

ICS 65.160
X 89
备案号:39026—2013

YC

中华人民共和国烟草行业标准

YC/T 455.3—2013

卷烟零售市场信息采集和分析应用 基本规范 第3部分:信息分析应用

Information collection, analysis and application for cigarette market—
Part 3: Information analysis and application

2013-01-07 发布

2013-02-01 实施

国家烟草专卖局 发布

目 次

前言	I
1 范围	1
2 分析模式	1
3 分析内容	1
3.1 价格分析	1
3.2 库存分析	1
3.3 零售客户经营分析	1
3.4 卷烟品牌(规格)市场动态分析	1
4 分析框架	1
5 数据计算指标	2
5.1 人工采集数据计算指标	2
5.2 自动采集数据计算指标	5
6 应用流程	9
7 应用要求	10
7.1 基本架构	10
7.2 市场营销	10
7.3 品牌管理	10
7.4 客户服务	11
7.5 消费者跟踪	11
7.6 工商协同	11
附录 A (资料性附录) 分析报告内容	12

前 言

YC/T 455《卷烟零售市场信息采集和分析应用基本规范》分为三个部分：

——第1部分：总则；

——第2部分：信息采集；

——第3部分：信息分析应用。

本部分为 YC/T 455 的第3部分。

本部分按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本部分由国家烟草专卖局提出。

本部分由全国烟草标准化技术委员会企业分技术委员会(SAC/TC 144/SC 4)归口。

本部分起草单位：中国卷烟销售公司、山东省烟草专卖局(公司)、中国烟草标准化研究中心、德州市烟草专卖局(公司)、北京京安利德科技有限公司。

本部分主要起草人：张海滨、李念庆、李敏刚、杨煜、吕金龙、贺连军、朱光胜、巩红卫、孙衍刚、杨志军、马明、邹勇、王兴利、王嘉力、叶文博、汪鑫、范黎、张勍、李栋、胡红春、杨国涛、蒋锦锋。

卷烟零售市场信息采集和分析应用

基本规范 第3部分:信息分析应用

1 范围

YC/T 455 的本部分规定了卷烟零售市场信息分析应用中对采集信息的分析模式、分析内容、分析框架、数据计算指标、应用流程和应用要求。

本部分适用于卷烟零售市场信息采集和分析应用中对采集信息的分析和应用。

2 分析模式

对采集信息的分析采用年度、季度和月度分析模式。各级使用单位在采集周期结束后应及时开展当期信息分析工作,用于指导市场营销、品牌管理、客户服务、消费者跟踪、工商协同及其他工作的开展。地市级卷烟商业公司及县级营销部的信息分析情况应同时上报上级单位。

各使用单位可根据采集信息进一步开展更加细化的定期或不定期分析,具体的分析周期、分析内容和使用范围根据辖区市场的实际情况自行决定,分析内容可参照分析报告内容(参见附录 A)。

3 分析内容

3.1 价格分析

应包括零售价格指数和条、包零售价吻合率两项指标。其他指标可根据各级使用单位的需求及辖区市场的实际情况自行设定。

3.2 库存分析

应包括社会存销比和社会库存两项指标。其他指标可根据各级使用单位的需求及辖区市场的实际情况自行设定。

3.3 零售客户经营分析

应包括客户毛利率、市场断货率、市场动销率三项指标。其他指标可根据各级使用单位的需求及辖区市场的实际情况自行设定。

3.4 卷烟品牌(规格)市场动态分析

应包括单品牌(规格)上柜率、单品牌(规格)重需率、单品牌(规格)动销率、单品牌(规格)动销比、单品牌(规格)公司断货率、单品牌(规格)客户断货率六项指标。其他指标可根据各级使用单位的需求及辖区市场的实际情况自行设定。

以上各项指标应从总体、区域、市场类型和业态类型四个层面展开分析,有需求的单位还可与国家烟草专卖局发布的行业性指标进行比对,以便对辖区市场情况进行横向比较和定位。

4 分析框架

各级使用单位的分析报框架应从以下三个维度展开: