烟农“老龄化”是指烟农中年轻的烟农数量不断减少而导致年长的烟农比例数占烟农总数的比例相应增长的动态。在烟草行业发展整体态势良好的大背景之下,烟农“老龄化”像是一颗无形的肿瘤,隐隐地威胁着未来烟草事业的发展。

浅谈烟农老龄化潜在的危机

□ 廖隆顺 邹莹慧 廖忠良

又到了烤烟收获的时节，当走进田间地头和烟农家里，你会发现一个普遍现象，在田里忙着采收烟叶的大多是上了年纪的烟农，而在家里忙着编烟和挑选烟叶的则是妇女和孩子们。这就足烟农之间流传着的一句玩笑话:“现在烟农的主力军是‘三八’、‘六一’、‘九九’部队。”显而易见,“三八”是指妇女,“六一”是指儿童、“九九”则是指老人。这句看似幽默的话语却让我们不得不深思：烟农已经步入了“老龄化”时期。笔者认为导致烟农“老龄化”的原因主要有以下几个方面：

一是城镇化进程加快，导致农业劳动力向非农业劳动力转移。随着我国城镇化进程不断加快,第二、三产业向城镇聚集发展使得农业生产不再是农村人口经济的唯一来源，从事农业生产劳动的人口不断向第二、三产业转移。目前我国青壮年劳动力以“70后”、“80后”为主，他们大多都接受了正规教育，有一定的知识和理想，他们不愿再像父辈那样过着“面朝黄土,背朝天”的农耕生活,因此，外出务工成为这些新一代农民工职业选择的主流趋势，他们甚至已经成为城市发展中不可缺少的一部分。因此,农业劳动力的转移成为了烟农“老龄化”的一个主要原因。

二是烤烟种植工序繁杂，栽培技术含量高,种植技术难以掌握。烤烟种植大致分为四个步骤:育苗、移栽、田间管理、烟叶采收。在育苗期需要对烟苗进行精心培育,不仅要做好病虫害防治、减少病源感染，还要保证土壤和空气环境适合烟苗生长，以保证烟苗的高存活率和壮苗率。烤烟移栽是大田管理的开始,也是烤烟生长关键一步，要求烟农不仅要对土壤的温度、湿度、营养成分的比例精准掌握，还要熟练掌握控制好烟田起垄方向、烤烟移栽的密度和地膜覆盖技术。在田间管理期如何科学浇灌、施用提苗肥和追肥、对早花烟株的处理、揭膜培土、中耕除草都需要很高的技术要求。烟叶采收之后需对烟时进行烘烤,在此期间,须合理运用和调节烤房的温度和湿度,处理协调好烟叶的失水、变黄、干燥之间的关系,使烟叶顺利变黄,及时定色、干燥,以提高烟叶烘烤质量。如此繁杂的种植工序，烟农只有掌握了精湛的烤烟种植技术，才能获得较高的经济收益。因此，种植烤烟的大多都是有数年烤烟种植经历、掌握较好的烤烟种植技术的烟农,年纪轻的农民(学生)根本就不愿在田间地头去为之奋斗。

三是烤烟种植投入成本较高，依靠天气风险大。烤烟为一年一季草本植物,生长过程较慢,在其生长的过程中,需要花费大量的生产资料和人力资源，而近年受农用物资价格上涨、烤烟房用电费用增加等因素的影响，化肥农药及烘烤租赁作业费、燃料动力费、固定资产折旧等成本越来越高。其次,随着农村经济的不断发展和外出务工青壮年人员的增加,家庭用工折价、雇工工价和家庭用工天数及种植烤烟规模户雇工天数的上升使人工成本不断上升。再次,近年来农产品价格不断上涨，种植农产品的土地租赁价格也不断上涨，因此种植烤烟的土地成本也不断提高。此外,烤烟的生长与气候环境息息相关,光照、温度、水分等不仅影响烤烟的生长和发育，也直接影响农作物的产量与品质。气候的异常变化如冰雹、暴雨、干旱等自然灾害都直接影响烤烟的产量与品质，一旦发生这种情况,烟农将蒙受巨大的经济损失。在高成本与高风险的双重压力之下，愿意从事烤烟种植的青壮年农民越来越少,导致烟农逐步走入“老龄化”阶段。

烤烟种植作为烟草行业发展的重要环节,卷烟工业的第一车间,烟农“老龄化”将会给烟草行业的发展带来极为不利的影响。一方面烟农“老龄化”会使烤烟种植面积逐步减少，烤烟的质量与产量无法得到保证；另一方面烟农“老龄化”会使烤烟种植技术的传播范围越来越小,烤烟种植将会出现断层现象。

