

广西中烟明确 2013 年“四标”管理体系工作思路

近日，广西中烟工业有限责任公司召开 2012 年度“四标”管理评审会，传达贯彻全国烟草行业企业管理现场会议精神，全面回顾总结 2012 年度“四标”管理体系运行情况，提出 2013 年工作思路。

2013 年“四标”管理体系工作的总体思路是：以“管理创一流”为目标，以“五个持续”为核心，以“4444”管理模式为重点，以加强员工培训为基础，以规范管理和创新为保障，构建以“以卓越绩效为引领、四标合一为基础、追求持续成功为支撑”具有广西中烟管理特色的一体化综合管理平台。

会议强调，2012 年要围绕上述思路，重点抓好以下工作：一是以科学发展观为指导思想，探索“四标”管理新模式。二是以“五个持续”为核心，把“管理创一流”活动引向深入。三是实行动态管理，建立一流的标准/文件体系。四是利用内审和管评平台，建立一流的持续改进监督机制。五是更加关注环境保护，确保环保目标指标达标。六是以 2011 标准转换为契机，提升安全管理整体水平。七是继续稳步推进测量管理体系。

(梁雪玲)

绵阳卷烟厂双向培养让党员成为发展主力

2012 年来，四川烟草工业公司绵阳分厂党委通过“把骨干培养成党员、把党员培养成骨干”的“双向培养”方式，进一步提升党员队伍素质，切实发挥党员队伍的先锋模范作用和基层党组织的战斗堡垒作用。

在发展党员方面，该分厂各级党组织精心选苗，突出发现和培养，注重在生产一线中发展党员，使更多人才聚集到党组织中来，不断扩大党组织的影响力和覆盖面。该厂还坚持执行入党积极分子培训制度，加强入党积极分子的思想教育和实践锻炼，做到“发展一名、带动一片”。2012 年下半年发展的 10 名预备党员，均是相关专业技术人员或岗位技术能手。

“党员有作为才更有力量”。该分厂充分利用党员自主管理平台、“党员标兵”先进个人评比及“感恩凝心聚力抓发展争创一流”等活动载体，不断丰富激励和鞭策手段，调动广大党员的工作积极性和创造性，把党员培养成骨干。同时，还依托六西格玛项目、QC 重点攻关课题、高技术人才创新成果交流等平台，把党员放到重点岗位锻炼，让党员经风雨、见世面、长才干。近年来，该厂获得中质协“优秀六西格玛项目”及公司六西格玛项目一、二等奖的技术负责人均为党员。工厂高技能人才中，90%以上为党员。

此外，该分厂还切实落实“基层党组织建设”，扎实开展“班班有党员、班组长是党员”等工作，进一步扩大基层党员比例，优化党员队伍结构，不断夯实党的组织基础，增强党的号召力和战斗力。分厂卷包车间、制丝车间、动力车间、设备信息科等部门的班组长均为党员，每个班组的党员比例接近 50%，使每一名员工都能切身感受到组织在班组，党员在身边，使企业党建工作在班组生根、发芽。

(胡莉)

天津卷烟厂在一线车间建设“文化长廊”

近日，上海烟草集团天津卷烟厂认真落实集团文化落地的要求，按照车间文化建设思路，精心建设一线车间“文化长廊”，成为车间一道亮丽的风景线。

工厂车间文化长廊内容涵盖了车间简介、品牌文化、安全生产、现场主动、车间风采、劳模风采、员工风采以及人生哲理八个板块以及职工工作矢量图，为车间营造奋发进取的文化氛围，提升了车间的文化品位。文化长廊将成为职工振奋精神、团结进取、勇于创新、再创佳绩的助推剂，同时对青年员工起到了爱厂爱岗、敬业奉献、学赶先进的教育作用。

(上烟办)

何泽华：为“云烟”品牌发展创造良好环境

半个世纪香如故，岁月流金铸丰碑。近日，“云烟”300 万箱下线暨云产卷烟大品牌发展座谈会在红云红河集团举行。国家烟草专卖局副局长何泽华在会上指出，要共同关注云产卷烟品牌的发展，为“云烟”品牌的发展创造良好环境，为行业实现“532”、“461”品牌发展战略打下坚实基础。

