

品类管理

职业技能等级标准

标准代码：530038

(2021 年 2.0 版)

北京睿学云诚教育咨询有限公司 制定

2021 年 12 月发布

目 次

前言	1
1 范围	2
2 规范性引用文件	2
3 术语和定义	2
4 适用院校专业	4
5 面向工作岗位 (群)	5
6 职业技能要求	3
参考文献	15

前 言

本标准按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本标准起草单位：北京睿学云诚教育咨询有限公司、中国连锁经营协会、天虹商场股份有限公司、永辉超市股份有限公司、沃尔玛（中国）投资有限公司、华润万家有限公司、首旅如家酒店集团、新世界百货投资（中国）集团有限公司、步步高商业连锁股份有限公司、内蒙古伊利实业集团股份有限公司、红星美凯龙家居集团股份有限公司、宏图三胞高科技技术有限公司、哈步数据科技（上海）有限公司、江苏经贸职业技术学院、广州番禺职业技术学院、长沙职业技术学院、山东女子学院、浙江商业职业技术学院、北京财贸职业学院、上海商学院、北京市商业学校、深圳职业技术学院、黑龙江职业学院、中国人民大学、德勤华永会计师事务所、北京市西城区光华培训学校、北京云学好帮手教育科技有限公司、北京九画科技有限公司。

本标准主要起草人：章百惠、李卫华、郭玉金、杨顺、刘怀恩、谭晓芸、门洪亮、周海燕、姚玲、王涛、陈志勇、马健雄、朱嘉琪、李建平、包小阳、温凤兰、张可成、杨李、徐楠、张翊、李洪艳、杨彩霞、孙玮琳、居长志、武晓钊、焦玥、邢连欣、窦志铭、张凤英、王晓东、谭福河、吴崑、吴韵秋、徐良、阚雅玲、龙蓉晖、宋玲、耿琳、张晓婷、王昊、武文煜、叶蕾、徐洪彬。

声明：本标准的知识产权归属于北京睿学云诚教育咨询有限公司，未经北京睿学云诚教育咨询有限公司同意，不得印刷、销售。

1 范围

本标准规定了品类管理职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

本标准适用于品类管理职业技能培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、考核与培训可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准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。

GB/T 33493-2017	零售商采购规程
GB/T 38652-2020	电子商务业务术语
GB/T 39065-2020	电子商务质量信息共享规范
GB/12904-2008	商品条码零售商品编码与条码表示
SB/T 10620-2011	零售业品类管理指南
SB/T 11200-2017	零售业商品管理绩效指标（KPI）体系
SB/T 10465-2008	连锁经营术语

3 术语和定义

国家、行业标准界定的，以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1 零售业态 Retail formats

指零售企业为满足不同的消费需求进行相应的要素组合，根据其经营方式、商品结构、服务功能、以及选址、商圈、规模、店堂设施、目标顾客和有无固定经营场所等因素，而形成的不同经营形态。[GB/T18106,定义 2.2]

3.2 品类管理 Category management

零售商和（或）供应商把所经营的商品根据消费者的需求分成不同的类别，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/T10465，定义 8.1.15]

3.3 品类规划 Category planning

是指为满足消费者需求，基于零售商自身的业态定位，结合零售商个体所处的外部环境，对所经营的不同功能的商品进行整体性、长期性、基本性的思考，设计未来的整套商品经营管理实施方案。

