机制激发潜能

□ 付小青 蔡玮

“18# 机组又创了新高,整轮班都完成了车间的超产任务指标,真是好样的。兄弟们,咱也得努力啊,力争也多完成几次超产,摘掉咱1# 机组产量上不去的帽子。加油!”刚从12# 卷烟机调到1# 卷烟机的卷包乙班挡车工刘阳走到包装机组慷慨激昂地说。其实,自从他到1# 机组以来,机组的产量已经有了明显好转,设备效率也得到进一步提升,前几天还创纪录地拿到了机组第一次超产奖励。

“刘军,今天咱机组就差那么一口气完成指标,明天要加倍努力,不要拉了后腿。”7# 包装机主档陈丽文下班拉着卷烟机挡车工说道。

类似的一幕几乎洒满了卷包乙班的每一个角落。作为卷包车间最后的一道生产线——封箱机组也同样在不知辛劳,默默地努力着。今年快退休的6# 封箱机操作工程杏红,7# 封箱机操作工张萍,在她们职业生涯的最后几个月中,也从没有丝毫的懈怠。哪个封箱机坏了,需要帮助,总能看到他们辛劳的背影。每次有新进厂的员工来封箱机组学习,她们总是把自己工作的经验毫无保留地传授给新人,尽自己的全力来帮助他们更快地熟悉工作,为该厂的正常生产贡献自己的一份微薄之力。

如今,正值春供,卷包车间全体人员士气高涨,激情昂扬,车间产量纪录一天天地刷新,创下卷包车间历史以来的最好纪录。

成绩的取得得益于挡车工平时经验的积累;得益于挡车工对设备的精心维护;得益于机电维修工对设备的维修保障;更重要的是得益于车间的现行科学的管理;得益于车间、班组各项激励机制的开展。

进入春供以来,车间、班组为充分调动大家的积极性,齐思共想,出台了各种激励机制,在原有的基础上进一步提高了奖励措施。如车间在原有考核的基础上,出台超产激励,即完成一次超产(要完成超产,设备实际效率均要在96%以上),车间给以主档200元、副档100元的额外奖励。卷包乙班在车间激励的基础上,根据班组特色,也出台了相应的考核激励机制。如操作工通过努力,争分夺秒,但还是差1-2箱未达到车间超产指标而未拿到超产奖励。

针对此情况,班组为不打消其积极性,调动其更高的工作热情,出台了在车间超产指标的基础上减掉2—3箱班组进行额外奖励;针对软包机组比较辛苦,劳动量相对较大,而产量较低的情况,班组也出台相应考核机制,即机组在每完成一次车间任务给以机组30元/次的奖励,每超产7箱再追加30元,依此累加进行考核,其余硬包机组在完成车间基础上,每增加7箱给以机组55元奖励。当然,所有的激励机制均在质量达标的情况下才有效,否则取消奖励资格。

自车间、班组各种激励机制实施以来,操作工的工作热情空前高涨,自信心也有了明显的增强。原本只敢低速运行的设备,现在多数都接近全速运行,而且通过努力,设备在全速情况下也趋于稳定,质量上较往年同期也有了更大的改观。产量高了,翻箱的次数少了,员工们的热情得到了很大的提升,工作态度也得到了明显的改善。很多挡车工甚至为了能多开产量,每班提前30分钟到机组了解设备,做好各种保养,为春供的顺利进行提供很好的保障。10月份,卷包乙班通过大家努力,一次次地刷新着车间的班产纪录。

春供刚开始,他们就拿了一个开门红,充分证明了厂部、车间科学化管理的有效性。相信随着时间的流逝,春供生产会越来越紧张,在这场战斗中,挡车工的潜能会被更多地激发出来,创造更多的奇迹。相信在剩下的一个多月里,卷包车间能够顺利地完成紧张的春供任务,为该厂再续写一个新的篇章。

一生烟缘 一世情

□ 黄毓丹

听爷爷说:奶奶是地道的潮州人,出生于书香世家,本姓许,住在靠海边的城市,由于当时日本侵略中国战争的爆发,导致姐弟失散,父母被日本人杀害后,她被卖到现在的爷爷家做丫鬟。而奶奶当时只有七八岁的样子,太公嗜烟如命,奶奶便成了他专职的“烟童”。不知不觉中奶奶便染上了“烟隐”。

建国初期,按照当时的标准,我家被戴上了“地主”的帽子。土地、耕牛、余粮和房舍也在没收之列。而这时,奶奶依然离不开烟,为了满足自己的烟瘾,种了好多烟草,每当夏秋季节,儿女们都要跑到田里,给她帮忙。除了自己吸食,有多的还可以换换其他东西。爷爷是文化人,经人介绍到经销社给人算账勉强维持一家人的生活。

