



位于岭南南麓的广东南雄烟区有300多年的种烟历史,拥有生产浓香型特色优质烟叶所需的典型紫色土壤,被誉为“中国黄烟之乡”。南雄自上世纪80年代中期发展烤烟生产,30年来,烟草支柱产业地位不断巩固和发展。

国家局:突出成本费用控制 发挥对标引领作用

近日,国家烟草专卖局印发通知,通报了2014年烟草行业对标指标情况,并要求行业各单位紧紧围绕“精益管理做法”,开展全员、全过程、全方位的精益管理,更加突出成本费用控制,充分发挥对标工作的目标引领作用,实现向管理要效益。

2014年,行业各单位把对标工作作为深入推进精益管理的重要抓手,继续深入细致地开展对标工作,牢牢抓住成本费用控制这个重点,充分发挥对标工作的目标引领作用。工业企业34个指标中有22个指标同比水平提升,24项标杆值同比提高;商业企业23个指标中有11个指标同比水平提升,10项标杆值同比提高。

通知从效率指标、能耗指标、费用指标、成本指标、醋纤丝束五个方面对工业企业的对标指标情况进行了分析。效率指标中,人均劳动生产率和人均销售收入分别同比上升了3.12%和9.22%,总资产贡献率和设备运行效率同比上升2.13个百分点和1.09个百分点;能耗指标中,万元增加值综合能耗和万支卷烟综合能耗同比下降13.53%和6.48%;费用指标中,业务招待费同比下降64.74%,卷烟三项费用率同比下降0.63个百分点,市场营销费用占销售收入比重同比下降0.19个百分点;成本指标中,香精香料、盒皮、盘纸、嘴棒成本占销售收入比重分别下降0.01个百分点、0.14个百分点、0.02个百分点、0.07个百分点;醋纤丝束中,单耗平均同比下降2.02%。

通知从效率指标、卷烟费用指标、配送效率指标、服务指标、烟叶费用指标五个方面对商业企业的对标指标情况进行了分析。效率指标中,人均劳动生产率、人均卷烟销售收入和烟叶人均销售收入同比提升4.26%、11.02%和11.25%,总资产贡献率和成本费用利润率同比上升1.75个百分点和1.49个百分点;卷烟费用指标中,业务招待费同比下降57.97%,卷烟三项费用率同比下降0.54个百分点,物流费用占销售收入比重同比略微下降;配送效率中,人均卷烟配送效率同比上升2.94%;服务指标中,卷烟零售客户满意度行业平均值同比提升0.5分;烟叶费用指标中,管理费用和经营费用占销售收入比重同比下降0.39%和0.93%。

针对2015年对标工作,通知强调,各单位要认真贯彻落实2015年全国烟草工作会议精神,以“精益十佳”创建活动为载体,把对标工作作为推行精益管理的重要抓手,做好“精益管理做法”这篇大文章。要突出精益管理理念,严格控制成本费用;注重发挥对标的引领和导向作用,切实增强对标工作的针对性;努力创新工作方法,切实增强对标工作的实效性;做好2015年对标工作计划和部署,不断提升管理水平。(冯俊霞)

江西中烟 分解全年重点工作 强化督办落实

为进一步落实行业及公司工作会议精神,切实做好2015年各项工作任务,近日,江西中烟工业有限责任公司结合工作实际,对本年度全系统重点工作任务进行了分解细化,并提出了工作要求。

江西中烟从抓好经济运行工作、全力培育“金圣”品牌、抓好技术改造工作、推进精益管理、着力加强队伍建设等5个方面,共分解了40项重点工作任务,要求各责任单位、部门对照督办分解表,明确的分工安排和工作要求,制定具体有效的工作措施,在规定时间内形成书面材料通过OA系统反馈给公司有关部门,以便跟踪、督查和考核,切实将全年工作重点落实到位。

据了解,近年来,江西中烟把强化工作督办作为转变工作作风、提高工作效率、确保政令畅通的重要抓手,狠抓工作落实。一是分解细化,尽量量化,具体到部门到岗位,扎实做好全年重点工作的分解落实。二是狠抓季度重点工作督办落实。每个季度,跟踪、督促工作推进完成情况,下发督办通报;每年年末,梳理全局重点工作完成情况,并进行通报。三是认真做好文件、会议、领导批示的督办落实。通过以上措施,提高了各单位、各部门的执行力,有力地促进了各项工作的有序开展。(郭磊)

