

未来市场最受欢迎的三类卷烟

□ 暴英杰

目前对所有烟民消费习惯影响最大的信息主要有两个方面,一方面是履行《烟草控制框架公约》步伐的加快,将从外部环境上削弱烟民对卷烟的兴趣;另一方面是全民保健意识的增强,他们更关心如何才能降低吸烟对身体带来的危害。在这种环境或历史阶段里,笔者认为,将有三类卷烟在未来市场上最受欢迎。



“白山”低害低焦卷烟品类创新成果发布会上,强调要把降低危害作为“卷烟上水平”的重点目标,要求工业企业要在减害降焦的关键技术上下大功夫,不断取得突破,把现代生物工程,包括价值工程的最新成果,综合运用到减害降焦中去。要求商业企业要加大对具有科技创新力、市场发展潜力,特别是低焦低害的产品市场引导力和营销力的培育,使其在未来品牌发展中处于更加主动的位置。

从这个意义上说,卷烟行业在市场上的竞争,实质上是降焦进程和成就的竞争,焦油量越低越受市场欢迎。

第二类是短支烟。短支烟为可吸

食的部分比较常规短一些的卷烟。这是我国烟草企业在营销实践中创新发展的一个做法。近年来,国家局始终要求商业企业在与零售客户和消费者沟通过程中,既关注零售客户和消费者对企业自身服务方面的信息,也关注零售客户和消费者对卷烟产品质量方面的信息,并及时将这方面信息反馈给生产厂家,使产品在符合市场需求之中发挥应有的作用。许多商业企业在落实这一要求中,将对烟草市场的新发现反馈给工业企业。

例如,山西太原市公司在市场调研中,发现有不少高档卷烟消费者,为了减少吸烟危害,留下1/3的烟头不吸。对此,该公司及时把这个现象反馈给湖北中烟,并建议开发短支烟。这个建议得到了湖北中烟的重视,很快将部分原长84mm的卷烟变为74mm的短支烟,并提出了“烟支短一点,健康多一点”的理念,开创了我国卷烟短支的先例。短支烟因为既能满足烟民的需求,又能客观地起到少吸减害的作用,所以会受到市场欢迎。

第三类是细支烟。关于细支烟,近

来一些网站和报刊做过不少介绍,它是指卷烟烟支直径比普通卷烟小,新颖、时尚、个性化的卷烟,一般焦油含量较低,吸味较淡。它在市场上受欢迎的原因主要有三条:

一是创新卷烟性别。一些烟草企业因为细支烟纤细瘦长的外形,而将其消费对象定位为以追求时尚、前卫生活的都市女性为主。这就改写了卷烟产品无性别的历史,创造了符合女性特点和爱好的卷烟。

二是上升空间较大。据世界卫生组织的资料显示,在美国、日本等发达国家,女性吸烟者在吸烟人口中的比例为10%以上,甚至达到20%左右,而我国的这个数据为7%。这说明,随着经济社会的发展进步,我国细支烟的需求量将有增加趋势。

三是害小而受欢迎。细支烟不仅具有新颖、时尚、个性化的特点,而且还有支细、含焦油少、味淡的特点,这就与人们日益追求健康的心理相吻合,所以必然越来越受欢迎。

综上所述,笔者认为以上三种类型的卷烟将在未来卷烟市场大放异彩。



四个“离不开”推进烟草企业科技创新工作

□ 汪明健

当今时代,科技创新被看作是一个企业、一个行业,甚至是一个国家持续发展的动力。烟草商业企业在物流信息化、电子政务等方面的发展同样离不开科技创新。那么,如何推进商业企业科技创新工作上水平?笔者认为有四个“离不开”。

离不开观念创新

科技创新能力的高低,取决于人思想素质的高低,取决于人的积极性、主动性、思想创造性的发挥。对于商业企业来说,职工的思想观念决定了科技创新能否落到实处。因此,企业要做好科技创新工作,首先领导干部要解放思想、转变观念,让科技创新的理念和观念从上至下得到普及,让基层员工从思想上认识到科技创新对企业发展的重

要性。要采取多种多样的宣传形式,鼓励员工参与创新;要在日常工作考核中加强科技创新的比重,引导员工解放思想,提高创新意识。

离不开管理创新

管理创新是科技创新的保障,可以促进科技队伍的分工协作、创新服务的快捷化,提高科技发展水平。反过来,科技创新也推动了管理创新的发展,无论是网络和物流建设,还是专卖管理等,都需要科技创新的助力。那么,如何提高商业企业科技创新的管理水平呢?

