

青岛卷烟厂:领导带头跑营销 建功立业做市场

■张坤

按照山东中烟以及青岛卷烟厂关于营销工作的部署要求,2013 年青岛营销部坚持“提升青岛、突破烟台、推进威海、拉动日照”的总体思路,推动青岛营销部营销工作上水平,促进“泰山”品牌跻身“532”、“461”重点骨干品牌,倾力打造“泰山”品牌升级版。

从上半年的形势来看,青岛营销部的整体情况在四个营销部中都是完成得比较好的。

领导带头跑营销

2013 年,青岛营销部销售总量目标为 33 万箱,其中“泰山”系 29.3 万箱,比 2012 年增长 15.8%;百元及以上卷烟力争销售 14 万箱,比 2012 年增长 75%;一、二类卷烟力争销售 4.8 万箱,比 2012 年增长 118%。确保百元及以上结构烟、一、二类卷烟同比增幅保持两个第一。

“路漫漫其修远兮”,青岛营销部深刻体会到,要想顺利实现年初确定的目标,必须不遗余力地坚持大营销的工作思路。为此,领导干部发挥示范作用,带头跑营销。

“去年年底到今年 5 月份,光是我们厂领导班子就进行了四次集体性拜访,效果很明显,解决了四件大事。”青岛烟厂党委委员、副厂长孙光庭告诉记者。

从开展大营销活动以来,为响应公司“营销重心下移,做实区县市场”的工作思路,青岛营销部,包括青岛烟厂确立了上至

井冈山卷烟厂“五大动作”推进 TnPM 管理

2013 年以来,江西中烟井冈山卷烟厂卷包车间通过实施“五大动作”,设备效率得到了较大提升,有效提高了车间的 TnPM 管理水平。

一是创新培训载体。坚持每月一训,车间内训师利用单点课把课堂搬到机台边,对卷包设备的结构原理、维护技巧和设备保养等进行讲解,并采取现场互动及提问的方法,就工作中遇见的疑难问题进行沟通和探讨,培训的实际效果明显提高。

二是完善“进站式”设备日保养。根据日常设备保养积累的经验,结合车间 6S 管理工作要求,进一步完善“进站式”设备日保养管理,以表格文字、图片记录的形式明确机组保养的内容、要求及考核标准,促进设备日常保养状况的持续改善。

三是推行“领票式维修单工作制”。结合日常“维修工作单”制度,根据生产过程中发生的设备故障、产品质量缺陷以及班组交接之间遗留设备故障,由班组长根据实际维修内容指派具体人员负责实施维修,明确了维修内容,落实了维修责任,规范了维修流程,解决了生产过程之中的设备故障,有效提高了设备运行效率。

四是强化设备预防性维修。通过清扫、加油、除污、点检、自主检查、交叉检查、综合检查等,不断规范和完善设备预防性维修,同时结合厂部的方针、目标,制定出适合车间班组设备保养目标,做到设备自主维护保养的标准化。

五是开展“现场主动,改善自觉”活动。进一步构建“创新改善”平台,详细制定了“现场主动、改善自觉”活动方案,在“六源”查找、改善案例、单点课和合理化建议等方面取得了新突破,营造了班组员工“人人参与、个个主动”的良好氛围。

安阳卷烟厂全面提升能源精细化管理水平

近期,河南中烟工业有限责任公司安阳卷烟厂紧紧围绕企业年度能源管理方针目标,按照“说得清、降得下、控得住”的要求,多措并举提升能源精细化管理水平,确保能源管理目标任务顺利实现。

一是完善能源管理体系。全面推进能源管理体系建设,统一规划、精心组织、稳步推进,确保企业能源管理体系符合国家标准要求。通过开展能源管理体系建设,进一步实现“夯实管理基础,提升科学管理水平”的目的。

二是开展用能情况排查。深入开展用能关键点及“经济用能”情况排查,对系统性用能管控关键点进行梳理和确定,对用能节能重点环节和薄弱点位实施重点管控,对零星用能和集中供能成本高的非生产性用能情况进行治理,不断降低生产消耗。

三是强力推进约时化生产。积极做好制丝、卷包和动力车间的沟通协调工作,结合生产安排,精心制定方案,研究节能措施,全面推进“约时化”生产管理模式,全力推动能源工作走上精细化、科学化管理轨道。

(赵锋)

领导,下至各处室,全部与所属区域各区县营销部挂钩的政策,以帮助区域摸清市场情况,落实销售目标,密切工商关系。为了激励一线营销人员的工作积极性,同时优化人员配置,2013 年,青岛营销部在青岛烟厂选调了一大批优秀员工充实到营销一线,提升了营销一线的整体素质,加强了战斗力。

青岛营销部与四个市局(公司)紧密协同,共同营销,形成了不分你我的工作态度,与商业公司共同制定销售目标,共同制定营销措施,共同考核员工,共同举办各种形式的品牌交流培育会议。5 月 28 日,青岛营销部和青岛市局(公司)联合举办了“泰山”品牌培育座谈会。“以后我们将形成一个长期机制,四个区域轮流办。预计 8 月份是日照区域,烟台区域 12 月份预计销售能过十万箱,到时候还会在烟台区域搞一个座谈会,为大家加油鼓劲。”孙光庭表示。

