

近日,上海烟草集团北京卷烟厂中南海品牌战略管理委员会第一次会议召开。

会议议程由四部分组成:一是“新生代”公司介绍 2011 年市场调查情况;二是营销中心汇报近期市场销售情况及消费者需求变化情况;三是技术中心汇报 2012 年新产品开发项目及进展情况,及降焦减害技术进展情况;四是企业管理部进行行业政策介绍解读及“中南海”品牌发展趋势分析。

“中南海”品牌战略管理委员会,是根据“中南海”品牌转型发展的战略要求,为进一步规范品牌战略在制定、实施、监控、风险防范等方面管理流程,

中烟机械集团领导到许昌烟机调研



近日,中烟机械集团公司副总经理于明芳、生产管理部主任吴熙亮等一行三人到许昌烟机公司进行考察调研。

公司总经理董秀明介绍了公司 1-4 月份经济运行情况、2012 年度产品销售预测分析及新产品研发、试制情况。公司相关部门负责人就物资采购招标工作开展情况做了详细汇报。在听取汇报后,于明芳充分肯定了许昌烟机公司在产品转型期间所做的各项工作,并对公司下一步工作提出了具体要求:一要坚定信心,变压力为动力,对公司一季度经济运行情况要深入分析,认真查找原因,制定完善的措施保证公司年度各项目标任务的完成。二要深入挖掘新的经济增长点,加大国际市场开拓力度,积极做好超高速物料站等新产品验收鉴定工作。要克服产品调试人员紧张等困难,加强售后服务人员队伍建设,不断提高服务水平。三是对滤棒成型类产品市

新郑卷烟厂深入开展“自查廉政风险点”活动

河南中烟新郑烟厂党委在总结前一阶段廉政风险防控机制建设的同时,深入开展“自查廉政风险点”活动,推进廉政风险防控机制建设工作扎实开展。

新郑烟厂党委于日前召开专题会议,组织党员干部举办专题党课,学习《国有企业领导人员廉洁从业若干准则》等文件,使党员干部真正明白开展廉政风险防控机制建设活动的重大意义,进一步提高党员干部廉政意识。为推动第二阶段廉政风险防控机制建设有序进

以促进“中南海”品牌稳定、持续、健康发展,而酝酿成立的,并以红头文件的形式确定了委员会成员及基本职能。委员会第一次会议的召开,标志着委员会工作开始进入实质运行阶段。

厂长曲志刚指出,委员会会议要“虚实结合”,既要研判宏观经济政策形势,又要对品牌管理具体工作拿出方案形成决议,并对下一次会议提出了具体要求。他强调:对于“中南海”品牌在转型发展的调整期遇到的问题,大家要立足高远,坚定信心,通过努力做好自己的工作,促进品牌的创新发展。

(易品芳)

场份额快速上升期间出现的质量问题要高度重视,要严格按照产品工艺要求做好每个工序和细节,确保产品品质。四要加大滤棒成型类产品主力机型的推广力度,加快后续新产品的研发工作,顺利完成转型期间新老产品的衔接过渡,通过市场和研发两个“轮子”的同步运转来助推企业稳步发展。五要进一步规范物资采购招标工作,要做到严格规范,公开透明,通过招标工作实现利益最大化。认真做好物资采购招标相关材料的整理完善和总结分析工作,通过总结经验确保招标工作取得实效。

在公司董事长张彦岭、总经理董秀明等领导的陪同下,于明芳一行到公司装配车间生产现场详细查看了 YF712YF713 超高速包装机物料站、YF714YF72 超高速卷接机组物料站等在研产品的试制情况。

(杜娟娟 摄影报道)

行,厂专门制定了党员干部廉政风险自查表,要求机关各部门、所有车间主任、书记、技术人员、核算员、保管员结合自身岗位职责认真填写,查找廉政风险点,进而增强党员干部主动发现问题、自我纠正问题、解决问题的能力。

为巩固党员干部拒腐防变的思想道德防线,新郑厂还打印了以党员干部自觉履行义务、遵守廉洁从业规定、接受职工监督为内容的《党员干部廉洁从业倡议书》,并下发到每一名党员干部手中。

(张百根)

全员积极参与 深化工商协同——赣南卷烟厂开展全员营销工作调查

江西中烟工业有限责任公司赣南卷烟厂全员营销工作在公司营销中心的悉心指导下,紧紧围绕实现赣州市场“金圣”品牌增量目标,深化工商协同,加强品牌宣传和终端维护,为“金圣”品牌在赣州市场进一步发展奠定了坚实的基础。企业连续两年荣获江西中烟“全员营销单项奖”和“全员营销先进单位”称号。日前,笔者对江西中烟赣南卷烟厂开展全员营销工作情况进行了调查,发现其成功做法大致可以归纳为几个方面:

一是突出重点,健全组织。为加强全员营销工作的组织领导,该厂把此项工作纳入了企业发展的“三大中心工作”之一,健全了组织机构,把全员

营销管理工作办公室定为企业常设机构,重视营销队伍建设,完善相关制度,切实把全员营销放在与企业生产管理同等重要、同等重视的工作来对待,积极推进营销方式和服务手段的创新。建立了“组织架构+管理制度+习惯体系”一体化的全员营销运作体系,即在组织上有职能分工,在管理上有制度准则,在行为上有习惯体系,形成“全员、全过程、全方位”的深度营销模式。为充实力量,该厂还在各部门挑选曾经在销售战线上工作过的中层干部以 AB 岗的形式强化全员营销的具体工作实施。

二是深入市场,强化协同。该厂领导经常深入一线市场走访,开展“月

JINYEZHOUKAN 金叶周刊

从“治病”到“防病” 楚雄卷烟厂工艺质量管理实现新跨越

□ 戴永生 李伯恒

质量是企业的生命,是企业参与市场竞争的坚强后盾。长期以来,红塔集团楚雄卷烟厂坚持以质量为本,以“打造世界领先品牌”为导向,以“产品零缺陷”为追求,质量部门、生产车间共同携手,把生产全过程与产品质量有关的信息纳入分析改进工作中,从根源上消除影响产品质量的“病毒”和“细菌”,实现了从“治病”到“防病”的跨越。

全面培训打基础

2010 年以来,楚雄卷烟厂通过技术改造,在复烤、制丝、卷包生产线上建立了生产过程质量数据采集分析系统,使卷烟生产过程有了全面、丰富的质量数据。工艺质量部门充分利用过程质量数据分析卷烟生产过程中存在的不足,每月以“分析报告”和“质量简报”的形式下发到各车间,对降低质量缺陷、预防质量事故起到了积极的促进作用,但同时也存在着分析和改进相对滞后的缺憾。针对存在的问题,楚雄卷烟厂对生产过程质量管理进行了新的尝试。

学习是应用的基础,要想全面分析生产过程质量控制中存在的不足,查找潜在的质量隐患和质量改进点,需要掌握质量统计分析方面的知识,熟悉每一条生产线上各个工序点主要的分析内容和方法,以及各工序指标的质量水平和改进要求,才能正确识别质量控制的关键点,准确评估潜在的质量风险,从而找准质量控制的短板。

2010 年下半年,结合质量分析与改进工作的需要,工艺质量科以质量统计相关知识、企业质量统计分析要求和各生产线分析要点等三部分为主要内容,对各车间质量相关岗位的人员及质量



管理部门的相关人员进行系统培训。培训教师采用实际案例,根据各生产线的特点,班组、车间和厂级三个层次分析的重点和要求,以及质量分析改进控制办法中对日常分析、月度分析的要求,从质量管理、质量改进、统计分析技术应用等方面,对各生产线质量分析所采用的数据源、分析方法、使用的工具等内容进行了实例讲解,使开展质量分析与改进工作的重要性、目的意义和做法为各层级的干部职工所重视和熟知。同时,使他们掌握了质量分析与改进的切入点、关注点,为楚雄卷烟厂全面推行班组、车间和厂级三个层次质量分析与改进打下了扎实的基础。

沟通交流堵漏洞

楚雄卷烟厂制丝、复烤、卷包车间及其下属各班组根据厂部要求,从 2011 年起,依次成立了各自的质量分析与改进小组,各车间质量副主任、班组长负责,每月利用各生产线质量数据采集分析系统数据、质量检测数据等进行质量分析。车间、班组从综合质量指标、工序指标质量水平、异常批次、加香加料、在线计量监测设备准确性和设备故障等

方面,对整条生产线的质量数据进行分析,寻找潜在的质量隐患和质量改进点;工艺质量部门则从各生产线质量数据、质量监督站检测数据、市场反馈情况等方面,以各生产线质量控制稳定性、工艺标准符合性、关键质量指标控制、内在质量、烟气化学指标稳定性等为重点进行分析,初步形成了班组以班组质量、车间以生产线质量、工艺质量部门以全厂质量控制为重点的三个层次的质量分析与改进体系。

