

日前,全国烟草行业企业管理现场会在云南昆明召开。会议结束后,湖北中烟立即组织传达会议内容,湖北中烟彭明权总经理指出:要认真贯彻落实李克明副局长、王平司长的重要讲话精神,学习其他兄弟单位企管工作的先进经验,推动“管理创一流”活动深入开展。

2012年,立足于早部署早安排,湖北中烟将根据国家局“管理创一流”的企业管理工作要求,即一流的基础管理,一流的体系建设,一流的目标管理,一流的创新机制,一流的管理团队,围绕公司品牌战略,以目标(体系、对标、创优)为导向,以课题为载体,依托企业综合管理系统和企业管理服务平

台,助推企业管理创新和基础管理上水平。即“12345”企业管理目标。“1”是树立服务品牌的意识。企管工作的一切出发点和落脚点要服务于企业品牌战略的实现,服务于快速响应市场的需要,服务于企业改革发展的需要,服务于管理效率的提高,服务于员工的成长。

“2”是建设和运行好两个平台。即依托企业管理服务平台,推进资源的整合,管理视野的拓展,管理集群的形成;依托企业综合管理系统提升管理信息化水平,管理能力的提高,管理效率的裂变。

“3”是运用好管理的三个手段。一是聚焦品牌发展的目标管理,二是提升管理效率的流程优化和管理信息化;三是夯实管理基础的制度执行力提升和管理诊断(包括内审、管理评审)。

“4”是取得创新企业管理方法的突破和水平明显进步。一是目标管理与品牌发展、全员薪酬绩效的挂钩;二是体系管理信息化向企业管理信息化的全面提升,继续在行业领先;三是一批管理创新成果在行业

和全国获奖,并入选MBA经典案例;四是管理对品牌发展、战略目标的实现的促进作用得到明显提高。

“5”是实现国家局企业管理“五化”目标。即“体系目标化、管理流程化、手段信息化、基础规范化、改进持续化”。

(闵京 程晖)

江西中烟召开 2011 年科技项目鉴定会

近日,江西中烟工业有限责任公司召开了2011年科技项目鉴定会。公司有关领导出席会议,来自江西中医学院、江西省烟草专卖局、江西中烟内部的10位专家以及各项目组负责人和有关技术人员参加会议。

专家组对参加鉴定的项目给予了肯定,一致同意《“金圣香”提取工艺优化及精制研究》、《烟叶醇化养护管理体系研究》、《“金圣香”生产及使用规范》、《本草精萃提取物降低金圣品牌中HCN含量研究》、《金圣本草香与本草的脉源关

广丰卷烟厂支持新农村建设

“衷心感谢贵厂伸出援助之手,给予我们村里5万元资金搞公路建设,改善了村民的生产生活环境。我是村里的一名普通村民,平日厂领导们工作忙,我想用写信这种方式表达我们全体村民的感谢之情!”日前,江西中烟广丰卷烟厂收到一封来自广丰县铜钹山镇五通书村民的感谢信,信中这样写道。

近年来,该厂不断推进企业改革发展,在取得了较好的经济效益的同时,也十分注重社会效益,主动承担社会责任。如开展了“一对一”帮扶、“关爱孤寡老人”、“捐资助学”、“慈善一日捐”、“献血”、“支持新农村建设”等公益性活动,树立了

良好的企业形象,产生了良好的社会效益。

五通书自然村位于广丰县铜钹山镇西南,是革命老区,也是石人村15个村民组中唯一未通公路的村民组。该厂了解到情况后,为改善村民的生产生活环境,通过协议及请示江西中烟批复同意,决定扶持村里5万元资金用于公路建设。

据了解,该厂今年还对广丰县丰溪街道黄家淤村新农村建设,永丰街道横路社区下水道疏通、改造路面硬化工程等分别给予了4万元和3万元资金支持,为新农村建设助力,得到了社会的一致好评。

(周坤强)

方面

有显著创新,形成了精品“七匹狼”品牌核心加工技术;通过专项实施,使专线建设过程由传统“设备拉动型”的技术改造转变为“产品工艺驱动型”的技术创新过程。与会人员一致通过评审意见。福建中烟有关领导对精品“七匹狼”品牌专线获得专家委员会高度评价表示祝贺,同时对专家委员会的辛勤劳动表示感谢。