如何避免烟农“老龄化”,提升烟农种植烤烟的积极性,稳定烤烟种植面积,提高烤烟的产量与质量，保障烟农的经济利益,确保烤烟生产健康发展,笔者提出以下建议：

加大政策扶持力度，实现烤烟种植规模化。一方面,完善相关配套设施,解决烟农生产条件问题。实现烤房建设、烟区电力设施建设与烤烟种植面积、烤烟现实生产相配套。另一方面,加大对烟农的政策扶持，如在种植过程中对农资实行无偿提供，烤烟收购时再进行补贴和抵扣；帮助有困难的烟农申请低息贷款等政策鼓励烟农大面积种植烤烟；实现烤烟生产向适宜种烟的地区集中，向烤烟种植大户集中,向种植能手集中,建立以烤烟生产为主的农业耕作制度，形成烤烟种植规模化，以强大的扶持政策吸引青年农民种植烤烟,避免出现烟农“老龄化”现象。

加强对烟农生产技术与生产管理能力的指导培训，提高烟农的生产技术水平和生产管理水平。首先,要提高烟叶培植员的专业技术水平。正所谓“师者,传道授业解惑也”,烟叶培植员良好的专业素质、扎实过硬的专业技能是烟农掌握烤烟生产技术的前提基础，也是提高烤烟产量质量的有效保证。其次,要加快烤烟种植技术的推广普及，采取灵活多样的形式对烟农进行技术培训，通过职业技术学校、专家现场讲座、建立烤烟示范村、示范户、充分利用媒体传播等方式方法,培养出更多烤烟技术强人、烤烟致富带头人。

实行烤烟种植保险保费补贴，增强烟农的抗风险能力。由于烤烟的弱质性和生产过程的特殊性，使其成为典型的高风险农业。在《烟草专卖法》的保护下,烤烟种植很大程度避免了由市场风险、技术风险与社会风险所带来的经济损失，而自然灾害成为烟农面临的最大风险。笔者认为一个有效的办法是对烟农实行烤烟种植保险保费补贴，由烟草企业与保险公司共同开展烤烟种植保险业务,遵循政府引导、市场运作、广泛参与、协同推进的原则,按照保费的一定比例,为投保的烟户提供直接补贴，减少烟农由于遭受自然灾害而蒙受的经济损失。以此调动农民种烟积极性，建立烤烟产业持续健康发展的长效机制。

发展烟农专业合作社，促进烟叶生产可持续发展。发展烟农专业合作社,是一种创新烟叶生产经营方式。其主要按照统分结合、双层经营要求,通过统一合作关键环节的专业化服务，建立统一的基地单元育苗、机耕、植保、烘烤、分级环节专业化运作体系，实现基地单元合作社专业化服务全覆盖，以此提高烟农组织化程度，实现生产规模化、专业分工化,经营集约化和生产标准化。成立烟农专业合作社是避免烟农“老龄化”的有效途径，也是烟草行业有效掌控烟叶种植资源和烟叶生产设施资源，促进烟叶生产可持续发展的有效途径，是烟草行业反哺烟农造福烟区,扶持烟农,推动烟区经济发展和社会主义新农村建设的有效途径。

服务品牌建设要过好四关

□ 暴英杰

行业企业服务品牌建设是国家局领导在实现“卷烟上水平”目标过程中一直强调的内容。在今年全国烟草专卖局长、公司总经理座谈会上的讲话中，国家局领导又提出了新要求:工业企业服务品牌建设要“六有”(即有名称、有规划、有目标、有路径、有内容、有结果),商业企业服务品牌建设要“八有”(即，有理念、有历史、有载体、有流程、有内容、有形象、有效果、有奖惩)。笔者认为,无论是商业企业，还是工业企业，落实好国家局领导的新要求，搞好服务品牌建设都必须要过好“四关”。

过好认识关。对服务品牌建设认识有无新高度，决定其有无新提高。当前,要从三个层面认识这项工作的重要意义。一是从行业整体发展上，要认识到建设好服务品牌的实质就是提升中国烟草竞争实力。没有服务品牌建设水平的提高,“卷烟上水平”也是一句空话。二是从烟草企业自身发展上，认识到服务品牌建设水平直接决定企业发展水平。没有服务品牌建设发展，就没有服务意识和服务水平的提高。三是从烟草企业服务品牌建设的实践上，认识到落实“六有”、“八有”是抬高企业服务品牌建设档次的需要。

