

多渠道加强卷烟品牌文化建设

□ 徐荣旺

上世纪九十年代末,当许多知名品牌忙于品质的竞争宣传时,一些卷烟品牌开始热衷于企业形象和品牌文化的传播。恰恰此时,鲜明个性的品牌文化越来越被人们所接受,并形成了品牌力量。如今,品牌文化成为了卷烟品牌的一个非常关键性的崛起因素。许多卷烟品牌文化已从当初的一句广告语、几个画面的表达,演变成丰富多彩的文化体系。

“白沙”在1999年率先推出“鹤舞白沙,我心飞翔”文化理念,制作出具有心灵冲击力的广告片,引起人们的广泛关注,获得了极大的成功,接着“芙蓉王”品牌“传递价值、成就你我”的成功文化、“红塔山”品牌“山高人为峰”的“人本”文化、“利群”品牌“让心灵去旅行”的“平和文化”相继面世,卷烟品牌文化的盛行印证了“走品牌文化之路”的正确性。

如今,围绕着“中国卷烟上水平,走出国门”的这样一种战略背景,卷烟品牌一方面需要在品类上下功夫,精工于中式卷烟的开发,一方面需要潜心于卷烟品牌文化的研究,多开渠道深化卷烟品牌文化建设,打造出真正具有国际文化影响力的卷烟品牌。

深层挖掘,构建鲜明独特文化流系

一个卷烟品牌往往有一个主导广告语,一个主导形象,但卷烟品牌的文化不是单薄的表现,应是一系列不同发散个性特点,应是一系列不同发散个性特点,许多卷烟品牌在构建品牌文化流系方面也取得了不少成绩,为我们提供了范本。例如,“黄鹤楼”就以“唯美经典论道”、“象征经典紫金”、“怀旧经典1916”、“简约经典雅香”组建了四个不同风格的品种,将“黄鹤楼”经典文化进行了初步体系性的发散。随着时间的推移,会有更多的“黄鹤楼”新品推出,相信“黄鹤楼”品牌文化流系里会有更多的时尚、经典、怀旧等元素在集结。另一个值得关注的卷烟品牌是“泰山”。目前“泰山(儒风)”、“泰山(乐章)”、“泰山(极顶)”、“泰山(望岳)”已显现出“泰山”品牌“儒文化”力量,搭好了品类文化系的地基。许多卷烟品牌成功的例子告诉我们,品牌的文化潜力是品牌成功的源泉,我们要深层挖掘,让品牌文化的水流得越来越大,形成自己独特的流系,滋润壮大品牌。

在卷烟口感及感性上寻找品牌文化的支点

抽烟有相当一部分享受体现在卷烟的口感上,卷烟的香、醇、细腻以及各种口味等都直接影响着消费者对某一牌子卷烟最直接的感受。卷烟品牌文化的塑造离不开消费者对卷烟的口感。许多卷烟品牌都在着力强调卷烟的口感等。笔者认为,卷烟的口感及消费者对卷烟的感性认识是一个十分有利的接点,能够从中提升或添加新的文化元素是非常有助于卷烟品牌文化建设的,对卷烟品牌的提升具有十分重要的意义。“白沙(尚品)”提出“至尚、至醇”这就非常好地将卷烟的口感和卷烟一种思想价值取向结合在了一起,不单告诉人们此烟是尚品,有着醇香之味,还告诉消费者,做人要崇尚,修尚而至醇,达到纯真境界。这样的品牌文化塑造是大有可圈可点之处。

借鉴国外文化提炼创新品牌文化灵点

现在是个西风东渐的时代,许多时尚的、有国外文化底蕴的外国事物让国人很是着迷,如法国香水、意大利服装、美国好莱坞电影、德国汽车、瑞士钟表等。中国卷烟品牌文化的创造就是要理解消费者的这种心情,从某种程度上满足他们的需求。“金桥(国际)”是混合型卷烟,却兼具混合型卷烟和中式烤烟双重特点,其由

