

# 新形势下的卷烟现代终端建设路径浅析

周丽娟<sup>1</sup> 周威<sup>2</sup>

(1. 萍乡学院 江西省萍乡市 337000; 2. 江西省萍乡市上栗县烟草专卖局 江西省萍乡市 337000)

**摘要:**新形势下加强现代零售终端建设,促进传统卷烟零售传统终端向现代终端转型,是增强市场渠道掌控力、筑牢营销网建基础、提升客户盈利水平的重要举措之一,也是烟草行业长期稳定发展的必然之路。本文结合现代零售终端建设和互联网发展状况,研究现阶段卷烟现代终端建设问题及原因分析,明确未来建设方向和重点,并提出促进现代终端功能发挥的具体措施和实施路径。

**关键词:** 卷烟现代终端;新零售;终端建设

近年来,行业对零售终端的建设工作重视持续上升,作为渠道建设最核心的内容,在现阶段如何推进现代终端建设,提高渠道掌控力,发挥现代终端“六大功能”,是时代和市场带来给烟草行业的全新考题。笔者以江西省萍乡市为例,分析现阶段农网零售终端建设中存在的问题并提出相应的对策。

## 一、现代零售终端的界定

卷烟零售终端是烟草行业销售的最末端,是实现烟草产品价值关键点,是联结烟草公司和消费者的桥梁。具备现代经营意识、现代经营设施和现代经营方法,能够有效发挥六大主要功能的新型卷烟零售终端,简称现代终端。

## 二、现代零售终端六大功能

### 1、产品销售功能

产品销售功能是零售终端最基础也是最原始的功能,不论是传统终端还是现代终端,它最主要的功能就是完成卷烟产品的销售,最终实现卷烟商品价值、满足消费需求。

### 2、形象展示功能

形象展示功能是指零售终端内的产品展示区域,不仅仅包括通过卷烟展示柜来陈列卷烟、塑造店堂形象,还包括“视觉营销”的理念。烟草公司通过提升零售终端店面形象,改造终端经营设施及环境,以达到展示产品属性及卖点、宣扬品牌文化及内涵、吸引消费者关注的目的。

### 3、品牌培育功能

品牌培育是指烟草工业企业或商业企业选取对目标卷烟培育品牌成长最适宜的,依托零售终端,开展长期、持续、有效的品牌培养。零售终端通过配合烟草工商企业,在品牌导入期、成长期甚至成熟期开展各项营销活动,向消费者展示和推荐卷烟,从而达到促进卷烟品牌成长的目的。

### 4、宣传促销功能

宣传促销功能指零售终端在有限的店内私人经营环境内,通过店内广告和促销活动,主动的、有针对性的向目标消费者推介特定的卷烟品牌,达到增加卷烟认知度、促进卷烟销售数量、强化品牌认可度的目的。

### 5、信息采集功能

信息采集功能指零售终端通过现代信息化手段,合法合规的获取卷烟市场情况。采集的信息主要包含卷烟产品动销情况和市场价格以及其他相关信息,从而为烟草工商企业掌握卷烟市场信息,更好做出供货决策,真正实现“按需投放、需求导向”的市场化的改革提供数字化支持。

### 6、消费跟踪功能

消费跟踪功能指零售终端发挥信息采集功能,建立消费者数据库,通过大数据分析,有针对性地向消费者推荐符合其习惯的卷烟品牌,适当给予消费者品吸机会,以吸引消费者,改变消费者的消费倾向,最终达到把握消费群体趋势的目的。

## 三、卷烟现代终端转型升级的宏观背景

从宏观面来看,国家政策对终端升级有积极推进作用,数字支付的增长带来现代终端不可或缺的技术基础。行业内,各地商业公司有序推进终端提升,涌现出了一批具有代表性的流通品牌,同时不容忽视的是时代和竞争伴随而来的外部挑战。

1、政策支撑。2021年10月13日,中国人民银行发布《中国人民银行关于加强支付受理终端及相关业务管理的通知(银发〔2021〕259号)》《通知》旨在加强支付受理终端及相关业务管理,维护支付市场秩序,保护消费者合法权益。政策新增收款条码管理,规范收款码使用,自此,个人码向商户码转换,智能支付终端迎来规模增长。

2、增量驱动。数字人民币支付带动特约商户数量和联网机具数量稳健增长。2021年第三季度以来,随着数字人民币的试点与推广加速推动POS迭代,我国特约商户数量和联网机具得以实现稳健增长。2021年中国银联跨行支付系统联网特约商户数量为2798.27万户,中国银联POS机具数量达3893.61万台,较2020年增加了60.58万台,同比增长1.58%。

