# 新产品引进流程

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2025-02-18

*第一篇：新产品引进流程新产品引进流程随着公司的发展与壮大，公司品牌在市场的影响力增大，市场上越来越多的商人看中碧云品牌这个平台，而公司在发展战略已从单纯提供产品到提供资源的转变，因此需要引进一部分适合企业发展的产品到公司。为了更好、更规范...*

**第一篇：新产品引进流程**

新产品引进流程

随着公司的发展与壮大，公司品牌在市场的影响力增大，市场上越来越多的商人看中碧云品牌这个平台，而公司在发展战略已从单纯提供产品到提供资源的转变，因此需要引进一部分适合企业发展的产品到公司。

为了更好、更规范地引进新产品，现对新产品的引进流程进行梳理。具体如下：

一、认识产品

1）了解引进产品的公司的注册公司名、工厂、公司规模等基本资料。

2）了解该公司的经营模式、企业文化、价值观，分析与本企业的模式、文化是否相容。

原则上，经营模式企业文化、价值观相差太远，要慎重考虑双方的合作。

3）对引进产品的资料与数据进行收集。

4）认识产品，对产品的基本运作原理、操作与运用、外观设计等是否获得专利、科技

含量等都要做一个了解;分析产品引进价格与价值;产品在市场上的定位等。

5）了解市场上同类产品的信息。包括功能、运作、价格、针对市场客户等。

6）引进产品与市场上同类产品进行对比分析

二、对引进产品的筛选

为了把产品能更好地在公司运用，更加适合本公司的发展目标，对于产品的引进要在引进前做到一个科学的可行性分析。筛选情况如下：

1）根据公司的现状、发展目标分析产品是否符合公司的要求。目前来说公司目标是引

进环保科技类产品。

2）通过市场调研，分析产品在市场上的竞争力、市场可开发性、目标定位、销售情况

等。并对市场上同类产品进行对比分析。

3）产品与公司定位、与展厅设计相符。

三、合作意向

1）一般性合作

针对产品在市场上的销售情况不明晰，但产品能补充公司在该领域的空白，需试

探产品在市场的销售情况、客户满意度、产品质量等。设定合作时间一般定位为一年，试探市场情况。

2）深入合作

已知产品在市场上的销售情况良好，代理和经销该产品是要谈到涉及地区的代

理权的保护。

四、合作模式与方式

1）引进成品——直接引进销售。

2）引进原材料——半成品需要加工、安装后销售。

五、结算方式

1）①一般结算方式为开票。开票分为：现金支票和期票，财务大部分时间是开期票的。

②现金结算。对于面额较小的资金可采取现金结算。

2）结算时间：①月结——出货量大，月销售额达到5万以上属于长期合作伙伴，费

用高的都会采取月结。②两个月结算——出货量较少，月销售额达到3万元以上，采取两个月结算一次。③季度结算——月度销售额在1万元以下的采取季度结算。

六、提供样板情况

无论引进的是型材还是成品新产品的供应商都须免费提供样板，亦可根据实际情况交

费买样板，但必须细谈收费的标准，尽可能利用最小的资金购买到优质的样板。购买的样板尺寸要根据展厅实地测量。

七、产品实操

1）引进产品公司提供提供的技术指导情况，涵盖：

①分派员工到实地考察生产情况，了解生产运作情况、公司实体情况等。

②该公司对产品的运作原理、组装、使用、维护等作出技术性指导。

③培训场地、培训时间、需要安排的人数、培训时间、交通食费宿用等都要涉及到。

2）产品公司对我方公司营销渠道、营销方式、技巧的培训

八、产品服务

1）产品售前服务。加强对产品质量监督。要求合作商提供相关的质量检测报告或相关证件。通过销售平台的产品，必须对其产品的质量做好监督，包括在合作前收集产品质量证件，引进产品时公司对产品的质量进行评定，客户购买后对产品质量评价，进行三重监督。产品如多次出现客户投诉，公司要扣除该产品的质量保证金。