一是要完善各项规章制度,促进科技创新管理工作制度化、规范化、科学化。二是要建立方便快捷的创新服务体系。做好服务是推动创新队伍集中精力投入科技研究、开展技术创新的前提。三是要建立一个面向前沿科技与市场需求,紧密结合当前行业发展实际需求,分工协作、运行高效的科技创新体系。要集中力量解决全局性、关键性的重大行业课题。四是要做好创新文化建设。创新文化同科技创新有着相互促进的密切关系。创新文化推动科技创新,科技创新反过来激励创新文化。

离不开人才培养

企业的灵魂在于创新,而创新的灵魂在于人才。企业要对创新人才的培养、引进和使用进行系统地规划,加强关键岗位高能人才队伍建设,建立一支规模可观、结构合理的创新型人才队伍。

一是要创新企业经营者的人才观。传统观念认为,人才必须具备“三高”(高学历、高学位、高职称),造成了一些企业片面追求“高人”,无视客观现状和现实需求,忽略了真正符合企业发展需要的人才。在市场经济的大潮中,企业经营者要充分认识到人才是多种类型的,企业的发展需要各方面的人才,同时不要忽视了企业中有专长、有潜力的职工。

二是要大力培养和吸纳高科技人才。企业应建立长远的人才发展战略规划,以各种方式吸引人才。要营造尊重知识、重视人才、以人为本的环境,为人才提供学习、深造、发展的广阔空间。

三是要与时俱进培养人才。要健全职工培训制度,通过教育和培训,既要提高员工的综合素质和创造能力,使员工适应企业发展变化的要求,又要为员工创造更多接受知识和技能的机会,减少结构性失业,避免人力资源的浪费。

四是要多给基层科技人才机会。要鼓励基层科技人员参与到科技项目实施的过程中来,从而提高创新能力和热情。

目前,一些商业企业科技创新的氛围不浓、管理松懈,症结之一在于没能形成有效的激励机制,致使干部职工缺乏科技创新的积极性。商业企业科技创新,要通过健全评价激励机制来激发员工的创新热情,通过良性竞争增强科技队伍活力。

企业要制定公平、公正、公开的激励机制,在全面了解员工需求的前提下,根据外部和内部环境变化制定相应的政策,充分挖掘员工科技创新潜能。要根据企业科技创新工作的特点,采用多种多样的激励方式,通过鼓励员工小改小革,奖励员工主动参与科技创新的热情。

创建卷烟品牌的三种路径探析

□ 何跃军

我国烟草企业发展正在经历一个由数量竞争到产品质量与产品结构的竞争,并在很大程度上演变为品牌的竞争。但是目前中国在创建品牌上也存在一些困难:一是在国内市场虽然经过一定的整合,但是较之于国外市场,国内市场卷烟品牌散乱而弱小;二是当前还没有完全形成有利于品牌竞争和品牌战略实施的国内大环境,当然这主要是指的是部分地方的保护主义问题;三是卷烟品牌战略的实施还缺少大集团、大企业的依托,使得品牌战略的实施缺乏“基础”和“底气”。

基于目前品牌战略实施的国际国内环境,笔者认为烟草企业创建品牌可以分解为三个方面的战略:其一是品牌的市场战略,其二是品牌的组织战略,其三是品牌的人才战略。因此,要有效创建品牌,可以从以下方面进行努力:

首先是创建品牌的市场战略。当前品牌市场战略的首要着手点是进行品牌定位,而品牌定位的核心就是STP,即细分市场(Segmenting)、选择目标市场(Targeting)和具体定位(Positioning),这三个步骤基本上企业都能够做到,不过进行具体定位的时候,经常有企业不知道从何处着手,这里我们提供品牌定位的四个要素供参考,一是价格要素,价格是品牌投放市场的关键要素,针对不同消费群体必须有不同的定价策略;二是包装要素,不同的包装、图案、色彩等可以满足不同消费者的需求和用途;三是吸味要素,不同职业、地区和人群有不同的吸味要求;四是投放要素,投放要素讲究的是投放点、投放量、投放时间的定位,投放要素的成功策划,很可能直接造就一个品牌,不得不慎重对待。