3、行业推进。目前,全国各地现代零售终端建设正在有序推进,部分地区取得了阶段性成效,烟草行业现代终端建设聚焦数字化转型,围绕赋能终端,多个商业公司运用市场化零售理念、零售技术和零售模式打造独立商业流通品牌,全方位提升终端经营能力,建立了一批零售终端流通品牌,如上海“海烟烟行”,大连“金叶春天”,湖南“636”,浙江“香溢零售”等。

4、外部挑战。无论国际上还是国内,新型烟草制品正在加速蚕食传统卷烟市场,必将是传统卷烟面临的最严峻挑战。电商巨头快速向实体零售渗透,零售连锁企业规模快速扩张,其它快消品企业快速抢占终端资源。使得行业掌握渠道的难度越来越大,甚至面临终端被占据的风险,客我关系有所松动。同时《“健康中国”2030规划纲要》明确提出:全面推进控烟履约,加大控烟力度。未来烟草提税、吸烟率下降、消费环境控制趋严等情况将不可避免。由此看来,全面推进终端改造升级,提高烟草渠道掌控力,面对国内外竞争积极突围,是行业发展的必行之道。

## 四、现阶段卷烟现代终端建设问题及困难

1、现代终端认知问题。零售终端作为卷烟营销体系的“末梢神经”,是卷烟零售渠道与消费者的衔接关键节点,其意义越来越重要。针对终端的认知问题,笔者认为应从零售户和行业营销队伍的认知情况入手。作为终端建设的主体,大部分零售户仍然停留在传统零售的认知区间当中,然而随着时代的进步和消费需求的升级,互联网带来了新的客我关系,消费者主权的DTC时代已经来临,作为卷烟现代终端,应充分运用线上线下的各种优势,进一步缩短卷烟品牌与消费者的距离,增强用户粘性,让品牌更深入地关注消费者需求,由经验营销向数据营销转型,同时放大自身价值,以取得更好的终端销售表现。同样,作为行业终端建设的弄潮儿,营销队伍如

果依旧抱有“行业垄断”、“坐商”等传统营销思维,简单的认为终端建设就是卷烟卖给零售户,忽略企业文化、经营理念和品牌内涵的传递等关键功能要素,必然会被新一轮的要素竞争逐步淘汰。

2、应用普及提升问题。现阶段大部分卷烟零售终端仍以传统食杂店为主,经营宽度小,货品质量不高,经营周期性、季节性特征非常明显。特别是农村零售终端,与城区市场快速而又健全的发展相比,在卷烟经营的软硬件方面还存在着明显差距。由于现代终端伴随而来的是新理念、新技术、新设备,由于终端主体的应用水平和推广效率问题,在现阶段推进过程当中,存在应用普及提升的困难,集中体现的问题有,终端形象传统陈旧、经营理念过于保守及设备应用掌握低效等。以扫码销售为例,仍然存在经营户“为了扫码而扫码”,不能做到实时扫码,甚至是集中扫码、恶意扫码,致使库存数据失真;消费者信息的采集也没有达到预期目标。将扫码操作流于形式,缺乏扫码销售的主动性,唯一动力来自每月积分和等级兑换的紧俏规格。由于经营户群体中有学不会、嫌麻烦、怕费电及担心支付提成成本高等情况,在农村市场尤为明显。

3、终端形象及软实力提升问题。外观是终端的牌面,终端陈列要做到摆设整洁、美观,柜台出样陈列品种齐全,明码标价,终端形象展示功能效果才能发挥出来。然而,大部分的终端食杂店卷烟柜台出样无序,明码标签缺失较多,卷烟陈列的随意性大,加上经营户自身不注重卷烟陈列和展示工作,卷烟区域杂物比比皆是,造成许多资源空置和浪费,造成店铺坪效偏低,更不能带来消费者的良好购物体验。在品牌培育方面,零售终端作为卷烟销售的末端,工业品牌培育的需求其实是长期得不到满足的,硬件方面,品牌未突出陈列或新品出样,不能实现眼球经济;软实力方面,日常销售中也不能主动根据不同客户的不同喜好推介,被动等客的为主,对新品牌特色掌握较少,对新品牌市场反馈信息缺乏关注。另外,系统的功能的同步提升也未能满足当前的形势需求,如终端消费者/会员录入方面,以萍乡市局为例,虽然要求经营户录入至少12个会员,但云POS系统目前仅实现客户基本信息的录入和读取,经营户也不会主动进行会员销售操作,系统缺少大数据合理有效的分析和应用。经营户和营销队伍对此项工作理解不透,没有真正呈现出终端会员的功能应用,从而无法发挥出终端主体自身提高经营水平的软实力。

4、人才队伍专业化提升问题。人才队伍建设一直是提升企业内部管理水平和运营效率的重要抓手,随着时代进步,现阶段各项营销工作的要求也水涨船高。然而,在实际工作中,高技能营销人才队伍建设仍面临不少问题。营销人员普遍缺乏新知识、新技能的业务培训,特别是运用信息技术在信息采集和消费跟踪方面的技能技巧培训,还不能全面适应互联网时代的客户服务需要。根本原因在于对技能人才的重视程度不够,理论指导终端操作实践不够深入。另外,专业技能人才对自己的定位不清晰,主观能动性较差,未能全面应用现代对终端建设的高质量发展的推力不够。