上烟集团:深挖品牌培育增长点 主动适应发展新常态

孙浩

这是一份令人振奋的成绩单:2014年,内销卷烟工业投放量达到287.7万箱,同比增长3.5%;“中华”品牌实现商业销量142.83万箱,同比增长15.9%;工商税利1083.78亿元,约占全行业工商税利总额的十分之一,同比增长10.13%。

在这份成绩的背后,是上海烟草集团有限责任公司坚决落实国家局要求,围绕“谋划‘三大课题’、提升‘五个形象’”,努力实现税利增长“保八争十超万亿”目标,攻坚克难、不懈努力的拼搏。

去年以来,上烟集团着力创新驱动、转型发展,努力在“调结构、增税利、作贡献”上做文章、下功夫,加快推进“中华”品牌“百万千亿”升级版,在经营连续多年高位运行的基础上,实现了“中华”品牌持续平稳发展,企业效益稳步增长,为行业持续健康发展作出了应有贡献。

以市场为导向 调结构、育品牌

市场是商品经济发展的“指挥棒”。上烟集团始终坚持以市场为导向,着力产销统筹协调,努力做到产品适销对路。

“中华”品牌是深受市场欢迎的重点品牌。为了进一步满足市场需求,上烟集团主动优化调整计划资源,将“中南海”和“红双喜”品牌的部分计划调剂给“中华”。为将计划落实到位,上烟集团合理安排生产节奏,有序组织柔性生产等多种措施,快速响应市场需求。2014年,上烟集团内销卷烟产量266.2万箱,同比增长1.9%。其中,“中华”品牌产量142.81万箱,同比增长12.8%。

要实现从产品到效益的跨越,必须在正确的时间将正确的产品投放到正确的市场。为此,上烟集团持续深化精准营销,

推进精准营销向地市级以下市场延伸,实施“一地一策、一对一服务”策略,及时调整旺季销售、供应节奏和软硬盒比例。通过延长精准营销的“触角”,上烟集团进一步优化了市场布局,寻找到了新的市场空间。

在精准营销过程中,上烟集团合理调控销售节奏,促进品牌稳步发展。根据区域市场的规律和特点,设定市场价格波动的预警区域,以周为单位跟踪价格变化,细化区县市场定期沟通机制,努力提高投放精准性,维护零售终端销售的稳定增长。

比如,上烟集团去年根据“中华”(硬)的总体市场需求好于“中华”(软)的情况,主动进行软硬包规格的调整,充分把握好市场机遇,根据不同时段、不同区域、不同规格采取不同的调控方法,实现精准投放。

精准营销有力保障了“中华”品牌市场状态的稳定。2014年,“中华”品牌销量较上年增长了15.9%。

在做好原有优势品牌的同时,上烟集团积极构建创新体系,加大新品研发培育力度。技术中心与营销中心联手开展消费者研究,努力缩短研发周期,加大引导消费力度,着力提高新品培育成功率,助推产品结构提升。

2014年,“中南海”、“红双喜”创新产品销售收入已经分别占上烟集团总销售收入的8.4%和7.9%。上烟集团“销售培育一代、开发维护一代、研究储备一代”的良性循环机制初步形成。

以增收节支为抓手 控成本、提收益

要实现“税利保增长”,既要开源又要节流。上烟集团全员动员强化成本管控,建立起条块结合、上下联动的工作机制,立体推进控本增效工作。

控本增效,提高意识是前提。上烟集团充分利用内部各种媒体平台,依靠基层党团组织做好“控本增效、节约发展”主题宣传和主题活动,强化全员“控本降本,从我做起”的意识,推动成本文化落地生根。

控本增效,措施到位是关键。上烟集团一方面认真落实预算控制主体责任,发挥预算控制硬约束作用,严控各项成本费用支出;另一方面增强烟叶、烟用材料、五金材料和设备效能的管理能力,提高资源使用效率。

在预算管理上,上烟集团创新性地开展了预算定额标准工作,制定与评审生产经营管理中营销、制造、研发、采购、物流等各管理、作业环节成本费用的定额标准值,形成九大环节共4级448个定额指标项目的预算定额标准体系。预算定额标准体系打破了原来成本费用预算中主要依据历史水平进行配置的束缚,通过量化的指标数据提高了预算配置的公平性。比如,在制定营销费用的定额和控制标准中,采用了“卷烟销售费用率”、“万支卷烟宣传促销费”的总额控制标准,并按照产品生命周期来制定新产品上市扩点、老产品市场维护的宣传促销标准等,有效提高了营销费用预算的科学性与合理性。

