

### 茶叶连锁经营管理规范

Management specification for tea chain operation

地方标准信息服务平台

2024 - 07 - 12 发布

2024 - 09 - 12 实施



## 目 次

前言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 总部 .....	1
5 配送中心 .....	4
6 门店 .....	5

地方标准信息服务平台



## 前 言

本文件按照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。

本文件代替DB 43/T 726-2012《茶叶连锁经营企业管理规范》。与DB 43/T 726-2012相比，除编辑性改动外，主要技术变化如下：

- a) 更改了标准名称（见第1页，DB 43/T 726-2012的第1页）；
- b) 更改了文件的适用范围（见第1章，DB 43/T 726-2012的第1章）；
- c) 增加了规范性引用文件（见第2章）；
- d) 更改了部分术语与定义（见第3章3.1，3.2，3.3，3.4，DB 43/T 726-2012的第2章）；
- e) 更改了总部采购管理、营销管理、门店管理、配送管理、财务管理、信息管理等内容（见第4章4.3，4.4，4.5，4.7，4.8，4.9，DB 43/T 726-2012的第3章）；
- f) 更改了配送中心选址与建设、设施设备、在库管理、送货等内容（见第5章5.1，5.2，5.4，5.6，DB 43/T 726-2012的第4章）；
- g) 更改了门店选址、设计与装修、存货管理、顾客服务管理、销售管理等内容，增加了营业设施（见第6章6.1，6.2，6.4，6.6，6.7，6.9，6.10，DB 43/T 726-2012的第4章）。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由湖南省供销合作总社提出并归口。

本文件起草单位：湖南商务职业技术学院、湖南省茶业集团股份有限公司、湖南潇湘茶业有限公司。

本文件主要起草人：曾鸣、何卫华、廖伟、廖志刚、易能、朱波、姜华斌、袁勇、谭月萍、朱展来。

本文件所代替的文件版本历次发布情况为：

——DB43/T 726，2012年首次发布；

——本次为第一次修订。

地方标准信息服务平台



# 茶叶连锁经营管理规范

## 1 范围

本文件规定了茶叶连锁经营总部、配送中心和门店经营管理的要求。  
本文件适用于茶叶连锁经营的管理。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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 18354 物流术语
- GB/T 30766 茶叶分类
- GB/T 42454 信息技术服务 数字化营销服务 移动营销技术规范
- GH/T 1103 茶馆经营管理通用规则
- SB/T 10465 连锁经营术语

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**茶叶连锁经营** tea chain operation

经营茶叶商品或服务，使用统一商号的若干店铺，在同一总部的管理下，采取统一采购或特许经营等方式，实现规模效益的企业组织。

### 3.2

**总部** headquarters

负责茶叶连锁经营资源的开发、配置、控制和使用等功能的企业。

### 3.3

**配送中心** distribution center

满足茶叶连锁经营物流配送要求，具有完善的配送基础设施和信息网络，可便捷地连接对外交通运输网络，并向末端客户提供短距离、小批量、多批次配送服务的专业化配送场所。

[来源：GB/T 18354—2021，3.14，有修改]

### 3.4

**门店** outlet

茶叶连锁经营管理的基础，按照总部的指示和服务规范要求，承担日常销售业务与服务的店（柜）。

## 4 总部

### 4.1 战略规划

——应制定茶叶连锁经营发展目标、经营方针和营销战略；

——应根据战略规划制定可行的实施方案，分解目标任务，明确责任部门。

#### 4.2 品牌管理

——应建立和维护茶叶连锁经营品牌，提升品牌的知名度和美誉度；  
——应在管理各环节融入品牌意识，以发展树品牌，以品牌促发展。

#### 4.3 采购管理

##### 4.3.1 商品管理

应符合以下要求：

——根据市场定位，制定进货商品计划、开发商品计划及科学的商品采购流程；  
——采购部门应根据总部采购计划及各门店的进货量、销售量、退货量和库存情况，适时加以调整采购方案，确定拟采购的商品名称、规格、品种、数量、单位等，并提交审核；  
——采购人员严格按照审定的采购方案进行采购；  
——采购部门在对市场情况进行预测的基础上制定新商品引进计划，并对试销情况进行评估，经评估合格后的新商品方可进入销售系统；  
——根据季节、各门店销售数据、市场情况、客户需求和公司产品开发计划等因素适时调整商品结构。

