

完善四大管理机制 规范卷烟市场秩序

■ 朱颖颖

构建健康、稳定、有序的卷烟市场,对维护国家利益、消费者利益以及零售客户利益,具有十分重要的影响。规范、有序的卷烟市场在养成的过程中,受到多种因素的影响,而在这错综复杂的动态体系中,体制机制一直发挥着至关重要的作用。

完善政府主导市场管理机制

在社会主义市场经济体制下,政府无论在社会主义秩序还是经济秩序的构建中,都起到了主导和宏观调控的作用。卷烟市场秩序隶属于社会主义经济秩序,因此,在卷烟市场秩序的规范化过程中,首先要完善的政府主导市场管理机制。只有得到当地政府的重视和支持,才能将烟草工作放在经济和社会发展的关键位置,常抓不懈。

政府通过召开会议、调研指导、现场办公、督办案件等方式,支持了烟草行业的发展,也进一步完善了“政府主导、部门联管、烟草主抓”的工作机制。在政府的主导下,通过组织多部门召开烟草经济工作会议,得到了相关部门的支持配合,拓展了部门联管联动的领域和范围,巩固和完善了协作机制,增强了专卖执法合力,规范了卷烟市场秩序。

完善内部规范经营管理机制

完善、有序的内部监管,是我们做好外部监管的前提和基础。只有不断提升监管主体的

素质,完善监管主体内部的秩序和监管的严肃性、有效性,才能保证以监管主体为中心所开展的一切监管活动都严格、规范、有序。

完善信息监管机制。充分利用信息监管模块对卷烟经营情况实施在线监管,杜绝不规范经营问题的发生。紧紧围绕“八个共享、八个互动”,狠抓了“188”工作法的落实,加强内管预警监测工作,加强专销互动,定期召开工作例会,及时反馈和通报处置情况,及时研究解决各种问题,共同分析各类预警产生的原因,制定合理减少预警的措施,积极推进同级监管日常工作常态化和制度化。各专卖所应严格按照国家监督规范的要求,落实对经营户到货确认手册的检查,掌握第一手资料,同时,随时调取销售信息,随机抽查经营户销售情况,监控销售异动客户,排查违规经营和非法经营情况。

完善内管考核制度。通过完善内管考核的方式、方法,不断更新和完善已有的考核制度。此外,要严格落实责任追究制度,对监管不作为、不到位等情况,追究相关人员的责任,确保长效机制作用有效发挥。完善内管考核制度,可以规范专卖人员的执法行为、监管行为,这对于稳定和规范卷烟市场秩序,有着重要作用。

强化行政许可监督管理。严格按照《烟草专卖许可证管理办法》、《双十承诺工作制度》规定,严把现场勘验关和层层审批关,依法许可,规范办理。加大许可证的后续监管力度,督促零售户及时办理许可证相关手续,严厉查处转让、过期经营等非法使用许可证行为。对每季度对行政许可,许可证发放进行实地抽查,实现对烟草专卖零售许可证动态信息的实时

掌握和有效监管,提高行政许可实施的规范水平和工作效能。通过对资格审查的内容和过程实行“双公开”,强化了行政许可监督,严把了经营准入关,提高了许可证的含金量,也从源头上确保了卷烟市场的秩序。

加强学习,提高依法行政水平。专卖人员要不断加强对法律法规以及行业内工作法的学习培训,进一步转变执法观念,真正做到文明执法、公正执法、依法执法。要认真贯彻国家局《烟草专卖文明执法行为规范》,规范办案,严肃纪律,强化监督,确保涉烟案件始终保持“无投诉、无复议、无诉讼、无错案”。要深入查找和解决专卖队伍作风建设中存在的突出问题,增强依法办事,文明执法,诚信服务能力。通过提高依法行政水平,大大提高了执法行为的规范性和有效性,提高了执法的公信力、威慑力和说服力,有效规范了卷烟市场秩序。

完善“经营案件”管理机制

涉烟违法案件经营是指烟草专卖机关对涉烟违法情报信息进行收集、整理、分析并有组织、有计划、有针对地开展侦查和查处的一种活动。加大对经营案件的打击力度,可以震慑涉烟违法分子,减少涉烟违法行为,从一定程度上,维护了本地卷烟市场的经营秩序、竞争秩序。

