

细节管理 | Xijie Guanli

烟叶仓储管理的问题与改善措施

□ 王保义

烟叶仓储是烟草行业生产经营中的一个重要环节。烟叶是一种比较“娇气”的商品,在仓储过程中,如果管理不当,容易发生霉变、虫害、碎损、压油、结饼及退色等现象,甚至出现火灾事故,造成巨大经济损失。笔者结合当前烟叶仓储中存在的几个问题,谈谈自己的看法。

当前烟叶仓储中存在的问题

烟叶仓储设施不足。烟叶是一种多孔性物质,内含化学成分丰富,具有很强的吸湿性和吸收异味的能力,易霉变、易遭虫害,因此对仓储环境要求较高。烟叶仓储必须有良好的密封隔热、温湿度调节、虫害防治以及防火、防盗等设施,但是一些地方现有的仓储条件还不能满足这种需求。

烟叶仓储管理不够规范。烟叶仓储管理业务主要包括仓储前准备、入库业务、在库管理、出库业务等环节,不管哪个环节出现纰漏,都可能造成损失或质量事故。目前,一些企业的烟叶仓储管理制度还不够健全、科学,各个库区自成体系,还没有形成统一的工作规范,这就使得烟叶仓储管理无据可依,也难以考核。

烟叶仓储保养技术研究有待加强。烟叶在仓储过程中不仅要保证品质,还要通过烟叶的自然醇化改善烟



叶品质,提高其使用价值。而烟叶仓储保养技术与物理、化学、生物学、气象学、建筑学、经济学等多门学科有关,如何通过仓储保养,在保障供应的基础上缩短醇化时间,降低仓储成本、提高经济效益是一门综合技术。当前,部分企业对这门技术的研究还不够深入,有待进一步加强。

改善仓储管理的措施

加强基础设施建设,改善仓储条

件。企业应该加大投入,尽快建设一批高质量、高起点、机械化、自动化的现代化仓库,为烟叶仓储创造良好的条件,以满足烟叶仓储的需求。即使是租赁仓库、外援仓储,也要本着“质量第一”的原则进行全面考察,选择条件好、管理水平高的仓储企业,切忌因陋就简,疏于监管。

规范仓储管理,消除仓储隐患。各地仓储条件不同,管理水平也存在差异。为了便于考核,提高整体管理水平,需要从制度建设入手,统一管

理标准。根据烟叶仓储管理的特点,应确立科学合理的仓储业务流程,制定码垛、杀虫、防霉等操作规程,确定水分、温度、湿度等技术参数,建立值班、保卫、防火、防盗等安全制度。

注重技术研究,推广先进技术。要加大烟叶仓储科学研究的投入力度,加快科研成果的转化,为烟叶仓储管理提供技术支持。要以实现仓储烟

叶保值增值为目标,通过研究烟叶水分、环境温度、醇化时间、生物酶、微生物等对烟叶醇化的影响,明确烟叶

醇化机理,探求实用技术,提高烟叶醇化质量,加快烟叶醇化速度。要掌握仓库温湿度变化规律及其影响因素,研究烟叶仓储虫害的特点,制定一整套的防止霉变、虫害防治和烟叶养护的实用技术。要研究烟叶仓储管理的信息化、机械化、自动化等技术,加快烟叶仓储的现代化进程。

总之,要吸取出现过的诸如火灾、虫害、霉变等事故的惨痛教训,切实采取有效措施,加强烟叶仓储管理,为企业持续健康发展提供保障。

帮扶弱势零售客户应注重细节

□ 水木

弱势零售客户是卷烟零售客户中的一个特殊群体,烟草作为一个“担责、有为、感恩”企业,更应该发扬扶残助弱优良传统,为弱势零售客户提供精细化、全方位的增值服务,给予他们更多的关爱,切实帮他们提高卷烟经营能力和赢利水平,体现出“亲情服务”的企业文化,提升客户满意度和忠诚度。