此次评审会议是继精品“七匹狼”品牌专线通过环保、消防、职业病防护设施、安全等竣工验收评审后,进一步对精品“七匹狼”品牌专线生产、技术等方面全方位考察。本次评审会议的圆满举行,不仅为行业开展同类重大专项积累了经验,并且为龙烟实现打造“生态型卷烟制造基地”的技术经济指标要求,产生了显著的经济效益和社会效益;在应用自有专利技术定制主机设备、批次生产与管理技术等

责编:袁志彬 编辑:周君
版式:吉学莉 校对:刘晓燕
2011年12月21日 星期三

JINYEZHOUKAN

金叶周刊

为“双喜”提供给力原料保障

——记广东中烟原料供应中心

□本报记者 魏新梅

2009年,国家局明确提出要把“卷烟上水平”作为行业当前和今后一个时期的基本方针和战略任务,并于2010年制定了“532”、“461”品牌发展规划,即争取用5年或是更长一段时间,着力培育2个500万箱、3个300万箱、5个200万箱,定位清晰、风格特色突出的知名品牌,并且在国际市场要有所突破;培育11个销售收入超过400亿元的品牌,其中,6个超过600亿元、1个超过1000亿元。“532”和“461”品牌发展规划的制定,为行业知名品牌的发展指明了前进方向,并意味着行业优势资源将向知名品牌进一步聚集,做强做大知名品牌,提升知名品牌的整体竞争力。

在“532”品牌格局这场激烈的角逐中,重点品牌已经逐渐成为中国烟草当下及未来发展的重要支柱,重点品牌市场主导作用进一步显现,影响力进一步增强。双喜作为中式卷烟的三大代表之一,一直有着清晰的发展理念,早在2009年,广东中烟公司总经理李根基就说道:“我们要成为中国最具竞争力的烟草企业,双喜就必须成为全国强势品牌,逐步发展为国际性品牌,到2013年,双喜产销量要达到300万大箱,形成以二类烟以上为领军和主导的规格梯次。”

在国家局大品牌发展的战略环境下,公司领导正确领导下,全体职工的努力奋斗下,时值2011年末,双喜一路高歌猛进,年产销售量已突破300万箱大关,提前实现了发展目标。品牌的发展既为双喜谋划了一片光明的美好未来,也为原料供应中心确定了奋斗方向。

“双喜从一个广东的地方品牌,发

展成为全国前三位的知名品牌,有着自己的特色和内涵。一个产品的发展是与原料息息相关的。”原料供应中心余其昌总经理说道,“我们在积极响应国家局降焦减害要求的同时,也保持了双喜‘高香’的特色,这对原料的要求是比较高的,尤其是成熟度的要求很高,所以广东中烟对上部叶的使用是比较有心得的。”

大品牌时代即将来临,全国各个中烟公司都在竞相打造自己的品牌,每个都要实现“卷烟上水平”,但全国的优质烟叶是有限的,这在结构问题和区域问题上就提出了新的挑战。广东中烟在云南、贵州等烟叶大产区的比例并不是很高,例如今年云南的烟叶产量约2000万担,占了全国的约40%,但却只在广东中烟的调拨量中占了25%。没有优质烟叶就没有优秀的卷烟,面对这样的严峻形势,广东中烟把增量重点放在了新烟区,以文山、普洱和临沧为主,同时保持老烟区的调拨量。“我们向云南省局提的烟叶需求比较理性,就是要维持25%的比例,到2015年达到125万担左右,每年要有10万担的增量。”王剑辉副总是如是说道。