3.4 品类定义 Category definition

品类定义是指对众多的商品或服务按照购物者决策逻辑和消费者需求分类以其结构所下定义，它包括对分类商品的文字描述其特点与涵盖的范围，该类商品分类的宽度、深度界定。

3.5 商品组织结构表 Commodity organization table

把商品按一定的品类定义进行分类列表，并以此基础建立对商品的管理体系。

3.6 品类角色 Category role

品类角色是零售商从品类对购物者、市场、竞争者以及自身市场定位的重要性出发，确定品类在其经营结构中的角色，以追求不同的策略目标。

3.7 品类评估 Category assessment

品类评估是通过全面数据信息的收集，深入地分析零售商与市场、竞争者的差距，找到自己的强项、弱项，并且寻找品类战略发展的机会点，为下一步品类

评估和制定品类策略提供数据支持。

3.8 品类战术 Category tactics

品类战术是为实现品类经营策略和目标而采取的行动，它包括但不限于商品优化、商品陈列、订价技巧、促销策略、供应链管理五个方面。

3.9 空间布局 Spatial layout

空间布局指的是商场室内整体布局，包括空间布局和通道货架布局两部分。空间布局包括商品陈列、演示、售卖、服务；顾客休息、购买；商品存储、加工；员工工作休息等诸多空间的面积、位置分配。通道货架布局则更进一步细化了顾客、员工、商品流动的线路和空间以及货架空间分配。

3.10 品类栅格图 Category Grid

品类栅格图又称商品栅格图是指管理每个货架具体商品陈列位置、陈列量、排面的图表工具，它能规范有效管理货架商品陈列，提高货架商品陈列效率。

3.11 品类舰长 Category captain

品类舰长是指在零售商实施品类管理过程中，邀请品类生产商中具有某品类市场主导地位，有对消费者与市场较高的研究能力，有品类管理知识和能力的团队，愿意与零售商共同参与品类管理的领先企业。

4 适用院校专业

4.1 参照原版专业目录：

中等职业学校：连锁经营与管理、市场营销、电子商务、移动商务等专业。

高等职业学校：连锁经营管理、市场营销、电子商务、移动商务、商务数据分析等专业。

应用型本科学校：零售业管理、贸易经济、市场营销、电子商务等专业。

4.2 参照新版职业教育专业目录：

中等职业学校：连锁经营与管理、市场营销、电子商务、移动商务、跨境电子商务、网络营销、直播电商服务、物流服务与管理等专业。

高等职业学校：连锁经营与管理、市场营销、电子商务、移动商务、商务数据分析与应用、工商企业管理、商务管理、网络营销与直播电商、农村电子商务、跨境电子商务、现代物流管理、采购与供应管理等专业。

应用型本科学校：零售业管理、贸易经济、市场营销、电子商务、工商管理、供应链管理、物流管理、国际商务、跨境电子商务等专业。

高等职业教育本科学校：市场营销、电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、现代物流管理、国际经济与贸易、企业数字化管理等专业。

5 面向工作岗位（群）

主要面向线下连锁零售企业、线上零售企业、其他商贸流通企业、餐饮等服务型连锁企业及提供相关零售赋能服务的管理咨询机构等企业的商品管理岗、门店营运岗、供应链管理岗、零售数据分析岗，从事品类规划、品类定义、品类角色界定、品类评估指标选择与评估分析、品类策略制定、品类战术制定、品类管理定期回顾与优化等工作。

6 职业技能要求

6.1 职业技能等级划分

品类管理职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级。三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

【品类管理】（初级）：根据业务流程的规定，完成供应商、商品以及促销档案的建立、录入、变更等工作，进行品类管理所需基础数据的整理与统计，在门

店进行品类管理相关操作事务的执行。

【品类管理】(中级): 根据业务流程的规定, 进行分管品类的商品规划、采购谈判、角色建议、市场调查、现状评估、预算目标分解、品类策略制定以及商品组合、空间、价格、促销、补货等品类战术实施等工作。

【品类管理】(高级): 根据品类管理的需求, 进行分管大类的市场研究、动态调整、角色界定、评估分析、预算制定、策略制定、实施督促、回顾与优化。进行分管部门团队建设、培训、考核, 协调与相关部门及外围合作伙伴的关系, 对公司品类管理组织架构、业务流程与规章制度提出优化建议。

6.2 职业技能等级要求描述

表 1 品类管理职业技能等级要求 (初级)

