

普
华
经
管

正略钧策
管理丛书



本书附赠配套光盘

FBOOK
弗布克1+1管理工具箱系列

◆ 王光伟 编著

规范化管理工具箱

产品管理部

人人有事干 事事有规范
办事有流程 工作有方案



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

管理每个部门 & 让部门规范化运作的 **解决方案**

产品管理部

规范化管理工具箱

职责——人人有职责
+
制度——事事有制度
+
表格——执行有表格
+
流程——办事有流程
+
方案——工作有方案



北京普华文化发展有限公司

分类建议：企业管理/产品管理

人民邮电出版社网址：www.ptpress.com.cn

ISBN 978-7-115-16543-5



9 787115 165435 >

ISBN 978-7-115-16543-5/F

定价：38.00元（附光盘）



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

王光伟 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 / 王光伟编著. —北京:人民邮电出版社, 2007. 9

(弗布克 1+1 管理工具箱系列)

ISBN 978-7-115-16543-5

I. 产… II. 王… III. 产品—生产管理 IV. 273. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 106317 号

内 容 提 要

本书细化了产品管理部的各个岗位及具体的职责、制度、表格、工作流程和方案,是一本关于产品管理部规范化管理的实务工具书。

本书对产品规划管理、产品开发管理、产品定价管理、产品上市管理、产品品牌管理、产品成本管理等各项工作进行了详细的介绍,将职责与制度和表格相结合,流程与方案相呼应,是产品管理部进行规范化管理的工作手册。

本书适合产品管理部经理及工作人员、企业管理人员、企业培训师、咨询师以及高校教师使用。

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

◆ 编 著 王光伟

责任编辑 刘 盈

◆ 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 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

新华书店总店北京发行所经销

◆ 开本: 787 × 1092 1/16

印张: 16

2007 年 9 月第 1 版

字数: 170 千字

2007 年 9 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-16543-5/F

定 价: 38.00 元 (附光盘)

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

前 言

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、精细化管理的实务举措，只有层层实行规范化管理，事事有规范，人人有事干，办事有流程，工作有方案，才能提高企业的整体管理水平，并从根本上提高企业的执行力，增强企业的竞争力。

为此，我们推出了弗布克1+1管理工具箱系列，即每一本书都附加一张光盘，讲解企业规范化管理，立足于企业各个部门的管理实践，直指某一个部门、某个岗位、某类事件的管理问题，提供了企业各个部门规范化运作的系统工具，实现了“职责+制度+表格+流程+方案”五位一体的解决方案。因此，这套系列图书是企业各个部门进行自我规范化管理的工具书和实务手册。

《产品管理部规范化管理工具箱》是此系列图书中的一本，通过细化产品管理部各岗位以及每一工作事项的具体内容，介绍了产品管理部工作的具体职责、制度、表格、流程和方案，可以极大地提高产品管理部的运作效率，增强团队的凝聚力。本书主要有以下特点。

1. 内容全面系统

本书共分为七个部分，在对产品管理部整体组织结构进行介绍之后，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、产品品牌管理、产品成本管理等各项工作进行了系统的介绍。

2. 实用性、操作性强

针对每一项工作，本书都给出了详细的工具，且将岗位职责、制度与表格相结合，工作流程与方案相结合，是产品管理部进行规范化管理的工作手册和工具书。

3. 使用方便

本书为满足读者的工作需要，特附赠光盘，以方便读者借鉴和使用。读者可根据本企业实际，将本书内容直接拷贝或稍加修改使用。

本书适合产品管理部经理及工作人员、企业管理人员、企业培训师、咨询师以及高校教师使用。

在本书编写的过程中，王强、袁艳烈、孙宗坤、王崇彩负责资料的收集和整理以及数字图表的编排，张宏、孙斌、李海伟参与编写了本书的第一、二章，耿书芳、刘瑞江、邓闽华参与编写了本书的第三章，李彩霞、薛显东参与编写了本书的第四章，李艳、吕洪波、毕汪峰参与编写了本书的第五章，龚倩倩、刘俊敏参与编写了本书的第六章，赵庆、谭丽琴参与编写了本书的第七章，全书由王光伟统撰定稿。

编 者

2007 年 6 月

目 录

第一章 产品管理部组织结构与责权	1
第一节 产品管理部的组织结构	3
一、产品管理部的职能	3
二、产品管理部的组织结构	4
第二节 产品管理部的责权	4
一、产品管理部的职责	4
二、产品管理部的权力	5
第三节 产品管理部的岗位职责	5
一、产品管理部经理的岗位职责	5
二、产品管理部主管的岗位职责	6
第二章 产品规划管理	9
第一节 产品规划管理的岗位职责	11
一、产品规划主管的岗位职责	11
二、产品调研专员的岗位职责	11
三、产品规划专员的岗位职责	12
第二节 产品规划管理制度	13
一、产品调研管理制度	13
二、调研实施管理制度	16
三、产品规划管理制度	17
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	24
四、竞争对手调查表	24
五、经销商调查表	25