等到儿女们都长大工作了,奶奶才没有自己种烟抽。记得小时候,我们几个都争着给奶奶买烟丝和烟纸,因为要到村口路比较远,一次可以有二分钱的“跑腿钱”。至今都还记得奶奶接过烟时笑眯眯的样子,当我们几个笨手笨脚地给奶奶递过烟嘴和洋火的同时,奶奶熟练地一手撕下烟纸一手把金黄的烟丝均匀地撒在烟纸上,随后变戏法似地将卷成喇叭状的香烟插在烟嘴上,烟头忽明忽暗。那时候,我们最快乐的事情就是晚上做完作业,坐在奶奶身边听奶奶讲故事,那时最喜欢听的就是鬼故事了。奶奶讲故事时总是先点燃一支烟,在烟雾中,故事更显得神秘。等我上小学了,奶奶不抽自制香烟了,总是买最便宜的没有牌子的白包烟。我最喜欢帮奶奶点烟,看着奶奶总是舍不得抽好烟时,我总是对奶奶说:“奶奶,等我长大后,我给你买好烟抽。”这时,奶奶就会一个劲儿地夸我乖,说我懂事。

一个偶然的机会,我通过招聘进入了烟草公司,又是销售人员。小时对奶奶的承诺又浮现在脑海,工作之余回去看看奶奶,顺便也会带上几包香烟孝顺孝顺她老人家。奶奶总是说我破费,两眼却盯着烟盒上不认识的字一个劲地询问。当时的我,因为天天面对零售户,对奶奶的询问有一搭没一搭的,可奶奶每次拿到香烟逢人就自豪地说:“我孙女在烟草公司上班,又给我带烟了。”其实,奶奶的肺不好,一到秋天就咳个不停,一停下来,就又烟不离手了,为此,我们一家人也没少数落她:“抽烟没好处,为什么烟瘾总这么大?就不能不抽吗?”奶奶总是据理力争:“抽上一支烟,胜过活神仙,除非我死了才不会抽烟!”每次奶奶一说到这,我们就都不好再说什么了。想想奶奶的“烟史”,几乎贯穿了她的整个人生,从七八岁开始就和烟结下了不解之缘。即使是在人生最困难的时期也没有想过要戒烟。

奶奶的一生都与烟有关。记得奶奶生病住院时,因为疼痛,打火机总也打不出火,还总说儿孙们买的打火机没用,又或者是把烟拿反了点。奶奶已经87岁的高龄了,用医生的话讲到了油枯灯灭的时候。可我们总也不信,直到有一天,奶奶说不出一句话,用骨瘦如柴的手指着桌上的卷烟,双手颤抖着、嘴唇哆嗦着,看到奶奶企求的眼神,我们都会不自觉地泪如雨下,耳边总萦绕着奶奶曾说过“除非我死了才不会抽烟”的话。最后奶奶躺在病床上一边不断地呻吟,一边握着烟不断地抽着。在奶奶的一阵咳嗽声中,在一片呛人的烟味中,奶奶终于结束了她长达80年的“烟史人生”,真是一生烟缘,一世情啊!

卷烟“身份证”的大作用

□ 谭少松

众所周知,在烟草行业实行卷烟打码后,发放给零售户的卷烟就都有了一个属于自己的条形喷码,别小看这些小小的数字,它就像人的身份证一样,使绝大多数的卷烟经营户都得到了好处,烟草一线员工的大多数工作也紧紧围绕着这小小的数字而展开,里面的“学问”大着呢。

一位顾客来爱华商店买一条玉溪烟,眼睛一扫烟盒,钱一付,没说什么话就走了。我纳闷着,刚准备问店老板,可能是看出了我心里的疑惑,老板笑着说:“他现在经常在我店买烟了,呵呵,就是因为第一次。”“第一次?”我更加不解了,老板原原本本地述说开来,原来,这位顾客第一次来他店里买烟,说起了在市场上有许多的假烟,自己又不会辨认,对于他店里的卷烟也有疑惑,老板笑着对那个人说:“你在我这买烟尽管放心,我的卷烟是有‘身份证’的,烟壳上面的喷码和我烟草证上的一模一样,你验证一下。这就是我家卷烟独有的证明,别的店喷码就不同了,以后你不管在哪里购买卷烟,只要看到这条形码和烟草证上的一样,就可以放心地去买了,因为每个商家都是亮证经营的。那一招果然灵验,这位顾客现在已经成为了我的老顾客了。”

听完店老板的一番叙说,我忽然想起了在城区发生的一件卷烟掉包事情,幸亏还是这条形码起作用,要不然那个店损失就大了,就把这件事情告诉了他:那一次,有两个顾客要买几条硬中华,说要送人,还必须用黑方便袋装好,店主在忙活好收过钱后放在一个人的手上时,其中一个人接了个电话,又改变主意了,商量着送别的东西了,不要中华烟了,但好在店主精明,立即把黑方便袋打开后,发觉有条形码但不是自家的,就识破了这起骗局,两名骗子随即仓皇逃窜。爱华商店老板一听,心有余悸,说:“不得了,看来以后我还要记住自家的‘身份证’号码,遇上这件事情,可真的要感谢卷烟上的喷码了。”

这种卷烟“身份证”不仅让零售户拥有了固定的消费群,且得到了销售利润,还有效地制止了在经营上遇到的疑点难点,它发挥的作用是不是很大啊?

