

雪茄烟销售面临的现状及对策

□ 李敬 宋雅燕

近年来全球市场雪茄销量增长迅速，中国作为新兴市场，尽管相对于西欧和北美的雪茄销售基数很小，但中国的雪茄潜在消费群体越来越大，发展态势良好。以川渝中烟、湖北中烟、山东中烟、安徽中烟为首的雪茄生产工业，培育出的“长城”、“狮牌”、“茂大”、“三峡”、“将军”、“王冠”等雪茄品牌是较为出名的国产品牌。随着国内雪茄企业的发展和产品的更新，作为中国烟草重要组成部分，中国雪茄市场有着巨大的潜能。我们应该相信中国雪茄将肩负起重任，成为中国烟草产业发展的新兴力量。

雪茄烟销售面临哪些主要瓶颈

一是雪茄相比卷烟仍处于劣势，处于烟草行业发展的末端。雪茄是非常特殊的烟草制品，在生产、制造、运输、储存、交易等各个环节与普通烟草制品有着截然不同的差别。从宏观调控的层面看，整个烟草行业对雪茄的关注和投入远不及普通的卷烟制品，雪茄的发展处于烟草行业发展的末端。这种差别决定了在产业政策上很难得到较大的支持力度，整个雪茄产业发展显得势单力薄缺乏后劲，无法与其他烟草制品的发展相提并论。



□ 邹海莉

烟草专卖行政执法是各级烟草专卖局的一项重要职权,是烟草专卖监督管理工作的关键环节,也是烟草商业企业管理的前沿,它关系到规范有序的卷烟市场秩序的形成,关系到和谐烟草、和谐社会的建设。但是在当前,我们基层烟草专卖行政执法工作中还存在一些问题亟待解决。本文基于基层烟草专卖行政执法实践,分析了当前基层烟草专卖行政执法工作中存在的主要问题,并探讨了如何解决基层烟草专卖行政执法工作中存在问题的对策。

烟草专卖行政执法的含义及现实意义

烟草专卖行政执法,是指烟草专卖行政主管部门,依据有关烟草专卖

二是购买渠道的局限以及引导传播模式的单一。目前,高档酒店、娱乐场所、茶楼、酒吧和雪茄吧等是高端雪茄的主要销售场所。这些场所本就是卷烟访销配送和专卖市场管理的薄弱环节,暗流烟、走私烟相对集中。消费者难以购买到正规渠道的优质雪茄,缺乏良好规范的雪茄终端消费环境。

三是国内不成熟的雪茄消费文化和消费环境,使得消费者在消费上存在着一定程度的膜拜和跟风,对雪茄烟的消费很不理性。雪茄又是舶来品,在制造工艺和制造标准上更多的依靠国际标准,消费者很容易先入为主形成国外雪茄品质优于国产雪茄,国外雪茄品牌高于国产雪茄品牌的主观认识,造成消费者不了解、不信任国产雪茄,在客观上造成国产雪茄在消费选择上的绝对劣势地位。

四是雪茄自身特性需要更大的人力物力财力的支持。对于雪茄本身,在运输、仓储、保管等多个方面有着严格的要求,同时雪茄与卷烟不同,品种多、口味多、且中高档雪茄在交易过程中是以“支”为计量单位,包装也属于典型的异型包装,数据统计、分析也有难度。而当前的雪茄消费人群数量有限且相对固定,对于烟草商业企业和零售商而言,雪茄烟的投入和管理要求很高,短时效益并不理想。因此烟草商业企业和零售商存

着一定的畏难情绪,不愿意为雪茄投入过多。

五是国产雪茄的国际化程度远远不够,品牌知名度与美誉度欠缺。国际公认的雪茄优质烟叶都在古巴、尼加拉瓜、洪都拉斯等地,在优质原料上早被欧洲烟草巨头垄断。雪茄作为舶来品,传入我国不过100年左右的时间,在销售、生产技术等方面相对落后。加上国产雪茄产品影响力不够,致使没有一个能够真正与国外雪茄品牌相抗衡的国产雪茄品牌。

六是受消费水平的制约。从某种意义上说,雪茄烟属于“高端奢侈”消费,有严重的年龄划分和层次。从国内看,在很多大城市和沿海发达地区雪茄烟需求目前已经比较旺盛,但由于内地与沿海地区经济发展有一定差距,尤其是在西部丘陵山区、经济欠发达地区,消费者购买能力有限,雪茄还未进入大众消费领域。

提升销售业绩的主要对策

一是打造能与进口品牌相抗衡的精品雪茄,提升国产品牌的知名度、竞争力,培养消费者的忠诚度。提升雪茄烟销售业绩,是一项长期的发展过程,现在国际市场上的雪茄产品已从单一的手卷高档雪茄发展到手卷雪茄、机制雪茄和小雪茄并存的局面。现今我国雪茄消费市场初具规模,雪茄生产企业逐渐成