完善信息收集体系。通过专销互动、分析查找、群众举报、以案带案等多种途径获取案源信息,进一步拓宽情报信息渠道,扩大信息收集网络,大力发挥举报电话的监督作用。完善涉烟案件举报奖励办法,适当加大奖励幅

度,激发举报人的反馈热情,鼓励社会大众积极向烟草提供各种信息。通过完善信息收集体系,能及时掌握市场各种异常动态,将违法行为以及影响市场秩序的不正当行为,扼杀在萌芽状态。

强化部门联合力度,加大跨区域办案力度。加强组织领导,强化部门联合力度,定期、不定期开展联合执法行动,肃清卷烟市场,提高市场净化率。加大跨区域办案力度,继续发挥与公、检、法、工商等部门的长效制度。全面形成“政府统一领导,烟草部门牵头,有关执法部门密切配合”的联合执法工作格局。突出大案要案和网络案件的查处,提高案件查处质量。以打击非法经营卷烟网络为主要工作目标,切实提高查处大案要案和网络案件的能力和水平。牢固树立经营案件的意识,深挖根源,把握时机,从源头上遏制卷烟违法犯罪活动。

完善市场管理机制

有效的市场监管,是规范卷烟市场秩序的关键因素。完善日常巡查、检查管理机制,进行精细化管理,创新管理方式以及多种监管方式交叉使用,都是市场监管的有效手段。

进行精细化管理。通过改变思维定势,打破常规作息时间,在开展卷烟市场日常监管的同时,把重大节假日、双休日和8小时外作为重点监控时段,把违规卷烟零售大户、无证经营户和有违法记录的零售户作为重点对象,对危害卷烟市场的涉烟违法行为进行重点查处、打击。积极推行了按辖区范围实行城区每月至少检查3次,集镇每月至少检查2次,偏僻乡

村至少检查1次,组织市管员利用白天和夜间不定时的对商店、酒楼、宾馆、娱乐场所等特殊地段加强检查力度,逐一到位,不留死角。发现疑点,追根溯源,切断非法“三烟”的流通下线。特别是在节假日期间,以夜间和休息时间检查结果作为衡量市场监管成效的重要措施,力求点面结合,确保监管成效,为有效净化辖区市场奠定了基础。

创新管理方式。创新工作的方式、方法,能有效解决我们工作中所遇到的难题和困境。就专卖执法工作而言,一味采取刚性的手段,往往会产生相对人的抵触情绪,从而影响了管理工作的效果。如果我们能针对不同的情况和不同的相对人,采用不同的工作方法,就能从很大程度上解决这一问题。例如,对于长期不遵纪守法的顽固分子,我们要采用严厉的手段,坚决遏制违法行为的再次发生;而对于有原因的、态度较好的客户,我们则要采用柔性执法方式,对其进行教育,并向其普及烟草法律法规和相关政策,让他加深对政策和烟草工作性质的了解,并使其成为烟草的忠实伙伴。

多种监管方式交叉使用。日常监管与专项行动交叉进行,在做好日常监管的基础上,定期、不定期开展专项行动,以加强防控力度,延伸整治深度,扩展推进广度。针对宾馆酒店、娱乐场所、货物配送站、礼品回收点、农村偏远地区、省市交界地和高速、高铁等重点区域,分类检查监管,采取集中整治和错时执法相结合、专项整顿和突击检查相结合的方式,严厉打击各类违法卷烟和无证经营行为,持续保持对卷烟市场的整顿和规范力度。

“三段式”立体联合专卖执法机制初探

面对瞬息万变的卷烟市场,建立区内、区间、区外“三段式”立体联合专卖执法机制尤为重要。

构建区内联合执法长效机制。一要加大力度,强化意识。积极争取当地政府支持,加强与公检法等部门的协调沟通,提高各部门对卷烟打私打假工作的重视程度,增强其参与的积极性。二要加强沟通,联合发力。对查获的涉烟案件,要根据相关法律规定,达到刑事追诉标准、涉嫌犯罪的及时移送公安机关立案查处。要加强与各执法部门的沟通交流,进一步明确证据,提高证据的有效性、合法性。三要扩大范围,加强监管。清理各类利用网络非法发布烟草专卖品经营信息的行为,打击在电子商务网站上非法经营烟草专卖品的商户,严厉打击利用网络非法经营烟草专卖品的行为。四要定期交流,提升能力。邀请公检法等专家对烟草专卖执法人员开展案件侦办、调查取证、法律运用等专题培训,深化业务交流和工作联系,着力提升专卖执法人员的办案技能、取证水平和依法行政能力。