烟草企业应该安排客户经理对辖区弱势零售客户进行了全面调查摸底,并登记造册,为他们制定了一系列套餐式帮扶和服务措施,笔者认为客户经理对弱势零售客户实施帮扶的具体做法有以下几方面:

从情感上给予更多的关怀。面对弱势群体客户或许在生理上有所缺陷,或许曾经遭受过挫折的情况,应在情感上给予更多的关怀,通过主动的观察、细致的询问、亲切的交谈,善意的提醒,加强与他们的交流,发自心底地给予他们平等的地位,热情主动地接近帮助他们,不时地将关怀传递给弱势群体零售客户,客户生日时送上祝福,客户生病时送去关心,客户有“红白”喜事时送上问候,客户有困难时伸出援助之手……要用感情的“线”串起客户的“珠”。

从生活上给予更多的关心。客户经理要通过仔细梳理辖区弱势群体零售客户情况,对零售客户所处的困境进行等级评价,给予针对性、多样化的客户关怀。对长期经济困难的贫困客户为其争取经济资助和政策倾斜;对孤寡老人客户定期组织前往看望,帮助解决生活上的困难;对于残疾客户,加强心灵沟通和开导,让其生活更加乐观、坚强;对于突发事件而引发暂时性困难的客户给与及时的慰问和帮助。

从服务上给予更多的关注。抓住弱势卷烟零售客户在经营中存在的难点问题,深入研究其经营活动中表现的卷烟订货资金短缺、货款结算不到位、品牌选择不明确以及缺少经营经验和技巧等方面存在的因素和不利问题,采取诸如帮助零售客户分析所处消费环境、资金周转速度、卷烟品牌需求等情况,帮助客户合理选择适销对路的卷烟品牌,指导订货和科学库存,压缩不必要的成本和费用,及时为其提供市场行情信息,帮助其制定经营方案,使弱势群体零售客户的卷烟经营能力得到提升。

总之,要用服务赢得客户,以亲情贴近客户,让细节感动客户,巩固和密切客我关系,促使营销人员的服务水平有提升,服务方式有创新,精神面貌有改善,提高弱势群体零售客户的经营能力和生活水平,提升其经营能力和赢利水平。让弱势群体零售客户强烈感受到烟草的关心、关爱和无私帮助,使他们对生活和卷烟经营更加充满信心 and 希望。

如何满足“求新型”烟民的需求

□ 暴英杰

烟民的喜怒哀乐是烟草工商企业最应该关注的,因为这是烟草市场走向重要的决定因素。在众多的烟民中,由于文化程度、经济收入、工作环境、性格爱好等方面存在的差别,可以分为好多种类型。因为笔者调查的不够,对其类型不敢乱分,但是有一种类型笔者认为客观存在的,那就是“求新型”烟民。

“求新型”烟民在烟民中比例较大,尤其是年轻人占居主体。其特点主要有三个:一是经济条件比较好。这类烟民往往收入稳定,常常把吸食卷烟作为联系周围人的主要方式。这类烟民买烟基本不考虑价格,看的只是品牌。二是在意新口味。卷烟口味上的特点,往往是他们之间交流的一个话题,对卷烟的口味非常敏感,喜欢“尝尝鲜儿”或“感觉一下新鲜”。三是喜欢新包装。他们喜欢购买,图的也是新鲜。

“求新型”在烟民中有一定的代表性。如何满足他们的需求呢?这一问题值得工商企业往深里思考。笔者认为,当前要做好以下四个方面工作:

加大品牌创新力度。就是按照“卷烟上水平”的总体要求,在实施“大市场、大品牌、大企业”战略、减害降焦战略、提质增效战略过程中,突出抓好技术创新这一核心环节,更多更快地开发出深受市场欢迎的新品牌、新产品,不断扩大消费者的

选择空间,使“求新型”消费者的需求最大限度地得到满足。

实行品牌齐全制度。就是通过工业企业和商业企业密切联合,通过统一部署和协调,至少在县、区级以上级别的醒目地点,建立或培育一个大的销售店,让全国所有品牌的卷烟在这里都能看到,使消费者想买啥就有啥。实行这一制度的意义,能够进一步扩大卷烟产品的流通,更好地满足市场需求,更好地方便广大消费者,减少出差回来带烟的麻烦。

