



“经营有道”系列

Supermarket Management

图解商场超市 生鲜食品管理

[实战精华版]

匡仲潇 主编



化学工业出版社



“经营有道”系列

Supermarket Management

图解商场超市 生鲜食品管理

[实战精华版]

匡仲潇 主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

《图解商场超市生鲜食品管理》涵盖生鲜食品的认知、生鲜食品的采购管理、生鲜食品的验收管理、生鲜食品的加工管理、生鲜食品的鲜度管理、生鲜食品的陈列管理、生鲜食品的销售管理、生鲜食品的损耗管理、生鲜食品的卫生管理、生鲜设备的保养管理10个方面内容。

《图解商场超市生鲜食品管理》定位于实操读本，完全去理论化，内容简洁实用，同时板块设置精巧、结构清晰明确。既可作为专业培训机构、院校相关专业的教材、培训手册，又可以作为商场超市管理人员、实际操作人员的工具书，直接应用于实际工作中。

图书在版编目（CIP）数据

图解商场超市生鲜食品管理/匡仲潇主编. —北京：
化学工业出版社，2017.1
（“经营有道”系列）
ISBN 978-7-122-28350-4

I. ①图… II. ①匡… III. ①超市-食品-销售
管理 IV. ①F717.6

中国版本图书馆CIP数据核字（2016）第256425号

责任编辑：陈 蕾
责任校对：王素芹

装帧设计：尹琳琳

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）
印 装：大厂聚鑫印刷有限责任公司
710mm×1000mm 1/16 印张11 字数213千字 2017年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899
网 址：<http://www.cip.com.cn>
凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：38.00元

版权所有 违者必究



前言

FOREWORD

在推进“大众创业、万众创新”的大背景下，扩大就业、实现富民之道的根本举措获得了前所未有的政策支持。我国有13亿多人口、9亿多劳动力，推进“大众创业、万众创新”，就是要通过转变政府职能、建设服务型政府，来营造公平竞争的创业环境，使有梦想、有意愿、有能力的科研技术人员、高校毕业生、农民工、退役军人、失业人员等各类市场创业主体“如鱼得水”，通过创业增加收入，让更多的人富起来，促进收入分配结构调整，实现创新支持创业、创业带动就业的良性互动发展。

商务部2005年启动了“万村千乡市场工程”并实施至今，全国很多省市通过财政“以奖代补”的资金支持方式，引导承办企业向农村延伸发展“便民连锁超市”（即“万村千乡”市场工程“农家店”），开展“便民连锁超市”信息化改造，建设配送中心和乡镇商贸中心。

2015年11月19日，国务院办公厅关于加快发展生活性服务业，促进消费结构升级的指导意见颁布，以积极培育生活性服务新业态新模式，全面提升生活性服务业质量和效益为主旨。其中谈到“优化城市流通网络，畅通农村商贸渠道，加强现代批发零售服务体系建设。合理规划城乡流通基础设施布局，鼓励发展商贸综合服务中心、农产品批发市场、集贸市场以及重要商品储备设施、大型物流（仓储）配送中心、农村邮政物流设施、快件集散中心、农产品冷链物流设施。推动各类批发市场等传统商贸流通企业转变经营模式，利用互联网等先进信息技术进行升级改造。发挥实体店的服务、体验优势，与线上企业开展深度合作。鼓励发展绿色商场，提高绿色商品供给水平。大力发展社区商业，引导便利店等业态进社区，规范和拓展代收费、代收货等便民服务。积极发展冷链物流、仓储配送一体化等物流服务新模式，推广使用智能包裹柜、智能快

件箱。依照相关法律、行政法规规定，加强对关系国计民生、人民群众生命安全等商品的流通准入管理，健全覆盖准入、监管、退出的全程管理机制。”

不论是宏观背景，还是具体实施，作为民生中最主要的消费单元——商场超市，在创业开店、连锁管理、店面运营、安全防范、电商平台、线上线下、绿色环保、物流配送等方面都要规范化管理，保证发挥实体店的服务、体验优势，与线上企业开展深度合作，规范和拓展代收费、代收货等便民服务，以及仓储配送一体化等物流服务新模式，实施便民服务。