国家烟草专卖局副局长何泽华，中国烟草学会理事长张辉，云南省委常委、昆明市委书记张田欣，云南省副省长丁绍祥等领导出席会议。

何泽华在讲话中指出，近年来，云产卷烟品牌继续呈现良好的发展态势，产销平稳增长，结构持续提升，高端有力突破，税利较快增长。作为行业传统品牌、重点品牌的“云烟”呈现加速发展的强劲势头，连续几年保持了 30% 的增长，在行业的分量越来越大，影响越来越广，对行业“532”、“461”战略目标的重要性进一步凸显。针对“云烟”品牌的发展，何泽华指出，要着眼于“势”、“能”、“道”、“略”四个方面，为“云烟”品牌发展营造良好环境。“势”就是谋势造势、趁势而上，要把“云烟”500 万箱提升到行业发展的大势来认识，让“云烟”500 万箱大品牌的概念深入人心，形成市场的“强势”、品牌的“高势”，确保“云烟”品牌稳步向上的发展势头；“能”就是集聚能量，要研究品牌的产能、动能、势能问题，提升创新能力，优化资源配置，将行业优势转化为品牌发



展的能量；“道”就是坚守正道，要讲品质、讲品格、讲品味，着力打造特色产品风格，树立高品位的品牌形象；“略”就是策略方略，要深入分析市场格局，研究市场策略，强化工商协同。何泽华最后指出，全国烟草商业要共同关心和支持云南品牌和“云烟”品牌，处理好共同发展与重点发展的关系，为“云烟”品牌的发展创造良好的环境，为行业实现“532”、“461”品牌发展战略打下坚实的基础。

丁绍祥代表省政府向长期关心支持云南烟草发展的国家局和各省区市烟草商业系统的领导表示感谢。他希望国家局和全国卷烟商业企业继续在原料保障、市场准入、品牌培



育、市场拓展、结构提升、环境营造等方面给予云南中烟更有利的支持和帮助，共同培育云产卷烟重点骨干品牌，用更新更好的成绩支持大品牌发展战略。

云南中烟工业有限责任公司总经理朱绍明表示，“玉溪”、“云烟”、“红塔山”是云南中烟的支柱品牌和主打品牌，继去年 11 月“红塔山”300 万箱下线，今年“云烟”又站到了 300 万箱这一向更高水平迈进的新起点，发展成为行业规模效益兼备、价值形象兼具的重点骨干品牌和中式卷烟代表性品牌。他说，按照国家局“卷烟上水平”主要任务、“1+5”工作重点和省委省政府的工作部署，云南中

烟将紧紧围绕“5521”品牌发展目标，全力以赴做到“抓住一个核心、推进四项创新”，即抓住品牌建设这一核心，上移整体结构体现价值，寻求高端突破体现引领，拓展低焦市场体现方向，做大品牌规模体现影响，把推动发展的立足点转到提高质量和效益上来，推进模式创新、科技创新、营销创新、文化创新等四项创新，依靠创新驱动，增强发展后劲，坚定不移地沿着可持续发展之路，推进品牌发展再上新台阶，为中国烟草和云南科学发展和谐发展跨越发展做出新的更大的贡献。

(李芮)

湛江卷烟厂：质量安全保障从无形到有形

近几年来，湛江卷烟厂按照广东中烟公司的部署要求，紧紧围绕行业“1+5”的工作任务目标，从推进管理科学化、规范化、精细化和简约化入手，稳步开展企业质量管理体系建设，有序推进生产一线创优活动，企业的质量管理得以有效提升，为全面推进“卷烟上水平”提供了有力保障。

和谐沟通 查漏补缺

质量信息的滞后带来的是产品质量的落后，没有畅通的质量信息反馈渠道，是很难保证所生产的产品质量的。因此，各相关职能部门充分沟通，深入一线，深入机台“接地气”，与操作人员聊天“听心声”，突破管理工作环节“找瓶颈”，实实在在解决问题“补缺漏”，促进企业质量管理水平的提升。

硬盒机台的尤伟仁师傅高兴地说道：“我们的意见一个个得到解决，减轻了我们工作量，真是打心眼里高兴。”前些日子，机台人员分秒必争地在“拗纸”的情景消失了。何谓“拗纸”呢？就是人手把严重变形的商标纸、条盒纸揉搓至平整。这样一整，机器是可以开得顺了，但只能迁就拗纸的速度，每天就只能开到 250 盒左右的产量，远远达不到定额要求，机

台人员每天都是一副苦瓜脸交班。就此问题，厂召开专题会议深入研究，重点予以解决、落实，频繁与原辅料供应商反映情况。多方协调后的材料出炉后，机器一下子就爱上了它的平整柔韧，一刻也没有停歇下来，越来越顺，每天能开出 340 盒左右的产量。员工们都乐呵呵地交班。管理人员以心换心，急员工之急，忧员工之忧，这稳定了员工的心理，加强了职工主动质量管理的积极性，提高了质量管理工作的效率。