加强打假打私工作。近年来,尽管全国行业打私打假工作不断深入,成效也非常明显,但是个别卷烟经营户违法经营活动仍然屡禁不止。有的卖烟店,对同一个牌子、同样包装的卷烟标明价格却不同。这说明,在有的店里,销售假烟已经习以为常。只要各地专卖局(公司)加强打假打私工作,完善和落实打假举报制度,保证消费者的合法利益。

维护卷烟市场秩序。与假烟一样容易使消费者产生疑惑的还有一个烟价的问题。在许多区域存在着这样的现象:即使都是真烟,标价、卖价也大不相同。有的差别大,有的差别小。这样容易使消费者产生错觉,甚至怀疑其真假,不利于消费者决策购买。如果在加强打假的同时,多从价格监督和检查方面,维护卷烟市场秩序,保证同区域价格的一致性,既可以推进卷烟有序经营,又可以满足“求新型”烟民的需求。

□ 吴明

“中南海”牌卷烟是上海烟草(集团)公司北京卷烟厂生产的重点骨干品牌。

“中南海”有一段传奇的身世背景。1970年,为了填补北京卷烟工业空白,在周恩来总理的提议下,北京卷烟厂成立。中央特意从全国抽调了数名卷烟方面的高级技师到北京卷烟厂,成立“132”小组。“132”小组的办公地点位于中南海斜对面一座内外套四合院内,专门给毛泽东等国家领导人生产特供烟。小组成员改进卷烟技术和工艺,生产出了口味独特、品质优异的特供烟,成为北京卷烟厂一笔巨大的企业财富。1976年毛主席逝世后,特供烟的生产并未停止。北京卷烟厂根据中共中央办公厅警卫局中南海服务部的提议,将命名为“中南海”牌的卷烟逐步对外试销,“中南海”卷烟从此步入市场,并很快以其优异品质赢得了广大消费者的青睐。2003年11月初,北京卷烟厂和上海烟草(集团)公司合并重组,“中南海”品牌归入上海烟草集团旗下。

在中国卷烟市场上,占据绝对优势的是传统的烤烟型卷烟,而全球市场上,混合型卷烟才是消费主流。混合型卷烟的焦油含量较低,符合烟草行业减害降焦的发展目标。2003年,国家烟草专卖局提出要发展“中式卷烟”,包括“中式烤烟型卷烟”和“中式混合型卷烟”。“中南海”正是我国市场份额和知名度居于领先地位的混合型卷烟,并且是中国混合型卷烟出口量最大的品牌。

中南海,领跑中式混合卷烟



从1983年起,北京卷烟厂就开始研制生产新混合型“中南海”卷烟。1994年,北京卷烟厂综合运用中草药添加技术、低焦油生产技术,研制生产出当时中国第一支低焦油混合型卷烟——“低焦油中南海”。“中草药添加技术”因选用具有较强祛痰止咳和平喘作用的中草药提取物,有效缓解了吸烟引发的呼吸系统不适,而获得国家科学技术进步奖,这是我国烟草行业第一个国家科学技术进步奖。此项技术并在美国、德国、英国、瑞士4个国家获得专利。1999年后,随着自由基清除技术、彩色纤维素粒子技术、纳米“1+1”技术的研发应用,“中南海”系列产

品在解决吸烟与健康问题的领域内更进一步,形成了“低焦油中南海”系列产品。在保持产品具有谐调、丰满的烟香的同时,使焦油量从10mg一直降至3mg。2006年2月,北京卷烟厂又顺利研发出第一批出口日本的焦油含量仅为1毫克的产品。

20多年来,以“安全”、“健康”、“时尚”为品牌核心价值的“中南海”,不仅已经得到消费者的广泛认可,而且其混合型卷烟还一直被作为国产混合型卷烟的评吸标准。它采取的多项“减害降焦”技术,都属国内首创,处于世界领先水平。目前,“中南海”混合型卷烟系列,已经成为中式混合型卷烟的领跑者。

