提高罗平“生态天香”优质烟叶有效供给能力的探讨(二)

□ 窦友波　杨光宇　王稼良

四、推进现代烟草农业建设是提高优质烟叶有效供给能力的根本途径

近年来,罗平以“三化”、黄金走廊、全程机械化作业等一系列试点建设为抓手,精心组织、周密部署,高水平谋划、高标准实施、高质量推进,着力提高种植规模和服务水平,全力推行资金、项目、资源、力量“四大整合”,统筹烟水、烟路、烤房、育苗工场等“八大配套”,整合资金1.3亿元,改造中低产田4万亩,已建烟水工程10384件、机耕路134条183.031千米、卧式密集型烤房156群2479座(其中38座已改造为堆积式烤房)、现代化育苗工场2个(大棚33栋)、农机具2548台(套)、防雹点9个,极大改善了烟区生产、生活条件,提高了烟叶生产综合能力。但随着多元经济格局的形成,外出务工人员逐年增多,劳动力价格、煤炭价格和农资价格逐年上涨,导致烤烟种植成本逐年升高,多数青壮年选择外出打工,农村普遍缺乏青壮年劳动力。而烤烟生产又是一个劳动密集型产业,生产工序多、技术含量较高、成本投入大、种植风险性高,劳动力紧缺已成为制约烤烟生产发展的瓶颈。扎实推进现代烟草农业建设是解决烤烟生产深层次矛盾、提升优质烟叶有效供给能力、实现原料保障上水平的根本途径。一是因地制宜,科学建设。罗平地形地貌特征复杂,气候复杂多样,山区、半山区、坝区三种地势并存,要在水源条件、降水量等自然条件的基础上因地制宜,科学推进现代烟草农业建设,不搞一刀切,一个模式。坝区要以管网为主,山区要推广小水沟、小水窖、小坝塘;坝区可全面推广大中型农机全程机械作业,山区和半山区要研发中小型农机具。二是以点带面,循序渐进。积极探索、循序渐进,先搞试点,由点到面,逐步试点,不断探索总结试点经验,进而形成标准体系进行全面推广。试点建设量力而行,不搞盲目攀比,切实起到试点示范带动作用。三是坚持辐射带动,协调发展。充分发挥现代烟草农业建设的辐射带动作用,把现代烟草农业建设中的先进理念、先进管理方法及先进技术推广到大农业建设中,在增强烟草产业支撑能力的同时,形成以烟为主,粮油、蔬菜、经济林木多业发展,二三产业互动的发展格局,促进烟区农村产业结构进一步优化,不断推进新农村建设,实现协调发展,为罗平生态天香优质烟叶的可持续发展提供支撑,有效提高优质烟叶有效供给能力。