过好规划关。与做好其他工作一样，服务品牌的建设与发展,需要在调研的基础上认真进行规划。实践证明,倘若有规划的工作没有做好的把握,那么,没有规划的工作就肯定做不好。以往的规划是没有“六有”、“八有”要求时的规划。如今,要根据新要求重新进行规划。规划中要把握三个要点。其一，把服务品牌建设与企业文化建设紧密结合在一起，达到相互促进的效果;其二,对“六有”、“八有”要进行细化,达到步步能操作、步步能深入的效果;其三,把企业文化建设作为服务品牌建设的根基,从规范服务行为入手,用企业文化建设的方式去促进去深入。在此基础上进行规划和实施,服务品牌建设就能较好地达到新要求。

过好运行关。国家局领导曾经指出，服务品牌建设要突出思想性、彰显实践性、注重辩证性。突出思想性即服务品牌要有思想的灵光,要提供思想的乳汁,要放射出思想的光彩。落实这一要求，各企业在服务品牌建设运行实践中，必须坚持从本企业经营实际出发，不能盲目地照抄照搬。比如,商业企业在服务品牌建设中,既要在支持、引导工业企业，为培育“532”、“461”品牌上下功夫，又要在搞好零售终端建设，为零售客户提供便利快捷服务上动脑筋,做到三个结合,即与落实规范要求相结合,与实行“135”工作法相结合，与完成营销指标相结合。只有这样,才能推进服务品牌建设扎实进展。

过好总结关。总结工作经验是服务品牌建设过程中的一个必经过程。总结工作做得好不好，决定这一工作进展的快不快。因此,必须要认真对待其中的总结工作。一是要及时进行总结。各单位各战线要把总结作为推进的一种方式,坚持一段一总结,一段一讲评。在总结中肯定成绩,发现不足,进一步明确方向。二是要及时进行交流。要把交流作为深化运行的一种方式。既可以通过组织相互参观学习的方式进行交流，也可以通过召开专题会议等方式进行交流，在交流中相互启发和促进，形成一个相互学习争先进、你追我赶上水平的良好局面。三是要及时进行推广。对服务品牌建设过程中的一些好经验好做法,要在深化认识、总结经验基础上，通过制度完善的方式进行推广，使之在企业管理中长期的发挥作用。

总之，服务品牌建设没有捷径可走，必须脚踏实地地过好以上“四关”。只有这样,卷烟企业服务品牌建设才能形成较大声势，服务质量和水平才能上升到一个新台阶，工业和商业企业服务品牌建设“六有”、“八有”要求才能落到实处。

节后卷烟市场如何监管

□ 邹海莉

节日期间,由于卷烟市场比较活跃,大量的假、私、非卷烟流入市场,给卷烟市场监管带来了空前的难度。再加上节日过后,卷烟市场上极易出现“礼品烟、人情烟”等为名义的回流卷烟,它们的存在直接影响了节后卷烟市场的正常流通秩序。为切实维护广大卷烟零售户和消费者的合法权益，专卖管理部门应如何开展节后市场监管呢？笔者认为抓好以下几个方面工作十分重要：

一是强化宣传，提高卷烟零售户守法经营意识。在节后的市场检查和走访服务过程中，专卖管理人员应加强与零售户的交流沟通，根据各辖区市场的特点，继续采取发放宣传单或者通过向他们宣传典型案例等形式,教育、引导广大零售户不销售假冒烟、走私烟,使他们认识到销售“礼品烟、人情烟”所带来负面影响及不良后果，提醒他们切莫为了一时的蝇头小利或碍于情面而从非正常渠道购进卷烟，进而导致违法经营行为的发生,让有回收“礼品烟、人情烟”的想法消除在萌芽状态。积极引导零售户守法经营、诚信经营,要求他们牢固树立“国家利益至上、消费者利益至上”的宗旨观念。

二是调查摸底，对零售户节后卷烟库存量进行采集摸底。加强专销结合,深入零售户店中,仔细查看零售户库存,帮助存货过多的零售户及时进行调整,以缓解其库存压力，并针对不同零售户实际库存情况,指导零售户及时补充货源。对零售户节后的订货与销售数据进行对比分析,找出差异性,准确判断出节后各卷烟品牌、规格的销售趋势，为节后订货、供货提供决策依据。

三是突出重点，狠抓卷烟市场的监管力度。加大对异常零售户的监管力度,集中力量对宾馆、酒店、名烟名酒店、集贸市场等重点部位组织开展全面检查。确定重点监管对象,对辖区高档烟、礼品烟回收等市场情况认真摸底排查，突出重点,明确目标,集中整顿,从严打击。对此，专卖管理部门在市场检查中要对症下药,确定检查的重点,针对出现的回收卷烟要严格查处、重点打击，坚决取缔“卷烟回收店”。同时可根据工作实际制定可行计划,细化工作内容,加强检查和监控,严查违法经营卷烟行为。

