

卷烟货源供给体系优化与库存管理策略

周 瑞

周口市烟草公司 河南 周口 466000

摘 要：本文从卷烟营销的角度出发，深入探讨卷烟货源供给体系的优化与库存管理策略。详细分析了工业和商业在货源供应中的协调机制，特别是通过卷烟网配单实现工商协调沟通、信息共享和利益协调；阐述了货源投放策略对货源供应的助力作用；强调了市场调查、收集客户反馈以及动态调整策略在精准预测市场容量、消费趋势和客户需求方面的重要性；同时提出了节假日或元春期间的应急预案，以确保在需求高峰时物流配送顺畅，为销售提供坚实保障。通过这些策略的实施，旨在提高卷烟货源供给的效率和精准度，增强企业的市场竞争力。

关键词：卷烟货源供给；库存管理；工商协调；货源投放策略；市场调查；应急预案

1 引言

在卷烟销售行业中，货源供给体系的优化与库存管理策略的制定对于企业的销售业绩和市场竞争力具有至关重要的影响。一个高效、精准的货源供给体系能够确保卷烟产品及时、准确地满足市场需求，而合理的库存管理策略则可以有效降低库存成本，提高资金周转率。随着市场竞争的日益激烈和消费者需求的不断变化，销售部门需要不断探索和创新货源供给与库存管理的方法，以适应市场的动态发展。本文将从营销的角度，围绕货源供应中工商协调、货源投放策略、市场调查与动态调整以及节假日应急预案等方面，深入探讨卷烟货源供给体系的优化与库存管理策略。

2 货源供应中工业和和商业的协调

2.1 工商协调的重要性

在卷烟货源供应体系中，工业企业和商业企业是两个关键环节。工业企业负责卷烟的生产，商业企业则负责卷烟的销售和配送。两者之间的协调配合程度直接影响着货源供应的效率和质量。良好的工商协调可以实现信息共享、资源整合和利益共赢，提高整个供应链的运作效率，更好地满足市场需求。

2.2 以卷烟网配单为切入点的工商协调沟通

卷烟网配单是工商协调的重要工具之一。通过卷烟网配单系统，工业企业可以及时了解商业企业的销售数据、库存情况和市场需求信息，从而合理安排生产计划；商业企业则可以根据工业企业的生产能力和供应情况，制定更加精准的货源采购计划和投放策略。为了实现有效的工商协调沟通，双方应建立定期的沟通机制，如召开工商联席会议、设立专门的协调岗位等。在沟通中，双方应充分交流市场信息、销售数据和库存情况，共同分析市场趋势和需求变化，制定相应的应对措施^[1]。

同时，还应加强信息化建设，实现卷烟网配单系统的数据共享和实时更新，提高信息传递的及时性和准确性。

2.3 促进信息共享和利益协调

信息共享是工商协调的基础。工业企业和商业企业应共同建立信息共享平台，将生产、销售、库存等方面的数据进行整合和共享。如：全国统一卷烟营销管理平台，通过信息共享，双方可以及时了解市场动态和客户需求，调整生产和销售策略，提高市场响应速度。在利益协调方面，双方应建立公平合理的利益分配机制。工业企业应根据商业企业的销售业绩和市场贡献给予相应的奖励和支持，商业企业则应积极推广工业企业的产品，提高产品的市场占有率。同时，双方还应共同应对市场风险，如价格波动、需求变化等，通过合作降低风险，实现互利共赢。

3 货源投放策略对货源供应的帮助

3.1 货源投放策略的制定原则

货源投放策略的制定应遵循市场导向、客户需求、公平公正和动态调整的原则。市场导向原则要求根据市场需求和竞争情况制定货源投放策略，确保货源供应与市场需求相匹配；客户需求原则要求充分考虑不同客户群体的需求差异，制定个性化的货源投放方案；公平公正原则要求保证所有客户在货源投放中的机会均等，避免出现不合理的倾斜；动态调整原则要求根据市场变化和客户需求及时调整货源投放策略，提高策略的灵活性和适应性。

3.2 常见的货源投放策略

3.2.1 按需投放策略

按需投放策略在卷烟销售中，主要是依据零售客户的订单需求以及历史销售数据来精准分配货源。会深入分析各零售点的卷烟销售记录，包括不同品牌、规格的

卷烟销量趋势,同时结合市场反馈和消费者偏好,按照科学的比例进行货源分配。这种策略的优势在于能够紧密贴合市场实际需求,确保紧俏卷烟品牌或消费者急需的规格能够及时供应到零售终端,从而有效提升客户满意度和忠诚度。然而,卷烟市场也存在一些不确定性,如季节性需求波动、突发性消费热点等,这可能导致部分紧俏卷烟货源在特定时期出现供应紧张的情况。^[2]

