

普
华
经
管

FBOOK
弗布克1+1管理工具箱系列

产品管理部

规范化管理工具

个日
(第2版)

人人有事干 事事有规范
办事有流程 工作有方案

孙晓光 编著

职责 + 制度 + 表格 + 流程 + 方案



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



附赠光盘

弗布克 1+1 管理工具箱系列

产品管理部规范化管理工具箱

(第 2 版)

孙晓光 编著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

产品管理部规范化管理工具箱 / 孙晓光编著. -- 2
版. -- 北京: 人民邮电出版社, 2013.3
(弗布克1+1管理工具箱系列)
ISBN 978-7-115-30908-2

I. ①产… II. ①孙… III. ①企业管理—产品管理
IV. ①F273.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第016166号

内 容 提 要

本书通过全方位细化产品管理部各岗位的工作事项, 详细介绍了产品管理部各岗位的具体职责、制度、表格、流程和方案, 内容涉及产品规划管理、产品开发管理、产品定价管理、产品上市管理、产品品牌管理、产品成本管理、产品知识产权管理等多个方面, 可以极大地促进产品管理部的运作效率和工作业绩, 增强团队的凝聚力和战斗力。

本书适合产品管理部经理、主管、一线服务人员, 以及企业培训师、咨询师使用, 同时也适合高校相关专业师生阅读参考。

弗布克1+1管理工具箱系列

产品管理部规范化管理工具箱(第2版)

◆ 编 著 孙晓光

责任编辑 陈斯雯

执行编辑 徐晓菲

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

三河市潮河印业有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16

印张: 19

2013年3月第2版

字数: 180千字

2013年3月河北第1次印刷

ISBN 978-7-115-30908-2

定 价: 45.00元(附光盘)

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第0021号

“弗布克 1 + 1 管理工具箱系列” 改版序

“弗布克 1 + 1 管理工具箱系列”图书自上市 6 年来，赢得了数十万读者的广泛关注。他们对本系列图书的全面性、针对性、实用性、方便性给予了高度评价，同时针对书中存在的问题提出了诚恳的批评意见和有效的改进建议。

应广大读者的建议和要求，2013 年年初，我们修订和增补了本系列图书，使得系列品种规模已达到 19 种。经改版后，“弗布克 1 + 1 管理工具箱系列”图书涵盖了企业人力资源部、行政部、市场营销部、客户服务部、生产部、质量管理部、财务部、采购部、仓储部、产品管理部、综合管理部、技术研发部、设备部、培训部、项目部 15 大部门的规范化管理内容，同时针对物业公司、物流公司、商场超市、酒店宾馆 4 类企业提供了规范化的管理体系。

在本次改版工作中，我们对读者反映的问题进行了校正，对原有图书的部分内容体系做了相应的修改、删除和增补。希望通过本次改版和扩版，这套图书能够为广大读者带来更多的工作便利。

多年的企业规范化管理经验告诉我们，把规范化管理落实到部门，进而落实到部门的每一个岗位和每一件工作事项上，是高效执行、规范化管理、精细化管理的重要环节和有效措施。只有层层实行规范化管理，做到“人人有事干，事事有规范，办事有流程，工作有方案”，才能提高企业的整体管理水平，从根本上提高企业的执行力，增强企业的竞争力。

“弗布克 1 + 1 管理工具箱系列”图书（1 本书 + 1 张光盘），以企业规范化管理为中心，立足于企业各个部门的管理实践，针对某一个部门、某一个岗位、某一类事件的管理问题，运用“职责 + 制度 + 表格 + 流程 + 方案”五位一体的解决方案，为企业提供各个部门规范化运作的系统工具。