构建区间接合作机制。在市局的统一领导下,各区(县)局应本着“共同参与、平等协商、优势互补、互利共赢、守土有责”的原则,构建信息通报、案件协查、学习交流、信息共享的协作机制。各区(县)局之间进一步创新协作模式,拓展协作领域,定期进行交流,共同经营,切实把发展建立在可靠的市场基础和扎实的工作基础之上。区(县)局查获的有影响的重大案件应及时上报市局,在统一指挥下进一步加大调查取证力度,确保案件深入经营。

构建区外联合协作机制。一是开展联合检查,打击涉烟违法行为。毗邻两市两地积极开展交界地区卷烟市场联合专项整治行动,在交界地区各自辖区内加大检查力度,严厉打击涉烟违法犯罪行为。二是加强协调,及时通报。对两市两地范围内发生的且与两市两地有关联的重大涉烟违法案件,要建立重大案件通报制度,对涉烟信息进行及时沟通,必要时请当地执法部门介入,确保案件得到及时处理。三是加强交流,完善机制。在区域间联合办案协作机制的基础上,建立重大事项临时会议机制、信息共享机制、专项行动机制、突发事件应急机制,针对特殊情况或重大事项组织召开临时会议,对重大事项或案情进行集体讨论研究,共商决策。四是创新模式,维护市场秩序。建立联席会议制度,实行跨区域烟草专卖管理联动协作。深入分析在新形势下边界卷烟市场专卖管理新特点,共同探讨跨区域打假联动协作制度,积极探索建立多方协作新制度,构建跨区域联防网,为“破网络、打源头”提供全新的管理思路和办案制度,消除边界地区专卖管理盲区,维护烟草市场秩序稳定。

通过“三段式”立体联合专卖执法,加强对各个环节的检查,努力实现卷烟市场整治由“重在治标”到“标本兼治”的转化,案件经营由“浅”到“深”的转化,工作调度由“面上通报”到“具体指导”的转化,强化烟草专卖综合管理,整合执法资源,建立统一协调、相互协作的长效机制,进一步提升市场监管和控制力。(张可建)

加强专销合力确保卷烟市场规范有序

■ 邹海莉

专销结合是卷烟销售网络建设的需要,是新形势下现代营销的需要,也是提高市场占有率的重要手段,专卖管理与卷烟销售只有有效结合,才能保证烟草行业的持续健康发展。那么,作为烟草商业企业如何加强专销合力,确保卷烟市场规范有序呢?笔者根据基层工作经验,浅谈几点意见和建议。

当前专销结合工作现状

“专销结合”就是所谓的“经营服从专卖,专卖保障经营”。然而当前,相当部分烟草商业企业专销双方难以达成全面共识,专销结合不够紧密,缺乏一个职责明晰的专销结合机制而无法形成合力。此外专销人员在日常工作中缺乏沟通,导致信息反馈不及时,从而影响了专销结合工作的实效。

加强专销合力的几点意见

针对以上专销结合中存在的问题,我们应该理性对待。要想营造良好的卷烟市场环境,创造一个规范有序的市场空间,那么就必须采取科学的方法,创新专销结合新模式,全面推进专销整体工作上水平。

加强专销沟通力度。专销结合执行力是



否到位,最大的问题源自于沟通。因此定期召开专销联席会议是进行有效沟通的重要渠道,通过联席会议进行交流和沟通,找准专销结合点,对检查、走访市场中发现的热点、难点问题进行交流与探讨,通过“发现问题、分析问题、解决问题”确保专销结合取得实效。