基于此，我们在总结归纳商场超市管理经营的基础上，策划了“零售业经营管理攻略系列”丛书，我们在第一辑《图解商场超市经营与管理》《图解商场超市布局与商品陈列》《图解商场超市卖场服务与管理》《图解商场超市365营销与促销》的基础上，进一步推出了第二辑《图解商场超市采购与物流配送》《图解商场超市卖场与电商管理》《图解商场超市防损与安全管理》《图解商场超市生鲜食品管理》。

《图解商场超市生鲜食品管理》定位于实操读本，完全去理论化，内容简洁实用，同时板块设置精巧、结构清晰明确。既可作为专业培训机构、院校相关专业的教材、培训手册，又可以作为商场超市管理人员、实际操作人员的工具书，直接应用于实际工作中。

本书由匡仲潇主编，在编写过程中，获得了许多朋友的帮助和支持，参与编写和提供帮助的还有丁红梅、王红、王纪芳、王月英、王群国、王建伟、陈秀琴、陈运花、陈宇、刘建忠、刘俊、刘雪花、刘云娇、李敏、李宁宁、张丽、张桂秀、张巧林、马丽平、冯永华、郑时勇、罗玲、齐艳茹、赵艳荣、何春华、黄美，最后全书由匡仲潇统稿审核完成。在此一并表示感谢！由于作者水平所限，不足之处请广大读者指正。

编 者



导读 二维码溯源成“互联网+食品”新模式

- | | |
|---------------|----|
| 一、食品安全追溯 | /2 |
| 二、二维码食品追溯系统 | /3 |
| 三、“互联网+食品”新模式 | /3 |

第一章 生鲜食品的认知

引言：

生鲜部门在商场（超市）中是具有鲜明特色的部门，是商场（超市）经营中管理要求最高的经营项目之一。对于整个商场（超市）来说，生鲜食品是最吸引顾客的，同时也具有树立企业形象的重要作用。

- | | |
|-------------------------------|-----|
| 一、生鲜食品的定义 | /6 |
| 二、生鲜食品的分类 | /6 |
| 三、生鲜食品的特点 | /7 |
| 四、生鲜经营的作用 | /8 |
| 五、生鲜经营的要求 | /8 |
| 六、生鲜经营的标准 | /9 |
| 相关链接：超市生鲜食品包装和标签标注管理规范（征求意见稿） | /11 |
| 七、生鲜区吸引顾客的关键 | /15 |
| 相关链接：商场（超市）生鲜经营的优势 | /17 |
| 八、生鲜经营的秘诀 | /18 |
| 九、生鲜经营的趋势 | /20 |

第二章 生鲜食品的采购管理

引言：

采购是商场（超市）进行商品销售、物流配送和实现盈利的前提。采购数量不当、商品品质参差、成本价格过高都会阻碍商品的正常销售，因此，商场（超市）离不开科学的采购管理。

一、生鲜采购前的需求调查	/23
二、建立生鲜食品的组织架构	/24
三、生鲜食品采购的特点	/26
四、生鲜食品采购的模式	/27
五、生鲜食品采购的渠道	/28
六、生鲜食品采购的流程	/29
七、生鲜食品采购量的控制	/31
八、生鲜食品采购合同的内容规定	/32
九、生鲜食品供应商的管理	/33
相关链接：生鲜食品的采购技巧	/34
十、生鲜食品的网上采购	/36