因此，本系列图书可以作为企业各部门实施规范化管理的操作手册，也可以作为各岗位工作人员进行自我管理和自我培训的辅助工具。

我们真诚地希望广大读者能够对本系列图书一如既往地关注和支持；同时，对于书中存在的问题和不足，读者朋友们能够继续给予批评和指正，以便我们再次改版时做得更好。

再版前言

《产品管理部规范化管理工具箱（第2版）》是“弗布克1+1管理工具箱系列”图书中的一本，本书通过全方位细化产品管理部各岗位的工作事项，详细介绍了产品管理部各岗位工作的具体职责、制度、表格、流程和方案，可以极大地提升产品管理部的运作效率，增强团队的凝聚力和战斗力。

在《产品管理部规范化管理工具箱》第1版的基础上，本书做了如下修订和补充。

1. 从整体内容结构上来说，我们增加了产品知识产权管理的内容，对产品规划管理、产品开发管理、产品定价管理、产品上市管理的相关内容做了调整。调整后的产品管理部工作事项更加模块化，工作内容更加全面详细、更加符合企业的实际情形。

2. 从整体内容结构上来说，调整了全书部分章节的内容，进一步理顺了产品管理部的工作内容。经此调整后，使得管理工作事项更加模块化，工作内容更加全面详细、更加符合企业的实际情形。

3. 重新梳理了各个岗位的工作职责，并根据实际需要修改或添加了部分岗位，使工作事项更加清晰化、条理化。

4. 重新整理了原有的流程，使相应的工作流程更加符合产品管理部的实际工作需要，同时根据岗位及工作事项的补充，又增添了部分流程。

5. 更新了部分制度和表格，替换了原有的部分内容，细化了部分制度，增强了内容的实用性和针对性。

6. 改进了“职责+制度+流程+方案”的表现方式，图形、表格交互出现，既增强了本书的可读性，又方便了读者的使用。

7. 配套光盘内容更加实用。作者精心挑选了本书中一些重要的工作制度和相关表格，以 Word 文件的形式收录在光盘中，读者可以根据自身工作需要直接下载使用。

在本书编写的过程中，孙宗坤、孙立宏、董建华、程富建负责资料的收集和整理，王玉凤、廖应涵、王建霞、李苏洋、任玉珍、董芳芳负责图表的编排，王淑燕、王海燕参与编写了本书的第一、二章，王胜会参与编写了本书的第三章，薛显东参与编写了本书的第四章，毕汪峰、姜曦参与编写了本书的第五章，刘俊敏参与编写了本书的第六章，杨彩参与编写了本书的第六章，李允参与编写了本书的第七章，刘伟参与编写了本书的第八章，全书由孙晓光统撰定稿。

目 录

第一章 产品管理部组织结构与责权	1
第一节 产品管理部组织结构	1
一、产品管理部职能	1
二、产品管理部组织结构	1
第二节 产品管理部责权	2
一、产品管理部职责	2
二、产品管理部权力	3
第三节 产品管理部岗位职责	4
一、产品经理岗位职责	4
二、产品主管岗位职责	4
三、产品专员岗位职责	5
第二章 产品规划管理	7
第一节 产品规划管理岗位职责	7
一、产品规划主管岗位职责	7
二、产品调研专员岗位职责	7
三、产品规划专员岗位职责	8
第二节 产品规划管理制度	9
一、产品调研管理制度	9
二、调研实施管理制度	12
三、产品规划管理制度	14
四、产品创新提案管理制度	20
第三节 产品规划管理表格	23
一、市场调查计划表	23
二、产品市场调查表	23
三、竞争产品调查表	23
四、竞争厂商调查表	24