加强专销信息反馈。信息既是做好营销服务的基础也是做好专卖管理的基础。这就要求稽查员和客户经理要及时将在市场上发现的异常情况,通过反馈单的形式进行反馈,

并限期整改落实,确保辖区卷烟市场发现的问题能够得到及时有效地解决。为此,稽查员在日常的市场检查中要将违规户信息及及时告知客户经理,以便在货源上加以控制,客户经理在拜访过程中发现零售户的违规行为也要及时通报给专卖部门,以便专卖部门及时采取措施。只有以信息共享为基础,加强专销合力,才能共同营造一个良好的卷烟市场环境。

专销结合服务市场。专销结合的作用不仅在于要切实搞好优质服务,还要切实加强

对市场的有效监管,确保广大经营户能够守法经营、规范经营。而客户经理与稽查员互相之间存在着一一种既相辅相成,又相互监督制约的关系。因此稽查员和客户经理应该共同加强市场监管和对经营户的经营指导,不断提高专卖稽查员对市场管理的有效性,增强客户经理市场走访的针对性,不断将服务融入专卖管理、卷烟销售各个环节,为经营户提供优质服务,助推市场增力。

狠抓专销长效机制建设。更新专销结合服务理念,丰富专销结合服务内容,通过加强专销结合,逐步探索与建立联席会议机制和信息共享机制等长效机制,为有效净化卷烟市场,为卷烟销售保驾护航提供制度保障。

加大专销结合考核力度。专销结合的目标是培育市场,提高卷烟销量和市场占有率,只有市场占有率提高了才能证明专销结合有实效。为此就应该建立科学的考评体系,围绕市场净化率和占有率制定责任目标,将目标分解到专、销部门,并量化细化到人,做到责权明晰,奖惩分明。通过建立严格的考核制度和灵活的激励制度,注重过程考核,形成一级抓一级、专销全员齐抓共管的格局,以此调动专销人员工作的积极性、创造性和主动性。

总之,要使专销结合取得实效,就必须积极寻找和探索专销结合切入点,这样才能发挥烟草专卖专营整体优势,推动卷烟销售和市场监督管理工作上新水平。

卷烟网络营销的内涵与实现途径

■ 陈天标

随着互联网技术的不断发展,网络营销模式方兴未艾,受到越来越多企业的重视和推崇。为了深入推进“卷烟上水平”,烟草商业企业必须紧跟时代步伐,积极转变市场营销理念,把握战略时机布局卷烟网络营销,探索建立一套与行业特点相适应的新型卷烟营销模式。

下面笔者围绕网络营销模式的发展特点,从改革企业组织形式、打造多种功能平台、制订多样化推广策略、充实宣传内容、加强消费者关系管理和评估改进方面对卷烟网络营销的实现途径进行初步的探讨。

网络营销模式的发展特点

网络营销是以互联网为载体,以符合网络传播的方式、方法和理念实现组织目标或社会价值的营销活动。近年来,国内网络营销模式蓬勃发展,呈现平台多元化、目标精准化、手段多样化、沟通多向化等几大特点。

平台多元化。早期网络营销的主要手段是在门户网站、人气论坛投放大量网络广告,依靠高点击率扩大宣传。近年来随着互联网技术的突飞猛进,网络营销的主体平台发生了巨大的变化。一方面,随着网络技术的兴起,微博、视频网站、团购网站、移动终端应用软件等新兴平台迅速跻身网络营销主流载体;另一方面,企业自建官方网站功能的日臻完善,也给企业提供了一个全面展示自身实力、专注于网络营销推广的平台,令企业在网络营销中掌握主动权。

目标精准化。消费者在登录不同平台浏览网络信息时,往往要填写较详细的个人资料,

这为企业开展精确推广提供了可能。基于信息丰富的消费者网络数据库,企业能够准确判断消费者的兴趣偏好,区分不同消费群体的需求,进而精确锁定目标消费者并开展针对性信息推送。

手段多样化。在宣传和促销方面,网络营销的手段呈现多样化趋势。在传播手段上,网络营销的策划者已不再仅仅关注点击率、搜索率等少数指标,而是更注重利用社交网络之间交织渗透的关系,开展传播速度和广度均呈现几何级数增长的口碑营销,表达的方式也更加含蓄,各类软文、植入广告等方式层出不穷;在市场引领上,聚焦各类时事热点和流行概念,同时兼具宣传和促销两大功能的事件营销和话题营销,也成为网络营销常用的手段之一;在技术运用上,越来越多的企业利用成熟的Flash动画、在线影音等技术,利用游戏、抽奖等具有挑战性、趣味性的活动,通过提高参与度,激发消费者的尝试心理。

