

对烟草行业加强工程投资项目监管的思考

□ 王昌敏

近年来,烟草行业围绕“规范权力运行、公开透明操作、确保监管到位、打造阳光烟草”的目标,进一步加强工程投资项目的监管,规范自律意识明显增强,违规问题明显减少。变化虽然是可喜的,但是烟草行业在工程投资项目监管工作中还存在一些问题和薄弱环节。现结合笔者工作实践,就工程项目招投标环节存在的问题及预防对策,谈几点看法。

工程建设项目招投标环节中存在的突出问题

规避招标。规避招标行为主要有下面三种情况:一是将工程进行分解,建设单位将造价大的单项工程分解为若干个小工程,各小工程的造价低于招标限额,从而规避招标。二是压低预算价。想方设法将工程造价降低到招标限额以下,确定施工单位后,再进行项目调整,最后按实结算,最后工程结算造价往大大超过招标价格。三是中标后改变工程量。比如说有的单位先将主楼工程拿出来招标,确定施工单位后,再明确工作内容不仅仅是主楼,同时还增加一些附属建筑,规避了附属建筑的招标。

工程项目招标投标信息公告发布不规范。工程项目招标投标信息公告发布不规范,主要表现在两个方面:一是缩小信息发布范围,不按要求在规定的媒体上发布信息,而只将公告发布在了某一行销量不大的小报刊或者在一些很冷门的网站上。二是以工期紧为借口,缩短信息发布时间,使一些投标人不能知悉或及时知悉招标信息,因来不及做好投标准备工作而不得不放弃投标,在客观上造成了获知信息的不平等。

工程项目招标文件编制上的不规范。一是在设定投标人资格方面,有倾向性和有歧视性的情况。建设单位的管理人员为使关系投标人中标,在资格预审时,排斥其他可能中标的投标人,或者有倾向性地设置一些条件,把实力较强的潜在投标人排斥在外,尽最大可能使关系投标人入选。有的为了使个别不符合条件的关系投

标人能够中标,就降低预审条件,使关系投标人能与其他报名的投标人一起入围,再弄虚作假让关系投标人中标。二是文件编制中存在不公平的情况。例如建设单位的管理人员与关系投标人串通,在编制招标文件时加入一些特定技术条款等有利于关系投标人中标的内容,使大多投标人被抛之圈外,为关系投标人创造有利的竞争条件。

存在串标、围标现象。一些承建商为承揽工程,相互串通投标报价,在私下达成协议,进行暗地交易,以非法的手段参与投标竞争。另外,还存在一家施工单位(包工头)挂靠数家施工企业参加投标,通过编制不同的投标方案进行围标,从而将其他投标人排挤出局;建设单位的管理人员以自然因素影响工程建设进度为借口,修改已签订并正在执行的合同中的重要条款,如提高造价,追加投资,延长工期,降低质量标准等。其实双方对修改合同的目的心知肚明,只不过是使中标单位获得更多利润,管理人员从中收受受贿,损害国家利益而中饱私囊。

评标流于形式,定标人营私舞弊。个别不法投标人想方设法行贿评委,有的通过对负责随机抽取专家工作的人员行贿,授意工作人员抽取投标人指定的专家。也有的投标人在评标前打探评委名单,想方设法贿赂评委。

存在问题的成因分析

造成上述问题的原因有很多方面,归结起来体现为三个方面的反差:

高利润回报与低违规成本的反差。工程项目承包利润比较高,施工企业不惜采取回扣、行贿等非法手段进行“公关”,从而多揽工程。虽然《中华人民共和国招标投标法》中对大多数招投标违法行为都规定了“中标无效”的处罚,应该说还是比较严厉的,但由于地方保护或是部门利益的左右,目前对招投标违法行为的处罚相对很轻,多数只是罚款了事。

招投标业务高速发展与制度建设相对滞后的反差。有形建筑市场的法

制建设还不完善,公开招投标各种相关配套措施还不规范,存在不少漏洞和难以操作的地方。

高隐蔽交易与低水平监管的反差。场内结果是场外交易的体现,而有形市场中的违纪违法行为为交易隐蔽,往往是在有形市场外一对一地进行,很难被抓住把柄,就算在招投标过程中有一些异常行为,也可以凭目前法律法规的漏洞轻易搪塞过去。