第三章 生鲜食品的验收管理

引言：

生鲜食品最重要的是产品的品质，商场（超市）的经营业务是围绕这个核心而展开的，因而商品的品质检验也就成为商场（超市）工作的一项重要任务。

一、蔬果类验收	/40
二、肉类验收	/43
三、水产品验收	/48

第四章 生鲜食品的加工管理

引言：

生鲜蔬果、鱼、肉等商品，其形状大小、规格均不同，如何经过加工处理后，展现出价值感、丰富感与鲜度感，从而激起顾客的购买欲望，这便是生鲜加工处理的最佳表现。

一、果蔬加工处理	/53
【范本】蔬果的加工处理作业规范	/56
二、肉类加工	/60
【范本】××超市白条猪分割作业程序	/62
三、水产品加工	/64
四、熟食（面包）加工	/65
【范本】××超市熟食制作加工	/67

第五章 生鲜食品的鲜度管理

引言：

生鲜食品的经营是一项技术含量高、管理要求严的专业工作，如有不慎，容易造成损坏和变质，营养品质下降。生鲜食品的新鲜度是消费者共同关注的首要问题，也是商场（超市）生鲜经营的立足点。

一、鲜度管理的相关知识	/71
二、果蔬鲜度管理	/73
三、肉类鲜度管理	/74
四、水产品的鲜度管理	/77
相关链接：水产品鲜度质量标准	/79
五、熟食鲜度管理	/80
【范本】××超市熟食鲜度管理制度	/84
六、日配的鲜度管理	/85

第 六 章 生鲜食品的陈列管理

引言：

引人注意的陈列是良好销售业绩的基础，简单堆叠的商品如果运用了陈列技巧，进行良好陈列展示，会给顾客留下截然不同的印象。陈列的技巧也将反映商场（超市）生鲜的专业水准，主要目的是让消费者容易看到、容易了解、容易选购，进而达到容易购买、提升销售业绩的目的。

一、生鲜陈列的标准	/88
二、果蔬的陈列	/88
三、水产品的陈列	/94
四、肉类的陈列	/96
五、熟食的陈列	/98
【范本】生鲜食品的陈列标准	/99

第 七 章 生鲜食品的销售管理

引言：

凭借陈列面的装饰、商品品质、表面颜色、排面的丰富感及整齐感，这种无言的销售方式，能够激起顾客的购买欲，以达到商品促销效果。因此，商场（超市）要做好生鲜食品的销售管理，包括理货、补货、促销等工作。

一、生鲜食品排面整理	/106
二、生鲜食品补货	/106
相关链接：如何做好门店手工补货	/109
三、生鲜食品计量	/110
四、生鲜食品标价	/111
【范本】商品标价签管理规定	/112
五、生鲜食品促销	/113
相关链接：现场销售创意	/117

第八章 生鲜食品的损耗管理

引言：

生鲜一直都是商场（超市）的聚客利器。长期以来，由于生鲜损耗大，绝大多数商场（超市）只将其当作赢得客流量和客单价的微利甚至无利的优惠策略性商品。不过，如今随着生鲜自营和精细化管理普及，生鲜通过科学的防损管理，也可以成为企业的盈利商品。

一、生鲜损耗产生的原因	/121
二、损耗控制的思路	/123
相关链接：对于生鲜区损耗控制的认识	/125
三、生鲜损耗控制的环节	/126
相关链接：超市生鲜降损耗增利润的环节	/130
四、蔬果损耗控制	/131
五、肉类损耗控制	/134
六、水产损耗控制	/135
七、熟食（面包）损耗控制	/136
八、日配损耗控制	/137
九、生鲜耗材控制	/138
十、生鲜报损手续	/139

第九章 生鲜食品的卫生管理

引言：

商场（超市）不仅要提供给消费者舒适的购物环境，更要提供保证质量、安全、新鲜、卫生的商品，以满足顾客的期望、需要。而提供安全、卫生的商品，除了进货时要严把质量关，还要对生鲜区员工个人卫生、卖场作业场所及设备的卫生状况严格要求管理。

一、生鲜区域卫生管理	/141
二、蔬果部卫生管理	/142

三、肉类部卫生管理	/144
四、水产部卫生管理	/145
五、熟食（面包）部卫生管理	/147
六、日配部卫生管理	/149
【范本】超市生鲜食品卫生管理制度	/150