2）产品售中服务。产品引进后，是本公司销售员负责销售该产品还是产品公司方提供员工在店内销售。

3）售后服务。确认公司引进产品后，安装是本公司负责或该产品公司负责还是第三方公司负责。确认产品的保修期时限。公司售后服务内对产品的日常维护。

九、销售资料

1）产品公司提供供货价格表，内涵成品价格、各零部件价格、含税价、市场零售价。

2）要求产品公司提供给我方公司的产品价格最实惠，保证我方公司在市场上具有价格优势。争取拥有全权售价权。

3）不定期提供促销优惠方案都必须第一时间通知到我方公司。

4）宣传单、宣传册、广告牌由产品公司免费提供。并根据实际情况不定时赠送宣传单。产品公司负责一切广告宣传权利与费用。

十、市场运作

1）根据实际情况将产品进行定位，产品针对消费群体，根据来货价格+管理费用+销售提成+利润等因素设定产品合理的市场价格。令到产品不但在产品质量、服务上有竞争性同时在价格上也具有竞争力。

2）结合产品和公司现有的销售渠道设计销售方案。如何在市场上进行有效的推广。

3）将设计的方案下达到各个相关部门，执行计划。

4）根据公司不定期的促销方案，设定几个层次的促销价格。

5）为保持产品在市场上的正常运作，产品公司必须要有统一的指导价格，防止倒卖

情况扰乱市场。

十二、货物收发货要求

产品公司收到我方公司的产品订单日，需立刻回复确认收单，并及时发货，一般发货期不超过3天。超过期限需赔偿我方公司的损失。收货地点为我方公司指定物流区。

十一、管理费用

产品进入连锁店销售平台，平台为产品提供一个发展机会，因此需缴纳进场费2025元/店（不作退还）；5000元得质量保证金/店（产品出现重大投诉时候扣除金额，产品退出碧云销售平台后全额退还5000元）；根据公司实际情况各个产品商都需要平摊管理费、运营费。

十二、纠纷处理方式

1）由于合作方没有履行合同协议。作出违反行为，我方公司将会自动终止合同。

2）涉嫌扰乱市场秩序、违反中华共和国法律遭到追究法律责任时，我方公司将会自动终止合同。

3）产品商没有及时送货导致的损失应跟具情况赔偿我方公司损失。

4）产品出现严重质量问题、订货尺寸与收货尺寸不一致导致工程不能顺利完成，产品商都必须及时配发合格产品到我方公司指定物流区，并承担所有费用。

**第二篇：医疗器械新产品引进管理办法**

白银市第一人民医院医疗器械“新产品”引进管理办法

一、总则

1.根据《医疗器械监督管理条例》、《一次性使用无菌医疗器械监督管理办法》、《医院感染管理规范》等国家有关管理法规和规章制度，结合医院工作实际，制定《白银市第一人民医院医疗器械“新产品”引进管理办法》（以下简称“本办法”）。其目的是规范医疗器械“新产品”引进申请、审批进购程序，保证临床用械需求和用械安全，杜绝医疗器械“新产品”引进中的随意性和不正之风。

2.医疗器械“新产品”的界定：系指医院从未使用过的医疗器械产品；国家食品药品监督管理局批准的医疗器械“新产品”。

二、申请

3.凡引进医疗器械“新产品”均由申请科室主治以上职称医师填写《医疗器械“新产品”申请备案表》（见附件一），提交全科医师充分讨论和论证，经科主任签字后上报医院设备管理委员会；申请科室建议进购厂商和产品资质证件及进购价格依据需符合国家相关规定并整理上报物资供应科。《医疗器械“新产品”申请备案表》填写必须项目齐全、内容完整、字迹清晰，不允许申请科室以外的人员代填写和代上报。