烟锅传情:佤族的独特恋爱习俗

□ 新华

在阿佤山区,常常看见18岁的姑娘吊烟袋,这可不是一件奇怪的现象。在阿佤人的眼中,烟锅是一件用来表达感情的信物。烟锅,是佤族妇女们最喜爱的物品。它的作用可不仅仅是用来抽烟,更重要的是是佤族男女传达感情的信物。这种方式应该是绝无仅有的吧!

青年男女一边劳动一边调笑说唱,在小伙子们的频频进攻下,姑娘们就会满脸羞涩地把自己抽的烟锅递给自己中意的小伙子。随着烟锅传递次数的不断增加,姑娘和小伙子的感情也不断加深,一次枯燥的野外劳动也就由此演变成了一场生动的串姑娘活动。

佤族的烟锅是用细竹和竹节做成的,约有一尺长,烟叶则是当地一种叫作“阑烟”的植物叶,抽起来有一股十分呛人的气味。据当地的老人讲,过去的阿佤山到处都是茫茫的原始森林,就连草都长得有一人多高,加之一年长达近十个月的炎热气候,为各种蚊虫和爬行动物的繁衍提供了温床。为了抗拒蚊虫的叮咬和毒蛇的袭击,经过长期的摸索,阿佤人发现,“阑烟”燃烧后发出的那股呛人的气味能够让人免受蚊虫的叮咬和毒蛇的袭击。于是,男人串山打猎,女人下田做活时不仅嘴上要叼着个烟锅,出门前还要掏出“阑烟”燃烧后留在烟锅里的残渣涂抹在脚杆上和手臂上。在家做事或是串门聊天时,也要把烟锅带上。后来他们还发现,留在烟锅头内的残渣还具有着很多的药用价值:手脚受了伤要从烟锅头里掏出一点“烟锅屡”抹在患处,不久伤口就会痊愈。一个佤族妇女还用“烟锅屡”涂抹患处治愈了丈夫发炎多日的痣疮。烟锅成了阿佤人生活中最为亲密的伙伴,上面也就附有了自己的灵气。

因此,在日常相互交往中,对自己认为最为亲近或是最为知心的人,阿佤人就会把自己的烟锅借给他抽上几口,以示彼此间亲密无间的关系。阿佤小伙去串姑娘的时候,当彼此之间感到情投意合的时候,小伙子就会故意去抢姑娘的烟锅以试探姑娘对自己的感情。如果姑娘只是象征性地抢一下就让小伙子抽了,证明姑娘对自己有意;如果感情有了进一步发展,姑娘还会主动为小伙子装烟,这时男女双方离发展成为“包格莱”式的恋人就只有一步之遥了。

南洋兄弟烟草公司:国货的复兴

□ 张蔷

在备受欧美烟草公司打压的情况下,南洋兄弟烟草公司曾一度经营艰难。而通过在上世纪一二十年代发起了一系列爱国赈灾活动,南洋兄弟烟草公司由此极大地提升了品牌声誉,企业营业额也急剧攀升。

1919年,南洋兄弟烟草公司扩大改组,资本额为1500万银元,创始人简氏兄弟的地位在7月17日签署的《新旧合同议据》上得到充分体现,其中说,“南洋兄弟烟草公司为简氏昆仲所创办,功勋卓著,其劳绩永不可没……今简氏不欲独享权利,公之于众,俾全国同胞均可入股,其志行尤为难能可贵;况制造出品,推广销路,简氏具有10余年之经验,新公司正宜依赖熟手,藉资主持,故新公司允聘简照南君为永远总理,并承认其有权将其职任日后交与受托人,以示优异……原协理简玉阶君,自公司创办以来,缔造经营,备尝劳瘁,且富有经验,新公司仍聘为协理”。