沟通多向化。传统的宣传方式主要是由企业单方面向消费者传递信息,消费者与企业之间、消费者与消费者之间沟通的渠道有限。随着微博、SNS社交网站、同步分享等技术的推广,依靠广大“粉丝”的关注、分享和评论,宣传内容在受众之间扩散,沟通方向由单向变成了多向,不仅消费者之间能够相互影响,消费者还可以用较低的成本与企业进行沟通,起到了传统口碑营销所达不到的效果。

卷烟网络营销的实现途径

对于烟草商业企业而言,卷烟网络营销是指企业利用网络虚拟平台,综合运用各种网络推广手段,面向卷烟零售客户和消费者

开展品牌培育的过程。烟草商业企业开展卷烟网络营销,要从改革企业组织形式、打造多种功能平台、制订多样化推广策略、充实宣传内容、加强消费者关系管理和评估改进等方面入手,循序渐进,实现营销流程的再造。

改革企业组织形式。要组建网络营销部门,由于网络营销具有信息更新快、推广形式多样、后台技术要求高等特点,这就对企业的沟通层级、管理方式、队伍建设、技术保障提出了更高的要求。要保障卷烟网络营销的顺利开展,必须要有与之相适应的内部组织架构。

要深化工商零协同对接。利用网络平台信息传递快、沟通层级少、信息反馈充分的优势,加强工商协同。利用网络营销平台,开辟工商协同板块,实现工商企业之间网络营销部门无缝对接,专人负责,充分协调,密切合作。

打造多元化网络营销平台。根据不同类型网络平台的特点,规划卷烟网络营销渠道建设目标,形成各有侧重、优势互补的战略格局,加深网络营销对零售客户与消费者的影响。

设计多样化推广策略。由于网络营销面对的主体是文化素质相对较高、崇尚潮流的零售客户和消费者,因此,在设计卷烟品牌推广策略时要充分发挥想象力,迎合他们的价值取向。归纳起来,要符合以下标准:

流行的推广主题。互联网络最主要的特征之一是信息量巨大,受众面对海量的信息,往往会主动过滤掉在第一时间无法激发其兴趣的内容。而网络文化的一大特点就是公众热点迭出,潮流更替频繁。因此,网络营销的主题要紧跟潮流,与时事热点、流行用语紧密结合,以此吸引注意力。

紧凑的传播节奏。网络文化是“快餐文

化”,消费者的注意力在每一种信息上停留的时间十分短暂。网络营销的推广策略必须突出快节奏的特点,将要传递的信息浓缩于受众能够容忍的时间之内。

整合互补网络营销内容。卷烟网络营销要以塑造品牌形象、传递品牌价值、提供增值服务为主,整合线上、线下资源,使网络营销和传统营销之间形成优势互补,共同促成营销目的的实现。

要线上与线下相结合。将在线传播与线下营销有机结合起来,通过网络营销渠道,将线下活动的具体内容广告之,指向具体的时间、地点和对象。通过开展品牌文化主题网络推广活动,运用多媒体技术全面展示品牌核心技术、文化内涵和拟人化形象,在潜移默化中向零售客户和消费者介绍品牌特点与市场需求的契合点,进而提升品牌在消费者心目中的价值。

完善消费者关系管理。首先要开展信息化市场调查。其次要组建专业化客服团队。利用网络的即时通信和在线信息沟通技术,建立快速响应的在线客服团队,解决零售客户和消费者提出的问题,提高服务的响应速度和解决效率。再次,要提供个性化消费服务。在充分建立消费者网络数据库的基础上,分析消费者的差异化需求,开展个性化消费者维护。

利用网络技术实施评估改进。引入成套、成体系的网络营销评估方法,定期对网络营销的成效进行科学量化评估,使网络营销始终处于一种可控状态之下,并根据评估结果进行针对性改进。要运用流量分析、搜索转化率分析等成熟的网络营销成效分析工具,分析网络营销目标的达成率,并据此对网络营销策略各个环节进行积极调整和改进。