熟。目前在中国雪茄烟行业中有两大巨头,他们是川渝中烟和武烟集团,而他们分别生产的雪茄系列是:川渝中烟生产的长城雪茄烟、狮牌雪茄烟和工字牌雪茄烟三大系列;武烟集团生产的茂大雪茄烟、顺百利雪茄烟和三峡雪茄烟。两大巨头都有涉及到高档雪茄、中档雪茄和低档雪茄。因此,要提升雪茄烟销售业绩,要以培育国产精品雪茄品牌为基础,传播雪茄烟文化,培养中国人自己的雪茄烟消费理念,让消费者真正了解和认识国产雪茄烟品牌的内涵、文化、历史,建立起对国产品牌的认同感,以此逐步扩大市场份额,将国产雪茄烟打造成为真正的“世界知名雪茄烟品牌”。

二是做好消费群体的分析调研,细分市场、精准投放,循序推进雪茄烟销售。从长远需求来看雪茄的需求会越来越旺盛,消费群体日渐壮大,因此要有的放矢选择目标消费群体,以满足客户基本需求为前提,以价格为风向标,采取适宜的投放措施,达到既保持销量又稳步增长的目的。

三是在高档酒店、娱乐场所、茶楼、酒吧等设立雪茄烟销售专柜,加强卷烟访销配送。同时加大针对雪茄烟的打私打假力度,净化市场,解决雪茄烟市场的空间问题,让消费者购买到正规渠道的优质雪茄,建立良好规范的雪茄终端消费环境。

四是适应消费水平趋势,低起点循序推进。中国雪茄市场处于艰难的起步阶段,这对中国本土的雪茄企业来说无疑是一种契机——随着中国人生活水平不断提高,很多追求时尚和生活情调的人们开始重新审视雪茄文化,接受雪茄,雪茄消费持续升温的时机已指日可待,消费区域也将逐步扩大。因此,国产雪茄想要真正占领国内主流市场,和国外雪茄一争高下,应立足本土消费水平实际,从低起点循序推进,为潜在雪茄和雪茄消费者提供更多的接触点,强化零售户对该品牌的忠诚度,以此达到不断扩展雪茄市场,保持销量稳步增长的目的。

五是出台积极的激励政策,予以扶持。针对雪茄烟面临的现状,要提升销售业绩,作为卷烟商业企业要多方式、有针对性地进行品牌宣传,要分解销售目标任务,建立完善奖惩机制,有效调动客户经理品牌推介的积极性。同时,在零售环节,抓好市场细分,针对中高端目标消费场所、群体,实行重点推进策略,有的放矢选择一批雪茄柜点销售客户,为其提供专业的雪茄柜及其相关的配套用品,辅以销售政策支持,以此提高上柜率,通过零售终端的展示和引导,帮助消费者对国产雪茄建立品牌认知、信任和消费选择,以此传播雪茄文化,扩大消费群体,不断提高雪茄烟销售数量。

浅谈基层烟草专卖行政执法中存在的问题与对策

法律规范,为进行烟草专卖管理,去组织、领导和管理烟草专卖活动,打击制假售假等违法行为,维护国家利益、消费者利益,保障国家财政收入,规范烟草市场的一种执法行为,是一种企业内执法行为。而依法行政是依法治国的重要内容,更是依法治企的重要组成部分,它是烟草行政机关的一项最根本的行动准责。因此,在中国烟草改革、整合、创新与转型的关键时期,进一步加深对严格依法行政的重要性和紧迫性的认识,有着非常重要的现实意义。

基层烟草专卖行政执法中存在的问题

一是思想认识不高。由于烟草行业专卖专营的特殊体制,导致少数人在潜意识中有着“皇帝女儿不愁嫁”的陈旧观念。而且在一定程度上,还有部分烟草企业存在着“重经营、轻管理”的思想认识,把主要的精力和力量都放在卷烟经营和效益增长上,重视短期利益,忽视长远建设,对执法中所遇到的问题和困难没有引起足够的重视,没有真正落实到具体行动中,从而造成了管理上的缺位。

二是宣传力度不够。虽然烟草行

基层烟草专卖行政执法工作中存在问题的对策

针对烟草专卖行政执法中存在的问题,我们要积极探索专卖执法工作的规律,创新思路。

提高思想认识,转变落后思想观念。烟草部门要提高思想认识,那么破除思想僵化,观念陈旧,理念落后是新形势下的需要。烟草行业要不断树立理论联系实际的新思想,更新在执法过程中以管理者自居的观念;要树立执法为民的新思想,切实做到“两个维护”的行业价值观;要更新在管理上封闭运作的观念,树立适应时代需要的开放型管理观念,提高管理能力。

加大法规宣传,营造良好执法环境。增强宣传意识,扩大宣传范围。我们可以利用电视、广播、报纸等媒体和“3·15”消费者权益日、“12·4”法制宣传日等相关载体,广泛宣传《烟草专卖法》及有关法律法规,宣传假冒卷烟的识别常识和“假、私、非”卷烟的市场危害,拓宽烟草执法宣传范围,将重点放在农村市场宣传上和日常宣传上,让了解与认识烟草法律法规成为每一位公民的责任,进而提高执法的公平性与普遍性。要引导零售户守法经营、消费者明白消费,发挥社会群众的参与作用,为维护卷烟市场秩序的稳定提供环境保障,共同营造良好的经营和执法环境。