市场、品牌有重点

青岛营销部根据自身特点,对产品品牌和所属四个区域进行了细分,因地制宜地开展营销工作。按照“高端引领,高低呼应,新老结合,突出重点,相互依托”的思路,按照价位段细分市场,确定青岛营销部重点品牌规格。此外,青岛营销部还根据价位区间,对各品牌进行了细分。根据四个区域的定位特点,2013 年青岛营销部的总体策略是“提升青岛,昂起龙头”、“突破烟台,深挖潜力”,“推进威海,拉动日照”。

青岛区域:龙头市场。2013 年,“泰山”系销量力争达到 11 万箱,100 元及以上销量达到 7 万箱,100 元及以上市场份额达到 35%。对青岛营销部整体指标的完成发挥主导作用,并能够引领鲁东市场整体消费潮流。

烟台区域:潜力市场。2013 年,“泰山”系销量力争达到 10 万箱,100 元及以上卷烟达到 24000 箱,力争 26000 箱。总量市场份额超过 30%;100 元及以上市场份额达到 15%,连续两年增长 5 个百分点以上,细支烟将成为烟台区域的新增长点,逐步实现烟台市场的突破。

日照、威海区域:跟随市场。随着青岛市场的不断提升和烟台市场的逐步突破,由于地缘和消费习惯方面的影响,日照、威海市场也将跟随发展。

建功立业做市场

青岛区域 2012 年百元以上“泰山”销量 46000 箱,2013 年力争销售 73000 箱,为此,青岛区域主抓产品上柜率。“只有上柜率上去了,消费者在消费的时候,才会看到你的产品,认识你的产品,了解你的产品,进而购买你的产品。”青岛区域副经理任胜表示,青岛区域内部制定的考核方案中,40%的比重都是考核的上柜率。

青岛区域积极开展“建功立业”活动,与青岛市局(公司)协调沟通,共同制定营销方案,根据各县区的具体情况,对所属 30 余个县区的客户经理按照“泰山品牌培育功勋”、

延安卷烟厂强化卷烟产品质量控制 确保产品质量提升

陕西中烟工业有限责任公司延安卷烟厂近日提出“找差距、寻短板、谋提升”要求,积极学习品牌合作方先进的工艺质量管控措施,强化卷烟产品质量关键时间段控制,持续开展工艺参数的测试与优化,确保产品质量提升。

图为 7 月 16 日卷包车间职工王玉梅按照生产流程要求及时调整小包玻璃纸位置。

杨继成 韦东 摄影报道



西昌卷烟厂:创新管理添举措 项目推进出成效

■彭志军

提供有效的技术支持和人力保障。

在开展六西格玛和 QC 项目过程中,分厂本着有利于项目开展、培养骨干、锻炼新人的目的,将部分黑带、绿带人员以及 QC 项目诊断师与近两年新入职的大学生调配到一个项目中,实现项目成员年龄结构上的新老搭配,并以老带新的方式,积极培养年轻职工在技术上不断成长进步。另一方面,通过开展多种形式的学习和内部培训,不断强化员工队伍素质。2013 年上半年,分厂先后组织 6 人参加了六西格玛绿带培训,截至 5 月底,已完成第一阶段培训。此外,还组织 3 名 QC 骨干参加了 QC 诊断师考评班学习培训,并取得省级 QC 诊断师资格。

三是关注项目实施过程控制,确保项目过程质量和项目成果质量。

在项目推进阶段,分厂充分发挥外部咨询顾问对六西格玛项目的指导作用,定期组织外部咨询顾问对项目实施辅导,就项目的思路、方法进行指导,对工具的使用进行辅导,对项目实施中的疑难和困惑进行咨询,对项目实施过程中的技术或技巧障碍及时时进行排除,确保项目的思路正确,方法、工具的使用充分有效。此外,认真开展好项目的阶段评审工作。另一方面,在成果验证阶段,要求 QC 诊断师和有经验的人员经常深入基层,帮助解决活动中工具方法应用的困难,确保活动方法正确,工具运用恰当。2013 年,西昌分厂的 2 个 2012 年度六西格玛项目获中质协会的优

秀奖;1 个 QC 项目获四川公司 2012 年度 QC 成果 1 等奖,2 个项目获得公司 QC 成果三等奖。同时,分厂的 QC 活动推进组织综合评价也名列公司前茅。这是自分厂导入六西格玛管理和 QC 活动以来,获奖项目最多的一年。

四是积极推行即时改善项目管理,促进分厂项目管理再上新台阶。

2013 年,分厂在持续开展六西格玛、QC 管理的基础上,不断创新管理手段,通过推行即时改善项目管理进一步提升企业基础管理水平。一方面通过创新管理机制,建立了即时改善项目。即时改善管理是分厂继六西格玛管理和 QC 小组活动管理之后推行的又一持续改进方式,是 2013 年持续改进管理的创新,其目的在于充分调动广大职工观察问题、思考问题、及时发现问题的积极性,鼓励职工寻找方法,排除障碍。另一方面结合企业实际拟定课题选项,及时开展课题评审。2013 年,工厂在依据《即时改善项目管理方案》的规定下,拟定了厂内首批即时改善项目课题项目 6 项。目前,分厂相关部门就首批 6 项即时改善项目课题已完成申报工作,正组织实施。相关部门自主申报的 7 项课题,经评审组评审,其中 6 项予以立项实施。