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 品类档案建立	1.1 供应商档案建立	1.1.1 能理解不同的零供合作模式, 并能清晰区分不同合作类型的供应商。 1.1.2 能使用 MIS 系统进行供应商基本资料的新增、修改、删除。 1.1.3 能使用 MIS 系统进行供应商资料汇总, 并能进行供应商分类。 1.1.4 能使用 MIS 系统进行供应商资料的查询。 1.1.5 能使用 MIS 系统建立供应商商品表, 增加、删除或维护供应商所供应的商品关系。 1.1.6 能对零供合作合同以及销售合同建档保管, 并能对合同进行分类和查询。
	1.2 商品档案建立	1.2.1 能使用 MIS 系统进行商品主档信息的准确及时录入。 1.2.2 能使用 MIS 系统进行商品主档信息的新增、修改、删除、业务锁定等日常维护。 1.2.3 能使用 MIS 系统进行商品资料汇总, 并能进行商品分类。 1.2.4 能使用 MIS 系统进行商品资料查询。 1.2.5 能进行商品条码打印, 并且可以灵活定义打印格式。

工作领域	工作任务	职业技能要求
	1.3 促销档案建立	<p>1.3.1 能了解连锁企业常用的促销方式，并能区分不同促销方式的适用性和优缺点。</p> <p>1.3.2 能使用 MIS 系统建立促销档案，设定商品促销的开始/结束时间、周期等。</p> <p>1.3.3 能使用 MIS 系统设定商品促销的数量上限、下限，支持公司进行数量动态促销。</p> <p>1.3.4 能使用 MIS 系统导入已经存在的促销单，进行促销属性修改或设置，形成新促销单。</p> <p>1.3.5 能使用 MIS 系统进行促销信息的查询。</p>
2. 品类管理基础数据准备	2.1 品类数据收集	<p>2.1.1 遵守国家《数据安全管理办法》及相关法律法规。</p> <p>2.1.2 能熟悉连锁行业常规 MIS 系统的信息查询功能。</p> <p>2.1.3 能根据经营需要，能将 MIS 系统中的内部数据导出。</p> <p>2.1.4 能利用数据收集的一般方法与常见工具，进行品类管理外部数据的补充收集。</p> <p>2.1.5 能参与常规市场调查方案的执行、配合调研团队进行数据收集。</p>
	2.2 品类数据处理	<p>2.2.1 能利用相关软件对收集到的各种数据进行数据转换。</p> <p>2.2.2 能利用相关软件对转换后的各种数据进行数据分组。</p> <p>2.2.3 能利用相关软件对分组的各种数据进行数据清洗。</p> <p>2.2.4 能利用相关软件对清洗后的各种数据进行透视、汇总、排序以及跨工作表等的计算。</p> <p>2.2.5 能利用相关软件对处理后的数据进行数据存储和检索。</p>
	2.3 品类数据图表制作	<p>2.3.1 能清晰区分常见的零售数据报表中不同指标的基本含义。</p> <p>2.3.2 能根据业务分析的需要，合理选择数据展现的图表形式。</p> <p>2.3.3 能利用 excel 等相关软件熟练制作饼状图、柱状图、折线图、对称条形图、雷达图。</p> <p>2.3.4 能利用 excel 等相关软件制作散点图、气泡图、瀑布图、漏斗图、帕累托图。</p>
3. 品类管理执行	3.1 业态定位	<p>3.1.1 能清晰区分常见的连锁零售业态。</p> <p>3.1.2 能掌握零售业态划分的要素，并能结合常见业态举例说明。</p> <p>3.1.3 能清晰罗列常见零售业态的商品大类。</p> <p>3.1.4 能理解公司的业态定位。</p>
	3.2 流程梳理	3.2.1 能区分直营连锁、特许连锁等不同的连锁经营

工作领域	工作任务	职业技能要求
		形式。 3.2.2 能区分连锁企业组织架构规划的各部门工作职责。 3.2.3 能清晰描述连锁企业商品管理及门店管理的基本工作流程。 3.2.4 能清晰描述连锁企业品类管理的八步骤。
	3.3 门店运营	3.3.1 遵守国家连锁领域有关消费者权益保护、反不正当竞争等方面的相关法律法规。 3.3.2 能按照公司规定，在门店的分管区域进行顾问式销售服务。 3.3.3 能按照公司提供的棚格图，在门店的分管区域进行商品陈列和理货作业。 3.3.4 能按照公司规定，在门店的分管区域积极落实公司各项促销方案。 3.3.5 能按照公司规定，用 MIS 系统进行门店分管区域的进退货、盘点及损耗控制。