六、产品市场分析表	26
七、产品营销分析表	26
八、客户特性分析表	27
九、产品需求评估表	28
十、市场细分分析表	29
十一、产品营销规划表	29
第四节 产品规划管理流程	30
一、产品市场调研流程	30
二、产品规划管理流程	31
第五节 产品规划管理方案	32
一、产品调研报告方案	32
二、产品营销规划方案	33
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 产品开发管理的岗位职责	41
一、产品开发主管的岗位职责	41
二、产品设计专员的岗位职责	41
三、产品开发专员的岗位职责	42
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	47
三、新产品试制管理制度	50
四、新产品开发周期制度	52
五、新产品移交投产制度	53
六、产品质量先期策划制度	54
七、产品开发项目经理制管理制度	57
第三节 产品开发管理表格	60
一、新产品开发计划表	60
二、新产品开发方案表	62
三、新产品试制状况表	63
四、新产品开发费用表	64
五、新产品开发成果表	65

六、旧产品改进申请表	66
七、新产品开发评审表	66
第四节 产品开发管理流程	69
一、产品研发管理流程	69
二、产品立项审批流程	70
三、产品研发过程管理流程	71
四、产品研发验收管理流程	72
五、产品技术工艺管理流程	73
六、技术工艺标准制定流程	74
七、产品技术设计流程	75
八、样品设计生产流程	76
九、产品改进设计流程	77
第五节 产品开发管理方案	78
一、产品开发实施方案	78
二、产品开发设计方案	84
三、新产品开发大纲	87
第四章 产品定价管理	91
第一节 产品定价管理的岗位职责	93
一、产品定价主管的岗位职责	93
二、产品定价专员的岗位职责	93
第二节 产品定价管理制度	94
一、内部价格管理制度	94
二、价格策略制定制度	96
三、定价调价管理制度	97
第三节 产品定价管理表格	100
一、产品定价策略表	100
二、价格决策作业表	101
三、竞品价格调查表	102
四、产品价格测试表	103
五、成本定价分析表	103
六、产品价格一览表	104
七、产品价格追踪表	106
八、产品价格变动表	107

九、产品降价管理表	110
十、定价工作检查表	112
第四节 产品定价管理流程	113
一、价格信息处理流程	113
二、产品价格预测流程	114
三、产品定价管理流程	116
四、产品价格调整流程	117
五、应对竞争降价流程	119
第五节 产品定价管理方案	120
一、产品定价分析方案	120
二、产品价格调整方案	122
三、产品降价管制方案	125
四、应对竞争降价方案	126

第五章 产品上市管理 129

第一节 产品上市管理的岗位职责	131
一、产品上市主管的岗位职责	131
二、产品上市专员的岗位职责	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	136
四、新产品推广管理制度	137
五、广告媒体选择管理制度	140
六、新产品促销管理制度	141
七、新产品包装管理制度	143
第三节 产品上市管理表格	146
一、新产品上市工作计划表	146
二、竞争品上市调查分析表	147
三、新产品潜在客户追踪表	148
四、产品上市测试点选择表	148
五、新产品试销工作检查表	149
六、新产品试用意见反馈表	150
七、新产品上市决策参考表	150

八、新产品广告实施控制表	151
九、新产品广告实施报告表	151
十、新产品上市工作检查表	152
十一、上市工作问题反馈表	154
十二、上市目标达成分析表	155
第四节 产品上市管理流程	156
一、产品上市计划制定流程	156
二、新产品上市管理流程	158
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	163
六、新产品促销管理流程	164
七、新产品公关管理流程	166
八、产品包装决策流程	167
九、包装设计评价流程	168
第五节 产品上市管理方案	169
一、新产品上市策划方案	169
二、新产品上市推广方案	172
三、新产品媒体投放方案	176
四、新产品订货会方案	179
五、产品促销策划方案	181
第六章 产品品牌管理	185
第一节 产品品牌管理的岗位职责	187
一、产品品牌主管的岗位职责	187
二、产品品牌专员的岗位职责	187
第二节 产品品牌管理制度	188
一、产品品牌管理制度	188
二、品牌质量检验制度	193
第三节 产品品牌管理表格	197
一、品牌资产管理表	197
二、产品品牌评估表	199
三、同类产品品牌表	199
四、品牌运作管理表	200