3.2.2 按价位段投放策略

开展按价位段自选投放,能够推动市场力量自下而上顺畅传导,助力构建适度竞争新机制,完善以品牌为核心的资源配置模式,能更好满足客户差异化需求,促进卷烟品牌优胜劣汰,助力“大品牌”发展战略落地,也会在优化市场状态、规范流通秩序方面发挥积极作用。同时能够保障客户择优选择权利,切实防范捆绑搭配等违规经营风险,能够提升品牌进退、货源采购等环节的市场化水平,推动构建“亲清”工商关系。

3.2.3 按诚信等级货源投放策略

按诚信等级货源投放策略是卷烟销售中基于零售客户诚信水平的精细化分配方法。该策略将零售客户诚信等级分为AAA、AA、A、B、C等多级,AAA为最高。针对不同等级,结合销售能力、市场贡献度制定差异化投放方案。高等级且表现佳的客户,获更多紧俏卷烟货源及新品、活动优先权;中等级有潜力客户,获适当倾斜货源助力成长;一般等级客户按常规供应,鼓励提升诚信;低等级客户则限量供应并加强监管,促其整改。此策略营造公平透明市场环境,激励诚信经营,优化销售结构,提升整体效益,促进卷烟市场健康发展,增强烟草企业与零售客户合作黏性。

3.3 货源投放策略对货源供应的促进作用

合理的货源投放策略可以有效提高货源供应的效率和精准度。通过按需投放策略,可以确保紧俏货源优先满足市场需求,提高货源的利用率;通过按价位段投放策略,更好满足客户差异化需求,促进卷烟品牌优胜劣汰;通过按诚信等级货源投放策略,有助于构建更加公平、透明的市场环境,激励零售客户诚信经营、规范服务。同时,货源投放策略还可以引导市场需求,通过调整投放节奏和数量,影响客户的采购行为和消费习惯,实现市场的供需平衡。》

4 市场调查、收集客户反馈与动态调整策略

4.1 市场调查的重要性

市场调查是了解市场容量、消费趋势和客户需求的重要手段。通过市场调查,企业可以掌握市场的动态变化,为货源供应和库存管理提供科学依据。同时,市场

调查还可以帮助企业发现市场机会和潜在威胁,及时调整营销策略,提高企业的市场竞争力。

4.2 收集客户反馈的方法和渠道

收集客户反馈是了解客户需求和满意度的重要途径。企业可以通过多种方法和渠道收集客户反馈,如问卷调查、客户访谈、电话回访、在线评价等。在收集客户反馈时,应注意问题的设计要具有针对性和可操作性,确保能够获取到有价值的信息。同时,还应及时对客户反馈进行整理和分析,发现问题并提出改进措施。

4.3 动态调整策略的依据和方法

动态调整策略应基于市场调查和客户反馈的结果。企业应根据市场容量、消费趋势和客户需求的变化,及时调整货源供应计划和库存管理策略。例如,当市场需求增加时,应及时增加货源供应;当市场需求减少时,应适当减少货源供应,避免库存积压。同时,还应根据客户的反馈意见,改进产品质量和服务水平,提高客户满意度^[3]。在动态调整策略时,企业可以采用数据分析、模型预测等方法,提高决策的科学性和准确性。例如,通过建立市场需求预测模型,对未来的市场需求进行预测,为货源供应和库存管理提供参考;通过数据分析,发现客户的消费偏好和购买行为规律,制定更加精准的营销策略。

5 节假日或元春期间的应急预案

5.1 节假日或元春期间的市场需求特点

节假日或元春期间是卷烟销售的高峰期,市场需求呈现出集中爆发、需求量大、品种多样等特点。在这个时期,消费者对卷烟的需求不仅体现在数量上,还体现在品种和质量上。因此,企业需要提前做好准备,确保货源供应和物流配送的顺畅。

5.2 应急预案的制定原则

应急预案的制定应遵循预防为主、快速响应、协同配合和保障供应的原则。预防为主原则要求提前对可能出现的问题进行预测和评估,制定相应的预防措施;快速响应原则要求在出现问题时能够迅速做出反应,采取有效的应对措施;协同配合原则要求企业内部各部门之间以及企业与供应商、物流商之间密切配合,共同应对危机;保障供应原则要求确保在节假日或元春期间卷烟的供应不断档,满足市场需求。