表 2 品类管理职业技能等级要求（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 品类规划	1.1 商品结构表制定	1.1.1 能进行分管品类的客层分析。 1.1.2 能基于客层定位进行分管品类定义。 1.1.3 能进行人货匹配的商品推荐分析。 1.1.4 能设计小型门店的商品组织结构表。 1.1.5 能对公司业态定位及商品结构调整进行深入分析并提出合理化建议。
	1.2 单品组合配置	1.2.1 能合理确定分管品类的单品数量。 1.2.2 能进行分管品类需求点的覆盖率规划。 1.2.3 能进行分管品类单品组合的价格带定位。 1.2.4 能进行分管品类单品组合的包装规格定位。 1.2.5 能进行分管品类单品组合的品牌组合定位。 1.2.6 能进行分管品类单品组合的其他属性定位。
	1.3 品类角色定位	1.3.1 能利用销售/利润矩阵进行分析，并对品类角色定位提出合理化建议。 1.3.2 能利用比例/频率矩阵进行分析，并对品类角色定位提出合理化建议。 1.3.3 能利用零售商表现/市场表现四分图进行分析，并对品类角色定位提出合理化建议。

工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>1.3.4 能结合零售商经营目标进行分析，并对品类角色定位提出合理化建议。</p> <p>1.3.5 能利用跨品类分析法进行简单分析，并对品类角色定位提出合理化建议。</p>
2.品类评估	2.1 零售商销售表现评估	<p>2.1.1 能进行分管品类的总销售额（量）的比较分析。</p> <p>2.1.2 能进行分管品类的利润额（率）的比较分析。</p> <p>2.1.3 能进行分管品类的库存周转的比较分析。</p> <p>2.1.4 能进行分管品类及相关品类的市场规模及增长潜力分析。</p> <p>2.1.5 能进行消费趋势及购物者购买行为进行描述性分析。</p>
	2.2 供应商评估	<p>2.2.1 能进行分管品类的供应商对零售商的重要性分析。</p> <p>2.2.2 能进行分管品类的供应商新品效率能力的分析。</p> <p>2.2.3 能进行分管品类的供应商配送能力分析。</p> <p>2.2.4 能进行分管品类的供应商执行能力分析。</p> <p>2.2.5 能进行分管品类的供应商盈利能力分析。</p> <p>2.2.6 能对分管品类的供应商分级管理与动态调整提出合理化建议。</p>
	2.3 竞争对手评估	<p>2.3.1 能进行分管品类竞争对手产品组合优劣势分析，并提出应对建议。</p> <p>2.3.2 能进行分管品类竞争对手产品定价优劣势分析，并提出应对建议。</p> <p>2.3.3 能进行分管品类竞争对手空间管理优劣势分析，并提出应对建议。</p> <p>2.3.4 能进行分管品类竞争对手促销管理优劣势分析，并提出应对建议。</p>
3.品类目标制定	3.1 品类目标制定	<p>3.1.1 能清晰了解目标管理的重要性。</p> <p>3.1.2 能熟悉目标管理的常用方法和步骤。</p> <p>3.1.3 能罗列影响经营目标的常见影响因素。</p> <p>3.1.4 能配合上级进行总目标的验证和沟通。</p>
	3.2 品类目标分解	<p>3.2.1 能基于分管品类历史数据准确计算月、周、日权重指数。</p> <p>3.2.2 能基于特殊因素对月、周、日权重指数适当调整。</p> <p>3.2.3 能基于月、周、日权重指数进行分管品类的销售规律分析。</p> <p>3.2.4 能根据月、周、日权重指数进行分管品类经营目标的时间段分解。</p> <p>3.2.5 能将分管品类的销售、利润等经营目标逐级、细化分解到单品。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		3.2.6 能将分管品类销售、利润等经营目标细化分解到门店。
	3.3 品类目标追踪	3.3.1 能利用对比的方法进行目标追踪，并提出改进建议。 3.3.2 能利用极值的方法进行目标追踪，并提出改进建议。 3.3.3 能利用单位权重曲线的方法进行目标追踪，并提出改进建议。 3.3.4 能利用预测值的方法进行目标追踪，并提出改进建议。
4.品类策略制定	4.1 品类策略选择	4.1.1 能清晰理解并描述出常见的品类策略。 4.1.2 能基于品类角色选择合适的品类策略。 4.1.3 能基于品类评分表选择合适的品类策略。 4.1.4 能合理处理品类策略与次品类的关系。
	4.2 客流量策略转化	4.2.1 能基于购物者行为总结提炼出客流量生成机理。 4.2.2 能从商圈范围角度提出客流量提升建议。 4.2.3 能从市场渗透率角度提出客流量提升建议。 4.2.4 能从购买频率角度提出客流量提升建议。 4.2.5 能进行线上流量来源分析并提出引流建议。
	4.3 转化率策略转化	4.3.1 能基于购物者行为总结提炼出转化率生成机理。 4.3.2 能从员工服务技巧角度提出转化率提升建议。 4.3.3 能从商品自身角度提出转化率提升建议。 4.3.4 能从商店运营角度提出转化率提升建议。
	4.4 客单价策略转化	4.4.1 能基于购物者行为总结提炼出客单价生成机理。 4.4.2 能从商品组合角度提出客单价提升建议。 4.4.3 能从商品定价角度提出客单价提升建议。 4.4.4 能从空间管理角度提出客单价提升建议。 4.4.5 能从商品促销角度提出客单价提升建议。
	4.5 利润策略转化	4.5.1 能基于战略利润模型总结提炼利润生成机理。 4.5.2 能从综合毛利提升的角度提出利润提升建议。 4.5.3 能从费用控制的角度提出利润提升建议。 4.5.4 能从现金流的角度提出利润提升建议。 4.5.5 能从后台毛利的角度提出利润提升建议。
5.品类战术实施	5.1 高效商品组合战术实施	5.1.1 能利用 80/20 法则、ABC 分析法等工具对分管品类进行结构分析。 5.1.2 基于现有的销售数据和会员数据进行商品关联分析。 5.1.3 能进行分管品类的商品删除分析，并提出商品删除建议。