##### 4.3.2 供应商管理

应符合以下要求：

——根据资金实力、技术水平、信誉等条件选择供应商，严格审核供应商资质与相关证件；  
——根据采购、促销计划等派专人与供应商谈判，并签订采购合同，合同包括每个品种的单位交易量、整体交易额、货款支付方式、运输方法、交货期限、违约责任、合同变更与解除条件以及其他必须具备的内容；  
——建立供应商监管制度，内容包括质量水平、交货能力、技术能力评定、服务评定、合作状况评定和价格评定等；  
——对供应商采购合同履行情况、供货能力、商品质量和供货及时性等进行定期评估，淘汰不合格的供应商；  
——建立供应商档案，内容包括基本情况、资质证书、合同协议、商品情况和交易文件等资料，并及时更新信息；  
——为每种商品以及相应的供应商建立专门的台账，内容包括供应商代码、商品代码、商品序号、商品名称、规格、进货量、计量单位、进价、售价、销售额、累计销售额和毛利率等。

#### 4.4 营销管理

应符合以下要求：

——制定统一的商品价格；  
——制定年度销售计划，并督促各门店完成销售目标；  
——制定全年促销计划，并督促指导各门店实施；  
——利用信息技术，开展数字化营销，其技术方法符合 GB/T 42454 要求；  
——组织开展业绩竞赛活动，实行公平竞争。

#### 4.5 门店管理

应符合以下要求：

- 统筹考虑实体店与网络店铺选址；
- 应由总部根据发展规划进行门店建设和经营；
- 应符合企业统一形象的要求，由总部做出设计并指导实施。

#### 4.6 配送管理

应符合以下要求：

- 建立与经营相配套的配送体系，满足企业统一采购、统一配送的要求；
- 在本省内门店数量在 20 个以上宜建立自己的配送中心，跨省区宜利用第三方配送；
- 根据客户分布、供应商分布、交通条件、土地条件、自然条件、人力资源条件、政策环境条件等因素确定配送中心的选址，并组织设计和建设；
- 线上销售应就近选择第三方物流配送服务点进行配送。

#### 4.7 督导管理

应符合以下要求：

- 制定门店员工考核办法和员工管理手册，根据考核办法督导门店工作，实行扣分制；
- 检查门店运营情况，包括商品价格执行、赠品发放、窜货等；
- 检查门店标准流程的贯彻；
- 检查门店员工工作质量；
- 检查门店员工培训的效果；
- 检查门店贯彻落实总部部署的各项活动的效果；
- 如实记录督导结果并及时反映给总部有关部门。

#### 4.8 财务管理

应符合以下要求：

- 严格按照相关财会法律、法规的规定制定财务制度；
- 实行预决算管理，并进行统一核算；
- 实行资产和资金的统一调配；
- 对直营店的效益、效率、发展性等指标进行统一核算；
- 对加盟店只审核销售数据，并了解其经营状况；
- 财务部门定期提交财务分析报告，供总部决策参考。

#### 4.9 信息化管理

应符合以下要求：

- 根据经营规模逐步建立和完善数字化管理系统，包括门店销售管理系统、管理信息系统、电子订货系统和电子商务系统；
- 对进货、配送、销售、结算和计划等实行数字化管理，提高经营效率；
- 运用数字化管理系统，强化过程监督与信息数据的综合利用，并提供真实、科学的分析数据供决策层参考。

#### 4.10 人力资源管理

应符合以下要求：

- 制定人力资源规划、薪酬体系、绩效考核、奖金和提成分配机制等；

- 组织制定总部各部门、门店和配送中心各岗位工作职责；
- 按照国家劳动社会保障法律法规的规定，与员工签订劳动合同并购买社会保险；
- 负责在年度、季度和月度对总部、直营店和配送中心全体员工考核，考核内容包括基本素质、工作表现、工作业绩等，考核结果和员工薪酬、晋升和奖惩挂钩；
- 负责总部各部门、直营门店和配送中心的人员招聘，全面负责教育培训工作，包括新进员工岗前培训、在岗员工岗位培训、员工基本素质培训、管理层培训和专业培训等；
- 指导加盟店开展员工培训。

#### 4.11 公共关系管理

应符合以下要求：

- 应协调好与政府相关部门、行业协会、新闻单位、社区、合作伙伴及消费者等关系；
- 应协调好企业内部的各种社会、经济关系；
- 应制定并落实公共关系管理的应急预案。