五、规范操作是提高优质烟叶有效供给能力的关键措施

一是合理确定田间消化鲜烟叶的部位和标准。在有效留叶数内,统一消化处理长度不够、无烘烤价值、工业企业无需求的底脚叶和顶叶。消化处理底脚叶标准为底部2片光照不足、发育不良、病斑较多、长度达不到要求、无烘烤价值或烤后品质较差的脚叶;消化处理1片顶叶标准为发育不良、开片不好、叶片过厚、长度小于35cm、病斑较多、无烘烤价值或烤后品质较差的顶叶。二是合理确定消化鲜烟叶的时机。根据生产实际,清除2片底脚叶的最佳时机是在烤烟进入封顶后10天左右(原有生产习惯封顶时扫除的两片奶脚叶除外);清除1片顶叶的最佳时机是在上部4-6片烟叶充分成熟采烤后摘除。三是正确把握消化处理烟叶的方法。不适用鲜烟叶,要选择晴天或阴天无露水时进行,有利于伤口愈合。为避免接触病株传染病害,要先摘除健壮烟株,后摘除病株。在底脚叶摘除后,及时喷施一次杀菌防病药剂,防治病害发生。四是规范消化处理鲜烟叶的流程。不适用鲜烟叶主要通过摘除、毁形后消化处理。按照“直接、方便、经济、有效、定时、定点、定量”的要求,用最简单、经济的方式处理。依据片区连片规模,选择在不污染环境、不影响田间卫生的烤烟种植区域设置不适用鲜烟叶消化处理场,按照同一片区5天内完成消化处理任务的要求,合理配备人员、规范农事操作,每片每天消化处理鲜烟叶15吨左右、折合大田面积200亩左右。五是明确不适用烟叶消化处理责任主体。坚持“三为主”原则,不适用烟叶消化处理的时间、地点、数量、标准、检查验收、补贴兑现以烟草为主;组织实施以乡(镇)、村、组为主;采摘以烟农为主,严格按照“制定方案——公布政策——签订协议——发放通知——统一清除——过磅计量——毁形堆捂——录入微机——考核验收——兑现经费——资料归档”的程序进行规范处理。六是探索消化处理鲜烟叶的途径。加强与农业、畜牧、林业等部门的合作,积极探索非烟产业利用低下等鲜烟叶的途径,加强低下等鲜烟叶用于水田、果园、沼气、堆捂发酵等方面的研究,建立长效机制,探索不适用鲜烟叶有效利用新途径,发挥大批量不适用鲜烟叶的最大效益。

六、坚持聚约式收购是提高优质烟叶有效供给能力的重要手段

聚约式烤烟收购模式是杜绝“三混”烟把、提高把内纯度、提高有效供给能力的重要手段。要严格按照合同签订的收购量和等级结构组织收购,正确处理“总量、质量、结构”之间、进度与质量之间的关系,以质量为核心,以结构为重点,认真落实初分预检制度,把好“初分预检、定级入库、验收入库”三个环节,切实解决把内纯度。一是落实等级质量负责制。烟叶站站长是等级质量第一责任人,收购组组长是等级质量直接责任人,分公司配备质量总检、烟叶站配备质量主检,实行主检对总检负责的层层负责制。二是加强培训。要对预检员、助收员进行分级技术、业务流程、职业道德等方面的培训,提高预检人员、收购人员分级水平和职业道德意识。在整个收购过程中,要“稳”字当头,始终如一,切忌大起大落、忽高忽低,要一个声音喊到底、一杆标尺量到底、标准执行不走样、落实政策不变样,坚持每天集中对标、统一平衡眼光,准确掌握收购标准,提高等级纯度,确保平稳收购。三是加强入户预检。要充分认识做好入户预检工作是做好烟叶收购工作的前提,是提高烟农种烟效益的关键,是做好烟叶调拨工作,提升罗平“生态天香”优质烟叶品牌的保证,要建立专业预检队伍,专职从事预检工作。同时加强对预检队伍的管理,督促预检员深入农户家中做好收购政策宣传,指导烟农按炉、按部位分级扎把,统一扎自然把,每把烟叶25—30片,用一片同级烟叶扎把,扎绕宽5厘米,把内不掺杂使假,要把“三混”烟把、大头把、平摊把解决在萌芽状态,解决在烟农家中,按“四不质量保障底线”做到“扎把不纯不出户、预检不过不出村、等级不清不进站、三混烟叶不入库”。堆积式烘烤示范的烟叶,按下部、中部、上部、杂色分组,不扎把,用绳子扎成2至3公斤重的小捆(便于专业分级人员分级)。四是严格执行聚约式收购程序。按“入户预检、批量交售、约时定点、集中运输、验证入点、密码收购”的程序,安排好烟农的交烟量、交烟时间和交烟顺序,按约定的时间、地点组织运输、交售。五是加强工商交接等级质量管理。严把烟叶入库调拨关,做到每车必检。

总之,“卷烟上水平”对原料保障上水平提出了新的要求和挑战,坚持总量控制、综合平衡、主攻质量、优化结构,提升原料保障能力,提高优质烟叶有效供给能力是当前和今后一段时期烤烟生产的主旋律。罗平作为以“生态天香”闻名的烟叶主产区之一,提高“生态天香”优质烟叶有效供给能力,提升罗平烟叶市场竞争力,做优做强罗平烟草已成为客观的必然的选择。