工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>5.1.4 能进行分管品类的新品引进分析，并提出商品引进建议。</p> <p>5.1.5 能推动落实高效新品及新品类推广方案，并对引进效果进行分析。</p>
	5.2 高效商品定价战术实施	<p>5.2.1 能对分管品类提出合理的品类定价策略建议。</p> <p>5.2.2 能基于产品生命周期为分管商品进行价格动态调整建议。</p> <p>5.2.3 能基于跟价指数与竞争对手价格合理调整分管商品价格。</p> <p>5.2.4 能对整体价格形象的改善提出合理化建议。</p> <p>5.2.5 能有效平衡商品价格与商品毛利。</p>
	5.3 高效空间管理战术实施	<p>5.3.1 能基于公司的空间规划方案进行分管商品的空间分配。</p> <p>5.3.2 能对公司的空间规划方案及陈列道具提出改进建议。</p> <p>5.3.3 能基于购物者购买决策树提出商品陈列建议。</p> <p>5.3.4 能基于商品的销售表现与市场变化进行商品陈列方式的及时调整优化建议。</p>
	5.4 高效促销管理战术实施	<p>5.4.1 能基于购物者购买决策流程科学确定促销目标。</p> <p>5.4.2 能基于品类角色与品类评分表对促销方式与促销频率给出合理化建议。</p> <p>5.4.3 能对促销活动选品提出合理化建议。</p> <p>5.4.4 能对公司的促销信息传播工具提出改进建议。</p> <p>5.4.5 能与供应商、门店等沟通促销活动的执行事宜，并追踪促销活动的执行。</p> <p>5.4.6 能对促销效果进行分析，并对后续促销活动提出改进建议。</p>
	5.5 高效补货管理战术实施	<p>5.5.1 能对分管商品的补货方式提出建议。</p> <p>5.5.2 能熟悉分管的常规商品自动补货公式的相关参数，并提出改进建议。</p> <p>5.5.3 能对分管商品大型促销及特殊时期的订货提出合理化建议。</p> <p>5.5.4 能对需要人工订货的分管商品进行科学分析，提出订货量。</p>