加强工程投资项目监管的对策和建议

严格建设程序管理。工程项目建设程序执行是否到位,是保证项目顺利实施和确保项目工程质量的关键。在项目实施工作中出现的问题,根本的原因就在于执行程序不严格、不到位,存在许多漏洞和弊端。所以,要抓好项目管理,必须从严格项目建设程序这个最基本、最关键的环节抓起,保证所有建设项目严格按照国家规定的建设程序进行。不仅要严格执行项目实施过程中的各项程序,而且要严格落实好项目前期工作中的各项程序。在工作重点上:一要严把项目前期工作质量关,保证前期规划、建设项目建议书、可行性研究报告和初步设计文件等各项工作符合程序、符合标准、确保质量;二要严格执行审批程序,保证所有建设项目都严格按照国家规定的审批权限,履行报批手续,尤其是对前期工作达不到要求的,要严格审查,一律不得违规审批;三要严把项目设计关,保证做到先勘察、后设计、再施工,严禁边勘察、边设计、边施工现象的发生;四要严格执行项目招投标、施工管理、竣工验收和后评价等各项程序,保证一切建设项目从项目建议书到竣工验收等各个环节严格按程序操作,按程序办理。

突出防范重点。针对工程投资项目腐败问题的易发环节和主要问题,在策划、立项环节要重点防范决策权和审批权的滥用。例如,工程预算环节要防范超标准、超规模、超范围编制预算。勘察、设计环节要防范施工企业与勘察、设计单位串通,侵害建设单位权益。施工企业选择、招标环节要防范施

工企业与有关人员勾结,造成虚假招标、资质不达标或无资质参与竞标以及围标、陪标、串标问题发生。工程管理环节要防范以牺牲工程质量为代价从中非法牟利。工程监理环节要防范监理缺位和监督不到位,造成建设资金浪费和工程质量隐患。

引入科技手段。充分利用“办公公开”的信息平台,对中长期规划和年度计划、资金拨付、项目资金申请报告和项目审批、招标结果、资金使用、工期、质量以及中介机构等进行全程监管,实现部门之间、地区之间互联互通,为社会和公众提供网上投诉举报、政策法规咨询等服务。将招投标活动纳入网络电子监控系统,实行网上发布招标投标信息、电子随机确定评委、网上公布中标结果、网上受理投诉举报,增加科技含量,减少人为因素。搭建信息查询平台,有效利用专家资源,探索实行异地评标,加大招投标双方与评标专家相互串通的难度系数,切断招投标双方与评标专家之间的直接联系。开发运用电子监察系统,对各种信息进行集成,做到“一网打尽”、全程留痕、全程可控,对发现的违规行为即时监督纠正。

加大打击惩治力度,建立惩戒防线。首先要健全招投标工作责任制,对项目实施单位和招投标代理机构的负责人、主管人员以及其他责任人员、评标委员会成员,应根据其职责、岗位和权限,制定严格的岗位纪律和工作制度,明确处罚原则。其次要充分发挥信誉档案的良性作用,将本区施工企业和招标代理机构以及评标专家、委员的信誉情况全部录入档案。对在招投标过程中出现弄虚作假、暗箱操作和违法分包以及围标、串标等违法行为不良记录的行为主体列入“黑名单”,对列入“黑名单”的,根据其情节轻重作出相应处理,如取消其投标、评标资格或扣除一定的信誉分,限制其在一定时期或永久性不得参与本单位的招投标活动。

深入推进民主管理公开办事工作,提高工程投资项目运作的公开度和透明度,积极发挥广大职工的监督作用,拓宽群众监督渠道,形成监督合力,把招投标工作置于严密的监督网络之中,保证招投标活动的健康发展。

于,可以拢住客源,提高消费者满意度。

关注商圈变化,寻求商机。关注自己周围的商圈变化,从变化中寻求商机,例如您家附近有新开业的高档饭店,那么您在制定卷烟需求计划的时候,就要考虑适当多购进一些中、高档卷烟,如您家附近有基础工程建设,您就要考虑适当多购进一些中低卷烟。关注周围市场变化情况,掌握好市场脉搏。