浅谈新时期我国的烟草经营工作

□ 陈丽娜

我国因地域辽阔,人口众多,成为世界上最大的烟草生产国,同时也是世界上最大的烟草消费国,烟草行业也成为中国税收收入来源第一行业,烟草业税收占全国总税收的10%。对于我国的烟草经营,我们应该用辩证的思维来看待烟草业的发展,要一分为二地看待烟草经营,既要看到多年以来所形成的烟草经营的顺畅渠道,客观地分析烟草经营的现状,同时也不能逃避烟草经营所面临的困境。

目前,我国的烟草经营具有相对固定的销售渠道,零售、批发均需凭证进行,现阶段的烟草销售主要依靠批发销售、零售、一些进出口烟草专卖品业务。而烟草本身具有其特有的价值,在市场经济中就有其存在的必要性和合理性,市场对于不同的烟草就有不同程度的需求,市场能够在一定范围内调节烟草的价格,但是烟草的价格除了受市场的调节外,政府为控制市场和稳定社会而实行的经济政策等方面决定烟草商品的价格。我国烟草行业实行统一领导、垂直管理、专卖专营的管理体制,自1991年颁布《烟草专卖法》以来,烟草市场就受到政府的控制和监督。我国稳步提高对于卷烟生产税和消费税税率的征收,促进控烟工作的开展和国家经济收入的增加,烟草经济也促进我国国民经济发展。国家烟草总局及省级烟草专卖局对卷烟生产实行严格的计划调控,不允许其他社会资本参加烟草生产,这就使得烟草行业具有垄断地特性的同时也具有竞争性。

对于我国当前具有垄断性质的烟草经营而言,具有较强的计划经济的色彩,阻碍了烟草行业之外的任何人参与到烟草行业的生产和经营当中,尽管在烟草行业存在一定的市场竞争,但是这样的市场竞争仅仅是存在与行业内部。我国施行的烟草专卖制度,避免了烟草生产的盲目发展,减少了某些重复生产,从而避免了许多不必要的资源浪费和财政收入流失,遏制了某些违法生产经营活动,从而有力地维护了国家和广大消费者的利益。对于我国现阶段的烟草经营而言,所采取的主要策略就是由国家烟草专卖行政主管部门主管全国烟草的生产经营活动。这主要可以从两个方向来理解,一是生产方面,拥有烟草专卖生产企业许可证的生产企业要获得国务院烟草专卖行政部门的批准,才能进行生产,而且烟草生产企业不能仅以市场需求为导向盲目地生产,而要在省、自治区、直辖市的烟草专卖行政主管部门根据国务院计划部门下达的计划,结合市场需求进行生产。二是经营方面,无论是批发还是零售,只有拥有了烟草专卖许可证才能在市场上从事烟草的销售。

对于我国目前的烟草经营而言,面临诸多问题,例如众所周知的垄断行业缺乏竞争;例如价格监管不力,各级烟草专卖局、各级烟草公司、国家烟草公司、卷烟厂、政府部门、税收部门都对烟草产品的价格产生影响;例如卷烟销售中存在极为明显的地方保护主义;例如烟草走私、无证经营等现象普遍。针对上述烟草经营存在的种种问题,我们不能一味地责怪政府,不能一味地抱怨社会的不公,而应寻找问题的根源,逐个解决存在的问题。例如调整烟草的税收政策;例如强化烟草业的企业管理;例如平衡中央政府和地方政府在烟草业的利益;例如从根本上加强烟草的生产与质量控制等。

如何应对特殊业态零售户

□ 邹海莉

当前,各辖区内普遍存在酒店、饭店、宾馆、网吧、娱乐场所等特殊业态零售户,他们的市场份额在逐年提高,对卷烟销售也起着越来越重要的影响作用,成为零售终端建设不可忽视的力量。如何对特殊业态零售户提供服务和进行管理,合理解决这部分零售户的需求,处理好资金结算、送货要求等方面的矛盾,成为当前我们所要面临的重大课题。那么如何妥善处理好与特殊业态零售户之间的关系呢?笔者根据日常工作中遇到的情况就如何应对特殊业态零售户提几点意见和建议。