表 3 品类管理职业技能等级要求（高级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1.品类规划	1.1 品类定义	1.1.1 能对公司商业项目的业态定位组合提出合理化

工作领域	工作任务	职业技能要求
	与商品结构表制定	<p>建议。</p> <p>1.1.2 能向企业提出规划报告，并负责经企业批准的品类规划实施工作。</p> <p>1.1.3 能组织部门品类规划编制工作，并指导、审核下属编制品类规划。</p> <p>1.1.4 能组织制定部门经营品类定义的原则。</p> <p>1.1.5 能审批分管品类的品类定义，包括品类发展计划、品类描述、品类结构图。</p> <p>1.1.6 能进行跨品类定义的协调，并制定分管大类的商品组织结构表。</p>
	1.2 门店分组的商品规划	<p>1.2.1 能基于门店规模、销售表现等进行门店分级。</p> <p>1.2.2 能基于门店目标客层的差异进行门店分组。</p> <p>1.2.3 能基于门店分级和门店分组进行品类结构的一致化/群组化调整。</p> <p>1.2.4 能通过门店分组的形式平衡商品的敏感度和连锁的集采优势。</p>
	1.3 商品年度计划制定	<p>1.3.1 能制定消费者的下年度生活行事历。</p> <p>1.3.2 能根据生活行事历制定商品的日历。</p> <p>1.3.3 能根据商品日历与供应商共同制定商品的年度计划。</p> <p>1.3.4 能合理规划商品的上货波段和销售周期。</p>
	1.4 跨品类角色定位	<p>1.4.1 能进行多维度的品类角色分析，讨论并审核确定分管品类的品类角色定位。</p> <p>1.4.2 能进行品类对顾客重要性的分析，对跨品类的品类角色定位提出合理化建议。</p> <p>1.4.3 能进行品类对市场重要性的分析，对跨品类的品类角色定位提出合理化建议。</p> <p>1.4.4 能进行品类对零售商重要性的分析，对跨品类的品类角色定位提出合理化建议。</p> <p>1.4.5 能进行品类对竞争对手重要性的分析，对跨品类的品类角色定位提出合理化建议。</p>
2.品类评估	2.1 品类评估体系规划	<p>2.1.1 能设计财务角度的品类评估指标体系。</p> <p>2.1.2 能设计市场角度的品类评估指标体系。</p> <p>2.1.3 能设计产品供应链角度的品类评估指标体系。</p> <p>2.1.4 能设计消费者和购物者角度的品类评估指标体系。</p> <p>2.1.5 能制定分管大类的消费者需求、市场、竞争者调查方案，并定期组织方案的实施。</p>
	2.2 市场趋势评估	<p>2.2.1 能与市场调研公司合作进行品类市场趋势评估以及收集整理并解读品类市场趋势分析报告。</p> <p>2.2.2 能运用波士顿矩阵进行品类发展趋势的评估。</p> <p>2.2.3 能运用产品生命周期理论进行品类发展趋势的</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		评估。 2.2.4 能利用 SWOT 分析进行品类发展趋势的评估。
	2.3 消费者评估	2.3.1 能对消费者的品类使用方式进行分析。 2.3.2 能对消费者的商品满意度进行分析。 2.3.3 能挖掘消费者在现有商品使用过程中的新的需求。 2.3.4 能进行消费者画像，并基于消费者的痛点分析进行需求点的挖掘。
	2.4 购物者评估	2.4.1 能配合相关市场调研机构进行商圈购物者调查研究。 2.4.2 能配合相关市场调研机构进行购物者购买渠道调查研究。 2.4.3 能配合相关市场调研机构进行购物者购买决策树调查研究。 2.4.4 能配合相关市场调研机构进行购物者全渠道购买行为的分析研究。 2.4.5 能配合相关市场调研机构进行购物者针对销售要素反应的调查研究。
3.品类目标制定	3.1 品类销售预测	3.1.1 能选择科学合理的销售预测方法。 3.1.2 能进行市场总量的销售预测。 3.1.3 能进行新开业的品类销售预测。 3.1.4 能进行日常运营的销售预测。
	3.2 品类年度目标制定	3.2.1 能清晰描述产品、渠道、人员、价格、促销等策略对经营目标的影响。 3.2.2 能基于历史数据与策略合理设定基本目标、政策目标和策略目标。 3.2.3 能在上下级之间进行经营目标的沟通研讨。 3.2.4 能最终确定部门目标并指导下属进行目标分解。
	3.3 品类经营目标追踪	3.3.1 能利用多种方法并带领下属一起完成经营目标。 3.3.2 能评估部门各岗位的工作绩效，督核做出相应的改进计划，予以实施。 3.3.3 能进行部门滚动预算的制定、实施、考核。 3.3.4 能利用多种方法进行目标追踪，并提出改进建议。
4.品类策略与战术协同	4.1 品类策略选择	4.1.1 能清晰掌握并描述出常见的品类营销策略。 4.1.2 能清晰掌握并描述出常见的品类供应链策略。 4.1.3 能科学设计品类策略向战术转化的工具和方法。 4.1.4 能合理处理品类策略与商店策略的关系。 4.1.5 能有效指导下属进行品类策略的选择。