如何完善烟草企业人才竞争激励机制

□ 兰少萍 罗育繁

随着市场经济体制的不断完善和烟草行业的不断改革,特别是为了适应“卷烟上水平”的战略任务,烟草企业必须重视人的因素,有针对性地解决人体制方面的突出问题,创新和完善有效的人才竞争激励机制,激发人才活力,做大做强品牌,抓住历史机遇,促进科学发展。

烟草企业要提高对人才重要性的认识水平,要看到企业之间的竞争归根结底是人的竞争,从而正视用人体制上存在的突出问题。由于烟草行业改革的不断深化和国家经济体制整体结构的调整,烟草企业的用人体制存在多元化结构,成为计划体制和市场体制元素相互交织、相关矛盾的结合体。具体表现在以下几个突出方面:

一是烟草企业对外用人的多元化,同工不同酬的现象仍然存在。烟草企业“正式工”,因为优越的身份往往会得到比“临时工”身份的员工丰厚得多的待遇,这就从根本上挫伤了所谓“临时工”的工作积极性,同时也滋生了所谓“正式工”的优越感和工作惰性。二是烟草企业内部用人机制不灵活,能上不能下的旧观念根深蒂固。“官本位”意识还较浓厚,存在“能者上不去,庸者下不来”的尴尬用人现象,在很大程度上限制了企业员工的工作积极性。三是受用人体制的限制,在选人用人上的不公正性依然存在。有时出现用“人情入”、用“关系人”的不良现象,挫伤了员工的工作积极性。四是对人才的教育培训还没有抓紧抓好。人才素质与企业改革发展的形势需要还不相称,与“卷烟上水平”的形势发展要求还不适应。对这些问题,烟草企业要引起高度重视,及时对症下药,认真加以解决,努力为全体员工和各类人才创造一个有效的发展成长激励机制,推进企业持续健康发展。

为有效提高企业核心竞争力,全面实现企业与员工的共同发展。那么,烟草企业如何完善人才竞争激励机制呢?

第一,烟草企业要对员工实行全信息化跟踪管理,充分尊重企业内部每一个人的作用,确保量才适用,人尽其才。所谓全信息化跟踪管理,就是对企业员工在实践工作中的各方面表现均列入管理考评范畴,以便对员工个人综合素质有一个全面客观的掌握和评价。建立全员人才库,在企业选人用人时,确保能根据职位需求及时量才适用,用有所长,切实把适合的人用到适合的位置上来,充分发挥人的最大能动性。在选人用人时,要坚持德才兼备和优中选优的原则、标准,有效避免用“人情入”、用“关系人”的弊端,公平为企业平台和员工发展提供公平公正的平台,确保把优秀人才用到重要岗位,推动企业内部员工整体素质的提高升级,促进企业核心竞争力不断增强。

第二,坚持以人为本,在企业内部树立“天生我才必有用”的大人才观,充分尊重员工,积极为员工拓展个人发展空间。要发扬民主,广开言

路,广纳职工意见和建议,尊重员工意见,发挥员工参与企业管理的积极性,增强员工主人翁意识和集体荣誉感。要关注民生,关心员工,特别是要深入一线,走访互动,以增进相互了解,真正拉近管理层和普通员工之间的关系,营造和谐的企业氛围。要结合实际,修订完善《企业人才培养激励管理办法》,对企业发展需要的高管理、高技术人才,从工资待遇、工作年限等方面建立考评激励机制,充分调动全体员工的积极性、创造性和主动性。要继续深化用工分配制度改革,建立技术技能人员成长配套管理制度,激发职工学习技术的积极性和主动性,建立非领导岗位员工成长长效管理机制;不断深化岗位管理,理顺分配机制,修订完善《职工薪酬发放管理办法》。