原料的库存只有20个月左右,在18家工业企业中是最低的,公司党组领导对这个问题非常重视,提出了到2015年使库存储备水平达到24个月的目标规划。

“根据发展规划,2015年,双喜要实现500万箱规模、500亿元工业税利、1000亿元以上商业销售收入的目标。”这给了原料保障带来相当大的压力。

卷烟上水平是国家局的要求,那么原料保障就必须上水平,广东中烟积极参与、深度介入,不断加强基地单元的建设。据了解,广东中烟到2011年为止,

已经建设了25个基地单元,其中20个是国家局层面的,到2015年计划增加到65个,最终要达到的目标是基地单元的调拨量要占总量的70%。

广东中烟在基地单元建设上有着明朗的远景规划,按照国家局的步伐,根据种植环境、分级的质量水准、调拨量的需求等方面详细分析,同时依托河南农大、青州所以以及烟叶产区的烟科机构,加强合作,不断在烟叶风格上体现工业的需求。并且和商业共同制定烟叶生产技术方案,通过技术中心把自身的质量目标需求、品种需求和烟草公司进行沟通,全力保证原料供应的稳定,使配方质量目标在产区得到完善的体现。

据了解,国内的配方结构可以分成两大类:一类是本身有主产区的一些工业企业,例如云南、河南、贵州;另一类是本身没烟叶的一些工业企业,例如上海、江苏、浙江。作为本省有原料的,主要就以本省烟为主,最明显的就是云南。而双喜品牌采用的是“多产地、多等级、小比例”的配方模式,这样做有两个好处:一是充分发挥各产地烟叶的优势,二是配方的稳定性,小比例不会因为某一个产区的变化而影响卷烟质量。

广东中烟属于品牌输出方,原料部门承受的压力远远大于品牌输入方。这主要体现在优质烟叶资源是有限的,哪怕是品牌输入方,原来占据的一些比较好的烟叶产区不会轻易退出。那品牌输出方在不断扩量的同时对优质原料的需求也在增大,在扩量的过程中,必须设法解决原料的保障、产地的保障问题。从这点意义来说,原料部门面临的压力很大。

“一个崭新的超级品牌时代来临……计划、市场、烟叶等资源都将在‘532’战略的指挥棒下,一一配套到少数

几个重点骨干品牌名下。”有限的优质烟叶资源的竞争会越来越激烈,广东省烟叶年产量只有73万多担,没有本省产地烟叶的优势,这就需要原料部门付出更多更多的努力。

一支能征善战的烟叶人才队伍,是保障原料基础的一个重要手段。广东中烟非常重视人才队伍的建设,每年都有关于烟草种植、国家政策等方面的专项培训,专门送去国家培训中心学习烟叶分级、农艺师资格等专业知识,不断提升业务员的素质。

为了使烟叶质量符合双喜品牌的发展,原料部门的业务人员每年在烟叶生产季节都要驻扎在产区,从种植到调拨都要全程跟踪。在烟种植的时候,他们是驻点员,跟踪到技术方案的落实;到了烟叶收购的时候,还要把关烟叶等级质量,这时候又变成了一个检验员;到了调拨的时候又成了业务员;到了烟叶加工的时候又成为监打员;等把打好的烟叶调回来的时候,又是调拨员的角色,这些辛勤的员工在这些角色当中反复的循环定位。工作量非常大,也很累,但这种累是值得的,他们的工作对品牌的快速健康持续发展,对国家局整个品牌的布局做出了卓越的贡献。

----- 记者感言 -----

2003年成立以来,经过8年的艰苦努力,广东中烟从默默无闻到名声渐起,双喜由地方品牌发展成全国名牌,奠定了冲刺行业最大最强品牌的基础,铸就了激励广东中烟奋勇前行的“双喜精神”。如今,广东中烟人已经踏上了新的起跑线,朝着500万箱的目标迈进,相信广东中烟带来的不仅是胜利的喜悦,更有过程

湖南中烟大力支持 湖北鹤峰基地 单元建设实现双赢

2011年12月初,湖南中烟工业有限公司、恩施土家族苗族自治州烟草专卖局(公司)鹤峰县烟叶分公司就进一步加强基地单元建设与合作进行了座谈。双方表示,将在鹤峰烟叶基地单元建设、科研项目