这是南洋兄弟烟草公司历史上一个新起点。此时,公司总部已迁到上海,有香港、上海两个生产基地,市场遍及中国及南洋等地。创业14年来,在占有绝对优势的外资企业英美烟草公司咄咄逼人的压力下,该公司能走到今天,简氏兄弟心中的滋味外人难以揣测。1905年,广东南洋烟草公司在香港初创只有10万股本,七拼八凑,4年后改组为广东南洋兄弟烟草公司。1915年在北洋政府农商部注册,产品逐渐在广州、武汉、上海、天津、沈阳等地打开销路。1916年起正式在上海设局经营,到1917年月销卷烟近2000箱。简氏兄弟由此萌生在上海设厂并把总部移至上海之念。1919年9月《民国日报》的一篇文章即曾感叹上海厂占地之大、建筑之伟、成货之多。

其时,英美烟草公司占有中国卷烟市场的大部分份额,每年赚取的利润达七八千万到八九千万元,南洋兄弟所占市场不足1/5,完全处于竞争劣势。南洋的调查员1915年曾调查发现,上海的大同行(在烟商方面,上海的批发商称“大小同行”)20多家都与英美公司有约,不能销别家的货;小同行170多家也受大同行压力,不敢代售别人的货,南洋兄弟连日奔走都无人肯订货。1916年,在汉口、天津,南洋的产品销售额只有英美的1/10、1/14。1918年,在南京等地,英美公司几乎控制了全部烟摊。它们不仅在产品质量、销路上占优势,在税捐上也享有特权。为了打击竞争对手,英美公司除了在各种渠道排斥南阳公司的产品,还以削价竞销、津贴水脚(“水脚”即路费)、利用赠品宣传、打击南洋公司广告等方式争取市场,甚至专门针对南洋兄弟增加新品牌来抵制其发展。

从1914年、1917年到1922年,英美公司至少三次想吞并南洋,但都没有成功。为了与英美公司竞争,南洋兄弟采取了减削售价、加厚分销利益,附送赠品、参加国货展览会等方式。为提高产品质量,简氏兄弟从改进烟草原料入手,派出专业人士到各省产烟地,对于在种烟草方面有经验的人,不仅在资金上给予他们帮助,而且教他们种法,“为国货上根本之改良”。

最有力的途径是南洋兄弟通过赞助公益事业来争取社会的支持。早在1915年,广东发生大水灾时,简氏兄弟独立组织救灾机构,购置小货轮带着粮食到各处救济,船头的旗上大书“南洋兄弟烟草公司放赈”,社会各界对南洋纷纷给予好评。1920年,北方各省旱灾,南洋董事会决定从10月起5个月内,每销出一箱香烟,捐洋5元,价格不变。1931年江苏、安徽水灾时,他们也从每箱香烟中提取3到8元捐给灾区。捐资办学、助学,也一直是南洋兄弟所热心的,比如为救济香港烟贩子弟设立义学,先后捐助几所国内著名大学,并派遣美国留学生等。这些举动都提升了南洋品牌的口碑,比单纯的商业广告影响深远。

到1925年“五卅”运动这一轮国货热潮中,南洋公司仅在上海一地,当年7月下旬就新开了十多家香烟厂(可惜简照南1922年谢世,并未看到这一幕)。由于提倡国货最力,营业额急速蹿升,它从只有5000多工人,到6月下旬就增加到8000多人。1925年6月28日,简玉阶在讨论扩充股份、添设分厂的董事会上说:“自五卅案发生后,国人提倡用国货,热度日高,我公司近来销场过大,供不应求,各局索货万分急迫。各处正当团体以我无货应市,责备不堪。此等情形殊不可以寻常理想测之。我厂制造力量,日夜加工,仅供销场1/4,而每月营业已在四五百万元……”

1925年7月中旬,南洋兄弟公司的职员对记者说,近来国人提倡国货的热诚达到极点,陕西、山东、河南、河北等地,每天来订货的都有数十起。当月《京报》也报道说:“南洋烟草公司每天营业所得从五六万上升为二十五万元”。同年8月初的统计显示,他们的销售额已增加了三倍。1924年,他们的销售金额是2521万多元,1925年激增到3645万多元,这一年的纯利高达122万元,南洋兄弟烟草进入鼎盛时期,与英美烟草公司在市场了较劲20年的简玉阶,喜悦之情溢于言表。

但他不会想到,南洋没有被长期垄断中国卷烟市场的英美公司吃掉,最终却落入了宋子文的权贵资本之手。1937年,简玉阶60多岁,多年支撑这家企业,此时,企业困难重重,家族内部矛盾重重,他不仅将21万股低价出让给宋,而且将简家留下的20多万股也交给宋来掌握。

□本报地址:中国四川成都市青羊区二环路西二段121号 □发行:(028)87319500 87316370 □传真:(028)87342251 □广告部电话:(028)87315504(传真) 87330406 □邮编:610072 □北京广告联系电话:(010)85800138 □广告经营许可证:川工商广字5100004000280 □本报印刷厂印刷