第三,实施规范管理,严格按照制度办事,构建公平公正的员工管理体制机制。要树立“制度面前人人平等”观念,抓好各项规章制度实施和执行到位,充分维护和体现企业法规制度的严肃性和公平性,真正将“依法治厂”的理念落到实处。要加强对企业各级干部的管理考核和民主评议,切实形成干部“能上能下”的灵活机制,以激活干部队伍整体活力。要加强普通管理人员和技术队伍建设,从实际出发,合理流动,尽可能地根据其主观意愿去选择和调整自己的工作岗位和从事的工作内容,以增强他们对工作的积极性和主观兴趣,从而提高工作效率和工作水平。

第四,要加强员工学习教育培训,提高人才队伍素质,为“卷烟上水平”提供智慧源泉和力量支撑。在做好企业人才需求调研的基础上,分批次对各类人员进行培训,特别是要重点突出高技能人才和关键技术岗位人员培养,有针对性地制订相应管理办法。要扎实开展岗位练兵、技术比武,深化班组建设,全方位建立技术人才快速成长机制。要以“创先争优”、“三讲四要”活动为载体,充分发挥党、工、团组织力量,加强干部职工文明礼仪、道德规范、精神情操方面的教育培训,全面提升员工整体修养和文化素质。尤其是要大力加强社会主义核心价值观和“两个至上”行业共同价值观教育,全面推进企业文化建设,切实提高文化自觉,增强文化自信,努力做到“三个始终”,即始终把维护烟农利益放在心上,始终把为零售客户提供优质服务作为流通企业根本任务,始终把调动全体员工积极性、主动性、创造性作为一切工作出发点;牢固树立“五种意识”,即牢固树立责任意识、忧患意识、公仆意识、民主意识、创新意识,满腔热情、富有激情、充满智慧、奋力创新,全面推进“卷烟上水平”各项工作落实,确保行业持续健康发展。

总之,为实现“卷烟上水平”的战略任务,烟草企业要不断创新和完善人才竞争激励机制,发挥好企业内部各类人才的作用,逐步形成人尽其才,才尽其用的良好氛围,不断提升企业核心竞争力和企业形象,确保行业持续健康稳定发展。

新入网客户如何做好经营

□ 郑小玉

在市场竞争日益激烈的今天,如何让经营的卷烟更赚钱,是每位零售户朋友最心的话题。下面笔者就一些卷烟经营方面的技巧,和各位零售户朋友一起分享。

关注货源信息。可以及时关注烟草公司下发的货源信息通报,及时了解下月的卷烟货源情况、货源供应政策、紧俏品牌分配办法、新品信息等和

卷烟货源有关的信息。零售户朋友可以根据下个月的货源情况,来制定本月的需求计划,如某卷烟品种下个月大量投放的那么本月就不用大量囤积,如果下个供应量大量减少,那么本月就要适量多购进,使您卷烟库存结构更加合理,资金利用率更高。

关注新品卷烟。新品卷烟也是赢得市场的关键。在推荐新品卷烟时,如果该新品的同品牌销售不错,那么在推荐过程中就可以使用“借老推新”的

培育方法。如新上市的黄果树(红星照耀)就可以借助黄果树(长征)的口碑来推介。新品陈列上,把新品摆放到显著位置,以引起消费者注意。

关注紧俏卷烟,紧俏卷烟销售“化整为零”。红塔山、红梅(黄)等紧俏品牌卷烟供不应求,如何让这些有限的“资源”发挥最大效能,那就是在日常卷烟销售中要讲究一些技巧,紧俏卷烟最好“化整为零”,即尽可能不整条出售,而是零盒单销。这样做的好处在

于,可以拢住客源,提高消费者满意度。

于,可以拢住客源,提高消费者满意度。

关注商圈变化,寻求商机。关注自己周围的商圈变化,从变化中寻求商机,例如您家附近有新开业的高档饭店,那么您在制定卷烟需求计划的时候,就要考虑适当多购进一些中、高档卷烟,如您家附近有基础工程建设,您就要考虑适当多购进一些中低卷烟。关注周围市场变化情况,掌握好市场脉搏。