4.必须符合本办法医疗器械“新产品”界定范围的医疗器械产品。

5.必须为卫生部或甘肃省卫生厅医用耗材集中招标采购中标 品目范围内产品，非中标品目不予申请。

6.必须为国家食品药品监督管理局批准的医疗器械“新产品”，并提供医疗器械“新产品”证书。

三、审查

7.凡上报医疗器械“新产品”引进的申请材料，须物资供应科严格审查申请科室建议进购厂商和产品资质证件；国家食品药品监督管理局“新产品”证书；使用说明书；检测合格报告；中标价格和“新产品”价格依据等材料。存在下列情况的不予受理：

①申请表内容及所附资料上报不全者。

②厂商提供的资料有疑义或无效者。

③不符合本办法第4、5、6条规定的。

四、审批备案

8.医疗设备管理委员会每半年召开一次医疗器械“新产品”引进审批专题会议，参会委员人数达到应到会委员人数2/3以上方可召开。

9.物资供应科将审查符合要求的医疗器械“新产品”相关资料整理汇总，包括医疗器械“新产品”名称、规格、型号、商标、生产厂家、建议进购厂商和进购价格依据及申请科室使用理由、临床疗效等资料提交医院设备管理委员会讨论。

10.专题会议听取申请科室主任对所申请医疗器械“新产品”的介绍并答疑，必要时邀请申请人到会答疑。

11.根据申请资料审查结果、“新产品”介绍和答疑等，委员应 从“新产品”资质证件符合情况；临床用途和疗效；产品安全性和性价比；建议进购厂商和进购价格等方面进行讨论。

12.经专题会议讨论后采取无记名投票方式进行表决，结果当场统计公布，统计票数超过参会委员2/3以上并经医院设备管理委员会主任签字后方可批准引进。

13.专题会议由物资供应科负责记录，并对专题会议批准引进的《医疗器械“新产品”申请备案表》和确定的完整的厂商及产品资质证件、价格依据进行整理、留档、备案。

五、申请进购

14.经医院设备管理委员会审批引进的医疗器械“新产品”按申购科室专用耗材、器械进行管理。

15.医疗器械“新产品”申购由科室主治以上职称医师填写《专用耗材、器械申购计划表》（见附件二）。填写需项目齐全、内容完整、字迹清晰，科主任签字后上报物资供应科。

16.物资供应科根据医院设备管理委员会审批引进备案的相应科室供货厂商和产品品目、规格型号、进购价格等内容核对无误后安排及时进购。

六、验收领用

17.医疗器械“新产品”实施零库存管理。申购科室对申购的医疗器械“新产品”数量负责，物资供应科按申购科室《专用耗材、器械申购计划表》数量一次性进购验收。申购科室指定专人按医院出入库制度要求一次性出库领用。物资供应科对使用情况进行监 督，若出现过期失效等情况则该科室本医疗器械“新产品”申请不予受理。

18.物资供应科按申购科室《专用耗材、器械申购计划表》安排进购医疗器械“新产品”，申购科室应及时办理出库领用手续，拒不办理的其成本计入申购科室，其“新产品”协调其它科室无偿使用，无使用科室的协调供货厂商更换其它等值常用耗材、器械处理。

19.申购科室对申购的医疗器械“新产品”计费工作负责，应符合上级管理部门和医院管理制度，若出现不合理计费违反相关管理制度，按医院相关制度处罚。

六、附则

1.本办法自下发之日起执行。2.本办法归物资供应科负责解释。

七、附件

附件一《医疗器械“新产品”申请备案表》 附件二《专用耗材、器械申购计划表》

**第三篇：新产品发布流程**

新产品发布流程

新闻发布会也是媒体所期待的。在全国性的媒体调查中发现，媒体获得新闻最重要的一个途径就是新闻发布会，几乎100％的媒体将其列为最常参加的媒体活动。由于新闻发布会上人物、事件都比较集中，时效性又很强，且参加发布会免去了预约采访对象、采访时间的一些困扰，另外，新闻发布会一般也会为记者提供一定的馈赠品，所以通常情况下记者都不会放过这些机会。