一是加强专卖零售许可证管理。特殊业态零售户零售许可证办证率低,为此要加强对烟草专卖零售许可证的管理,不要让他们成为无证经营户,要把他们纳入到零售户的队伍中来。因此辖区专卖管理人员要扎实开展对宾馆、酒楼、网吧等特殊业态无证户的调查摸底工作,全面掌握辖区内宾馆、酒楼、网吧等特殊业态无证户的经营地址、经营规模、经营状态和营业时间等信息,并逐一登记造册,做到一个不漏,并把收集到的详细资料上报相关部门,由相关部门对这些特殊业态进行详细了解后,根据零售户合理布局的要求,对于符合办证条件的给予办证纳入管理,对于不符合办证条件的坚决予以取缔。

二是提供灵活多样的配送。由于酒店、网吧、娱乐场所等的营业时间和方式各不相同,他们订购的卷烟如果都由送货车送货上门可能会存在一些矛盾。针对这种情况,我认为,方便送货的可由送货车送货上门,不方便送货的可以设立代收点,零售户可以到代收点取货,这样既方便了送货员送货,又不影响零售户经营。

三是提供个性化服务。做好市场监管首先要搞好服务,只有提供完善的服务,才能更好地实施管理。根据特殊业态的特殊性,客户经理的日常拜访和提供服务要更具针对性,应把服务贯穿于市场管理的全过程,提高对特殊业态零售户的服务质量的要求。针对特殊业态零售户和不同类别零售户的区别,要按其需求的差异,提供差异化服务,将服务的标准化与个性化有机结合,只要以实际行动真诚服务,一定可以和特殊零售业态零售户形成亲密的合作伙伴关系。

四是加强监管力度。特殊业态零售户由于具有不同于普通零售户的特殊性,他们的货源需求主要集中在高档卷烟上,并且通常是紧俏烟,由于受客户类别和货源供应政策的影响,特殊业态零售户在订购的卷烟不能满足其需要时,往往会从外渠道进烟,这势必影响卷烟市场正常经营。因此我们要充分利用客户经理、送货员经常在市场的优势,发挥其专卖意识,及时收集、反馈市场上特殊业态零售户的违法违规信息,联合工商、公安等部门多搞联合行动、突击行动,不定时地对特殊业态零售户开展集中整治行动,坚决取缔无证经营,坚决杜绝非法售烟和售非法烟行为,尤其是用假烟危害消费者身体健康,牟取暴利的行为。

加强对特殊业态零售户的管理是一个不容忽视的现实问题,如果管理不好,很容易出现一些走私烟、假冒卷烟扰乱市场秩序的情况,因此,必须全面掌握这些特殊业态零售户的经营状况和经营规律,做好管理,加强市场检查,防止漏洞出现,才能更好地规范卷烟市场秩序。

客户经理应如何实践精准营销

□ 张志奎

国家局文件中指出:精准营销的出发点和落脚点在于培育行业知名品牌,在深入推进精准营销工作中应聚焦品牌,以“三维五率”作为精准营销的关键指标,重点关注品牌发展态势。

精确信息是精准营销的前提和基础,要通过行业卷烟生产经营决策管理系统、全国卷烟市场信息采集与分析系统和商业企业数字仓储管理系统分别收集获取品牌产销存信息、零售价格和社会库存信息、“三维五率”关键指标信息并进行精确分析,准确把握高端品牌的市场状态。烟草行业如何实施精准营销,客户经理又如何在实际工作中实践精准营销,笔者有如下几点看法:

