

中国烟草总公司江苏省公司文件

苏烟销〔2021〕55号

中国烟草总公司江苏省公司关于印发全省卷烟零售客户分档管理办法（2021版）的通知

各直属单位：

现将《卷烟零售客户分档管理办法（2021版）》印发给你们，请认真遵照执行。《中国烟草总公司江苏省公司关于印发〈卷烟零售客户分档管理办法〉等营销管理制度的通知》（苏烟销〔2020〕17号）文件中，附件1《卷烟零售客户分档管理办法》同时废止。

中国烟草总公司江苏省公司

2021年8月6日



卷烟零售客户分档管理办法

(2021 版)

一、目的

规范卷烟零售客户分档规则与流程，保证分档工作的公平、公开、公正，客观评价零售客户经营能力，体现信用等级正面导向作用，激励零售客户守信经营，有效发挥客户分档对卷烟营销的支撑作用。

二、适用范围

适用于全省烟草各市公司卷烟零售客户分档作业管理的全过程。

三、卷烟零售客户分档评价

(一) 评价维度。

客户分档评价维度由三部分组成：(1) 卷烟购进数量；(2) 卷烟购进金额；(3) X 因素。

(二) 评价办法。

1. 卷烟购进数量评价 (分值 A 分, A 取值 35 分): 对全部零售客户档位测评周期内购进数量从高到低进行排序。购进数量排名第 1 的零售客户得 A 分, 其他零售客户的得分按购进量/最高购进量 \times A 分计算。

2. 卷烟购进金额评价 (分值 B 分, B 取值 55 分): 对全部零售客户档位测评周期内购进金额从高到低进行排序。购进金额排名第 1 的零售客户得 B 分, 其他零售客户的得分按购进金额/最高购

进金额 × B 分计算。

3. X 因素评价 (分值 C 分, C 取值 10 分): 其中客户购进卷烟规格数 4 分; 一类及以上卷烟购进数量 3 分; 零售客户信用等级 3 分。

对全部零售客户档位测评周期内购进卷烟规格数从高到低进行排序, 排名第 1 的零售客户得 4 分, 其他零售客户的得分按购进卷烟规格数/最高购进卷烟规格数 × 4 分计算; 对全部零售客户档位测评周期内一类及以上卷烟购进数量从高到低进行排序, 排名第 1 的零售客户得 3 分, 其他零售客户的得分按一类及以上卷烟购进数量/最高一类及以上卷烟购进数量 × 3 分计算; 零售户信用等级为 AAA 的得 3 分, 信用等级为 AA 的得 2 分, 信用等级为 A 的得 1 分, 信用等级为 B、C、D 及未参加信用等级评价的得 0 分。

4. 零售客户卷烟购进数量、卷烟购进金额计算含罚没烟、破损烟, 不含传统雪茄烟; X 因素计算不含罚没烟、破损烟和传统雪茄烟。X 因素中的零售户信用等级由各单位制定的《卷烟零售客户信用管理办法》确定, 未开展零售户信用等级管理的, 在客户分档评价中不计算分值。

以上项目总分采用百分制, 由信息系统自动取数计算, 小数点后保留 4 位数字。所有指标评价项得分合计为零售客户经营能力得分。

(三) 评价周期。

各市公司依据卷烟零售客户在一个季度内所有完整供货周期内的卷烟货源购进数据计算测评客户经营能力, 在每个季度末进

行测评（遇有特殊情况，省公司另行布置）。

四、卷烟零售客户档位划分

（一）档位数量设置：全省统一设置为 30 档，1 档为最低档，30 档为最高档。

（二）档位比例设置：全省统一设置各档客户比例。设置比例表如下：

序号	档级	客户占比 (%)
1	三十档	0.25
2	二十九档	0.5
3	二十八档	0.75
4	二十七档	0.75
5	二十六档	0.75
6	二十五档	1.5
7	二十四档	1.5
8	二十三档	2
9	二十二档	2
10	二十一档	3
11	二十档	3
12	十九档	4
13	十八档	4
14	十七档	4
15	十六档	4
16	十五档	4
17	十四档	5
18	十三档	5
19	十二档	5
20	十一档	5
21	十档	5
22	九档	5
23	八档	5
24	七档	5
25	六档	4
26	五档	4
27	四档	4
28	三档	4
29	二档	4
30	一档	4

（三）卷烟零售客户档位调整时间。依据客户经营能力评价结果进行客户档位调整的时间为季度末，每季度伊始按照新的分档结果执行。

（四）新入网卷烟零售客户、停业复供卷烟零售客户档级设置规定。

1. 新入网客户首次定档。一般新入网零售客户可参照同经营区域、同经营业态、同经营条件（经营面积和经营设施等）周边零售客户的平均档位确定。

对于新入网经营卷烟的品牌连锁便利店，可参照同区域、同经营条件下的品牌连锁便利店的平均档位确定初始档位；对于入网经营时自愿将卷烟零售流水数据实时共享至当地烟草商业企业的品牌连锁便利店，可在初始档位基础上调高三档。

各单位要制定新入网客户定档具体的评价标准和操作流程并公示。（注：“品牌连锁便利店”按照《商务部办公厅关于推动便利店品牌化连锁化发展的工作通知》（商办流通函〔2019〕223号）中的定义进行界定）

2. 对因道路规划、城市建设等客观原因而取得新烟草专卖零售许可证证号入网的客户，具备必要经营设施，且向烟草公司提供相关证明的，可维持原有档级。在本季度末档级评定后，如低于原档级的，按原档级执行，并在下一测评周期正常参加季度末分档评价。

3. 因店面装修、重大疾病、家庭重大变故申请停业的客户，年度内第一次恢复营业、具备必要经营设施的，应维持原有档级。

在本季度末档级评定后，如低于原档级的，按原档级执行，并在下一测评周期正常参加季度末分档评价。

4. 新入网客户，入网时间不足3个月的，不参与本季度末分档评价，在下一测评周期正常参加季度末分档评价。

（五）分档结果由系统自动生成，不得人为干预。

（六）各单位要依法制定对违法卷烟零售客户降低档级的管理办法。对违法零售客户，要在收到专卖部门《行政处罚决定书》后的下一个供货周期起按照管理办法对其客户档级进行降档处理，并报销售管理处备案、进行数据维护。

（七）对扶贫帮困卷烟零售客户需要升档的，各单位要集体研究决定后报销售管理处审批。

（八）各单位新入网卷烟零售客户、违法降低档级卷烟零售客户管理办法须报省公司审核后执行。

五、特殊客户与特殊群体管理

（一）范围。

1. 特殊客户是指铁路、军队、监狱等货源需求、要货周期较为特殊的个别零售客户。

2. 特殊群体是指经营属性较为特殊及烟草企业履行社会责任的客户群体，如经营受季节等因素影响差异较大的渔区、景区、牧区、高等（高职）院校、大型工地等周边或内部的零售客户。

（二）管理。

1. 各市公司要结合地区实际，研究制订本单位特殊客户与特殊群体管理制度与操作办法，并报省公司审核。

2.各单位确定的特殊客户与特殊群体名单要定期在订货平台进行公示。

3.各单位要认真落实特殊客户与特殊群体管理要求，严格规范货源管理，不得违规操作。

六、本办法自下发之日起施行，由中国烟草总公司江苏省公司负责解释。

(依申请公开)

分送：省局（公司）各领导，省局（公司）机关各处室（部门）

江苏省烟草专卖局办公室

2021年8月6日印发