一、新闻发布会的操作技巧

新闻发布会的标题选择

新闻发布会一般针对对企业意义重大，媒体感兴趣的事件举办。每个新闻发布会都会有一个名字，这个名字会打在关于新闻发布会的一切表现形式上，包括请柬、会议资料、会场布置、纪念品等。在选择新闻发布会的标题时，一般需要注意以下几点。

1、避免使用新闻发布会的字样。我国对新闻发布会是有严格申报、审批程序的，对企业而言，并没有必要如此烦琐，所以直接把发布会的名字定义为“\*\*信息发布会”或“\*\*媒体沟通会”即可。

2、最好在发布会的标题中说明发布会的主旨内容。如：“某某企业2025新品发布信息发布会”。

3、通常情况下，需要打出会议举办的时间、地点和主办单位。这个可以在发布会主标题下以字体稍小的方式出现。

4、有时，可以为发布会选择一个具有象征意义的标题。这时，一般可以采取主题加副题的方式。副题说明发布会的内容，主题表现企业想要表达的主要含义。如：海阔天空 五星电器收购青岛雅泰信息发布会

新闻发布会的时间选择

新闻发布的时间通常也是决定新闻何时播出或刊出的时间。

因为多数平面媒体刊出新闻的时间是在获得信息的第二天，因此要把发布会的时间尽可能安排在周一、二、三的下午为宜，会议时间保证在1小时左右，这样可以相对保证发布会的现场效果和会后见报效果。

发布会应该尽量不选择在上午较早或晚上。部分主办者出于礼貌的考虑，有的希望可以与记者在发布会后共进午餐或晚餐，这并不可取。如果不是历时较长的邀请记者进行体验式的新闻发布会，一般不需要做类似的安排。

有一些以晚宴酒会形式举行的重大事件发布，也会邀请记者出席。但应把新闻发布的内容安排在最初的阶段，至少保证记者的采访工作可以比较早的结束，确保媒体次日发稿。

在时间选择上还要避开重要的政治事件和社会事件，媒体对这些事件的大篇幅报道任务，会冲淡企业新闻发布会的传播效果。

新闻发布会的地点安排

场地可以选择户外（事件发生的现场，便于摄影记者拍照），也可以选择在室内。根据发布会规模的大小，室内发布会可以直接安排在企业的办公场所或者选择酒店。酒店有不同的星级，从企业形象的角度来说，重要的发布会宜选择五星级或四星级酒店。

酒店有不同的风格，不同的定位，选择酒店的风格要注意与发布会的内容相统一。还要考虑地点的交通便利与易于寻找。包括离主要媒体、重要人物的远近，交通是否便利，泊车是否方便？