工作领域	工作任务	职业技能要求
	4.2 品类毛利提升策略	4.2.1.能利用销售结构调整提升品类毛利。 4.2.2 能通过滞销与不动销商品的合理处理保证品类毛利。 4.2.3 能通过能临、过期商品的合理处理保证品类毛利。 4.2.4 能通过损耗的合理控制保证品类毛利。
	4.3 价格形象提升策略	4.3.1 能够设计价格形象调研问卷。 4.3.2 能利用核心畅销商品优化价格形象。 4.3.3 能利用 KVI 优化价格形象。 4.3.4 能结合菜篮子单品优化价格形象。 4.3.5 能制定竞争价格指数。
5.品类管理实施回顾与团队建设	5.1 品类管理实施推动	5.1.1 能清晰领悟品类管理实施的关键成功要素。 5.1.2 能预估企业实施品类管理面临的问题并提出应对建议。 5.1.3 能配合公司整体计划，积极推动分管品类的品类管理工作。 5.1.4 能对公司品类管理的实施步骤提出优化建议。 5.1.5 对与品类管理部门职责相关的企业制度、流程、标准提出优化建议。
	5.2 品类管理实施回顾	5.2.1 能进行部门品类管理计划制定、实施、周期性评估，组织企业内部定期的评估会议。 5.2.2 能参与品类规长、供应商定期品类回顾会议。 5.2.3 能审批下属提交的分管品类管理计划的实施与周期性评估报告。 5.2.4 能评估营运过程中各因素对品类营运计划执行的影响，能关注和识别存在的各种不确定因素，调整营运计划。 5.2.5 能分析和评估营运计划调整方案对资源配置、营运成本、营运效益的影响，寻找营运计划调整的平衡点。
	5.3 品类管理团队建设	5.3.1 能对企业不同发展阶段的品类管理组织架构与流程提出建议。 5.3.2 能组织培训部门员工品类管理知识，不断充实和更新员工品类管理知识。 5.3.3 能组织部门内外部品类管理实践的交流学习，提升团队品类管理能力。 5.3.4 能与品类管理实施涉及到的部门积极沟通，以便形成内部协同效应。 5.3.5 能选择确定合适的品类旗舰，以便形成外部协同效应。

参考文献

- [1] 中华人民共和国教育部.高等职业学校连锁经营管理专业教学标准[S].2019.
- [2] 中国连锁经营协会.品类管理岗位规范（试行）[S].2019.
- [3] 中国连锁经营协会.CCFA 注册品类管理师考试标准.2012.
- [4] 中国连锁经营协会.CCFA 注册品类管理师培训标准.2012.
- [5] 李卫华,郭玉金.连锁企业品类管理（第三版）[M].北京高等教育出版社
- [6] 中等职业学校专业目录（2010 年）
- [7] 教育部关于印发《职业教育专业目录（2021 年）》的通知（教职成〔2021〕2 号）
- [8] 《教育部关于公布 2019 年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》（教高函〔2020〕2 号）
- [9] 《教育部关于公布 2020 年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》（教高函〔2021〕1 号）