#### 4.12 制度建设与实施

应符合以下要求：

- 应制定和完善茶叶连锁经营发展、运营、管理等相关制度及工作流程；
- 应严格执行各项规章制度，对违反规定者进行责任追究。

### 5 配送中心

#### 5.1 选址与建设

茶叶连锁经营配送中心选址及建设应由总部根据发展规划做出决定。

#### 5.2 设施设备

应符合以下要求：

- 配送中心环境整洁，通风良好；
- 配备经检验合格的计量、搬运、装卸、分拆、拣选、包装设备；
- 配备基本消防设备。

#### 5.3 收货

应符合以下要求：

- 根据总部订货部门确定的订单准备收货；
- 根据订货要求对到达货物进行检验，拒收与订货要求不符的商品入库；
- 货物实行一货一签，原则上标明商品名称、产地、规格、价格等，信息全面、清晰，货签对应。

#### 5.4 在库管理

应符合以下要求：

- 建立茶叶专库，采用分类分区存放；
- 按规定进行盘点，配送中心负责人和总部代表人员应现场参与；
- 严格控制库存量，库存管理遵守先进先出原则。

#### 5.5 拣货

应符合以下要求：

- 作业现场保持整洁，每天定时对作业区域进行清扫；
- 以人工分拣、电子标签拣选为主要拣选方式；
- 分拣后根据需要进行销售包装，贴好相应产品信息标签；
- 配装时使用周转箱等周转设备，防止货品发生挤压。

## 5.6 送货

应符合以下要求：

- 优化配送路线，及时、准确送货；
- 使用厢式货车送货；
- 按先送后装原则进行装车，货物装车时由送货人员清点货物品项及数量，确保单货一致，并与配送中心相关人员共同签字，确认货物移交，周转箱外部张贴门店相关信息标签；
- 要求送货单据信息齐全，客户名称、送货明细与客户订单一致；
- 货物离开配送中心前与门店确认货物送抵时间，要求门店做好收货准备；
- 门店与收货人员共同清点商品，由送货人员与收货人员共同签字确认，如存在误差则详细记载误差信息；
- 送货人员完成配送计划后，将相关单据整理，移交给配送中心单据管理人员；
- 门店与配送中心应保持物流配送管理系统中数据及时更新与一致。

## 5.7 拒收或退回货物处理

应符合要求：

- 确认配送拒收或退回商品原因；
- 如因包装损坏或货品质量存在问题，则将此类货物存放暂存区，待与供应商沟通后再进行处理；
- 如货物因订单信息错误造成门店拒收或退回，则将此类货物重新入库，更新库存信息。

## 5.8 员工管理

应符合以下要求：

- 配送中心可设置管理人员、收货员、质检员、保管员、分拣员、配装员、送货员、系统管理员等相应职位；
- 工作人员持健康证上岗；
- 接受总部和配送中心举办的岗前培训后才能正式上岗；
- 对在职工工进行定期考核，作为员工薪酬、奖惩和晋升的依据。

## 6 门店

### 6.1 门店选址

应符合以下要求：

- 制定门店开发规划，包括新店开发布局策略、扩张密度以及扩展速度，门店布局符合城市总体规划和商业网点布局规划，并与区域内其它商业业态和环境相协调；
- 宜选择在城市中心、商业黄金地段、大型商品集散中心、中高档社区、中高档商场、人流旺等地段，远离异味源，同时考虑易停车和店面租期；
- 选址前应对商圈、未来发展趋势、城市规划、交通状况、人文景观等进行相关环境分析；

- 选址前应开展市场调查，内容包括人口结构、就业状况、人均收入、住房状况以及周边的机关团体、企事业单位入驻等；
- 选址前应对竞争店或同业态店进行调查，具体内容包括销售额、商店规模、客流量、商品价格、商品陈列、商品质量等；
- 分析和预测新建城市、新居民区或新商业区的发展潜力；
- 应做好新开门店的经济效益分析；
- 选择潜在目标人群聚集的电子商务平台开设网络店铺。