发布方在寻找新闻发布会的场所时，还必须考虑以下的问题：

·会议厅容纳人数？主席台的大小？投影设备、电源？布景、胸部麦克风、远程麦克风？相关服务如何？住宿、酒品、食物、饮料的提供？价钱是否合理？有没有空间的浪费？

·背景布置。主题背景板，内容含主题、会议日期，有的会写上召开城市，颜色、字体注意美观大方，颜色可以企业VI为基准。酒店是否会代为安排。

·酒店外围布置，如酒店外横幅、竖幅、飘空汽球、拱形门等。酒店是否允许布置。当地市容主管部门是否有规定限制等。

新闻发布会的席位摆放

摆放方式：发布会一般是主席台加下面的课桌式摆放。注意确定主席台人员。需摆放席卡，以方便记者记录发言人姓名。摆放原则是“职位高者靠前靠中，自己人靠边靠后”。

现在很多会议采用主席台只有主持人位和发言席，贵宾坐于下面的第一排的方式。一些非正式、讨论性质的会议是圆桌摆放式。

摆放回字型会议桌的发布会现在也出现的较多，发言人坐在中间，两侧及对面拜访新闻记者坐席，这样便于沟通。同时也有利于摄影记者拍照。

注意席位的预留，一般在后面会准备一些无桌子的坐席。

发布会其他道具安排

最主要的道具是麦克风和音响设备。一些需要做电脑展示的内容还包括投影仪、笔记本电脑、联线、上网连接设备、投影幕布等，相关设备在发布会前要反复调试，保证不出故障。

新闻发布会现场的背景布置和外围布置需要提前安排。一般在大堂、电梯口、转弯处有导引

指示欢迎牌，一般酒店有这项服务。事先可请好礼仪小姐迎宾。如果是在企业内部安排发布会，也要酌情安排人员做记者引导工作。在发布崦趴谛璋才徘┑教ê颓┑讲尽R话慊嵋榛嵋 笥牖嵴吡粝旅 枳急负谩扒氪兔 焙?br />

新闻发布会的资料准备

提供给媒体的资料，一般以广告手提袋或文件袋的形式，整理妥当，按顺序摆放，再在新闻发布会前发放给新闻媒体，顺序依次应为：

1、会议议程

2、新闻通稿

3、演讲发言稿

4、发言人的背景资料介绍。（应包括头衔、主要经历、取得成就等）

5、公司宣传册

6、产品说明资料。（如果是关于新产品的新闻发布的话）

7、有关图片

8、纪念品（或纪念品领用券）

9、企业新闻负责人名片（新闻发布后进一步采访、新闻发表后寄达联络）

10、空白信笺、笔（方便记者记录）

发布会发言人的确定

新闻发布会也是公司要员同媒介打交道的一次很好的机会，值得珍惜。代表公司形象的新闻发言人对公众认知会产生重大影响。如其表现不佳，公司形象无疑也会令人不悦。

新闻发言人的条件一般应有以下的几方面：

·公司的头面人物之一——新闻发言人应该在公司身居要职，有权代表公司讲话。

·良好的外型和表达能力。发言人的知识面要丰富，要有清晰明确的语言表达能力、倾听的能力及反应力、外表包括身体语言整洁、大方得体。

·执行原定计划并加以灵活调整的能力。

·有现场调控能力，可以充分控制和调动发布会现场的气氛。

发言人回答记者问的准备

在新闻发布会上，通常在发言人进行发言以后，有一个回答记者问的环节。可以充分通过双方的沟通，曾强记者对整个新闻事件的理解以及对背景资料的掌握。有准备、亲和力强的领导人接受媒体专访，可使发布会所发布的新闻素材得到进一步的升华。

在答记者问时，一般由一位主答人负责回答，必要时，如涉及到专业性强的问题，由他人辅助。

发布会前主办方要准备记者答问备忘提纲，并在事先取得一致意见，尤其是主答和辅助答问者要取得共识。

在发布会的过程中，对于记者的提问应该认真作答，对于无关或过长的提问则可以委婉礼貌地制止，对于涉及到企业秘密的问题，有的可以直接、礼貌地告诉它是企业机密，一般来说，记者也可以理解，有的则可以委婉作答。不宜采取“无可奉告”的方式。对于复杂而需要大量的解释的问题，可以先简单答出要点，邀请其在会后探讨。

有些企业喜欢事先安排好媒体提问的问题，以防止媒体问到尖锐、敏感的问题。建议不宜采取。

新闻发布会对记者的邀请

媒体邀请的技巧很重要，既要吸引记者参加，又不能过多透露将要发布的新闻。在媒体邀请的密度上，既不能过多，也不能过少。一般企业应该邀请与自己联系比较紧密的商业领域记者参加，必要时如事件现场气氛热烈，应关照平面媒体记者与摄影记者一起前往。

邀请的时间一般以提前3到5天为宜，发布会前一天可做适当的提醒。联系比较多的媒体记者可以采取直接电话邀请的方式。相对不是很熟悉的媒体或发布内容比较严肃、庄重时可以采取书面邀请函的方式。