加大培训力度,提高执法人员

素质。在专卖执法队伍中,要始终强化社会主义民主与法制教育,提高依法行政意识和执法水平。对于专卖执法人员来讲,首先自己要知法、懂法,要不断地加强法律法规学习。要通过培训考试,引入激励机制,充分调动专执法人员学习烟草相关法律法规、真假烟识别等知识的主动性,从而提高业务技能和综合素质。

增强服务意识,提高规范执法水平。专卖执法人员要正确对待党和人民赋予的行政执法权力,认真履行行政执法人员的责任和义务,在专卖执法过程中,要增强服务意识,规范执法行为,实行人性化执法,切实改进“门难进,脸难看,事难办”的工作作风,以及服务态度“生、冷、硬”和执法过程中的“吃、拿、卡、要”等问题。要严格实施专卖行政执法责任制,做到执法权限法定化、执法内容标准化、执法程序合法化、执法制度规范化、执法监督经常化、执法管理制度化,真正做到“权为民所用,情为民所系,利为民所谋”。

综上所述,烟草行业依法行政意义重大,对行业的发展有着极大的推动作用,关系到烟草企业的兴衰成败。我们应紧紧抓住烟草行政执法过程中存在的问题,采取强有力的措施与对策,从国家利益、卷烟经营户利益和广大消费者利益出发,切实解决烟草专卖行政执法存在的突出问题。只有这样,才能更好地为实现“卷烟上水平”保驾护航。

客户经理的“养”与“练”

□ 李 慧

客户经理是烟草商业企业市场营销一线服务人员,承担着传播行业政策,搜集市场信息,分析客户动态,了解客户需求,帮助客户理财,当好客户参谋,联络客户情感,提供超值服务,培育名优品牌,引导社会消费等职能。一个优秀的客户经理,一定是既有丰富内涵,又有外在表现的能力的客户经理。而要想成为一名优秀客户经理,就必须苦练内功,学会做好内功的“养”与“练”。

对客户经理的内功来说,“养”的是指对涵养的培养;“练”则是指内力的锻炼和运用。那么,如何“养”好内功呢?又如何练好“内功”呢?

一是要不断加强烟草行业知识的学习积累。烟草行业是专卖垄断行业。国家对烟草专卖有一整套的法律、法规。作为客户经理来说,干一行首先必须懂一行,精一行。因此,我们必须不断加强对烟草行业知识的学习,要加强烟草专卖法律、法规的学习,要对烟草专卖法律、法规的基本条款精读细读,做到烂熟于心。要加强行业营销政策的学习。要通过不断阅读行业报刊、杂志,了解行业发展的动态和烟草最新发展技术等。尤其是要了解本企业的营销策略和发展战略,精准掌握近期企业销售的重点品牌,重点业务。要加强产品知识的学习。熟悉掌握所有在销品牌的包装、产地、焦油含量、吸食口感等技术参数,为品牌宣传打下坚实的基础。要加强营业基本理论和技巧的学习。在当今时代条件下,客户经理既要掌握市场营销、品牌营销、服务营销和客户关系管理等基本理论和常识,还要掌握计算机基本常识,熟悉使用计算机的操作系统,使用计算机做好市场调查的数据统计、分析和处理等。

二是要树立客户至上服务意识。客户经理是烟草商业企业服务客户的一线人员。只有牢固树立“客户至上,服务为本”的经营理念,才能真正从内心把客户当作是行业发展的基础,当作是自己生存发展的依靠,认识到服务是企业发展的核心竞争力的重要要素。

树立客户至上的服务意识,就是在服务客户时,要与客户真诚沟通,做到充满激情,动之以情。要加强沟通知识的学习,学会聆听客户心声,精准回答客户提高,巧妙化解客户怨气。要加强心理调节,始终保持工作激情。在充满自信的状态下,开展客户服务工作,以真诚和热情来感染客户,影响客户,改变客户,提高在客户心目中的形象,使客户对你产生依赖,进而牢牢地抓住客户。要将感情融入到整个服务的过程,力求在客户服务的过程中,能动之以情,晓之以理,准确地将企业营销理念传达给客户,提高客户的经营效益,增强客户的满意度。此外,客户经理每天面对的是相同的客户,相同的与服务标准,容易产生疲劳心理。对此,客户经理要学会心理的调节,不断用行业使命来激励自我,保持工作的耐心。

三是要加强分析能力的培养。分析市场、判断市场为企业营销提供参与,是客户经理的职能之一。通过情况下,分析能力是区别一个普通客户经理和优秀客户经理的标志。对此,客户经理要不断加强分析能力的培养,要用敏锐的观察力、洞察力来加强市场调研,分析市场信息,判断市场走向。

四是要加强创新能力的培养。创新是一切发展的源泉。客户经理每天的工作中,不能死搬教条程式化地开展工作,而是要创新性地开展工作。凡是多加强思考,多问几个为什么,多从实践中总结经验,吸取教训。多将理论灵活运用到工作实践中,为企业和客户提供一些金点子。