5.3 应急预案的具体内容

(1) 货源储备:提前增加卷烟的库存储备,特别是紧俏品牌和畅销品种的库存。同时,与工业企业沟通协调,确保在需求高峰时能够及时补充货源。(2) 物流配送保障:与物流商签订应急保障协议,增加物流运输车

辆和配送人员,确保卷烟能够及时、准确地送达客户手中。同时,建立物流配送监控机制,实时掌握物流配送情况,及时解决出现的问题。(3)人员安排:合理安排销售、仓储、物流等部门的人员值班,确保在节假日或元春期间各项工作的正常运转。同时,加强对员工的培训和应急演练,提高员工的应急处置能力。(4)客户服务:加强客户服务工作,及时处理客户的订单和咨询,提高客户满意度。同时,建立客户反馈机制,及时了解客户的需求和意见,为货源供应和库存管理提供参考。

6 卷烟库存管理策略

6.1 库存管理的目标和原则

库存管理的目标是确保卷烟的合理库存水平,既满足市场需求,又避免库存积压和缺货现象的发生。库存管理应遵循以下原则:(1)合理储备原则:根据市场需求预测和销售数据,合理确定卷烟的库存水平,确保库存既能满足市场需求,又不会造成过多的库存积压。

(2)分类管理原则:将卷烟按照品牌、规格、销售速度等因素进行分类,对不同类别的卷烟采取不同的库存管理策略^[4]。(3)动态调整原则:根据市场变化和销售情况,及时调整库存水平,确保库存的合理性和有效性。

6.2 库存控制方法

ABC分类法:将卷烟按照销售额或销售量的大小分为A、B、C三类,A类卷烟为销售额或销售量较大的重点品牌,应重点管理,严格控制库存水平;B类卷烟为销售额或销售量适中的品牌,应适当管理;C类卷烟为销售额或销售量较小的品牌,可采用较为宽松的管理方式。(1)定量订货法:当库存水平下降到预定的订货点时,按照固定的订货数量进行订货。这种方法适用于需求比较稳定、订货提前期较短的卷烟品牌。(2)定期订货法:按照固定的时间间隔进行订货,订货数量根据库存水平和需求预测来确定。这种方法适用于需求波动较大、订货提前期较长的卷烟品牌。

6.3 库存盘点与清理

定期进行库存盘点是确保库存数据准确性的重要手段。通过库存盘点,可以及时发现库存差异和问题,并采取相应的措施进行调整。同时,还应定期对库存进行清理,处理滞销和过期的卷烟,减少库存积压,提高库存周转率。

结语

卷烟货源供给体系的优化与库存管理策略的制定是一个系统工程,需要销售部门从多个方面入手,综合考虑各种因素。在货源供应中,工业和商业企业应加强协调沟通,通过卷烟网配单实现信息共享和利益协调,提高货源供应的效率和质量;在货源投放方面,应制定合理的投放策略,根据市场需求和客户需求精准投放货源,提高货源的利用率;通过市场调查和收集客户反馈,动态调整策略,精准预测市场容量、消费趋势和客户需求,为货源供应提供科学依据;在节假日或元春期间,应制定应急预案,确保物流配送顺畅,为销售提供保障;同时,还应加强库存管理,采用合理的库存控制方法,定期进行库存盘点和清理,提高库存周转率。通过以上策略的实施,企业可以提高卷烟货源供给的效率和精准度,降低库存成本,增强市场竞争力,实现可持续发展。在未来的发展中,销售部门应不断探索和创新货源供给与库存管理的方法和模式,以适应市场的动态变化和消费者的需求升级。

参考文献

- [1]何立猛.区域卷烟货源供给的基尼系数分析[J].企业改革与管理,2023,(18):156-158.
- [2]韦薇,苏冲,高科.大数据背景下某市卷烟零售终端供给侧改革研究[J].商业文化,2025,(01):134-136.
- [3]骆向前,骆柯乐,杨祥龙,等.基于精益管理模式的卷烟商业库存周转率优化研究[J].中国物流与采购,2024,(06):94-95.
- [4]黄昕竹.G市烟草公司提升卷烟库存管理水平研究[J].中小企业管理与科技(下旬刊),2021,(06):39-40.