适当地制造悬念可以吸引记者对发布会新闻的兴趣，一种可选的方式是开会前不透露新闻，给记者一个惊喜。“我要在第一时间把这消息报道出来”的想法促使很多媒体都在赶写新闻。如果事先就透露出去，用记者的话说就是“新闻资源已被破坏”，看到别的报纸已经报道出来了，写新闻的热情会大大减弱，甚至不想再发布。无论一个企业与某些报社的记者多么熟悉，在新闻发布会之前，重大的新闻内容都不可以透漏出去。

在记者邀请的过程中必须注意，一定需要邀请新闻记者，而不能邀请媒体的广告业务部门人员。有时，媒体广告人员希望借助发布会的时机进行业务联系，并作出也可帮助发稿的承诺，此时也必须进行回绝。

**第四篇：新产品发布会流程范文**

3、通常情况下，需要打出会议举办的时间、地点和主办单位。这个可以在发布会主标题下以字体稍小的方式出现。

4、有时，可以为发布会选择一个具有象征意义的标题。这时，一般可以采取主题加副题的方式。副题说明发布会的内容，主题表现企业想要表达的主要含义。如：海阔天空 五星电器收购青岛雅泰信息发布会

新闻发布会的时间选择

新闻发布的时间通常也是决定新闻何时播出或刊出的时间。

因为多数平面媒体刊出新闻的时间是在获得信息的第二天，因此要把发布会的时间尽可能安排在周一、二、三的下午为宜，会议时间保证在1小时左右，这样可以相对保证发布会的现场效果和会后见报效果。

发布会应该尽量不选择在上午较早或晚上。部分主办者出于礼貌的考虑，有的希望可以与记者在发布会后共进午餐或晚餐，这并不可取。如果不是历时较长的邀请记者进行体验式的新闻发布会，一般不需要做类似的安排。

有一些以晚宴酒会形式举行的重大事件发布，也会邀请记者出席。但应把新闻发布的内容安排在最初的阶段，至少保证记者的采访工作可以比较早的结束，确保媒体次日发稿。

在时间选择上还要避开重要的政治事件和社会事件，媒体对这些事件的大篇幅报道任务，会冲淡企业新闻发布会的传播效果。

新闻发布会的地点安排

场地可以选择户外（事件发生的现场，便于摄影记者拍照），也可以选择在室内。根据发布会规模的大小，室内发布会可以直接安排在企业的办公场所或者选择酒店。酒店有不同的星级，从企业形象的角度来说，重要的发布会宜选择五星级或四星级酒店。

酒店有不同的风格，不同的定位，选择酒店的风格要注意与发布会的内容相统一。还要考虑地点的交通便利与易于寻找。包括离主要媒体、重要人物的远近，交通是否便利，泊车是否方便？

发布方在寻找新闻发布会的场所时，还必须考虑以下的问题：

·会议厅容纳人数？主席台的大小？投影设备、电源？布景、胸部麦克风、远程麦克风？相关服务如何？住宿、酒品、食物、饮料的提供？价钱是否合理？有没有空间的浪费？

·背景布置。主题背景板，内容含主题、会议日期，有的会写上召开城市，颜色、字体注意美观大方，颜色可以企业VI为基准。酒店是否会代为安排。

·酒店外围布置，如酒店外横幅、竖幅、飘空汽球、拱形门等。酒店是否允许布置。当地市容主管部门是否有规定限制等。

新闻发布会的席位摆放

摆放方式：发布会一般是主席台加下面的课桌式摆放。注意确定主席台人员。需摆放席卡，以方便记者记录发言人姓名。摆放原则是“职位高者靠前靠中，自己人靠边靠后”。

现在很多会议采用主席台只有主持人位和发言席，贵宾坐于下面的第一排的方式。一些非正式、讨论性质的会议是圆桌摆放式。

摆放回字型会议桌的发布会现在也出现的较多，发言人坐在中间，两侧及对面拜访新闻记者坐席，这样便于沟通。同时也有利于摄影记者拍照。

注意席位的预留，一般在后面会准备一些无桌子的坐席。

发布会其他道具安排

最主要的道具是麦克风和音响设备。一些需要做电脑展示的内容还包括投影仪、笔记本电脑、联线、上网连接设备、投影幕布等，相关设备在发布会前要反复调试，保证不出故障。

新闻发布会现场的背景布置和外围布置需要提前安排。一般在大堂、电梯口、转弯处有导引指示欢迎牌，一般酒店有这项服务。事先可请好礼仪小姐迎宾。如果是在企业内部安排发布会，也要酌情安排人员做记者引导工作。