和山区优质烤烟开发等方面进一步开展全方位、多领域的合作,有效提高原料保障水平。

湖北省鹤峰县自2004年与湖南中烟公司工商联办常鹤烤烟基地以来,该县与湖南中烟紧密合作,在烟叶生产中,遵照“工业企业需要什么样的原料,就生产什么样的烟叶”的经营理念,按照湖南中烟公司卷烟品牌原料需求组织指导烟叶生产,建设了紧密的品牌导向型优质烟叶原料供应基地,而湖南中烟则对鹤峰烤烟实行全等级调拨,鹤峰清香型山地特色优质烤烟已成为湖南中烟“芙蓉王”品牌卷烟的主配方原料。今年,湖南中烟调拨鹤峰烤烟9万担,并为鹤峰烟农无偿提供有机肥料1200吨等生产物资扶持,与鹤峰县共建了燕子现代烟草农业基地单元。8年来,湖南中烟每年资助20名鹤峰贫困烟农子弟上大学,并出资100余万元捐建了鹤峰县“芙蓉希望小学”和中营乡民族中学教学楼,这一善举深得当地烟农和政府好评。通过工商联办基地,使市场、烟农、企业和政府四满意,树立了跨省联姻工商联办基地的成功典范。

2012年,双方拟在稳定燕子基地单元建设的基础上,湖南中烟将帮助鹤峰县再高标准建设中营基地单元,并新增2万担烤烟调拨计划。

(廖小芹)



近日,吉林烟草工业有限责任公司延吉卷烟厂卷包车间工艺员在检查“长白山”(软红)卷烟的烟支切口平整度等感官指标。

据了解,延吉卷烟厂最近采取提早进行计划调度和合理安排生产班次等措施,有效克服了异型包装机组产能不足、生产任务重等不利因素,同时通过加大产品质量的控制力度,以切实保障元旦、春节前后“长白山”(软红)卷烟的市场供应。

李福军 摄影报道

贵州中烟： 打造别具一格产品 推行别具一格营销

这几天,贵州中烟工业有限责任公司总经理白云峰刚从广州回来。说起公司与广东省烟草公司联合举办“贵烟”品牌推介会获得成功,让他很欣慰。

“与过去不同,这次我们采用了一些新颖的推介手段,得到广东各地经销商的普遍认同,成效显著。”白云峰告诉记者,在创新营销策略的带动下,2011年省外市场增势强劲,江苏、四川、浙江等相继突破万箱销量。从2008年不足3万箱到2011年的40多万箱,3年销量增加了13倍。

2011年来,按照“打造别具一格的产品、推行别具一格的营销,整体提升‘贵烟’品牌的影响力和美誉度”的新思路,贵州中烟进一步解放思想,大手笔改革创新,实现了超常规发展。统计数

据显示,前10月,不仅产量和销售收入两个指标同比增加两成,实现“量”的倍增,“质”的提升尤为抢眼,卷烟单箱销售收入突破万元大关,税利保持31.73%高速增长,高于全国平均增速8.45个百分点,创10年来新高。

“从目前的发展态势看,预计全年销售收入和税利同比分别可增加44亿元和40亿元,实现‘十二五’开门红指日可待。”白云峰说,贵州烟草历经兴衰,经过“十一五”的努力,贵州中烟克服基础相对薄弱的不利因素,通过在装备水平、原料保障、产品研发、管理水平等方面苦练内功、积淀基础,如今发展基础更加扎实,品牌竞争力增强,企业整体实力也得以有效提升。

从2012年开始,贵州中烟将实行

全员营销,强化协同营销和精准营销,完善以品牌建设为核心的目标责任体系,探索面向消费群体新的网络营销模式,更加突出市场管理和品牌建设的前瞻性。针对近期节日市场,贵州中烟将推出“圣诞版”贵烟(喜格)、“情人节版”贵烟(蓝色的爱),捕捉每一个商机,适时提升品牌活力。

从2011年开始,贵州中烟充分利用该省原生态和“国酒”文化的影响力,积极探索烟酒文化融合的有效途径,大力推进“贵烟”品类构建和品牌建设,全面启动了“国酒香贵烟”新品类构建工作,力求通过全方位攻关和立体打造,形成特色鲜明、差异明显、消费者喜爱的特色香型和新品类。

(田洋)