素有“希尔顿之父”美称的国际烟草大师克莱顿·大卫先生主持开发,呈现的是备受国际推崇的“中大西洋风格”。其揭示了“金桥(国际)”品牌文化的核心内涵。“红塔山(HTS100)”以“国际风尚、香醇舒畅”为主题,以“国际化设计风格、新一代中式卷烟”为产品的卖点,演绎着“红塔山(HTS100)”整个品牌风尚的格调,让我们从中瞧出了许多可借鉴的地方。

围绕世界性议题,进行卷烟品牌文化的切入

如今,和平、温饱、健康、平安、领土完整、宗教和谐、经济发展、战胜自然灾害等成为世界性议题。卷烟品牌不单要深挖本国民族文化精髓,还要站在世界的角度去考虑问题,从这些世界性议题中寻找适合自己品牌的切入点,进行内容植入,塑造出卷烟品牌的一种博大文化情怀。比如,对于“金桥”卷烟品牌,笔者认为,其可以从“沟通的金桥”入手,制作一系列有关世界各类人民通过简单的手势和表情的沟通,消除了误会、开展了合作这样的广告片,然后再点出“其实纷争甚至战争也是可以消除的,我们每个人心中都有一座沟通的金桥”,相信这样的创意更是富有积极意义,更加有利于“金桥”卷烟品牌文化的建设。

产品质量监督对推进“上水平”的意义

□ 暴英杰

最近,国家局办公室对一季度卷烟产品质量监督省际间交叉抽查结果在内部网站上进行了通报。这次检查是根据《国家烟草专卖局关于2010年度烟草行业产品质量监督工作计划安排的通知》要求进行的,对整个行业发展来说,尤其是对行业实现“上水平”的目标来说,具有极其重要的现实意义。

扩大了产品质量监管范围。从通报中可以看到,这次质量检查有三个特点,一是检查面广。共对全国25家具有法人资格的卷烟工业企业生产的81个品牌的157个卷烟产品进行了检查,受检产品产量约占一季度全国卷烟总产量的65%。二是标准明确。各质检机构依据GB5606—2005《卷烟》系列国家标准对全部产品的包装标识、包装与卷制质量、主流烟气及大部分产品感官质量进行了检验,合格率为100%。三是公开透明。检查结果通过网上详细的如实公布。从这三个特点上可以看出,这样的检查能够起到扩大产品质量监管范围的效果,其过程为:产品质量管理部门到商业企业,再到市场。质量好的产品得到了宣传推广,质量较差的产品厂家得到了警示。

突出了降低危害这个重点目标。国家局副局长李克明最近在“长白山”低焦低害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。这次检查以焦油和烟气一氧化碳量、感官质量、包装与卷制质量等方面指标为重点,将实测结果进行了详细分析。同时,对卷烟产品各项实测指标给予了公布。这样就把实现“上水平”过程中降低卷烟危害这个重点目标摆在了突出位置,达到了工业和商业企业共同关注、共同实现的效果。

明确了产品质量方向和要求。各卷烟工业企业可以从这次抽查中,进一步明确产品质量发展方向和要求。一是从抽查标准上明确。通过实施GB5606—2005《卷烟》系列国家标准,进一步加大了该标准在卷烟产品生产过程中的实施力度。二是从质量分析上明确。通过组织者对实测结果的公布,有关工业企业能够针对在本次抽查中烟气烟碱量指标得分及焦油量波动大的情况,认真查找原因,制订改进措施并加以落实,确保卷烟产品质量在稳定中提高。三是从质量要求上明确。根据国家局的总体部署,这次抽查通报对下一步卷烟产品具体标准提出了时限要求,这样可以有效地增加工业企业实现产品质量目标的紧迫感,促进产品质量在实现“卷烟上水平”的目标中快速提高。