第十章 生鲜设备的保养管理

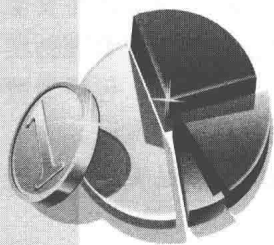
引言：

生鲜设备的保养是为了执行质量和成本控制的正常运作，若生鲜设备无法维护，小则影响正常作业、成本控制与经营业绩，大则可威胁生鲜员工（现场作业）的生命安全，因此在管理上需要特别加以重视。

一、蔬果部设备保养	/153
二、肉类部设备保养	/153
【范本】××超市肉品设备保养	/154
三、水产部设备保养	/159
四、熟食（面包）部设备保养	/160
五、电子秤维护与保养	/164
六、冷藏、冷冻库保养	/164

导 读

二维码溯源成“互联网+食品”新模式



当“互联网+”成为驱动经济转型升级和创新发展的动力源泉时，作为关系国计民生的食品行业，必然迎来“互联网+食品”的全新变革，而二维码食品溯源作为这一变革大潮中的主流模式，将对整个食品行业进行互联网化改造，通过全环节的食品溯源，食品产业“从源头到舌尖”的物流和信息流让整个流程变得透明，真正优质安全的食品将占据市场主导地位，而劣质的食品将被市场淘汰，“互联网+食品”将出现马太效应，而最终真正受惠的将是广大消费者。

一、食品安全追溯

“互联网+食品”不是一个概念，也不是简单地将互联网行业 and 食品行业加在一起，事实上，它需要两个行业发生化学反应，充分发挥两个行业的优势和需求，通过需求叠加创造出新的价值，满足消费者的需求，如图0-1所示。

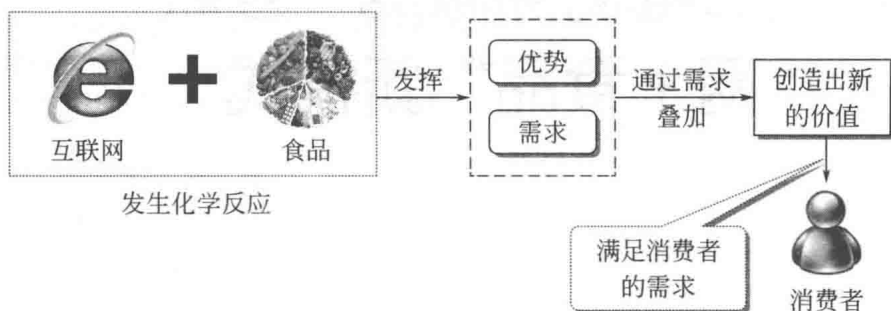


图0-1 “互联网+食品”的概念

仔细分析研究食品行业，就会发现，食品行业深刻的融入到我们每天的日常生活当中，它关乎的是我们的生命安全，所以，当说起食品时，我们的第一个反应就是食品是安全的吗？是绿色健康的吗？从这个角度来看，“互联网+食品”就演变成“互联网+食品安全”这样一个全新的问题，这也就意味着，通过互联网解决食品安全成为一个痛点需求，也是一个能让两个不同行业发生化学反应，并创造出新的价值的行业。

随着互联网思维向传统行业逐步渗透，“互联网+”将会在食品安全领域发挥越来越大的作用。目前，技术手段已经成熟，只要能以食品生产企业为核心，在食品生产的各个环节建立起可追溯的实名追溯体系，就能生产出消费者放心的各类农产品，保障食品安全。

建立食品全程追溯制度和完成追溯体系的信息化，是确保食品安全的重要保障措施，但目前，包括消费者在内，对此并没有清晰的概念，更不知道如何进行有效的食品安全溯源。

目前，食品安全追溯的主要运作模式是通过二维码食品追溯系统来实现，它

是“互联网+食品”的全新模式，它解决的不仅仅是食品的销售渠道问题，更为重要的是解决食品行业的安全和信任问题。

二、二维码食品追溯系统

既然二维码食品追溯系统重点解决食品行业的安全和信任问题，那么，二维码食品追溯系统的运作模式是什么？又是以什么方法解决了食品行业的安全和信任问题？具体组成如图0-2所示。