各层级质量分析与改进工作的顺利开展,为提高各生产线的质量控制能力和批间质量的稳定性起到积极的促进作用,同时也显示出一些不足之处,例如车间对异常批次产生的原因分析不透彻、改进措施落实不及时等。分析后发现,其产生原因是各车间质量分析小组成员过于单一,主要以车间班组长、工艺质量管理员为主,而机械、电气控制人员未能参与进来,因而存在着质量分析信息传递不畅、原因分析不彻底等问题。针对存在问题,工艺质量部门与各车间、班组的质量分析改进小组采用一对一的方式,结合具体实例和改进目标要求实施面对面指导,反复沟通、

交流,各车间积极采纳了工艺质量部门的意见,不断进行总结提炼和自我提升,有效推进了质量管理的全员参与性,质量分析与改进的科学性、系统性和有效性得到了快速提升。

质量水平得提高

作为质量管理的有效手段,质量分析与改进不是临时措施,而是一项必须长期坚持的日常工作,为此,工艺质量管理部门把质量分析与改进工作的有效开展作为一项长效机制来抓。通过定期的培训与交流,充分调动全员参与质量管理的积极性,以卷烟生产过程质量数据采集分析系统为依托,对工序能力及生产过程质量进行全面的分析和评价,扎实推进了质量分析与改进工作的有效运行。

当然,分析不是目的,只是实现持续改进工作的手段。通过这样一种方式,大家学会了一种发现问题、掌握现状、分析问题、拟定措施解决问题、验证效果、防止再发生的科学处理问题的方法。在日常生产中,各部门的质量分析与改进各有侧重点:如制丝生产线在每一批次的卷烟生产结束后,根据质量数据及时对质量水平、过程合格率偏低的工序指标进行原因分析,提出切实可行的改进措施,对下一批次的生产过程实施改进和控制,避免同一问题的重复发生;卷包生产线重点针对 A 类质量缺陷产生的原因进行统计分析,对操作、设备、自检等方面实施控制,降低 A 类质量缺陷产品的产生等等。事实上,质量分析与改进运用的正是全面质量管理 PDCA 的思想,通过每一次的分析,找到改进的着眼点。通过每一次的改进,实现新的收获与提高。循环往复,以“春风化雨,润物无声”的坚持,实现质量管理从“治病”到“防病”的跨越。

“芙蓉王”稳步迈向“千亿品牌”目标 常德卷烟厂“十二五”易地技改项目开工

近日,全国烟草工业的重点技术改造项目、湖南中烟常德卷烟厂“十二五”易地技改项目正式开工。国家烟草专卖局副局长杨培森、省人大常委会副主任陈叔红、省长助理袁建尧出席开工仪式并讲话。

此次奠基的常德卷烟厂“十二五”易地技改项目,占地 1101 亩,投资规模 43.5 亿元,项目建成后将成为常德市打造千亿烟草产业集群的重要引擎,成为常德市今后经济发展的重要支撑。预计到 2015 年,“芙蓉王”产销量将突破 200 万箱,实现销售收入超过 1000 亿元。

常德卷烟厂易地技改项目,是湖南省烟草工业推动品牌规模化发展的重要战略,也是湖南省“十二五”重点工程,对湖南省烟草工业发展意义重大,有利于进一步破解产能瓶颈,满足市场供应;提升技术装备水平,优化工艺流程,巩固提升产品质量,保持芙蓉王品牌的市场竞

争力。该项目的实施,对提升烟草制品技术含量,实施减害降焦,推动湖南省经济社会发展,建设“四化两型”湖南具有十分重大的意义。

近年来,湖南中烟工业有限责任公司紧紧围绕“卷烟上水平”的战略任务,扎实推进品牌培育、技术创新,“白沙”、“芙蓉王”两大品牌规模持续做大,价值显著增加。2011 年,“芙蓉王”品牌销量超过 110 万箱,销售收入突破 600 亿元。

该项目建设将秉承“传递价值,成就你我”的品牌发展理念,按照“保持风格、突出特色、提升水平”的总体要求,突出“绿色、安全、节能、环保”的设计标准,努力将常德卷烟厂打造成为具有国家先进水平和自主品牌特色的现代卷烟制造工厂。