在职攻读工商管理硕士博士学位

拥有全球认可的硕士博士学位,展现中国中高层管理者的学识魅力和人生及事业航标

【CAU 硕士博士学位班 致力于凝聚中国中高层实力人士和管理精英】

中国教育研究会引进 California American University 工商管理硕士博士学位项目,旨在培养中国现代化建设和国际化发展所需的工商管理高级精英人才,并与北京大学、中国人民大学、首都经济贸易大学、东北大学、国家人事部(人保部)中国高级公务员培训中心、中国经理人联合会等的相关部门合作,并经四川、陕西、辽宁、湖南、山西、哈尔滨、佳木斯、安阳等省(市)的组织人事部门批准举办。该项目中国校友会已凝聚了数千名中高层人士和管理精英。

【CAU 硕士博士学位班 致力于使中国学员在职攻读并获得硕士博士学位】

California American University 工商管理硕士博士学位课程融合了国际工商管理界界的理论和实践研究成果。课程学分和论文指导与答辩,在一至两年内通过在职学习和节假日集中授课而完成,论文经中国学术委员会和答辩委员会专家指导并答辩合格,即授予工商管理硕士博士学位。California American University 硕士或博士学位全球认可,并在海外移民时享受硕士或博士学历学位计分。其学位经美国加州州政府认证公证、中国有关部门认证公证、中国人事部(人保部)国家人才库高级人才资格备案登记后,作为聘任、晋升、职称评审的重要依据。还可申请全球国际认证与注册协会的国际高

级工商管理师资格认证。

【CAU 上千名中国学员校友中的部分学员校友】

中国测试技术研究院院长、中国中纺集团副总裁、中国九冶建设总经理、中国阳光投资基金董事长、中国武警总医院院长、中国网通安徽公司总经理、中国宝业集团副总裁、中集建设集团南方公司董事长、广东省人大副秘书长、山东省法制办主任、大连工商行政管理局局长、捷众投资集团董事长、东风扬子江汽车(武汉)总经理、深圳时代财富集团董事长、湖北泰跃集团副总裁、胜利油田发电厂党委书记、江苏长博集团董事长、台州农科院院长、山东路桥集团总经理、河南信房集团董事长、太原青龙事业集团董事长、新疆创天集团董事长、武汉公交集团董事长、重庆国际复合材料董事长、重庆索特星博化工董事长、四川福康建设集团董事长、成都华神集团董事长、成都飞机工业集团医院院长、攀枝花光华集团董事长、广西润松投资集团董事长、云南省第一人民医院院长、贵州百花医药集团董事长、抚顺矿业集团董事长、山东恒星集团董事长、甘肃建筑工程总公司总经理、黄淮海投资集团董事长、霸王国际集团董事长、天津歧丰集团董事长、德州晶华集团董事长、天津现代集团总经理、河北千山事业集团董事长、万事利集团副总裁、宁波港集团副总裁、山东春申集团董事长、香港百陶集团董事长、维迪阿投资银行董事长、华夏银行直

属部总经理、内蒙古信安投资集团总经理 ……

具有3年及以上中高层管理履历和相应业绩者均可报名,经学术水平和工作业绩评估合格即予正式录取
请向 California American University 中国硕博(成都)索取《报名申请表》

电话:028-68230686、86679136
传真:028-86671520

California American University(也称“加州美国大学或加利福尼亚美洲大学”)是美国教育文化基金会(U.S. Education & Culture Foundation)直属正规大学(美国加州州政府教育部 www.bppve.ca.gov、美国联邦政府移民局 www.ice.gov、大学 www.calamuniv.edu),总校位于美国加州洛杉矶阿罕布城市,校园环境舒适优美,现有2000多名在校生及数百名毕业于全球名校的博士级教授。学员以美籍为主且大都是工商界的高级主管与精英,还有中国大陆及港澳台和全球数十个国家的国际学员,其中不少学员已在本国政府身居要职或担任工商及金融高级主管。