其次是创建品牌的多元化发展战略。

众所周知的是,烟草企业的产业结构调整已经成为其可持续发展的必由之路,但是产业结构的调整不是仅仅限于烟草行业自身,而且还包括烟草行业所涉及的其他相关产业。目前,很多烟草企业已经涉足其他行业,诸如服务业的饭店、宾馆等,有的甚至投资了房地产等,这些是烟草企业多元化发展战略的一个表现。不过,我们也应当看到,在这个多元化发展的过程中,由于机制问题、管理粗放、人才短缺、盲目投资等已经造成了相当大的问题,为此我们建议在调查研究的基础上重组烟草配套产业和已具备一定基础的宾馆、饭店、旅游业,发展相关产业以及一些新兴产业,如食品加工、医药业和生物工程、新型建材和零售业及饮食服务业,以及以资本经营为主的金融、保险业等和需要较大投入的高新技术产业等。

再次是创建品牌的人才战略。人才问题的重要性早就获得了烟草企业的重视,不过当前各个企业在人才队伍的规划上,尤其是对重点人才群体的建设缺乏具体规划和激励机制,这使得很多企业的人才战略无法发挥作用,使得人才储备仅仅成为“储备”,而无法有效变储备为效用,对此,我们认为除了当前烟草企业普遍重视的员工培训制度之外,还应当特别加强烟草企业的“科技人才库”的建设,建立企业青年科学基金,以多种方式吸引人才并留住人才。

在世界经济日益全球化的今天,中国烟草企业面临的压力日益增大,一方面是国际烟草企业加速全球化和垄断化,使得中国烟草企业想要走向国际化困难重重,另一方面国内烟草企业普遍竞争力不强,科技含量较低,难以面对日益激烈的世界竞争。要保障烟草企业的持续、稳定、健康发展,必须走品牌之路。



卷烟样品如何更换

□ 海峡

一般零售客户开店,都喜欢把烟柜摆在门口最显眼的位子,这样来来往往的顾客不用进店就能购烟。但也有个坏处,放在门口的烟包一旦被阳光直射或者雨水浸湿,就容易褪色。如果长期遭受阳光照射,烟包的正面颜色就不鲜亮了,容易让顾客怀疑卷烟过期,甚至是假烟。

所以,要做到样品勤更换,但是如果两三天就换一次,确实麻烦。我的做法是,把样品按照不同属性分为三类,有针对性地确定更换频率。

第一种分为容易褪色和不易褪色的,比如“七匹狼”中的“灰狼”就属于前者,夏天要勤更换,陈列期限5-10天,夏天不能超过5天,冬天可适时延长,但最好不要超过10天。

第二种分为软包和硬包,硬包烟壳因为容易收集,容易做到常更换;而对于软包,收集相对困难些,用起来自然会更珍惜,一旦发现正面有点

褪色了,我就翻过来用另一面来陈列,在一时找不到烟壳的情况下,也只好暂时用真烟代替。

第三种分为冷门烟和热销烟,冷门的比如新品上市卷烟或者已停止生产的卷烟,问津顾客较少,但零售客户更应该对这类烟倾注关心,需将其居于烟柜内最显眼位置,主动向客户推介。由于这类烟通常很难找到烟壳,我只好真烟代替,因此要对它更加勤更换,建议3-5天更换一次。这时要注意,先换出的样品烟要一定要先卖出,以避免卷烟过期而遭受不必要的损失。另外,热销的卷烟比如“白狼”,就可以选择不定期更换。

由于软包和冷门烟的空烟壳难找,我有时总会想些小办法,比如有顾客上门来购买此类烟,我就主动向他赠送打火机,问他能不能下次把烟壳带给我,顾客大多都会热心地答应,我曾遇到某品牌的常客,当场就将车里剩下的一堆烟壳送给我。

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、大连工商银行行政管理局局长、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。