创新管理工作在实施开展近半年过程中,对分厂创建“一流卷烟工厂”和开展“对标”指标起到了明显成效,从 2013 年 5 月份公司公布的“对标”指标数据显示,分厂 9 项“对标”指标排名已进入行业前 30 位水平。

作出了较大贡献。

同时,江西省人民政府还授予江西中烟等 34 个单位 2012 年度“江西工业百强企业”称号。

(李前进)

北京卷烟厂下好开源节流“三招棋”

今年上半年,北京卷烟厂聚焦“中南海”品牌转型发展,创新思路,多管齐下,全力推进节能减排降耗工作,下好开源节流“三招棋”,实现节能增效 1585 万元,取得显著成效。

第一招:优化生产布局实现“大节能”

一方面,工厂统筹生产,优化流程,精简高效,完成卷包车间“三班改两班”生产模式调整,卷包设备利用率同比去年提升,能源消耗明显下降,生产人工成本下降。另一方面,工厂改变膨胀线生产模式,减少了换批次数,增加了有效生产时间,保障了生产连续性在不增加生产班次、人员等作业成本的情况下实现了生产规模效益。

第二招:加大源头控制控住“主成本”

工厂首先优化了产品成本设计,系统规划产品线,制定产品价格成本目录和成本控制方案。在保证产品风格和口味的前提下,利用新技术、新材料、新工艺,推进烟叶等级替换、香精香料优化组合,降低卷烟成本。其次,工厂着力降低物资采购成本,继续深化“两项工作”规范履权和采购公开招标工作。加强单一来源采购价格谈判,节约烟用材料采购成本;加强广告宣传促销品的采购管理,公开招标比例为 90.4%,节约资金费用。再次,工厂还合理有效进行技改三期工程施工前期投资控制,以经济适用、功能超前为原则,推进易地技改三期工程项目建设。

第三招:强化基础管理节流“小费用”

工厂加强存货管理,优化结构、消化库存,减少资金占用;加强五金备件管理,开展修旧利废,降低采购资金。同时,工厂自主研发管理信息系统,减少信息化项目投入;强化基建施工管理,减少维修成本。工厂还进一步细化能源管理,推进节能项目技术攻关,提高能源使用效率;加强绿化卫生、废品管理,降低物业管理成本。

工厂加强了行政办公用品、车辆管理,节约日常开支;统筹存量资金管理,增加利息收入;并加强“五项重点费用”控制,厉行节约。

(京宣)

“云烟”、“红河”荣登《中国 500 最具价值品牌排行榜》

近日,世界品牌实验室在北京发布了 2013 年(第十届)《中国 500 最具价值品牌》排行榜。红云红河集团“云烟”以 562.86 亿元的品牌价值列第 33 位,“红河”以 233.25 亿元的品牌价值列第 70 位。

2013 年《中国 500 最具价值品牌》的总价值为 81025.29 亿元,入选品牌的最低门槛为 15.36 亿元。本届《中国 500 最具价值品牌》排行榜中,共有来自食品饮料、纺织服装、传媒、信息技术、家用电器、汽车、能源等在内的 27 个相关行业的品牌入选。

红云红河集团两个主打品牌“云烟”和“红河”,多次荣登《中国 500 最具价值品牌排行榜》并获得了高度的评价,这不仅专业机构对集团品牌的肯定,更是社会各界及广大消费者对集团品牌的支持与厚爱。按照国家局“532”、“461”品牌发展规划和云南中烟“5521”品牌发展目标,集团着眼未来的发展,制定了“3617”年度工作目标和“5118”品牌发展目标,确定了云烟、红河品牌作为集团重点发展的骨干品牌。在今后的工作中,集团将不断拓宽视野,挖掘内部潜力,致力打造中国烟草大品牌、强品牌,为烟草行业的发展和地方经济建设做出更多更大的贡献。

据了解,世界品牌实验室,是一家国际化、专业性的品牌研究机构,总部在美国纽约,由 1999 年诺贝尔经济学奖得主、“欧元之父”、美国哥伦比亚大学教授罗伯特·蒙代尔担任主席,全资附属于全球领先的战略咨询公司世界经理人集团,专家和顾问来自美国哈佛大学、耶鲁大学、麻省理工学院、牛津大学、剑桥大学等世界顶级学府,其研究成果已经成为许多企业并购过程中无形资产评估的重要依据。世界品牌实验室也是一家奉行“独立公正”原则的权威品牌评审机构,其“中国 500 最具价值品牌”的评选涵盖了当今活跃在中国市场上的所有强势品牌,是对中国企业最为全面和最为权威的一次综合评定。

(刘婷)