以制之名 有规可循

为提高企业的简约化质量管理水平，各部门在质量管理体系建设方面不断探索和完善相应的控制过程和绩效考核激励体制，通过奖惩结合将质量管理工作与个人绩效挂钩，使质量从无形变成有形的钱，不再空洞乏味。例如，以卷接包车间三级文件为平台，编制并完善《卷接包车间质量考核实施细则》、《机台人员作业指导书》，确保完善的质量体系得以顺利实施，促进质量管理水平的提高。结合车间实际情况，对不同岗位人员应该承担的质量责任进行识别，同时为促进机台人员的工作积极性，建立了机台质量激励机制，

开展“立标、红旗机台、质量受控机台”等等质量竞赛活动作为已有考核机制的有益补充。

预防为主 培训先行

全面推动质量管理，培养和提高员工的质量意识和质量管理技能尤其重要。质量知识培训、技术比武、QC 项目每年都在火热进行中。《烟条反白检测装置的研置》、《GDX1 小包 CCD 追尾烟包的剔除功能研制》等 QC 项目，经过运行取得了明显的效果，基本解决了烟条、烟包外观不合格品流入下一工序的问题，有效降低了同类市场质量问题反馈这一隐患。与此同时，更是敢为人先，勇于创新，引进精益六西格玛管理，提高企业运营效能效率、降低工序和产品生产成本、改进产品质量。所有学员边参加培训边做项目，在陌生的领域一步步在未知到知之的路上慢慢摸索前进，以学促思，以练促学，在学习和实践中加深对精益六西格玛的理解。新员工王友林说：“一开始懵懵懂懂无所下手，到现在逐渐清晰明朗，这过程中的勤动手、多动脑、和其他学员互相学习，思想碰撞的过程是她最大的收获。六西格玛打破惯性思维，用事实的数据来说明问题，更为全面、规范和精细，更有说服

力。”

虚实结合 持续行进

质量管理是企业的无形文化，它看似无形，却实实在在地影响着企业生产管理的方方面面，它还凝聚人心，汇聚智慧，不断增强企业发展力度。要使产品质量实现质的飞跃，必须依靠管理、工艺、设备等的创新来实现。湛江卷烟厂从营造创新的氛围、建立创新的保障和激励机制入手，积极倡导和鼓励各部门和个人的持续创新。持续创新已成为湛江卷烟厂追求质量“零缺陷”过程中不可缺少的部分。2007 年广泛开展 QC 项目工作；2008 年对原有制丝工艺和制丝设备进行了一系列技术改造；2010 年 MES 上线，开展卷烟在线质量控制工作；2011 年引入精益六西格玛，通过专门课题的攻关，解决产品质量的隐患问题。2012 年 1-7 月份产品质量监督市场抽查、统检、抽检合格率及各牌号焦油量抽检合格率均为 100%、包装与卷制质量检验加权平均值 99.5 分。湛江卷烟厂干部员工为产品质量所做的点点滴滴，正汇集成打造优秀卷烟工厂的力量，正在一点点地夯实和抬高着双喜品牌的基石。

(广烟办)

乌兰浩特卷烟厂“忠诚文化建设”异彩纷呈

2012 年，是红云红河集团乌兰浩特卷烟厂企业文化建设全面提升的一年，在集团文化的引领下，企业文化建设活动精彩纷呈。同时，工厂孕育着自己的特色文化——忠诚文化。

“忠诚文化”建设已成为企业文化建设的亮点。乌兰浩特卷烟厂走过 30 年的风雨历程，在新的时期，新的发展，在继承“峻岭上的青松”精神的同时，更加倡导“忠诚文化”的现代价值。

用坚守岗位，诠释对企业的无限忠诚。忠诚文化在企业内部不断发酵的过程中，乌兰浩特卷烟厂职工越加追求完美的人生。付瑞宝、陈东黎、郑凯泽、张永华等劳模，他们身先士卒做表率，用实际行动见证忠诚，抒写忠诚。他们的先进事迹，通过厂报和工友们的口口相传，让大家都耳熟能详。工作中，不断涌

现出感人的事迹还说着，乌兰烟厂人具有高尚的品质、无限的智慧和超前的意识。企业培养优秀的职工，树立忠诚的根基，发展的步伐越发稳健。

一段文字传递一份情感，一本书籍见证一段历史。在乌兰浩特卷烟厂建厂三十周年之际，举办了“我与乌兰烟厂共成长”征文活动，职工们用质朴的文字语言，回忆企业过去发展过程中经历的艰辛岁月，赞美企业来之不易的发展成果，畅想“十二五”“3030”目标宏伟蓝图。他们撰写的文章在厂报上刊登，与职工们共同分享这份弥足珍贵的情怀。与此同时，《职工文集》、《峻岭青松》、《建厂 30 周年画册》相继出版，一本本精美的书籍流露出乌兰烟厂职工对时代的感怀，字里行间充满了对企业的浓浓情意，对建设美好明天的坚定信心。