## 6.2 门店设计与装修

应符合以下要求：

- 使用总部统一的门店店面标志和店名，室内装修符合总部统一形象的要求；
- 根据实际需要对店面空间格局进行规划设计，按店员、顾客和商品等空间比例划分区域；
- 门店内应设置品茶区；
- 可设计对外展示橱窗，摆放具有吸引力的茶品和茶具等；
- 货架、柜台、陈列用具等色彩与商品色彩相协调；
- 店内装饰中，货架柜台应大方得体，线条流畅，地面必须保持干净、整洁，顶部灯光应明亮，店内应有体现茶文化特色的装饰；
- 在醒目位置设置禁烟标志；
- 结合实体店面装修风格，对网络店铺进行装修装饰。

## 6.3 商品陈列管理

应符合以下要求：

- 分类陈列商品：按茶叶种类分类摆放，茶叶与茶具等非食品类分开陈列，包装茶叶与散装茶叶分开等；
- 分区陈列商品：可设礼品专柜、新产品专柜和促销专柜等；
- 相邻陈列商品：品种规格大小相近的商品相邻陈列；
- 促销产品应在促销区集中陈列，陈列量宜大，所有促销的产品都应得到展示；
- 运用关联陈列，注意商品的组合优化；
- 陈列的商品应前低后高、正面或稍微倾斜面向顾客；
- 陈列的商品与上隔板之间留 3-5cm、商品与商品之间留 1cm 的间隙；
- 使用规范的价格标签，货签对应，标签应正面朝向顾客；
- 商品陈列应注意推前补后、先进先出、及时上货、及时整理；
- 货架补货或新品上架时，应再次验货，检查是否过期、破损或变质，货签是否准确和对应；
- 不得陈列或存放破损或过期商品；
- 散茶陈列时必须再次核对质量，并检查包装袋的密封性；
- 店内应结合实际情况设警示标识：如易碎品、贵重物品设轻拿轻放标识等。

## 6.4 存货管理

应符合以下要求：

- 根据商品每日的销售量、补货时间等确定商品的安全存量；
- 散茶宜用不锈钢桶、木桶、瓷罐等容器存放，必要时冷藏；
- 绿茶、乌龙茶、黄茶、白茶、红茶应防晒、防潮、防串味、密封储存，根据销售时间的长短和量的大小选择冷藏、冻藏或常温储存；

- 黑茶宜在阴凉、通风、干燥、无异味环境下自然存放；
- 花茶单独存放。

### 6.5 商品盘点作业管理

应符合以下要求：

- 按规定进行盘点，门店负责人和总部代表人员应现场参与；
- 初盘按品种、规格等分类清点并填写盘点表，初盘后人员交叉对产品进行复盘（抽点），复盘如发现差错需要对所有产品进行重盘；
- 盘点结束后撰写盘点总结报告，直营店除留档备份外另按时上报总部。

### 6.6 顾客服务管理

应符合以下要求：

- 能辨识顾客，建立顾客档案，定期对客户进行回访；
- 熟练掌握泡茶技艺和导购技巧，掌握茶叶商品、茶文化、茶艺等知识，对商品进行专业推介；
- 处理顾客关系态度诚恳，及时响应顾客需求。

### 6.7 销售管理

应符合以下要求：

- 按总部的要求制定年度、季度和月销售计划，并报总部审批，定期检查销售计划完成情况并接受总部的绩效考核；
- 统一执行总部的价格策略；
- 使用门店销售管理系统管理商品销售，建立完整的商品进、销、存管理台帐；
- 执行总部的销售政策，根据门店销售系统数据确定畅销品、滞销品，并有针对性地采取相应的销售策略；
- 开展茶事服务，应符合 GH/T 1103 要求。

### 6.8 员工管理

应符合以下要求：

- 门店可设置店长、店长助理、营业员等岗位，门店工作人员持健康证上岗；
- 员工接受总部和门店举办的各类培训后才能正式上岗；
- 对在职员工进行定期考核，作为员工薪酬、奖惩和晋升的依据。

### 6.9 店面环境管理

应符合以下要求：

- 保持店内整洁；
- 店内过道通畅。

### 6.10 营业设施

应符合以下要求：

- 使用适宜散装茶保存的不锈钢桶、木桶、瓷罐等防潮、防串味、避光的陈列道具；
- 配备冷藏柜、冷冻柜等茶叶保鲜设备；
- 使用经检验合格的计量器具；
- 配备满足门店茶叶分装需要的真空机、封口机、条码机等设备；

- 配备茶叶冲泡器具；
  - 配备电子收款机、门店销售管理系统和电子订货系统；
  - 配备防火、防盗等安全设施设备。
- 

地方标准信息服务平台