五、经销商调查表	24
六、产品市场分析表	25
七、产品营销分析表	26
八、客户反应分析表	26
九、产品需求评估表	27
十、市场细分分析表	28
十一、产品营销规划表	28
第四节 产品规划管理流程	29
一、产品市场调研流程	29
二、产品规划管理流程	30
第五节 产品规划管理方案	31
一、产品调研报告方案	31
二、产品营销规划方案	32
三、产品开发决策方案	34
四、新产品开发可行性报告方案	35
第三章 产品开发管理	39
第一节 产品开发管理岗位职责	39
一、总工程师岗位职责	39
二、产品开发主管岗位职责	39
三、工艺技术主管岗位职责	40
四、工艺技术员岗位职责	41
第二节 产品开发管理制度	42
一、新产品开发管理制度	42
二、新产品开发控制制度	46
三、新产品试制管理制度	50
四、新产品开发周期制度	52
五、产品技术任务书编制办法	54
六、产品技术设计过程管理办法	56
七、产品工作图设计管理办法	58
八、产品质量先期策划制度	59
九、产品开发项目经理制管理制度	63
第三节 产品开发管理表格	66
一、新产品开发计划表	66
二、新产品开发方案表	67

三、新产品试制状况表	68
四、新产品开发费用表	69
五、新产品开发成果表	70
六、旧产品改进申请表	71
七、新产品开发评审表	71
第四节 产品开发管理流程	74
一、产品研发管理流程	74
二、产品立项审批流程	75
三、产品研发过程管理流程	76
四、产品研发验收管理流程	77
五、产品技术工艺管理流程	78
六、技术工艺标准制定流程	79
七、产品技术设计流程	80
八、样品设计生产流程	81
九、产品改进设计流程	82
第五节 产品开发管理方案	83
一、产品开发实施方案	83
二、产品开发设计方案	89
三、新产品开发大纲	92
 第四章 产品定价管理	 97
第一节 产品定价管理岗位职责	97
一、产品定价主管岗位职责	97
二、产品定价专员岗位职责	97
第二节 产品定价管理制度	98
一、内部价格管理制度	98
二、价格策略制定制度	101
三、定价调价管理制度	102
第三节 产品定价管理表格	105
一、产品定价策略表	105
二、价格决策作业表	106
三、竞品价格调查表	107
四、产品价格测试表	108
五、成本定价分析表	108
六、产品价格一览表	109

七、产品价格追踪表	110
八、产品价格变动表	111
九、产品降价管理表	114
十、定价工作检查表	115
第四节 产品定价管理流程	116
一、价格信息处理流程	116
二、产品价格预测流程	117
三、产品定价管理流程	118
四、产品价格调整流程	119
五、应对竞争降价流程	120
第五节 产品定价管理方案	121
一、产品定价分析方案	121
二、产品价格调整方案	123
三、产品降价管制方案	126
四、应对竞争降价方案	128
 第五章 产品上市管理	 131
第一节 产品上市管理岗位职责	131
一、产品上市主管岗位职责	131
二、产品上市专员岗位职责	131
第二节 产品上市管理制度	132
一、新产品上市管理制度	132
二、新产品上市工作制度	135
三、试销不良品管理制度	137
四、新产品推广管理制度	138
五、广告媒体选择管理制度	141
六、新产品促销管理制度	143
七、新产品包装管理制度	146
第三节 产品上市管理表格	149
一、新产品上市工作计划表	149
二、竞争产品上市调查分析表	150
三、新产品潜在客户追踪表	150
四、产品上市测试点选择表	151
五、新产品试销工作检查表	151
六、新产品试用意见反馈表	152

七、新产品上市决策参考表	153
八、新产品广告实施控制表	153
九、新产品广告实施报告表	154
十、新产品上市工作检查表	154
十一、上市工作问题反馈表	156
十二、上市目标达成分析表	157
第四节 产品上市管理流程	158
一、产品上市计划制订流程	158
二、新产品上市管理流程	159
三、新产品卖点设计流程	160
四、新产品推广管理流程	161
五、新产品广告宣传流程	162
六、新产品促销管理流程	163
七、新产品公关管理流程	164
八、产品包装决策流程	165
九、包装设计评价流程	166
第五节 产品上市管理方案	167
一、新产品上市计划书	167
二、新产品上市策划方案	171
三、新产品上市推广方案	174
四、新产品媒体投放方案	178
五、新产品订货会方案	181
六、产品促销策划方案	184
七、新产品手册编制方案	187
八、新产品广告投放方案	188
第六章 产品品牌管理	193
第一节 产品品牌管理岗位职责	193
一、产品品牌主管岗位职责	193
二、产品品牌专员岗位职责	193
第二节 产品品牌管理制度	194
一、产品品牌管理制度	194
二、品牌质量检验制度	199
三、品牌决策管理制度	204
第三节 产品品牌管理表格	206