四是加大力度，深入开展无证取缔清理整顿工作。掌握辖区市场动态,排查无证经营摊点，采取堵疏相结合的方法，区别对待。对符合烟草专卖零售许可证办证条件，有依法经营意愿的零售户，责令其先停止违规经营卷烟行为，劝导其办证后再经营。对不符合办证条件的，配合工商行政管理部门予以取缔，严厉打击屡查屡犯的“钉子户”、“难缠户”，防止无证经营反弹，巩固无证经营取缔成果，确保管理不留死角，不出现盲区。

总之，节后的市场监督检查是一项长期性的工作，面对节后的卷烟零售市场,我们不能有放松的思想。作为专卖管理部门应该时刻加强监管，在检查中要讲究策略,注意方法,要结合各辖区实际情况，采取多种行之有效管理方法和措施,对违法经营行为实施有效打击,切实维护卷烟市场的正常流通秩序,为“卷烟全面上水平”保驾护航。

货源紧张时客户经理巧做“少米之炊”

□ 张睿翔 高保友

当前烟草公司都在推行“按客户订单组织货源”工作,但是由于卷烟商品的特殊性，烟草商业企业的卷烟供应还有很大的计划性，进入下半年随着卷烟销售计划的逐渐完成，本级市场的卷烟货源供应的数量也相应作了调控,卷烟供应出现“分水岭”,卷烟市场供应出现了紧张，货源供应进入了一年中的“紧张期”。

近两个月走访市场时不少零售客户反映,“已经好多年没有见到过卷烟货源这么紧张了，以前紧张时也只是部分畅销紧俏品牌货源紧张。而今年不同，几乎所有品牌的货源都紧张了。”原来在零售客户眼中不畅销、动销卖的替代品牌二线品牌现在都成了零售客户订购的‘香饽饽’了。当前客户社会库存普遍较低，大客户在100-200条左右，中小客户平均在30-80条左右,与同比减少近一半。面对当前货源紧张实际情况客户经理如何巧做好“少米之炊”呢？笔者认为可以从以下几方面做好客户经营指导。

做好宣传。导致客户意见的主要因素是计划紧张，但客户并不知道计划为什么会紧张,客户会胡乱猜想,并根据自己的猜想去制造舆论，使消费者也对公司产生误解，从而极大地损坏公司的声誉,所以,作为客户经理一定要及时向零售户进行计划紧张相关方面的宣传和解释工作，同时也要注意运用技巧,可以由大到小进行宣传,项客户解释烟草是特殊商品，吸烟有害健康，国家从全民健康角度考虑要控制卷烟产量,烟草供应是有计划的,烟厂不能多产一条，烟草公司也不能多销一条，同时还要向客户宣传公司卷烟投放政策，每年的年初卷烟会大量投放到年底由于烟草供应计划的减少卷烟投放,不是烟草公司有烟不放,而是没有卷烟投放。由此力争得到客户的理解,消除客户的不满。

货源紧张更要“稳价”。货源充足时,不少卷烟零售客户为了争夺客源,抢夺生意,采用了“价格战”,把卷烟的零售价格放得很低，有的零售客户甚至出现低于批发价销售出现了“卖香烟不赚钱还要倒贴一个方便袋”。现在货源这么紧张，进行卷烟零售价格维护的时机来了。卷烟供不应求,指导客户保价销售,例如:在卷烟不紧张时买2条烟只抵现在的一条烟，客户经理通过帮助客户理财算利润，引导零售客户要重视卷烟零售价格维护，引导各零售客户把卷烟价格调回到指导价，在货源紧张时客户经理价格维护效果往往会更好。

加强客户经营指导。客户经理要积极指导零售客户注意销售技巧,要大力引导零售客户优先保证零包销售,减少整条销售,这样既能缓解货源不足的压力，又能保证获得最大的销售利润，在畅销货源售罄后要指导零售客户向消费者推荐同档次替代品牌，如要整条销售也先推荐销售同档次替代品牌,这样既能培育这些“替代品牌”,寻找新的增长点,又能缓和常销品牌的供需矛盾。

做好库存指导。通过当前“货源紧、库存少、需求大”的实际情况地培养零售客户树立库存意识，让零售客户能够深刻体会到建立卷烟库存的重要性，同时向零售客户培训卷烟合理库存知识，帮助零售客户总结之前的经验教训，使其在今后能够把握住建立卷烟库存时机并合理地进行必要库存，提高零售客户的综合经营能力和竞争力。

货源紧张已经是现实情况，作为客户经理一定要端正态度，要用更为优质的客户服务来弥补卷烟供应不足的现状,应借计划紧张为契机,充分展示客户经理在为客户提供经营指导方面的能力，通过个性化服务和针对性指导去化解客户意见，拉近客户与公司的距离，帮助客户顺利度过计划紧张时期,实现客户满意。