本标准适用于零售企业的采购管理岗位。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

SB/T 10465—2008 连锁经营术语

3 术语和定义

SB/T 10465—2008 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。为了便于使用,以下重复列出了SB/T 10465—2008 中的某些术语和定义。

3.1

品类管理 category management

零售商和(或)供应商把所经营的商品分成不同的类别,并把每类商品作为企业经营战略的基本活动单位进行管理的一系列相关的活动,它通过强调向消费者提供超值的产品和服务来提高企业的运营效果。

[SB/T 10465—2008,定义 8.1.15]

3.2

商品结构 commodity composition

零售企业在一定的经营范围内,按一定的标志将经营的商品划分成若干类别和项目,并确定各类别和项目在商品总构成中的比重。

3.3

单品 stock keeping unit (SKU)

商品的最小分类单位。

[SB/T 10465—2008,定义 8.1.1]

4 任职条件

4.1 素质要求

4.1.1 具备良好的沟通、管理、协调及解决问题的能力。

4.1.2 具备良好的团队建设能力。

4.1.3 具备较强的综合分析、判断及决策能力。

4.1.4 对行业市场信息具备高度的敏感度,对突发市场情况有快速协调、应变及处理能力。

4.1.5 诚实、正直、守信、有强烈的社会责任感。

4.1.6 有良好的职业道德、廉洁奉公；尊重合作伙伴，对供应商具有平等友善的合作意识。

4.2 业务技能

4.2.1 熟悉国家有关法律、法规及商品采购工作规章制度，掌握零售企业的业务营运流程。

4.2.2 应具备所管理品类商品的专业知识，包括生产加工工艺、成本核算、检验要求等。

4.2.3 应掌握基础的品类管理知识及应用，熟悉业内常用的采购分析方法。

4.2.4 应掌握商品的销售、陈列展示及定价技巧。

4.2.5 对市场消费趋势和产品生命周期有敏锐的判断力。

4.2.6 应具备良好的谈判技巧，具备一定的财务知识，并有良好的计算机操作及文字表达能力。

5 岗位职能

5.1 市场调研

5.1.1 收集市场信息和业内情报，了解顾客需求的变化和品类消费发展趋势。

5.1.2 了解品类商品的市场价格、促销形式及供货渠道、交易条件等信息。

5.1.3 对有潜力的新品进行市场调研和销售数据采集，收集供应商渠道资源。

5.1.4 在所有供货渠道中，选择备选供应商作为引进谈判目标。

5.2 采购计划

5.2.1 制订供应商及商品谈判引进计划。

5.2.2 根据计划联系备选供应商进行初次接洽。

5.3 供应商选择

5.3.1 进行首轮供应商及商品资质确认。

5.3.2 在资质合格的备选供应商中，优选生产商，兼顾其产能、仓储、配送、市场维护开发、资信状况等综合运作能力。

5.3.3 对本地供应商进行实地考察，即生产商验厂、经销商验库，核对供应商提供的各项资质是否真实有效，商品生产及仓储、运输条件是否符合采购要求。宜设立独立的质检部门实施专业化管理。

5.4 合同谈判

5.4.1 收集相关资料，制订谈判目标，进行谈判准备。

5.4.2 与供应商就交易条件进行谈判，包括但不限于：引进品种、价格、促销及人员安排、账期、商品质量要求、订货、送货、退货要求、配送方式、试销期目标及要求、各项服务费用、违约条例等，做好历次谈判记录并存档备查。

5.4.3 向相关负责人报批最终谈判结果。

5.4.4 审核供应商签约代表授权文件，完成合同签订，将所有文件、记录归档备查。

5.5 合同执行

5.5.1 将供应商、商品详细资料及签约交易条件录入信息系统维护，确保合作期间双方交易顺畅进行。

5.5.2 制订首批订单、上架连锁店清单及配货数量、陈列要求、零售价格。

5.5.3 根据合同内容与供应商共同安排商品上架促销及推广活动。

5.5.4 跟踪供应商合作表现和商品销售情况，试销期结束后，与引进计划中的预期目标进行对比评估，达到试销目标转为正常商品，对低于目标的商品查找偏差原因，如调整经营策略后仍不能达到预期，则