要进一步明确客户经理职责定位。对于客户经理来说,传统访销中采集订单的功能已经完全丧失,订单采集工作已彻底由电访员承担。这是烟草行业一线人员专业化分工的结局,客户经理早已不仅仅是烟草公司的访销员和促销员,更是承担起客户的经理人这一重要职责。面对公司,代表零售客户,反映客户意愿,维护客户利益;面对零售客户,代表公司,培育品牌,维护市场。客户经理就是架设在商业企业与零售客户之间的一座桥梁,既能为企业提供必要、准确的市场信息,又能通过对客户的全面及时服务,传达企业政策,培育重点品牌,是精准营销体系中不可或缺的关键角色。

提高把握市场动态的能力,及时准确反映市场信息。“三维五率”(三维是指时间、区域和客户分类等三个维度;五率是指覆盖率、上柜率、动销率、断货率、成长率等五个指标)是精准营销的关键指标,其中绝大部分信息是要通过客户经理对市场走访,对客户服务才能获得的。客户经理“135工作法”中也强调,客户经理要在市场经理、品牌经理的支持下,做好服务客户、培育品牌、维护市场等工作;同时,将收集到的市场信息、品牌信息和客户意见传递给市场经理、品牌经理。并通过分析,把握客户、品牌、市场动态,找到存在的主要问题和原因,为制订月度营销工作计划提供依据。客户经理不但要掌握信息的内容还要提高信息辨别能力,提供有价值的准确信息。例如:在市场信息员在上报零售客户库存和价格信息时,首先要对零售户盘点的库存进行核实,准确无误后才能上报。真实准确的市场信息是商业公司营销决策的关键因素,只有客户经理提供了准确的市场信息,才能为市场分析提供准确的素材,才能保证货源投放的精准和有效。

提升客户服务水平,维护和谐的客我关系。精准营销4C理论中有一条就是要和客户保持双向互动沟通。而客户经理作为烟草企业活跃在市场最前沿的一员,能实现与客户最直接的沟通。关心客户价值的实现,通过不断的走访实现对客户采取面对面、一对一的个性化服务,收集客户意见及建议、解答客户疑惑、了解客户状态、传递货源信息、与客户商定总量、帮助客户经营分析、个性化服务、营销建议、情感沟通等,满足其个性化需求,用真诚有效的服务来留住客户,提高客户的忠诚度,并通过口碑宣传,实现客户的链式反应。在不停的走访中,还要注意有计划、有总结,在这种工作的循环往复、螺旋式上升过程中,客户经理的服务质量和水平不断得到改进,自身的素质和能力也得到持续提升。“源于客户需求,终于客户满足”,才能不断提升客户满意度、忠诚度和依存度,与客户建立起“平等互利、长期合作、共同发展”的和谐的客我关系。

理解品牌战略,提升品牌培育能力。精准营销的出发点和落脚点在于培育行业知名品牌。这也是实施精准营销中的一个十分重要的环节。在深入推进精准营销工作中客户经理应聚焦品牌,要深刻理解行业“532”、“461”知名品牌战略,了解营销品牌的文化、包装特点,吸味、卖点、品牌定位,把握品牌的发展状态。由于烟草行业的特殊性,加上国际控烟组织的要求,一个新品牌的推出不能像普通商品一样通过大面积电视等媒体广告形式向消费者宣传新品牌,最直接有效的方法就是通过零售户直接向消费者进行宣传,再结合产品自身优势在消费者中产生好口碑,以群体效应实现品牌的成长。因此,零售户能否掌握好品牌信息以及销售技巧将是品牌培育中至关重要的环节,而客户经理直接与零售终端打交道,如何将品牌信息准确传达给零售户和消费者,引导、推介重点培训品牌在工作中需要努力的方向。客户经理在推介重点品牌的同时还要密切关注重点品牌销售走势、市场表现、重点品牌宣传促销效果、客户品牌陈列情况、客户对品牌的意见及反馈等。从某种程度上说,客户经理付出多少,会决定一个重点品牌在市场上传播多广、多深、多透,精准营销的效果也在某种程度上会取决于客户经理对品牌的精准培育力度。