据悉,常德卷烟厂是“芙蓉王”品牌的生产基地,被誉为名副其实的“品牌工

厂”。但随着时间的推移,常德卷烟厂现有产量和工艺布局已越来越难以适应“芙蓉王”品牌快速发展的需要。“十二五”易地技改项目的开展有利于进一步破解湖南烟草产业产能瓶颈,满足市场供应,又有利于进一步提升技术装备水平,优化工艺流程,巩固提升产品质量,保持芙蓉王品牌的市场竞争力。预计到 2015 年,“芙蓉王”产销量将突破 200 万箱,实现销售收入超过 1000 亿元。同时,项目将按照规模化、现代化和精益化生产要求,优化产能布局,完善工序衔接,坚持自主创新与技术引进消化吸收相结合,坚持信息化与工业化的深度融合,全面提升生产过程的系统化设计、精细化加工、智能化控制水平,推动“芙蓉王”传统工艺,在现代化大生产模式下升级转变,将“芙蓉王”打造成为“千亿品牌”。

(朱炼 李燕蓉 胡信松)

江西中烟持续推进各卷烟厂对标工作

近日,江西中烟工业有限责任公司通报了 2011 年各卷烟厂对标指标完成情况,并制定了 2012 年各卷烟厂对标指标,印发了《2012 年各卷烟厂对标管理考评办法》,持续推进各卷烟厂对标工作。

2012 年,按照公司提出的对标工作要求,公司对标工作生产制造组以提高效率、降低成本费用、稳定产品质量为重点,对上年 10 项对标指标进行了调整,确定 12 项指标作为各卷烟厂对标指标。同时,坚持从行业同规模卷烟工厂先进水平中选取标杆,要求南昌卷烟厂从行业生产规模在 60-100 万箱的 19 家卷烟工厂中合理选取标杆,赣南、广丰、井冈山、兴国四家卷烟厂要从行业生产规模在 20 万箱以下的 15 家卷烟工厂中合理选取标杆。

公司要求,对标工作生产制造组要完善对标考评办法,将对标工作“三个体系”、公司下达的对标项目和对标指标的完成情况作为考评指标,以引导各卷烟厂不断完善对标工作“三个体系”,通过开展单项目、单品牌(规格)、单项费用对标活动,突出解决数据背后的管理问题,重点突破,整体提升,不断缩小与标杆的差距。

据悉,2011 年,公司生产制造组对标工作得到深入推进,效率指标稳步提升,产品质量稳中有升,成本费用得到有效控制,节能减排成效显著,对标指标同比进步排名进一步扩大,其中部分指标进入行业同规模企业前列。

(杨雪卿)

市场开发力度。结合金圣文化宣贯,弘扬“国家满意、客户满意、员工满意”的江西中烟核心价值观,提升消费者对“金圣”品牌的认可度。搭起金圣文化与零售户、消费者联系的桥梁,提升“金圣”品牌价值。

四是强化考核,激励先进。科学的绩效考核对提升营销队伍战斗力,调动营销人员积极性具有举足轻重的作用。他们对营销考核既有量的考核又有结构的要求,既有目标考核又有过程要求。把销售数量、销售结构、层层分解到每一位营销人员,把责任落实到每一个人,使全员营销办全体人员直接与市场挂钩,与销售业绩挂钩,确保年度目标的顺利实现,真正体现收入凭贡献。对在全员营销、工商协同工作中取得优异成绩的员工进行嘉奖,激励了全厂员工参与营销工作的积极性与主动性。

(卢同挥)

卷烟销售情况,从信息分析当中,认真做好协同营销的这篇大文章。

该厂还借助自身技术优势,专门成立了一支精干的设备维修小分队,解决商业公司物流分检线上存在的技术疑难问题,此项工作得到了商业公司的高度认可,进一步深化了工商协同。

三是纵深推进,提升价值。为推进“金圣”品牌的文化传播,提升消费者对“金圣”品牌的忠诚度和美誉度。一是该厂营销人员对赣州十八个县市区(区)所有乡镇 15000 户经营户进行了走访,建立了 4000 户重点客户资料,在广度和深度上为“金圣”品牌的扩量增效奠定基础。二是选择重点市场开展“一对一”工程。三是加大高端产品

度调度”、“季度调研”活动,对赣州 18 个县级烟草公司逐一进行了走访,既加深了友谊,更增进了工商之间的感情。营销小组与营销中心赣州片区的同志们围绕新品推介、终端走访、市场调研等进一步加强与零售户、消费者的沟通和联系,积极宣传“金圣”品牌,传播“金圣”文化,针对 2012 年赣州市场年销量增长的目标,重点打造“金圣”品牌万箱基地县,积极推行“工业企业、商业公司、零售户、消费者、员工”五位一体的营销理念。力争通过 2 到 3 年的努力,赣州市场能产生 2 到 3 个“金圣”品牌超万箱的县级市场。为“金圣”品牌扩量增效,他们注重强化信息采集,深入分析赣州各县市的