新闻发布会的资料准备

提供给媒体的资料，一般以广告手提袋或文件袋的形式，整理妥当，按顺序摆放，再在新闻发布会前发放给新闻媒体，顺序依次应为：

1、会议议程

2、新闻通稿

3、演讲发言稿

4、发言人的背景资料介绍。（应包括头衔、主要经历、取得成就等）

5、公司宣传册

6、产品说明资料。（如果是关于新产品的新闻发布的话）

7、有关图片

8、纪念品（或纪念品领用券）

9、企业新闻负责人名片（新闻发布后进一步采访、新闻发表后寄达联络）

10、空白信笺、笔（方便记者记录）

发布会发言人的确定

新闻发布会也是公司要员同媒介打交道的一次很好的机会，值得珍惜。代表公司形象的新闻发言人对公众认知会产生重大影响。如其表现不佳，公司形象无疑也会令人不悦。

新闻发言人的条件一般应有以下的几方面：

·公司的头面人物之一——新闻发言人应该在公司身居要职，有权代表公司讲话。

·良好的外型和表达能力。发言人的知识面要丰富，要有清晰明确的语言表达能力、倾听的能力及反应力、外表包括身体语言整洁、大方得体。

·执行原定计划并加以灵活调整的能力。

·有现场调控能力，可以充分控制和调动发布会现场的气氛。

发言人回答记者问的准备

在新闻发布会上，通常在发言人进行发言以后，有一个回答记者问的环节。可以充分通过双方的沟通，曾强记者对整个新闻事件的理解以及对背景资料的掌握。有准备、亲和力强的领导人接受媒体专访，可使发布会所发布的新闻素材得到进一步的升华。

在答记者问时，一般由一位主答人负责回答，必要时，如涉及到专业性强的问题，由他人辅助。

发布会前主办方要准备记者答问备忘提纲，并在事先取得一致意见，尤其是主答和辅助答问者要取得共识。

在发布会的过程中，对于记者的提问应该认真作答，对于无关或过长的提问则可以委婉礼貌地制止，对于涉及到企业秘密的问题，有的可以直接、礼貌地告诉它是企业机密，一般来说，记者也可以理解，有的则可以委婉作答。不宜采取“无可奉告”的方式。对于复杂而需要大量的解释的问题，可以先简单答出要点，邀请其在会后探讨。

有些企业喜欢事先安排好媒体提问的问题，以防止媒体问到尖锐、敏感的问题。建议不宜采取。

新闻发布会对记者的邀请

媒体邀请的技巧很重要，既要吸引记者参加，又不能过多透露将要发布的新闻。在媒体邀请的密度上，既不能过多，也不能过少。一般企业应该邀请与自己联系比较紧密的商业领域记者参加，必要时如事件现场气氛热烈，应关照平面媒体记者与摄影记者一起前往。

邀请的时间一般以提前3到5天为宜，发布会前一天可做适当的提醒。联系比较多的媒体记者可以采取直接电话邀请的方式。相对不是很熟悉的媒体或发布内容比较严肃、庄重时可以采取书面邀请函的方式。

适当地制造悬念可以吸引记者对发布会新闻的兴趣，一种可选的方式是开会前不透露新闻，给记者一个惊喜。“我要在第一时间把这消息报道出来”的想法促使很多媒体都在赶写新闻。如果事先就透露出去，用记者的话说就是“新闻资源已被破坏”，看到别的报纸已经报道出来了，写新闻的热情会大大减弱，甚至不想再发布。无论一个企业与某些报社的记者多么熟悉，在新闻发布会之前，重大的新闻内容都不可以透漏出去。