五、品牌形象管理表	201
六、品牌传播管理表	203
第四节 产品品牌管理流程	204
一、品牌定位流程	204
二、品牌管理流程	205
三、商标申请流程	207
四、品牌变更流程	208
五、品牌延伸流程	210
第五节 产品品牌管理方案	211
一、产品品牌策划方案	211
二、产品品牌建设方案	213
三、产品品牌重塑方案	215
四、产品品牌管理及推广策略方案	216
第七章 产品成本管理	221
第一节 产品成本管理的岗位职责	223
一、产品成本主管的岗位职责	223
二、产品成本专员的岗位职责	223
第二节 产品成本管理制度	224
一、产品成本预测和计划制度	224
二、产品成本控制和考核制度	225
第三节 成本管理表格	228
一、产品开发研究预算表	228
二、新产品开发支出计划表	228
三、产品制造费用明细表	229
四、产品销售费用明细表	229
五、产品成本记录表	230
六、产品成本分析表	230
七、产品成本控制表	231
八、产品获利能力分析表	232
九、完工产品成本汇总表	232
十、产品成本差异分析表	232
十一、产品线年度损益预算表	232
第四节 成本管理流程	233

一、产品成本设计管理流程	233
二、开发项目成本控制流程	234
第五节 成本管理方案	235
一、产品成本费用管理方案	235
二、降低产品成本实施方案	237
三、成本控制报告	238



第一章

产品管理部 组织结构与责权

第一节 产品管理部的组织结构

一、产品管理部的职能

（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）制定相应的规章制度

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

按照国家有关规定，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、协调和考核。

（五）收集产品管理信息

收集和掌握国内外先进的产品管理经验，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、产品成本统计核算程序等。

二、产品管理部的组织结构

产品管理部的组织结构，如图 1-1 所示。

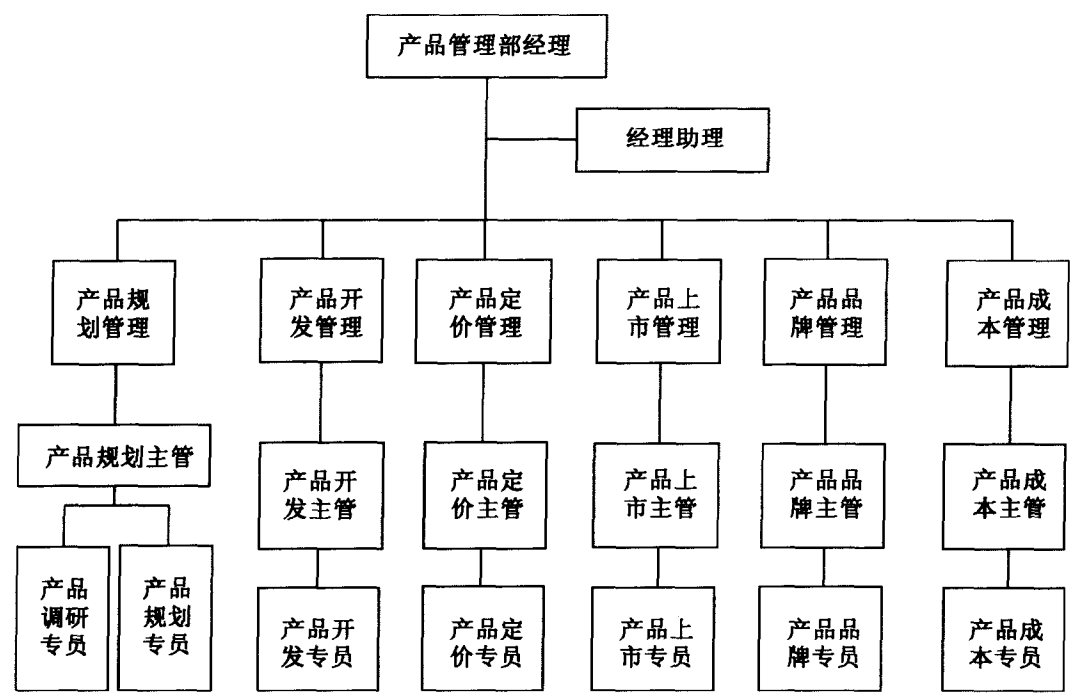


图 1-1 产品管理部的组织结构

第二节 产品管理部的责权

一、产品管理部的职责

产品管理部负责收集产品信息，并进行汇总分析，以制定企业的产品研发战略并进行产品研发、试产、生产及上市管理。总之，产品管理部是企业 and 市场营销部、生产部等环节相连接的关键节点，能起到促进沟通的桥梁作用。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