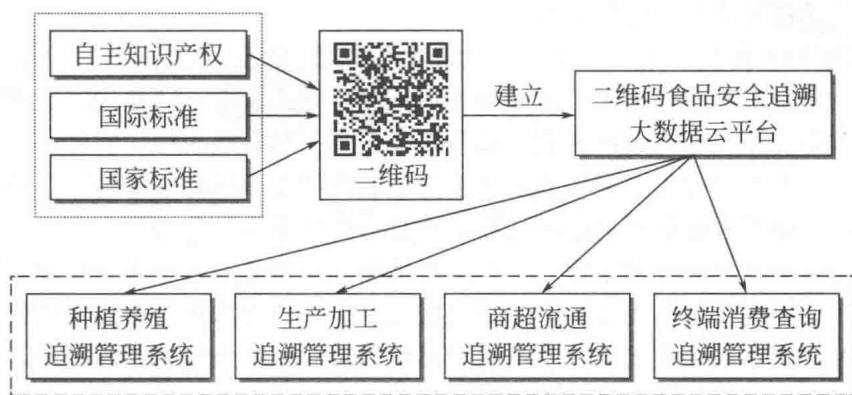


图0-2 二维码食品追溯系统的组成

二维码食品追溯系统覆盖食品从最源头的种植养殖环节到生产加工、流通销售的全部环节，食品的所有数据和信息都一路相随，最终传递到消费者手中，消费者只需要通过智慧眼App扫一扫二维码就知道全部信息。

比如，在某市的蔬菜质量安全二维码追溯系统中，在种植环节，一个西红柿在种植前的旋耕、开沟、播种、移栽和接种以及种植之后的浇水、拴绳子、点花、除草、搭杈、缠头等种植操作信息全记录，而且每种操作的操作日期、操作方法、操作工作、操作人都一清二楚。可以说，通过这些非常详细的信息记录，我们看到了一个西红柿的全部生长周期，当一个西红柿通过各种渠道，即使经历各种复杂的奇幻之旅，这些信息都一直附着在身上，并最终被不同地区的消费者所查询和追溯。

当然，这还只是西红柿追溯信息中的一个环节，蔬菜的施肥用药、采收记录、检测记录、营养价值、食用方法都可以追溯查询，一个西红柿背后丰富的经历让人不只是仅仅享受它的美味，还能享受它背后的传奇故事，这正是二维码食品追溯作为“互联网+食品”全新模式的魅力所在。

三、“互联网+食品”新模式

通过二维码食品追溯系统可以非常透明地了解西红柿的每一个生长细节。跳

出这个具体的点来思考整个食品行业时，当食品行业所有食品都能实现全流程的透明追溯查询时，那将意味着什么？结论只有一个，整个食品行业将面临一次全新的洗牌。

比如，在超市中有两种不同的西红柿：一种是消费者可以通过二维码食品追溯系统追溯查询西红柿详细的生长、流通、检测信息的西红柿，另外一种是无法追溯查询的普通西红柿，消费者会选择哪一种西红柿？结果不言自明，肯定会购买可追溯查询信息的西红柿，即使可追溯查询信息的西红柿比普通的西红柿要贵，消费者也会毫不犹豫地选择。所以，二维码食品追溯系统提高了食品的附加值，满足了消费者对安全的需求。

“互联网+食品”是一个置之死地而后生的激烈竞争模式，那些敢于将食品在种植、养殖以及生产加工、流通销售环节的信息公之于众，接受消费者追溯查询和检阅的食品企业将最终胜利，那些没有正式手续、违规操作的黑心作坊等食品企业由于不敢将食品追溯信息公之于众，最终将在市场竞争中淘汰出局。