一、品牌资产管理表	206
二、产品品牌评估表	207
三、同类产品品牌表	208
四、品牌运作管理表	208
五、品牌形象管理表	209
六、品牌传播管理表	211
第四节 产品品牌管理流程	212
一、品牌定位流程	212
二、品牌管理流程	213
三、品牌变更流程	214
四、品牌延伸流程	215
第五节 产品品牌管理方案	216
一、品牌策划方案	216
二、品牌建设方案	218
三、品牌重塑方案	220
四、品牌管理及推广策略方案	222
 第七章 产品成本管理	227
第一节 产品成本管理岗位职责	227
一、产品成本主管岗位职责	227
二、产品成本专员岗位职责	227
第二节 产品成本管理制度	228
一、产品成本预测和计划制度	228
二、产品成本控制和考核制度	229
第三节 产品成本管理表格	233
一、产品开发研究预算表	233
二、新产品开发支出计划表	233
三、产品制造费用明细表	234
四、产品销售费用明细表	234
五、产品成本记录表	235
六、产品成本分析表	236
七、产品成本控制表	236
八、产品获利能力分析表	237
九、完工产品成本汇总表	237
十、产品成本差异分析表	238

十一、产品线年度损益预算表	238
第四节 产品成本管理流程	239
一、产品成本设计管理流程	239
二、开发项目成本控制流程	240
第五节 产品成本管理方案	241
一、产品成本费用管理方案	241
二、降低产品成本实施方案	243
三、产品成本控制报告模板	245
第八章 产品知识产权管理	247
第一节 产品知识产权管理岗位职责	247
一、知识产权主管的岗位职责	247
二、知识产权管理师岗位职责	247
三、知识产权管理员岗位职责	248
第二节 产品知识产权管理制度	249
一、知识产权管理办法	249
二、企业专利管理规定	254
三、企业商标管理办法	258
四、技术合同管理办法	261
五、知识产权保密规定	264
第三节 产品知识产权管理表格	267
一、发明创造专利申报表	267
二、撤回专利申请声明表	268
三、商标使用申请审批表	268
四、技术交易合同登记表	268
第四节 产品知识产权管理流程	270
一、专利管理工作流程	270
二、商标注册申请工作流程	271
三、研发知识产权管理流程	272
四、知识产权监控保护流程	273
第五节 产品知识产权管理方案	274
一、技术专利申请方案	274
二、知识产权保护方案	275
三、知识产权奖励方案	278
四、知识产权风险评估方案	282

第一章 产品管理部组织结构与责权

第一节 产品管理部组织结构

一、产品管理部职能

（一）建立产品管理部组织

结合企业实际情况，建立健全产品管理部的组织结构设计工作。

（二）制定相应的规制章程

根据企业管理的要求及产品管理部工作实际制定相应的规章制度。

（三）编制、执行产品标准

按国家相关规定，编制产品标准，做好申报、审查、复核与变更的相关工作，并监督、控制产品标准的执行情况。

（四）编制产品管理工作计划

编制月度、季度、年度产品管理工作计划，并负责实施、检查、协调及考核。

（五）收集产品管理信息

收集和掌握国内外先进产品管理经验，传递产品管理信息。

（六）完成新产品开发工作

在市场需求分析的基础上，做出新产品开发决策，并主持开发、试产、测试、投产、上市以及定价和包装工作，并对产品成本进行管理。实施产品创新战略，做好产品生命周期的管理工作。