提高烟叶分级综合能力

□ 陈晓波

烟叶分级的目的是对烟叶内在质量进行优劣等级划分,以便充分发挥农业资源的作用。而烟叶的内在质量只能通过烟叶所表现出来的外观特征确定烟叶的等级,这就需要有一套固定的烟叶分级标准和一支稳定的烟叶分级队伍。但是任何时期的分级标准都是建立在质量观念、农业生产、工业生产及消费者需求的基础上的,而这支队伍烟叶分级的综合能力在特定的社会因素和自然因素的综合作用下是可以不断进行提高的。

这里所谈烟叶分级的综合能力不是简单的分级技术问题,而是依据市场为导向,借用工业生产的辅助作用,努力用农业方法(感官)来解决问题,反过来又对烟叶生产进行有效的指导,从而达到有效合理的分配和利用烟叶资源,不断提高烟叶产业的经济收入,也就是说这种能力不是烟叶分级技术、经验的简单积累,而是分级的理论水平在社会和自然因素综合作用下的实践的不断深入,这就需要我们在提高烟叶分级的综合能力时切实抓好几个关键之处。

意识教育与形势教育是重要前提

在烟草行业进入当前快速发展的转型的关键时期,认清形势、转变观念才是我们的当务之急。我们要在放眼全国乃至全球大环境的基础上,弄清本省乃至全国烟叶分级工作所面临的基于与挑战,要在思想上和企业发展捆绑在一起,而不是默然独

行,要充分认识到烟叶分级工作的重要性,切实发挥其指导作用。

简而言之,我们在认清国际、国内大环境的形势下,保持一种良好的意识状态,将是我们进入并做好烟叶分级工作的重要前提。同时我们还能借助这些来提高个人的整体素质,当然这还需要我们时刻关注行业和企业发展的整体动向和长短期目标以避免弯路。

业务能力是本质基础

说到底烟叶分级工作仍然是一项技术性很强的工作,对分级人员的技术要求还是很高的,不仅要知其然,而且要知其所以然。要知道掌握了烟叶分级理论知识还是进入了分级工作的第一步,只有熟练运用理论知识去深入指导实践工作并不断的深化、融合才能达到融会贯通。

当然,这只是简简单单的概括出来。个人可以要加强业务学习,企业也可以经常性的组织各种形式的学习班和培训班,甚至每年都进行几次竞赛,通过适度压力的竞争来促进能力的整体提高,有条件的地方还可以组织大家到先进的地区进行交流学习,真正让企业的员工亲身感受。

关注烟叶收购的导向作用

烟叶产区每年一度的烟叶收购工作是行业发展的指南针和风向标,起着承上启下的作用,它不仅仅是对烟叶市场形势的一种综合反映,更能影响着某一区域下一年度的发展趋势和走向。在收购过程中,要



充分发挥烟叶国家标准的核心作用,以期引导烟叶产区的长远发展。

这个过程中烟叶分级的综合能力显得尤为突出和重要,我们不仅要加强业务和法律法规培训、牢固树立服务意识,还要实行一定方式的过程监督、监管,以保证烟叶收购的导向作用。

不要忽视其他的影响因素

烟叶是综合农艺措施作用的结果,即品种、栽培、调制、土壤、气候等因素共同作用的结果。品种不同,调制后的烟叶质量不同,少叶型品种调制后叶片较厚,颜色较

深,长宽比适宜;氮肥用量大的烟叶调制后叶片较厚,颜色较深;打顶时过高,叶片较薄,颜色较浅,叶片较小,尤其是上部叶圆顶不够;叶片较小,尤其是上部叶圆顶不够;温度过高易出现烤红,升温过快或过慢易挂灰;而烟青虫危害的烟叶属于破损,蚜虫危害的烟叶属于杂色,赤星病斑、蛙眼病斑属于残伤等等。

掌握了这些因素的影响,可以很好地有助于我们提高烟叶分级水平。通过技能的不提高,反过来还可以更为有效地去指导烟叶生产,生产更为优质的烟叶,以降低烟叶分级的难度。

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,并在国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管理、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拉市,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。