同时，消费者在购买食品时，在追溯查询食品溯源信息时，其实也在不断增加对这个食品以及企业的了解，进而不断地增加消费者对这个企业和食品的品牌忠诚度，如果这个食品企业的产品是优质安全的，消费者还会通过口碑传播、社群传播等方式帮助企业宣传，企业的食品销售量和品牌价值将不断提升，从而形成一个正循环，企业也会越做越大、品牌越来越响、市场占有率越来越高。

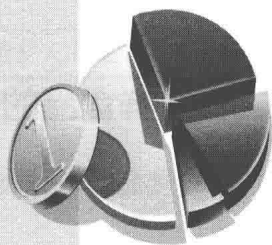
这就是“互联网+食品”的巨大威力所在，“互联网+食品”自身形成了一种良币驱劣币的市场机制，也就是经济学上的“马太效应”，它让食品行业的企业强者愈强，弱者愈弱并迅速被市场淘汰。因此，“互联网+食品”新模式意味着食品行业将面临重新洗牌，虽然惨烈，可是，市场的充分发育和进步从来都是需要付出代价的，最终受益的是广大消费者。

第一章

生鲜食品的认知

引言：

生鲜部门在商场（超市）中是具有鲜明特色的部门，是商场（超市）经营中管理要求最高的经营项目之一。对于整个商场（超市）来说，生鲜食品是最吸引顾客的，同时也具有树立企业形象的重要作用。



一、生鲜食品的定义

生鲜食品按照加工程度和保存方式不同，包括初级生鲜食品、冷冻冷藏生鲜食品和加工生鲜食品三大类。

1. 初级生鲜食品

初级生鲜食品主要包括如图1-1所示的种类。

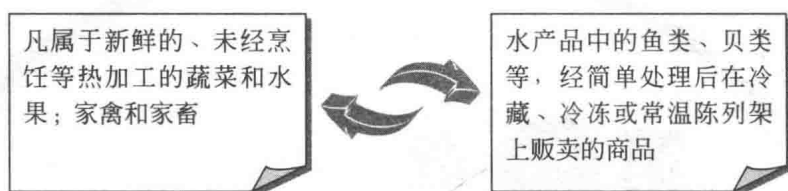


图1-1 初级生鲜食品

2. 冷冻冷藏生鲜食品

冷冻冷藏生鲜食品包括冷冻食品和冷藏调理食品两类，具体如图1-2所示。

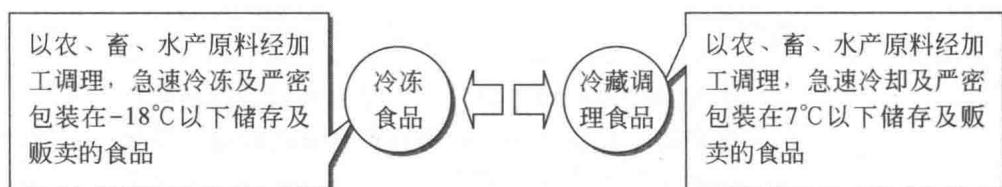


图1-2 冷冻冷藏生鲜食品

3. 加工生鲜食品

加工生鲜食品是指经过烹饪等热加工处理后的熟食、面包点心和 other 加工食品。具体如图1-3所示。

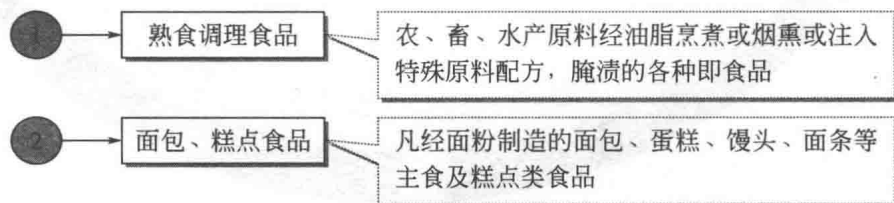


图1-3 加工生鲜食品

二、生鲜食品的分类

目前生鲜食品较有代表性的是“生鲜三品”，即果蔬、肉类、水产品，对这