### 五、卷烟现代终端建设优化路径

1、转变终端建设思想。时至今日,终端高质量发展已经不再是广度和密度的竞争,而是深度的竞争,思想的竞争。新事物发展过程当中必然带来阵痛,但无论是零售经营户和我们的一线营销队伍,都需要转变思想,以盈利提升为抓手,充分理解现代化经营转型带来的核心价值和价值变现形式。要让我们的终端主体深刻认识到,在消费需求结构调整、网络零售影响和传统零售劣势凸显的背景下,现代卷烟零售终端建设是中国烟草的卷烟营销网络真正走向市场化、面向消费者、迈向国际化的必由之路,是一项长期而又复杂的基础工程。低层次、低水平、重复性、短期性的建设必将严重背离现代终端建设的本意。建设的质量和进度依赖于营销人员对这项

工作的认识和重视,同时终端经营户的支持及配合须臾不可或缺。营销人员应尽快投入“服务者”的角色,全面提高自身素质、提升专业技能,尊重市场和需求,由“坐商”向“行商”转变,积极主动地服务广大经营户群体;由内而外激发终端的主观能动性,提升服务价值,提高价值转化,完善消费体验,让广大经营户真真实实体会到现代终端带来的利润和优势。

2、推动终端建设标准化。终端的竞争,实际是标准化的竞争,标准和规范是建立流通品牌的基石,零售业的品牌价值体现是用户的信任和粘性。所以,我们应提高零售户的终端形象提升意识,建立健全现代终端形象的标准化管理体系,规范终端经营的(SOP)标准作业流程,着力推进卷烟现代终端的标准化建设。严格把关,按照服务流程改善店面形象、优化商品陈列的、增设终端设备、提升服务水平,以提升店铺的吸引力、消费者的好感度,为打好流通品牌打好基础。零售终端经营者是终端建设的窗口,是行业的代言人和推荐者,应将终端的标准化落实到人,加强对营销人员和终端经营者的培训指导,让其认同烟草公司文化,掌握现代零售终端运行策略,了解现代零售终端特性,提高销售技巧。

3、完善数据要素驱动。区别于其他渠道竞争者,烟草行业的最根本的劣势在于零售客户和消费者的触达和激活。以消费者为核心的精准连接、可识别、可触达、可分析、可服务的新零售纪元已经到来。在机遇来临之时,抓住现代零售实现的关键流程节点,脱离同质化竞争的死循环。所以营销重心的迁移是在必行,应以终端渠道为节点,完善技术支撑,在现有空间上占有更多消费者的触达机会。如积极推进sCRM系统和SaaS的建设应用,将客户管理由后台转为前置,实现数据采集和挖掘的“去中心化”,深度赋能传统卷烟零售终端,帮助企业降低成本,提高效率,实现高质量发展。积极运用LBS服务,充分利用现代终端带来的本地流量,打通零售业务私域经济,延伸服务触角。特别是在流量红利不再的大背景下,通过数字赋能的方式来改造商家与消费者传统的对接方式来获得增长。

4、加强营销队伍建设。循序渐进地强营销队伍建设,为服务现代零售终端提供人才保障。优化营销队伍职能,完善市、县各级营销人员的岗位职责和业务标准,积极提升营销队伍的专业化水平,增强各级卷烟营销人员的规则意识、市场意识、创新意识和责任意识,以适应不断提升的现代化服务需求。提升营销队伍的培训授课能力,大胆采用抖音、视频号等媒体工具,制作短视频课程,积极采用直播形式,利用各类网络平台面向零售户进行线上培训。开展形式多样的特色线上线下培训服务,不断引导、带动零售客户转变思想观念,扎根基层,扩大现代终端的规模建设效应。

### 参考文献:

- [1]数智驱动新增长.肖丽华,电子工业出版社,2021.
  - [2]如何攻破市场营销上水平中的“围城”——卷烟现代零售终端建设困局.刘博.2020
  - [3]当前卷烟零售终端建设存在的主要问题与对策思考,高中昌,周国芳.2019
  - [4]CJ 烟草公司现代零售终端建设优化研究,徐玮,2020
  - [5]N 市烟草公司 现代零售终端建设优化研究,宋发扬,2020
  - [6]保定烟草公司现代零售终端建设优化研究,张妙颖,2017
  - [7]关于农村卷烟零售终端转型升级策略的探索,黄真,2022
- 作者简介:周丽娟(1987-),女,江西省萍乡市人,汉,籍贯江西,萍乡学院商学院讲师,市场营销专业硕士,研究方向为市场营销和电子商务。