品牌培育中应关注的问题



□ 彭炜

在卷烟行业中,在与零售户打交道的生活中,最多最常被提及和要做

的事情就是——卷烟品牌培育。卷烟品牌培育的目的是要培育高价值的品牌,提高该品牌卷烟在消费者心中的地位。让消费者长期重复购买该品牌。达到长期的产品销售。高价值品牌是指同等技术与品质的产品能卖出同类产品更高的价格。例如,同样是卷烟,但中华卷烟的价格远高于其他卷烟,除了在品质方面有很大的优势外,很重要的一点是中华品牌因其历史发展的契机,在国人的心智和情感中占有了某种深刻的地位。其所负载的情感内涵已超越了产品本身,在消费者的心目中有很高的感知价值。

要培育高价值的品牌首先要避免在实施品牌策略时常见的两种误区:第一,拥有良好的品牌优势后,就容易忽视其他品牌的威胁与挑战,认为只要消费者认定了某个品牌,就会一直保持很高的忠诚度,作为消费者总

是喜欢选择更好的商品。消费者的好奇心是一直存在的。除非该品牌对消费者有着极其强烈的情绪印记,让消费者会盲目地忽视其他品牌或者该品牌卷烟的口感完全满足消费者的需求,这样的消费者才会“铁杆”的追随品牌。但这样的情况即使有也是少数,对于一个品牌的发展这种力量可能有所微弱。第二,忽视卷烟品牌培育中的价格底线,部分卷烟品牌在经过一段时间的发展后,在市场较为停滞的时候,为刺激和提高消费者的忠诚度就对价格作出降价调整,殊不知这样的做法会严重损害品牌在消费者心目中的价值。培育高价值的品牌应着重宣传品牌的文化内涵、情感内涵、象征性价值以及精神品质,而非仅仅是产品本身的特性。为此,在决策品牌战略的时候要注重以下几个方面:

注重塑造品牌的灵魂——核心价值

卷烟本身是介于可需求与不需求的产品,其价值程度取决于消费者本身对其的需要感。高端卷烟产品塑造的文化所表达出来的核心价值提炼到最终是一种理念,具体的表现化可以是一种生活方式、一种生活态度、一种人生追求,当一个卷烟品牌传达出的核心价值通过适合的载体与消费者实现了深度的沟通并同消费者引起心理共鸣时,并得到消费者的信任之后,那么该卷烟品牌就已经跨过产品实体与品牌意义的本身,具备了“活”的生命。因此,卷烟品牌的核心价值的选取一定要与产品所希望表达出来的理念相契合。一旦确定以后,便要持之以恒地贯彻下去,企业所有的营销策略都要围绕核心价值去展开,在经意和不经意间传达给各类受众对象。

坚决维持价格底线——品牌价值

随着消费者的收入提高,卷烟消费者对卷烟的需求不仅仅满足于吸食的需求,高价格的卷烟品牌某种意义上是一种身份的象征,隐含折射了卷烟吸食者的身份。卷烟品牌在一段时间的培育宣传后,消费者对卷烟品牌的认知已经有一定的定位和认知,在已经塑造了一定地位和形象后,就要维持其价格不能变动,在一般消费者的认知中,高质的产品符合高价格,高价格通常表示该产品有高质。因此维持好价格底线有助于提高品牌形象。轻易地对卷烟产品已经定位和传播好的产品形象进行更改,容易让消费者造成对该品牌产生怀疑的情绪。

不同品牌不同战略——品牌文化

对于同一卷烟厂旗下的不同价位的卷烟品牌,需要进行不同文化和产品价值的定位,来吸引不同年龄段、对各种文化认可的消费者。例如七匹狼中的硬红狼早已深入人心,对于该品牌的重点放在了巩固消费者的忠诚度方面,而七匹狼现在主推的通系列和纯系列则需要实行了全面铺开以及宣传战略,将通系列强调的通文化和纯系列的低焦特点传达给消费者,制定适合不同消费者的品牌培育方案和提高消费者的认可度的战略目标。

卷烟品牌的培育不仅仅是将一个卷烟品牌推上市以后就结束了对其的关注,而应该是对其中长期都做一个规划,在前期就做好其的定位和以后市场的判断找准其定位的消费者,对其进行用心的维护和培育。这样卷烟品牌在投放到市场后才能在众多竞争中争取一席之地。