音乐是文化传播的最佳途径之一，乌兰浩特卷烟厂原创歌曲《忠诚之歌》、《忠诚的乌烟人》在每次活动中传唱，在厂广播里播放。美妙动听的旋律、鼓舞人心的词曲，不时萦绕在人的脑海，感染着每一名职工，让大家的精神境界不断得以升华，在潜移默化中凝聚着忠诚的力量。

通过长时间的实践，科学的发展，领导职工们的认同，工厂已经形成了完善的忠诚文化理念体系。经过系统的整理，《企业忠诚文化手册》发放到每名职工的手中。通过各部门、车间组织学习，自身阅读，更让“忠诚为魂、奉献为本、履职有责、发展为怀”的价值观植根于每个乌兰烟厂职工的心中。

“忠诚文化建设示范基地授牌”推动乌兰烟厂忠诚文化建设再上一个新的台阶。金秋飒爽，彩旗飘扬，在威风锣鼓的鼓乐声中，红云红

河集团忠诚文化建设示范基地授牌仪式。

现场交流会在乌兰浩特卷烟厂隆重举行。会上，集团领导鼓舞人心的讲话传递了集团对工厂肯定与期望，厂长王保佳、党委书记胡需与集团领导共同揭开了“忠诚文化示范基地”牌匾，现场交流企业忠诚文化建设的宝贵经验，培植“忠诚之树”，让忠诚文化茁壮成长。这一切，象征着忠诚文化理念深深扎根在乌兰烟厂这片充满希望的热土。

这一年，凭借着“忠诚”的信念，勇于奉献的无私精神，乌兰烟厂人又一次实现了理想的超越。回眸 2012，忠诚有太多的话题，短短一篇文章又如何能完全解读乌兰烟厂人忠诚的心，又如何能述说企业忠诚文化的全部特色。忠诚没有时间界限，没有人与人的区分，只有对企业无限的热爱，对企业美好明天的无限向往。

(刘春雷)

川渝中烟、南昌市局携手举办“长城”雪茄品鉴会

“洪城雪茄飘香 三方共建‘长城’”，近日，川渝中烟、江西省南昌市局围绕这一主题，邀请南昌市区优秀零售客户代表参加，联合召开了“‘长城’雪茄品鉴会”，力促工商零三方精诚合作助推 2013 年“长城”雪茄市场营销更上一层楼。川渝中烟营销中心副总监兰鸿玉、南昌市公司副经理周胜等领导出席并发言，南昌市公司、川渝中烟江西工作站相关部门负责人等参加。

品鉴会简要介绍了国产雪茄的发展历程和良好的发展前景，重点介绍了作为亚洲最先进之一的雪茄生产企业川渝中烟，生产并培育

出具有“五大优势”的“长城”雪茄，受到国内外广大消费者欢迎的情况。其中，“五大优势”包括品牌优势、原料优势、技术工艺、市场优势和国际合作优势五个方面。另外，近年来，在工商零三方共同努力下，“长城”雪茄在南昌市场获得了极好的发展。据统计，仅 2012 年，南昌市民消费雪茄处于全国较好水平，人均消费达到 0.22 支，比 2011 年增加了 29.4%；同时培养了一批喜抽“长城”雪茄的消费者，稳定销售“长城”雪茄的零售客户近 1800 家，为“长城”雪茄发展奠定了比较牢靠的市场基础。

就下一步如何持续培育好“长城”雪茄，

工商零三方提出了“抓住机遇趁势而上加快‘长城’雪茄品牌培育和发展”的思路，充分利用“长城”雪茄产销规模处于国内领先和领军企业地位、国产雪茄第一品牌和中国雪茄文化代表等特点，继续领跑于雪茄市场。首先，抓住国家局高度重视国产雪茄发展的历史机遇，借烟草行业大力扶持雪茄发展之际，努力把雪茄经营做成新的经济增长点，做成广大零售客户的新财源。其次，工商零三方进一步加强合作，加大“长城”雪茄市场营销推广力度，让更多的消费者了解和欣赏“长城”雪茄文化，并为他们带来鉴赏“长城”雪茄的快乐。

如广泛开展“长城”雪茄品鉴会、推广会和雪茄文化专题讲座等，积极传播“长城”雪茄文化，树立良好口碑，营造消费氛围。再者，创新“长城”雪茄营销工作。在终端零售店树立良好的“长城”雪茄品牌形象，主要通过体验式营销，让消费者在品吸中亲身体验“长城”雪茄文化的特色和魅力。同时还可开展定制服务，给消费者享受增值服务带来的快乐。

会上，川渝中烟讲师通过 PPT 和影视片以及现场演示等方式，还就“长城”雪茄品牌特点、产品知识、品吸方法和保养知识等作了专题讲座。

(欧阳忠 张华)