（七）编制产品工作统计报表

建立和完善产品管理工作，包括原始记录、台账、统计报表及产品成本统计核算程序等。

（八）产品知识产权管理工作

产品管理部要做好产品运作过程中的材料、产品标准等知识产权管理。

二、产品管理部组织结构

产品管理部的组织结构示例如图 1-1 所示。

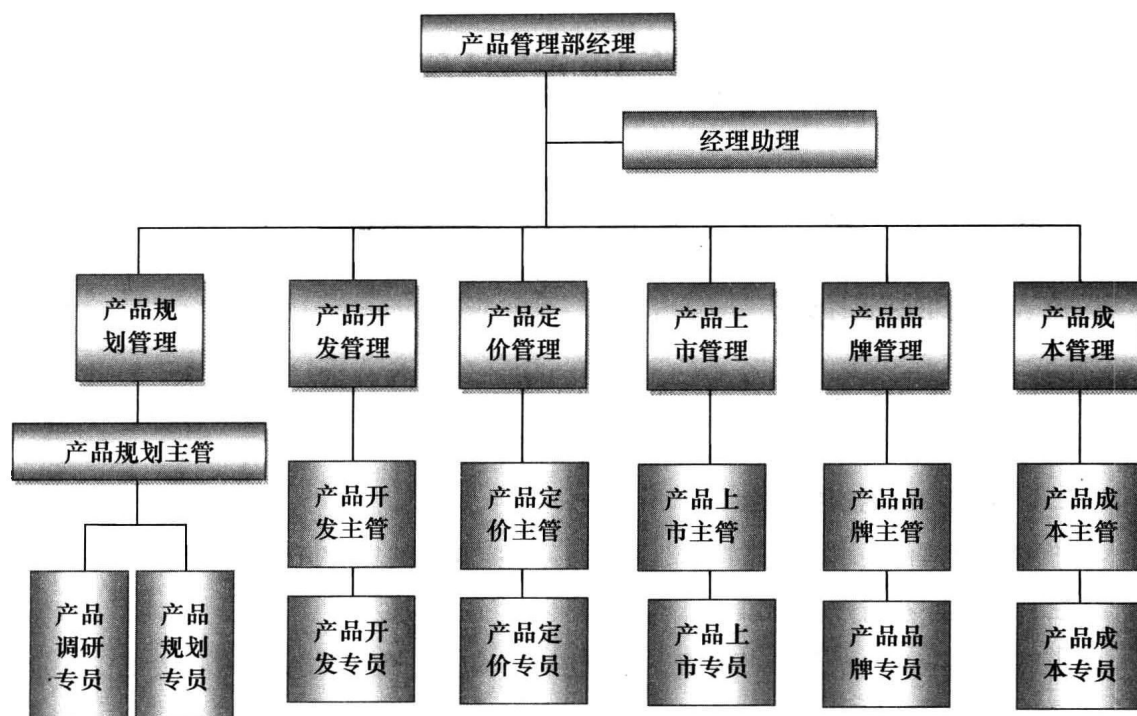


图 1-1 产品管理部组织结构示例

第二节 产品管理部责权

一、产品管理部职责

产品管理部负责收集产品信息，并进行汇总分析，制定企业的产品研发战略并进行产品研发、试制、生产及上市管理。总之，产品管理部是企业中市场营销部、生产部等环节相连接的关键节点，它能起到促进各部门沟通的桥梁作用，其主要职责如图 1-2 所示。

- 职责1** 结合企业实际情况，建立健全产品管理部的组织结构设计工作
- 职责2** 编制产品标准，做好申报、审查与变更的相关工作，监督产品标准的执行情况
- 职责3** 编制月度、季度、年度产品管理工作计划
- 职责4** 搜集和掌握国内外先进的产品管理经验，传递产品管理信息

原 书 缺 页