实施淘汰。

5.6 日常商品管理

5.6.1 价格调整

5.6.1.1 对商品定期进行市场调研,根据同业、季节、市场、商品寿命周期变化情况与供应商谈判商品进价,调整商品售价。

5.6.1.2 对调整后的价格信息进行系统维护,公告各门店。

5.6.1.3 对促销商品价格进行维护,促销结束后恢复原价。

5.6.2 商品配置

5.6.2.1 制订连锁店商品货架配置表,明确上架要求及陈列要求。

5.6.2.2 随季节变化和商品销售情况制订商品上架、清退或陈列调整要求。

5.6.3 促销

5.6.3.1 根据公司海报策划要求,提供促销方案建议,制订促销目标,选择商品进行促销。

5.6.3.2 与供应商谈判促销进价、促销期送货量、原有库存差价补偿方式、促销服务费、促销品陈列安排等,签订促销协议书存档备查。

5.6.3.3 制订连锁店促销商品陈列计划书,明确促销商品陈列位置和陈列方式。

5.6.3.4 促销结束后与供应商就促销数据进行共享,与促销目标对比查找问题、总结经验。

5.6.4 信息维护

5.6.4.1 及时更新商品检测报告和各类销售所需证明文件,确保商品资质完整有效。

5.6.4.2 根据经营需要,对商品引进、淘汰、暂停进货等各种状态及其他描述性信息进行维护。

5.7 商品结构分析及汰换

5.7.1 定期对品类结构进行分析,跟踪评价单品表现。

5.7.2 对综合贡献度低的商品,查找在店铺呈现环节是否存在问题,确定属商品不适销原因后,与供应商沟通实施淘汰。

5.7.3 对综合贡献度高的商品,重点保障货源供应,加强商品陈列表达。

5.7.4 引进趋势性新品,对销售持续增长的商品重点跟踪数据,监测培养。

5.8 库存管理

5.8.1 每月进行库存结构分析,对周转慢的商品重点查找原因并制订清理计划。

5.8.2 关注重点商品库安全库存,减少缺断货现象发生。

5.8.3 测算库存价差及存货成本,根据商品供价变化适时适量囤货。

5.8.4 对周转天数高于账期天数的供应商商品进行商品结构调整及库存量调整。

5.9 供应商管理

5.9.1 与供应商制订共同的年度销售目标以及促销计划,并跟踪落实。

5.9.2 对与供应商合作中的具体情况及发生问题进行记录,定期分析商品经营贡献和供应商综合贡献,与供应商共同进行业务回顾,根据目标达成情况制订经营调整方案。

5.9.3 对供应商年度合作情况进行量化评价,针对不同供应商分别制订合作策略,制订下一年度供应

商结构调整计划。

5.9.4 根据供应商结构调整计划,在合同到期前应及时通知供应商终止续约,做好连锁店库存商品清退和供应商账款结清工作。

5.9.5 对供应商信息进行维护及更新,确保资质完整有效。

5.10 人员及制度

5.10.1 建设专业的采购团队,培养高素质采购人员。

5.10.2 建立完善的企业采购规章制度和流程体系。

5.10.3 建立完善的采购培训体系。

5.10.4 建立完善的供应商档案管理流程。

5.11 应急事件处理

5.11.1 遇有问题商品时,应立即安排商品下架,盘点冻结库存,联系供应商快速解决。

5.11.2 遇有特殊时期发生商品抢购时,立即与供应商联系货源供应,调配各店分配数量。

5.11.3 根据采购部门考核要求,分别制订品类及供应商销售额、综合利润、库存周转等各项预算目标,采取有效措施跟踪达成。

中华人民共和国国内贸易
行 业 标 准
采购经理岗位要求
SB/T 10664—2012

*

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 9 千字
2012年6月第一版 2012年6月第一次印刷

*

书号: 155066·2-23499

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 10664-2012