通过全员动员强化成本管控,上烟集团2014年三项费用同比减少了3.17亿元,降幅达5.43%。

在控制成本的同时,上烟集团还按照国家局要求,主动优化资金运作实现保值增收。

以风险管控为保障 稳质量、保状态

开车的人都有这样的经验:车速越快,车身越飘。企业在快速发展的同时,确保稳定尤为重要。

许昌卷烟厂推行动能设备管理“三勤”工作法

为进一步做好能源保障工作,河南中烟工业有限责任公司许昌卷烟厂近期因时制宜,积极推行“三勤”工作法(勤观察、勤巡视、勤化验),加大动能设备全方位巡检力度,及时查看锅炉设备运行情况,增加水质化验指标频次,确保生产用能符合工艺指标要求。图为近日该厂动力车间锅炉运行工屈慧灵正在对锅炉水进行硬度化验,检测水质情况。

万历 摄影报道



北京卷烟厂:认认真真打基础 提质规范谋转型

2014年北京卷烟厂坚持“打基础、调结构、提素质、促规范、上水平”工作思路,认真落实“132”工作目标,全年实现利税同比增长9%,利润同比增长21%,经济运行呈现“两提升、两平稳、三回落”的特点(即利税效益提升、销售结构提升、生产运行平稳、技改推进平稳、产销量回落、产品毛利回落、成本费用回落)。这一成绩是该厂从上到下、从营销、生产、研发所有环节协同联动、共同努力的结果。2014年的发展形势有力说明了“销量增长、结构提升、科技含量”的重要性,因此北京卷烟厂更应强化对“转型发展”战略重要性、长期性、艰巨性的理解、认识和自觉实践。

“创新驱动、转型发展”是行业自上而下高度重视和倡导的发展战略,在法制烟草建设日益规范的市场环境中,今后依靠企业自身素质开源挖潜显得愈发重要和现实,所以转型发展应着眼于宏观战略把握,着眼自身产品的市场适应度,着眼于企业精益管理模式、着眼于人力资源开发

利用。转型发展是一个长期的、不断发展的、“挑战—调整—适应”式螺旋上升过程,是一个规划科学、逻辑严密、体系完善的系统性工程。针对北京卷烟厂,“创新驱动、转型发展”的核心必须是中南海品牌的产品质量、科技含量及市场占有率,这是企业转型发展的根本保障。用心做事、积极协调、有效沟通则是转型发展应秉持的态度。围绕营销主战场、生产、科研而展开的配套管理体系,包括基础管理、制度建设、绩效、安全、企业文化、核心价值观,都要为其提供有效支撑服务,是转型发展的主攻阵地。

风清气正,气正心齐,心齐事成。北京卷烟厂干部职工要避免华而不实的虚功,认认真真夯实并创新企业各项基础管理。人力资源是第一生产力,和谐的人文氛围必将为转型发展带来巨大助力。外部资源终有限,内部挖潜无止境,在积极争取集团产能及坚持品种结构调整的同时,北京卷烟厂还应始终如一地审视自身不足,弥补管理短板,夯实管理基础,提升管理绩

效,更多依靠自身“造血”而非“输血”机制,才能更好实现企业可持续长远发展。四十四载风兼雨,高端引领路犹长。结构调整只是战术,转型发展才是战略。奋斗目标越宏伟,发展使命越光荣,转型环境越复杂,越要增强忧患意识,越要敢于担当,主动作为,在竞争中坚定创业信念。创新无处不在,创意点亮未来。北京卷烟厂需要在自身挖潜中寻找找到创新点,突破点并找准与本企业本品牌的结合点,创新思路,创新手段,做出特色,从创新中发掘新机遇,在激烈的市场竞争中赢得主动。以锲而不舍、驰而不息的决心和毅力,把创新转型事业不断推向深入。

当前,面对新挑战、新机遇、新常态,北京卷烟厂要珍惜眼前的发展态势,客观审视2014年的成果,因势而谋,谋定笃动,积极筹划2015年各项工作。北京卷烟厂上下共同携手,接力昨天、发力今天、蓄力明天,敬终始,不断进取,持之以恒,善作善成,顺利实现企业成功转型。(赵虎)