在记者邀请的过程中必须注意，一定需要邀请新闻记者，而不能邀请媒体的广告业务部门人员。有时，媒体广告人员希望借助发布会的时机进行业务联系，并作出也可帮助发稿的承诺，此时也必须进行回绝。

新闻发布会的几个误区

误区之一：没有新闻的新闻发布会。有些企业似乎有开发布会的嗜好，很多时候，企业并没有重大的新闻，但为了保持一定的影响力，证明自己的存在，也要时不时地开个发布会。造成的后果是，企业虽然花了不小的精力，但几乎没有收成。新闻性的缺乏使得组织者往往在发布会的形式上挖空心思、绞尽脑汁，热闹倒是热闹了，效果却未见得理想，如果过于喧宾夺主，参会者记住了热闹的形式，却忘记了组织者想要表达的内容。

误区之二：新闻发布的主题不清。从企业的立场出发，主办者恨不得把它的祖宗八代的光荣史一股脑端上去，告诉人家什么时候得了金奖，什么时候得到了认证，什么时候得了第一，什么时候捐资助学。但是偏离了主题的的东西在媒介眼中，形同废纸。

又有的企业在传播过程中，生怕暴露商业机密，凡涉及到具体数据时总是含含糊糊一谈到敏感话题就“环顾左右而言他”，不是无可奉告就是正在调查。这样一来，媒体想知道的，企业没办法提供；媒体不想搭理的，企业又不厌其烦。

回答者： 南宫

**第五篇：引进种子流程**

种子引进流程及注意事项

现已青岛开创公司和微山信威公司为例：

从境外引进种子，首先开创在对外签订合同或协议前，信威向济宁市植物检疫机构

申请办理检疫审批手续。

信威申请流程：

1.提前准备资料：西班牙甜椒试种计划报告、西班牙进口甜椒种子的情况说明；

2.向微山县植保站提出申请，通过后获得《国外引种申请报告单》，一式四份（申请单

位，县、市、省植保站各一份），县植保站盖章并留存一份档案；另我公司为再次引

种，所以需要申请疫情监测；在甜椒生长季节进行监测，并出具合格报告。时间：1天

3.向济宁植保站提出申请，济宁植保站在《国外引种申请报告单》上盖章并留存一份

档案；时间：1天

4.登陆网站 点击进入「引进审批自助平台」，填写「引种检疫申

请单」即可，申请登记后打印盖章送济南市省植保总站办理；省植保站在《国外引

种申请报告单》上盖章并留存一份；时间：1—2天

5.一定工作日内（时间：不确定），获得《引进种子、苗木检疫审批单》，立即将原件

送往开创进行办理；寄件时间：1天

济宁出入境检验检疫局备案事宜

由于09年已经电子备案，所以以后每年需要提交材料，更新备案信息：

填写《进境植物繁殖材料引种单位登记申请表》，通过后获得《进境植物繁殖材料备案

单》，信威盖章后，由济宁出入境检验检疫局盖章；

6.将《进境植物繁殖材料备案单》寄往青岛（寄件时间：1天），由青岛相关人员去济

南省检验局办理；时间：1—2天

7.办理完毕后，去青岛海关提取种子；

信威需要提交的材料：

A 进境植物繁殖材料防疫制度

B 进境植物繁殖材料分销管理制度

C 生产防疫领导小组成员名单

D 生产防疫措施

E 有害生物监测与控制措施

F 质量追溯体系及台账管理制度

G 自属基地证明或有效的租地合同复印件

H 植保员资质证明提前准备材料（时间：1天）

注意事项：

1.时间：政府部门，做事拖拉，预防引种过晚，耽误种植；

2.引进种子资料必须详细，例如今年种子原产地缺少一个；

3.种子原产地病虫害监测信息，最好能够提供；

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！